

TRVL COUNTER

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

EXKLUSIV

An Bord der neuen
Riverside Mozart

Seite 54

LUXUSREISEN 2024

Ausgesuchte Perlen
der Veranstalter

BIETE VIERTAGE WOCHE

Warum die Touristik mehr für
Bewerber und Einsteiger tun muss

Himmel über Afrika

Südafrika lockt mit grandioser Natur,
Abenteuer und Kultur.
Insidertipps für Kurzentschlossene

LUFTHANSA GROUP



Zu
über 50
Urlaubs-
zielen

Let's discover vor Freude abheben.

Aus Eurowings Discover wird Discover Airlines.

discover.
airlines

discover-airlines.com

INSIDE

Starten mit der morning news
trvlcounter.de/newsletter-bestellen
Jetzt anmelden!

TRVL COUNTER MAGAZIN // HERBST 2023

HERZLICH WILLKOMMEN!

Es geht wieder aufwärts, dennoch steht die Branche weiterhin vor vielen Herausforderungen.

Trotz der Unkenrufe zum Jahresanfang schließt das touristische Jahr sehr positiv ab. Klar ist, die Menschen sparen bislang nicht am Urlaub, im Gegenteil, es wird hochwertig und länger gebucht, auch wenn die Gesamtzahl der Reisenden zurückgeht.

Erkennbar ist jedoch ein bedenklicher Trend: Urlaub und Geschäftsreisen werden immer teurer und sind für viele Urlauber und Familien kaum noch erschwinglich.

Jetzt sollten die Veranstalter nicht den Fehler machen, in die Rabattschlacht zu ziehen. Das entwertet das Reiseerlebnis an sich und vernichtet Margen schneller, als man „Sonderpreis“ aussprechen kann.

Und auch beim Thema Fachkräfte muss sich die Branche etwas einfallen lassen. Ein „immer weiter wie bisher“

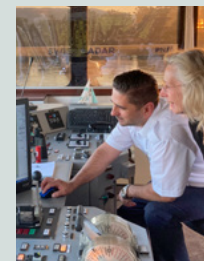
funktioniert nicht. Die Branche muss stärker mit ihren Vorzügen werben. Lesenswert ist das Interview mit easyboarding-Gründer Steven Hille (Seite 18), der mit der Recruiting-Plattform seine ganz eigenen Erfahrungen mit der Branche gemacht hat. Optimistisch ist er dennoch.

In diesem Sinne wünschen ich viel Spaß bei der Lektüre des neuen Magazins. Besuchen Sie uns auch gerne online unter trvlcounter.de



**JEAN-MARC
GÖTTERT**
Chefredakteur

TRVL Counter in der Welt unterwegs



Blaue Donau

TRVL Counter-Autorin Simone Spohr durfte das nautische Geschick von Kapitän Csaba Burjan direkt auf der Brücke der Riverside Mozart während der Donaufahrt live erleben. Ihr Bericht auf Seite 54.



Saigon

Auf Vietnam-Vortour der Campus LIVE FAR EAST von DER Touristik im September nahm TRVL Counter-Reporterin Iris Quirin auf dem Ben Thanh Market den Platz der Verkäuferin ein, als diese etwas besorgte.

Foto: Simone Spohr // Fotocredit: Madleen Kremer, Dertour Reisebüro Berlin

INHALT

SEPTEMBER 2023

38

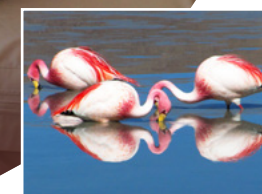
Himmel über Afrika

Südafrika lockt mit überwältigender Natur, Abenteuer und viel Kultur. Echte Insider-Tipps.



34 WAHRE PERLEN

Mit maßgeschneiderten und außergewöhnlichen Angeboten wird eine gutbetuchte Klientel umworben. Fünf Luxus-Beispiele für 2024.



16 BIETE JOB

Mit Sorge blicken Reisebüros und Veranstalter auf das neue Ausbildungsjahr. Denn es gibt zu wenig Bewerber. Warum?



54 ALLES IM FLUSS

TRVL Counter-Reporterin Simone Spohr war beeindruckt von der neuen Riverside Mozart.



60 WEITER-DENKER

Er ist so etwas wie der Indiana Jones der Veranstalter. Konrad Fobbe bringt seine Kunden an spezielle Orte dieser Welt.

MENSCHEN, DIE UNS BEWEGEN



ANOUCHKA GERLACH

In Viviers hat Riverside-Geschäftsführerin Anouchka Gerlach die neue Riverside Ravel getauft. Ab 2024 sollen die RS Debussy, RS Bach und RS Mahler die Flotte ergänzen.



BERND BAUER

Er ist der Chef der Lufthansa-Tochter Discover Airlines. Der 58jährige Manger ist seit Oktober 2022 CEO des Ferienfliegers. Mit neuem Design, neuen Jets und neuen Routen will er jetzt durchstarten.



STEVEN HILLE

Der Gründer der neuen Recruiting-Plattform easyboarding kooperiert erfolgreich mit dem DRV. Neue Formate wie Speed-Recruiting-Events in verschiedenen Städten kommen bei den jungen Bewerbern gut an.

COUNTER

- 08 News
- 14 KI für Reisebüros: Geht das?
- 16 Fachkräftemangel
- 18 Interview: easyboarding-Gründer Steven Hille im Gespräch
- 22 Neu: Sabre Vacations

TRAVEL

- 26 News
- 30 Discover Airlines: Ready for Take-off –neues Design, neue Jets
- 32 Ausblick: Wie lief der Sommer? Was bringt der Winter?
- 34 Wahre Perlen: Tipps der Luxus-Veranstalter für 2024
- 38 HIMMEL ÜBER AFRIKA: Highlights aus Südafrika
- 46 Georgien: Der Balkon Europas

KREUZFAHRT

- 48 News
- 50 Explorer I: Europäischer Luxus auf See
- 54 Riverside Mozart: Auf Donaufahrt
- 58 A-ROSA auf der Seine

STANDARDS

- 03 Inside
- 06 Check-In: Bildseite
- 24 Stopover: Bildseite
- 60 Weiterdenker: Konrad Fobbe von Special Adventure
- 65 Impressum
- 66 Discover: Entdeckungen der Redaktion

Fotos: Discover Airlines / easyboarding/ Riverside/ iStock / Special Adventure /



SÜDAFRIKA
Auf einer Reise in im Süden entstand das Titelfoto, rund 600 Meter in der Höhe unterwegs im Heißluftballon.

CHECK-IN

An aerial photograph of a tropical atoll resort. The central island is densely packed with buildings, surrounded by lush greenery. A large, crescent-shaped lagoon villa is visible, with each unit having its own private pool and a direct access to the sea. The water is a vibrant turquoise, and the surrounding reef is visible in the deeper blue ocean.

Ein Atoll ...

... VON OBEN GESEHEN.

Das moderne fünf-Sterne-Resort Cora Cora Maldives mit 100 Villen und Suiten liegt auf der Insel Raamigili. Von oben lässt sich das umliegende Korallenriff gut erkennen – typisch für die kleinen Atolle der Malediven. Gäste werden vorzugsweise per Flieger zur Insel gebracht. Die neuen Lagoon Villas (unten im Bild) besitzen jeweils einen eigenen Privatpool, der sich auf der Privatveranda befindet. Von hier gibt es auch eine Treppe ins Meer. Das ehemals bewohnte Eiland ist mit üppiger Vegetation gesegnet und erstreckt sich über eine ausgedehnte türkisfarbene Lagune. Herzstück der Insel ist das Museum of Dutch Onion and Heritage, das den Gästen mit einem traditionellen Holzhaus, alten Bädern und hunderten Artefakten einen Einblick in die Kolonialzeit ermöglicht. Viele Artefakte zeigen, wie die einstigen Atolle zum Rastplatz für Handelsschiffe auf die Gewürzroute nach Indien genutzt wurden. ⚓

→ <https://www.coracoraresorts.com/>



»Es kann nicht sein, dass eine kleine Gruppe von Klimaaktivisten mitten in der Ferienzeit die Menschen drausaliert, die sich ein Jahr auf ihren Urlaub gefreut haben. Das ist inakzeptabel!« Dirk Inger, DRV-Hauptgeschäftsführer

WEBINARE FÜR 2024

Studiosus stellt Neuheiten vor

Zum Saisonstart präsentiert die Unternehmensgruppe Studiosus den Reisebüros bis zum 30. Oktober die Programmneuheiten für das Reisejahr 2024 vor. Geplant sind Webinare sowie Expertenrunden in Deutschland und der Schweiz.

Für die Webinare stehen drei Termine zur Wahl: 17. Oktober (14 Uhr), 18. Oktober (10 Uhr) und 26. Oktober (12 Uhr).

Jeweils in einer Stunde vermittelt ein Experte die wichtigsten

Fakten rund um Studiosus und Marco Polo und informiert über neue Trends in der Branche. Die Teilnahme ist kostenlos. Außerdem lädt der Veranstalter seine 1.000 Top-Reisebüros zu 13 Expertenrunden mit Geschäftsführer Peter-Mario Kubsch beziehungsweise Unternehmensleitungsmitglied Guido Wiegand in Deutschland und der Schweiz ein.

→ [Anmeldung zu Studiosus](#)

→ [Überblick alle Webinare](#)

GRATIS-STORNO

FRÜHBUCHER

Der Düsseldorfer Veranstalter Alltours will seine Kunden zum frühen Buchen animieren und eröffnet die Buchungsperiode für den Sommer 2024 mit einem speziellen Angebot. Buchungen von klassischen Pauschalreisen für 2024 können bis zum 31. Dezember 2023 ohne Angabe von Gründen kostenlos storniert oder umgebucht werden. Das kostenlose Stornoangebot gilt für Reisen zwischen dem 1. Mai und 31. Oktober 2024, auch für den Urlaub mit individueller Anreise, wie Wellness- oder Städtetrips.

DER TOURISTIK VERTRIEBSKONDITIONEN ECKPFEILER BLEIBEN

Die im vergangenen Jahr angekündigten 130.000 Euro Jahresumsatz als Voraussetzung für zehn Prozent Grundprovision werden beibehalten. Die Umsatzklassen der Vertriebskonditionen für 2023/2024 bleiben ebenfalls unverändert. Darüber hinaus hat die DER Touristik die grundlegende Logik und Struktur des Provisionsmodells beibehalten: Die Spitzenprovision liegt weiterhin bei 14 Prozent, die Aldiana-Umsätze fließen künftig in den Gesamtumsatz zur Berechnung der DER Touristik Provision ein, und der DER Touristik Bonus honoriert erneut Buchungen der Hotelmarken Sentido, Aldiana, Playitas, Ananea, Calimera und Cooeo zusätzlich.

Was ist neu? Aldiana-Buchungen werden vollständig zum Provisionsmodell der DER Touristik hinzu gerechnet. Die Umsätze werden mit einer garantierten Grundprovision von zehn Prozent sowie entsprechend der Umsatzklassen und mit 0,5 Prozent DER Touristik Bonus vergütet. Weitergeführt werden auch die Take more-Aktionen, welche unterjährig attraktive Zusatzertragschancen bieten. Beibehalten wird auch die Auszahlung der Grundprovision im Folgemonat der Buchung. Die Zusatzprovisionen errechnen sich ebenfalls weiterhin nach dem Eingang der Buchung und nicht nach dem Reisedatum. Das sorgt für maximale Planbarkeit.

Foto: iStock // DRV

Anzeige

Allianz  Travel

Alles so schön entspannt

Unsere digitalen Services sind die perfekten Reisebegleiter und passen in jedes Gepäck. Im Fall der Fälle kann ganz einfach über das Smartphone z. B. ein Versicherungsfall gemeldet oder ein Arzttermin vereinbart werden.

Mit
Air Doctor-
Service im
Ausland

ALLIANZ-REISEVERSICHERUNG.DE

REISEBUDGETS STEIGEN

Die meisten Reisenden erhöhen ihr Reisebudget 2023 trotz anhaltend hoher Lebenshaltungskosten und Inflation. Das durchschnittliche Budget pro Haushalt beträgt 1.962 Euro und damit 282 Euro mehr als noch im vergangenen Jahr. Das ist eines der Ergebnisse des Allianz Partners International Vacation Confidence Index. „Nach einem Jahr das unter anderem von einer hohen Inflation und steigenden Lebenshaltungskosten geprägt war, könnte man erwarten, dass die Reisenden im Jahr 2023 ihre Budgets kürzen und den Gürtel enger schnallen würden“, sagt Stefan Kirchner, Leiter Vertrieb Touristik bei Allianz Partners Deutschland. „Tatsächlich ist das Gegenteil der Fall: Die Reiselust ist nach wie vor extrem hoch und die Reisenden reagieren auf die höheren Preise, indem sie ihre Budgets aufstocken. Die Menschen berücksichtigen bei ihrer Urlaubsplanung auch Umweltrisiken wie Überschwemmungen und Brände. Die jüngsten extremen Wetterereignisse sind nicht unbemerkt geblieben“, sagt Kirchner.



5

Mio Hektoliter

WEIN LIEFERT ALLEIN ITALIEN an Deutschland, und ist damit das wichtigste Weinlieferland vor Spanien. Insgesamt hat Deutschland 14,4 Millionen Hektoliter in 2021 importiert.

EUROPAREISEN

Neue Gebeco-Kataloge

Neuheiten gibt es für alle Europareisende, Kleingruppenfans sowie Wander- und Radreisende. Mit speziellen Reisekonzepten unter dem Motto „Im Zuge der Zeiten“ überrascht der neue Themenjahr-Katalog. Anfang Juli waren die neuen Kataloge für Afrika und Orient, Amerika, Asien, Australien und Neuseeland sowie

Privatreisen von Gebeco erschienen. Alle Kataloge können über die Gebeco-Website bestellt oder dort als PDF eingesehen werden. Auch im Reisebüro sind die Kataloge verfügbar. „Jede unserer Reisen ist sozial, ökologisch und ökonomisch verantwortungsbewusst konzipiert“, sagt Michael Knapp, CCO von Gebeco.

Illustration und Fotos: LCC // iStock



LCC UNTERNEHMERTAGUNG

Franchise wächst

Rund 140 Reisebüro-Unternehmer, Branchenexperten und Führungskräfte haben sich kürzlich in Oberursel bei Frankfurt zur Unternehmertagung der Lufthansa City Center getroffen. Für gute Stimmung sorgte die Tatsache, dass LCC bereits die Umsatzmarke von einer Milliarde Euro geknackt hat und damit auf dem Niveau von 2019 ist. „Unser Franchiseverbund wächst. Wir werden als Heimathafen für unabhängige Reisebüros im Mittelstand immer beliebter“, freut sich LCC-Chef Markus Orth. Allerdings sieht Orth die Preisentwicklung für den Sommer 2024 kritisch: „Urlaub und Geschäftsreisen werden immer teurer und sind für manche Kundengruppen kaum noch erschwinglich.“ Dass der Vertrieb auf viele Preissteigerung am Ende dann doch mit Rabatten reagiert, kritisierte Professor Florian Bauer von Vocatus in seiner Keynote: „Rabatte sorgen für eine Vernichtung von Preisakzeptanz und letztlich auch Margen“, warnt er.

AUF ZU NEUEN UFERN!

Die Teilnehmer der Dialogtage sind zu Gast auf der AIDAnova und ihnen erwartet spannende Speaker sowie Workshops beispielsweise zu Social Media-Marketing: Vier Tage lang können sie sich in maritimer Umgebung und vorweihnachtlicher Atmosphäre mit Kolleginnen und Kollegen, der rtk Geschäftsführung und Branchenexperten austauschen, networken sowie sich über die aktuellen Projekte und News informieren. Die Teilnahme gibt es schon ab 99 Euro. Anmeldeschluss ist der 30.09.2023. Informationen zur Teilnahme

➔ www.myrtk.com

Gebeco

Reisen, die begeistern.

Das Gebeco Themenjahr



Im Zuge der Zeiten

10 weltweite Themenjahrreisen – wir stellen Weichen.

Mehr Informationen unter gebeco.de/themenjahr



9,53
Euro ...

... werden für 0,5 Liter Bier im Restaurant in Reykjavik fällig. Die Preise in Deutschland erscheinen dagegen gering: Vier Euro kostet der halbe Liter im Restaurant in Berlin. Bierpreise sind ein guter Indikator für die Höhe der Lebensmittelpreise im Ausland.

MODERNE E-LEARNING-FORMATE

Akademie wird ausgebaut

Bislang war TUI TRAVELStar (TTS) innerhalb der QTA für die Schulungen zuständig. Nach deren Ausscheiden übernimmt die QTA das Schulungsangebot und will es ausbauen. Dabei setzt QTA auf moderne e-Learning-Formate und bewährte Präsenzveranstaltungen gleichermaßen.

„Wir werden weiter in das Know-how und die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unserer Partnerbüros investieren“, erklärt QTA Sprecher Thomas Bösl. „Dazu gehören auch Schulungsreisen, die auch in Ziele führen sollen, die abseits der Hotspots liegen, wie zuletzt in Nordamerika.“

Foto: iStock

rtk, -)

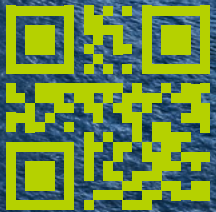
DIALOGtage

WE ♥ 2CU
16. – 20.12. @AIDAnova

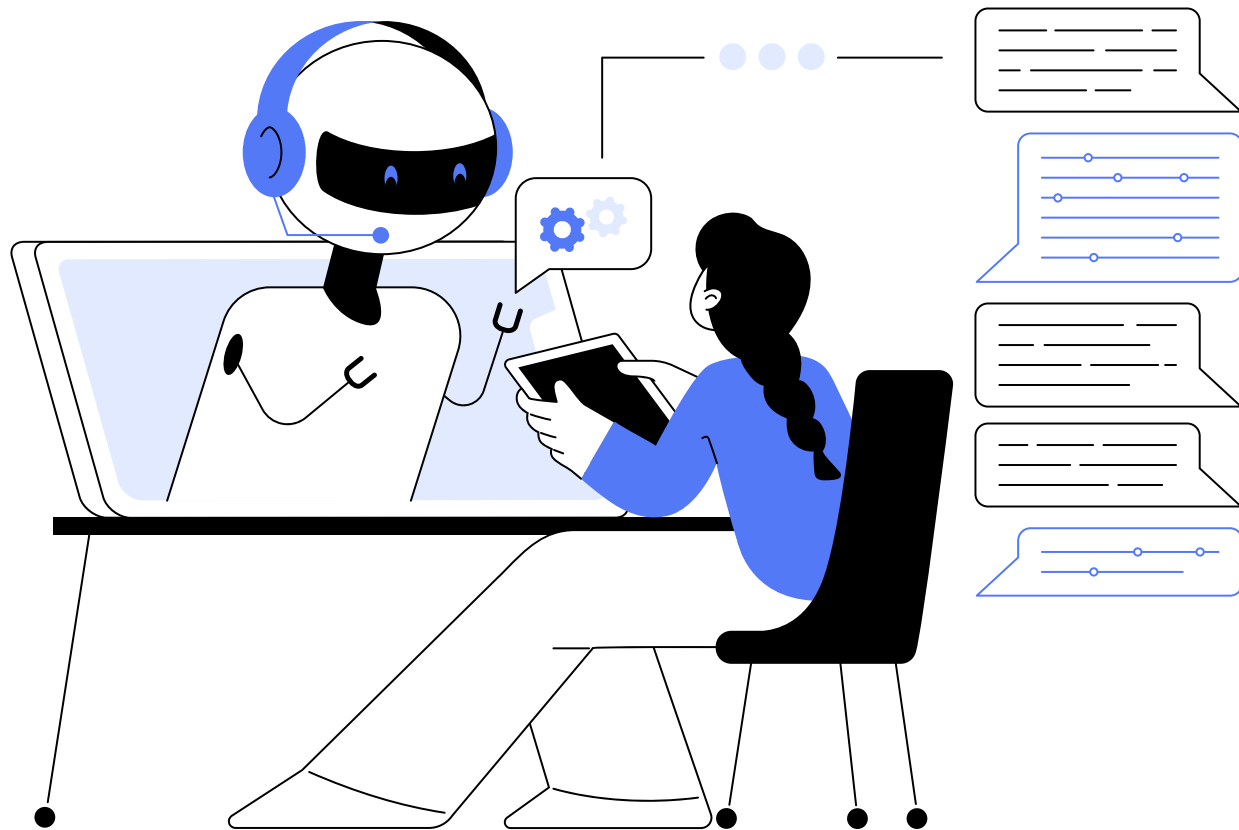


Kommen Sie mit uns zu den rtk Dialogtagen!

Freuen Sie sich auf ein spannendes und facettenreiches Programm, welches Sie an vier ereignisreichen Tagen von Hamburg über London und Zeebrügge nach Rotterdam führen wird. Melden Sie sich gleich online an!



myrtk.com



KI für Reisebüros: Geht das eigentlich?

Mit einem KI-Text-Generator kann man Inhalte erstellen lassen, ohne großen Aufwand. Sieben Fragen an KI-Profi David Carrillo von neuroflash in Hamburg.

1. Was ist Künstliche Intelligenz (KI) eigentlich?

KI steht für Künstliche Intelligenz, ein Computer- oder Maschinensystem, das entwickelt wurde, um menschenähnliche Denk- und Lernprozesse zu simulieren. Wenn wir über KI sprechen, können wir es uns wie eine riesige Bibliothek vorstellen, die sich aktiv ergänzt, dazulernt, sich anpasst und Entscheidungen treffen kann. Es ist, als ob die Bücher in dieser Bibliothek nicht nur Wissen enthalten, sondern auch die Fähigkeit haben, selbstständig nach neuen Informationen zu suchen, sie zu verstehen und daraus Schlussfolgerungen zu ziehen.

2. Gibt es praxisgerechte Anwendungen, und was ist bei Neuroflash anders?

Die Neuroflash -Lösung viele Zusatzfunktionen, wie beispielsweise Tools für das Um- und Weiterschreiben, eine integrierte SEO-Analyse sowie Plagiatsprüfung. Darüber hinaus ermöglichen unsere Workflows und die Generierung von KI-Bildern das einfache Erstellen von Blogartikeln und Social-Media-Posts mit einem Klick. Das macht das Schreiben mit KI erheblich einfacher.

3. Neuroflash ist eine europäische Lösung. Warum ist das wichtig und welche Rolle spielt das Thema Datenschutz?

Der entscheidende Vorteil einer europäischen Lösung besteht in den strengen Auflagen beim Datenschutz. Als deutsches Unternehmen halten wir uns strikt an die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Wir stellen also sicher, dass Kundendaten zu jeder Zeit geschützt und vertraulich behandelt werden. Unsere Kunden können sich darauf verlassen, dass ihre Daten niemals deutsche Server verlassen.

4. Warum sind Keywords so wichtig?

Keywords sind wie Schlüsselwörter, die uns helfen, Informationen im Internet zu finden. Es ist daher wichtig, relevante Keywords in den Inhalt der Webseite einzufügen. Das hilft Suchmaschinen wie Google die Seite zu verstehen. Möchten wir unsere Zielgruppe erreichen, sollten wir mit Keywords arbeiten.

5. neuroflash bietet Webinare in Kooperation mit TRVL Counter an. Wie kommt das an?

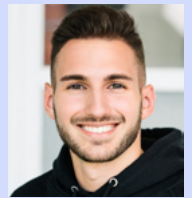
Bei unserem jüngsten Webinar nahmen insgesamt 57 Unternehmen aus der Touristikbranche teil, und haben nach unserer Präsentation 20 Minuten lang Fragen gestellt. Man sieht, das Interesse ist hoch und viele überlegen, interne Prozesse mit KI zu beschleunigen und zu optimieren.

6. Werden die Rechte von Dritten bei der Nutzung tangiert?

Alle generierten Texte werden jedes Mal von Grund auf neu generiert. Das bedeutet, dass Texte nicht einfach aus dem Internet zusammengestückt werden, wie manch einer glaubt, sondern tatsächlich neue, eigenständige Inhalte sind. Entsprechend gibt es hier auch keine Probleme mit dem Urheberrecht. Übrigens, auch KI-generierte Bilder können nach der aktuellen Gesetzgebung problemlos verwendet werden.

7. Das Briefing der KI zum Start ist sehr wichtig. Warum eigentlich?

Es ermöglicht der KI, die notwendigen Informationen und Anforderungen für ihre Aufgaben zu verstehen und angemessen zu reagieren. Das ist auch ganz logisch: Durch ein effektives und zielgerichtetes Briefing werden der KI somit Daten, Erwartungen und Kontext zur Verfügung gestellt. Ein gut durchdachtes Briefing hat somit einen direkten Einfluss auf die Genauigkeit, Effizienz und Qualität der von der KI erbrachten Leistungen.



DAVID WEISS CARRILLO, Marketing Relationship Manager bei neuroflash zuständig für Kollaborationen und Partnerschaften

INFOS

Den richtigen Ton treffen

Kann KI in seinen Antworten eigentlich Zielgruppen wie B2B oder Endkunden unterscheiden oder definieren? Entscheidend ist hier wieder das Briefing: Wenn ich den entsprechenden Kontext vorgebe, also meine Zielgruppe definiere, werden sich die Ergebnisse an diese Zielgruppe anpassen. Um die Frage also zu beantworten: Ja!

neuroflash verwendet für die Generierung von Texten mehrsprachige Sprachmodelle. Diese enorm großen Systeme werden mit Inhalten aus dem Web (über eine Milliarde Texte), Büchern oder auch Filmtranskripten trainiert.

KI-WEBINARE VON TRVL COUNTER UND NEUROFLASH

Wer das erste Webinar zu KI-basierte Social Media Posts verpasst hat, kann hier über diesen Link die Aufzeichnung vom 9. August anschauen.

→ <https://my.demio.com/recording/4YQiJWql>

Foto: und Illustration: iStock / neuroflash

Neues wagen!

Es ist ein Dilemma der Branche mit Ansage: Der Fachkräftemangel und fehlende Auszubildende. Mit Sorge blicken Reisebüros und Veranstalter auf das neue Ausbildungsjahr, denn der Mangel wird eher größer statt kleiner. Woran liegt das? Und wie kann man gegensteuern?

Text Jean-Marc Göttert



NEUES FORMAT: Bei den Speed-Recruitment-Events von easyboarding in verschiedenen Städten treffen ausgesuchte Bewerber auf Unternehmensvertreter, die sich präsentieren müssen.



„Noch nie war der Fachkräftemangel so akut wie heute.“

Norbert Fiebig hatte bereits vor zwei Jahren die ungeliebte Rolle der Cassandra übernommen und auf dem DRV-Kongress 2021 wie auch ein Jahr später auf dem Hauptstadtkongress Alarm geschlagen. „Der Arbeits- und Fachkräftemangel in der Touristik ist schlimmer denn je“, sagte er vor den versammelten Branchenvertretern. „Nie war der Arbeits- und Fachkräftemangel so akut wie heute. Seine Cassandra-rufe blieben weitgehend ungehört.“

Mehr offene Stellen Und die Situation wird schlimmer, denn der demografische Wandel in Richtung mehr Rentner und weniger Arbeitende ist eindeutig: Bis 2030 wird es rund fünf Millionen mehr Ruheständler als neue Arbeitskräfte geben, rechnet das renommierte Institut der Deutschen Wirtschaft in Köln vor.

Inzwischen hat sich der Markt nach der Pandemie stabilisiert, die Umsätze steigen. Seit Februar 2021 steigt daher auch die Zahl der Stellenanzeigen. Doch die Zahl der Arbeitssuchenden bleibt hartnäckig auf niedrigem Niveau. Ein

Ende des Fachkräftemangels ist nicht abzusehen, sagt Sophia Krekel, beim Stellenportal StepStone für Hotelkarrieren und Gastro-

Foto: easyboarding.de

Jobs verantwortlich. Auf der ITB 2023 beschrieb sie eine neue, für die meisten ungewohnte Situation: Nicht die Bewerber stellen sich vor, die Unternehmen müssen sich bei den Kandidaten bewerben.

Arbeitsnehmermarkt Das kann auch Steven Hille bestätigen, Gründer von easyboarding, einer neuen Recruitingplattform für die Touristik. „Der Markt hat sich grundlegend verändert“, sagt Hille. „Unternehmen müssen sich klar darüber sein, dass sie sich heute bei ihren künftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bewerben – und nicht mehr umgekehrt.“

Gründe für den Bewerberrückgang gibt es viele. Die Branche, die gerne für sich als „schönste Branche der Welt“ wirbt, hat ein handfestes Image-Problem. Unattraktive Arbeitszeiten und geringes Gehalt schrecken viele Bewerber ab. „Differenzen bei der Gehaltshöhe seien aber nicht der Hauptgrund für die Fluktuation qualifizierter Arbeitskräfte, obwohl sie mit 32 Prozent auf Platz zwei der Gründe liegen“, sagt Stepstone-Profi Krekel. Mit 37 Prozent am häufigsten genannt wurde bei den Antworten einer Umfrage: „Mangelnde Wertschätzung durch die Chefs.“ Ein Missstand, der sich ohne finanzielle Investitionen ändern ließe.

Nicht alle scheinen von dem Bewerbermangel gleich stark betroffen zu sein. Reiseland und RT Reisen, Dach für die RTK-Kooperation, können sich nicht über einen Mangel beklagen. Rund 690 Bewerbungen sind in diesem Jahr auf die freien Stellen als Expedient oder Büroleiter oder für Jobs in der Zentrale eingegangen. Bei den Ausbildungsplätzen ist die Zahl der Bewerber noch größer: Hier kommen auf 40 Ausbildungsplätze 900 Bewerbungen. „Wir gehen nicht den klassischen Weg über lange schrift-

liche Lebensläufe und formelle Anschreiben, sondern halten die Prozesse schlank und orientieren uns so weit wie möglich an den Belangen unserer Zielgruppe“, sagt Cassandra Ferebee, Bereichsleiterin Personal & Training. Auch das „Vorteilspaket“ von Reiseland und RT Reisen kommt gut an. Dazu zählen ein Inflationsausgleich, Berufsunfähigkeitsversicherung und Krankenzusatzversicherung.

Einen ungewohnt neuen Weg gehen auch die Alltours-Reisecenter: Die Reisebüro-Kette hat eine bunte Employer-Branding-Kampagne gestartet, um Fachkräfte für den Vertrieb zu gewinnen. Beim Werbeshooting stehen 16 Mitarbeiter von Alltours Reisecenter im Mittelpunkt. Neben Counter-Kräften sind auch die Bereichsleiterin Franchise, Vivien Heydebreck-Jahnke, sowie Michael Sawang, Geschäftsführer von Alltours Reisecenter dabei. Die Kampagne wird über Off- und On-

line-Kanäle ausgespielt. „Grundsätzlich setzen wir auf die Ausbildung im eigenen Unternehmen“, sagt Marius Kaczmarek, Leiter Personal und Logistik bei Alltours. Die Übernahmequote, so Kaczmarek, liege bei fast hundert Prozent.

„Herkömmliche Ausbildungsprogramme sind nicht mehr zeitgemäß“, sagt Markus Orth, Chef der Franchise-Kette Lufthansa City Center. „Die Berufsschulen laufen hier der Entwicklung hinterher, deshalb müssen wir ergänzend mit eigenen Ausbildungskonzepten vorangehen“, so Orth. Trotz Erfolge sind viele Unternehmen abwartend. „Neue Ideen in der Touristik lösen eine große Skepsis aus“, sagt easyboarding-Gründer Hille. „Man setzt gerne auf Altbewährtes, anstatt mutig zu sein und Innovationen auszuprobieren.“

→ <https://easyboarding.de/>



FRAGEN AN

Holger Laube
Bereichsleiter Franchise bei Lufthansa City Center

Viele Reisebüros und Veranstalter tun sich schwer, neue Wege zu gehen und neue Formate auszuprobieren. Wie ist das bei Lufthansa City Center?

Wir gehen tatsächlich andere Wege und haben beispielsweise 2022 das Quereinsteigerprogramm LCC JUMP eingeführt. Im Oktober startet bereits die dritte Runde dafür. Wir sind auch bei den Nachwuchskräften erfolgreich: 120 Auszubildende haben zum 1. August ihre Ausbildung gestartet und werden in den nächsten Monaten mit unserem Programm Young Talent unterstützt und begleitet.

Bezahlung ist ein zentrales Thema bei den Bewerbern. Hier ist das Niveau im Vergleich zu anderen Branchen am unteren Ende der Skala. Was also tun? Die Bezahlung im Reisebürovertrieb ist nicht durchgehend schlechter als anderswo. Die Benefits im Reisebürovertrieb wie Reisevergünstigungen und die Teilnahme an exklusiven Famtrips müssen stärker betont werden. Ebenso sollte – da wo möglich – hybrides Arbeiten ermöglicht und durch die Beratung auf Termin flexiblere Arbeitszeiten umgesetzt werden.



STEVEN HILLE

Der 34-jährige Steven Hille kommt ursprünglich aus der Werbe- und Kommunikationsbranche und hat dort 2012 die Plattform STELL-MICH-EIN gegründet. Bis heute zählt die Website rund 18.000 Bewerbungen von jungen Talenten und knapp 600 Unternehmensanmeldungen. Die Erfolgsgeeschichte von STELL-MICH-EIN will Hille in der Touristik fortschreiben und kooperiert mit dem DRV und Medienpartner TRVL Counter.

→ <https://easyboarding.de>

INTERVIEW

„Den Extraschritt gehen“

Knapp ein Jahr ist easyboarding, die Recruiting-Plattform gegen den Fachkräftemangel in der Touristik in Kooperation mit dem DRV und TRVL Counter, am Start. easyboarding bietet über alle Karrierestufen – vom Einsteiger bis zur leitenden Position mit Personalverantwortung – die passende Recruiting-Lösung. TRVL Counter sprach mit Mitgründer Steven Hille über den Start der Plattform.

Text Jean-Marc Götttert

Der Fachkräftemangel macht allen Branchen zu schaffen. Vor welchen Herausforderungen steht aktuell die Tourismusbranche?

Der Markt hat sich längst grundlegend verändert. Unternehmen müssen sich klar darüber sein, dass sie sich heute bei ihren künftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bewerben – und nicht mehr umgekehrt.

Das dürfte wirklich hinlänglich bekannt sein. Warum tun sich aber Reisebüros und Veranstalter trotzdem so schwer?

Wir sehen ja, alle suchen qualifiziertes Personal, alle suchen neue Mitarbeitende. In der Touristik habe ich oft den Eindruck, dass der notwendige „Extraschritt“, um

diese Mitarbeitenden zu gewinnen, gar nicht gemacht wird. Das hängt meiner Erfahrung nach häufig von der Struktur der Branche ab. In vielen Reisebüros arbeiten nur zwei bis sechs Mitarbeitende, da gibt es natürlich keine eigenen Recruiting-Abteilung. Meist übernimmt die Geschäftsführerin oder der Geschäftsführer diese Aufgabe nebenbei. Das führt dazu, dass sie wenig Zeit- und Finanz-Ressourcen haben, sich um das Recruiting zu kümmern. Sie tun sich schwer, Mitarbeitende in dem hart umkämpften Markt zu gewinnen.

Sie haben 2022 die Job- und Recruiting-plattform easyboarding gegründet. Wie soll sie konkret helfen?
easyboarding ist eine super Möglichkeit für

Foto: Marcel Kautz für DRV // TRVL Counter // easyboarding

Unternehmen aus der Touristik, unkompliziert Mitarbeitende zu gewinnen. Das geht über verschiedene Recruiting-Lösungen. Unternehmen können bei uns ein Profil anlegen und sich bei ihrer Zielgruppe als Arbeitgeber im Vergleich zu anderen präsentieren. Wir bieten Unternehmen aber auch die Möglichkeit, für sie als Headhunter zu agieren. Das heißt, sie sagen uns einfach, was sie suchen, und wir machen uns auf den Weg und liefern die passenden Bewerber zu den Anforderungen. Auch Fachkräfte können ihr Profil in unserem Talent-Pool anlegen, auf den Unternehmen mit dem Einverständnis der Fachkräfte zugreifen können.

Welche Bereiche werden ausgeschrieben?

Auf easyboarding.de finden sich offene Stellen in elf Jobkategorien in der Reisewirtschaft wie Vertrieb & Verkauf, Produktmanagement sowie Marketing & Kommunikation und allgemeine Informationen und Tipps. Eine wichtige Rolle spielt bei unserem Konzept das persönliche Kennenlernen. Dafür bieten wir Unternehmen und Bewerbern unsere Speed-Recruiting-Events in mehreren deutschen Städten an.

Wie genau funktionieren die Speed-Recruiting-Events?

Bei diesen Events haben zehn bis zwölf Unternehmen die Möglichkeit, drei Stunden lang mit bis zu 20 Talenten persönliche Gespräche zu führen und den Menschen hinter dem Lebenslauf kennenzulernen, den sie bei herkömmlichen Bewerbungen zuerst sehen. Das heißt, ganz ohne zeit- und personalaufwendige Stellenausschreibungen und Einladungen zu Vorstellungsgesprächen lernen Unternehmen auf diesen Events potenzielle neue Mitarbeiter kennen.

Auch wenn easyboarding ja erst vor knapp einem Jahr gestartet ist, lässt sich bereits etwas über die Erfolgsquote der Speed-Recruiting-Events bei der Einstellung von Fachkräften sagen?

Aus unseren Umfragen nach den bisherigen Speed-Recruiting-Events in Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Berlin und Frankfurt wissen wir, dass die Unternehmen im Durchschnitt auf jedem Event 1,25 Mitarbeitende eingestellt haben. Da ist sehr erfolgreich, weil jedes Unternehmen, das sich darauf eingelassen hat, mindestens eine

Person eingestellt hat. Ich weiß von Unternehmen, die sogar zwei Personen eingestellt haben. Ich persönlich sehe das Speed-Recruiting-Event – neben unseren Headhunting-Angeboten – als erfolgreichste Möglichkeit, Mitarbeitende zu rekrutieren. Vorausgesetzt, das Unternehmen ist in der Stadt ansässig, die wir gerade bespielen. Also ein Unternehmen aus Nürnberg sollte beispielsweise nicht beim einem Event in München mitmachen. Das glaube, ich, funktioniert eher nicht.

Und wie ist bislang das Feedback der teilnehmenden Unternehmen?

Wir haben auf unserer Website Statements von Unternehmen veröffentlicht, die unsere Lösungen ausprobiert haben und auch jemanden eingestellt haben. Das sind zum Beispiel Eurowings und Phoenix Reisen. Sie sagen: „Wir waren anfangs skeptisch, aber es hat uns überzeugt und wir haben sogar jemanden eingestellt.“

Ist dieser allgemeiner Vorbehalt ein strukturelles Problem oder braucht es einfach Zeit bis sich dieses neue Konzept eingespielt hat und in der Branche angenommen wird?

Grundsätzlich ist es ja so, dass alle neuen Dinge, ob es neue Produkte, neue Lösungen oder neue Reiseformen eine gewisse Anlaufzeit brauchen. easyboarding ist jetzt gerade einmal zehn Monate alt. Aus den Erfahrungen aus der Kommunikationsbranche hätte ich gedacht, dass alles schneller geht und mehr Fahrt aufnimmt, eben weil der Druck da ist. Wir brauchen einfach ein bisschen Geduld, und müssen die Branche überzeugen, dass es funktioniert.

Trotz der Erfolge sind die Unternehmen wohl abwartend oder?

Ja, generell stellen wir fest, dass neue Ideen in der Touristik erst einmal eine ganz große Skepsis auslösen und dass man sehr gerne auf Altbewährtes setzt, anstatt mutig zu sein und Innovationen auszuprobieren.

Was ist Ihre Einschätzung für die Branche: Wird das Thema Fachkräftemangel in der Touristik größer, kleiner oder schwieriger?
Ich glaube, über alle Branchen in Deutsch-



Wir stellen fest, dass neue Ideen in der Touristik erst einmal eine große Skepsis auslösen, und dass man sehr gerne auf Altbewährtes setzt, anstatt mutig zu sein und Innovationen auszuprobieren.



MEDIENPARTNER: TRVL Counter begleitet die neue Job- und Recruitingplattform seit ihrer Gründung und berichtet unter anderem regelmäßig über die Speedrecruiting-Events.



Es gibt kaum Angebote für Remote Work, und an Incentive Reisen dürfen meist nur Führungskräfte oder erfahrene Mitarbeiter teilnehmen, die schon ein paar Jahre in der Branche arbeiten.

land hinweg werden wir einfach ein riesiges Problem bekommen. Es gibt schon Analysen, die besagen dass in wenigen Jahren schon jede dritte Fachkraft fehlen wird. Das

Problem lässt sich auch nicht durch Zuwanderung stoppen oder auffangen. Zudem laufen die demografische Entwicklung und die Zeit gegen uns.

Die Branche leidet ja unter dem erschwerten Handicap, dass sie in der Regel schlecht bezahlt. Das heißt, die Gehaltsvorstellung der Generation Z passt nicht zu dem, was Touristik-Unternehmen bereit sind zu bezahlen. Wie ist da Ihre Erfahrung?

Das ist tatsächlich ein Problem. Wir haben nach der Rücksprache mit einem Unternehmen festgestellt, dass es an Events teilgenommen hat und fünf, sechs sehr aussichtsreiche Kandidatinnen und Kandidaten kennengelernt hat, doch die Einstellung letztendlich an den Gehaltsvorstellungen gescheitert ist. Ich könnte mir vorstellen, dass es für die Branche künftig noch schwerer werden wird, wenn sie schon in 2023 nicht in der Lage ist, die Einstiegsgehälter zu zahlen, die andere Branchen bezahlen. Diese liegen zwischen 40.000 und 55.000 Euro Jahresgehalt. Dann potenziert sich das Problem natürlich in der Zukunft. Die Branche konkurriert ja nicht allein mit sich selbst, sondern vor allem mit anderen Branchen.

Von Anfang an hatte easyboarding mit dem Branchenverband DRV einen schwer-

gewichtigen Kooperationspartner an Bord. War das hilfreich?

Die Kooperation mit dem DRV hat uns extrem geholfen. Wir sind durch den großen Partner schnell bekannt geworden, und einige Unternehmen sind auf uns zugekommen und wollten mitmachen. Normalerweise ist das ein Business, wo wir auf die Unternehmen zugehen, denen das Produkt erklären und sie mitmachen oder nicht. Das ist sicherlich allein der Partnerschaft durch den DRV zu verdanken, die natürlich Lösungen wie diese fördert.

Die Touristik wirbt ja damit, dass sie die schönste Branche der Welt ist und dass die jungen Leute oft auf Reisen gehen und die Welt entdecken können. Ist das tatsächlich etwas, was zieht?

Tatsächlich findet in der Touristik der Job gerade für die Einsteiger zum Großteil im Büro und nicht auf Reisen statt. Es gibt kaum Angebote für Remote Work, und an Incentive-Reisen dürfen meist nur Führungskräfte oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter teilnehmen, die schon ein paar Jahre Tourismus-Erfahrung mitbringen. Der Beruf hat aber viel mit positiven Emotionen zu tun. Das ist ein großer Vorteil und das interessiert und begeistert die Leute. Wir haben nach der Pandemie gemerkt, dass sich viele beworben haben, die vor der Pandemie im Tourismus arbeiteten, aber wegen der Krise gewechselt hatten. Sie stellen dann fest, dass es ihnen fehlt. Trotzdem muss am Ende auch das Gehalt stimmen.

Danke fürs Gespräch! 🚢

→ <https://easyboarding.de/>

Foto: TRVL Counter // easyboarding



Fachschule Wirtschaft Tourismus der BBS Cochem mit Weiterbildungsangebot

Seit 30 Jahren ist die Fachschule Wirtschaft-Tourismus fester Bestandteil des Angebots der Berufsbildende Schule (BBS) in Cochem. Seitdem hat eine große Zahl an AbsolventInnen das Weiterbildungsangebot in Teilzeit durchlaufen. Die Fachschule „Tourismus“ bildet Fachkräfte aus der Reisebranche, dem Hotel- und Gastgewerbe und der Fremdenverkehrsverwaltung sowie alle kaufmännischen Berufsrichtungen durch einen praxis- und marktorientierten Bildungsgang aus. Die Dauer des Bildungsganges beträgt drei Jahre (sechs Semester) mit Abschlussstaatlich geprüfte/r Betriebswirt/in beziehungsweise Bachelor Professional in Wirtschaft.



→ <https://bbs-cochem.de/bildungsangebot/>



Abheben mit einem Studium an der Hochschule Worms

Sie sehen Ihre berufliche Zukunft im Tourismus oder Luftverkehr? Sie sind interessiert an abwechslungsreichen und aktuellen Inhalten von Top-Professoren an einer familiären Hochschule? Dann sind Sie am Fachbereich Touristik/Verkehrswesen genau richtig. Unser breit gefächertes Studienangebot ist so vielfältig wie die Tätigkeiten im Tourismus selbst. Sie haben die Wahl zwischen allgemeinen und speziellen Studiengängen der Touristik und des Verkehrswesens. Entscheiden Sie sich für den Studiengang, der Ihren individuellen Interessen entspricht! Wir bilden wissenschaftlich-fundiert und praktisch-orientiert aus, immer nach dem neuesten Forschungsstand.



→ www.hs-worms.de/touristik



Fakultät Tourismus-Management: Mehr als nur Tourismus studieren

Die Hochschule für angewandte Wissenschaften Kempten bildet seit 1978 als einzige staatliche Hochschule im Allgäu Akademikerinnen und Akademiker in den Wissenschaftsbereichen Maschinenbau und Elektrotechnik, Betriebswirtschaft und Tourismus, Informatik und Multimedia sowie Soziales und Gesundheit aus. Unser Bachelor-Studiengang „Tourismusmanagement“ vermittelt Wissen für die Arbeit als Manager*in in einem klassischen Tourismusunternehmen. Der Master of Science „Transformation und nachhaltige Lebensraumentwicklung“ vermittelt, wie Destinationen transformiert und der Tourismus neu gestaltet werden kann.



→ <https://www.hs-kempten.de/>



Ready for Take off: Weiterbildungen im Tourismus

Unter dem Motto „Bildung, die bewegt“ bietet das IST-Studieninstitut seit mehr als 30 Jahren berufsbegleitende Weiterbildungen als staatlich zugelassener Fernunterricht an. Zur Wahl stehen berufliche Qualifikationen in den Fachbereichen „Kommunikation & Wirtschaft“, „Sport & Management“, „Tourismus & Hospitality“, „Fitness, Wellness & Gesundheit“. Darüber hinaus bietet die IST-Hochschule für Management anerkannte akademische Abschlüsse in diesen Branchen an. Die Bachelor- und Master-Fernstudiengänge zeichnen sich durch hohe Flexibilität und einem ausgeprägten Praxisbezug aus.



→ www.ist.de

Der neue Turbo fürs Reisebüro?

Was leistet Sabre Vacations mehr als die Wettbewerber? Laut Tom Fecke, Regional Director Central & Eastern Europe, sind das Bistro von Amadeus, Cosmonaut von Traffics und Xena von Schmetterling.

Text Thomas Grether



TOM FECKE, EUROPA-CHEF SABRE

Das neue Sabre Vacations gibt es seit Juli und soll über jeden Browser, dem PC und auf iPad und iPhone laufen.

Mit Sabre Vacations bieten wir Reisebüros erhebliche Wachstumschancen“, verspricht Tom Fecke. Der Top-Manager bei Sabre absolvierte im Sommer eine Tour durch Europa, um das neueste Produkt vorzustellen. Es löst Ende diesen Jahres Shop Holidays ab. Als voll integriertes CRS müssen Expedienten nicht mehr zwischen verschiedenen Produkten hin und her springen. Das gelingt Sabre durch eine Kooperation der IT von Peak-

work. Sabre Vacations bindet Drittsysteme wie Customer Relationship Management (CRM) oder Mid- und Backoffice-Tools ein. Wenn es nach Fecke geht, soll das neue System der Turbo im Reisebüro werden. Es soll Reisen leichter und schneller finden, vergleichen und buchen soll es auch können. Doch was kann Sabre Vacations mehr als die Wettbewerber? Wir haben bei Tom Fecke und seinem Produktexperten Uwe Glasbrenner einmal nachgefragt. ⚓

Foto und Screenshot TRVL Counter // Sabre

1. BEI DER SUCHE WERDEN BEWERTUNGEN INKLUDIERT

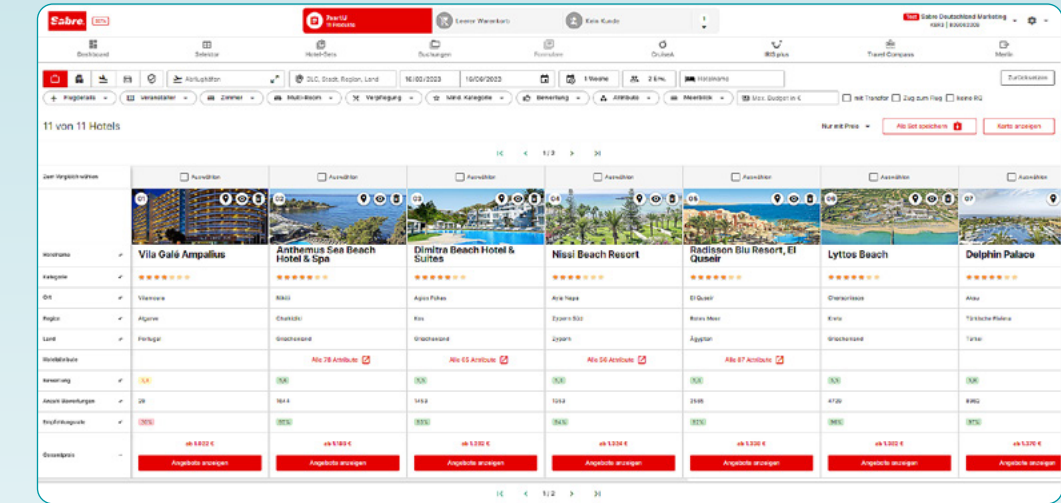
Die Anzahl von Bewertungen fließt gleich in der Suche mit ein. Der Kunde möchte eine Auswahl von Hotels in der Karibik, deren Tauchschulen Padi-Kurse anbieten – mittlerer Standard. Das System wirft 21 Häuser aus, bei denen auch sofort gebucht werden können.

te. Weil der Kunde nur bestimmte Verpflegungsleistungen will, engt sich die Auswahl auf 14 Hotels ein. Besonderheit Nummer eins: Das System zeigt jetzt nur Hotels mit einer vorher eingestellten Mindestzahl von Holiday-Check-Bewertungen an.

2. MULTI-ROOM-ABFRAGE

Zwei Pärchen verreisen zusammen und wollen unterschiedliche Zimmertypen im gleichen Hotel. Die Einen wollen ein Standard-Zimmer mit Meerblick, die anderen mehr Platz und deswegen eine Junior-Suite. Die Einen wollen All-

inclusive, den Anderen reicht Halbpension. Jetzt können diese unterschiedlichen Zimmertypen gleichzeitig geshoppt werden. „Das können unsere Wettbewerber in dieser Form nicht“, sagt Tom Fecke.



KOSTENPUNKT: 24 Euro pro Agentur und 25 Euro pro Arbeitsplatz soll das System kosten. „Das ist für den Reisebüro-Chef ein überschaubares Investment, das sich schnell bezahlt macht“, sagt Sabre-Manager Fecke.

3. VARIABLE KOMBI MIT UNTERSCHIEDLICHEN FLÜGEN

Sehr variable Kombination mit unterschiedlichsten Flügen sind möglich – inklusive Preisdarstellung. Beispiel: Eine Familie mit zwei Kindern im Grundschul-Alter gibt zunächst an, in eine bestimmte Region am Mittelmeer fliegen zu wollen. Sie fordern vom Reisebüro einen Überblick von günstigen Packages: 14 Tage Flug, All inclusive-Hotel, Transfer. Nachdem die Kunden eine Nacht über die Angebote geschlafen haben, wollen sie das Angebot variieren. Was kostet es im möglichen Zeitraum mehr, drei Tage länger zu bleiben und mit

einer anderen Airline zu fliegen? Was bietet den Vorteil, früh morgens hin sowie spät zurückzufliegen? Schließlich wäre ein Bungalow praktischer als das Familienzimmer. Auch hier weist Sabre Vacations die Preisunterschiede aus – natürlich nur, wenn es Vakanz gibt. Durch den modernen Aufbau des Systems gibt es keine Datenlimits: Reiseveranstalter können eine hohe Anzahl an Angeboten einspielen und so Produkte anbieten, die sich unterscheiden. Die Anzahl der Kombinationen ist damit technisch unbegrenzt.

4. ABFLUGHÄFEN WÄHLEN

Der Kunde wohnt im Ruhrgebiet. Fünf verschiedene Start-Airports sind ins gewünschte Zielgebiet möglich. Die Urlauber dürfen wählen zwischen der günstigen und der etwas teureren Lösung mit bequemen Abflugzeiten. „Die Darstellung, die wir bieten, ist bedeutend besser als die, die es aktuell im Internet gibt“, betont Fecke.

5. VORTEIL WARENKORB

„Die Warenkorb-Funktion macht die Entscheidung für den Kunden am Ende leichter und ist für den Expi leichter und schneller argumentierbar“, erklärt Sabre-Manager Tom Fecke. Früher gab es die Toma- oder die Merlin-Maske, die von der Darstellung und Handhabung sehr kryptisch war. „Mit Sabre Vacations bucht der Kunde aus einem leicht verständlichen Warenkorb. Sie ist vergleichbar mit der

graphischen Oberfläche, wie sie beispielsweise Amazon beim Einkauf von Waren bietet“, erklärt er. Die gewohnte Buchung über die Merlin-Maske ist alternativ möglich. Auch wichtig: Mit Paxlounge kann die Reise-Verkäuferin die Angebote an den Kunden verschicken. Wenn der Stammkunde im Reisebüro sitzt, zieht sich das neue System die wichtigsten, bekannten Kundendaten aus dem Mid Office.

6. SUCHE ÜBER HOTELSETS

Das funktioniert wie virtuelle Kataloge. Expis können damit Hotels nach individuellen Kriterien gruppieren. So können sie bestimmte Kundensegmente, etwa Hochzeitsreisende, Golfurlauber oder Familien mit kleinen Kindern, gezielt ansprechen und beraten. Die Hotelsets basieren auf dem Produktwissen der Expedienten und können innerhalb des Reisbüros weitergegeben und gemeinsam genutzt werden. So ist das enorm wichtige Fachwissen innerhalb des Reisebüros für alle nutzbar.

STOPOVER

Die große Stille in der Disko Bay

Etwa auf halber Höhe an der Westküste Grönlands befindet sich das Luxuscamp Nomad Greenland. Die Bucht ist berühmt für den majestätischen Ilulissat-Eisfjord sowie für seine faszinierende Natur. „Fernab von Straßen und Siedlungen, zwei Tagesmärsche von der nächsten Ortschaft entfernt, verlangsamt sich das Leben auf gletscherähnliches Tempo“, sagt Dirk Gowin, Gründer und Geschäftsführer bei Select Luxury Travel. Nach ruhigen Stunden im Camp zieht es die Gäste hinaus in die Umgebung, wo sie Einblicke in die Kultur der Inuit erhalten. Von Longline-Fischerei über Walbeobachtung, Muschelsammeln, Eisbergsafaris, Beerenpflücken bis hin zu Wanderungen – die Möglichkeiten für naturverbundene Abenteuer sind vielfältig. Beeindruckend ist die Tagestour zu den Gletschern Torssukátak und Eqi, die mit ihrer Größe und Abgeschiedenheit einzigartig sind. Bei einem Ausflug zu den verlassenen Dörfern Qullissat und Tartunaq erleben Besucher die traditionelle Lebensweise vergangener Generationen. Das Luxuscamp „Nomad Greenland“ ist jedes Jahr von Juni bis September geöffnet und in Deutschland exklusiv bei Select Luxury Travel zu buchen. ⚓

→ <https://select-luxury.travel/erlebnis-groenland>

Starten mit der morning news
trvlcounter.de/newsletter-bestellen
 Jetzt anmelden!



»Jede unserer Reisen ist sozial, ökologisch
 und ökonomisch verantwortungsbewusst konzipiert.«
 Michael Knapp, CCO von Gebeco.

★★★ Der Winter läuft

Die TUI Group zeigt sich zufrieden mit der Buchungsentwicklung für den laufenden Sommer und die kommende Wintersaison und erwartet eine „positiven Dynamik“ aus dem Sommergeschäft. TUI hat das Winterangebot gegenüber dem Vorjahr ausgeweitet und die Preise angehoben. Die vielversprechende Buchungslage in allen wichtigen Quellmärkten werde durch einen Preisanstieg von vier Prozent begleitet, heißt es im aktuellen Buchungs-Update. Derzeit liegen die Buchungszahlen insgesamt 15 Prozent über denen des Winters 2022/23.

NEUE MARKE TIME TO SMILE

TUI schafft jetzt mit Time to Smile eine eigene Marke für hochwertige 4-Sterne-Apartments für Selbstversorger“, sagt Nicole Sohnrey, Leiterin Auto-, Städte- und Bausteinreisen TUI Deutschland. „Time to Smile ist exklusiv bei TUI buchbar und startet zum Winter mit drei Apartmentanlagen“, so Sohnrey. Der Ausbau des Angebots, etwa 30 Apartmentanlagen in den nächsten zwei Jahren, sei bereits in Planung. Für den Skiurlaub empfiehlt sich das Time to Smile Golden Lodges Rauris in Österreich. Es befindet sich im Skigebiet Rauriser

Hochalmbahnen direkt an der Skipiste. Der Skilift wird nach rund 600 Metern erreicht. Für die Ausrüstung steht ein beheizter Skiraum zur Verfügung. Eltern entspannen in der finnischen Sauna, während sich der Nachwuchs ab sechs Jahre im Kinderspielraum austobt. Auf Wunsch kann die Unterkunft mit Verpflegungsangeboten gebucht werden wie Frühstück auf dem Zimmer. Im Bistro gibt es für die Gäste Kuchen, Eis und Getränke zur Stärkung.

→ www.tui.com/time-to-smile

Illustration: iStock // Gebeco

WINTERMAGAZIN VON FTI Urlaubsinspiration

FTI animiert mit seinem frisch erschienenen Best of-Katalog alle, die dem teils tristen Wetter in Deutschland entfliehen wollen, zur Urlaubsplanung. „Ob Schneeballschlacht oder Sandburgenbauen – in vier Themenblöcken geben wir Empfehlungen für möglichen Urlaub in der Reisezeit von Dezember 2023 bis Februar 2024“, verspricht Richard Reindl, Director Sales and Marketing bei FTI. Zusätzlich sorgt eine große Fotostrecke, die die Lieblingsziele einzelner FTI-Mitarbeiter zeigt

und das Alleinreisespecial für Lust auf (Solo-)Urlaub. News aus der FTI-Welt, FAQs zum Veranstalter sowie zu dem Reiseplanungstool FTI360 runden das Magazin inhaltlich ab. Ein Imagevideo und Postingvorlagen auf der FTI GROUP Serviceseite unterstützen die Reisebüros beim Verkauf. Eine digitale Version des Magazins steht auf den Serviceseiten der FTI GROUP bereit.

→ <https://travelmag.fti.de/de/best-of-winter/start>



GRIECHENLAND

BETTENSTEUER

Griechenland-Urlauber müssen im nächsten Jahr mit höheren Kosten rechnen. Die griechische Regierung will den Wiederaufbau nach den Umweltkatastrophen dieses Sommers auch mit einer Anhebung der Bettensteuer finanzieren, kündigt Premierminister Kyriakos Mitsotakis an.

Anzeige



Green & Fair Hotels



Nachhaltig-zertifizierte Hotels
in IRIS.plus ganz leicht filtern!



QR Code scannen
und mehr im
TUI NEWSNET
erfahren

* Die Green & Fair Hotels erfüllen die Kriterien des Global Sustainable Tourism Councils.



SILBERHOCHZEIT AUF CURAÇAO

Mehr Glück geht nicht!

Bernadette und Thomas Eigner vom Reisebüro Scheidweiler in Neuwied konnten die gute Nachricht fast nicht glauben: Sie hatten eine Hochzeitsreise samt Hin- und Rückflug ab Deutschland nach Curaçao mit KLM Royal Dutch Airlines inklusive sieben Nächten für zwei Personen im neueröffneten Fünf-Sterne-Sandals Royal Curaçao gewonnen! Bernadette hatte sich mit ihrer Einsendung in Form eines Gedichts, einem Live-Heiratsantrag und einigen Instagram-Reels klar gegen die Mitbewerber durchge-

setzt. Kreativer Ideengeber der ungewöhnlichen Verlosung war das Curaçao Tourist Board, das gemeinsam mit den Partnern KLM, Sandals Resorts sowie TRVL Counter das Ganze im Juni 2022 umgesetzt hat. „Wir haben dort unser Eheversprechen erneuert und die durch Corona ausgefallene Silberhochzeit nachgeholt“, erzählt Bernadette. Strahlend präsentierte sich das junge Brautpaar am Strand und teilte fleißig ihr Glück mit Freunden in aller Welt. „Es war definitiv eine unvergessliche Erfahrung!“



The Dead Sea Revival Project will die historischen Wasserquellen des Toten Meeres wiederherstellen.

Mehr als 40 Milliarden Tonnen Mineralien sind im Toten Meer gelöst. Sein Magnesium wirkt antiallergisch und soll die Hautalterung verzögern.



Nachhaltiger Tourismus

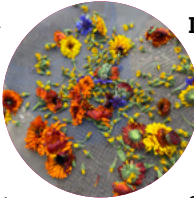
Israel setzt verstärkt auf die Entwicklung von umweltfreundlichen Projekten, um seinen Besuchern ein nachhaltiges Reiseerlebnis zu bieten.

Keine Frage, das kleine Land bietet viele Möglichkeiten, in der Wüste wie auch in den Städten nachhaltigen Tourismus zu fördern. Dazu gehören ökologische Lehrbauernhöfe, Selbstversorger-Unterkünfte, Simulationen, Einführungen im wassersparenden Gartenbau oder informative Touren und Museen.

Tel Aviv, Haifa und Jerusalem sind Teil des Projekts Plastic Free Israel und setzen sich für die Reduzierung von Einwegplastik ein. Ebenso zeigt sich Eilat am Roten Meer mit dem Verbot von Einwegverpackungen an Stränden umweltbewusst. Die Sauberkeit der

Strände spiegelt sich auch in der diesjährigen Auszeichnung von 59 israelischen Stränden mit dem Blue Flag Award wider.

Auch in puncto nächtlicher Beleuchtung von öffentlichen Orten setzt sich Israel für eine energieeffiziente Stadtplanung ein. Das im April 2022 installierte Pilotprojekt LumiWeave im Atidim-Park in Tel Aviv ist ein gutes Beispiel dafür. Das innovative System, das mit einem Sonnensegel zu vergleichen ist, spendet tagsüber Schatten, nachts leuchtet es von der über den Tag gewonnenen Sonnenenergie.



DIE ORGANIC SPICE UND HERB FARM in Beit Lechem Haglilit ist spezialisiert auf seltene Kräuter und Gewürze.

Seit über 45 Jahren gibt es im Kibbuz Nir Oz ein ökologisches Gartenprojekt, das sich mit den rauen, trockenen Bedingungen der Negev-Wüste befasst. Hier war es möglich, einen grünen und blühenden Garten mit der Hälfte der Wassermenge zu erhalten, die bei herkömmlicher Gartenarbeit verbraucht wird.

➔ <https://goisrael.com>



GUTE VIBES AUF JAMAICA

Im Winter hat die Karibikinsel mehr Vorzüge als nur Sonne und Strände. Die Insel wird zum Schauplatz aufregender Events und Festivals. Von kulinarischen Erlebnissen bis hin zu Sportevents und kulturellen Festen hat Jamaika für Reisende und Einheimische viel zu bieten. [Infos](#)

QUELLMARKT USA

DIE AMIS KOMMEN

Mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten bauen die USA ihre Position als wichtigster Überseemarkt für den deutschen Incoming-Tourismus aus. Marktforscher erwarten für das laufende Jahr rund 6,2 Millionen Übernachtungen aus den USA in Deutschland, für 2024 werden sogar 7,2 Millionen Übernachtungen vorhergesagt.

LUXUS-CAMP IN DER SERENGETI

Den großen Herden ganz nah

Mitten im Serengeti-Nationalpark präsentiert Wilderness Usawa Serengeti ein einzigartiges Naturschauspiel: Sechs Camps folgen der legendären Großen Migration, wenn die Tiere die riesigen Flächen des Nationalparks durchqueren. Zwei Camps sind an verschiedenen Schlüsselstellen der Migrationsroute errichtet, insgesamt bietet Wilderness Usawa Serengeti hier Platz für zwölf Gäste in sechs En-Suite Safarizelten. „Unsere Vision ist es, das perfekte Gleichgewicht zwischen der Action und der Dramatik der Migration und den ruhigeren, abgelegeneren Gebieten, in denen die Camps eingerichtet werden, zu bieten“, sagt Jean du Plessis, Managing Director Wilderness Tanzania. „Die Gäste können direkt das Naturspektakel erleben oder bei einem ruhigen Busch-Picknick ihren Sundowner genießen“.



Fotos: Wilderness // Israelisches Fremdenverkehrsamt // Privat

DAS TOTE MEER ERHALTEN

The Dead Sea Revival Project

Das Tote Meer ist mit einer Tiefe von 430 Metern unter dem Meeresspiegel der tiefste Punkt der Erde und einer der tiefsten Seen der Welt. Doch das einzigartige Gewässer schrumpft. Damit das Tote Meer auch weiterhin einen außergewöhnlichen Erholungsort bietet, gibt es Projekte wie The Dead Sea Revival Project.

NEGEV 2020

Parfümstraße soll Hotspot werden

Israel will die historische Parfümstraße (auch als Weihrauchstraße bekannt) touristisch erschließen. Das Projekt ist Teil der Strategie Negev 2030, welche die Wüste Negev zur »Tourismusdestination der Zukunft« innerhalb Israels machen soll. Dafür soll das erste Feriendorf in der Region Mittlere Arava gebaut werden.



September
2023
MANAGER
des Monats

INFOS
ZUR PERSON

Der 58jährige **Bernd Bauer** ist seit dem 1. Oktober 2022 Chief Executive Officer von Discover Airlines. Seit 2014 ist er ebenfalls Chief Executive Officer der Edelweiss Air AG in der Schweiz, eine Tochtergesellschaft der Lufthansa Group. Er führt die beiden eigenständigen Ferienfluggesellschaften in Personalunion.

KLARE POSITIONIERUNG

Ready for Take-off

Konkurrenz belebt das Geschäft. Mit Discover Airlines als Touristik-Ableger der Lufthansa wird der Kampf um Routen und Frequenzen härter.

Text Jean-Marc Göttert

Wir haben unsere Airline in einer Rekordzeit von zwei Jahren aufgebaut, rund 2.000 Mitarbeitende eingestellt, 22 Flugzeuge eingeflottet und fliegen über 60 Ziele in der ganzen Welt an“, sagt CEO Bernd Bauer bei der Vorstellung der neuen Marke in Frankfurt. Es klingt nicht besonders bescheiden, aber Bauer muss sich auch nicht verstecken. „Die Startup-Phase liegt hinter uns, und wir arbeiten an der Schärfung unseres Profils sowie einer klaren Positionierung im Segment der höherwertigen Urlaubs- und Privatreisen.“ Da sollte Rivale Condor aufhorchen, denn der Wettbewerb nimmt zu.

„Discover Airlines steht für Qualität, und wir arbeiten an unserer Positionierung als Ferien-Airline in Deutschland an den Flughäfen Frankfurt und München“, gibt CEO-Bauer die Linie vor.

Helfen soll nicht nur ein neues Design und ein neuer Name, sondern auch eine größere Flotte. 2024 sollen sechs Flugzeuge dazukommen, darunter ein Langstreckenjet. In München will die neue Discover Airlines fünf Mittelstrecken-Flugzeuge stationieren. ein Langstreckenjet sei noch in der Planung. Im Vergleich zur Condor ist Discover deutlich kleiner. Mit den neuen Jets kommt

der Lufthansa-Ableger auf eine Flotte von 28 Flugzeugen, darunter 13 für die Langstrecke.

Condor betreibt über 50 Flugzeuge, davon 18 Langstreckenjets, die gerade durch moderne A330neo ersetzt werden. Weitere fünf Langstreckenflugzeuge wurden bereits bestellt. „Es ist genügend Platz für zwei“, sagt Bauer gelassen. Schon bisher klappte das Nebeneinander auf der Langstrecke gut. Einen wesentlichen Vorteil hat die Airline: Sie kann auf das Netz von Lufthansa zurückgreifen. Das ist wichtig, um die lukrativen Langstreckenflugzeuge zu füllen. ⚓

Fotos: Discover Airlines

DISCOVER AIRLINES

Startschuss einer neuen Marke

Neues Design, neue Jets – der Ferienflieger der Lufthansa rüstet auf. Mit einem neuen Markenauftritt geht jetzt Discover Airlines in die Luft.

Text Jean-Marc Göttert

Neben dem Namen ändert sich auch das Erscheinungsbild. „Die Marke Discover Airlines steht für Freude am Reisen, am Entdecken und am Wiederentdecken von schönen Orten und Erlebnissen“, sagt CEO Bernd Bauer bei der Präsentation vor Medienvertetern in Frankfurt. Das Design sei von Farben und Elementen inspiriert, die an Urlaub erinnern und Fernweh wecken. Verschiedene Blautöne sollen die Farben des Himmels, des Horizonts und des Wassers aufgreifen, Sonne und Strand sollen sich in gelben Akzenten wiederfinden. „Die Startup-Phase liegt hinter uns“, sagt Bauer. „Wir arbeiten an der Schärfung unseres Profils sowie einer klaren Positionierung im Segment der höherwertigen Urlaubs- und



Privatreisen. Das bringt auch der Markenauftritt zum Ausdruck und unterstreicht zugleich unsere Zugehörigkeit zur Lufthansa Group.“

Schrittweise Umstellung

Das neue Design wird schrittweise ausgerollt. Seit dem 6. September sind alle digitalen Auftritte der Airline umgestellt worden, von Website bis Social Media. Die Uniform-Accessoires der Crews und Elemente der Kabinenausstattung werden ab Dezember an den neuen Markenauftritt angepasst. Einwegartikel werden aus Gründen der Nachhaltigkeit zunächst aufgebraucht und dann im neuen Design nachbestellt. In den nächsten Monaten werden die Flugzeuge umlackiert, die neu zur Flotte stoßen,

die bisher nur eine Teillackierung erhalten haben oder für die eine reguläre Auffrischlackierung fällig wird.

Im kommenden Jahr soll die Flotte von Discover Airlines um fünf Airbus A320 und einen Airbus A330 auf insgesamt 28 Flugzeuge wachsen. Fünf Kurzstreckenflugzeuge werden in München stationiert und starten im Sommer 2024 rund 60-mal die Woche zu 23 Urlaubszielen. Zehn Airbus A320 und 13 Airbus A330 steuern ab Frankfurt 33 Kurz- und Mittelstreckenziele sowie 17 Langstreckenziele an. Ab 2025 plant Discover Airlines auch wieder ab München auf der Langstrecke abzuheben. ⚓

➔ www.discover-airlines.com/de/



BLAU UND GELB Auch bei der Kabinenbekleidung steht die blaue Farbwelt für Qualität und für die Verbundenheit zur Lufthansa Group. Die die sogenannten „Skylines“ am Jet greifen die Farben des Himmels, des Horizonts und des Wassers auf.



Ägypten: Zum Winterurlaub beliebt und erstmals bei TUI als Top-Favorit geführt.

„Der Stellenwert des Urlaubs ist höher denn je.“

Beim Sommerurlaub 2023 haben die Deutschen nicht gespart. Auch der Trend zu höherwertigen Reisen hält an. Für den Winter ist die Nachfrage hoch. Beim Ranking hat sich Hurgadha in Ägypten nach vorn geschoben.

Text Iris Quirin

DERTour: Sommerrückblick

DERTOUR, Deutschlands zweitgrößter Reiseveranstalter, hat das Buchungs- und Reiseverhalten seiner Gäste analysiert und dabei die Sommermonate Juni bis Ende September 2023 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Juni bis Ende September 2022) ausgewertet. Wie hat sich das Reiseverhalten angesichts gestiegener Lebenshaltungskosten und der wiedergewonnenen uneingeschränkten Reisefreiheit verändert?

„Interessanterweise wurde beim Sommerurlaub 2023 nicht gespart.

Im Gegenteil: Wir konnten feststellen, dass sich die Trends des vergangenen Sommers und des Winters, beispielsweise zu höherwertigen Hotels, fortgesetzt und sogar nochmal verstärkt haben“, erklärt Sven Schikarsky, Produktchef von DERTOUR und seinen Schwestermarken ITS und Meiers Weltreisen. „Gestiegen ist außerdem die Zahl der Familienurlaube, und auch bei den Fernreisen sehen wir ein leichtes Plus. Das zeigt uns: Der Stellenwert des Urlaubs ist höher denn je.“

Auch der Trend zu Luxusreisen hält an, wobei Griechenland dort den ersten Platz belegt. Die weiteren

Ergebnisse: 80 Prozent der Gäste buchten ein Vier- oder Fünf-Sterne-Hotel, fast jeder Zweite buchte All-inclusive, der Badeurlaub auf der Fernstrecke dauerte ein Drittel länger als im Vorjahr, und 60 Prozent der Buchungen erfolgen im Reisebüro.

Als neues Familien-Ziel unter den Top 5 ist Tunesien vorgerückt, während sich die Vereinigte Arabische Emirate und der Indische Ozean sich als klassische Sommerziele etablieren. ⚓

➔ <https://www.dertour.de/trendreisen/reisebarometer-sommer>

Foto: iStock



SKI-GLÜCK IN DEN ROCKYS:
In Kanada sind die naturbelassenen Skigebiete der Rocky Mountains gefragt.

HIER WOHT DER NIKOLAUS:
Im finnischen Lappland bei Rovaniemi liegt das Santa Claus Village, ein beliebtes Ausflugsziel für Touristen.



TUI: Wintervorschau 2023

„Egal, ob Sonne oder Schnee, Nahziel oder Fernreise, preisbewusstes Segment oder Luxusreisen – wir erweitern unser Angebot in allen Segmenten“, sagt Stefan Baumert, Vorsitzender der TUI Deutschland, bei der Vorstellung des Winterprogramms 2023/2024 in Berlin.

Die Kanarischen Inseln und Ägypten sind bei TUI die Urlaubsfavoriten im Reisewinter 23/24. Hurgadha schiebt sich erstmals vor Fuerteventura und belegt den Spitzenplatz. Auf Rang 8 findet sich mit Marsa Alam ein weiteres beliebtes

ägyptisches Urlaubsziel im Top-Ranking. Neben Fuerteventura auf Platz 2 finden sich auch Gran Canaria (Rang 3), Teneriffa (4) und Lanzarote (7) unter den zehn beliebtesten Destinationen im Winterhalbjahr. Auch Antalya (5), Madeira (6), Mallorca (9) und die Kapverdischen Inseln (10) schaffen es ins Ranking.

Zu den neuen Reiseziele zählen Norwegen, Finnisch Lappland und Alaska. Fernreisen erfreuen sich einer gestiegenen Nachfrage: Thailand schiebt sich mit einem hohen Buchungsplus an den Malediven vorbei auf den ersten Platz der be-

liebtesten Fernreiseziele, Nordamerika sichert sich mit guten Zuwächsen Rang 3. Für die USA sind New York City, Florida, Las Vegas und Kalifornien gefragt, in Kanada die Skigebiete in den Rocky Mountains.

Das Interesse an den Vereinigten Arabischen Emiraten (Platz 4 der Fernreiseziele) steigt. TUI nimmt im Winter Katar mit rund 100 Hotels neu ins Programm auf. Auf den Plätzen 5 bis 10 der Fernreiseziele folgen die Dominikanische Republik, Mexiko, Mauritius, Tansania mit Sansibar, Kuba und Südafrika. ⚓

➔ <https://www.tuigroup.com/>

ALASKA-HIGHLIGHTS
WUNDER DES NORDENS

BÄREN, WALE UND KALBENDE GLETSCHER

Als neues Ziel für privat geführte Luxusreisen hat Airtours zum Winter 2023/24 Alaska ins Portfolio aufgenommen. In dem mit knapp 750.000 Einwohnern am dünnsten besiedelten Staat der USA können Gäste bei der neuntägigen Reise „Exklusives Abenteuer Alaska“ vor allem außergewöhnliche Naturphänomene erleben. Ob Tierbegegnungen mit Elchen, Buckelwalen, Orcas, Seelöwen und Braunbären oder kalbende Eisberge und grünschimmernde Gletscherseen, im nördlichsten Bundesstaat Amerikas ist alles eine Dimension größer und ursprünglicher. Winterliebhaber finden hier vom Herbst bis zum Frühling beeindruckende Schneelandschaften und können in der klaren Luft zwischen August und April oft Nordlichter am Himmel sehen.

→ <https://www.visittheusa.de/state/alaska>

Foto: iStock

DENALI-NATIONALPARK
Hier befindet sich der Denali – dem früheren Mount McKinley – der höchste Gipfel Nordamerikas.

Wahre Perlen

Luxusanbieter wie die TUI-Tochter Airtours, Windose oder auch Select Luxury Travel sind stets auf der Suche nach einzigartigen Reisezielen und Erlebnissen. Mit maßgeschneiderten und außergewöhnlichen Angeboten wird die gutbetuchte Klientel umworben. Fünf Beispiele für 2024.

Text Simone Spohr



SILVER NOVA
NACHHALTIG KREUZEN

LUXUSKREUZFAHRT
MIT AIRTOURS

Im August 2023 hat Silversea Cruises ihr neuestes Schiff - die Silva Nova – in Betrieb gestellt. Das erste Kreuzfahrtschiff mit Hybridtechnologie und asymmetrischem Design bietet maximal 728 Gästen in 364 Suiten Platz. Airtours hat die Silver Nova ins Winterprogramm aufgenommen. Gäste, die dem Winter entfliehen wollen, können beispielsweise eine siebentägige Karibikkreuzfahrt von San Juan nach Barbados bei Airtours buchen.

→ www.silversea.com/de

Foto: Silversea Cruises

BROOKDALE MANOR, SÜDAFRIKA
HISTORISCHES WEINGUT
EXKLUSIVES ANWESEN FÜR DIE GANZE FAMILIE

In den berühmten Weinanbaugebieten bei Paarl am Westkap, per Auto rund 30 Minuten von Kapstadt entfernt, gedeihen die Trauben der renommierten südafrikanischen Weine. Neben Weiß- und Rotweinen werden hier auch Portweine und Brandys produziert. Eines der auch heute noch bewirtschafteten historischen Weingüter ist das Brookdale Estate, vor der spektakulären Kulisse

der Klein Drakenstein Berge. Die sechs Suiten im Manor House können bei Airtours jetzt einzeln oder insgesamt für einen privaten Familienaufenthalt gebucht werden. Ein Team aus Privatkoch, Butler, Haushälterin sowie Manager kümmert sich um das Wohl der Gäste.

→ <https://brookdale-estate.com/>

Foto: TUI



3 FRAGEN AN

Steffen Boehnke
Director Airtours

Welche Ziele hat Airtours für das nächste Tourismusjahr?
Wir erwarten auch 2024 weiteres Wachstum. Vermögende Gäste zeigen sich inflationsimmun, und der Nachholeffekt hält weiterhin an. Auch das Sicherheitsbedürfnis auf Reisen wird bleiben. Die Luxus-Pauschalreise und die kompetente Beratung erleben eine Renaissance.

Wie definieren Sie echten Luxus für Reisende heute?
Luxusreisen lassen sich nicht allein über die Übernachtungskosten definieren, die können stark variieren. Bei der Auswahl der Unterkünfte zählen die außergewöhnliche Lage, ein großzügiges Platzangebot und erstklassiger Service eines Hotels. Es sind die besonderen Momente während einer Reise, das intensive Maß an Betreuung und der häufig limitierte Zugang zu einem Reiseziel, die eine Luxusreise heute ausmachen.

Wie haben sich die Ansprüche über die Jahre verändert?
Die Bandbreite der Erwartungen ist größer geworden. Jüngere Reisende sind unter Umständen auf der Suche nach dem perfekten Spot für ihre nächste Instagram-Story, während andere Gäste Ruhe und Abgeschiedenheit schätzen und extra viel dafür ausgeben, möglichst keine anderen Menschen zu treffen. Wir beobachten, dass angesagte Reiseziele heute schneller wechseln als in der Vergangenheit.

WINDROSE WELTREISEN MASSGESCHNEIDERT

WUNDER DER ERDE BEREISEN

Sehnsuchtsreisen nicht mehr aufschieben, sondern umsetzen! Offenbar ist das der Trend nach den Pandemie-Einschränkungen, sagt zumindest Christian Böll, Geschäftsführer des Luxusreisen-Anbieters Windrose. Er sieht eine steigende Nachfrage nach ausgedehnten Reisen über mehrere Kontinente hinweg. Daher bauen die Berliner gerade ihr Angebot an so genannten Weltreise-Inspirationen aus. „Bei der neuen Reise „Wunder der Erde“ kann man in 28 Tagen alle Weltwunder kompakt bereisen“, verspricht Böll. Sein persönliches Highlight sind die Pyramiden von Gizeh. Sie sind das einzige existierende Weltwunder der Antike. Die Windrose-Reise beinhaltet weitere Weltwunder: die Große Mauer in China, die Christus-Statue in Rio de Janeiro, die Inka-Ruinen von Machu Picchu in Peru, die Ruinen der Maya-Stadt Chichen-Itza in Mexiko, das Taj Mahal in Indien, die Felsenstadt Petra in Jordanien, die Felsenkirchen von Lalibela in Äthiopien und das Kolosseum in Rom „Jede Route wird für die Kunden dann individuell angepasst“, sagt Böll.

→ <https://www.windrose.de>

Foto: Windrose/Getty Images

Die Chinesische Mauer gilt als beeindruckendes Meisterwerk antiker Verteidigungsarchitektur. Sie zieht sich durch zerklüftetes Gelände, steile Hänge und ist insgesamt 21.000 Kilometer lang.

Alle drei berühmten Pyramiden von Gizeh und ihre aufwendigen Grabanlagen wurden in einer aufwendigen Bauphase von etwa 2550 bis 2490 vor Chr. errichtet. Die Pyramiden wurden von den Pharaonen Cheops (die höchste), Chephren (im Hintergrund) und Mykerinos (vorne) erbaut.



Mitten in der stillen Einsamkeit des bolivianischen Hochlandes genießen Gäste einen freien Blick auf Flamingo-Schwärme, auf die umliegenden Berge und Vulkane – alles aus beheizten Luxuszeltkuppeln heraus, die zur Hälfte transparent sind.

SELECT LUXURY TRAVEL DIE SALZWÜSTEN BOLIVIENS

GLAMPING-ERLEBNISSEN DER EXTRAKLASSE IN CHILE, BOLIVIEN UND ARGENTINIEN

Für Gäste, die außergewöhnliche Naturwunder erleben wollen, baut der Berliner Veranstalter sein Angebot in Südamerika mit einer neuen Offroad-Luxusreise aus. Die 19-tägige Reise „Abenteuer Anden“ kombiniert die Atacamawüste in Chile mit dem Anden-Hochland in Bolivien und dem Nordwesten Argentiniens. „Für mich persönlich sind das einsame bolivianische

Hochland mit ihren farbintensiven Lagunen, ihren Gesteinsformationen und dem größten Salzsee der Welt absolut spektakulär“ sagt Selected-Chef Dirk Gowin. Seine Gäste erkunden die unberührte Natur Boliviens mit eigenem Fahrer sowie Guide und übernachten unter anderem auf rund 4.000 Metern Höhe in einer luxuriösen Doppelzelt-Bubble an der Laguna Hedion-

da. „Bei Sonnenaufgang kann man vom Bett aus riesige Flamingoschwärme beobachten, so nah wie sonst wahrscheinlich nirgendwo auf der Welt“, schwärmt Gowin.

→ <https://sendaandina.com/tour-item/domo-de-lujo-exclusivo/>

Foto: Select Luxury Travel



Tausende Flamingos sind am Laguna Colorada zu Hause, einem rund 60 Quadratkilometer großen Salzsee.



Die vom chilenischen Architekten Max Núñez entworfene Lodge steht auf einer Anhöhe mit spektakulärem Blick auf die Salzwüste von Uyuni.

Weites, schönes Land

Mit rund zehn Millionen Gästen im Vor-Corona-Jahr zählte Südafrika zu den touristischen Schwergewichten im südlichen Afrika. Jetzt will das Land wieder durchstarten und lockt mit landschaftlicher Schönheit, Abenteuer und ausgefallenen Lodges und Hotels.

Text Jean-Marc Göttert

A

m letzten Abend der Reisemesse Indaba in Südafrika geht es zum Abschluss ins Fünf-Sterne Hotel The Oyster Box, das wohl schönste und eleganteste Hotel direkt am Strand von Umhlanga bei Durban. 1863 wurde hier einst ein Leuchtturm gebaut, der noch gut erhalten ist. In der Nähe entstand ein Holzhaus, das in den 50er Jahren von der jungen Unternehmerin Beatrice Tollman zum Hotel ausgebaut wurde. Heute

gehört das Oyster Box zur Red Carnation Kollektion mit Luxushäusern auf der ganzen Welt und bietet 86 Zimmer, Villen und Suiten im rot-weißen Riviera-Stil der 50er.

Das familiengeführte Hotel punktet mit herzlicher und eleganter Gastlichkeit, die in Südafrika leider nicht mehr selbstverständlich ist. Überall sind die Folgen der Pandemiejahre sichtbar: Fehlende Investitionen, Korruption und eine wirtschaftliche

Rezession haben dem Land arg zugesetzt. Hotels und Straßen sind renovierungsbedürftig und entsprechen häufig nicht den Ansprüchen der europäischen Gäste. Das Thema Load-Sheding, also die zwangsweise Abschaltung von Strom in festgelegten Regionen, gerät immer mehr zum Ärgernis für Einheimische und Touristen zugleich. Das Netz ist marode, der staatliche Energiekonzern Eskom nach Jahren der Korruption und Vetternwirtschaft ein Sanierungsfall.

Gästeszahlen steigen wieder

Doch zu den vielen Hiobsbotschaften gibt es auch Ausnahmen, und viele Beispiele zeugen von Fortschritt und Innovationskraft. So auch das Oyster-Hotel am Leuchtturm. Allmählich erholt sich der Tourismus am Kap der Guten Hoffnung. Immerhin sind 2022 fast 5,8 Millionen Besucher ins Land gekommen, ein sattes Plus von 150 Prozent gegenüber 2021. Das ist allerdings noch sehr weit von den Rekordzahlen aus 2019 entfernt, als rund zehn Millionen An-

Foto: Letsatsi Mountain Lodge

BERGBLICK

Unweit von Lesotho erstrecken sich Malutiberge mit idyllischen Tälern und Flüssen, perfekt für einen morgendlichen Ausritt. Sie zählen zu den Ausläufern der Drakensberge.



Die schmackhaften Zwischenmahlzeiten bereitet Claudine Blignaut vor.



Perfekte Gastgeber in der Letsatsi Mountain Lodge: Claudine Blignaut (Links) verwaltet das Anwesen zusammen mit ihren Partner Jean-Paul.



IN DER HEIMAT UNTERWEGS: Die kleine Medien-gruppe mit obligatorischem Gruppenbild. TRVL COUNTER Chefredakteur Jean-Marc Göttert (Links) stammt selbst aus Südafrika. Simone Altmann (Links) und Eva Hess von der betreuenden Agentur Global Communications Experts in Frankfurt. Dazu die Fachkollegen Martin Jürs (fww) und Felix Hormel (Touristik Aktuell).

künfte die Regel waren. „Südafrika ist für Touristen geöffnet“, macht die neue Tourismusministerin Patricia de Lille Werbung. Sie weiß sehr wohl, wie wichtig der Tourismus als Schlüsselsektor in der wirtschaftlichen Erholung und Entwicklung des Landes ist. Ohne die begehrten Devisen der Gäste aus dem Ausland wird es im wirtschaftlich gebeutelten Land nur schwer vorangehen.

Vielen Herausforderungen

Auf der To-Do-Liste der Ministerin stehen nicht nur die wirtschaftlichen Nachwehen durch die Covid-19-Pandemie. Auch die touristische Infrastruktur in Südafrika und seinen Nachbarstaaten ist für de Lille buchstäblich eine große Baustelle. Dazu kommt: Das Visa-System gilt als veraltet, die Bestimmungen zu umständlich. Touristen, die mehr als ein Land im südlichen Afrika bereisen wollen, klagen über ausufernde Bürokratie. Das soll sich ändern, verspricht Ministerin de Lille, und will daran arbeiten, Reisen nach Südafrika attraktiver und einfacher zu machen.

Auch das Thema Sicherheit hat die 72-jährige auf der Agenda. Immer wieder machen Überfälle auf Reisende im Land Schlagzei-



Foto: Letsatsi Mountain Lodge // TRVL Counter

LÄNDLICHE IDYLLE:

Auf über tausend Hektar erstreckt sich das Anwesen mit nur vier Luxus-Cottages und zwei Standardvillen. Die Letsatsi Mountain Lodge befindet sich mitten in den Malutibergen unweit der kleinen Ortschaft Clarens.

TRAUMERFÜLLER:

Claudine und ihr Partner Jean-Claude kümmern sich liebevoll um ihre Gäste.



Unvergesslich sind frühmorgendliche Reitausflüge durch die Berge und Täler der Maluti. Das Königreich Lesotho befindet sich wenige Kilometer entfernt.



AUFGEBLASEN:

„Luft, ist wie die Liebe, man sieht es nicht, aber spüren kann man sie“, sagt Ballonpilot Nic Sheffield. Der Blick am frühen Morgen auf die Magaliseberge ist atemberaubend.



BRITISCHER PILOT:

Nic Sheffield war schon auf der ganzen Welt im Ballon unterwegs, von Alice Springs bis der Toskana.



HOCH HINAUS:

Im Morgengrauen steigen die Ballons. Bis zu 18 Teilnehmer können in den großen Körben befördert werden. Bei Rückkehr gibt es eine Urkunde vom Piloten persönlich (Foto unten).



CHEFPILOTIN

Als junge Frau traf Tracy Robb in den 80er Jahren auf das Ehepaar Mary und Bill Harrop, Gründer der Ballon Safaris in den Magalisesbergen, und heuerte an.

Auf in die Drakensberge

Zu den Marketingmaßnahmen gehört auch eine geführte Reise mit Fachmedien quer durchs Land. Jeder soll sich sein eigenes Bild von Aufbruch und Stimmung machen. So geht es für uns weiter durch den Golden Gate Nationalpark. Von der Küste fahren wir hoch in die Berge, genauer zur die Letsatsi Mountain Lodge am Fuße der Maluti-berge, die zu den Ausläufern der Drakens-berge gehören.

Das großzügige Anwesen war früher eine 1.000 Hektar große Farm, die vor 120 Jahren im Burenkrieg noch als Stützpunkt der

Rebellen gegen die Armeen des Britischen Kolonialreichs diente.

Heute verwaltet Claudine Blignaut gemeinsam mit ihrem Partner Jean-Paul die Mountain Lodge im Auftrag der Besitzerfamilie. Solarpaneele und nachhaltige Landwirtschaft sorgen für ein Stück Unabhängigkeit in den Bergen. Ohnehin sind die vier Cottages und zwei Standardvillen als Self-Service-Einheiten ausgelegt – ideal für Familien, kleine und große Reisegruppen oder Unternehmen, die ein ausgefallenes Retreat suchen. Bei Bedarf sind Helfer, Köche und Angestellte vor Ort.

Am nächsten Tag, als die Sonne gerade über den Bergrand schießt und der Nebel aus den Tälern steigt, reiten wir los durch die idyllische Berglandschaft. Die Pferde und die Tour hat Claudine für uns organisiert, und die Tiere finden wie von selbst ihren Weg durch das Gras und durch die Flüsse im Tal.

Abends duftet es köstlich aus dem alten Gusseisernen Ofen, wo Claudine zum Abendessen einen Bräter mit Hähnchen und Gemüse zubereitet hat. „Bedient euch“, sagt sie. Es schmeckt vorzüglich, der Kamin brennt, die Luft ist kühl-klar, und am Him-

Fotos: Farmhouse 58 // TRVL Counter



FAHRER UND RATGEBER:

Jeff kommt aus der Coloured Gemeinde in der Nähe von Kapstadt und arbeitet seit fast zwei Jahrzehnten als Fahrer, Guide und Reiseleiter für Gäste aus Europa und der Welt. Mit seinem stoischen Humor und Improvisationsgeschick wurde manche Unwägbarkeit auf der Tour zum Kinderspiel.



Das Farmhouse 58 liegt unweit im Nordwesten von Johannesburg und ist das erste von sieben Projekten in den Kromdraai Bergen, eine World Heritage Site. Die ehemalige Molkerei wurde umfangreich umgebaut und bietet sechs Premium-, sieben Deluxe- sowie acht Standard-Zimmer mit schlichter Eleganz.



VEGAN UND NACHHALTIG:

Die wechselnde Karte im Hauptrestaurant The Shed passt sich den Produkten und Erzeugnissen der Saison an.



Besucher können an den meditativen Wandertouren in den umliegenden Bergen teilnehmen und zu Fuß Zebras und Antilopen entdecken.



Der Küchenchef nutzt die nachhaltigen und saisonalen Produkte aus dem Garten, um schmackhafte Currys und Salate für die Gäste zu bereiten.



NACHHALTIGER ANBAU: „FARM in the VELD“ lautet das kommunale Projekt, das umliegende Gemeinden und Bewohner beim Anbau nachhaltiger Produkte einbezieht. Ein ausgeklügeltes Bewässerungssystem nutzt die umliegenden Wasserfälle sowie unterirdische Quellen. Das Konzept: Alles wird in der Natur eingebettet, das ist Slow Travel inklusive Nachhaltigkeit bis zur Perfektion.

➔ <https://www.farmhouse58.co/>

mel sehen wir die Milchstraße in unendlicher Pracht. In der Dämmerung schleichen Zebras und Antilopen vorbei. Ein weites, schönes Land ist das. Wir sind beseelt.

Früher, erzählt Jean-Paul, war die Lodge ein Bauernhof. Doch Viehdiebe aus dem benachbarten Lesotho kamen immer wieder über die kaum gesicherte Grenze und nahmen sich einfach ganze Herde. Die Tiere wurden ohne Rücksicht über die Berghänge getrieben. Polizei und Armee sind machtlos, die Regierungsbehörden sind informiert, doch seit Jahren passiert nichts. Jetzt ist das Mountain Lodge keine Farm mehr, sondern ein Stück Paradies für alle, die Abgeschiedenheit in den Bergen suchen.

Lauter heiße Luft

Unsere nächstes Abenteuer beginnt am Rand eines Feldes in den Magaliesbergen. Es ist kurz vor fünf Uhr morgens. Noch ist die Sonne nicht aufgegangen. Aufgesteckte Fackeln weisen uns den Weg zu Bill Harrop's „Original“ Balloon Safaris. In der Ferne sind die Schatten der Ballons am Boden zu sehen und ein Dieselgenerator bläst heiße Luft in die Ballonöffnung, und allmählich richtet sich der Stoff wie ein Ungeheuer aus grauer Vorzeit auf. Freudig warten die Gäste auf das Boarding in die



VIER PFOTEN
Der beliebte Hotelkater Skabenga, auf Zulu „Herumtreiber“, ist eine echte Social-Media-Institution mit eigenem Insta-Kanal.

Körben. Rasant geht es aufwärts, und wir sehen den Sonnenaufgang aus 600 Metern Höhe. In der Ferne zeichnen sich die uralten Magaliseberge ab, unter uns liegt das Tal noch im Schlaf. Bei der Rückkehr erhält jeder Gast eine Urkunde. Beweis, dass wir in der Luft waren.

Farmhouse 58

Unser letzter Stopp ist das Farmhouse 58, einige Kilometer nordwestlich von Johannesburg. Die Gebäude der ehemaligen Molkerei sind schlicht im afrikanischen Landhausstil gehalten, das Haupthaus wurde behutsam renoviert. Außergewöhnlich ist die landwirtschaftliche Nutzung: Der rote, afrikanische Sandboden wurde aufwendig renaturiert und mit einem ausgefeilten Bewässerungssystem aus unterirdischen Quellen zum Leben erweckt. Heute ist der Garten ein grünes Paradies, im Nutzgarten werden saisonale Produkte angepflanzt, die in der Küche köstlich verarbeitet wird. Das Agrar-Knowhow wird zudem an die örtliche Community weitergegeben. Beispiele wie das Farmhouse 58 machen Hoffnung. Das neue Südafrika ist innovativ, kreativ und nachhaltig. Es wird den Gästen gefallen – und sie werden wiederkommen. ⚓

➔ <https://www.southafrica.net/de/de/travel>



Bunte Pracht: Vor dem Eingang der Indaba in Durban posierten die Vertreter von Limpopo, einer Provinz in Südafrika.

„Ich lerne so schnell es geht“

Im Mai fand die Africa Travel Indaba (ATI) in Durban statt. Sie gilt als wichtigste Tourismusmesse des Kontinents und wurde offiziell von der neu bestellten südafrikanischen Tourismusministerin Patricia de Lille eröffnet.

Traditionell wird die Africa Travel Indaba in Südafrika mit einem kräftigen Läuten einer Messingglocke auf der Eröffnungsbühne eröffnet. In diesem Jahr waren es die neue im Amt bestellte südafrikanische Tourismusministerin Patricia de Lille und der Premierminister von KwaZulu-Natal, Nomsa Dube-Ncube, die gemeinsam die größte Reisemesse im südlichen Afrika erstmals wieder nach 2019 eröffneten.

Vom 8. bis zum 11. Mai war die Indaba Magnet und Treffpunkt der touristischen Reisewirtschaft in Afrika. Sie gilt als wichtigste Tourismusmesse des Kontinents und findet traditionell im renommierten Inkosi Albert Luthuli International Convention Centre in Durban statt. Die Veranstaltung brachte in diesem Jahr Teilnehmer, Veranstalter und Touristiker aus Afrika und der ganzen Welt zusammen, um die Zukunft von Reisen und Tourismus unter dem Motto „Unbegrenztes Afrika“ zu diskutieren.

Rund 1.000 Einkäufer und knapp 1.000 Aussteller, Destinationsmarketingorganisationen, Hotelkonzerne, Fluggesellschaften, Reiseveranstalter und Delegationen von zehn afrikanischen Tourismusverbänden trafen sich erstmals wieder seit dem Pandemiejahr.

In ihrer Eröffnungsrede betonte die neue Tourismusministerin Patricia

de Lille, dass sie erst seit zwei Monaten an der Spitze des südafrikanischen Tourismus stehe, aber jetzt so viel wie möglich dazu lernen würde. „In diesem Jahr arbeiten wir bei Africa Travel Indaba hart daran, die Besucherzahlen vom vor-Covid-Jahr 2019 zu übertreffen und begrüßen schätzungsweise 6.000 Teilnehmer aus ganz Südafrika, Afrika und dem Rest der Welt“, sagte de Lille sichtlich stolz. „Wir sind nach der Pandemie noch nicht über den Berg“, mahnte sie, „aber der Restart ist gelungen. Wir wollen die Erholung der Tourismusbranche vorantreiben und sicherzustellen, dass wir zur Schaffung von Arbeitsplätzen und zum Wachstum der Wirtschaft des Kontinents beitragen“. In einem Appell an die Privatwirtschaft forderte sie, dass der öffentliche und private Sektor sich zusammenschließen müssten, um die Angebote des Kontinents besser zu präsentieren. Klar ist, der Tourismus gilt in Südafrika als Schlüsselsektor für die wirtschaftliche Erholung und Entwicklung des Landes. ⚓



RESTART GELUNGEN

Die neue Tourismusministerin Patricia de Lille unterhält sich mit Nomason-to Ndlovu, SA Tourism Acting CEO, auf einem Messe-Rundgang.



The Oyster Box heißt das wohl schönste und eleganteste Hotel direkt am Strand von Umhlanga bei Durban. Das Fünf-Sterne-Haus bietet 86 Zimmer, Villen und Suiten und wurde 1863 in der Nähe des Leuchtturms gebaut.



ROTE BLUMENPRACHT

Jede Woche werden die Blumen und Pflanzen im Hotel liebevoll dekoriert. Von der jungen Unternehmerin Bea Tollman in den 50er Jahren gegründet, gehört the Oyster Box zur Red Carnation Kollektion mit Luxushäusern auf der ganzen Welt.

Foto: The Oyster Box // TRVL Counter



Der Balkon Europas

Der Kaukasus im Nordwesten Georgiens ist touristisch noch weitgehend unentdeckt. Für Abenteuerlustige warten beeindruckende Hochgebirgstouren und seltene Blicke in Traditionen, die heute immer seltener werden.

Text Felicia Haslbeck

Georgien, das kleine Land im Südkaukasus am Schwarzen Meer zwischen Asien und Europa, ist in Aufbruchstimmung und öffnet sich zunehmend dem Tourismus. Das Land liegt östlich des Schwarzen Meeres und südlich des Großen Kaukasus. Georgien zählt rund vier Millionen Einwohner, ein Viertel davon lebt in der trubeligen Hauptstadt Tiflis.

Trotz seines großen Natur- und Kulturerbes ist das kleine Land als Tourismusdestination in Deutschland kaum bekannt und bietet doch so viel: Von Skifahren im Kaukasus über Entspannung an der Schwarzmeerküste bis zu Wanderungen in den Bergen und Canyons bietet Georgien für aktive Urlauber eine große Auswahl.

Im Juni besuchte eine kleine Gruppe von Touristikern und Journalisten das Land und trafen sich zunächst in der Hauptstadt Tiflis. Die gepflegte Innenstadt begeisterte mit üppigen Baumalleen, sehenswerter Architektur und Kultur-Highlights wie dem historischen Schwefelbad sowie dem Leghvtakhev, einem Wasserfall direkt am Botanischen Garten.

Abends ging es in das Weinmuseum der Stadt, wo die Reisegruppe einiges über den Ursprung und die Herstellung des traditionellen georgischen Weins erfahren konnte. Beim Anstoßen sagt man übrigens

„Tamada“. Der Tamada ist ein Tischmeister, der das Geschehen bei einem Bankett, der Supra, lenkt und Trinksprüche ausbringt.

Nach der Übernachtung im Pullman Hotel verließ die Gruppe die quirlige Hauptstadt in Richtung Bergwelt. Schon auf der Fahrt beeindruckte die märchenhafte Landschaft mit den ganzjährig mit Schnee bedeckten Bergspitzen. Beim Zwischenstopp in der Ortschaft Sugdidi gab es traditionelle georgischen Speisen. Weiter ging es zum Ziel, ein kleines Gasthaus hoch in den Bergen. Hier begrüßte uns unsere Gastfamilie mit einer Tafel voller georgischer Spezialitäten.

Gletschertour

Die von dem Guide ausgesuchte Tour am nächsten Tag ging über sattgrüne Waldwege, glasklare Gebirgsbäche und steil-schroffe Hänge. Ab und zu trafen wir auf eine Gruppe Angler, die sich am Ufer mit ihren selbstgebauten Angeln niedergelassen hatte.

Nach einer weiteren Nacht im Gasthaus ging es weiter nach Uschguli, der bekanntesten Dorfgemeinschaft unter den Bergdörfern von Oberswanetien. Hier ist die Zeit scheinbar stehen geblieben, alles befindet sich in einem ursprünglichen, archaischen Zustand, als ob man in einer Zeitreisemaschine ein Jahrhundert zurückgereist wäre. Bei strömendem Regen ging die Klet-

terpartie weiter auf den Shkhara Gletscher. Der Aufstieg wurde immer anspruchsvoller, doch es lohnte sich: Oben angekommen, öffnete sich ein überwältigender Blick auf die grünen Berge und Täler der georgischen Hochebene.

Nach der Wanderung ging es zurück nach Mestia, einer weiteren Kleinstadt in den Bergen, von dort zurück nach Tiflis und nach Hause. Wir waren uns einig: Georgien hat uns mit seiner unverbauten Natur, den freundlichen und aufgeschlossenen Menschen und der schmackhaften Küche sehr beeindruckt. Besonders für Wander-Fans, die das Ursprüngliche suchen, ist das Land ein unentdecktes Juwel abseits der touristischen Wanderkarte. ↗

➔ <https://georgia.travel/>

FLUG-INFOs

- Lufthansa fliegt direkt ab München, Condor ab Frankfurt/Main und Eurowings ab Düsseldorf nach Tiflis. Auch die Georgian Airline bietet Direktflüge zwei Mal in der Woche von Berlin an.
- Diese Reise wurde unterstützt durch GNTA, der Nationalen Tourismus Agentur Georgiens.

Foto: iStock // Fell Haslbeck für TRVL Counter



Die Gergeti-Kirche thront über der kleinen Stadt Stepanzminda, im Norden von Georgien rund drei Stunden Fahrt von der Hauptstadt Tiflis. Die Kirche liegt auf einer Höhe von über 2.000 Metern – die Aussicht mit dem Berg-Panorama im Hintergrund, ist einzigartig.



WEINLAND: Im Weinmuseum von Tiflis wurde die Geschichte der georgischen Weinentstehung sowie der traditionellen Herstellung erklärt. Das Highlight war die Verkostung in Begleitung schmackhafter georgischer Snacks wie Churchkhela.

SPEZIALITÄT: In den Bergen wurden wir mit typisch georgischen Gerichten begrüßt: großzügige Portionen von Salaten, herzhaften Fleischgerichten und frischem Brot.



In Sugdidi wurden wir mit Mamalyga verköstigt. Hergestellt wird die Speise aus Maisstärke und georgischem Käse.



„**GABRIADZE CLOCK:** Eine Hauptattraktion in Tiflis ist die „Gabriadze Clock“, die 2010 von Rezo Gabriadze erbaut wurde. Alle Stunde spielt der Glockenturm das Glockenspiel, das den Lauf des Lebens darstellen soll. Der Reihe nach kommen Holzfiguren begleitet von einer Melodie zum Vorschein.

Starten mit der morning news
trvlcounter.de/newsletter-bestellen
Jetzt anmelden!



»Wir setzen voll und ganz auf die Power des stationären Vertriebs. Das Reisebüro ist und bleibt unser wichtigster Vertriebskanal.«

Clas Eckholt, Vice President Commercial bei TUI Cruises

EUROPAS BESTE

Gourmet-Event in Hamburg

Gastgeber Tillman Fischer, Küchenchef der MS EUROPA, hatte Mitte August zum „Who is Who“ der Kochelite geladen. Zwölf Kolleginnen und Kollegen mit insgesamt 14 Michelin-Sternen und vier Hauben, sieben exzellente Winzer und neun Affineure begrüßten Gäste an ihren Koch- und Probierstationen an Bord. Reger Austausch, köstliche Speisen, ausgesuchte Weine und der perfekte Service sorgten für einen unbeschwerten Abend in sommerlicher Atmosphäre. „So viele renommierte Spitzengastro-



nomen und Gäste aus dem In- und Ausland bei EUROPAs Beste zu sehen, ist eine große Freude für das

ganze Team. Unser kleines Luxus-schiff hat einen festen Ankerplatz im Bereich der Gourmetszene“, freute sich Julian Pfitzner, CEO Hapag-Lloyd Cruises, zur Eröffnung des Abends. Mit von der Partie ist zum wiederholten Male Starkoch Kevin Fehling. Der Hamburger Drei-Sterne-Koch betreibt seit vier Jahren sein Gourmet-Restaurant THE GLOBE an Bord. Ebenfalls prominent dabei: Marco Müller, Chefkoch des Rutz. Er ist Berlins erster und einziger Koch mit drei Michelin-Sternen.

PREMIERE SILVER NOVA DIE NEUE KLASSE

Die Silver Nova, das erste Schiff der Nova-Klasse für Silversea, ist am 14. August zu ihrer Jungfernfahrt aufgebrochen. Das Ultra-Luxus-Kreuzfahrtschiff gilt als besonders nachhaltig und ist das zwölfte Schiff von Silversea, das erste, das in diesem Jahr für die Royal Caribbean Group vom Stapel gelassen wird (das 64. Schiff der globalen Flotte). Die Silver Nova beherbergt bis zu 728 Gäste in 13 verschiedenen Suitenkategorien – die größte Auswahl an Suiten bei Silversea und eine der geräumigsten Unterkünfte aller Kreuzfahrtschiffe.

Jede Suite bietet den Gästen die Nutzung

einer privaten Veranda. Die größte Option ist die neue 123 m² große Otium-Suite mit raumhohen Fenstern, die vom Heck des Schiffs einen nahezu 270-Grad-Rundum-Blick bietet. Es verfügt außerdem über einen 40 m² großen Balkon mit eigenem Whirlpool.

Nach ihrer Jungfernfahrt wird die Silver Nova den Sommer im Mittelmeer verbringen, bevor sie im November in die Karibik und nach Südamerika aufbricht. Am 4. Januar 2024 wird sie sich auf die 71-tägige Grand Voyage South America begeben und 38 Ziele in 18 Ländern besuchen.



HURTIGRUTEN NEUER MARKENAUFTRITT

Nachdem Hurtigruten den Geschäftsbetrieb organisatorisch in das Postschiff- und das Expeditions-Produkt aufgeteilt hat, folgt jetzt der nächste Schritt: Hurtigruten Expeditions präsentiert sich in Zukunft unter der neuen Marke HX. Die Umstellung auf die neue Markenpräsenz mit einem neuen Logo beginnt im Dezember mit der Aktualisierung der Broschüren, Websites und sozialen Kanäle.

SEABOURN VENTURE

Mit der Kugel abtauchen

Die Seabourn Pursuit, das zweite Luxus-Expeditionsschiff von Seabourn, kreuzt bis Ende September im Mittelmeer, bevor sie nach ihrer Atlantik-Überquerung in der Karibik erwartet wird. Ab Oktober wird von Barbados zu ihren ersten Expeditionen Ende März 2024 entlang der Küste Südamerikas, zum Amazonas und die Ant-

arktis aufbrechen. Auf einigen Reisen werden zwei speziell angefertigte, hochmoderne Tauchboote eingesetzt. Die Gäste sitzen in zwei durchsichtigen Acrylkugeln und haben dank der ungestörten und unverzerrten Sicht in nahezu alle Richtungen eine beeindruckende Perspektive auf die Unterwasserwelt.

280

QUADRATMETER GROSS ...

... ist die Owner's Residence Suite an Bord der neuen Explora I. Mit einer durchschnittlichen Größe von 42 Quadratmetern gehören die Suiten zu den größten der Branche.



Das Fil Rouge ist ein elegantes Restaurant mit persönlichem Ambiente, das feinste internationale Küche mit französischem Touch bietet. Es ist zum Frühstück und Abendessen geöffnet und befindet sich auf Deck 4.



Europäischer Luxus auf See

Im August legte die EXPLORA I nicht nur zu ihrer Jungfernfahrt ab. Sie besuchte auch Hamburg. Dort ging TRVL Counter-Reporterin Iris Quirin für eine Besichtigung an Bord des ersten Schiffs von Explora Journeys, der neuen Luxus-Lifestyle-Marke der MSC Group.

Text Iris Quirin



Leinen los!“, hieß es am 1. August 2023 in Kopenhagen für die neue EXPLORA I. Sie legte zu ihrer Jungfernfahrt ab. Auf der 14-nächtigen Reise brachte sie ihre Gäste zu sieben Zielen, darunter zwei Nächte lang nach Reykjavik.

Die EXPLORA I ist das erste von sechs Kreuzfahrtschiffen von Explora Journeys, der neuen, im Privatbesitz befindlichen Luxus-Lifestyle-Marke der MSC Group mit Sitz in Genf. Die Marke entspringt der lange gehegten Vision der MSC-Eignerfamilie Aponte, um das Erlebnis Meer für eine neue Generation anspruchsvoller Luxusreisender neu zu definieren und greift dabei auf die 300-jährige maritime Tradition der Inhaberfamilie zurück.

Das Bestreben von Explora Journeys ist es, an Bord einen einzigartigen Ocean State of Mind zu schaffen, indem sie die Gäste mit dem Meer, mit sich selbst und mit Gleichgesinnten zusammenführt, während au-

Foto: EXPLORA JOURNEYS

ßergewöhnliche Reiserouten bekannte Reiseziele mit weniger bekannten Häfen zu einer Reise verbinden, die zu vielfältigen Entdeckungen anregt. Das ist eine lange Erklärung für eine einfache Sache: Einzigartige Erlebnisse an Bord und an Land!

Das Luxus-Konzept könnte aufgehen, denn mit 248 Metern Länge und 32 Metern Breite ist das Schiff klein genug, um spannende Häfen anzulaufen, die großen Kreuzfahrtschiffen verwehrt bleiben. Dabei ist auch die Zeit ein wesentlicher Faktor des neuen europäischen Luxus auf hoher See, so dass Gäste bei ihren Anlandungen genügend Zeit haben, die Ziele in Ruhe zu erkunden.

Ocean State of Mind

Von dem sogenannten „Ocean State of Mind“ konnten sich die erste Gäste Ende August auf einer Kreuzfahrt an Bord der EXPLORA I von Hamburg über Rotterdam nach Zeebrügge ein eigenes Bild machen. Michael Ungerer, CEO von Explora Journeys, formuliert es so: „Wir wollen einen „Ocean

RESTAURANT SAKURA:

Benannt nach der japanischen Kirschblüte, dem Symbol für Erneuerung und Optimismus, bietet das Restaurant eine panasiatische Küche mit einzigartigem Sake-Sommelier und moderner asiatischer Musik.



- FUN FACTS**
- EXPLORA stammt von Exploration – Entdeckungen
 - Das Verhältnis Gäste pro Gastgeber: 1,25 zu 1.
 - Das neue Schiff bietet 461 Suiten, Penthäuser und Residenzen mit Meerblick und privaten Terrassen, 78 davon sind mehrgenerationenfreundlich.

State of Mind“ schaffen, bei dem unsere Gäste das Meer auf einer Luxusreise auf außergewöhnlichen Routen und zu kleinen Häfen anders erleben und an Bord sowohl Gleichgesinnte kennenlernen, als auch auf sich selbst besinnen können“. Vor Ort sollen EXPLORA-Gäste in die Kultur eintauchen und eine tiefe Verbindung zur Destination aufbauen. „Es geht nicht darum, Sehenswürdigkeiten auf einer Checkliste abzuhaken, sondern sie wirklich zu erleben“, betont Ungerer.

Das Zuhause auf dem Meer
An Bord dienen die 461 elegant gestalteten Suiten, Penthäuser und Residenzen den Gästen als ihr Zuhause auf dem Meer: Sie verfügen über eine private Terrasse und raumhohe Fenster sowie bequeme Tagesbetten und einen Essbereich im Freien. Für Familien, die mit den Kindern und Großeltern eine Kreuzfahrt unternehmen wollen, eignen sich die Mehrgenerationen-Suiten.

Ohnehin kann der Nachwuchs von sechs bis 17 Jahren an Bord jede Menge Spaß und Spiel mit neuen Freunden im Nautilus Club finden, der von neun bis 24 Uhr geöffnet ist. Das Entertainment-Angebot für Erwachsene enthält dagegen neben Vorträgen und musikalischen Darbietungen ein Casino, eine Kunstgalerie, eine Kochschule und

kuratierte Einkaufserlebnisse. Großzügige Außendecks mit mehr als 2.500 Quadratmetern unterstreichen den besonderen Bezug der Reederei zum Meer. Auf einer Fläche von über 1.000 Quadratmetern befinden sich ein Spa, ein Indoor- und Outdoor-Wellnessbereich, moderne Fitnessanlagen, ein Outdoor-Sportplatz und eine Joggingstrecke. Die Gäste entspannen an vier Pools, darunter der nur für Erwachsene zugängliche Helios auf Deck 12 mit einem herrlichen Panoramablick.

Gourmetangebot vom Feinsten
Auch das kulinarische Konzept der sechs Gourmetrestaurants kam bei den Gästen gut an. Die insgesamt 18 Restaurants, Bars und Lounges haben den Fokus auf gesundes Essen aus lokalen und nachhaltigen Quellen. Das japanische Restaurant Sakura bietet panasiatische Küche mit einzigartigem Sake-Sommelier. Wer damit büchstäblich auf den Geschmack einer Kreuzfahrt im Stil europäischer Luxusresorts gekommen ist: In 2023 und 2024 stehen das Mittelmeer, Nordeuropa, Island, Grönland, die Ostküste der USA und Kanadas, die Karibik und Mittelamerika, die Pazifikküste sowie Hawaii auf dem Programm von Explorer Journeys. ⚓

→ <https://explorajourneys.com/de/de>

„Am Ende muss die Rechnung aufgehen!“

Noch niemals habe ich erlebt, dass um ein neues Schiff im Vorfeld so ein Hype entstanden ist. Ich war mehr als gespannt und war zunächst einmal schwer beeindruckt, was alles möglich ist, wenn Geld keine Rolle spielt. Je länger ich an Bord war, umso mehr wurde mir klar, dass der Luxus nicht nur in der Hardware liegt, etwa verspiegelte Fahrstühle, bodentiefe Fenster, diverse Pools, Bars und Restaurants von erlesener Qualität, edelste Materialien wohin das Auge schaut. Ja, das alles ist mehr als beeindruckend.

Was mich aber während der ganzen Reise hat staunen lassen, war das unglaubliche multikulturelle Personal. Hun-

derte von hochmotivierten, liebenswerten, mitdenkenden, gut ausgebildeten und ultimativ serviceorientierten Menschen haben es verstanden, mich fast traurig von Bord gehen zu lassen. Gestaut habe ich wegen der Menschen, nicht wegen des Glanz und Glitters. Da hat die Reederei wirklich einen unglaublichen Job gemacht. Respekt und Gratulation! Allerdings sollte man bei aller Begeisterung nicht vergessen: „Das Bessere ist der Feind des Guten“.

Ich wünsche EXPLORA JOURNEYS viel Erfolg und dass am Ende die Rechnung aufgeht, wenn sechs baugleiche Schiffe bis 2028 die Weltmeere befahren.



BRIGITTE WIRSIG,
versierte und langjährige Kreuzfahrterpertin aus Hamburg war an Bord der EXPLORA I.

→ <https://freiseintimetotravel.de/>

Foto: Christian von Schröder// EXPLORA JOURNEYS



1 TREFFPUNKT LOBBY BAR:
Die gesellige Bar und Lounge im Stil eines Schweizer Luxushotels ist beliebter Treffpunkt für gemeinsame Unternehmungen.

2 EXPLORA 1 VON AUSSEN:
Das elegante Außenprofil gestaltete der britische Designer und Architekt Martin Francis. Bis 2028 wird Explora Journeys weitere fünf Luxusschiffe mit neuester Umwelttechnologie in Dienst stellen. Rund 800 Gäste werden von 640 Service-Personal bedient – ein Verhältnis von 1,1,25.

3 OCEAN TERRACE SUITEN:
Sie zählen zu den geräumigsten Standard-Suiten der Branche, und verfügen über raumhohe Fenster und eine private Terrasse, auf der sich die Gäste dem Meer näher fühlen können.

4 EMPORIUM MARKETPLACE:
Das ganztägig geöffnete Restaurant bietet eine abwechslungsreiche Küche mit Fokus auf Qualitätsprodukte aus den jeweiligen Reisezielen. Gäste können flexibel entscheiden, was und wann sie essen.



KAPITÄNIN
Die Italienerin Serena Melani steuert und kommandiert die Explora 1.



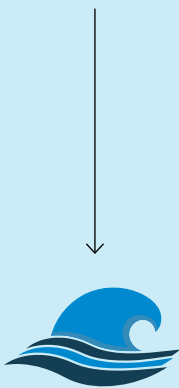
ALLES IM FLUSS

Die Wachau, Kloster Melk, Wien, Bratislava, Budapest oder die Donaumündung – eine Donaukreuzfahrt bietet bekannte Naturschönheiten, Sehenswürdigkeiten und jede Menge Zuckerbäckerstil. TRVL Counter-Reporterin Simone Spohr war auf der neuen Riverside Mozart von Riverside Luxury Cruises an Bord.

Text Simone Spohr

P

Plopp, plopp, plopp, plopp – dieser auffällige Laut lockt an dem Sommernachmittag viele der Flussfahrer auf der Riverside Mozart in die Schiffslounge. Dort steht Somelier Ilija Marojevic und entkorkt routiniert und mit enormer Geschwindigkeit eine Sekt- und Champagnerflasche nach der anderen. Wenig später perlen die feinen Bläschen in Gläsern, und Somelier Marojevic erklärt die Geschichte der „World of Bubbles“. Mit Witz und Expertise führt er uns durch die Unterschiede von Prosecco, Sekt und Champagner – und lässt uns jedes Getränk natürlich kosten. Beschwingt verfliegt so die Zeit an Bord bis zu unserem nächsten Stopp in Bratislava.



ZUR FLOTTE

RS Mozart, 82 Suiten, 23 Meter breit, buchbar sind vier bis 13-tägige Touren auf der Donau. RS Ravel, 55 Suiten, buchbar sind vier bis achttägige Touren auf Rhone und Saone durch Frankreich. Ab 2024 sollen die RS Debussy, RS Bach und RS Mahler die Flotte ergänzen.

Mit der Riverside Mozart – übernommen von der insolventen Crystal Cruises – sind die Hamburger Geschwister Anouchka und Gregor Gerlach dieses Jahr neu ins Kreuzfahrtgeschäft eingestiegen.

Neue Luxusmarke im Segment

Ihre Flusskreuzfahrtmarke Riverside Luxury Cruises ist Teil der Seaside Hotel Collection. Die RS Mozart startete in diesem Frühjahr als erstes Riverside-Schiff. Aufgrund ihrer Breite von über 23 Metern tourt sie auf der Donau. Mitte August startete mit der Riverside Ravel das zweite Schiff der Riverside-Flotte. Ihr Fahrgebiet sind die Rhone und Saone in Frankreich. Sie ist mit 55 Suiten kleiner als die Mozart.

Mit der Riverside-Flotte wird ein für den deutschen Markt neuer luxuriöser Standard auf dem Fluss buchbar. „Alle unsere Schiffe sind reine Suiten-Schiffe“, betont Riverside-Chef Gregor Gerlach. Auch die öffentlichen Bereiche sind großzügig angelegt. Gäste können die weitläufigen Aufenthaltsbereiche genießen, im Fitnessraum Kalorien verbrennen oder in der Sauna und im Wellnessbereich die Landschaft an sich vorbeiziehen lassen. „Der Komfort mit einem Butler-Service ist auf all unseren Schiffen Standard“, sagt Gerlach.

Foto: Riverside Cruises // Simone Spohr für TRVL Counter



Zimmer mit Flussblick: Die Penthouse Suiten auf dem Seahorse Deck sind mit 30 Quadratmetern ausgesprochen großzügig.



1

1 FÜR FEINSCHMECKER:

Vier verschiedene Restaurants bieten je nach Fahrtregion modern interpretierte Gerichte.

2 WATERSIDE RESTAURANT:

Den kleinen Hunger zwischendurch können Gäste jeden Tag bis 18 Uhr am Buffet im Bistro stillen.

3 VISTA BAR AN DECK:

Im Schatten eines Segeltuchs sitzen, auf die vorbeiziehende Landschaft schauen und den Moment genießen.

INFOS FÜR REISEBÜROS

Seit August ist mit der RS Ravel auch in Frankreich ein Riverside-Schiff unterwegs. Ab 2024 sollen drei weitere Suiten-Schiffe die Flotte ergänzen. „Wir arbeiten mit einigen großen Veranstaltern zusammen“, sagt Riverside-Chef Gregor Gerlach, beispielsweise Airtours, Dertour Deluxe und auch Windrose. Auch Einzel-Reisebüros können mit Riverside buchen. „Für Buchungen in diesem Jahr bieten wir bis zu drei Prozent on top auf unsere Grundprovision ab zehn Prozent an“, erklärt Gerlach. Ab 25.000 Euro Jahresumsatz steige die Provision auf elf Prozent. Reisebüros mit einem Umsatz ab 50.000 Euro erhalten eine Provision von 13 Prozent. Dieses Provisionsmodell werde auch für 2024 gelten, sagt Gerlach.

→ <https://riverside-cruises.com/en/ta>



3





1

2

3

4

KURZ VOR DER SCHLEUSUNG:

Die nautischen Geschicke der RS Mozart liegen bei Kapitän Csaba Burjan und seinem Bruder bereits aus Crystal-zeiten in souveränen Händen.

UNTER FRAUEN:

TRVL Counter-Autorin Simone Spohr beim Gläschen mit Hoteldirektorinb Sonja Gruber.

KRÄUTERGARTEN AN BORD:

Chefkoch Johannes Bär pflückt auf dem Oberdeck der RS Mozart frischen Thymian und Zitronenmelisse fürs Menü.

STRAHLENDER AUFTRITT:

Im Hafen des Städtchens Viviers hat Geschäftsführerin Anouchka Gerlach bei einer festlichen Gala die Riverside Ravel Anfang August getauft.

4



Jeden Tag neue Ziele zu entdecken, flexibel meinen Tag zu gestalten und zugleich die vertraute Hotelsuite nicht wechseln zu müssen, das ist für viele und auch für mich einer der wichtigen Luxusaspekte bei einer Kreuzfahrt.

Bei Riverside ist das ganz selbstverständlich. Luxuriös umsorgt, fühlte ich mich schon bevor ich an Bord gehe. Ein paar Tage vor Reisestart kommt die Anfrage, ob ein Shuttle vom Wiener Flughafen oder Bahnhof zum Schiffsanleger organisiert werden solle; das sei im Reisepreis inklusive. Per Privattransfer erreiche ich ganz entspannt die RS Mozart in Wien.

Tag ohne Verpflichtung und Erwartung

Und diese Entspannung zieht sich durch die Kreuzfahrttage durch. Meine schwierigsten Entscheidungen sind Fragen wie: Wann gehe ich heute ins Waterside Restaurant zum Dinner? Möchte ich irgendwann davor im Bistro noch einen Kaffee zum Obstsalat oder zum frischen Gebäck genießen? Lasse ich mir zum Sonnenuntergang ein Glas Champagner an Deck bringen? An welchen Ausflügen möchte ich morgen teilnehmen? An Bord kann ich sieben Tage lang nur das machen, was ich gerade möchte. Alle Verantwortung wird mir abgenommen – was für ein Luxus!

Jeden Tag gibt es ein Angebot an längeren und kürzeren Exkursionen mit englischsprachiger Führung. Wie auch auf anderen Flusskreuzfahrtschiffen ist auf den Riverside-Schiffen eine internationale Mischung der Gäste erwünscht. Hoteldirektorin Sonja Gruber bietet sich für deutschsprechende Gäste als Ansprechpartnerin an. „Auf jeder Riverside-Reise zählen die Signature-Events zum besonderen Erlebnisluxus“, erzählt sie.

Privatführung in Wien

Für uns ist dies in Wien ein abendlicher Besuch im Schloss Belvedere. Nachdem die Tagesbesucher das Schloss verlassen haben, folgen wir Tourguide Karin Gundacker bei der privaten Führung durch das Obere Belvedere. Es geht vorbei an den vier Atlanten, die das Gewölbe der Eingangshalle auf ihren Schultern tragen. Es ist fantastisch zum Beispiel, die Frühwerke von Gustav Klimt und seine berühmte Kuss-Szene ohne Gedränge zu betrachten. Bei dem



GOOD GUIDE

Ausgestattet und mit Hinweisschild wartet Reiseführerin Karin Gundacker gut gelaunt auf die Ausflugsgäste der Riverside Mozart.

anschließenden Privatkonzert schweift mein Blick bei Walzerklängen über den Garten bis zum Unteren Belvedere, bis sie in der Dunkelheit der Nacht versinkt. Ein hohes Maß an Flexibilität zeigt die Restaurant- und Küchencrew: Bei strahlendem Sonnenschein wird heute das Mittagsmenü kurzerhand als Barbecue an Deck verlegt. Auf zwei großen Kugelgrills garen Steaks, Würstchen, Fischfilets und Langusten, an der Deckbar stehen Salate und Dips bereit. „Wir wollen unseren Gästen auch an Bord so viel Abwechslung wie möglich bieten“, sagt Hoteldirektorin Sonja Gruber.

Viel Abwechslung, viel Auswahl

Ob bei einer Radtour durch Linz, bei der Führung durch die Barockabtei Melk, beim Bier-Tasting in der slowakischen Hauptstadt Bratislava, beim Passieren der Schleuse Gabčíkovo oder bei einem Spaziergang zu der monumentalen Kathedrale in Esztergom, Abwechslung finde ich bei dieser Donautour mehr als genug. Während in der Mitte der Donau kleine Inseln auftauchen und die Landschaft schroffer und felsiger wird, schwitze ich im Wellness-Bereich in der Damensauna, bevor Fee mich bei der Massage ganz weich knetet.

Pünktlich mit Einbruch der Dunkelheit erreicht die RS Mozart die äußeren Bezirke von Budapest, wo meine Reise endet. „Das exakte Timing ist eine Herausforderung“, erzählt Kapitän Burjan. Er muss viele Details beachten: Der Verkehr an den Schleusen, Strömung, Wind und die Jahreszeit, alles ist jedes Mal anders. Und natürlich klappt es jedes Mal wieder.

Stilvoll in Budapest ankommen

Bei der Einfahrt ins nächtlich angestrahlte Budapest spiegeln sich die hell erleuchteten Fassaden in der Donau, die festliche Atmosphäre verzaubert alle an Bord. An Deck weht ein frischer Wind. Immerhin, durchsichtige Paravents bieten stellenweise Schutz. Und Hoteldirektorin Sonja Gruber serviert zusammen mit der Crew je nach Wahl einen wärmenden Glühwein oder einen kühlen Fruchtcocktail. „Diese Einfahrt nach Budapest finde ich immer wieder wunderschön“, strahlt Gruber mit vielen Gästen um die Wette. ⚓

➔ <https://www.riverside-cruises.com>

Foto: Riverside Cruises // Simone Spohr für TRVL Counter

KÜMMERT SICH:
Petje Schuberth ist
Ausflugsexpertin auf der
A-ROSA Viva. Die 24-Jährige
arbeitet auf der Tour „Seine
Erlebnis Normandie und Paris“
in Frankreich.

AUSFLUGS-PROFI

Der Verkauf von Ausflügen macht eine Flusskreuzfahrt erst richtig rentabel. So gesehen hat Petje Schuberth als Ausflugsexpertin auf der A-ROSA Viva eine große Umsatzverantwortung.

Text Thomas Grether

Seit 2017 ist Frankreichs zweitgrößter Fluss fester Bestandteil im Portfolio von A-ROSA. Von Paris aus startet die Reise in die Normandie und besucht die Städte Rouen und Vernon sowie Le Havre und die Alabasterküste. In insgesamt 99 Außenkabinen von je 15 Quadratmetern finden auf dem Schiff bis zu 202 Gäste Platz.

Die Gäste bewundern am Unterlauf der Seine im Gebiet der Normandie die außergewöhnlich großen Tal-schleifen. Derweil sie auf dem Son-nendeck die vorbeiziehende Land-schaft auf Sonnenliegen genießen oder sich im Restaurantbereich Getränke servieren lassen. Wer den Tarif „Premium alles inklusive“ gebucht hat, genießt fast alle hoch-wertigen Markengetränke ohne Extrakosten. Die Speisen sowieso. Versteht sich also, dass kaum ein Kunde die Reise anders bucht.

Die schiffbare Länge bis Nogent-sur-Seine beträgt 560 Kilomter. See-

schiffe können den Fluss bis Rouen (120 Kilometer im Landesinneren) befahren. Besondere Highlights sind die Ausflüge in Monets Garten in Giverny und zu den berühmten Kreidefelsen von Étretat. Und natürlich Paris, wo die A-ROSA Viva die letzten zwei Nächte der einwö-chigen Tour verzurrt wird.

Schnittstelle zu den Reisebüros

Auf den siebentägigen Touren gibt es viel zu tun für Petje Schuberth. Sie bucht die Ausflüge im System, die Expis für ihre Kunden vorreser-vieren können. Zu ihrem Job gehört aber nicht nur der Verkauf der Aus-flüge und die Beratung: Sie ist auch dafür verantwortlich, dass die Gäs-te pünktlich in ihrem Bus sitzen und wieder zurück an Bord kom-men. Und manchmal kann man mit der sympatischen Ausflugsex-pertin mitfühlen, denn das Ganze ist oftmals komplizierter, als einen Sack Flöhe zu hüten. Natürlich ver-bietet ihr die Diskretion, über Gäste zu reden, deren Geschichten aber

dennoch an Bord eines kleinen Kreuzfahrtschiffs wie der Viva schnell die Runde machen. Etwa die Story der 75-jährigen Professo-ren-Gattin, der es in der Großstadt Rouen mit seiner malerischen mit-telalterlichen Architektur so außer-gewöhnlich gut gefiel, dass sie nicht zu ihrem Mann zurückkehren wollte. Quelle malheur!

Der Professor jedenfalls stand ganz verschreckt am Counter von Petje Schubert und bat sie händeringend um Hilfe, seine Frau sei leicht de-ment, sagte er. Eine Zivilstreife der französischen Polizei entdeckte schließlich die 75-jährige, der fran-zösischen Sprache mächtig, die sich offenbar köstlich mit mehre-ren Frauen in einem Café amüsier-te, bis die Frau überredet werden konnte, wieder aufs Schiff und zu-rück zu ihrem Gatten zu kehren.

Demente Gäste sind natürlich nicht die Regel für Petje Schuberth. Aber das Abenteuer, wie das der älteren

Foto: A-ROSA Flusskreuzfahrten



Die „Seine Erlebnis Normandie mit Paris“ gibt es auch bei Bedarf mit Vor- und Nachprogramm in Paris.



A-ROSA VIVA

An Bord gibt es
99 Außenkabinen
für 202
Gäste



ZWEI-BETT-AUSSENKABINE:

Großzügig geschnittene Außenkabine mit französischem Balkon. Elegantes Design und edle Materialien sorgen für Wohlfühlatmosphäre, verspricht A-ROSA.

VOLLPENSION: Ein Frühstücks-, Mittags- und Dinnerbuffet mit Live-Cooking sind inklusive. Beim Abendessen können Gäste zwischen einem servierten Menü oder freier Auswahl am Gourmet-Buffer wählen.

Dame sorgen für Abwechslung im Alltag. Da machen die Ausflüge, die speziell für Familien mit Kindern buchbar sind, mehr Spaß. Die junge Klientel wird von Erziehern um-sorgt. Mit allen Heranwachsenden geht es dann einmal zum Kapitän auf die Brücke oder zu den Maschi-nisten tief im Bauch des Schiffes.

Das Wissen über die vielen Touren hat Ausflugsexpertin durch ein langes Praktikum als Guest Rela-tions Host erlangt. Und wenn es passt, kommt sie gerne auf einen der Ausflüge mit, und vertieft ihr Destinations-Know-how. Durch ihr Tourismus-Studium in den Nieder-landen hat sie bereits ein breites

Fachwissen. Wenn Schuberth die Borddurchsagen erst in Deutsch und dann in Englisch wiederholt, fällt ihre akzentfreie Aussprache auf. Denn ihr Studium und Bache-lor-Arbeit hat sie in englischer Sprache absolviert.

Besuch von Freunden und Familie

Petje Schuberth ist übrigens die jüngste Offizierin an Bord. Heim-weh kommt wenig auf, weil sie sich mit der Crew blendend versteht, wie sie sagt. Um die begehrten Fachkräfte zu binden, hat die Ree-derei ein großzügiges Besuchspro-gramm aufgelegt: Jeder Mitarbeiter kann Freunde und Verwandte ein-laden – das gilt für alle 13 Schiffe

der A-ROSA-Flotte. Schuberth freut sich schon, wenn ihre Schwester an Bord kommt und sie gemeinsam Paris besuchen. Und natürlich, wenn ihre Eltern aus Ostfriesland mit ihrem Wohnmobil anreisen. Dann darf der Hund der 24-Jähri-gen auch dabei sein. Abends dürfen die Eltern das gute Essen und die Getränke auf der Viva genießen. Von Mama und Papa hat die Aus-flugsexpertin die Freude am Touris-mus geerbt. Ihre Eltern haben sogar Reiseführer geschrieben: Über ihr Wohnmobil – und das Reisen. ⚓

➔ <https://www.a-rosa.de/flusskreuzfahrten/a-rosa-flotte/a-rosa-viva.html>



Konrad Fobbe, CEO und Creative Director & Explorer Special Adventure, plant von Dockweiler in der Nähe des Nürburgrings aus seine ausgefeilten Abenteuerreisen für kleine Gruppen.

(Oben) **SKELETON COAST IN NAMIBIA:** An der einsamen Atlantikküste hat das Team die Lagerplätze für die Nacht aufgeschlagen. Wildromantisch präsentiert sich die Skelettküste mit seiner rauen Küste. Im Süden kann man sich frei bewegen, der Norden ist jedoch nur im Rahmen geführter Touren mit Genehmigung zugänglich.

TADSCHIKISTAN: Konrad Fobbe führt seine Landrover-Gruppe über die verschlungenen Serpentinaen des Pamir Highway. Er ist ein Teilstück der Fernstraße M41, die Hauptverkehrsstraße des Pamir-Gebirges in Zentralasien.

Der Mann für besondere Abenteuer

Von der alten Seidenstraße über den Polarkreis bis in die Westsahara: Wer wirklich ausgefallene und außergewöhnliche Reisen zu besonderen Orten unternehmen will, ist bei Konrad Fobbe genau richtig. Der Gründer von Special Adventure bringt seine anspruchsvolle Kundschaft auch nach 30 Jahren immer wieder zum Staunen.

Text Iris Quirin

W

rühmte M41, durch Kirgisistan und Tadschikistan, und mal entlang der Route der alten Seidenstraße bis vor die Tore Chinas. Seine Kunden sind meist 45 Jahre und älter, Menschen, die sich etwas Besonderes gönnen und auch leisten können. Auch Unternehmen nutzen die Expertise von Fobbe für Incentive-Reisen ihrer Mitarbeiter.

Nächste Tour ausgerechnet Marokko

Auf die nächste Tour im Oktober freut sich der Abenteuerer besonders: Dann stehen 38 Tage Marokko auf dem Programm. Auch wenn gerade ein verheerendes Erdbeben das Land erschüttert hat, Fobbe hilft den Menschen vor Ort, wo er kann. Selbstverständlich nimmt er Medikamente, Trinkwasseraufbereitungsanlagen und andere Hilfsgüter mit nach Nordafrika.

Als Highlight der aktuellen Tour will er seinen Kunden die „Pelican 16“ zeigen. Der britische Bomber musste vor 30 Jahren notlanden und liegt seitdem im Wüstensand der Konfliktregion Westsahara, die Marokko als Teil seines Staatsgebietes betrachtet, während die Befreiungsfront Polisario die Unabhängigkeit anstrebt. „So einfach kommt man nicht dorthin“, erklärt Fobbe. „Man braucht schon ein gutes Netzwerk

Wer schon mit Konrad Fobbe auf den Pisten rund um den Globus unterwegs war, weiß, dass Abenteuerer tatsächlich ein echter Beruf ist. Special Adventure nannte Fobbe sein Unternehmen, das er vor fast 30 Jahren gründete und als Geschäftsführer und „Kreativdirektor und Entdecker“ leitet. Der Name des kleinen Spezialveranstalters ist Programm: Fobbe ist so etwas wie der Indiana Jones der Branche, immer auf der Suche nach einem neuen Abenteuer.

Mehr als 60 Länder hat er bereist und findet immer wieder Highlights und „magische Orte“ fernab touristischer Pfade für seine Kunden. Mal führen seine Reisen und Expeditionen in Südamerika über die Panamericana, mal in Namibia entlang der Skelettküste bis an die angolanische Grenze, mal über den Pamir Highway, die be-

Fotos: Ivan Timoshkin // Special Adventure



RAUHE LAND- SCHAFT:

In Island muss die Fahrzeugkolonne nach heftigen Regenschauern durch das angestiegene Wasserbett des Flusses. Kein Problem für Fobbe und sein Team.

und die richtigen Kontakte!“ Die hat der bodenständige, gebürtige Sauerländer über drei Jahrzehnte sorgfältig aufgebaut. Er kennt Land und Leute, und weiß, welche Strippen er ziehen muss. „Gute Kontakte sind mein Kapital“, sagt er.

Vom Konstrukteur zum Globetrotter

Dabei kam der gemütlich wirkende 63-Jährige mit grauem Bart und verschmitzt-lachend blauen Augen eher zufällig in die Veranstalterbranche. Reisen gehörte zwar schon von Kindesbeinen an zu seinen Leidenschaften, wie auch das Lesen von Abenteuerromanen. Die Bücher von Karl May sowie Mark Twains „Tom Sawyer und Huckleberry Finn“ hat er regelrecht verschlungen. Die auf wahren Begebenheiten beruhende Geschichte der in den Anden abgestürzten Fußballmannschaft von Uruguay und ihre Überlebensstrategie hat er gleich mehrmals gelesen. Da sein Vater beruflich stark eingebunden war, fuhr er immer mit seiner Mutter in die Sommerferien. Jedes

„Einmal Abenteuer erleben wie Karl May, das prägte ihn schon als Kind“

Jahr ging es von seinem Geburtsort im sauerländischen Menden mit dem Zug in die Schweiz zu Verwandten. Ein Onkel betrieb ein Hotel in Düsseldorf, so dass Fobbe früh in die Reisebranche reinschnuppern konnte. Mit 18 zog er dann mit den Kumpels auf eigene Faust im Auto und mit Zelten los – und organisierte damals schon Reisen im kleinen Kreis.

Mit 17 absolvierte er eine Ausbildung zum Konstrukteur und Maschinenbauer und besuchte anschließend in Dortmund die Fachhochschule für Kunst und Gestaltung. 1982 stieg er bei einem mittelständischen Automobilzulieferer ein. „Ich tüftelte schon immer gerne an Autos“, sagt er. Er stieg auf zum Leiter der Entwicklung, Konstruktion und Arbeitsvorbereitung von Bauteilen im Fahrzeuginneren. „Die Arbeit hat mir zwar viel Spaß gemacht, sie war aber nicht wirklich erfüllend“, erinnert er sich. Immer wieder zog es ihn in die Welt. Am Todestag seines Vaters besann er sich, was ihm wirklich



KIRGISISTAN: Gerhard Pegam, Konrad Fobbe, Claudia und Dieter von Arx (v.l.n.r.) legten einen Fotostopp auf ihrer Abenteuerreise durch die gebirgige Landschaft ein.

wichtig war und was ihn erfüllte. Er kündigte kurzerhand und nahm eine längere Auszeit. „Um Abstand zu gewinnen, unternahm ich meine erste große Motorradtour vier Monate lang über Italien und Griechenland in die Türkei“, sagt er.

Das nächste Abenteuer folgte auf dem Fuße: In den Jahren 1993 und 1994 hatte er die Chance auf der Rallye Paris/Dakar mitzufahren und lernte die Motorsport-Pionierin Jutta Kleinschmidt und den Motorrad-Enduro-Rennfahrer und Motorradhersteller Herbert Schek kennen. Das Fahren durch unwegsames Gelände begeisterte ihn, und so stand sein Entschluss bald fest: „Ich sprang ins kalte Wasser und gründete im Mai 1994 meine Firma für Motorradreisen“, erzählt er. „Das Organisieren von Reisen und Entdecken von fremden Orten bereitete mir schon in der Jugend sehr viel Freude!“ Fobbe wurde zum Spezialveranstalter.

Anfangs bot er vier- bis achtwöchige Motorradreisen durch Europa und Nordafrika in kleinen Gruppen von maximal acht Teil-



AM POLARKREIS: Mit Schneemobil in schwedisch Lappland unterwegs. Unternehmen nutzen gerne den Spezialveranstalter, um außergewöhnliche Incentives für Mitarbeiter zu organisieren.



NAMIBIA: Special Adventure unterstützt soziale Projekte wie dieses Projekt in Purros. Mit der Firma Katadyn sorgt der Veranstalter für frisches Trinkwasser für rund 80 Schulkinder.

nehmern an. Im Jahr 2000 zog er der Liebe wegen vom Sauerland nach Düsseldorf, wo er sein Angebot auf 4x4 Off-Road-Reisen und Incentives für Firmen umstellte.

Maßgeschneiderte Abenteuerreisen
Nach wie vor sind seine Reisen maßgeschneidert, die Hauptreiseziele sind neben Nordafrika – vor allem Marokko – Namibia, Botswana, die Vereinigten Arabischen Emirate, die alte Seidenstraße ohne China und Skandinavien. Für spezielle Kundenwünsche hat Fobbe immer ein offenes Ohr, sei es, dass es den Kunden an einem Ort so gut gefällt, dass sie länger bleiben wollen, als geplant. Sei es, dass sie ihm ein ungewöhnliches Ziel vorschlagen und er dafür die Route plant, wie eine Besteigung auf den höchsten Berg Marokkos, den Jebel Toubkal.

Bei seiner Planung arbeitet Fobbe mit ausgesuchten Freelancern aus dem Bereich Reisen und Fotografie, Mechaniker sowie mit ausgewählten Guides vor Ort zusammen, die alle Englisch sprechen. Die Fotografen sorgen für schöne Erinnerungen und stehen den Reisenden während ihrer Tour mit Rat und Tat zur Seite.

Damit sich die Gäste bei aller Abenteuerlust auch sicher fühlen, fahren auf bestimmten Expeditionen manchmal Notfall-sanitäter mit. Außerdem nutzt Fobbe ein SOS-Call System mit dem er rund um die

Uhr Zugang zu deutschen Ärzten hat, egal wo er gerade unterwegs ist. Diese geben ihm im Notfall entsprechende Anweisungen und Informationen. „Zum Glück haben wir es noch nicht gebraucht!“, ist er froh. Allerdings wurde er selbst bei einer Reise auf der Seidenstraße wegen der Höhe so krank, dass er in Tadschikistan kurz ins Krankenhaus musste. Seither sorgt er dafür, dass die Kunden stets von zwei Guides begleitet werden, so dass immer einer für sie da ist.

Rund ein Dutzend Reisen plant der Berufs-Abenteurer von Dockweiler aus in der Nähe des Nürburgrings. Seit 2015 lebt und arbeitet er dort mit seiner Frau, Stieftochter, Enkelkindern und Schwiegermutter. Der Standort ist nicht unbedingt geeignet für Laufkundschaft, aber die hat Fobbe ohnehin nicht. „Das Wichtigste ist eine gute Internetverbindung, um mit meinen Kunden und Partnern vor Ort in Kontakt zu bleiben und die Routen zu planen!“, sagt er.

Magische Orte
Wenn er dann endlich unterwegs ist und mit einem Landrover über Schotterpisten fährt und in die Natur blickt, ist der Sauerländer in seinem Element. „Das Abenteuer, die Kulturen, das Essen, entlegene Gebiete zu erkunden und die Menschen, denen man begegnet, begeistern mich immer wieder“, schwärmt er.

Und wo gefällt es ihm am besten? Hat er einen Lieblingsort? Hat er nicht, meint er. Sondern eher „magische Orte“, wie er sie nennt. Dazu zählt etwa ein bestimmter Baum an einem Salzsee in Marokko mit einem Brunnen, an dem die Kamele getränkt werden. Oder in Kirgisistan auf 3.000 Metern Höhe, wenn er bei einem Lagerfeuer die Sonne untergehen sieht. „Da nehme ich mir auch schon mal eine Stunde Zeit für mich und genieße die Aussicht“, verrät er. Viele dieser magischen Orte zeigt er auch seinen Kunden: Etwa einen versteckten Wasserfall oder eine bestimmte Stelle in Marokko, von der aus man bei Sonnenuntergang traumhafte Fotos einer Kamelherde in der Wüste schießen kann.

Und das Thema Nachhaltigkeit?
Wie sieht es bei allen Abenteuern mit dem Umweltschutz aus? „CO2 zu kompensieren, erscheint uns nicht der richtige Weg“, erklärt Fobbe. „Wir unterstützen soziale Projekte, mit der Firma Katadyn sorgen wir beispielsweise für frisches Trinkwasser in Schulen, Kindergärten und medizinischen Einrichtungen in Afrika. Unser derzeit größtes Projekt startete gerade im August in Namibia in Purros. Hier werden wir zusammen mit einem meiner Kunden rund 80 Kindern die Grundversorgung der Schule sicherstellen. Da gibt es einiges zu tun!“

In Tadschikistan und Kirgisistan unterstützt Special Adventure den NABU. „Dabei geht es um den seltenen Schneeleoparden“. Seine Kunden haben ihn gesichtet und waren begeistert.

Wer mit so viel Herzblut bei der Arbeit ist, wie Konrad Fobbe, denkt noch lange nicht an den Ruhestand. Wenn es aber irgendwann so weit ist, hat er auch schon einen Plan, und wen wundert es: „Ich gehe mit meiner Frau auf Weltreise, entdecke noch unbekannte Orte und besuche Freunde rund um den Globus, die ich in den letzten 30 Jahren gewonnen habe!“

Ganz klar, die Welt hält sicher noch das eine oder andere Abenteuer für ihn bereit – und sicher auch noch den einen oder anderen magischen Ort. 🏹

➔ <https://special-adventure.de/>



GUTEN DRAHT
Überall auf der Welt hat Konrad Fobbe ein Netzwerk an Menschen, die ihn und sein Team unterstützen, wie hier in Usbekistan.

„Wir unterstützen auch Schulen mit Trinkwasser in Afrika. Da gibt es viel zu tun.“

Life! Verlag GmbH & Co. KG
Langbehnstr. 10, 22761 Hamburg
Tel. +49-40-38 90 40-0
www.lifeverlag.de

REDAKTION
Chefredakteur und presserechtlich verantwortlich: Jean-Marc Göttert
jean-marc.goetttert@trvlcounter.de
Art Direktion: Bruni Davenport
Redaktion: Thomas Grether, Klaus Göddert, Iris Quirin, Elena Rudolph, Simone Spohr (Frankfurt), Felicia Haslbeck; Lektorat: Iris Quirin
Homepage und Newsletter „morning news“
Klaus Göddert; redaktion@trvlcounter.de

MARKETING & SALES LIFE! VERLAG
Andreas Lentz (Ltg.)
andreas.lentz@lifeverlag.de
Tel. +49-40- 38 90 40-24

Alexandre Jouravel
alexandre.jouravel@lifeverlag.de
Tel. +49-40- 38 90 40-28

Yvonne Popall
yvonne.popall@lifeverlag.de
Tel: +49 (0)176 48 15 92 78

Mieke Sweep (Hotels):
mieke.sweep@lifeverlag.de
Touristik-Jobs:
jobs@trvlcounter.de

Anzeigendisposition:
Life! Verlag GmbH & Co. KG
Tel. +49-40- 38 90 40-0, anzeigen@lifeverlag.de

VERLAGSLEITUNG
Irena Roth, Herausgeberin

Druck und Konfektionierung
Haase-Druck GmbH; Brandstücken 22,
22549 Hamburg; www.haase-druck.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 3/2023,
gültig ab dem 01.01.2023.
Mediadaten: trvlcounter.de/mediadaten

Leser- und Aboservice
Print: Einzelheft 10 €, Jahresabo Inland 30 €
pro Jahr inkl. Porto und 7% MwSt.
Abonnementpreis Ausland 52 € pro Jahr
inkl. Porto (innerhalb der EU zzgl. MwSt.
bei fehlender UID/VAT-Nr.).
abo@trvlcounter.de, Tel: +49-40-389-040-0

Für unverlangt eingesandte Bilder und
Manuskripte keine Haftung. Alle Angaben
erfolgen nach bestem Wissen, aber ohne
Gewähr. Nachdruck, Aufnahme in Online-
Dienste und Web sowie Vervielfältigung auf
Datenträgern nur nach vorheriger schriftlicher
Zustimmung.

© 2023 Life! Verlag GmbH & Co. KG

DISCOVER

TRVL COUNTER – LIEBLINGE DER REDAKTION



REISEKISSEN OHNE KOPFABKNICKEN

Dank des inneren Stützsyste-
ms im weichen Fleece des TLRT-Kissens werden Kopf und Hals für einen angenehmen Schlaf im Flieger gestützt. **49,99 Euro**

WASSERFLASCHE MIT TRESOR

Die Edelstahlflasche ist mit einem Bodenfach ausgestattet, das als versteckter Behälter für Karten, Schlüssel und Bargeld auf Reisen dient. Gesehen bei Amazon.de, **26,99 Euro**

DER HERBST IST DA!

Lange Spaziergänge, goldenes Laub und mollige Stunden vor dem Kamin mit einem guten Buch oder Magazin – ein Herbsttag kann so schön sein, wie man ihn sich macht.



KABELLOS

Der neue Px7 S2e von Bowers & Wilkins ist die neueste Version des kabellosen Kopfhörers der Einstiegs-
klasse und setzt Maßstäbe. **429 Euro**



PREMIUM DRY GIN

Die für BLANKENESER entwickelte Gin-Rezeptur aus Hamburg wird abgerundet durch Koriander, Ingwer, Angelikawurzel, Ceylon Zimt, Wermutkraut, Zitronengras, Mädessüß, Lavendel, Kardamom, Orangenblüten und Orangenschale. **38,50 Euro. [Zum Shop](#)**

FREIHAND-SCHIRM

Der bis auf 113 cm Länge auszieh-
bare Teleskopstock wird mit Clips und Klett-Köcher am Rucksack mit Hüftgurt oder einem Tragegurt befestigt. Die Extra-Bespannung der hinteren Segmente fährt beim Öffnen des Schirms automatisch aus. Bei proidee.de, **94,90 Euro**

Foto: PR-Fotos der Hersteller

TRVL COUNTER

VORSCHAU WINTERAUSGABE

LUXUS
Beratung
im Reisebüro
Wie geht das?

THEMEN-SCHWERPUNKTE: ERSCHEINUNG AM 15.DEZEMBER 2023

MAURITIUS UND MALEDIVEN



Paradies: Die Inselwelt im Indischen Ozean (Malediven, Mauritius und die Seychellen) ist bei den Deutschen stark nachgefragt. Ein Überblick über neue Luxus-Resorts und was die Veranstalter für 2024 im Portfolio haben.

KREUZFAHRTEN UND AIRLINES



Luxusschiffe: Größer, besser, schöner. Die Kreuzfahrtunternehmen buhlen mit Superlativen. Ein Überblick, welche neuen Schiffe 2024/25 geplant sind und warum ausgerechnet Weltreisen so schnell ausgebucht sind.

KETTEN UND KOOPERATIONEN



Dialogtage: Die meisten Reisebüros hierzulande sind in Ketten und Kooperationen organisiert. Traditionell finden im Herbst und Winter die wichtigsten Jahrestagungen statt. Wir berichten berichten über Themen und Trends.



SCAN ME

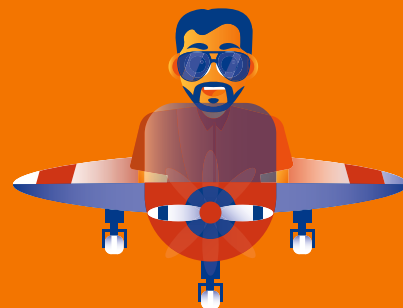


TRVL COUNTER
WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

Joint venture of happiness.

Türkei ab
69,99*
€

Wir sind stolz
darauf ein Joint
Venture von
Lufthansa und
Turkish Airlines
zu sein.



* One-Way-Flüge, inkl. Steuern und Gebühren.
SunExpress Güneş Ekspres Havacılık A.Ş.,
Yenigöl Mah. Nergiz Sok. No: 84 PK, TR-07230 Muratpaşa, Antalya

Joint venture of



Lufthansa

TURKISH AIRLINES



SunExpress Airlines