

TRVL COUNTER

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

Dezember 2022



EXTRA

KREUZFAHRTEN:

neue Schiffe,
neue Routen,
mehr Luxus

Seite 66

Endlich ein **LICHTBLICK**

Studien- und Erlebnisreisen
sind 2023 besonders gefragt

GROSS UND GRÖßER

Das neue Flaggschiff MSC
World Europa wurde in Doha getauft

RITTER DER REISEBÜROS

Er gilt als Stimme des Vertriebs.
Ein Porträt von rtk-Chef Thomas Bösl

Radio Holiday

DAS GUTE LAUNE RADIO

DAS ERSTE RADIO DER WELT
OHNE CORONA NEWS

Download on the
App Store

GET IT ON
Google Play

Download
Radio Holiday für
amazon alexa



INSIDE

Sie haben Post von der Redaktion!



FROHE FESTTAGE!

Auch in diesem Jahr gab es Krisen und viele Herausforderungen, aber es geht in großen Schritten voran. Wir können auf eine gute Saison 2023 hoffen.

MOIN AUS HAMBURG!
Das Jahr neigt sich schnell dem Ende zu, und das neue TRVL Counter QUARTERLY liegt druckfrisch vor. Unser Premiumheft erscheint alle drei Monate, jeden Samstag berichten wir im WEEKLY über die Lage der Branche. Und täglich gibt es Meldungen und Nachrichten auf der TRVL Counter Website. Morgens versorgen wir unsere Leser mit den morning news. Hier geht es [zur Anmeldung](#)

Die Zeit der Jahresrückblicke ist da, im Fernsehen, in Magazinen und auch bei der Gesellschaft für deutsche Sprache, die wie immer das Wort des Jahres kürt: 2021 war es noch „Wellenbrecher“, 2022 heißt es „Zeitenwende“ – ein politischer Begriff, der für viele eine gesellschaftliche und emotionale Wende bedeutet. In Großbritannien fiel die Wahl übrigens auf den Begriff „permacrisis“, der das Krisenjahr 2022 gut umschreibt: Klimakrise, Ukraine-Krieg, Inflation und Corona-Pandemie fordernten die Gesellschaft heraus.

Womit wir bei der DRV-Jahrestagung sind. Die Agenda des erstmals zweigeteilten Kongresses in Berlin und Marokko war gespickt mit Herausforderungen:

Energiekrise, Kerosinpreise, Inflationsrate, Nachhaltigkeit, Fachkräftemangel und Digitalisierung. Auch die Reisewirtschaft, so scheint es, befindet sich im Dauerkrisenmodus. Immerhin, Corona hat seinen Stachel verloren, es wird gebucht und verreist, die kommende Saison wird grandios!

Diese Ausgabe gibt einen kleinen Rückblick auf wichtige Ereignisse und Tagungen der Branche, soll aber auch Mut machen auf das neue Jahr. Und Mut, Leidenschaft und Lebensfreude, das zeichnet Touristiker*innen wirklich aus!

Wir wünschen viel Spaß bei der Lektüre des Winter-Quarterly. Bleiben Sie uns gewogen!

EIN FROHES NEUES JAHR!

Das ganze TRVL Counter-Team wünscht frohe Weihnachten und einen guten Start für 2023.

INHALT

DRV HAUPTSTADTKONGRESS



30 PARTNERLAND MAROKKO

Der zweite Teil der DRV-Tagung fand in Taghazout, nördlich von Agadir, statt. Der Bericht.

20 Krisenerprobt?

Wie geht es in 2023 weiter? In Berlin diskutiert die Branche zunehmend düstere Wirtschaftsaussichten, doch Pragmatismus und Optimismus überwiegen. Ein Ausblick aufs kommende Jahr.



58 G'DAY MATE! EIN STREIFZUG DURCH DEN FÜNFTEN KONTINENT



40 „SIMPLY THE BEST“ DIE JAHRES- TAGUNG VON BEST-REISEN



66 KREUZFAHRTEN NEUE SCHIFFE, NEUE ROUTEN



84 WEITERDENKER THOMAS BÖSL

Ritter der Reisebüros: Er ist ein profilierter Sprecher und kämpft für die Belange der Reisebüros. Ein Porträt.

COUNTER

- 08 TUI: SOMMERPROGRAMM
- 10 FINALE: START-UP NIGHTS
- 12 DER TOURISTIK 2023
- 14 ZITATE DER BRANCHE
- 16 INTERVIEW: IM GESPRÄCH MIT ITB-CHEF DAVID RUETZ
- 18 EASYBOARDING IST GESTARTET

TRAVEL

- 20 DRV-HAUPTSTADTKONGRESS
- 30 JAHRESTAGUNG IN MAROKKO
- 40 „SIMPLY THE BEST!“ DIE TAGUNG VON BEST REISEN
- 46 AER-TAGUNG IN BERLIN
- 50 STUDIENREISEN: GEBECO-CCO MICHAEL KNAPP IM INTERVIEW

58 G'DAY MATE! STREIFZUG DURCH

- DEN FÜNFTEN KONTINENT
- 66 TAUF: MSC WORLD EUROPA
- 70 INTERVIEW MICHAEL UNGERER VON EXPLORA JOURNEYS
- 72 COSTA: SOCIAL MEDIA AN BORD
- 78 LUXUS IN DER LUFT: LUFTHANSA, CONDOR UND KLM/AIR FRANCE

Fotos: DRV, Marcel Kautz / iStock / rtk / Best-Reisen / Tourism Australia

STANDARDS

- 03 INSIDE
- 05 IMPRESSUM
- 06 BILDSEITE CHECK-IN
- 84 WEITERDENKER
- 90 DISCOVER

TRVL COUNTER

Wir sehen Reisen mit anderen Augen

Life! Verlag GmbH & Co. KG

Langbehnstr. 10, 22761 Hamburg
Tel. +49-40-38 90 40-0
www.lifeverlag.de

Herausgeberin
Irena Roth

Chefredakteur und presserechtlich
verantwortlich: Jean-Marc Göttert
jean-marc.goetttert@trvlcounter.de

Leitung Art Direktion: Bruni Davenport

Redaktion:
Claudia Frei, Klaus Göddert, Iris Quirin,
Elena Rudolph, Tatjana Pokorny, Simone Spohr
Homepage und Newsletter „morning news“
Klaus Göddert; redaktion@trvlcounter.de

Lektorat: Iris Quirin

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
Margarita Feige (Stellenmarkt):
margarita.feige@lifeverlag.de

Touristik Jobs: jobs@trvlcounter.de

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

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

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 4/2022,
gültig ab dem 01.01.2022.
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 61 23 - 92 38-268

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.
© 2022 Life! Verlag GmbH & Co. KG

CHECK-IN

SCHIRME MIT CHARME

... IN MYANMAR

Das südostasiatische Land der goldenen Pagoden ist auch bekannt für seine charmananten Kunsthandwerksbetriebe, wie die traditionellen Schirmwerkstätten. Seit Generationen werden die bunten Schmuckstücke in Handarbeit in Familienbetrieben hergestellt. Das Gestänge besteht aus gespleißtem Bambus, der mit einem starken Zwirn umwickelt wird. Bespannt werden die Schirme mit handgewebter, farbig imprägnierter Baumwolle. Es dauert rund eine Woche, um einen großen Marktschirm herzustellen. Wer das Land bereist, kann wie der thailändische Fotograf Saravut Whanset einen Blick in eine der Werkstätten werfen. In Mandalay hat er eine junge Frau, umringt von bunten Sonnenschirmen, konzentriert bei der Arbeit fotografiert. Sein farbenfroher Schnappschuss hat es auf die Open Shortlist der Sony World Photography Awards 2022 in der Kategorie „Travel“ geschafft. 📷

➔ <https://bit.ly/world-photo-2022>

Foto: Saravut Whanset, Thailand, Shortlist, Open, Travel, 2022 Sony World Photography Awards

FAMILIENURLAUB:
Der Anteil von Familienbuchungen hat bei TUI deutlich zugenommen. Die Türkei ist der größte Gewinner mit einer Steigerung von zehn Prozent.

TUI-Sommerprogramm 2023

Mit einem größeren Familien- und All-inclusive-Angebot, neuen Hotels bei TUI Suneo sowie nachhaltigen Hotels und Ausflügen startet TUI in den Sommer 2023.

Text Iris Quirin

Im kommenden Sommer kommt TUI dem Wunsch der Gäste nach Budgetsicherheit und Kostenkontrolle nach und baut das All-inclusive-Angebot mit mehr als 6.000 Unterkünften aus, etwa mit fünf TUI Blue Hotels in Bulgarien, auf Zypern, Mallorca und Menorca sowie in Ägypten das TUI Blue Crystal Bay in Hurghada. Schnäppchenjäger werden bei neuen Hotels im Segment TUI Soneo fündig.

Dabei hat der Anteil von Familienbuchungen deutlich zugenommen,

meldet TUI-Deutschlandchef Stefan Baumert. Neben der Türkei verbuchen Österreich und Tunesien einen hohen Familienanteil mit über 40 Prozent. Kroatien und Bulgarien sind ebenfalls Top-Reiseziele. TUI baut das Portfolio an Familienhotels zum Sommer um weitere zehn Prozent aus. Unter anderem sind sechs neue TUI Kids Clubs im Programm – in Antalya, Tunesien, Andalusien, Österreich, in der Toskana und im Schwarzwald. Eltern können sich wieder auf die sehr günstigen Kinderfestpreise freuen. Bei

Buchung zwischen dem 21. Dezember 2022 und dem 28. Februar 2023 fliegen Zwei- bis Elfjährige zum Festpreis von 99 Euro in den Urlaub. Das Angebot gilt für den Reisezeitraum 24. März bis 30. September in rund 200 Hotels in Spanien, Griechenland und der Türkei sowie auf der Fernstrecke und bei Autoreisen.

Als Sommer-Destinationen liegen Inseln im Trend: Neben den Klassikern Mallorca, Kreta, Rhodos, Zypern, den Kapverden, Malediven und der Dominikanischen Republik

Fotos: iStock / TUI Deutschland



ZAKYNTHOS:
Ziele wie Zakynthos Samos oder Santorin sprechen vor allem Individualreisende an, die gern Inselkombinationen buchen.



KAPVERDEN:
Nach dem Gästeandrang im Sommer 2022 baut TUI sein Angebot aus und eröffnet neue Hotels seiner eigenen Marken.

rücken die kleinen griechischen Inseln wie Samos, Zakynthos oder Santorin in den Fokus. Insgesamt hat TUI 24 griechische Regionen auf dem Festland und den Inseln mit über 4.500 Hotels im Programm.

USA und Kanada im Trend

Bei Fernreisen haben die USA und Kanada die Nase vorn. „Mit mehr als 15.000 Hotels in allen 50 Bundesstaaten reicht das TUI Angebot von Städtereisen über Badeurlaub bis zu Erlebnis-Touren“, erklärt Nicole Sohnrey, Leiterin Auto-, Städte- und Bausteinreisen. Die Malediven landen auf Platz 2, gefolgt von Thailand, der Dominikanischen Republik und Mexiko.

Dauerbrenner Städtereisen

Städtereisen nach London, Hamburg, Berlin, Paris und Barcelona erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Im Frühjahr 2023 eröffnet das Riu Plaza London Victoria im gefragten Londoner Stadtteil Westminster. Die meisten Zuwächse im Sommer verzeichnen Lissabon,

Istanbul, Malaga, Wien und Amsterdam. TUI deckt die Nachfrage mit mehr als 700 Unterkünften sowie Flug- und Bahnverbindungen ab.

Auch die Nachhaltigkeit soll nicht zu kurz kommen: Mit dem „Green & Fair“-Label können Urlauber nach Hotels und Ausflügen suchen, die von einer unabhängigen Prüfungsgesellschaft als nachhaltig zertifiziert wurden und den Kriterienkatalog des GSTC (Global Sustainable Tourism Council) erfüllen.

Als weltweit erstes Unternehmen erfüllt der Konzern seit Kurzem die Nachhaltigkeitsstandards des GSTC auch für Exkursionen. TUI Deutschland hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2025 jährlich mindestens 2,8 Millionen Gäste in nachhaltigen Hotels zu beherbergen. Bis 2023 sollen alle 650 Ausflüge der TUI Collection zertifiziert sein. „Wir wollen Vorbild für die gesamte Branche sein“, erklärt Deutschland-Chef Stefan Baumert. ⚓

➔ Mehr Infos: <https://www.tui.com>

3 FRAGEN AN ...

STEFAN BAUMERT,
Vorsitzender der TUI
Deutschland Geschäftsführung



Welche Erwartungen haben Sie für das Jahr 2023?

Wir sind optimistisch, denn wir sehen jetzt schon deutlich mehr Frühbucher als zur gleichen Zeit im vergangenen Jahr. Die Menschen verzichten nicht auf ihren Urlaub, sie passen stattdessen das Ziel oder die Dauer an.

Wie wirkt sich die aktuelle wirtschaftliche Lage auf das Buchungsverhalten aus?

Sie führt zu einem erhöhten Sicherheitsbedürfnis. Vollkasko fürs Budget wird zum Mega-Trend im Sommer 2023, All-inclusive-Angebote sind so gefragt wie nie. Volle Kostenkontrolle haben Urlauber insbesondere in den Reisezielen Ägypten, Tunesien, Türkei und Kapverden, denn hier bieten über 90 Prozent der Hotels All-inclusive.

Gibt es neue Angebote für die preissensiblen Urlauber?

Im Segment TUI Suneo erweitern wir unser Programm von der Ostsee bis zum Mittelmeer mit sieben neuen Hotels auf Kreta, Kos, an der türkischen Ägäis, in Tunesien, Norditalien und Österreich sowie auf Usedom. Dort ist das TUI Suneo Kinderresort das erste Haus der Marke in Deutschland.



START-UPS DES JAHRES: Der Travel Industry Club (TIC) und der Verband Internet Reisevertrieb (VIR) haben die Start-ups des Jahres gekürt. Insgesamt hatten sich über 60 Bewerber an sechs Travel Start-up Nights beteiligt.



REMOTE WORKING: Platz zwei belegte Rhome, präsentiert von CEO und Co-Founder Julia-Sophie Ezinger.
→ <https://www.rhome.world/de>



AUGMENTED REALITY: Den dritten Platz nahm die Plattform ZAUBAR ein – vorgestellt von Anne-Sophie Panzer und Stefan Marx.
→ <https://zaubar.com/de>



FINALABEND IN FRANKFURT: Ein Fachjury sowie das Publikum stimmten über die acht Finalisten und deren Ideen und Konzepte ab.

Ausscheidungsrounds im Laufe des Jahres für sich entschieden. In einem spannenden Finale in Frankfurt setzte sich mit einem knappen Vorsprung Need Nect Solutions von Ines Ganner, Fabio Wilhelmer und Raphael Duhs durch. Die Plattform ermöglicht ein individuelles Hotel-erlebnis mit interner Planbarkeit und einer Reduzierung von Lebensmittelsverschwendung. Zweiter

wurde die Stuttgarter Remote-Working-Plattform Rhome. Den dritten Platz konnte die Augmented-Reality-Anwendung ZAUBAR aus Berlin ergattern. Die Erst- bis Drittplatzierten dürfen sich über ein stattliches Preispaket im Wert von bis zu 65.000 Euro freuen. <https://bit.ly/vir-startup>

Anzeige

Und die Gewinner sind ...

Acht Start-ups konnten ihre Ideen und Konzepte im großen Finale der Travel Start-up Nights in Frankfurt vorstellen. Das Publikum und eine Fachjury stimmten über die drei Besten ab.

Text Jean-Marc Göttert

Es war der schöne und erfolgreiche Schlusspunkt einer langen Serie: Der Travel Industry Club (TIC) und der Verband Internet Reisevertrieb (VIR) haben die Start-ups des Jahres 2022 gekürt. Über 40 Gründerinnen und Gründer hatten auf insgesamt sechs Travel Start-up Nights im Laufe des Jahres ihre Unternehmensideen jeweils in einem siebenminütigen Pitch vor einem Publikum aus Branchenexperten, Investoren und Studenten präsentiert. Voraussetzung für die Teilnahme: Die vorgestellten Produkte oder Dienstleistungen müssen im Tourismus verankert sein.



GÄSTEPLANUNGS-PLATTFORM: Im Finale setzte sich NeedNect Solutions von CEO und Gründerin Ines Ganner durch und darf sich nun über den Titel „Travel Start-up 2022“ freuen.
→ <https://solutions.neednect.com/>

Nach einem hart umkämpften Wettbewerb konnten sich acht Start-ups für das große Finale in Frankfurt qualifizieren, das nach zwei Jahren wieder in Präsenz beim Gastgeber ADVANT Beiten in der Mainmetropole stattfand.

Die acht Finalisten 2022 wurden anhand verschiedener Kriterien von einer Fachjury, darunter auch TRVL Counter, und dem Publikum beurteilt. Dazu gehörten die Start-ups Bildungsurlauber.de, YONA, hublz, ZAUBAR, NeedNect, Rhome, elysium sowie Moverii. Diese acht Start-ups hatten die bisherigen

Fotos: Travel Industry Club (TIC) und der Verband Internet Reisevertrieb (VIR)

Allianz  Travel

Es geht immer noch etwas besser

Schutz und Sicherheit für alle kleinen und großen Urlaubsträume bleiben wichtig. Deshalb ist unser neues Reiseschutz-Angebot weiter verbessert. Überzeugen Sie sich und Ihre Kund:innen davon.

Mit wichtigen Corona-Leistungen

ALLIANZ-REISEVERSICHERUNG.DE

AUA



COUNTER NEWS



GLAMPING IN DER WÜSTE:
Das luxuriöse Inara Camp empfängt Gäste in Agafay bei Marrakesch.



POST RANCH INN IN BIG SUR: Das auf Nachhaltigkeit ausgelegte Resort in Kalifornien ist neu im Programm.

Gut gerüstet für den Reisesommer

Mit einem exklusiveren und flexibleren Angebot startet die DER Touristik in die Sommersaison 2023.

Text Iris Quirin

Die DER Touristik geht davon aus, dass die Kunden nach der Aufhebung der Corona-Einschränkungen wieder vermehrt reisen werden. Entscheidend für die Buchungen für den nächsten Sommer sind dabei die Flexibilität, Sicherheit und hohe Qualität, so Ingo Burmester, CEO DER Touristik Central Europe.

Bislang seien die Buchungen für den Sommer gut angelaufen. „Der kumulierte Buchungsstand liegt bereits mehr als 50 Prozent über dem Vorjahresstand zum selben Zeitpunkt. Dabei liegt der erwartete Buchungsspeak im Januar und Februar noch vor uns“, erklärt er.

Mehr Exklusivität

In der neuen Saison setzt die DER Touristik den Fokus verstärkt auf Exklusivität. Daher hat Dertour den

Anteil seiner Exklusiv-Hotels um 75 neue Objekte ausgebaut. Die meisten der über 400 Exklusiv-Hotels werden in Griechenland, Italien, Spanien sowie in Deutschland und Österreich angeboten. In Griechenland beispielsweise sind zehn Prozent der insgesamt rund 700 Hotels exklusiv bei Dertour buchbar. Dazu gehören auch die beiden Neuzugänge bei den DER Touristik-Hotels, das Sentido More Meni Residence & Suites auf Kos und das Sentido Amounda Bay auf Kreta.

Auch in Spanien bauen die Frankfurter ihr Hotelportfolio deutlich aus. Allein auf den Balearen kommen 31 Hotels hinzu, davon 18 auf Mallorca, sechs auf Menorca und sieben auf Ibiza, darunter das Sentido Cala Verde in Playa Es Figural. Auf Ibiza sind im kommenden Sommer erstmals zwei in Fincas

Fotos: Inara Camp / Post Ranch Inn Big Sur / DER Touristik

untergebrachte Landhotels buchbar: die Finca Agroturismo Can Planells und das Rural Can Lluc Boutique Country Hotel & Villas.

Neue Hotels und Rundreisen

Auf der Fernstrecke legt die DER Touristik vor allem in der Karibik zu. In Mexiko, zum Beispiel, haben Dertour, ITS und Meiers Weltreisen mehr als 200 Hotels und zahlreiche Rundreisen im Programm. Das Angebot wurde zum Sommer um rund sieben Prozent aufgestockt. Zu den Neuzugängen gehören auch Adults-Only-Anlagen wie das Secrets Impression Isla Mujeres, das Dreams Cozumel, das Majestic Elegance Costa Mujeres sowie das Hyatt Zilara Riviera Maya und das Hotel Margaritaville Riviera Maya. Neue Hotels stehen zudem auf Barbados, Saint Lucia, Curaçao und in der Dominikanischen Republik zur Wahl.

Neuer Flextarif für Europareisen

Beim Thema Flexibilität bietet die DER Touristik künftig zwei Optionen an: Das Flexpaket ab 59 Euro

pro Buchung sichert klassische Flugpauschalreisen und zahlreiche Hotelbuchungen mit Abreise bis zum 31. Dezember 2023 bei den Veranstaltern Dertour, ITS und Meiers Weltreisen ab und ermöglicht den Gästen die kostenfreie Umbuchung oder Stornierung bis 14 Tage vor Abreise ohne Angabe von Gründen.



INGO BURMESTER,
CEO DER Touristik
Central Europe

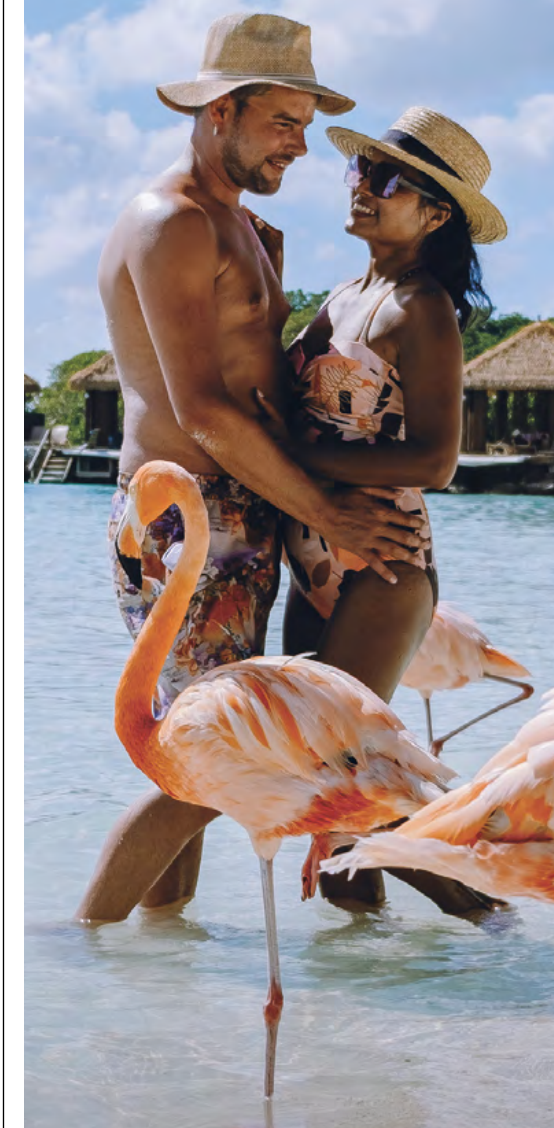
Der neue Flextarif ist die Weiterentwicklung der bisherigen Flexraten, die eine kostenfreie Stornierungsoption bis fünf Tage vor Abreise ermöglicht haben. Zum neuen Flextarif sind rund 2.000 Urlaub- und Städtereisenhotels in Europa buchbar, die bis einen Tag vor der Anreise

kostenfrei umgebucht oder storniert werden können. „Wir haben die Flexibilität für unsere Gäste noch einmal deutlich erhöht. Unser neuer Flextarif sichert unsere Gäste nun gegen alle Eventualitäten bis einen Tag vor Anreise ab“, sagt Burmester. Eine weltweite Erweiterung dieses Tarifs ist geplant. ⚓

➔ <https://www.dertouristik.com/>

AUA

Aruba, Karibik



TRVLCOUNTER.de

Wir sehen Reisen mit anderen Augen

„Heute wollen die Leute irgendwie was machen, wo sie drin vorkommen, was ein Purpose hat und was Spaß macht.“

Richard David Precht zum Thema Wandel und Zukunft der Arbeitswelt

„Der Kunde, der im Reisebüro sitzt, wird 2030 eine Ausnahme sein. Die Kunden werden Ihnen aber nicht wegsterben!“

Guido Wiegand, Vorsitzender der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.

„Wir wissen, es gibt nichts, was uns in die Knie zwingt. Ich würde es so zusammenfassen: Wir sind wieder da!“

Thomas Bösl, rtk-Chef und Sprecher der QTA

„Es ist faszinierend und beängstigend zugleich, was sich ein Gehirn zurechtlegen kann.“

Maren Urner, Professorin für Medienpsychologie an der Kölner Hochschule zum Thema Coronaleugner

„Wenn der Wind zunimmt, bauen die einen Schutzmauern, die anderen Windmühlen.“

André Lüthi, Chef der Schweizer Globetrotter Group

„Wir jammern nicht. Wir schauen nach vorne!“

Michael Buller, Vorstand VIR (Verband Internet Reisevertrieb)

„Reisen hat durch die Pandemie eine Renaissance erfahren. Es ist viel, viel mehr als ein Luxusgut.“

Deniz Ugur, CEO Bentour Reisen

Das war 2022

Eine Auswahl von Stimmen und Stimmungen



Illustration: iStock



NORDAMERIKA

Eurowings Discover baut im Sommer 2023 das Flugprogramm nach Nordamerika aus. Die Airline bietet im Sommerflugplan bis zu sieben wöchentliche Verbindungen in die US-Metropole Philadelphia und tägliche Flüge nach Orlando. Neben Tampa Bay und Fort Myers ist Orlando das dritte Ziel des Ferienfliegers in Florida. Damit verbindet Eurowings Discover Frankfurt und Florida mit bis zu 15 wöchentlichen Flügen und ist der einzige Carrier, der Direktflüge aus Deutschland nach Tampa Bay und Fort Myers durchführt.



Erstes TUI Suneo Hotel in Deutschland

Für den 27. Dezember ist die Wiedereröffnung des SEETELHOTEL Kinderresorts Usedom als TUI Suneo geplant. Insgesamt stehen 120 Zimmer in unterschiedlichen Größen zur Wahl. Highlight ist der auf unterschiedliche Altersgruppen abgestimmte Kinderclub, in dem das Personal täglich acht Stunden lang für ein Kinderprogramm sorgt. Kinder können sich außerdem in einem 200 Quadratmeter großen Innenpool mit 80 Meter langer Außenrutsche und Kleinkinderbecken austoben. Das Hotel-Restaurant ist vom Frühstück bis zum Abendessen geöffnet, die kulinarischen Angebote sind All-inclusive.

Fotos: Eurowings Discover / Seetel Hotels / TUI Group



Das ist die einzigartige Vielfalt der Dominikanischen Republik

Urlauber können hier alles sein, an einem Ort, der einfach alles hat

Wo könnte man nasskaltes Wetter und eisige Temperaturen besser durch karibischen Luxus, herzerwärmende Gastfreundschaft und kulturelle Vielfalt ersetzen, als in der Dominikanischen Republik?

Lassen Sie Gäste, Urlauber und Reisende zu Sonnenanbetern, Golfern, Historikern, Connoisseuren, Feinschmeckern oder Tänzern werden. Unter der ganzjährig strahlenden Sonne in der Dominikanischen Republik können sie alles sein – und das an einem Ort, der auch einfach alles im Angebot hat.

Auch wenn das Inselparadies vor allem für seine schier endlosen, von Kokospalmen gesäumten, leuchtend weißen Sandstrände am tiefblauen Karibischen Meer bekannt ist, bietet es noch viel, viel mehr: Exotische Landschaften, gehobene Kulinarik, einzigartige Kultur und die wechselvolle Geschichte ergeben eine stimmige Symbiose, welche die Grundlage für einen wahren Traumurlaub ist.

Ob Natur, Abenteuer oder Kultur – die Dominikanische Republik fährt alles auf, was einen perfekten Urlaub ausmacht. Empfehlen Sie Ihren Kunden ein einzigartiges Reiseziel, wo Urlauber alles sein können, was sie wollen.



Mehr erfahren Sie unter www.godominicanrepublic.com/de/



MESSE-CHEF:
David Ruetz führt den schönen Titel „Exhibition Director ITB Berlin“ und ist seit 2002 für die Internationale Tourismusbörse in Berlin verantwortlich.

„Ich bin nicht dafür gemacht, Messen abzusagen!“

ITB-Chef David Ruetz über den Zuspruch zur ITB Berlin 2023, die Auswirkungen des Ukrainekrieges und wie die Pandemie ihn verändert hat.

Interview Jean-Marc Göttert

Herr Ruetz, geben Sie uns bitte keine Wasserstandsmeldung zur ITB Berlin. Wie laufen die Anmeldungen der Unternehmen nach der Umstellung auf B2B?
Unsere Hallen sind voll, wir haben extrem gut verkauft. Wir haben im Oktober einen Wasserstand von 70 Prozent angeben können. Das ist jetzt inzwischen weit darüber hinaus. Die offiziellen Zahlen kommen Anfang des Jahres, weil da noch Dynamik drin ist und weil die Verkäufe noch weitergehen. Sie können also davon ausgehen, dass wir im oberen zweistelligen Prozentbereich bei der Hallenbelegung sind. Das ist ein super Signal für uns,

und erfahrungsgemäß sind die Lateinamerikaner oft noch in letzter Minute dran und melden sich dann im Januar doch noch.
Es gibt allerdings auch Unkenrufe, dass die Zahlen zwar gut sind, aber die Messeflächen im Verhältnis zu früher kleiner sein soll, dann sagen 70 Prozent natürlich nicht so viel aus, oder?
Wir müssen, glaube ich, in Betracht ziehen, dass wir bei dieser Prozentzahl trotzdem vom Brutto von 2019 ausgehen dürfen. 2019 hatten wir zum Beispiel die Halle 27 noch nicht in Betrieb. Jetzt haben wir zwar den Funkturmminnenring nicht

dabei, weil der immer noch saniert wird. Dafür nehmen wir den neuen Hub 27 dazu, das heißt, das kompensiert im Prinzip die Fläche des Funkturmminnenrings. Das heißt, die Bruttofläche, die wir anbieten können, ist durchaus vergleichbar. Und wenn die Buchungen im oberen zweistelligen Prozentbereich liegen, können wir sehr zufrieden sein.
Wie lief das B2C-Pendant, das Berlin Travel Festival?
Das hat super funktioniert und fand Ende November statt. Dort gab es rund 80 Aussteller von den Seychellen bis Südtirol, die den B2C-Bereich bespielen wollten. Und es

kamen rund 48.000 Besucher aus ganz Deutschland.

Einen Wermutstropfen bei den ganzen guten Meldungen gab es doch mit der Absage vom Hamburg Tourismus an die ITB 2023. Was sagen Sie zur Entscheidung der Hansestadt?
Natürlich akzeptieren wir diese unternehmerische Entscheidung, auf die wir keinen Einfluss hatten. Ich fand die Berichterstattung über die Absage sehr differenziert, und es hat mir gut gefallen, dass die Entscheidung durchaus kontrovers diskutiert wurde. Für mich war die wichtigste Aussage, dass die ITB nach wie vor als die bedeutendste B2B-Messe weltweit betrachtet wird. Klar ist, wir stecken nicht in den Budgetdiskussionen, und wir wollen seitens der Messe keine Rabattschlacht anfangen. Wir bieten stattdessen ganz dezidiert auch Alternativen sowohl bei den Standflächen als auch im Service-Angebot an. Zum Beispiel kann man jetzt übers Handy stundenweise einen Besprechungstisch in der Business+ Lounge buchen. Eine Hostess bringt mich dann zum reservierten Tisch mit einem Getränkeangebot, und das kostet 58 Euro für vier Stunden.

Ein ganz anderes Thema. Der Angriffskrieg auf die Ukraine hinterlässt ja auch im Messegeschehen seine Spuren. Welche Auswirkungen hat der Krieg auf die ITB?
Es sind ganz handfeste Spuren, denn es wird sicher noch lange dauern, bis die ukrainischen Aussteller wieder zurück sind mit einem Angebot. Als zweites muss man auch sagen, es wird noch länger dauern, bis die russischen Aussteller wieder da sind. Und es wird nächstes Jahr definitiv keine russischen Aussteller auf der ITB geben. Dennoch habe ich den Eindruck, dass diese Kriegssituation Gespräche auf der ITB dringender denn je machen. Die Verunsicherung unter den Veranstaltern und den Leistungsträgern ist groß. Keiner weiß,

Foto: Messe Berlin / ITB



Die Formel lautet: Je weiter weg die Destination, desto begeisterter kehren sie auf die ITB zurück. Ihnen ist der deutsche und europäische Markt sehr wichtig!

was im nächsten Jahr auf uns in der Reisebranche zukommt.

Trifft die Verunsicherung auch auf Anfragen anderer Zielgebiete zu?
Nein. Also eigentlich lautet die Formel: Je weiter weg die Destinationen sind, desto begeisterter kehren sie auf die ITB zurück. Generell ist ihnen der deutsche und europäische Markt wichtig und das aus gutem Grund, wie man an den Zahlen und Buchungen der Veranstalter sehen kann. Es buchen zwar weniger Kunden insgesamt, dafür sind die Urlaube teurer und länger – und das bedeutet meist Longhaul. Und das sind gute Nachrichten für die, die aus der Ferne kommen.

Sie haben jetzt den Buyers Circle angepasst. Was ist das genau?
Wir wollten immer schon ausgewählten Einkäufern ein Zuhause auf der ITB bieten, wo sie sich zurückziehen können in eine Lounge, wo es sonst keinen Zutritt gibt, wo sie Gespräche führen können, wo sie eine Mahlzeit haben, wo sie Gepäck lassen können und viele Services nutzen können. Jetzt haben wir diesen Rahmen geschaffen und begrenzen den Kreis im Buyers Circle bewusst auch auf 1.000 Personen, die wir individuell auswählen und akkreditieren nach ihrer Purchasing Power, nach Regionen

und Zielgebieten, damit wir ein ausgewogenes Spektrum haben.

Es ist also so etwas wie eine Business-Class im Flieger?
Ja, so könnte man es umschreiben.

Woher stammen die Daten für den Buyers Circle?
Seit zehn Jahren haben wir uns diese Database aufgebaut und diesen Kreis erschlossen. Und wir haben erkannt, dass es einfach einen unglaublichen Stamm Buyer-Klientel gibt, der sich aber auch jedes Jahr neu qualifizieren muss. Das gewährleistet eben auch ein Stück Grundrauschen für die Aussteller, die wissen, dieser Buyers Circle ist safe. Aber ich lege trotzdem Wert auf die Feststellung: Es gibt natürlich nicht nur 1.000 Einkäufer auf der ITB, sondern wesentlich mehr.

Eine persönliche Frage: Wie haben die Pandemie und die vielen Einschränkungen ihre berufliche und private Haltung verändert?
Also ich habe sicherlich noch mehr schätzen gelernt, was es heißt, ein gutes Messteam zu haben, das zu einem hält und mit mir durch dick und dünn geht. Das ist fantastisch. Das Team ist aber das eine, das andere ist mein Blick aufs Reisen. Der hat sich sehr verändert. Ich war früher viel auch auf internationalen Messen unterwegs, wir beobachten zum Beispiel über 150 Konkurrenzveranstaltung weltweit. Und dann gab es sehr lange sehr wenige. Und bei der ersten ITB Asia jetzt im Oktober war ich ganz aufgeregt. Am Ende war sie gut gelungen und gut besucht. Da habe ich für mich gespürt: Ich bin einfach nicht dazu gemacht, Messen abzusagen. Und ich bin auch nicht dazu geboren, Messen rein digital durchzuführen. Mein Wesenskern ist es, diese Live-Kommunikation zu steuern und die persönliche Begegnung zu ermöglichen.

Danke für das Gespräch! 📌
➔ <https://bit.ly/itb-kongress>



ERFOLGREICHER AUFTAKT:
easyboarding-Mitarbeiter Nico Rohsaint freut sich in Berlin über den guten Verlauf auf dem Berlin Travel Festival.

easyboarding startet

easyboarding startete erfolgreich in Berlin, Frankfurt und Düsseldorf. In Berlin haben sich acht Unternehmen von Chamäleon Reisen bis Lernidee beim innovativen Speed-Recruiting ausgesuchten Bewerber*innen präsentiert.

Text Jean-Marc Göttert

Ein wenig nervös war Steven Hille vor der Premiere schon, doch der Mitgründer von easyboarding.de hatte alles bestens vorbereitet und geplant. Und so verlief das erste Recruiting-Event auf dem Center Court Stage beim Berlin Travel Festival ohne Probleme und wurde ein voller Erfolg.

Auf der Freizeitmesse in Berlin trafen acht Unternehmen auf 24 ausgesuchte Bewerber*innen, die sich für das Speed-Recruiting beworben hatten. Insgesamt wurden 192 individuelle Gespräche geführt, Unternehmen und Teilnehmer waren begeistert: „Es war super spannend und das erste Event dieser Art für uns“, sagt Sandra Rönsch von Travelcircus. „Es ist ein richtig tol-



GUT GESTARTET:
Mitgründer und Initiator Steven Hille freut sich über die gute Resonanz in der Branche.

Kurzfilm zu den Events



les Event, um auf schnelle Art viele Kandidaten kennenzulernen. Für uns waren einige gute Matches dabei.“ Lob für die neue Plattform kommt auch von Tobias Sachse, Chamäleon Reisen: „Es waren hier tolle Bewerber, und teilweise dachte ich, ich könnte eigentlich hier sofort unterschreiben lassen. Es hat richtig Spaß gemacht!“ Bewerberin Sophie van der Meulen fand das Format effizient: „Ein normaler Bewerbungsprozess kostet viel Energie, und das hier ist schneller, und man lernt mehrere Unternehmen kennen.“ Kerstin Heinen vom Kooperationspartner DRV fand alles „richtig klasse“. Die Termine für 2023 stehen bereits fest. ⚓

➔ Infos: <https://easyboarding.de/>

Fotos: easyboarding / TRVL Counter



CHECK-IN: Am Empfang erhalten Unternehmen und Bewerber*innen alle Details und Informationen für das Event. Hier erhält ein Bewerber seinen Ablaufplan.

BERLIN

- 8 Unternehmen
- 24 ausgesuchte Bewerber*innen
- 192 individuelle Gespräche



BÜHNE FREI:

Am Anfang der Veranstaltung finden die Company Pitches statt. Jedes Unternehmen hat rund fünf Minuten Zeit, um sich vorzustellen.



FIRMEN BEWERBEN SICH:

Tobias Sachse von Chamäleon Reisen (oben) und Sandra Rönsch von Travelcircus (rechts oben) hatten in Berlin kleine Präsentationen vorbereitet, um von sich zu überzeugen. Im Anschluss starteten die Speed-Recruiting-Runden, bei denen jedes Unternehmen die Kandidat*innen kennenlernen können.



VON GROSS BIS KLEIN: Nicht nur die großen Veranstalter, sondern auch kleine Player im Markt haben ebenso gute Chancen, Bewerber*innen kennenzulernen, wie hier beim Event in Frankfurt.

LIVE-RECRUITING IN FRANKFURT:

Das zweite Speed-Recruiting fand Ende November im 27. Stock bei Radio Frankfurt statt.

Neuwahlen

Die Weichen für die nächsten drei Jahre sind gestellt: Auf dem Hauptstadtkongress fanden turnusgemäß die Neuwahlen des gesamten DRV-Vorstandes inklusive Präsidium, Schieds- und Ehrengericht sowie der Rechnungsprüfer statt.

Norbert Fiebig wurde mit großer Mehrheit von der Mitgliederversammlung als Präsident bestätigt und steht für die nächsten drei Jahren weiter an der Spitze des Verbandes.

Die Ergebnisse:

- Präsident: Fiebig, Norbert (DER Touristik Deutschland, Frankfurt am Main)
- Finanzvorständin: Dallmeier, Ute (Lufthansa City Center Niederrhein, Mönchengladbach)

Mittelständische Reisemittler (Säule A): drei Vorstandsmandate

- Vizepräsident: Hieke, Ralf (IVR Reisebüro, Ibbenbüren)
- Horn, Joachim (Reisebüro Horn, Lünen)
- Wulf, Oliver (urlaubsexperte.de, Düsseldorf)

Konzerngebundene Reisemittler (Säule B): drei Vorstandsmandate

- Vizepräsident: Heimann, Andreas (DER Deutsches Reisebüro, Frankfurt am Main)
- Orth, Markus (Lufthansa City Center Reisebüropartner, Frankfurt am Main)

Hinweis: Für die Wahlen in der Säule B standen nur zwei Kandidaten zur Auswahl, da nach Bewerbungsende Hubert Kluske seine Kandidatur zurückgezogen hatte. Peter Wittmann (TUI) rückte inzwischen nach.

Mittelständische Reiseveranstalter (Säule C): drei Vorstandsmandate

- Vizepräsident: Zurnieden, Johannes (Phoenix Reisen, Bonn)

- Schiller, Ralph (FTI Group, München)
- Zahn, Pascal (OLIMAR, Köln)

Konzernreiseveranstalter (Säule D): drei Vorstandsmandate

- Vizepräsident: Tantz, Mark (DER Touristik Deutschland, Köln)
- Eichhorn, Felix (AIDA Cruises, Rostock)
- Ellerbeck, Thomas (TUI Group, Hannover)

Assoziierte Mitglieder – Reiseunternehmen und Dienstleister, die weder Reisemittler noch Reiseveranstalter sind (Säule E): ein Vorstandsmandat

- Vizepräsidentin Martens, Uta (Amadeus Germany)

Dem bisherigen Vorstand gehörte auch Thomas Bösl (rtk/QTA) als kooptiertes Mitglied an. Er wurde in der konstituierenden Vorstandssitzung erneut kooptiert.

Gewählt wurden darüber hinaus die Rechnungsprüfer Norbert Linscheidt, Köln, und Peter Munzig, Hennef.

Das Schieds- und Ehrengericht:

- Rainer Noll (Vorsitzender), Noll & Hütten Rechtsanwälte
- Jürgen Büchy (Beisitzer), The Travel Consulting Group
- Katharina Roth (Beisitzerin), ERGO Reiseversicherung
- Melanie Gerhardt (Stellvertreterin), DER Touristik Deutschland
- Mario Krug (Stellvertreter), LMX Touristik
- Anna Schwingenschlögl (Stellvertreterin), Reiseland

DRV

HAUPTSTADTKONGRESS



GRUPPENBILD

Ute Martens (vierte von rechts) und Ute Dallmeier sind Ausnahmen in dem sonst männerdominierten DRV-Vorstand. Der neu gewählte Vorstand ist mit vielen bekannten und vertrauten Gesichtern vertreten. Auf dem Bild fehlen Felix Eichhorn und Thomas Bösl, die nach den Wahlen in den Vorstand kooptiert wurden.

Foto: Marcel Kautz / DRV

Und weiter so

Der alte Vorstand des DRV ist auch der neue mit nur wenigen Ausnahmen. Amadeus-Managerin Uta Martens wird Susanne Schick als scheidende Vorsitzende der assoziierten Mitglieder nachrücken. DRV-Präsident Norbert Fiebig wurde mit überwältigender Zustimmung von 99,7 Prozent wiedergewählt.

Das Pfeifen im Wald

Den meisten Teilnehmern des DRV-Hauptstadtkongresses war schon vor der Anreise klar, dass es in Berlin angesichts der wirtschaftlichen und politischen Krisenlage keine Jubelgeschichten geben würde. Aber wie geht es 2023 weiter? Ein paar gemischte Antworten.

Text Jean-Marc Göttert // Fotos Marcel Kautz

Bekanntlich kann keiner in die Glaskugel schauen und uns sagen, was 2023 bringen wird. Klar ist auch, die meisten in der Branche sind mit zwei blauen Augen durch die Pandemie gekommen und sind vielfach nur durch die staatlichen Fördermaßnahmen überhaupt noch da. So weit so gut. Aber was jetzt?

Ein paar Indizien gibt es: „Nach unserem aktuellen Branchencheck beurteilen zwei Drittel der befragten Unternehmen die wirtschaftlichen Aussichten für das kommende Jahr als mittel bis gut“, berichtet DRV-Präsident Norbert Fiebig.

Gut aufgestellt?

Und noch wichtiger: „Über 80 Prozent sagen, Reisen ist den Deutschen sehr oder sogar überaus wichtig.“ Daher sei er trotz aller aufziehenden Wolken zuversichtlich. „Wir haben uns gut aufgestellt, und wir werden trotz Schwankungen in der Konsumbereitschaft handlungsbereit sein.“ Was soll der Mann sonst sagen?

Ähnlich optimistisch zeigt sich FTI-Chef Ralph Schiller. „Was nun kommt, ist sicher nicht einfach. Aber schlimmer als die vergangenen zwei Jahre kann es nicht werden“, sagt er. Thomas Bösl, Chef der Reisebürokooperation rtk, pflichtet ihm bei: „Wir haben unseren Stresstest bestanden.“

Die Wirtschaftsaussichten

Für den Rest der Wirtschaft steht

allerdings der Stresstest erst noch bevor. Bundesbank-Vorstand Johannes Beermann malte in seiner Rede den Touristikern ein überaus düsteres Bild vom kommenden Jahr, das so gar nicht in die optimistische Stimmung der Branche passen will. Die Inflationsrate würde für den Rest des Jahres zweistellig bleiben, sagte er voraus. Auch in 2023 werde sich die Teuerungsrate zwischen sechs und acht Prozent bewegen, erst 2024 sei mit einem Rückgang zu rechnen. „Alle Zeichen stehen auf Rezession“, sagte Beermann. Die Bundesbank erwarte, dass die

Wirtschaft im kommenden Jahr um 0,4 Prozent schrumpfen werde. Einziger Lichtblick: Ein Anstieg an Insolvenzen und steigende Arbeitslosigkeit sieht der Bankanalyst dagegen nicht.

Und sonst: Urlaub und so?

Beermann erklärte, dass der private Konsum zurückgehen werde. Das in der Pandemie angesparte Geld sei bereits in diesem Jahr für den Urlaub ausgegeben worden. In 2023 werde die Kaufkraft deutlich geringer sein, so der Banker.

Als DRV-Präsident war Fiebig bemüht um Schadensbegrenzung: „Die Frage ist nicht, ob die Leute noch genügend Geld im Portemonnaie haben, sondern, wofür sie es ausgeben werden“, sagte er. „Wenn Geld da ist, wird auch gereist werden, und die Deutschen werden ihre Urlaubspläne auch 2023 verwirklichen“, ist er sich sicher. „Das hat die Vergangenheit häufig bewiesen – auch in Zeiten der Rezession.“ Dennoch werde 2023 kein Selbstläufer, räumte er ein. In der kurzen Phase der Erholung nach Corona habe die Branche keinen Winterspeck ansetzen können.

Steigende Preise unausweichlich

Aber auch die Reisewirtschaft dürfe die Augen nicht vor den aktuellen Entwicklungen verschließen: „Steigende Kosten werden trotz aller Bemühungen der Reiseveranstalter teilweise zu steigenden Preisen führen, da geht perspektivisch kein Weg dran vorbei.“



Das kommende Jahr wird alles andere als ein Selbstläufer. Wir sind aber gut aufgestellt.

NORBERT FIEBIG,
DRV-Präsident

Foto: Marcel Kautz / DRV



LIVE DABEI
Wirtschaftsminister Robert Habeck bekam großen Applaus und lobte die Branche für ihr Durchhalten.

3 Aussagen von Robert Habeck

Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck sagte voraus, dass die Energiepreise zum Frühsommer wieder sinken würden. Bis dahin versprach er indirekte Unterstützung durch die Eindämmung der Preissteigerungen.

1. KRISE ALS CHANCE NUTZEN

„Innovationen verlaufen oft sprunghaft, deshalb lohnen auch viele Anstrengungen im Kleinen, und ich lobe die vielen Schritte, die Sie schon gegangen sind“, sagte Habeck. Die Branche wie auch die Gesellschaft insgesamt müsse die Krise nutzen, um Innovationen voranzutreiben. Deutschland müsse unabhängiger von fossilen Brennstoffen und ihren Lieferanten werden und zugleich den Klimaschutz voranbringen. Die Reisewirtschaft habe ihre Verantwortung erkannt und habe zahlreiche Nachhaltigkeitskriterien und Selbstverpflichtungen etabliert.

2. DAS ENDE DER SUBVENTIONEN

„Wir können nicht alles mit Geld lösen“, sagte Habeck im Hinblick auf die Förderhilfen für touristische Unternehmen während der Pandemie. Die Reiseindustrie werde wohl nicht unbeschadet durch die aktuelle Krise kommen, aber die beschlossenen Hilfen werden dazu beitragen, die Inflationsspirale zu verkürzen. „Wir können aber nicht mehr alles mit Geld lösen“, warnte er. Wo es eingesetzt werde, müsse es zur Problemlösung genutzt werden, statt wie häufig zur Verwaltung des Status Quo. Nachhaltigkeitsinitiativen und Projekte für den Klimaschutz würden aber künftig gefördert werden. Er freue sich auf entsprechende Anträge.

3. DIE ROLLE DER BRANCHE

Die Reisebranche sei „so ziemlich genau das Gegenteil von Krieg“, wiederholte Habeck seine inzwischen bekannte Meinung. Reisen verbindet, erweitert den Horizont, überwindet Vorurteile und dient der Völkerverständigung. Die Reisebranche sei damit ganz klar eine Friedensindustrie. Gerade wegen dieser Rolle müsse die Branche „erhalten und gestützt“ werden, so Habeck weiter. Das sei jedoch nicht allen klar und nicht allen wirtschaftlich wichtig, bedauerte er.



Fiebig's Dreisatz

Auf dem Hauptstadtkongress des Deutschen Reiseverbandes (DRV) in Berlin mahnte Präsident Norbert Fiebig einen verlässlichen Kurs der Politik an und forderte die Reisewirtschaft auf, drängende Herausforderungen beherzter anzugehen. Drei Themen hob er besonders hervor.

Text Jean-Marc Göttert

Die Reisewirtschaft erholt sich langsam, ist aber noch nicht über den Berg – so lautete das optimistische Fazit von Norbert Fiebig, Präsident des DRV auf dem Hauptstadtkongress in Berlin Mitte Oktober. „Die Reiselust der Deutschen ist da. Aber Inflation und explodierende Energiepreise sind Gift, auch für uns als Reisewirtschaft“, sagte er und forderte von der Bundesregierung Maßnahmen zur Stimulierung der Konsumnachfrage. Wichtig sei, dass Energie und Mobilität auch für Durchschnittsverdiener bezahlbar bleiben. Auch an die Reisewirtschaft richtete er konkrete Forderungen:

REISENDE FÜR NACHHALTIGKEIT SENSIBILISIEREN

Beim Klimaschutz sieht Fiebig die Reisewirtschaft in der Pflicht und

auf einem guten Weg. Laut einer DRV-Umfrage melden 80 Prozent der Reisebüros und -veranstalter bisher keine proaktive Nachfrage nach klimaschonenden, nachhaltigen Reisen. „Klimaschutz geht nur mit unseren Kundinnen und Kunden. Ihnen müssen wir Instrumente an die Hand geben, um ihre Reisen im Sinne des Klimaschutzes zu buchen“, so Fiebig. Die Branche arbeitet bereits an einem einheitlichen Standard, der Transparenz in Sachen klimaschädlicher Emissionen schafft.

FACHKRÄFTEMANGEL BEHEBEN

Laut DRV-Umfrage haben über 70 Prozent der befragten Unternehmen der Reisewirtschaft Schwierigkeiten, offene Stellen zu besetzen. Wichtig sei daher, die Abwanderung in andere Branchen umzukeh-

ren und möglichst viele junge Talente zu gewinnen. Hierzu startet der DRV als Kooperationspartner die speziell für den Tourismus konzipierte Recruiting- und Employer-Branding-Lösung „easyboarding“, die gezielt Unternehmen und Arbeitskräfte der Reisewirtschaft zusammenbringen will. „Wir haben es in der Hand und müssen neue Wege gehen – offensiv und progressiv“, mahnte Fiebig an.

DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE

Die Branche müsse dringend ihre Geschäftsmodelle weiterentwickeln. „Der Erfolg aller Player im Markt hängt von deren Innovationskraft ab. Die konsequente Nutzung aller digitalen Möglichkeiten sichert den Geschäftserfolg. „Nur als moderne und innovative Branche erreichen wir auch die Jugend.“

Foto: Marcel Kautz / DRV



easy
boarding
next stop: dein Traumjob.

Bist du bereit in der
schönsten Branche
der Welt zu arbeiten?

Bewirb dich jetzt!



www.easyboarding.de



Ehre, wem Ehre gebührt

Säule E feiert Jubiläum: Seit 20 Jahren gehören touristische Dienstleister und Unternehmen, die weder Reisemittler noch Veranstalter sind, zum DRV. Auf dem DRV-Hauptstadtkongress gab es während der Bereichsversammlung für die Mitglieder einen kleinen Empfang zum 20-jährigen Jubiläum (Foto oben).



BLUMIGE VERABSCHIEDUNG
Nicht mehr dem Vorstand des DRV gehören die bisherige Vizepräsidentin Susanne Schick sowie Vorstandsmitglied Hubert Kluske (rechts) an. DRV-Präsident Norbert Fiebig bedankte sich bei beiden für ihr ehrenamtliches Engagement in den vergangenen Jahren.

Fotos: Marcel Kautz / DRV

Die große Bärenparade

EIN HALBES JAHRHUNDERT
50 Jahre Mitgliedschaft und Engagement im Deutschen Reiseverband wurden mit einem Goldenen Bären geehrt, hier die Vertreter von Europcar und der Maritim Hotelgesellschaft.



SILBER UND BRONZE
Zur Ehrung für 40 Jahre Arbeit im Verband gab es einen silberfarbenen Berliner Bären, für 30 Jahre den bronzefarbenen.

Hauptstadtkongress

Krieg, Inflation, Energieknappheit, Klimakrise, Verunsicherung – die Zeichen stehen wahrlich nicht gut für die Reisewirtschaft. Doch kein Grund zum Schwarzmalen: Auf dem Hauptstadtkongress gab sich die Branche optimistisch.



SOUVERÄNER GASTGEBER
DRV-Hauptgeschäftsführer Dirk Inger führte gewohnt routiniert durch die Tagung und die Sitzungen.



NETZWERKEN IN DEN PAUSEN
Teilnehmer wie etwa Ralf Huber (Ikarus) und Sven Meyer (BZ.Comm) tauschen sich in der Kaffeepause aus.



AUSTAUSCH Veranstalterkollegen, Reisebüroinhaber und Fachmedienveteranen nutzten den Kongress, um sich auszutauschen und sich wieder auf dem Laufenden zu halten.



PARTNERLAND MAROKKO
Medhi Benrhanem, Leiter des Fremdenverkehrsamt Marokko, lud zum Galabend in Berlin ein. Er kündigte die zweite Hälfte der DRV-Tagung in Taghazout an.



EIN GROSSER RETTUNGSRING
Norbert Fiebig überreichte zum Abschied einen Rettungsring in den Farben von Eintracht Frankfurt, dem Lieblingsfußballverein von Susanne Schick.

Sechs Jahre mit Herz dabei

Susanne Schick, die langjährige Vizepräsidentin der Säule E, machte ihren Platz frei und ist nicht mehr zur Vorstandswahl angetreten. Bei einer emotionalen Verabschiedung wurde sie mit Standing Ovationen für ihr Engagement gefeiert.



LUFT RAUS
Seit 2016 leitet Schick die Geschicke der Säule E. Sie wurde sehr emotional und herzlich verabschiedet.



Die Vizepräsidentin der Säule E, Susanne Schick, die in ihrer Amtszeit 18 reguläre Bereichsversammlungen mit über 630 Teilnehmern ausrichtete, bedankte sich während der jüngsten Sitzung: „In unserer Säule ist eine breite Vielfalt an Unternehmen aus verschiedenen Wirtschaftssegmenten vertreten – inzwischen sind es mehr als 500 Unternehmen. Wir vereinen damit unter unserem Dach einen vielschichtigen Mix aus Themen und Referenten“, so Schick. Zu den turnusmäßigen Vorstandswahlen trat sie nicht mehr an. 

Fotos: Marcel Kautz / DRV



UNTER FREUNDEN
Adel El Fakir, Generaldirektor des Fremdenverkehrsamtes Marokko, begrüßte DRV-Präsident Norbert Fiebig.

Im Königreich des Lichts

Vertreter und Medien der Reisebranche trafen sich zum zweiten Teil der Jahrestagung 2022 in Marokko. Im nördlich von Agadir gelegenen Taghazout ging es in Vorträgen um die Themen Nachhaltigkeit, Young Talents und Klimawandel.

Text Jean-Marc Götttert // Fotos Marcel Kautz

Der zweite Teil der diesjährigen Jahrestagung des Deutschen Reiseverbandes führte die Teilnehmenden vom 1. bis zum 4. Dezember nach Marokko. Im nördlich von Agadir gelegenen Taghazout ging es in Vorträgen und Diskussionen um branchenpolitische Themen, aber auch um Themen des Reisevertriebs. Für die drei Übernachtungen in Taghazout, das in Europa weithin als Surfer-Hotspot bekannt ist, standen drei neue

Hotels zur Verfügung: das Kongresshotel Fairmont Taghazout Bay, das Hyatt Regency Taghazout und das RIU Palace Tikida Taghazout. Sicherlich könnte man fragen, warum rund 300 Touristker ins Ausland fliegen müssen, um im Kern Probleme und Herausforderungen der deutschen Reisewirtschaft zu diskutieren. Im ersten Teil der Tagung in Berlin, als Hauptstadtkongress umschrieben, ging es Mitte Oktober

um die anstehenden Wahlen der Ämter, um Ehrungen und um einen Austausch mit Politikern aus den im Bundestag verteteten Parteien. Zwei Tage waren hier kaum ausreichend, um eine fundierte und gründliche Standortbestimmung zu finden. Das wiederum bot der zweite Teil der Tagung in Marokko, wo ausreichend Platz für Themen wie nachhaltiges Reisen, Fachkäftemangel und Digitalisierung gegeben war.



HERZLICHER EMPFANG Ein bisschen Folklore muss sein. Die DRV-Teilnehmer wurden in den neuen und luxuriösen Resorts und Anlagen in Taghazout untergebracht.



SIEGER DER HERZEN Fußballbegeisterte Fans feuerten die Atlaslöwen an, die erst im Halbfinale ausschieden.



MODERATOR Kommunikationschef Torsten Schäfer führte durch die Tagung in Marokko.



GASTGEBER (Von links nach rechts): Mehdi Benrhanem (Tourismsdirektor für Deutschland, Österreich und Schweiz), Hatim El Gharbi (Vertriebsleiter beim marokkanischen Fremdenverkehrsamt), Adel El Fakir (CEO des marokkanisches Fremdenverkehrsamts), Lahcen Zemat (Präsident des Hotelierverebands).

Es ging aber auch um das Partnerland, das sich hier in der Gastgeberrolle präsentieren konnte. **Marokkos Weg zurück** Der Weg der Urlaubsdestination Marokko nach den Einschränkungen der Pandemie zurück auf die europäischen Märkten ist nicht einfach, die Konkurrenz der Mittel-

meernachbarn groß. Noch immer gilt in dem nordafrikanischen Land bis zum Jahresende der Ausnahmezustand, und das Land hat sich im Vergleich zu anderen Mittelmeerlandern langsam und recht spät wieder für den Tourismus geöffnet. Natürlich sind die Zahlen aus der Vor-Coronazeit 2019 nicht erreicht, 2022 liegen die weltweiten Besu-

cherzahlen bei rund 70 Prozent zum Vergleichsjahr, das Finanzvolumen liege aber über diesem Niveau, sagte Adel El Fakir, Generaldirektor des Marokkanischen Fremdenverkehrsamts. Quellmärkte wie Frankreich und Spanien seien zwar wieder stark vertreten, die Zahlen für Deutschland lägen aber erst bei 45 Prozent.

Foto: Marcel Kautz / DRV

**BUNDESTAG
ZU GAST**

Eine Delegation des Tourismusausschusses im Deutschen Bundestag rund um Delegationsleiterin Gülistan Yüksel nahm am zweiten Tag an der Tagung teil. Yüksel lobte ausdrücklich die DRV-Initiative easyboarding als Job- und Recruiting-Lösung für die Branche.



Das Programm der Tagung in Marokko war ehrgeizig und dicht mit Themen bestückt: Im ersten Block drehte sich alles um das Thema „Neue touristische Regionen entwickeln“. Analysiert wurde das Zusammenspiel zwischen Politik, Leistungsträger, Veranstalter und Vertrieb und beleuchtet, wie das Zusammenspiel der Akteure funktioniert.



**Königreich
des Lichts**

Mehdi Benrhamen, der neue Deutschland-Direktor des Marokkanischen Fremdenverkehrsamts, hat eine neue Kampagne mit Slogan lanciert. Ziel: „Marokko als Trendziel insbesondere bei der neuen Generation von Reisenden zu etablieren“, so Benrhamen.

»
**Ich gratuliere dem
DRV zu seiner neuen
Recruitingplattform
easyboarding als
Brancheninitiative. Das
ist der richtige Weg!**

GÜLISTAN YÜKSEL,
Leiterin Tourismusausschuss
im Deutschen Bundestag

Hier war es interessant, die Standpunkte und Herausforderungen des Partnerlandes Marokko zu hören, die von Tourismusministerin Fatim-Zahra Ammor vorgetragen wurden. Aus deutscher Sicht vertreten waren Markus Heller (Dr. Fried & Partner) sowie die DRV-Vorstände Ralph Schiller (FTI Group) und Thomas Bösl (QTA/rtk).

Nach Einschätzung von Markus Heller, geschäftsführender Gesellschafter von Dr. Fried & Partner, befindet sich Marokko auf einem

guten Weg. Durch die Zusammenarbeit des Marokkanischen Fremdenverkehrsamts ONMT und der staatlichen Tourismusbehörde könne sukzessive die Effizienz der Destinationsentwicklung gesteigert werden, erklärte er.

Allerdings gebe es bei den Flugkapazitäten noch Defizite, so die Veranstalter. Ralph Schiller, CEO von FTI, merkte an, dass es in 2023 nur zwei Flüge pro Woche nach Agadir gebe. „Das ist deutlich zu wenig“, mahnte er an. Von Casablanca gebe es im Sommer elf und 13 tägliche Flüge nach London, respektive Paris. „Das sind eindeutige Vorteile für den britischen und den französischen Markt“, meinte auch Adel El Fakir. Das Angebot für Veranstalter müsse ausgebaut werden, sagte Schiller. Man müsse sonst ins Risiko gehen. Notwendig seien zehn bis elf Vollcharter, um das Niveau der Vor-Coronazeit zu erreichen. „Immerhin ist mit Taghazout der Schritt auf das nächste Level gelungen“, lobte der FTI-Chef. „Der Ort ist mit seinen Möglichkeiten und

Foto: Marcel Kautz / DRV



»
**Die ersten Speed-Recruiting-Events fanden
in Berlin und Frankfurt
statt – und waren ein
voller Erfolg. Die Termine
für 2023 stehen.**

STEVEN HILLE,
Co-Gründer von easyboarding

dem Angebot absolut kompetitiv.“

Said Scally, Präsident des Souss-Massa Tourism Board, möchte Agadir als primäre Destination für den Winterurlaub ausbauen. Hier befinde sich die Bade- und Surfdestination im Wettbewerb mit den Kanaren. „Agadir hat mit dem Umland und den Bergen aber einen großen Pluspunkt gegenüber der Inselgruppe“, sagte er. ⚓

→ <https://www.visitmorocco.com/de>

PERSONALMANGEL
Im Mittelpunkt des 3. Themenblocks stand das Thema „Personalmangel überall – Fachkräfte dringend gesucht!“. easyboarding-Gründer Steven Hille erläuterte die Vorzüge und Funktionen der neuen Recruiting-Plattform in Kooperation mit dem DRV.



**DER RICHTIGE
MINDSET**
In einem sehr unterhaltsamen Vortrag erklärte der bekannte Start-up-Gründer und Autor Matthew Mockridge, wie die Gen-Z tickt.



JUNG, AMBITIONIERT UND BEGEISTERT
»Was macht eine Karriere in der Reisewirtschaft jeden Tag zu etwas ganz Besonderem?« lautete die Frage, die junge Nachwuchskräfte in einem Kurzvideo beantworten sollten, um als Young Talent zur Jahrestagung nach Marokko reisen zu können. Unter den 40 Bewerbungen hatten sich elf Talente durchgesetzt.



DAS GAB ES SONST NOCH

REISEN 2023: ZWISCHEN PANDEMIE UND INFLATION

In einem Interview gab Prof. Dr. Christiane Woopen, Medizinethikerin am Center for Life Ethics an der Universität Bonn, Einblicke in die viel diskutierte Frage „Reise-Freiheit versus Corona-Schutz“. Christoph Zeh, GfK Consumer Panels & Services, warf einen positiven Blick auf das Konsumklima im kommenden Jahr und sagte eine gesteigerte Reiselust voraus.

PERSONALMANGEL

Im dritten Themenblock stand das Thema „Fachkräfte dringend gesucht!“. Zum Auftakt erläuterte der

bekannte Start-up-Gründer Matthew Mockridge, wie die Brücke zur Gen-Z funktioniert und wie kommuniziert wird.

Im anschließenden Referat forderte Birthe Menke, Doktorandin der University of Southern Denmark, dazu auf, abwegig zu denken. Sie entführte die Teilnehmenden in die Welt des systematischen Zukunftsdenkens. Danach wurde es praxisorientierter: Tipps und Tricks zum Social Media Recruiting hatte Michael Schumacher von TikTok parat, und Steven Hille erläuterte die Nutzung der neuen Job- und Recruitingplattform easyboarding.

AUSFLÜGE

Die Teilnehmenden konnten sich für einen der dreistündigen Ausflüge in den Kategorien Kultur, Sport, Kulinarik und Wellness einteilen. So gab es die Möglichkeit, die Altstadt von Taghazout zu besuchen, Surfen oder Stand-Up-Paddling zu erlernen, sich mit der Herstellung des bekannten marokkanischen Arganöls zu beschäftigen oder ein traditionelles Hammam zu erleben.

KLIMAWANDEL

Was passiert, wenn es zu heiß wird?“, hieß es beim Abschlussvortrag von Professor Andreas Matzakis vom Deutschen Wetterdienst.



EINLADUNG AN DIE YOUNG TALENTS

Lufthansa-Manager Jürgen Siebenroch überreichte den elf Young Talents eine Einladung für die „Sustainability Days 2023“ der Lufthansa Group.



EIN HERZLICHES WILLKOMMEN!

Adel El Fakir, Generaldirektor des Fremdenverkehrsamtes Marokko, begrüßte seine Gäste zu Beginn der Tagung im Fairmont Taghazout Bay.



VERANSTALTERSICHT

Mit Taghazout sei der Schritt auf das nächste Level gelungen, lobte FTI-Chef Ralph Schiller auf der Bühne. „Der Ort ist mit seinen Möglichkeiten und dem Angebot absolut kompetitiv.“

WINTERZIEL

Hamid Bentahar, Präsident des Nationalen Tourismusrates von Marokko, skizzierte die Visionen des Landes als primäres Destinationsziel vor allem auch im Winter.

NACHHALTIGKEIT UND DER VERTRIEB

Die Beratungsrolle im Reisebüro werde im Rahmen des nachhaltigen Reisens deutlich zunehmen, sagte rtk-Chef Thomas Bösl.



Fotos: Marcel Kautz / DRV



AUZEICHNUNG ALS WEITERER ANSPORN
Peter Strub, COO von Studiosus, nimmt die EcoTrophea in Marokko entgegen und verspricht am Ball zu bleiben, auch für die künftigen Generationen.

Bei der DRV-Tagung in Marokko wurde Studiosus für sein stetes Engagement in Sachen Nachhaltigkeit mit der „EcoTrophea 2022“ geehrt. Im Programm nahm Klimaschutz einen breiten Raum ein.

Studiosus zählt in der Branche zu den Vorreitern in Sachen Nachhaltigkeit. Seit 2021 kompensiert Studiosus alle CO2-Emissionen und andere klimarelevanten Treibhausgase (CO2e) für alle angebotenen Reisen weltweit. Das Geld für die Kompensation fließt in den Bau von Biogasanlagen in Nepal. Auf der DRV-Tagung erhielt der Veranstalter als Anerkennung für seinen stetigen Einsatz die EcoTrophea 2022. Bereits seit 1987 zeichnet der DRV damit Projekte aus, die einen wirkungsvollen Beitrag zur Nachhaltigkeit im Tourismus leisten.

Pionier Studiosus
Die Preisverleihung an Studiosus begründete Harald Zeiss, Professor der Hochschule Harz und Vorsitzender des Ausschusses Nachhal-

tigkeit im DRV, wie folgt: „Studiosus hat die Jury in mehrfacher Hinsicht überzeugt: Zum einen ist es die mutige Entscheidung, CO2-Emissionen einzupreisen. Und zum anderen, in Klimaschutzprojekte im globalen Süden zu investieren. Dort wird das Geld zur Bekämpfung der Klimakrise am dringendsten benötigt. Sehr gut ist auch, dass Gäste von Studiosus vorab transparente Informationen über die Emissionen ihrer Reisen erhalten und somit ihre Buchungsentscheidung klimagezielt treffen können.“

Wichtig sei Transparenz als erster Schritt zur Klimaneutralität, sagte Zeiss. Studiosus veröffentlicht seit Mai 2022 auch den CO2-Fußabdruck jeder Reise. So kennen die Kunden die Klimawirkung ihrer Reise schon bei der Buchung und



BIOGASANLEGEN IN NEPAL
Studiosus kompensiert die beim Transport seiner Gäste im Land und in der Unterkunft inklusive Verpflegung anfallenden Treibhausgas-Emissionen durch Investitionen in Biogas-Klimaschutzprojekte in Nepal.

Fotos: Marcel Kautz / DRV / Studiosus

können sich gezielter entscheiden. „Die Auszeichnung ist für uns Anerkennung und Ansporn zugleich, wieder nach Lösungen suchen, die Mensch und Umwelt zugutekommen“, erklärt Peter Strub, COO von Studiosus. „Das sind wir künftigen Generationen schuldig, aber auch uns selbst.“

Diskussion Klimaschutz
In Sachen Klimaschutz sieht DRV-Präsident Norbert Fiebig die Reisewirtschaft seit langem in der Pflicht und auf einem guten Weg. Die immer schneller voranschreitende Erderwärmung müsse zusätzlicher Ansporn sein. „Der Wettbewerb der Zukunft wird der Wettbewerb um das Vertrauen der Kunden sein – und dabei spielt der Klimaschutz eine immer gewichtigere Rolle“, so Fiebig. Die Reisewirtschaft habe bereits wichtige Weichen gestellt, jetzt müsse die Branche die Reisen-

den „noch stärker mitnehmen und sensibilisieren“.

Ralf Hieke, DRV-Vizepräsident, Reisebüroinhaber und Gründer von FairWeg, erläuterte aus Vertriebs-sicht, warum Klimaschutz notwendig ist. Auch DRV-Vorstand und AIDA-CEO Felix Eichhorn erklärte die Sicht der Veranstalter.

Die Nominierten
Die Nominierten in diesem Jahr mit ihren Projekten zur Bekämpfung der Klimakrise waren in alphabetischer Reihenfolge: Chumbe Island Coral Park, Sansibar, Hauser Exkursionen (Climate Trek Helambu und Langtang, Nepal) sowie Studiosus Reisen (Biogasanlagen Nepal). Abgerundet wurde die Verleihung durch ein interaktives Quiz zu den 17 Social Development Goals. ➔ <https://bit.ly/ecotrophea>



KLARHEIT IN DER KOMMUNIKATION
Wichtig ist Transparenz als erster Schritt zur Klimaneutralität, sagte Professor Harald Zeiss, Vorsitzender des Ausschusses Nachhaltigkeit.

Anzeige



Mit DIAMIR neue Welten entdecken



Geht es Ihnen auch manchmal so? Plötzlich eröffnen sich Möglichkeiten, in Länder und Regionen zu reisen, die Sie vielleicht nicht unbedingt als Urlaubsziel erkoren hätten? Plötzlich stellen Sie fest, dass die Welt noch viel mehr zu bieten hat, als bisher angenommen. Mein Weg führte mich auf die Arabische Halbinsel – ein „weißer Fleck“ auf meiner Landkarte. Plötzlich stand ich in der Oase AlUla in Saudi-Arabien, überwältigt von jahrtausendealten in den Stein gemeißelten Kulturdenkmälern. Ich ließ mich zu den in den Gassen hallenden Gebetsrufen der Moscheen und den in der Luft liegenden Gerüchen aus den Gewürzlädchen durch die nächtliche Altstadt Jeddahs treiben. Saudi-Arabien ist definitiv eine Reise wert und zudem innerhalb weniger Flugstunden zu erreichen.

Das ist DIAMIR. Mit uns können Sie Ihren Reisegästen oder auch sich selbst ganz individuelle Wünsche erfüllen. Wir unterstützen Sie gern!

Ihr Michél Pretzsch, Abteilungsleiter Marketing – DIAMIR Erlebnisreisen
Telefon: +49 351 3120456 | E-Mail: vertrieb@diamir.de

Über 600 deutschsprachig geführte Kleingruppenreisen zu mehr als 130 Destinationen weltweit!
Trekking • Expeditionen • Safaris • Natur- und Kulturreisen sowie individuelle Touren...

DIAMIR Erlebnisreisen GmbH • Berthold-Haupt-Straße 2 • 01257 Dresden

+49 351 31207-0 www.diamir.de



GEBURTSTAGSKIND

DRV-Geschäftsführer Dirk Inger freute sich über den Geburtstagskuchen und schaffte auch das Ausblasen der Kerzen.



SPEKTAKEL

Am letzten Abend gab es neben dem Galadinner eine fulminante Reiter- und Feuershow am Strand – ohne Feuerwehreinsatz.



PARTY-TIME: Dass Touristiker gerne feiern ist bekannt. In Marokko kamen sie auf ihre Kosten. Begeistert zeigten sich auch die Young Talents (unten).



Anzeige

Drei Tage Licht und Sonne



REISELEITER

Am dritten Tag gab es unterschiedliche Touren und Events in der Gegend, unter anderem einen Surfkurs am Strand und eine Fahrradtour in den Surfer-Hotspot Taghazout.



Das Partnerland Marokko lockte mit dem Spruch „Königreich des Lichts“ und empfing die rund 300 Teilnehmer der Tagung mit großer Herzlichkeit und Gastfreundschaft. Für die angereisten Mitglieder waren es wunderbare drei Tage im sonnigen Süden.



Fotos: Marcel Kautz / DRV / TRVL Counter

VOR UNS DIE WELT

EXZELLENT GRÜNDE FÜR EINE REISE MIT DER EUROPA



HAPAG LLOYD
CRUISES



Carsten Sühning

„Die Ansprüche unserer Gäste verändern sich. Mehr Flexibilität und ein legerer Umgang werden erwartet“, so Carsten Sühning, Vertriebsleiter von Hapag-Lloyd Cruises. Wünsche, die an Bord der EUROPA gern erfüllt werden, u. a. durch Wohlfühlatmosphäre und Gastronomie auf Spitzenniveau. Carsten Sühning beantwortet Fragen, warum das Reisen mit dem weltbesten Kreuzfahrtschiff* etwas Besonderes ist.

Welche Neuerungen erwarten Ihre Gäste auf der EUROPA?

Seit 2019 haben wir die EUROPA kontinuierlich moderner und legerer gestaltet, u. a. im kulinarischen Bereich. So haben wir jetzt z. B. den Drei-Sterne-Koch Kevin Fehling mit seinem eigenen Restaurant „The Globe“ an Bord.

Wie schaffen Sie private Momente an Bord?

Um den Wünschen unserer Zielgruppe bestmöglich gerecht zu werden und durch wechselnde Trends zu inspirieren, dürfen unsere Gäste sich auf 52 frisch renovierte Wohnbereiche der Veranda Suiten (Kat. 6 und 7) freuen.

Wofür steht die EUROPA heute?

Weiterhin für einen besonderen individuellen Service. Ihre Seele und die Gastlichkeit sind das, was die EUROPA seit fast 20 Jahren als bestes Kreuzfahrtschiff der Welt* auszeichnet – genau deshalb haben wir diesen Punkt beibehalten. Zudem hat die Erfahrung gezeigt: Wer dem Charme der EUROPA einmal verfallen ist, bucht gerne wieder. Das ist für Sie, als unsere Vertriebspartner, ein wesentlicher Mehrwert im Verkauf. Gemäß unserem Motto „Gemeinsam einfach besser“ liefern wir ein außergewöhnliches Produkt und Sie die Kundenkontakte vor Ort.

*Lt. Berlitz Cruise Guide 2020.



Weitere Informationen:
www.denn-zeit-ist-luxus.com oder www.hl-cruises.de/ms-europa





„Simply the best!“

In sonnigen Kalabrien trafen sich die BEST-Reisebüros zur Jahrestagung 2022 – endlich live und in Farbe. Und natürlich wurde gefeiert ohne Ende, natürlich freute sich jeder auf den Klatsch und Tratsch, den es auch reichlich gab. Am Ende ging es ums Netzwerken, um Impulse und Inspiration fürs Geschäft und für die Saison 2023. Ein Bericht von der Sonnenseite Italiens.

Text Jean-Marc Götttert // Fotos Jörg Sänger

WILLKOMMEN ZUR JAHRESTAGUNG 2022
Gut gelaunt zeigt sich das BEST-REISEN-Team aus Filderstadt samt Markenpartner von Condor und Aldiana auf einem Gruppenfoto.

Schon bei der Ankunft in Kalabrien stieg die Laune der angereisten BEST-Reisebüro-Partner, die Sonne schien, bella Italia zeigte sich von seiner schönsten spätsommerlichen Seite. Die rund 500 Teilnehmer wurden im neuen, schicken Aldiana Club Calabria untergebracht. Im kommenden Jahr feiert die Marke ihr 50-jähriges BEST-ehen.

Der erste Tag begann mit einer regen Teilnahme im Kongresssaal des Resorts. Das Team der Kooperation hatte ein dichtes und interessantes Vortragsprogramm zusammengestellt und hochkarätige Speaker und Teilnehmer eingeladen. Ohne hin herrschte Aufbruchstimmung auf der ersten BEST-Reisen-Tagung seit 2019.

Gute Nachrichten vorab
Und so legte Vorstand Cornelius Meyer vor und verkündete schon einmal die erste gute Nachricht: die Kooperation wächst. Seit dem Geschäftsjahr 2018/2019 sind 110 neue Partner hinzugekommen. Damit gehören insgesamt 651 Reisebüros zum BEST-Verbund, die mit einem durchschnittlichen touristischen Jahresumsatz von zwischen zwei und zweieinhalb Millionen Euro zu den Schwergewichten der Branche zählen dürften.

Auch beim Umsatz sei die Lage außerordentlich gut, erklärte Meyer weiter. Denn laut TDA hinken die Reisebüros allgemein noch mit minus 30 Prozent im Vergleich zum Vor-Coronajahr hinterher. Bei den BEST-Büros sind es nur zehn Prozent – offensichtlich funktioniert hier der Restart deutlich besser.

Fotos: Jörg Sänger/BEST-Reisen



Wer mich im Regen stehen lässt, braucht auch nicht mehr zu kommen, wenn die Sonne scheint.

CORNELIUS MEYER,
Vorstand BEST-Reisen

Im Fokus des Branchen-Events stand die Digitalisierung. Laut Meyer muss das Ziel sein, die digitale Führerschaft im stationären Reisevertrieb zu halten. Das liegt auch daran, dass BEST-Reisen sich als Digitalpionier versteht und mit der Plattform BEST-CONNECT optimale Voraussetzungen schaffe, sagte Meyer. Helfen soll auch Künstliche Intelligenz, die Daten aus den unterschiedlichen Midoffice-Systemen zusammenführt und diese mit Daten von Anbietern wie Amadeus und Paxconnect anreichert. BEST-CONNECT soll die „Standleitung zum Kunden“ werden, beschworte Vorstandschef Meyer. „Reisebüros, die sauber bei den Daten arbeiten, haben mit BEST-CONNECT super Chancen“, wirbt er.

Die Digitalisierung bietet jedoch auch weitere Chancen: „Die Automatisierung nimmt den Büros vieles ab und erhöht die Kundenbin-



KRITIKPUNKTE
Cornelius Meyer geißelte die hinlänglich bekannte Callcenter-Krise im Sommer, als viele Flüge storniert wurden. Warum müssen die Reisebüros in den Leitungen hängen, fragte er bitter, um Probleme zu lösen, die sie gar nicht verursacht haben?



HERZLICHE BEGRÜSSUNG
Beide BEST-REISEN-Vorstände Cornelius Meyer (links) und Frank Winkler (rechts) nahmen jeden der Teilnehmer im Laufe des Anreisetages in Empfang. Die Wiedersehensfreude war auf beiden Seiten sichtlich groß.

UNGETRÜBTE FREUDE
FC Bayern-Fan Helge Wengeroth vom Reisecenter Neuenstadt in BEST-er Stimmung beim Auftakt der Jahrestagung.



HÜBSCH GEMACHT
Zum italienischen Abend am ersten Tag wurde Alfons Kissel vom Aktiv Reisebüro in Dahn mit der passende Fliege in Rot, Grün und Weiß versehen.



GRÜSSE AUS KALABIEN
schauinsland-reisen, OLIMAR, Bentour und Chamäleon, die mit dem Sortiments-Label »B4C- BEST- for Customer« als Partner eng mit der Kooperation zusammenarbeiten, richten im November 2023 die nächste Jahrestagung in der Türkei aus.

„dung“, betonte Meyer. Das soll vor allem beim Thema Fachkräftemangel helfen. Viele Inhaber mussten aufgrund der gravierenden Personalengpässe Büros schließen. „Die Automatisierung nimmt den Büros vieles ab“, sagte Meyer.

Kritik an Veranstaltern
Neben der positiven Stimmung gab es auch kritische Töne. „Es kann nicht sein“, wettete Cornelius Meyer, „dass im Jahr 2022 Reisebüros Stunden oder Tage in den Hotlines hängen, um für ihre Kunden Leistungsänderungen, die vom Anbieter verursacht wurden, wieder zu ändern.“ Unter großen Applaus der Teilnehmer schob er nach: „Wer mich im Regen stehen lässt, braucht auch nicht mehr zu kommen, wenn die Sonne scheint.“

easyboarding vorgestellt
Versöhnlicher ging es bei der Rede von DRV-Präsident Norbert Fiebig zu. Neben den Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung ging er

auch auf den Fachkräftemangel ein. Er verwies erneut auf die neue Recruiting-Plattform easyboarding hin, die in Kooperation mit dem DRV in Oktober gestartet wurde. „Nutzen Sie die Plattform“, forderte er die Anwesenden auf. „Je mehr mitmachen, desto besser für alle.“

Die Rolle von Social Media
Sehr aufschlussreich war die Präsentation der Social-Media- und Digitalexperten Maren Merken und Marvin Schoenberg. Die Gründer der Agentur merkenschoenberg verstehen sich als Beratungskollektiv für die Digitalisierung im Tourismus. Während der Tagung wurden beispielsweise die Vorträge und Diskussionen bei Instagram und Facebook gestreamt und gepostet – ein Experiment im Live-Betrieb sozusagen. Wie Reisebüros sich aufstellen müssen, erklärte das Duo anhand vieler Beispiele. Vorge stellt wurde auch die „BEST-Digital Creator Academy“: Workshops in Präsenz und virtuell mit allen rele-

vanten Informationen und Praxis tipps rund um die Digitalisierung und Social Media.

Im Tagungssaal lauschten die Teilnehmer gebannt den Vorträgen und den Paneldiskussionen, unter anderem einer Gesprächsrunde unter Leitung von Beate Zwermann zum Thema Lobbyarbeit für den Tourismus. Auf der Bühne diskutierten BEST-REISEN-Vorstand Cornelius Meyer, Marcel Klinge vom Think-Tank »Union der Wirtschaft«, Thomas Ellerbeck von der TUI Group, Marija Linnhoff, Vorsitzende des VSUR, sowie Sören Hartmann, Präsident des BTW.

Am letzten Tag konnten sich Partner, Reisebüros und Veranstalter auf der Reisemesse austauschen. Über 70 Teilnehmer waren vor Ort. Fazit von Vorstand Cornelius Meyer: »Wir sind wieder da, und wir haben Lust auf den Restart.«

→ <https://www.BEST-reisen.de/>



ERÖFFNUNGSREDE

Vorstand Cornelius Meyer eröffnete die Tagung am Samstag mit viel Prominenz aus den Reihen der Veranstalter und Verbände. „Unsere Ziele erreichen wir nur gemeinsam“, sagte er vor insgesamt 310 Kooperationspartnern vor Ort.



ANKÜNDIGUNG FÜR 2023

Die Veranstalter schauinsland-reisen, OLIMAR, Bentour und Chamäleon, die mit dem Sortiments-Label B4C (BEST- for Customer) als Partner eng mit der BEST-REISEN-Kooperation zusammenarbeiten, werden im November 2023 die nächste Jahrestagung in der Türkei ausrichten.



VERANSTALTERPARTNER DABEI

Bei der Jahrestagung prominent vertreten waren Partner wie DER Touristik COO Mark Tantz (Mitte). Auch DRV-Präsident Norbert Fiebig (rechts) war anwesend und hielt einen launigen Vortrag zur aktuellen politischen Lage und den touristischen Herausforderungen in 2023.



TEAMWORK

Beate Zwermann (Mitte) betreute mit ihrem Team die Speaker und die Fachmedien.

VON DER PIKE AUF GELERNT

Sören Hartmann, CEO DER Touristik Group, gab einen persönlichem Rückblick auf seine touristische Laufbahn.

EHRUNG FÜR EIN TOURISTIKPROFI

Für seine außerordentliche Leistung und Verdienste in seiner langen touristischen Karriere wurde BTW-Präsident Sören Hartmann von BEST-REISEN-Vorständen Cornelius Meyer und Frank Winkler gefeiert und geehrt.



DIGITAL-NACHHILFE

Maren Merken und Marvin Schoenberg von Tourismus Turn stellten die „BEST-Digital Creator Academy“ vor.



TALK MIT DEN VORSTÄNDEN
Fragen zum Nachwuchs, zur Ausbildung und Förderung, zu digitalen Prozessen und zu nachhaltigem Reisen konnte der Vorstand mit viel Sachverstand beantworten.

„Wir müssen uns verändern wollen!“

Die Freude, sich wieder live zu sehen und auszutauschen, war bei allen Teilnehmern groß. Rund 300 Mitglieder und Veranstalter trafen sich in Berlin zur AER-Jahrestagung. In den Mittelpunkt rückte zunehmend die Diskussion um transparente Kriterien fürs nachhaltige Reisen.

Text Jean-Marc Göttert



JUGEND VOR
Vier Vertreter der AER-Young Talents stellten sich auf der Bühne den Fragen der Moderatoren. Sie forderten ein aktives Mitgestalten.

Während die Weltgemeinschaft am Roten Meer auf der 27. Uno-Klimakonferenz um nichts weniger als Lösungen zur Verhinderung des Untergangs der Welt rang, fand die Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft Europäischer Reiseunternehmer (AER) in Berlin statt. Und hier wurde nicht minder um das Thema Nachhaltigkeit und digitale Zukunft diskutiert, selbstredend mit dem Fokus auf touristisches Reisen.

Dauerbrennerthemen wie Nachwuchsförderung, Fachkräftemangel und digitale Tools standen ebenfalls auf der Agenda der dreitägigen Tagung im MOA Hotel, die von rund 300 Mitgliedern, Partnern und Veranstaltern gut besucht wurde.

Reisemanufaktur vorgestellt
Mit einem sogenannten Pre-Event am Donnerstag wurde die Tagung eingeläutet. Hier wurden die Philosophie der aer-Reisemanufaktur sowie einige axolot-Veranstalter vorgestellt. Am Freitag eröffnete das Moderatoren-Duo Andy Janz und Sven Mayer (bekannt vom Tourismus-Podcast »Hin & Weg«) die 2022er-Tagung offiziell. In seiner Auftaktrede sagte AER-Vorstand Rainer Hageloch, dass eines der größten Probleme der Branche schlicht die „Angst vor der Zu-



Info zur AER

Die Arbeitsgemeinschaft Europäischer Reiseunternehmer ist ein Verbund von Reisebüros und Reiseveranstaltern. Mit rund 1.000 Wirtschaftseinheiten, die den klassischen Mittelstand der Reisewirtschaft darstellen, spiegelt die AER-Kooperation inhabergeführte Firmen wider, deren DNA das Veranstalten und Vermitteln von Reisen ist. Die Kernkompetenz liegt im Flugbereich. Die Kooperation hat ihren Ursprung im Jahr 1987 mit der Gründung des AER e.V. Zum Zweck der Bereitstellung und Abwicklung aller kommerziellen Angebote und Dienstleistungen erfolgte 2001 die AER Verwaltungs-GmbH. 2015 wurde aus der GmbH die AER-Kooperation AG. Mit ihren 1.000 Mitgliedern und einem Spezialreiseveranstalteranteil von 30 Prozent ist der AER der größte Verbund für Reiseveranstalter in Deutschland.

kunft« sei. Mit Angst könne man aber nicht gestalten. Er forderte die Mitglieder auf, engagiert nach vorne zu gehen, Experimente zu wagen, mehr Internet zu wagen. „Es ist extrem wichtig, Veränderung zu leben“, sagte er. »Die Chancen sind da, Online ist cool!“

Zertifizierung auf dem Weg
Positiv blickte er auch auf die in der Pandemie gestartete AER-Initiative, die für mehr Interaktion, mehr Miteinander und mehr Austausch gesorgt hätte. Mit Blick in die Zukunft sei das Thema nachhaltiges Reisen extrem wichtig. Hier ginge es um ein ausreichendes Angebot im Markt, sagte Hageloch, und um mehr Transparenz und Zertifizierung der Anbieter. Die AER sei hier auf einem guten Weg und werde künftig zu 100 Prozent zertifiziert werden, erklärte er. Angesichts der vielen Reisetrends müsse man sich neu erfinden. „Entscheidend ist der Wille zur Veränderung.“

Nach der Eingangsrede von Rainer Hageloch stellte sich der übrige Vorstand den Fragen der beiden Moderatoren Sven Meyer und Andy Janz. Die Themen drehten sich um die strategische Ausrichtung der AER, den Stellenwert von Verbands- und Lobbyarbeit, die Verantwortung in Bezug auf Nachhaltigkeit sowie

Fotos: AER / Oliver Walterscheid



NACHHALTIGKEIT
In den aufblasbaren Iglus fanden Themenworkshops statt – hier zum Thema Zertifizierungsverfahren zur Nachhaltigkeit.

die Aktivitäten in Richtung Arbeitskräftemarkt.

Am dritten Tag kamen die AER Young Talents zu Wort und bildeten den Auftakt zur Tagung. Dabei wurde schnell klar, dass die jungen Menschen nachdrücklich mitgestalten wollen. Befremdlich fanden sie es, dass mehr über sie, als mit ihnen geredet wurde. Rainer Hageloch gelobte Besserung und stellte eine aktive Mitarbeit im Rahmen eines Jugend-Vorstandes oder -Beirates in Aussicht.

Raus aus der Dauerkrise
Rainer Klee, Geschäftsführer von AERTICKET, blickte in seinem Vortrag sehr persönlich auf die Ereignisse und Folgen der Pandemiejahre zurück. »Wir haben es vielleicht vergessen, wie schwer es damals war«, sagte Klee und warb für eine optimistische Haltung, um gestärkt aus künftigen Krisenzeiten zu gehen. »Corona ist aus meiner Sicht kein Thema mehr«, sagte er. »Ich glaube auch nicht, dass Corona noch einen Einfluss auf das Reiseverhalten hat.«



Das Einzige, was wir befürchten müssen, ist, dass wir zu langsam vorankommen!

RAINER HAGELOCH,
Vorstand der AER-Kooperation AG

André Bachmann, René Morawetz und Saskia Sánchez, die Macher des Podcasts »Counter Helden«, diskutierten im Rahmen eines Livepodcasts die Themen Service, Schulungen und soziale Skills. Zum Abschluss fanden sechs Workshops zu hybridem Verkauf, digitalem Wandel, Markenbildung, optimierten Prozessen, Fachkräftemangel sowie verantwortungsvollem Tourismus statt. Das Besondere: In eigens dafür aufgestellten Luft-Iglus wurden die Workshops mehrfach und in Rotation abgehalten. So fand auch ein reger Austausch unter den Mitgliedern und Veranstaltern statt. Durch den praxisnahen Bezug erhielten viele Teilnehmer einen echten Mehrwert.

Insgesamt war die Tagung ausgelassen und familiär. Die Freude, sich wieder live zu sehen und auszutauschen, war bei allen Teilnehmern groß. Jeden Abend gab es zum Abschluss unterschiedliche Events in verschiedenen Locations. »Es war einfach eine gute Tagung!«, fasste Vorstand Rainer Hageloch zufrieden zusammen. ⚓

Fotos: AER / Oliver Walterscheid



NACHHALTIG UNTERWEGS
Katharina Port (links), Leiterin Marketing und Vertrieb bei Chamäleon, sowie Petra Thomas, Geschäftsführerin beim forum anders reisen, erläuterten diverse Lizenzierungsansätze.



RÜCKBLICK UND AUSBLICK
Rainer Klee (links) überraschte mit einem persönlichen Rückblick und dem Eingeständnis, dass nicht alles in der Krise rund lief. AER-Vorstand Rainer Hageloch (rechts) sagte, »Fehlermachen gehört einfach dazu«. Zum Abschluss der Tagung wurde abends bei bester Stimmung getafelt (unten).



MIT BISS UND WITZ
Das Moderatoren-Duo Sven Meyer und Andi Janz führten gekonnt durch die Tagungspunkte, Kalauer inklusive.



„Es bedarf einer gewissen Erklärung“

Themenjahrreisen – was ist das genau? Ein Gespräch mit Michael Knapp über die Entstehung, das Konzept und warum uns der Blick in die Vergangenheit heute in der Moderne helfen mag.

Interview Jean-Marc Göttert

Gebeco hat 550 Reisen, darunter mehr als 240 Kleingruppenreisen, 246 Europa-Reisen, 82 Wander- und Radreisen und zwölf Themenjahrreisen für 2023 aufgelegt. Was sind denn Themenjahrreisen?

Unsere Themenjahrreisen sind Leuchtturm-Studienreisen, die explizit unsere Leistungsfähigkeit in diesem Bereich zeigen. Sie zählen zu unseren innovativsten Produkten und werden mit besonders qualifizierten Reiseleiterinnen und Reiseleitern durchgeführt, weil sie hier eine besondere Expertise und Erfahrung benötigen. Wir machen das schon seit einiger Zeit, und diese Reisen sind immer einem Motto oder einer Grundidee zugeordnet. Im Produktmanagement wird hier jedes Jahr etwas neu zusammengestellt, eben Dinge, die es nicht von der Stange gibt. Nach den Naturschönheiten des vergangenen Jahres widmet sich das Themenjahr 2023 den technischen Meisterleistungen der Erde. Gemeinsam mit den Reisenden schaut Gebeco auf historische Errungenschaften aus der Vergangenheit und Gegenwart, die den Fortschritt in Sachen Nachhaltigkeit fördern.

Also so etwas wie eine Reise-Manufaktur mit maßgeschneiderten Produkten?

Ja, genau, wenn man so will, sind das unsere Signature-Reisen. So würde man das vermutlich in Marketingdeutsch umschreiben. Für



MICHAEL KNAPP,
CCO von Gebeco, bei einer Reise an die Ostsee in Polen

uns ist es eben auch eine Beweisführung, was wir leisten können und wie unsere Grundphilosophie vom Thema Reisen mit Begegnungen entlang eines roten Fadens umsetzbar ist. Hier sind es die technischen Meisterleistungen der Menschheit.

Wie entsteht die Idee dazu?

Sie folgt nicht immer einem analytischen Prozess, sondern wird aus einer Idee geboren, der wir uns dann nähern. Das Thema technische Meisterleistungen ist tatsächlich auf meiner Reise 2020 nach Polen entstanden. Ich hatte mich aufgrund der damals immer restriktiveren Corona-Beschränkungen entschieden, in eines der Länder zu reisen, die noch gut bereisbar waren. Das war damals Polen, das ich noch nicht kannte, und machte im nördlichen Teil eine Rundreise. Am

berühmten Oberländer Kanal bin ich auf ein Thema gestoßen, das mich total fasziniert hat. Man muss dazu wissen, ich bin Wirtschaftsingenieur. Ich habe also ein Wirtschaftsherz und auch ein Ingenieursherz, die in meiner Brust schlagen, und bin vollkommen begeistert zurückgekommen.

Was war der Auslöser?

Es war der Bau des Kanals mit der großen Herausforderung, auf einem relativ kurzen Streckenverlauf 100 Höhenmeter zu überwinden. Es ging darum, Güter vom Landesinneren an die Küste zu bringen, und die Lösung, Schiffe über ein Kanalsystem mit Wasserkraft fahren zu lassen, war komplett nachhaltig. Dazwischen wurden sie auf offene Schlitten gehoben und sind quasi über Land gezogen worden. Die fünf Rollberge, auf denen die Schiffe zur Bewältigung des Höhenunterschieds auf Schienenwagen über Land transportiert werden, sind als Standseilbahnen ausgelegt, die von Wasserrädern angetrieben werden. Mir wurde damals klar, dass es weltweit viele Ideen und Projekte gibt, die von Menschen umgesetzt wurden, und die einen großen Einfluss auf die Prosperität, auf die kulturelle, politische und auch die wirtschaftliche Entwicklung der Menschheit hatten.

Ein gutes Beispiel für ein technisches Wunderwerk.

Fotos: iStock / Gebeco / Privat

Die hydraulische Zivilisation

Mitten im Urwald erhebt sich die riesige Tempelanlage von Angkor Wat, einst Zentrum des mächtigen Khmer-Reiches im heutigen Kambodscha. Riesige Würgefeigen überwuchern die alten Mauern, die mit Tänzerinnen, Kriegern und riesigen Köpfen verziert sind. Im 12. Jahrhundert entstand die große Tempelanlage mit der Palaststadt Angkor Thom. Die Städte wuchsen schließlich zu einer Megacity zusammen mit einer Million Einwohner. Sie ist mit 1.000 Quadratkilometer Fläche größer als Berlin. Kambodscha zählt zu den Themenjahrreisen 2023.



ZUR PERSON

Michael Knapp ist seit rund 30 Jahren in leitenden Funktionen in der Touristik tätig. Seit 2011 verantwortete er den Quellmarkvertrieb der TUI Deutschland. Am 01.01.2020 wechselte der Diplom-Wirtschaftsingenieur zu Gebeco. Mit Mitte 50 wollte sich Knapp noch einmal neu orientieren, nachdem er über neun Jahre Vertriebsdirektor bei der TUI war. Das Foto wurde bei seiner Alpenwanderung 2022 aufgenommen.

Ja, es hat mich nachhaltig beeinflusst, und ich habe mit den Teams darüber gesprochen. Wir sind losgezogen und haben diese Grundidee in dem Produktmanagement verankert, und daraus ist dann dieser Themenjahrkatalog „Technische Meisterleistungen“ entstanden. Wir wollen den Bogen so spannen, dass diese Ideen letztlich dazu geführt haben, mehr Wohlstand zu erzielen, Naturgewalten einzuschränken oder auch, dass mit Hilfe der Technik der Anbau von Früchten oder von Reis auf eine ganz andere Stufe gestellt wurde.

Von den aktuell zwölf Themenreisen in 2023, was hat Sie persönlich am meisten begeistert? Wenn man in Europa schaut, dann finde ich beispielsweise die Reise nach Italien total begeisternd, weil sie die ganze Bandbreite der technischen Errungenschaften zeigt. Diese reicht von Venedig, das auf Wasser gebaut wurde, bis zur Landgewinnung an anderer Stelle. Es sind aber auch antike Theater, die in Italien zu besichtigen sind, bis hin zu den römischen Aquädukten,

die Europa kulturell und wirtschaftlich beeinflusst haben und bis heute überall sichtbar und spürbar sind. Auf dieser Reise sind die Gäste elf Tage unterwegs, da bekommen sie einen guten Eindruck davon, welche Kulturen in Europa ihre Spuren hinterlassen haben.

Und in der Ferne? Namibia ist ein weiteres Beispiel. In einigen unwirtlichen Gegenden mussten Menschen schon immer Lösungen entwickeln, um diese Regionen urbar zu machen und dort ein Überleben zu sichern. In Windhoek haben wir etwas ganz Modernes entdeckt: Da werden aus

Wüstensand Häuser gebaut. Da wird quasi ein bezahlbares Wohnen entwickelt, indem aus dem überall verfügbaren Wüstensand Steine hergestellt werden. Auf der anderen Seite gibt es mächtige Stauseen, die der Wasserversorgung dienen. Wir verbinden viele Beispiele in einer Rundreise, und die Urlauber sehen so viele neue Aspekte in einem Land, wo man erst mal sagen würde, das ist ja alles Natur pur. Aber auch hier ist die technische Meisterleistung überall sichtbar und greifbar.

Was gibt es Vergleichbares in Asien zu bestaunen? Die Wiege der Khmer-Zivilisation in Kambodscha zum Beispiel, die über 1.000 Jahre alt ist. Hier staunen wir über die sogenannte hydraulische Zivilisation, die mit Wasserkraft die Grundlage für ein Leben mit hoher Prosperität geschaffen hat. Kanäle und Wasserspeicher entstanden, die mehrfache Reisernten ermöglichten. Am Ende landet diese Reise bei der Tempelanlage von Angkor Wat, wo immer die Frage aufkommt: Wie konnten die Menschen in so kurzer Bauzeit, weniger als 40

Jahre, ein derartiges technisches Wunder bauen? Bis heute berührt das die ganze Welt, vor allem, wenn man schaut, mit welchen Mitteln das damals geschaffen wurde.

Das ganze Konzept steht und fällt natürlich mit der Expertise und Qualifikation der Reiseleiter. Wie funktioniert das? Wir suchen Reiseleiter sehr genau aus, weil wir wissen, dass ja auch viele Menschen wie ich dabei sind. Sie müssen nicht Ingenieurswesen studiert haben, aber sie haben sich vor dieser Reise explizit mit den Themen beschäftigt, die sie erwarten. Wir würden so eine Reise nie machen, wenn wir nicht die passenden Reiseleiter hätten.

Das dürfte aber nach der Pandemie doch recht schwierig sein? In vielen Gebieten gibt es tatsächlich einen Mangel an guten Reiseleitern, die sich aufgrund der Krise

anderen Berufszweigen zugewendet haben und nicht ohne weiteres zurückkehren. Aber die leidenschaftlichen Reiseleiter gewinnen wir wieder, weil sie einfach ihrer Passion folgen.

Das sind also die Signature-Reiseleiter. Kommt das Thema Technik bei den Gästen gut an? Meine Erfahrung ist: Wenn man darüber redet, ist die Begeisterung groß. Ich habe manchmal ein Übersetzungsproblem, wenn ich es so nennen darf, weil dem Titel alleine nicht zu entnehmen ist, was dahintersteckt. Es bedarf einer gewissen Erklärung, und wir werden uns sicherlich überlegen, wie man das noch ein bisschen anders inszeniert, damit sich das schneller erschließt. Bei den Gästen herrscht eine große Zustimmung und eine große Begeisterung, der Katalog war sofort weg und wird jetzt nachgedruckt. ⚓



Es bedarf einer gewissen Erklärung, aber bei den Gästen herrscht große Zustimmung und große Begeisterung. Der Katalog war sofort weg.

Anzeige

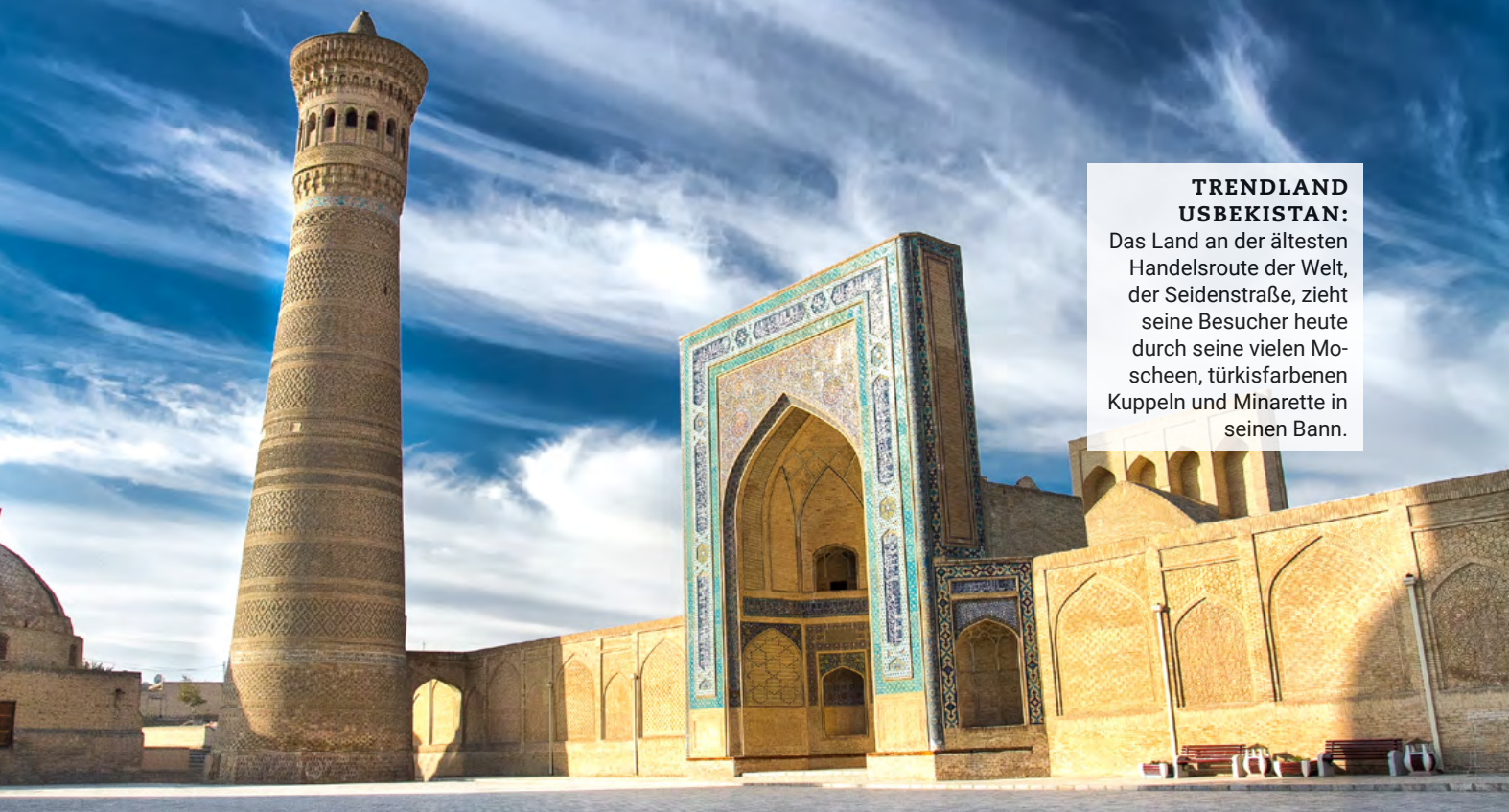


Das Gebeco Themenjahr 2023 Technische Meisterleistungen



Jetzt Katalog bestellen gebeco.de/anmelden

Alle Informationen rund um das Themenjahr „Technische Meisterleistungen“ und vieles mehr auch im neuen „Mein Gebeco Agenturlogin“! www.gebeco.de/anmelden



**TRENDLAND
USBKISTAN:**
Das Land an der ältesten Handelsroute der Welt, der Seidenstraße, zieht seine Besucher heute durch seine vielen Moscheen, türkisfarbenen Kuppeln und Minarette in seinen Bann.

Ungezügelter Reiselust

Bei den Anbietern für Studien- und Erlebnisreisen herrscht Aufbruchstimmung: Die Aussichten für 2023 sind überwiegend optimistisch. Wir haben einmal nachgefragt und ein Stimmungsbild für die kommende Saison eingeholt.

Text Iris Quirin

1. Frage: Für 2023 müssen Veranstalter einiges neu kalkulieren, etwa Preiserhöhungen im Flug- und Produkteinkauf, gestiegene Energiekosten und Kerosinzuschläge, höhere Beiträge zum Umweltschutz sowie neue Regeln bezüglich des Reisesicherungsscheins. Was bedeutet das bei Ihnen für die Buchungslage in der kommenden Saison und die Preisentwicklung für 2023?

2. Frage: Das Europa-Geschäft ist stark, die Fernstrecke meldet sich zurück, Kleingruppen sind angesagt. Die Spezialisten haben ihre Programme der Nachfrage angepasst. Welches sind Ihre zwei wichtigsten Highlights?

OLIMAR REISEN

Pascal Zahn, Geschäftsführer

Die Preise sind um durchschnittlich zehn Prozent gestiegen. Ganz gut auffangen kann man das, indem man Frühbuchervorteile nutzt. Die erhöhten Preise haben natürlich Einfluss auf den Touristikmarkt, vor allem auf den Low-Budget-Markt. Mit dem haben wir aber nichts zu tun, insofern glauben wir an eine stabile Buchungslage. Wir erwarten für unsere Produkte in 2023 auch mehr Gäste und damit deutlich mehr Umsatz. Reisebüros, die uns bis dato nicht so gut gebucht haben, bekommen ja seit zwei Jahren zehn Prozent Mindestprovision, auch hier haben wir also „Barrieren“ abgebaut.

Zwei Highlights möchte ich hervorheben: Die 7-tägige Mietwagen-Rundreise „Alentejo für Genießer“, eine kulinarische Genießertour durch den Alentejo samt Besuch von renommierten Weingütern und eine einwöchige, geführte Azoren-Inselkombination „Helden, Wale und Vulkane“, auf der Kunden vier Azoren-Inseln erleben. Diese Tour für Naturliebhaber wird garantiert durchgeführt und kann vorher oder nachher verlängert werden.

STUDIOSUS REISEN

Peter-Mario Kubsch, Geschäftsführer

Urlaub hat weiterhin einen hohen Stellenwert. Insofern blicken wir

trotz der Preiserhöhungen, die auch wir an die Kunden weitergeben mussten, optimistisch ins kommende Jahr. Bei Studiosus gehören aktuell neben Italien, Spanien und Frankreich Destinationen im Nahen Osten und auf der Fernstrecke zu den Wachstumstreibern. Stark gefragt sind Ägypten, Jordanien und Israel, aber auch das südliche Afrika, Indochina und Japan.

Ein Highlight ist die Vielfalt der Möglichkeiten: Insgesamt 800 Routen in mehr als 120 Länder weltweit umfasst unser aktuelles Urlaubsangebot. Zu den Trendzielen gehören Ägypten und Japan. Am Nil sind vier Reisen unterschiedlichen Zuschnitts buchbar. In Japan können Gäste 2023 aus fünf Angeboten auswählen. Ein weiteres Produkt-Highlight sind unsere fünf Family-Reisen für Eltern mit Kindern zwischen sechs und 14 Jahren. Erstmals seit 2019 haben wir sie wieder in einem eigenen Katalog gebündelt. Last but not least: unser transparentes Klimaschutzengagement. So veröffentlichen wir bei allen Reisen den CO₂-Fußabdruck und gleichen die beim Flug, Transport im Land und der Unterkunft inklusive Verpflegung anfallenden Treibhausgas-Emissionen durch Investitionen in Biogas-Klimaschutzprojekte in Nepal aus.

CHAMALEON REISEN

Ingo Lies, Geschäftsführer

Die Vorausbuchungen für 2023 sind fantastisch. Mehr als die Hälfte unseres Umsatzes ist bereits gebucht, und somit kann ich sagen, dass alles auf die Erreichung unseres Umsatz-Zieles von 100-Millionen-Euro im nächsten Jahr hindeutet. Das sind 40 Prozent mehr als dieses Jahr. Natürlich haben die aktuellen Währungsentwicklungen, Flugpreisaufschläge und unser verdoppeltes Engagement für den Kauf von Regenwald zum Ausgleich der CO₂-Bilanz Auswirkungen auf die Preise. Für Länder im Euro-

Raum und im südlichen Afrika sind die Preise um drei bis fünf Prozent gestiegen, und für Länder, die in US-Dollar bezahlt werden, steigen die Preise um fünf bis sechs Prozent. Die Buchungszahlen zeigen eindeutig, dass Kund*innen bereit sind, etwas mehr auszugeben, gerade auch für nachhaltige Reisen und erst recht, wenn es für die Reise ihres Lebens ist.

Highlights sind Europa und Genießer-Reisen: Die Nachfrage für die Europa-Reisen ist sensationell. Reisen in 19 europäische Länder – und das Angebot an Reisen wird im nächsten Jahr noch mehr ausgebaut. Die Chamäleon-Gäste zieht es aber weiterhin vor allem in die Ferne, und hier sind unsere Genießer-Reisen ein absolutes Highlight: Die Gäste reisen mit mehr Zeit zum Genießen und bleiben zwei bis drei Nächte in jeder der einmaligen Unterkünfte.

DIAMIR ERLEBNISREISEN

Jörg Ehrlich, Geschäftsführer

Die Preise für 2023 haben sich natürlich erhöht – wie konkret, das hängt von der Art der Reise ab: Wie viele Tage braucht man ein (Safari-) Fahrzeug, wie viele Flüge werden benötigt, beziehungsweise welche Flugstrecken werden genutzt? Vor allem Langstrecken nach Ozeanien sind aktuell noch sehr teuer. Wanderreisen mit Zeltübernachtung sind von der Teuerung entsprechend weniger betroffen als die Mietwagenrundreisen in Hotels. Pauschal kann man sagen, dass alles mindestens zehn Prozent teurer geworden ist. Auf die Buchungslage scheint sich das jedoch bisher nicht auszuwirken. Für 2022 kommen noch zahlreiche Kurzfristbuchungen hinzu. Für das kommende Jahr sind wir mit den Buchungen bisher sehr zufrieden und freuen uns über die ungezügelter Reiselust.

Die Fernstrecke war bei uns – gemessen an den Rahmenbedingun-



gen – nie schwach. Als wichtigste Highlights kann man Lodge-Safaris in Ostafrika, zum Beispiel Tansania oder Uganda/Ruanda, nennen, aber auch Trekkingreisen etwa in Nepal sind sehr gut nachgefragt. Auch unser Angebot an außergewöhnlichen und exklusiven Sonderreisen scheint das Publikum gut anzusprechen. So hatten wir 2022 bereits wieder mehrere Gruppen etwa in Papua-Neuguinea, weshalb wir in diesem Segment immer wieder mal „nachlegen“.

IKARUS TOURS

Ralf Huber, stellvertretender Geschäftsführer

Auch wenn sich viele Reisekunden durchaus bewusst darüber sind, dass das Reisen im kommenden Jahr aufgrund der genannten Punkte teurer, teilweise recht deutlich teurer werden wird, müssen wir als Veranstalter darauf achten, dass die Verkaufspreise nicht abschreckend wirken und Kunden von einer Reisebuchung abhalten. Bei uns haben sich die Preise im Schnitt um fünf bis zehn Prozent erhöht, in einigen Einzelfällen aber auch darüber hinaus.

Die bislang noch eher zurückhaltende Buchungslage für 2023 ist sicherlich auch auf das gestiegene Preisniveau zurückzuführen. Es bleibt zu hoffen, dass die Kunden, wenn sie die zu erwartenden privaten Kostenerhöhungen etwa bei der Energie konkreter einschätzen können, noch verstärkter Reisen buchen. Wir rechnen mit einem verstärkten Kurzfristgeschäft für 2023.

Fotos: iStock

Wir haben weiterhin ein Komplett-Europa-umspannendes Reiseportfolio anzubieten und auf der Fernstrecke nur unwesentliche Programmreduzierungen vorgenommen. Die Fernstrecke belebt sich in den vergangenen sechs Wochen wieder recht deutlich. Der Kleingruppenanteil, also Gruppen mit vier bis maximal 16 Reisegästen, überwiegt in unserem Gesamtprogramm sehr deutlich.

Neue Highlights sind beispielsweise die neue Ruanda-Aktivreise „Einzigartiges Ruanda“ mit Schwerpunkten wie Schimpansen- und Gorilla-Trackings und Besuch der Regenwald- und Vulkanlandschaften und die neue, besonders nachhaltig ausgerichtete Kleingruppenrundreise „Unentdeckte Geheimnisse Albaniens und Nordmazedoniens“ sowie die neue Aktivreise „Armenien – aktiv und hautnah“.

ASI REISEN

Ambros Gassner, Geschäftsführer

Unsere Preise für das Jahr 2023 sind moderat gestiegen, nur in einigen wenigen Destinationen gab es auch aufgrund des starken Dollars und lokaler Preisanpassungen höhere Steigerungen. Der Umweltschutz führt bei uns zu keinen Mehrkosten, denn wir berücksichtigen die CO2-Kosten bereits seit mehreren Jahren. Bei der Buchungslage sind wir recht zufrieden mit den Vorausbuchungen, zum Stichtag verzeichnen wir ein Umsatzplus von 72 Prozent. Wir rechnen mit einer starken Hauptbuchungszeit zwischen Januar und März.

Unsere wichtigste Neuerung sind unsere „nachhaltigen Erlebnisreisen“, 33 handverlesene Reisen, welche die Highlights eines Landes kombinieren und zu 100 Prozent klimaneutral sind. Sie werden bereits ab zwei Personen garantiert durchgeführt, die maximale Gruppengröße umfasst zwölf Reisende. Die Destinationen sind unter ande-

rem Südafrika, Namibia, Vietnam, Costa Rica, Marokko, Peru, Sri Lanka, Nepal, Kanada, Jordanien und Oman.

CANUSA

Tilo Krause-Dünnow, Geschäftsführer

Für 2023 sind die Preisentwicklungen derzeit nicht vollständig vorausehbar. Höhere Beträge des DRSF sind für uns nicht neu, da wir bereits in 2022 damit gerechnet haben. Die Einkaufskonditionen bei Flügen und Landleistungen in den USA und Kanada unterliegen einer dynamischen Preisgestaltung. Daher ist nur sehr schwer vorhersehbar, wie sich diese für nächstes Jahr entwickeln. Derzeit sehen wir Preisanstiege, die zum großen Teil auch durch den Devisenkurs zustande kommen. Die Nachfrage ist jedoch nach wie vor sehr groß für 2023, und auch die eingehenden Buchungen sind sehr zufriedenstellend. Für uns sind die größeren Kapazitäten bei Wohnmobilen und Mietwagen eine gute Voraussetzung, Buchungen in 2023 länger als in diesem Jahr bestätigen zu können. Wir sind optimistisch, dass sich die Lage bei Flügen und auf den Flughäfen im kommenden Jahr stabilisieren wird.

Besondere Sehnsucht herrscht bei den Kunden derzeit nach Hawaii und dort nach einem schönen, vielseitigen Inselhopping. Die Schneelage in den Rockies führt dazu, dass wir vermehrt Buchungen für Kanada und die USA für den anstehenden Winter bekommen. Powder bei konstant niedrigen Temperaturen ist angesagt!

LERNIDEE ERLEBNISREISEN

Felix Willeke, Geschäftsführer

Wir mussten bereits bei unserer Produktion der 2023er-Reisen im Frühsommer 2022 zum Teil deutliche Mehrkosten in den Kalkulationen berücksichtigen. Je nach Zielgebiet bewegen diese sich im mittleren bis hohen einstelligen, aber auch im zweistelligen Prozentbereich. Glücklicherweise wenden wir uns an eine Klientel, bei der nicht der reine Reisepreis das ausschlaggebende Kriterium ist, sondern die Hoffnung darauf, sich einen Lebensraum zu erfüllen. Wir freuen uns derzeit über eine große Menge an Vorausbuchungen weit ins Jahr 2023 hinein, vor allem im oberen Preissegment. Gleichzeitig beobachten wir aber auch den Trend zu kurzfristigeren Buchungen bei etwas günstigeren Reisen. Vor allem für unsere Marken Tuja Reisen und Bahnurlaub.de, also Reisen in die Schweiz und in den Norden Skandinaviens, sind wir daher noch mitten in der Buchungssaison für diesen Winter.



Unter den Novitäten im Lernidee-Programm 2023 ist bei den Zugreisen ein Exklusiv-Charter des spanischen Königszuges Al Andalus auf der neuen, länderübergreifenden Strecke von Barcelona nach Lissabon. Bei den Schiffsreisen haben wir erstmalig unsere Interpretation einer „Maritimen Seidenstraße“ durchgeführt, bei der es mit einer exklusiv gecharterten Yacht von Ägypten über Jordanien nach Israel geht. Bei Belvelo wird eine E-Bike-Reise in der Schweiz gleich in zweierlei Darreichungsform geboten: Per E-Bike und in den legendären Schweizer Bergbahnen. Ebenfalls in den Vorderen Orient führt eine weitere neue Reise, mit der wir unserem Innovationsanspruch gerecht werden möchten: eine E-Bike-Reise durch Jordanien! ⚓

Foto: iStock



Verkaufen Sie Strandurlaub ohne Meer?

Wovon träumen Ihre Kunden, wenn sie einen Strandurlaub buchen? Richtig, vom Meer. Gibt's aber nicht. Kein Wasser. Keine Wellen. Nur Sand. Und lange Gesichter. Ähnlich geht es einem Studiosus-Gast, der seine Reise lediglich mit zwei, drei weiteren Teilnehmern antreten soll. Denn Studiosus-Reise heißt Urlaub in einer Gruppe. Mit Gleichgesinnten fremde Kulturen erleben.

Inspirierende Bekanntschaften machen. Den passenden Gesprächspartner finden. Und der findet sich nun einmal leichter in einer Gruppe von rund 20 Teilnehmern. Deshalb bieten wir Reiseprogramme mit garantierter Mindestteilnehmerzahl. Und speziell für Sie: zufriedene Kunden, die sich auf Sie und Ihre Empfehlung verlassen können.

Studiosus

Intensiverleben

TYPISCH AUSTRALIEN: Rund 50 verschiedene Känguruarten sind auf dem fünften Kontinent zu Hause, darunter das rote und graue Riesenkänguru oder das kleinere Wallaby.

G'Day in Down Under!

Vom tropischen Norden über das wüstenähnliche Zentrum bis zum kühleren Süden: Australiens Vielseitigkeit erkundet man am besten auf einer Selbstfahrertour. Aber auch Abkürzungen mit dem Flugzeug machen Spaß. Ein Streifzug durch den fünften Kontinent.

Text Iris Quirin

Fotos: iStock / Illustration: northernterritory.com



Das Top End ist nicht allzu weit entfernt für deutsche Australien-Fans: In 17 Stunden reiner Flugzeit gelangen sie von Frankfurt über Singapur nach Darwin, der Hauptstadt des Northern Territory. Bevor man sich von hier aus auf den berühmten Explorer's Way macht, sollte man sich unbedingt die Stadt vom Hafen aus ansehen – zum Beispiel bei einem Sunset Dinner Cruise oder früh morgens, bevor es zu heiß wird, auf einer geführten Jetski-Tour zum Sonnenaufgang mit 00Seven von Dock 1 aus, ganz in der Nähe des Hotels Adina Apartments an der Darwin Waterfront.

Im Anschluss lohnt sich ein Streifzug durch die Stadt. Dort findet jedes Jahr das Street Art Festival mit riesigen Wandbildern statt. Spieler können ihr Glück abends bei Black Jack oder Roulette im Mindil Beach Casino Resort herausfordern. Von April bis Oktober findet dort donnerstags und sonntags von 16 bis 21 Uhr der Mindil Beach Sunset Market statt, auf dem man authentische Souvenirs findet.

Trip auf die Tiwi Islands

Mit einer kleinen Cessna von Air Frontier geht es in etwa einer halben Stunde mit leichtem Gepäck auf einen Abstecher auf die Tiwi Islands. Nach einer kurzen Bootsfahrt erreichen die Gäste das Tiwi Island Retreat auf Badhurst Island, wo die Gastgeber Tegan und Ross sie herzlich empfangen und kulinarisch verwöhnen, ihnen die Insel auf einer Sonnenuntergangs-Buggy-Tour zeigen und sie mit Aborigines bekanntmachen.

Wer denkt, er könnte dort am herrlichen Strand ins Wasser springen, wird von den Beiden schnell ausgebremst: Hier lauern Krokodile! Stattdessen befördert ein Hubschrauber die Badenixen zu einem kühlen Wasserloch im Busch. Melville Island, die größere Nachbarinsel, ist bekannt für die traditionelle Malerei der Einheimischen auf Rinde und Leinwand, ihre Holzschnitzereien und unverwechselbaren Stoffe mit Siebdruck, gewebten Accessoires und Töpferwaren.

PANORAMAFLUG: Von oben erhält man einen Rundumblick über die unglaubliche Weite des Landes und Schönheit der Naturlandschaften.

Von Darwin startet der berühmte Explorer's Way über den Kakadu-Nationalpark, der zum UNESCO-Weltkulturerbe zählt, bis hinunter ins rund 3.000 Kilometer entfernte Adelaide. Wer die Strecke abkürzen will, fliegt mit einer kleinen Cessna von Darwin direkt in den Kakadu-Nationalpark nach Jabiru, wo die exotischen Vögel in den Bäumen zu Hause sind und lautstark auf sich aufmerksam machen.

Zu den wenigen Unterkünften in Jabiru zählen das Anbinik Kakadu Resort – übrigens darf nur im benachbarten Golfclub Alkohol ausgeschenkt werden – und die Coinda Lodge. Gleich in der Nähe starten die Guluyambi Cultural Cruise Touren auf dem East Alligator River.

Ein Aboriginal-Kapitän schippert seine Passagiere über den Fluss und erklärt die kulturellen Bräuche, die Mythologie und die vorbeiziehende Natur: roter Sand, hin und wieder ein Wallaby (kleine Känguru-Art) am Ufer, viele Vögel – und Krokodile! Das Boot ist durch Gitter rundum vor den Kaltblütlern gut geschützt, Hände und Arme über die Reling halten, ist natürlich streng verboten, denn Krokodile können hoch springen und schnell zuschnappen.

Zu empfehlen ist auch eine Sonnenaufgangstour mit dem Boot durch die Yellow Waters, die Feuchtgebiete des Kakadu-Nationalparks. Etwa ein Drittel der australischen Vogelarten sind im Kakadu-Nationalpark heimisch, darun-

ter Elstergänse, Eisvögel und die Jesus-Vögel, die grazil auf den See-rosenblättern über das Wasser stolzieren. Neben Krokodilen können dort auch Büffel in den Auen gesichtet werden – und manchmal auch im Maul eines Krokodils!

Kunst der Aborigines

Bis vor wenigen Jahren waren die auf mehrere zehntausend Jahre geschätzten, umfassenden Felsmalereien der australischen Ureinwohner im Kakadu-Nationalpark, etwa in der Ubirr-Felsformation, in Anbangbang oder im Felsmassiv Nourlangie im benachbarten Arnhem Land, ein streng gehütetes Geheimnis. Sie zeigen die damalige Nahrung der

Ureinwohner wie Barramundi (Riesenbarsch), Schlangenschildkröten oder Wallabys sowie Jagdszenen. Heute werden die Felsmalereien nicht nur durch Konservierungsmethoden erhalten, sondern können auch in geführten Touren oder auf einem Rundweg besichtigt werden.

Von Jabiru geht es dann wieder mit dem Flieger zurück nach Darwin

und von dort nach Adelaide, um den Süden Australiens zu erkunden. Selbstfahrer sollten sich für den Explorer's Way mindestens 14 Tage Zeit nehmen: Von Darwin fahren sie durch den Kakadu-Nationalpark, den Litchfield-Nationalpark, Katherine, Alice Springs, Uluru, Coober Pedy bis hinunter in den Süden nach Adelaide. Zum krönenden Abschluss kehren sie in einem der vielen Weingüter zu einer Weinprobe ein. ⚓



TRADITIONELLE MALEREI: Die Bilder der Einheimischen auf den Tiwi Islands sind farbenfroh. Außer auf Leinwand malen sie auch auf Baumrinden.



ABKÜHLUNG: Unterwegs laden Felsenpools und Wasserfälle wie im Litchfield National Park zu einem erfrischenden Bad ein.



GUIDED TOUR: Bianca von Autopia Tours erklärt ihrer Besuchergruppe, worauf sie bei ihrer Tour entlang der Felsmalereien von Anbangbang achten sollen.



FASSADENKUNST: Darwin präsentiert beim Street Art Festival im September zehn Tage lang seine farbenfrohen Wandgemälde von renommierten Künstlern.



DARWIN: Die Hauptstadt des Northern Territory zieht wegen ihres tropischen Outdoor-Lifestyles und der herzlichen, entspannten Stimmung Reisende aus aller Welt an.

Fotos: northernterritory.com / TRVL Counter



Roadtrip durchs Outback

Das Northern Territory bietet einige der schönsten Themenrouten der Welt. Mit dem Auto, Geländewagen oder Camper lässt sich das Outback auf eigene Faust erkunden. Hier ist eine gute Vorbereitung besonders wichtig.

Text Iris Quirin

Darwin ist Startpunkt der drei wichtigsten Themenrouten: dem Nature's Way, dem Red Centre Way und dem Explorer's Way. Der Nature's Way führt von Darwin aus in den Kakadu-Nationalpark mit seinen jahrtausendealten Felsenmalereien. Von dort geht es in die Region von Katherine, in den Nitmiluk-Nationalpark und zu den Wasserfällen im Litchfield-Nationalpark. Der 1.135 Kilometer lange Red Centre Way führt mitten ins Outback. Die Route startet in Alice Springs. Hier lohnt ein Stopp für eine Heißluftballonfahrt über die historische Rinderfarm Owen Springs Cattle Station. Durch die West MacDonnell Ranges geht es über die teils unbefestigte Mereenie

Loop Road zum Kings Canyon und von hier aus weiter in den Uluru-Kata-Tjuta Nationalpark. Neben dem Wahrzeichen Australiens, dem Uluru, lohnt sich ein Abstecher zu den 36 Felsdomen von Kata Tjuta. Den „Heiligen Stein“ kann man auf einer Segway-Tour umrunden, zum Übernachten lädt das Ayers Rock Resort ein.

Sorgfältige Planung

Die Routen lassen sich über den Explorer's Way miteinander verbinden. Unterwegs begegnen den Selbstfahrern sogenannte Road Trains. Die bis zu 100 Meter langen „Straßenzüge“ bestehen aus Lastwagen und Sattelauflegern. Hin und wieder taucht ein Outback-Pub

oder ein Roadhouse auf. Tanken sollte man bei jeder Gelegenheit, denn die Zapfsäulen sind dort rar. Als Wellness-Oase laden die heißen Quellen von Mataranka oder die Bitter Springs ein, bevor es zu einer Wanderung durch die riesigen Granitkugeln der Devils Marbles südlich von Tennant Creek geht. Wer nicht mit dem Camper fährt, übernachtet in Motels und Lodges entlang der Strecken. Die einzelnen Etappen und Stopps samt Übernachtungen sollten allerdings im Voraus sorgfältig geplant und gebucht werden. Hier ist vor allem die Expertise der Reisebüros gefragt. ⚓

→ <https://bit.ly/NT-drive>

Fotos: northernterritory.com

Tschüss Deutschland, G'Day Northern Territory!

Aufgepasst: Ab Januar 2023 werden weitere brandneue Schulungsvideos freigeschaltet. In den Teilen 4 und 5 erfahren Expedienten mehr über die beliebten Selbstfahrerrouen, über neue Unterkünfte und welche geführte Touren besonders empfehlenswert sind. Wer die E-Learnings 4 und 5 absolviert und die Fragen beantwortet, kann einen Flug mit Singapore Airlines nach Darwin gewinnen und Australiens Northern Territory persönlich erleben!



→ [Hier geht es zu den neuen E-Learnings](#)

NEUE E-LEARNINGS!
Mitmachen und Flug gewinnen

Tipp: Visit Australia Airpass und Virgin Australia fliegen

Dank der Kooperation von Singapore Airlines und Virgin Australia können Urlauber mit dem Visit Australia Airpass zu 30 Zielen innerhalb Australiens weiterfliegen. Das großflächige Streckennetz von Virgin Australia steht für Inlandsflüge im ganzen Kontinent und somit auch im Northern Territory zur Verfügung.

Different in every sense
northernterritory.com/de





MCLAREN VALE:
Das malerische Tal südlich von Adelaide ist die Wiege der Weinindustrie von South Australia.



ADELAIDE: Von der Nordseite des Torrens River im Elder Park hat man einen guten Blick auf das Festival Center, das 1973 drei Monate vor der Oper in Sydney eröffnet wurde.

REMARKABLE ROCKS:
Auf Einladung von Northern Territory und South Australia machten sich Reiseveranstalter aus Deutschland und der Schweiz auf einem FAM-Trip ein Bild vor Ort, wie hier auf Kangaroo Island. TRVL Counter war dabei.



Wein und Wildnis

Adelaide, die Hauptstadt von South Australia, steht am Ende des Explorer's Way. Mit einem Qantas-Flug lässt sich die Strecke in den Süden abkürzen.

Text Iris Quirin

Die quirlige Küstenstadt am Saint-Vincent-Golf ist bekannt für ihre vielen Weinanbaugebiete in der Umgebung wie das Barossa Valley, das McLaren Vale oder die Adelaide Hills. So stehen denn auch Gourmet- und Weinverkostungstouren auf dem Programm der Urlauber. Von den Unterkünften her gibt es reichlich Auswahl: vom luxuriösen Sofitel über das neue und Adelaide's höchstes Hotel Crown Plaza, das ebenfalls neue Eos by Sky City bis zum Boutique-Hotel Indigo im Stadtzentrum und

somit fußläufig zu Shops und Restaurants. Das Aurora etwa setzt auf Nachhaltigkeit und lokale Produkte.

Lokale Weine und Gerichte
Einen spektakulären Blick über die Stadt bietet das 2KW mit seiner modernen australischen Küche in einem historischen Gebäude in der King William Street. Im alteingesessenen press* Food & Wine zaubert der Küchenchef Menüs aus lokalen Zutaten und bietet über 500 Weine an. Die Stadt lässt sich gut zu Fuß erkunden – oder zu zweit bequem

auf einem EcoCaddy mit Erklärungen des Fahrers zu den Sehenswürdigkeiten. Auf eine längere Tour zur Fleurieu-Halbinsel inklusive Picknick am Maslin Beach, Weinverkostung und Lunch lädt Off Piste 4WD Tours ein. Der Betreiber Ben Neville hat sich mit Landwirten, Anbietern, Winzern und Nationalparkbehörden zusammengetan und bietet eine abwechslungsreiche Tour an, die – je nach Gezeitenlage – mit einer Strandfahrt endet. Gegenüber der Halbinsel Fleurieu liegt Kangaroo Island. Dorthin gelangt man

Fotos: southaustralia.com / TRVL Counter

mit der Fähre ab Adelaide oder mit dem Flieger. Bekannt wurde die Insel im Jahr 2020 wegen der schlimmen Buschbrände. Die Natur hat sich schon gut erholt, Hotels werden neu gebaut, wie die Southern Ocean Lodge in Hanson Bay, oder saniert wie das Aurora Ozone Hotel & Apartments in Kingscotes. Südlich davon überblicken die Gäste die Nepean Bay in den Öko-Luxusunterkünften der Oceanview Eco Villas auf einem 500 Hektar großen Landgut. In der Nähe zum Sealink-Fährterminal in Penneshaw befindet sich das 4-Sterne The Seafront Resort, das auch einen Holiday Park mit sechs Eco-Luxus-Glamping-Zelten und fünf Rundzelten anbietet. Luxuriös übernachtet man in der von Karin Greenslade und Greg Zammit übernommenen Sea Dragon Lodge am Cape Willoughby. Zum Übernachtungspaket gehören neben einem köstlichen Dinner ein Ausflug in die Umgebung bis zu den Robben in Seal Bay



SEA DRAGON LODGE:
Karin und Greg sorgen dafür, dass sich die Gäste in dem Luxus-Resort auf Kangaroo Island wohlfühlen.

und eine Gin-Verkostung bei Kangaroo Island Spirits in Cygnet River. Dort steht übrigens ein Flammkuchen-Stand. Die aus Landshut stammende ehemalige Touristikerin Karin hat diese Spezialität dort eingeführt. Unbedingt mitmachen sollte man eine Luxus-All-inclusive-Tagestour mit Exceptional Kangaroo Island. Craig Wickham zeigt seinen Gästen seine Insel — Kängurus, Koalas, Schafe, die Steininformation Remarkable Rocks oder den Admirals Arch bei Flinders Chase

samt Seehunden. Als Krönung bereitet er mitten im Busch einen köstlichen Lunch zu. Das Fazit zur Stippvisite in South Australia kann nur – wie übrigens auch zum Northern Territory – so aussehen: Daumen hoch! ⚓

➔ Mehr Infos:
<https://southaustralia.com>

E-LEARNINGS

Ab Januar 2023 werden brandneue Schulungsvideos freigeschaltet. In den Teilen 4 und 5 erfahren Expedienten mehr über die Selbstfahrerrouten, über neue Unterkünfte und welche geführte Touren empfehlenswert sind. Wer diese E-Learnings absolviert und die Fragen beantwortet, kann einen Flug mit Singapore Airlines nach Darwin gewinnen und Australiens Northern Territory persönlich erleben!

➔ <https://bit.ly/NT-e-learning>

Anzeige

MELBOURNE • VICTORIA • AUSTRALIA

GREAT SOUTHERN TOURING ROUTE

LIFESTYLE UND NATUR AB MELBOURNE

DE.VISITMELBOURNE.COM

GREATSOUTHERNTOURING.COM.AU



OBEN WUCHTIG, UNTEN SCHLANK:

Auffällig ist das neue Design des Schiffes mit seiner auffälligen Silhouette und seinem steil abfallenden Bug. Das Y-förmige Heck öffnet sich zu einer rund 100 Meter langen Promenade mit weitläufigem Meerblick. An Bord gibt es ein umfangreiches Angebot an Kabinen – von luxuriösen Suiten mit exklusiven Bereichen im MSC Yacht Club bis hin zu Kabinen mit Meerblick und absenkbarer Fensterfront oder neuartigen Balkonkabinen mit Blick auf das Promenadendeck.



DAS BLAUE BAND ZERSCHNITTEN: Die Schwester des Emirs und CEO der Qatar Foundation, Sheikha Hind bint Hamad Al Thani, ließ mit einem kleinen Schnitt die präparierte Champagner-Flasche am Bug des Schiffes zerschellen. Bislang hatte die Filmdiva und 17-fache MSC-Taufpatin Sophia Loren stets die Ehre, musste aber aus gesundheitlichen Gründen in Doha absagen.

Groß, größer, am größten

Nicht kleckern, sondern klotzen, heißt die Devise bei MSC Cruises. Der italienische Kreuzfahrtgigant mit Sitz in Genf taufte Ende November in Doha mit der MSC World Europa eine neue Schiffsklasse, die ein neues Zeitalter der Kreuzfahrt einläuten soll. Es ist das erste Passagierschiff der künftigen Mega-Kategorie World Class und setzt auch in Sachen Nachhaltigkeit Maßstäbe.

Text Jean-Marc Göttert

Fotos: MSC Cruises / TRVL Counter

Man muss es ihnen lassen: Die Italiener haben sich bei der Taufe der MSC World Europa kurz vor der Fußballweltmeisterschaft in Katar nicht lumpen lassen. Viele hochrangige Gäste sowie Medienvertreter aus der ganzen Welt wurden nach Katar eingeflogen. Drei Tage dauerte alleine das Aufbauen der Tribüne und der Technik für die Feier, die mit Kapitän Marco Massa, Taufpatin Sheikha Hind bint Hamad Al Thani, Schwester des Emirs von Katar, sowie Diego Aponte, Group President von MSC, stattfand.

Aufwendige Taufe

Die Gäste aus aller Welt erlebten eine imposante Show mit technisch aufwendiger Video-Projektion auf dem Schiffsrumpf, einer spektakulären Licht-Show mit Tausen-

Italienische Wurzeln

MSC Cruises, die einzige große Kreuzfahrtreederei in privater Hand, ist Teil der MSC Group, dem Schweizer Schiffahrts- und Logistkonzern, der auf ein 300 Jahre langes maritimes Erbe zurückblicken kann. Die Reederei mit Sitz in Genf ist die am schnellsten wachsende Kreuzfahrtmarke der Welt.



den von synchron gesteuerten Drohnen und dem gefeierten Auftritt von Sänger Matteo Bocelli, der zum ersten Mal in Doha zu erleben war. Der glamouröse Abend gipfelte in einem großen Feuerwerk vor der beeindruckenden Skyline von Doha und einem anschließenden Gala-dinner in den eleganten Restaurants des Schiffes. Einziger Wermutstropfen einer ansonsten perfekt inszenierten Show war die Rede von Akbar al-Baker, Chef des Nationalcarriers Qatar Airways, der sich wüst über die Berichterstattung der anwesenden Medien im Vorfeld der WM äußerte und sie pauschal als „Fake News“ bezeichnete.

Keine Fake-News sind jedenfalls die Ausmaße und Errungenschaften des Riesenschiffes: Mit 22 Decks, 47 Metern Breite, 40.000 Quadrat-



HOHER BESUCH ZUR TAUF: Hassan Al Thawadi, CEO des FIFA WM-Organisationskomitees in Katar, ist gleichzeitig Generalsekretär der Supreme Committee for Delivery & Legacy (Oberster Rat für Organisation und Nachhaltigkeit). Der Rat war für die Bereitstellung der Infrastruktur sowie für die Planung und Durchführung der Fußball-Weltmeisterschaft in Katar verantwortlich. Sie organisiert somit die erste WM, die in der arabischen Welt stattfindet.



NIKLAS EKSTEDT:
Der Starkoch leitet das Garden Kitchen an Bord.



HYDROKULTUR IM RESTAURANT:
Gäste im Chef's Garden bekommen quasi das frische Grün direkt auf den Teller – einmalig auf hoher See.

metern öffentlichen Bereichen sowie 2.626 Kabinen ist die MSC World Europa eine urbane Metropole auf See, die laut Aussagen des Konzerns Maßstäbe setzen soll.

An Bord finden 6.774 Passagiere Platz, die von 2.138 Besatzungsmitgliedern versorgt werden. 33 Restaurants sowie Bars und Lounges, jede mit ihrem eigenen Stil und Ambiente, darunter sechs Spezialitätenrestaurants und sieben Bar- und Café-Konzepte sorgen fürs leibliche Wohl. Außergewöhnlich etwa das Chef's Garden Kitchen, das mit dem ersten Indoor-Garten mit Hydrokultur auf See ausgestattet ist. Das Konzept stammt von Niklas Ekstedt, einem 39-jährigen schwedischen Starkoch, der sich durch eine einzigartige Verschmel-

zung von traditioneller schwedischer und nordischer Küche einen Namen gemacht hat.

Nachhaltigkeit

Die Liste der Superlative lässt sich fortsetzen, denn die World Europa ist das erste Kreuzfahrtschiff, das mit der brandneuen SOFC-Technologie (Festbrennstoffzellen – Solid Oxide Fuel Cell) ausgestattet ist, die mit Flüssigerdgas (LNG) betrieben wird. Das Schiff ist im Prinzip eine schwimmende Testanlage, um die Brennstoffzellentechnologie für Kreuzfahrtschiffe weiterzuentwickeln.

Nach der Weltmeisterschaft wird die MSC World Europa ihre erste Saison im Nahen Osten verbringen und 7-Nächte-Kreuzfahrten nach

Dubai, Abu Dhabi, Sir Bani Yas Island in den Vereinigten Arabischen Emiraten, Dammam in Saudi-Arabien und Doha anbieten. Die Reisen sind als Fly&Cruise-Paket mit Abflügen ab München, Hamburg, Frankfurt, Düsseldorf, Wien, Zürich oder Genf mit Zustieg in Dubai oder ab Frankfurt mit Einschiffung in Doha buchbar.

Am 25. März 2023 verlässt die MSC World Europa Dubai und verbringt den Sommer 2023 im Mittelmeer, wo sie auf 7-Nächte-Kreuzfahrten die italienischen Häfen Genua, Neapel und Messina sowie danach Valletta, Barcelona und Marseille anlaufen wird. ⚓

→ <https://bit.ly/msc-doha>



BUGPERSPEKTIVE: Die neue MSC World Europa bietet eine 104 Meter lange Promenade am Bug. Dort genießen die Gäste einen atemberaubenden Meerblick.



KABINENVIELFALT: An Bord der World Europa gibt es 19 Kabinenkategorien. Im edlen Yacht-Club-Bereich stehen 152 Suiten zur Verfügung. Neu bei MSC sind Kabinen mit Meerblick und absenkbarer Fensterfront oder Balkonkabinen mit Blick auf die Promenade am Heck.



POOL-LANDSCHAFTEN: Die Gäste finden an Bord sieben Pools sowie 13 Whirlpools. Hier gibt es auch den größten Wasserpark der Flotte mit Wasserrutschen. Das Familienangebot bietet eine Reihe von Kinderclubs und Programme für jede Altersgruppe. Die Gäste haben neben den Spezialitätenrestaurants die Möglichkeit, drei große Buffet-Restaurants an Bord zu entdecken, die jeweils ein eigenes Ambiente bieten.



Anzeige

MAL EHRlich: SACHSEN VERZAUBERT EUCH DEN WINTER

Der Fichtelberg lädt viele Wintersportfans zum Skifahren, Snowboarden und Langlauf ein. Doch die Montanregion hat noch mehr zu bieten. Gerade in der Weihnachtszeit verwandelt sich die Gegend in ein Meer aus Lichtern, Weihnachtsdüften und Handwerkskunst. Highlights sind eine romantische Laternenwanderung durch die Silberstadt mit dem Partner oder ein Besuch auf dem Weihnachtsmarkt mit der Familie.

SACHSEN. LAND VON WELT.



ELEGANTER TREFFPUNKT: Die zentrale Schiffslobby an Bord der EXPLORA I erinnert an die Luxus Grand Hotels in der Schweiz.

„Europäischer Luxus auf See“

EXPLORA I ist das erste von sechs Schiffen der neuen Lifestyle-Marke von MSC „Explora Journeys“. TRVL Counter sprach mit Chief Executive Officer Michael Ungerer über Markenbildung, Nachhaltigkeit und wahren Luxus.

Interview Iris Quirin

Herr Ungerer, was ist der Hintergrund für die Entwicklung von Explora Journeys?

Die Schaffung einer neuen Luxus-Lifestyle-Marke ist ein lange gehegter Wunsch der MSC-Eigner-Familie und eine natürliche Weiterentwicklung ihrer nun 300-jährigen Seefahrer-Tradition. Wir haben unser erstes Produkt, die EXPLORA I, auf der Grundlage von Befragungen

von rund 20.000 qualifizierten Gästen weltweit entwickelt. Die Frage lautete, was „Luxus“ heute für sie bedeutet. Heraus kamen immaterielle Werte wie „Zeit“ und „Raum“, „Nachhaltigkeit“, „Rückbesinnung“, „Entdeckung“ und „Gleichgesinnte kennenlernen“.

Klingt fundiert, aber was unterscheidet Explora Journeys von

anderen Anbietern von Luxuskreuzfahrten?

Mit Explora Journeys wollen wir einen sogenannten „Ocean 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 sich auf sich selbst besinnen und Zeit



OCEAN CAY MSC MARINE RESERVE

Um die Natur auf der kleinen Privatinsel zurückzuerobern, hat die MSC Group 75.000 Pflanzen und Sträucher sowie 5.000 Bäume und Palmen gepflanzt, von denen 95 Prozent aus der Karibik stammen. Insgesamt wurden 400 Korallenkolonien verlagert. Zusammen mit der University of Miami betreibt die MSC Group eine Forschungsstation, um Korallen zu züchten, die widerstandsfähiger gegen die steigenden Wassertemperatur werden.

➔ www.myocean cay.com



Wir stehen für europäischen Luxus auf See, und wir machen keine traditionellen Rundreisen, sondern bringen die Gäste zu schönen und ungewöhnlichen Häfen.

mit der Familie verbringen können. Wir sind ein Schweizer Unternehmen, und die Schweiz ist bekannt für Luxus und die Wiege der Luxushotellerie. Wir stehen für europäischen Luxus auf See, und wir machen keine traditionellen Rundreisen, sondern bringen die Gäste zu schönen und ungewöhnlichen Häfen wie St. Tropez, Ibiza oder Kastellorizo in Griechenland und Saint Pierre auf Martinique und verweilen länger an einem Ort.

Das erste Schiff Ihrer EXPLORA-Reihe, EXPLORA I, wird von der Kapitänin Serena Melani gesteuert. Welche Rolle spielt für Sie das Thema Diversität?

Ich bin ein überzeugter Vertreter von Diversität und Inklusion. Unsere Mitarbeitenden kommen aus aller Herren Länder und aus allen Branchen, die mit Luxus zu tun haben. Ich denke, wenn man etwas Neues, Frisches und Anderes schaffen will, dann muss man auch andere Ansätze wählen als bisher. Wir haben auf der EXPLORA I nicht nur eine Kapitänin, sondern die Hälfte der Mitarbeitenden in den Führungspositionen, die direkt an mich berichten, sind Frauen.

Wie lassen sich Luxuskreuzfahrten und Nachhaltigkeit miteinander vereinbaren?

Tatsache ist, dass die Kreuzfahrtbranche der Innovationstreiber in der gesamten Schifffahrt ist. Wir haben uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, bis 2050 einen emissionsfreien Kreuzfahrtbetrieb zu erreichen. EXPLORA I und EXPLORA II, die in 2024 in Dienst gestellt wird, laufen mit Marinediesel und Landstrom. Die nachfolgenden Schiffe EXPLORA III und IV werden 2026 und 2027 in Dienst gestellt und mit Flüssigerdgas (LNG) betrieben. EXPLORA V

und VI werden in den Jahren 2027 und 2028 mit einer neuen Generation von LNG-Motoren ausgestattet sowie mit einigen branchenweit bisher einzigartigen Umwelttechnologien und Lösungen, wie etwa Tanks für flüssigen Wasserstoff. Dieser kohlenstoffarme Treibstoff wird eine Sechs-Megawatt-Brennstoffzelle antreiben, die emissionsfreien Strom für den Hotelbetrieb erzeugt. Damit können wir bei abgeschaltetem Motor einen ganzen Tag im Hafen ohne Emissionen verbringen und sind unabhängig von Landstrom.

Beim Thema Nachhaltigkeit geht es doch um mehr als die Vermeidung von Emissionen?

Natürlich, wir setzen zahlreiche Projekte um: So verzichten wir auf Einmalplastik, reduzieren die Unterwassergeräusche zum Schutz der Meeresbewohner, achten auf nachhaltige Lieferketten und vermeiden schädliche Einflüsse auf die Destinationen. Mir persönlich liegt das Korallenaufzuchtprojekt im Ocean Cay MSC Marine Reserve am Herzen. Die Insel wurde renaturiert und ein Naturschutzgebiet eingerichtet, das die MSC-Kreuzfahrtgäste besuchen können. ⚓

➔ <https://explorajourneys.com>

Fotos: MSC Cruises / EXPLORA JOURNEYS



Tik Tok geht an Bord

Social Media gewinnt in der Reisebranche zunehmend an Bedeutung. Ein Grund, warum Costa Kreuzfahrten die Profis von Tourismus Turn an Bord holte und mit Reisebüros die dritte Social Cruise FAM-Trip veranstaltet hat.

Text Marvin Schoenberg und Maren Merken (merkenschoenberg.de)

Mit 40 wissbegierigen Expedienten*innen an Bord der Costa Smeralda hieß es Ende November „Leinen los“ und in das Thema Digitalisierung für die Reisebranche eintauchen. Während der siebentägigen Cruise standen neben dem Schiff und der Route vor allem die Themen Social und New Media im Mittelpunkt der Vorträge. Beim inzwi-

schon dritten #CostaSocialCruise traf ein kleines Team von Tourismus Turn auf Inhaber kleiner bis großer Reisebüros wie auch auf Marketingprofis von Veranstalterseite. Als Trainer von Tourismus Turn waren Marvin Schoenberg und Jessy Pohler sowie Jule Zander und Katharina Zutz (Team & Content Creation) an Bord. Mit Theorie- und Praxisblocks wurden die Expedien-

ten interaktiv fit gemacht. „Ziel ist es, in einer Woche kompakt, aber nachhaltig die Grundlagen von Social Media zu vermitteln, so dass Teilnehmer*innen im Anschluss das große Ganze verstehen, etwa: Was ist Social Media? Warum sollte ich es nutzen?“, sagt Social-Media-Profi Marvin Schoenberg. Es geht um Grundlagen: Wie funktioniert Instagram, wie Facebook, welche

Fotos: Tourismus Turn/ Costa Kreuzfahrten



EINFÜHRUNG IN DIE BASICS: Marvin Schoenberg erklärt das Prinzip Storytelling, also wie erzähle ich eine Geschichte? In den Workshops ging es unter anderem darum, wie Instagram und Facebook funktionieren.



SOCIAL-MEDIA-CRUISE: Bereits zum dritten Mal wurde der Social Cruise FAM-Trip von Costa durchgeführt. 40 Reiseprofis nahmen 2022 teil.

verschiedenen Beitragsarten gibt es (Feedposts, Reels, Stories, Live)? Was ist ein Hashtag und wie nutzt man es? Mit welcher Technik und welchen Tools sollte ich arbeiten? Und wie sieht ein gutes Bild aus? Viel Stoff also, aber die Profis geben Entwarnung: „Unsere Devise für Anfänger*innen heißt: Einfach machen! Analysieren, justieren – das kann man alles im Nachhinein tun“, erklärt Schoenberg. „Es hilft immer, sich das Smartphone als zweiten Counter vorzustellen. Am Schreibtisch erreicht man vielleicht einen oder zwei Kund*innen – oder mal eine Familie. Über euer Smartphones erreicht ihr 50 Personen. Vielleicht 100. Und in Zukunft

eventuell sogar 500 oder mehr. Das klingt doch vielversprechend.“ Als Sonderaufgabe gab es eine interaktive Social-Media-Schnitzeljagd: Dabei wurden zwölf Zettel mit QR-Codes auf der Costa Smeralda verteilt, und die Teilnehmer*innen mussten diese suchen. Hinter den QR-Codes steckte eine Aufgabe, etwa wie bestimmte Highlights gefilmt oder Interviews geführt werden müssen. „Das Ganze fand in toller Kulisse und mit den perfekten Motiven für die Praxis statt“, freut sich Schoenberg. „Es gibt einfach viele Themen, die man für sich und die Kanäle nutzen kann.“

➔ Infos: [#CostaSocialCruise](#)



NORWEGEN MIT COLOR LINE



DIE PERFEKTE REISEVIELFALT

Color Line bringt Ihre Gäste nach Norwegen. Mit Mini-Kreuzfahrten Oslo (mit und ohne Hotel), Fähriüberfahrten, Norwegen-Reisen und Tagungen auf See.

MINI-KREUZFAHRT OSLO INKL. HALBPENSION

- 2x Übernachtung in einer 3-Sterne 2-Bett-/ Doppel-Innenkabine
- 2x Frühstücksbuffet
- 2x Schlemmerbuffet
- Landgang Oslo

p.P. ab
206€



Immer aktuell bleiben!
Jetzt Newsletter abonnieren:
colorline.de/agenturnews

10% Provision ab der ersten Buchung!

Buchungen: 0431-7300 222
reisebuero@colorline.de
Agenturbetreuung: 0431-7300 399
sales@colorline.de
colorline.de/agentur

Color Line GmbH, Norwegenkai, 24143 Kiel



WAVES GRILL: Das Grillrestaurant auf Deck 12 der neuen Oceania Vista ist wenige Schritte vom Swimmingpool und dem Terrassencafé entfernt. Die Riviera (Foto links) wird komplett umgebaut.

Auf der „Grand Voyage“ in 28 Häfen

Die „Mediterranean Connection“ umfasst eine 33-tägige Kreuzfahrt von Venedig nach Barcelona durch das östliche Mittelmeer bis zum Heiligen Land.

Text Iris Quirin

Die große Reise auf dem Oceania-Boutique-Schiff Marina startet am 11. Oktober 2023 und läuft 28 Häfen an, auch zwölfwöchige Teilschnitte können gebucht werden. Diese Reise ist ideal für alle, die viel Zeit zur Verfügung haben und sich für Geschichte, Kultur und Küche verschiedener Regionen interessieren. An Bord erwarten die Gäste Highlights wie eine hochmoderne Kochschule, in der die Aromen der Region vermittelt werden, bis hin zu privaten Abendessen im Privée, die ein umfassendes kulinarisches Erlebnis bieten.

Mit der Riviera durchs Mittelmeer
Man muss ein Produkt selbst erlebt haben, um es zu verkaufen. Unter diesem Motto reisten 40 Top-Reisepartner aus den deutschsprachigen Ländern und Großbritannien im Oktober an Bord der Riviera von Rom nach Mallorca. Bei tollem Wet-



**Die „Grand Voyage“
bietet Erlebnisse in
ikonischen und
weniger bekannten
Häfen in einem Teil
der Welt mit reicher
Geschichte und kultu-
rellen Schätzen.**

MAIK SCHLÜTER,
Director Business
Development, Oceania

ter genossen die Teilnehmer die feinste Küche auf See, das An-Bord-Entertainment sowie Landausflüge. Die European & UK Riviera Fam-Trip Games mit Shuffleboard und Krocket rundeten den gelungenen Fam-Trip ab.

Ein besonderer Programmpunkt war das Treffen mit Tino Daab, German Culinary Director, an Bord der Riviera. Er gab den Teilnehmern einen spannenden Einblick in die kulinarische Strategie von Oceania. Während einer Produktschulung wurden außerdem alle Bereiche der neuen Vista vorgestellt. Dies war übrigens die letzte Reise der Riviera, bevor sie umgebaut wird. Durch die OceaniaNEXT-Initiative und das kontinuierliche Bestreben von Oceania Cruises, das Gästelerlebnis weiterzuentwickeln und zu verbessern, erhält die Riviera völlig neue Suiten und Kabinen sowie elegante öffentliche Bereiche. ⚓

Fotos: Oceania Cruises / Costa Kreuzfahrten

Provisionsmodell für 2023

Costa hat die An- und Abreiseangebote deutlich ausgebaut und bietet bundesweite Bustransfers zu den Einschiffungshäfen Kiel, Bremerhaven und Savona an. Abgerundet wird dieses Angebot durch Charterflüge nach Barcelona, Bari und Catania. Zu den Routenhighlights im Winter 2022/23 zählen die Emirate und Oman: Die Costa Toscana fährt erstmals ab Dubai – mit besonders langen Hafenaufenthalten in Dubai, Abu Dhabi und Muskat. Auch das Cruise & Golf-Angebot mit dem Partner Ryder Cup wird ausgebaut: Neben der Costa Smeralda im Mittelmeer steht es Gästen auch auf der Costa Toscana im Orient zur Verfügung. Und Schlagerfreunde kommen vom 7. bis 14. Oktober auf der Schlager-Seereise ab/bis Marghera (Venedig) auf ihre Kosten. Auch das aktuelle Provisionsmodell wurde überarbei-

tet: So beträgt die Einstiegsprovision zehn Prozent, den Spitzensatz hat Costa von 14 auf 15 Prozent erhöht. Bei Gruppenbuchungen sind bis zu 20 Prozent möglich. Die Einstufung für das neue Provisionsmodell erfolgt auf Basis des Costa-Umsatzes 2018/2019. Neu ist die Vergütung von An- und Abreisepaket. Agenturen erhalten für die Vermittlung mindestens zehn Prozent Provision. Für Buchungen in der laufenden Wintersaison erhalten sie sogar 15 Prozent. Mit der Buchungslage zeigt sich Deutschlandchef Jörg Rudolph insgesamt zufrieden, zudem sei das Kursfristgeschäft vom Sommer wieder längerfristigen Buchungen gewichen. Der Costa-Katalog für den Reisezeitraum März 2023 bis April 2024 erscheint noch vor Weihnachten. ⚓

→ <https://www.costakreuzfahrten.de>



**ZURÜCK ZUR
ALTEN STÄRKE:**
Jörg Rudolph, Geschäftsleitung Costa Kreuzfahrten, verkündet eine erfreuliche Buchungslage auf dem Niveau des Vorkrisenjahres.

Anzeige

#SLOWCRUISING

IMMER GRÖßER? IST NICHT IMMER BESSER.

time to discover

Mit nicko cruises reisen Sie auf vergleichsweise kleinen Schiffen. Aber mit umso mehr Raum für unvergessliche Erlebnisse abseits von Mainstream und Massentourismus: Entdecken Sie selbst, wie wunderbar Slow Cruising ist.



www.nicko-cruises.de

QR-Code scannen
und mehr entdecken.





QUEENS FÜR DEN SOMMER 2024 BUCHBAR

Die Cunard-Reisen sind jetzt von April 2024 bis Januar 2025 buchbar. Die Schiffe werden 190 neue Reisen zu 90 Reisezielen weltweit ansteuern, darunter die Premierenreisen des vierten Flottenmitglieds Queen Anne. Das Schiff wird nach der für Mai 2024 geplanten Jungfernfahrt im Juli erstmals Deutschland besuchen – im Rah-

men einer Ostsee-Reise zwischen Hamburg und Kiel. Das Flaggschiff Queen Mary 2 fährt die Transatlantikrouten zwischen Hamburg beziehungsweise Southampton und New York. Ab dem 06.08.2024 besucht sie ab und bis Hamburg die norwegischen Fjorde und ab dem 15.09.2024 für 30 Nächte Kanada und Neuengland ab Southampton

mit Zielhafen Hamburg. Ab Hamburg reist sie am 30.04.2024 für 13 Nächte nach Südwesteuropa – mit Ankunft in Rom. Die Queen Victoria wird den Sommer im Mittelmeer verbringen. Wie die Queen Mary 2 ist sie auch für Kurzreisen zwischen Hamburg und Kiel buchbar. → <https://www.cunard.com/de-de>



»Im Verhältnis zu den über 50 Mio. deutschen Touristen, die organisiert reisen, ist die Kreuzfahrtbranche mit 1,8 Mio. Passagieren immer noch eine Nische.« WYBCKE MEYER, Geschäftsführerin TUI Cruises

WIEDER KURS AUF SÜDOST-ASIEN

Nach drei Jahren Pause nimmt TUI Cruises wieder Kurs auf Asien. Vom Heimathafen Singapur aus startet sie zu sechs vierzehntägigen Reisen ab/bis Singapur durch Südostasien in die diesjährige Wintersaison.

EMISSIONSARM IN DEN FRÜHLING

Mit der Viva Two schickt Viva Cruises ein zweites Schiff ins Rennen. Nach ihrer Taufe am 23. März im Heimathafen Düsseldorf startet sie mit neuem Abgassystem am 1. April zu ihrer Jungfernfahrt Frankfurt-Passau.

BUCHUNGS-START FÜR EXPLORA II

Explora Journeys, die MSC-Luxus-Marke, hat die Buchungen mit der Explora II freigegeben. Auf 25 Routen und 14 Reisen zwischen August 2024 und April 2025 besucht sie 26 Länder im Mittelmeer und im Arabischen Golf.

NCL-PROGRAMM FÜR 2024/25 STEHT

Zu den Highlights in Europa, der Karibik und Alaska zählen die Fahrten der Norwegian Viva im östlichen Mittelmeer. Von April bis Oktober 2025 startet die Norwegian Breakaway ab Barcelona zu zehntägigen Touren im Mittelmeer.

BUCHUNGS-WETTBEWERB GESTARTET

Im Buchungszeitraum vom 15. Dezember 2022 bis zum 31. März 2023 können Reisebüropartner eine Kreuzfahrt auf einer selbst gewählten Teilstrecke der Weltreise der Vasco da Gama für zwei Personen gewinnen.

Fotos: TUI Cruises / Cunard



MEHR ENTDECKEN MIT OCEANIA CRUISES

DEUTSCHSPRACHIG BEGLEITETE REISEN 2023/24

AMAZONAS & KARIBIK | SÜDAFRIKA | PATAGONIEN & ANTARKTIS | SÜDOSTASIEN
KANADA & NEUENGLAND | ISLAND | GRÖNLAND



GRATIS Internet

Wählen Sie aus:

GRATIS bis zu 8 Landausflüge
GRATIS Getränkepaket
GRATIS bis zu US\$ 800 Bordguthaben

Zusatzleistungen verstehen sich pro Kabine

INKLUDIERT LEISTUNGEN

GRATIS Spezialitätenrestaurants
GRATIS 24-Stunden Kabinenservice
GRATIS Transfers vom Schiff in die Innenstadt vieler Häfen
GRATIS Fitnesskurse
GRATIS Vero Water mit/ohne Kohlensäure
GRATIS alkoholfreie Getränke & Kaffee
GRATIS Waschsalon
... und vieles mehr



CAPE HORN MARINER

RIO DE JANEIRO BIS SANTIAGO DE CHILE
24 Tage | 21. Januar 2024 – MARINA

PREISE PRO PERSON IN DER DOPPELKABINE*

VERANDAKABINE
ab 8.279 €

CONCIERGE
ab 8.939 €

PENTHOUSE SUITE
ab 11.699 €



INFORMATIONEN FÜR REISEBÜROS UNTER: WWW.OCEANIACRUISES.COM
ODER E-MAIL AGENCYSALES@OCEANIACRUISES.COM ODER TELEFON: +49 69 2222 3300

*Die aktuellen Angebotsbedingungen und AGB des Reiseveranstalters Oceania Cruises auf: www.oceaniacruises.com.
Alle Angaben sind ohne Gewähr sowie vorbehaltlich Änderungen und Verfügbarkeiten. Tagesaktuelle Preise – diese können variieren.



PRIVATE SUITEN: Lufthansa führt mit „Allegris“ in der First Class großzügige Suiten mit fast deckenhohen Wänden ein. Die Suiten lassen sich sogar abschließen.

Der neue Luxus in der Luft

Schöner Fliegen: Für ein besseres Reiseerlebnis sorgen Lufthansa, Condor sowie KLM-Air France mit privaten Suiten, mehr Komfort in allen Klassen, einem neuen Kabinendesign mit Breitband-Internet und einer ganz neuen Reiseklasse.

Text Iris Quirin

Statt stundenlang eingepfercht mit steifen Gliedern sollen Urlauber künftig auf der Langstrecke entspannter an ihr Ziel kommen. Lufthansa hat dafür das neue Produkt „Allegris“ für alle Klassen entwickelt. Reisende in der Economy Class haben jetzt die Möglichkeit, Sitze mit einem größeren Abstand in den ersten Reihen zu buchen. Wer sich gerne lang macht, erhält in der neuen „Sleeper's Row 2.0“ mit der hochklappbare Beinauflage und einer zusätzlichen Matratze eine ange-

nehme Liegefläche. In der Business Class gibt es nun eine eigene Suite in der ersten Reihe und in der First Class erstmals großzügige, private Suiten, die sich schließen lassen. Privat bleibt privat.

Condor setzt seit Herbst das neue Langstreckenflugzeug A330neo ein, das neben den Ansprüchen moderner Gäste an Innendesign, Komfort und Service auch denen an die Technik gerecht wird: So sind sie in allen Klassen dank Breitband-Internet jederzeit online erreichbar und

können nach Herzenslust im Internet surfen und Filme streamen.

KLM führte mit der „Premium Comfort Class“ eine komplett neue Klasse ein. Sie bietet unter anderem den SkyPriority-Service, mit dem die Kunden eigene Check-in-Schalter und an vielen Flughäfen separate Schalter bei der Sicherheitskontrolle und der Ein- und Ausreise nutzen und mit als Erste an Bord gehen können. Und es gibt mehr Beinfreiheit. Damit beginnt der Urlaub schon beim Abflug. ⚓

LUFTHANSA: MEHR LUXUS IN ALLEN KLASSEN MIT ALLEGRIIS

In der First Class reisen Langstreckenflieger mit „Allegris“ in großzügigen Suiten, deren Sitze und Betten in Flugrichtung positioniert sind. In jeder Suite gibt es eine Garderobe und einen Esstisch, an denen die First Class Feinschmecker-Menüs mit dem Kaviarservice serviert werden. Für die Unterhaltung sorgen große Bildschirme mit Bluetooth-Verbindung für kabellose Kopfhörer.

NEUE BUSINESS CLASS

Neben einer Suite in der ersten Reihe mit höheren Wänden und

Schiebetüren bietet die Business Class nun sechs Sitzoptionen. Alle Sitze lassen sich in ein zwei Meter langes Bett verwandeln. Für die Unterhaltung sorgt jeweils ein 17 Zoll großer Monitor. Eigene Geräte können via Bluetooth mit dem Entertainmentssystem verbunden werden.

„SLEEPER'S ROW 2.0“ IN DER ECONOMY CLASS

Die bewährte „Sleeper's Row“ wird Lufthansa mit „Allegris“ auf allen neuen Langstreckenflugzeugen anbieten. In der ersten Reihe

können Sitze mit größeren Abstand gebucht werden. Durch Hochklappen einer Beinauflage und einer zusätzlichen Matratze können Reisende auf einer um 40 Prozent größeren Liegefläche als bei der ursprünglichen „Sleeper's Row“ auch in der Economy Class noch besser schlafen. Die neue Premium Economy bietet mehr Platz im Oberkörper- und Beinbereich. Jeder Sitz ist mit einer ausklappbaren Beinstütze ausgestattet. ⚓

→ www.lufthansa.com



BUSINESS CLASS: Die mindestens 114 Zentimeter hohen Sitzwände und der geräumige Schulterbereich sorgen für mehr Privatsphäre. Alle Plätze bieten direkten Zugang zum Gang.



LUXUS AUCH IN ECO: In der Premium Economy (oben) ist der Sitz in eine Hartschale integriert und lässt sich verstellen, ohne Mitreisende in der Reihe dahinter zu beeinträchtigen. Links die Premium Economy mit ausklappbaren Beinstützen.



Fotos: Lufthansa Group



MODERNES DESIGN:
In den Kabinen stehen die Farben „Condor Marina“ und „Condor Earth“ sowie dezente Streifen wie beim Headrestcover in der Business und Premium Economy Class im Vordergrund.



CONDOR A330NEO:
Dank Highspeed Broadband sind die Passagiere an Bord des neuen Langstreckenfliegers in allen Klassen jederzeit online erreichbar.



CONDOR: ELEGANT ABHEBEN MIT DER A330NEO

Zu den ersten Zielen der neuen Condor A330neo gehören die Dominikanische Republik, Mexiko und Seattle in Nordamerika. Von den 310 Sitzplätzen befinden sich 30 in der Business Class, 64 in der Premium Economy und 216 in der Economy Class. Für Wohlfühlatmosphäre verfügt die Kabine über individuell für alle Klassen einstellbares Moodlight, das den Tageszeiten angepasst werden kann.

BUSINESS CLASS

Sie bietet 30 Full-Lie-Flat Sitze in einer 1-2-1 Konfiguration mit

direktem Zugang zum Gang für alle. Der bequeme Sitz lässt sich zu einer 1,99 Meter langen Liegefläche mit extra großem Fußraum umfunktionieren. Die Gäste haben Zugriff auf neueste Filme, Serien, Podcasts und Spiele über den mindestens 17,3 Zoll großen Bildschirm im 4K-Modus, mit Touchscreen und Fernbedienung.

PREMIUM ECONOMY

Hier genießen die Gäste mehr persönlichen Freiraum dank des Extra-Sitzabstands von 15 Zentimetern gegenüber der Economy Class und einer größeren Neigung

der Rückenlehnen von 13 Zentimetern. Die verstellbaren Kopf- und Fußstützen sorgen für ein komfortableres Flugerlebnis. Die Sitze in der Premium Economy wie auch in der Economy Class verfügen über 13,3 Zoll In-Seat 4K-Monitore mit Touchscreen, über die sich das umfangreiche Bordprogramm abrufen lassen.

Bei der Bestuhlung setzt Condor auf eine 2-4-2 Konfiguration in beiden Klassen. 

→ <https://www.condor.de>

Fotos: Condor / KLM-Air France

KLM: NEUE REISEKLASSE AUF DER LANGSTRECKE

Die neue KLM Premium Comfort Class soll bis November 2023 in allen Boeing 787 und 777 verfügbar sein. Die Flugzeuge mit der neuen Reiseklasse werden unter anderem auf Strecken nach Nordamerika eingesetzt. Passagiere können zwei Gepäckstücke à 23 Kilogramm kostenfrei aufgeben sowie ein Handgepäckstück und ein Accessoire bis 18 Kilogramm in die Kabine nehmen.

PAID SEAT SELECTION

In Anlehnung an die Premium-Economy-Kabine von Air France können Kunden in der Premium-

Komfort-Kabine ihren Sitzplatz im Voraus als kostenpflichtige Option auswählen (Paid Seat Selection). Flying Blue Platinum-, Gold- und Silver-Elite-Mitglieder sowie Firmenkunden (außer bluebiz-Kunden) buchen ihren Sitzplatz kostenlos. Passagiere, die in die USA, nach Kanada oder Mexiko reisen, wählen aktuell den Premium Comfort-Sitzplatz ebenfalls kostenlos.

ZWISCHEN WORLD BUSINESS UND ECONOMY CLASS

Die Premium Comfort Class mit ihren breiteren und bequemen

Sitzen als in der Economy Class bildet eine kleine und ruhige Kabine mit maximal 28 Sitzen. Sie befindet sich zwischen der Economy Class und der World Business Class, die über Full-Flat-Liegesitze verfügt. Hier beträgt der Abstand zwischen den Sitzen mehr als 96 Zentimeter, sie bieten also 17 Zentimeter zusätzliche Beinfreiheit und 20 Zentimeter Neigung. An jedem Platz liegen ein Premium-Kissen und eine hochwertige Decke bereit. 

→ Infos: <https://www.klm.de>



MEHR KOMFORT UND MEHR TECHNIK:

Dafür sorgen Kopfhörer mit Geräuschunterdrückung, ein Bildschirm von 34 Zentimetern Durchmesser sowie USB- und 110-V-Steckdosen zum Aufladen.





ZUR PERSON

Carl Schelleman, Deutschland-
Chef von Air France-KLM in Frank-
furt, war zuvor Vice President
Sales Cockpit, Commercial Plan-
ning in der KLM-Zentrale in
Amstelveen. Bei KLM startete er
seine Karriere bereits im Jahr
1988 als Product Development
Manager in London.

„Die gesamte Branche muss
viel nachhaltiger werden“

Carl Schelleman, Deutschlandchef von Air France-KLM, über die
neue Premium Comfort Class und die aktuellen Herausforderungen der Branche.

Text Jean-Marc Göttert

Der erste KLM-Flug mit der neuen
Premium Comfort Class ging nach
New York. Wie war die Resonanz
der Kunden?

Die Rückmeldungen sind bislang
unglaublich positiv. Bei unseren
Partner-Airlines gibt es diese Klasse
ja etwas länger, auch wenn sie bei
Air France Premium Economy und
bei Delta Airlines Comfort Plus
heißt. Abgesehen von der Möglich-
keit, mehr Gepäck mitzunehmen
und den breiteren Sitzen, haben
ihnen das hochwertigere Essen und
die Getränke in dieser Klasse gefal-
len. Die Gäste schätzen am meisten
die Ruhe, weil es viel weniger Sitze
in der Premium Comfort Class gibt.
Wir haben interessanterweise fest-
gestellt, dass viel mehr Frauen sich
diesen Luxus gönnen.

Sie bewerben diese Klasse auch
mit der Möglichkeit, den Sitz um
ganze 20 Zentimeter zurückzuleh-
nen. Das wird der Fluggast dahin-
ter, der dann den Bildschirm di-
rekt vor der Nase hat, nicht beson-
ders mögen, oder?

Gerade auf der Langstrecke wollen
ja viele schlafen und schätzen die

Möglichkeit, ihren Sitz dafür be-
quem zurückzulehnen. In der Pre-
mium Comfort Class haben sie
mehr Beinfreiheit, so dass es nicht
zu eng wird. Beim Essen werden die
Rückenehnen ja hochgeklappt.

In München hat Air France jetzt
eine neue Lounge mit 227 Quad-
ratmetern eröffnet. Auch viel
Platz?

Ja, sie bietet Raum für 75 Gäste
inklusive Plätze für Passagiere mit
eingeschränkter Mobilität. Sie steht
allen Passagieren der Business
Class von Air France, KLM und den
SkyTeam-Partnern offen. Passagie-
re, die in der Premium Economy
oder Economy reisen und/oder
Flying Blue Silver- oder Explorer-
Mitglieder sind, können die Lounge
gegen eine Gebühr von 25 Euro
oder 6.000 Meilen nutzen.

Was sind die größten Herausfor-
derungen für eine Fluggesellschaft
in der heutigen Zeit?

Die Herausforderung bleibt im Prin-
zip gleich: Wie können wir den
Kunden ein gutes Produkt anbieten
und für sie stets gut erreichbar

sein? Aber ich denke, die derzeit
größte Herausforderung für die
gesamte Reisebranche wie auch für
uns als Fluggesellschaft ist, dass
wir viel nachhaltiger werden müs-
sen. Wir müssen in neue Flugzeuge
investieren, die viel umweltscho-
nender fliegen.

KLM hat 2011 den weltweit ersten
kommerziellen Flug durchgeführt,
der teilweise mit nachhaltigem
Flugkraftstoff aus gebrauchtem
Speiseöl, sogenanntes SAF, betrie-
ben wurde. Wie sieht es heute mit
diesem alternativen Treibstoff aus?

KLM kauft nur SAF, das aus Roh-
stoffen hergestellt wird, die mög-
lichst wenig negative Auswirkun-
gen auf die biologische Vielfalt und
die Nahrungsmittelproduktion ha-
ben. Daher verwenden wir kein
Soja- und Palmöl. In diesem Jahr
haben wir damit begonnen, das
Treibstoffsystem am Flughafen
Amsterdam-Schiphol für jeden Flug
ab Amsterdam um 0,5 Prozent SAF
zu erweitern. Wichtig ist, dass wir
mit allen zusammenarbeiten, um
den Einsatz und die Produktion von
SAF zu beschleunigen. ⚓

Foto: KLM-Air France

JungeReiseprofis

Wer sein Wissen ausbaut, kann auch kompetent beraten.
Hier gibt es aktuelle E-Learnings und Lernangebote. Klick dich zum Wissen!

www.junge-reiseprofis.de



Der Ritter der Reisebüros

Er ist eloquent, schlagfertig und empathisch – Thomas Bösl zählt seit Jahren zu den bekanntesten Touristikern der Branche. Der Chef der rtk-Kooperation und Sprecher der QTA kämpft fördernd und fordernd für die Interessen der Reisebüros. Die Wurzeln seines Wirkens liegen im Gasteiner Tal. Ein Porträt.

Text Tatjana Pokorny

Keine Frage: Thomas Bösl ist ein Menschenfreund. Das ist seit seiner Kindheit eine Triebfeder bei allem, was der Österreicher anpackt. Als Teenager sammelte er erste, mit einigem Stolz auf die Heimat verknüpfte touristische Erfahrungen, als Sommergäste mit dem TUI-Ferienexpress in den 1980er-Jahren in seinem Heimatort Bad Hofgastein ankamen. Auf der Fahrt in die Unterkünfte und Hotels saß er häufig vorne im Reisebus und erzählte am Mikrofon begeistert von der Region. „Das war eine tolle Erfahrung. Wenn man mit Mikrofon zu den Menschen sprechen darf, wird man auch selbstbewusster“, erinnert er sich. Und auch daran, dass er die Reisenden glücklich machen wollte. Er habe damals gelernt, wie wichtig es für beide Seiten – Gäste und Gastgeber – ist, sich gegenseitig zu achten.

Selbstbewusst ist er, das sieht und hört man auf den zahlreichen Branchenevents, wo Bösl hier die Keynote hält, dort im Diskussionspanel sitzt und sich für die Belange der Reisebüros einsetzt. Doch wie verlief sein Start in der Touristik? In den 1990er-Jahren startete der junge Mann in der Reisebranche durch. „Damals gab es noch keinen Doktor Google. Fast jeder ging ins Reisebü-

ro, wenn er reisen wollte. Das hat mich geprägt.“ Er habe früh verstanden, dass die Arbeit im Reisebüro nicht aufhört, wenn der Kunde die „Ware“ gekauft hat, sondern dass eine Reise auch lange nach der Rückkehr anhält. „Die Aufgabe hat mich fasziniert.“

Der junge Mann, der am Fuße von Zweitausendern wie Frauenkogel, Gamskarkogel und Silberpfennig groß geworden war, setzt klassisch zum Gipfelsturm in seiner Branche



99 Prozent der Menschen in der Reisebranche sind Überzeugungstäter.

an: Er macht eine Ausbildung zum Reisebürokaufmann, lernt seinen Traumberuf von der Pike auf und besteht später die Konzessionsprüfung der Wirtschaftskammer. Die befähigt ihn – wie hierzulande eine Meisterprüfung im Handwerk – zur Führung eigener Reisebüros. Bösl ist ehrgeizig, kommt erst in kleinen, dann in mittleren und großen Rei-

sebüros voran, führt sie bald selbst. „Das hilft mir bis heute zu verstehen, was in Reisebüros geschieht und wichtig ist, auch wenn sich die Arbeit heute natürlich radikal verändert hat“, erzählt er. „Die Grundstruktur ist aber ähnlich geblieben. 99 Prozent der Menschen in der Reisebranche sind Überzeugungstäter“, meint er.

„Mister Vertrieb“

Mit 34 Jahren wird er 2003 zum Geschäftsführer der rtk-Reisebüro-Kooperation und Sprecher der QTA (Quality Travel Alliance), ein Riesennetzwerk von rund 8.500 Reisebüros und Vertriebsstellen. Schnell macht sich der smarte Manager im tadellosen Anzug einen Namen als „Mister Vertrieb“. Er ist Diplomat und Lobbyist, beispielsweise seit 2019 auch als Reisebüro-Vertreter im DRV. Er ringt mit den Airlines um faire Provisionen, freut sich über das Wiedererstarken der Reisebüros und liest den Veranstaltern gerne die Leviten, wenn die Zusammenarbeit unter den Vertriebspartnern mal wieder eher mau läuft. „Ich empfinde den Job nicht als Arbeit, sondern mache ihn leidenschaftlich gerne“, erklärt er sein strahlkräftiges Wirken auf vielen Bühnen.

Fotos: rtk/QTA/Privat



Nachhaltigkeit wird zum zentralen Punkt in unserer Branche. Wir müssen in die Offensive gehen und selbst etwas unternehmen.



Auch in den sozialen Netzwerken kämpft Bösl für die Anerkennung der Arbeit der Reisebüros. Einen typischen Gruß, der seine Mission auf den Punkt bringt, postete er im Oktober zur DRV-Jahrestagung in Berlin: „Wie die Zeit vergeht... die rtk ist seit 40 Jahren im Deutschen Reiseverband (DRV). Die Auszeichnung, inklusive Berliner Bär in Silber, hat mich sehr gefreut. Wir setzen uns auch die nächsten 40 Jahre für die Interessen unserer Reisebüro-Partner ein, um unsere Kunden mit dem perfekten Urlaub zu erfreuen. Der perfekte Urlaub beginnt im Reisebüro.“

Gemeint sind von Bösl stets alle Reisebüros: die eigenen 200 rtk-Reisebüros in Deutschland, die 5.000 Franchise-Unternehmen und Kooperationen hierzulande und die insgesamt 8.500 in Europa, die zusammen eine starke Allianz bilden.

Mehr als 20 Jahre ist es her, dass Thomas Bösl vom früheren rtk-

Chef Hans Sommer das Vertrauen erhielt. Bösl hatte ihn bei einer gemeinsamen Reise in New York kennengelernt. Wenig später kam der Anruf, ob er bei der Kooperation beginnen wolle. Er wollte und konnte. Bald danach wurde Bösl zur treibenden rtk-Kraft und richtete die Reisebüros auf die Zukunft aus.

Findet er die Aufgabe immer noch reizvoll, selbst nach zwei Jahrzehnten? „Ich bin immer noch da“, sagt Bösl lachend. „Es ist und bleibt eine so spannende Zeit, kein Tag ist wie der andere. Du musst immer wachbleiben“, sagt er.

Die Kooperation, die für ihre Mitglieder Umsätze bündelt und mit den Veranstaltern auf Augenhöhe für bessere Konditionen und Provisionen kämpft, bietet den Reisebüros ein breites Portfolio an Dienstleistungen. „Die betreiben wir, um die Kolleginnen und Kollegen zu beflügeln, noch mehr Umsätze zu

machen“, erklärt Bösl das Solidaritätsprinzip. Es gehe schlichtweg darum, wettbewerbsfähig zu bleiben und durch die Bündelung Mehrwerte zu erzielen.

Auf diesem Weg diskutiert und verhandelt er nicht nur mit den Veranstaltern, sondern wird auch da aktiv, wo er Schwächen in den eigenen Reihen sieht. Etwa beim Thema Digitalisierung. Seine Überzeugung: „Da muss man antreiben. Sie wird immer noch teilweise als Gefahr für die Branche gesehen. Die Leute sorgen sich, fragen sich, ob es den Faktor Mensch dann noch braucht. Ich sehe es radikal anders. Die Digitalisierung hilft uns, Mitarbeiter zu entlasten.“ Denn viele administrative Aufgaben könnten inzwischen über die Technik abgewickelt werden. Die Fachkräfte jedoch müssten beim Kunden bleiben. „Die Experten sind der Mehrwert des Reisebüros, den es kein zweites Mal gibt: Sie sind die regionalen Ansprechpartner, die gut vernetzt sind, ihre Kunden kennen und den Qualitätsfaktor in Verbindung mit der Technik abdecken.“ Die Digitalisierung ist Mittel zum Zweck, um am Kunden dran zu bleiben. Und die Digitalisierung ist der Freund der Reisebüros, beschwört er. „Niemand kann die Mischung aus stationär und digital, aus persönlich und online besser als Reisebüros“, sagt er.

Zu Hause ist es am schönsten

Daheim ist für Thomas Bösl Salzburg, wo er mit Frau und Sohn gerade einmal 45 Kilometer entfernt vom rtk-Büro im oberbayerischen Burghausen lebt. Für ein zeitraubendes Hobby ist in Thomas Bösls Leben kein Platz. Man gewinnt im Gespräch mit dem wachen Kopf aber schnell den Eindruck, dass es ohnehin die Menschen sind, die ihn zuerst interessieren. Egal, wo. Als zweite Heimat neben der Südnachsee zwischen Burghausen und dem Zuhause in der Mozartstadt Salz-

Fotos: rtk/OTA/Privat

burg schätzt Bösl Hamburg. „Ich bin ein mega Hamburg-Fan. Im Winter mag ich den Süden mehr, weil dort dann mehr Licht ist, aber die letzten Sommer im Norden waren wunderbar. Es herrscht immer eine tolle Stimmung in Hamburg“, erzählt der Österreicher mit Hang zum Norden.

In Hamburg sitzt die Zentrale der Reisebüro-Kette Reiseland. Vor Jahren hatte die rtk-Mutter Raiffeisen Touristik Group die damalige OTTO Freizeit und Touristik GmbH übernommen. Mittlerweile gibt es bundesweit rund 320 Reisebüros unter der Marke Reiseland – eigene Filialen sowie Franchise-Büros.

Der Eindruck entsteht, er wäre rund um die Uhr in Reisemissionen unterwegs. „Niemand arbeitet 24/7. Auch ich nicht. Aber die Grenzen sind bei mir seit 30 Jahren sehr fließend“, räumt er ein. „Ich mache meine Arbeit extrem gerne“, sagt er. Ihm gefällt der kulturelle Austausch, den er im Job erlebt. Das internationale Netzwerk in seiner Branche erweitert den Horizont immer aufs Neue.

„Man ist ja nicht selbst der Mittelpunkt der Erde. Wenn du viele Menschen kennst, kannst du Dinge ganz anders hinterfragen. Das reizt mich. Wir können viele Zeitungs-meldungen lesen, aber es ist etwas ganz anderes, Menschen in Ländern mit Konflikten direkt zu erle-



Man ist ja nicht selbst der Mittelpunkt der Erde, wenn du viele Menschen kennst, kannst du Dinge ganz anders hinterfragen.

ben. Hin und wieder kann das deine Meinung zu einem Thema auch auf den Kopf stellen“, sagt Bösl.

Das offene Zugehen auf Menschen zeichnet ihn aus. Ohnehin seien Touristiker extrovertierte Menschen, meint er und ist selbst ein gutes Beispiel dafür: „Touristiker sind Menschen, die sich gerne vernetzen und auch gut feiern können, gutes Essen und Trinken mögen. Das Miteinander steht im Vordergrund. Das steht der Tatsache nicht entgegen, dass die Reisebranche eine Industrie wie jede andere ist, in der hart gefightet werden muss, um zum Ergebnis zu kommen.“

Was sagt er zu den Krisen, welche die Branche immer wieder erschüttern? „Es gibt keine größeren Ereignisse auf der Welt, die den Tourismus nicht zumindest teilweise tangieren“, sagt er. „Es gibt immer etwas zu tun, etwas zu bedenken,

zu handeln.“ Nachhaltigkeit wird zum zentralen Punkt unserer Branche“, sagt er. „Entweder wir gehen hier in die Offensive und unternehmen selbst etwas oder wir erhalten künftig Vorgaben aus Berlin und Brüssel. Das wird uns nicht schmecken“, warnt er.

Private Reisen kann er selten langfristig planen. „Ich bin aber gut im kurzfristigen Buchen“, sagt er grinsend, „ich muss mich wie jeder andere darum kümmern. Es warten keine dauerreservierten Flüge oder Zimmer auf mich.“ In seinen Ferien schätzt Bösl einfach einmal einen Ausflug in die Berge oder einen schönen Tag am Meer. Ein Lieblingsreiseland hat er übrigens nicht. Doch würde es ihn reizen, einmal Japan kennenzulernen und die Reise mit einem Besuch auf Hawaii zu verknüpfen. „Hawaii war als Kind mein Inbegriff von toller Destination: so exotisch, mit Palmen und weißen Sandstränden. Dahin habe ich es noch nie geschafft.“

Vorher muss er unbedingt wieder ins Gasteiner Tal. Dort herrscht Aufbruchstimmung, erzählt er. „Bad Gastein und das Umfeld mauern sich. Es wird mehr und mehr zum Hotspot in den Alpen, gerade in Verbindung mit den Gasteiner Thermalquellen, Gesundheit und Prävention. Da kann diese Region aus dem Vollen schöpfen.“ Genau das tut Thomas Bösl. ⚓



„NACHHAUSEKOMMEN IST SCHÖN!“

Daheim ist für Thomas Bösl Salzburg, wo er mit Frau und Sohn gerade einmal 45 Kilometer entfernt vom rtk-Büro im oberbayerischen Burghausen gerne lebt. „Man kann in Salzburg das Stadtgefühl mit breitem kulturellem Angebot und wunderschöner Altstadt genießen. Es ist eine Tourismus-Stadt mit toller Infrastruktur. Anderer-

seits ist Salzburg auch ein Dorf im positivsten Sinn. Wenn ich auf den Mark gehe, ist es eher unwahrscheinlich, dass ich niemanden treffe, den ich kenne. Ich mag es nicht zu anonym.“ Man habe so viel Schönes vor der Tür. „Das Nachhausekommen ist schön“, schwärmt der Vielreisende, der Kraft im Salzburger Land tankt.

TRAVEL

Mehr News mit dem trvlcounter.de/newsletter: Jetzt anmelden!



LUXUS-TRÄUME

Sandals Resorts International erweitert das Sandals Halcyon Beach Resort in Castries, St. Lucia, und das Familienresort Beaches Negril auf Jamaika mit neuen Zimmern und Suiten, die im Jahr 2023 eröffnet werden. Das Beaches Negril, das bei Familien wegen seiner intimen Atmosphäre beliebt ist, wird um zwölf Butler-Suiten erweitert, wodurch sich die Gesamtzahl der Zimmer auf 197 erhöht. Zu den Neuzugängen gehören sechs „Firesky Reserve Villas“, die am Strand am nördlichen Ende des Resorts liegen und über vier Schlafzimmer, drei Etagen und 344 Quadratmeter verfügen. Das Sandals Halcyon Beach Resort liegt an einem der ruhigsten Strände von St. Lucia und eröffnet 25 neue Butler-Suiten. Die Erweiterung umfasst 20 „Joli Beachfront Suites“ (Fotorendering), die direkt an der Küste gebaut wurden und luxuriöse Zimmer mit Strandzugang und privatem Pool verbinden. Beide Resorts sind ab dem 6. April 2023 buchbar.



»Nach einer langen Phase, in der Distanz, Privatheit und Sicherheit das Reisen dominiert haben, kehrt der Wunsch zurück, Länder intensiver zu entdecken und vielfältiger zu reisen.« SVEN SCHIKARSKY, Produktchef DERTOUR

BUCHUNGS-WETTBEWERB

Reisebüropartner haben die Chance, vom 15. Dezember 2022 bis zum 31. März 2023 eine Mitfahrt auf einer selbst gewählten Teilstrecke der Weltreise mit VASCO DA GAMA für zwei Personen zu gewinnen. Infos: ge-meinsamaufkurs.de

NEUE KOOPERATION

Der Erlebnisreisen-Spezialist Ameropa arbeitet künftig mit dem Start-up FairWeg zusammen. Das Unternehmen steht für faire Hotels und einzigartige Bewertungskriterien, anhand derer Kunden sich für nachhaltiges Reise entscheiden können.

GUTE ZAHLEN BEI DER TUI GROUP

Nach einem starken Sommer hat die TUI Group das vierte Geschäftsquartal eigenen Angaben zufolge gut abgeschlossen. Rund 7,6 Millionen Gäste reisten in den Monaten Juli bis September mit dem Konzern. Der Umsatz wurde mit rund 7,6 Milliarden Euro gegen-

über dem Vorjahr (3,4 Mrd. Euro) mehr als verdoppelt. Für das Gesamtjahr hat sich der Umsatz auf 16,5 Mrd. Euro fast vervierfacht (Vorjahr: 4,7 Mrd. Euro), und das bereinigte Ebit ist mit 409 Millionen Euro „signifikant positiv“ (Vorjahr minus 2,08 Milliarden Euro).

BULLER TRITT ERNEUT AN

Er geht mit dem Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) in sein 14. Jahr: Michael Buller wurde auf der Mitgliederversammlung des Interessenverbands der deutschen Digital-Touristik einstimmig in seinem Amt als VIR-Vorstand bestätigt.

Fotos: iStock / DERTOUR / Sandals International

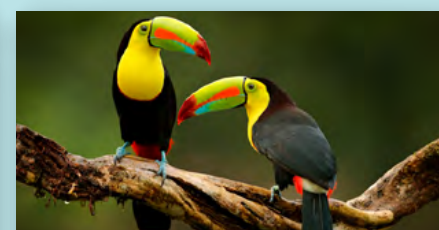


Lernidee live! Die Welt aktiv entdecken mit 17 neuen Erlebnisreisen

Die Idee: Land und Leute authentisch kennenlernen! Wie? Durch moderate Aktivitäten an der frischen Luft: Stadtrundgänge, leichte Wanderungen, kurze Radtouren, Kanufahrten, Lama-Trekking. Wo? Schweiz, Portugal, Baltikum, Albanien, Skandinavien, Georgien, Kirgistan, Usbekistan, Mongolei, West-Papua, Kanada, Costa Rica, Panama, Peru und Neuseeland. [Katalog 2023 hier bestellen](#)
Kontakt: team@lernidee.de



→ <https://www.lernidee.de/>



Lassen Sie sich von unsem Best-of-Angebot inspirieren

Der Winter ist da, frieren müssen Sie aber nicht. Stattdessen haben wir für Sie sonnige Angebote in der Karibik. Wir haben eigens einen [Best-of-avenTOURa](#) für Sie zusammengestellt. Entdecken Sie mit avenTOURa die Faszination Mittel- und Südamerikas sowie der Karibik. Laden Sie die Broschüre [hier runter](#) und lassen Sie sich inspirieren. Finden Sie die passende Reise für Ihren nächsten Urlaub. Unsere Reise-Experten helfen gerne weiter!



→ <https://www.aventoura.de/>



Katalog 2023: Die Reise Ihres Lebens

Im neuen Chamäleon-Katalog für die Saison 2023 steckt die Seele, die Liebe und das Herz unvergesslicher Reisen. Menschen anderer Kulturen auf Augenhöhe zu begegnen, sich zu verstehen und wertzuschätzen, neue Freunde zu gewinnen und das Gefühl in sich zu tragen, die Welt mit dem Herzen gesehen zu haben. Über 100 Reisen in 72 Länder und ein Versprechen, das alle Erlebnisse verbindet: Dass jede Reise mit Chamäleon die Welt ein kleines bisschen besser macht. [Zum Blättern](#)

Chamäleon

→ <https://www.chamaeleon-reisen.de/>



FORUM
ANDERS
REISEN

Es geht um die Welt.
Geschichten von fairen Reisen

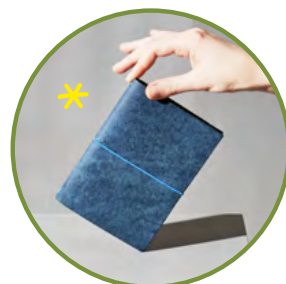


Jetzt
kostenlos
Magazin
anfordern!

forum anders reisen –
Der Verband für
nachhaltigen Tourismus
trvlcounter@forumandersreisen.de
www.forumandersreisen.de

DISCOVER

TRVL COUNTER Lieblinge der Redaktion



GRAND VOYAGEUR LEDERNOTIZBUCH:

Die Sonderedition Mitternachtsblau wird getrocknet, geölt und mit einem Stein von Hand poliert. Diese Technik verleiht dem Leder eine besondere Haptik. **42 Euro**



Gesichter der Erde:

Michael Martin bereiste und fotografierte für TERRA zehn große Naturlandschaften, die er die zehn Gesichter der Erde nennt. Ein einzigartiges Dokument unseres Planeten. **Knesebeck Verlag, 75 Euro**



SANTA BIMBLE: Die lustigen, kleinen Sprungfederfiguren des Designers Hans Gustav Ehrenreich heißen nicht umsonst Hoptimisten. **27 Euro**



TISCHZEBRA:

Einen Hauch Afrika schuf der dänische Designer Kay Bojesen mit seinem kleinen Zebra aus lackierter Buche. **95 Euro**



TISCHGLOBUS COLUMBUS DUO DUKE:

Unbeleuchtet zeigt das Kartenbild übersichtlich die einzelnen Länder. Sobald die LED-Beleuchtung eingeschaltet ist, macht der aufwändige Druck das physische Abbild zusätzlich sichtbar – mit detaillierter Topografie und dreidimensional wirkenden Erhebungen. **149 Euro**



KLEIN, ABER OHO! Der Taschenfüllfederhalter hat geschlossen nur eine Größe von 10,5 Zentimeter und ist damit der perfekte Begleiter für unterwegs. Inspiriert von der Farbenpracht des seltenen blau-grünen Leguans, erstrahlt die Kaweco Ikone in dieser schönen Farbe. **79 Euro**



Fotos: PR der Hersteller

TRVL COUNTER

*Frohe Weihnachten
und ein gutes
neues Jahr wünschen*

Jean-Marc Irene Margarita
Tatjana Yvonne Alexandre Diana
Andreas Elli Klaus Lucia
Simone Iris Bruui Mieke

DESTINATION SEASIDE



MY DREAM STARTS HERE

21.-29.1.2023



Jetzt Ticket
sichern auf
boot.de



Messe
Düsseldorf