

TRVL COUNTER

Das Magazin für Reisebüroprofis

AUSGABE 4/5.2019

www.trvlcounter.de

STUDIENREISEN Was die Urlauber wirklich wollen und die Angebote der Veranstalter.

KOMMUNIKATION Wer einige Regeln befolgt, kann in der Kommunikation mit Kunden richtig punkten.

STARTUPS Sie bringen viel Schwung in die Touristik. Wir zeigen, wer heute den Markt von morgen prägen wird.



DRV
Reise-
bürotag
2019

VORSPRUNG DURCH TECHNIK

Reisebüros müssen sich dem digitalen Wandel stellen und sich stärker an die Kundenbedürfnisse orientieren. Die Konzepte der Kooperationen.



05



Freedom of Choice
für Urlaub in 5-Sterne Hotels auf Mallorca.

Alle wichtigen Infos jetzt als Emag:
zafirohotels.com/emag/de

Ihr direkter Kontakt in Deutschland:
t.duppke@dtsgmbh.com • Tel. 02271-496681

MEHR VON TRVL COUNTER:

Follow us. Like us. Join us.



Magazin



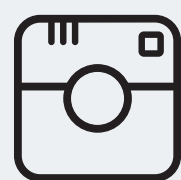
Website



Newsletter



Facebook



Instagram

TRVLCOUNTER
Das Portal für Reiseprofis

www.trvlcounter.de

MOIN, MOIN AUS HAMBURG!

Mit TRVL COUNTER starten wir eine neue touristische Fachmarke, die sich online und als Printmagazin speziell an Reisebüromitarbeiter und Counterprofis richtet.

Vor Ihnen liegt die neue Ausgabe von TRVL COUNTER, dem Fachmagazin für Reisebüro-profis sowie für Expedienten und Auszubildende. Wir erscheinen acht Mal im Jahr mit einer Auflage von rund 28.000 Exemplaren und werden damit in vielen Reisebüros von Flensburg bis Garmisch-Partenkirchen gelesen.

TRVL COUNTER hat den Anspruch, anders zu sein: Mit innovativen Formaten und großzügiger Optik wollen wir frischen Wind in die touristische Fachpresse bringen. Wir berichten über Themen, die für den Counter wichtig sind. Große Bildstrecken bringen die Faszination ferner Destinationen direkt an den Counter. In einer Work-&-Life-Rubrik präsentieren wir Themen rund um Job, Karriere und Lifestyle. Und mit Interviews und Porträts wollen wir Menschen und Macher in der Branche vorstellen – und vor allem den Reisebüros eine Stimme geben.

Neben der Printausgabe gibt es die wichtigsten Counter-Neuheiten als „morning news“-Newsletter. Jeden Morgen stellen wir Tagesmeldungen zusammen, die für den Counter relevant sind. Kurz vor neun Uhr wird der Newsletter verschickt und landet pünktlich zum Arbeitsbeginn in Ihrem E-Mail-Postfach.

Wer sich tagsüber auf den Laufenden halten will, schaut auf der TRVL-COUNTER-Website vorbei, wo wir laufend News und Meldungen aus der Branche und für den Counterbereich veröffentlichen.

Wer will, kann sich aber auch mit uns auf unserer Facebook-Seite vernetzen. Wir posten hier regelmäßig Beiträge zu Job und Karriere, zu Peps und Expi-Reisen für unsere rund 7.000 Facebook-Follower. Auch bei Xing und Instagram sind wir aktiv, denn wir wollen Reiseprofis auf allen Kanälen erreichen, auf denen sie heute unterwegs sind.

In diesem Sinne wollen wir Teil einer wachsenden Counter-Community sein und wünschen hier viel Spaß beim Lesen der aktuellen TRVL COUNTER. Vernetzen Sie sich mit uns auch in der Online-Welt. Wir freuen uns auf den Austausch!

Anregungen und Kommentare gerne an redaktion@trvlcounter.de



DAS TEAM IN HAMBURG:
(v.l.n.r.) Jean-Marc Göttert,
Anja Jung; Irena Roth, Saskia
Henck, Klaus Göddert (im Foto)
sowie Andreas Lentz.

**W
E
I
S
Z**



Tägliche News direkt
in ihr Postfach:
[trvlcounter.de/
newsletter](http://trvlcounter.de/newsletter)

10 KETTEN & KOOPS

Vorsprung durch Technik: Bei der Digitalisierung ihrer Partner setzen die Verbünde unterschiedliche Akzente. Ein Überblick.



DESTINATIONS SCHWERPUNKTE

Wir machen einen Abstecher nach Griechenland, tauchen in die Pazifikwelt der Südsee ein und forschen nach, warum Studienreisen so beliebt sind.



32 STUDIENREISEN

Heute wollen Bildungsurlauber stärker in die Kultur des Alltags eintauchen.

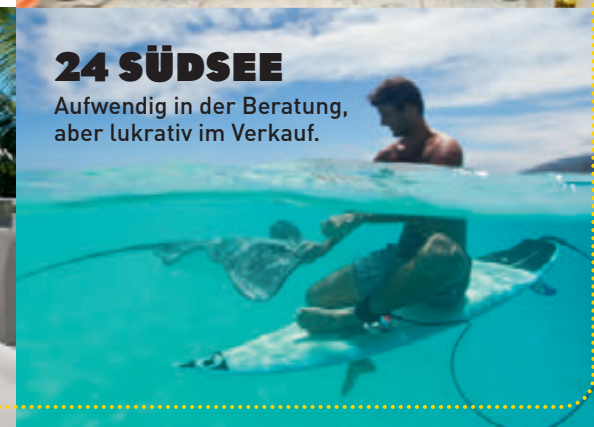


40 GRIECHENLAND

Das bieten die neuen Luxushotels.

24 SÜDSEE

Aufwendig in der Beratung, aber lukrativ im Verkauf.



53 CRUISE-DIRECTOR

Frank Meikofski sorgt für das Wohl der Gäste an Bord der Europa 2.



56 EINFACH MACHEN!

Startups in der Touristik bringen mit ihren Ideen Schwung in die Branche. TRVL Counter stellt einige Impulsgeber vor.

62 WEITERDENKER

Modedesigner Oliver Kray erfand MyPostcard.com. Heute ist er Marktführer. Ein Porträt.



50 KOMMUNIKATION

Im Kundengespräch können Counterprofis richtig punkten. So geht das.

66 DISCOVER

Unsere Auswahl an innovativen Reiseführern, bunten Souvenirs und coolen Gadgets.

COUNTER

08 NEWS
08 DRV TAGUNG
12 KETTEN & KOOPS

TRAVEL

24 NEWS
26 SÜDSEE
32 STUDIENREISEN
40 GRIECHENLAND

WORK & LIFE

48 NEWS
50 KOMMUNIKATION
50 WAS MACHT EIGENTLICH ...?

E-ZONE

54 NEWS
56 START-UPS
62 WEITERDENKER

STANDARDS

05 INSIDE
22 STOPOVER
59 IMPRESSUM
64 TV-TIPPS
66 DISCOVER



DAS KARIBIK
MAGAZIN
ERSCHEINT IM
SOMMER



Aus dem Hamburger
Life! Verlag (lifeverlag.de)

10 DRV-TAGUNG

Auf dem 14. Reisebürotag ging es unter anderem um das strittige Thema Service- und Beratungsentgelt in den Reisebüros.



MIT E-BIKES AUF DER ÜBERHOLSPUR

Längst haben Elektroräder und Pedelecs die Innenstädte Deutschlands erobert. Jetzt nutzen immer mehr Reisende diese besondere Form der Fortbewegung im Urlaub. Der große Vorteil: Auch mit weniger Kondition lassen sich E-Bike-Touren unternehmen, ohne dass die Puste ausgeht. Interessant sind Radreisen zum Beispiel in den Alpenländern Österreich und Schweiz, die gut ausgebaute Wander- und Radwege vorweisen können. Beliebt sind auch Touren entlang der großen Flüsse, etwa der Donau. Anbieter wie ASI Reisen, Biketeam Radreisen, Wikinger Reisen und DER verzeichnen eine verstärkte Nachfrage. Bei DER Touristik entfiel zum Beispiel rund die Hälfte der Mietradbuchungen in 2018 auf Elektrobikes und Pedelecs.



WEBINAR EUROPA

Hapag-Lloyd Cruises veranstaltet am 24. April ein Webinar für Expedienten, die mehr über das neue Konzept der Europa erfahren wollen. Die Schulung beginnt um 8.30 Uhr. Die Teilnehmer erhalten alle wichtigen Informationen rund um die Neuerungen auf dem Luxus-Kreuzfahrtschiff. Nach einem zweiwöchigen Werftaufenthalt im Oktober soll das Schiff legerer und moderner werden. Es gibt auch Neuerungen in den Bereichen Kulinarik, Wellness und Unterhaltung. Anmeldungen bis zum 18. April: www.denn-zeit-ist-luxus.com

IN DER TOURISTIK WIRD WIEDER MEHR AUSGEBILDET

Zum zweiten Mal in Folge steigt nach jahrelangen Rückgängen die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge in der Reisebranche. Dies geht aus der jüngst veröffentlichten Statistik des Deutschen Industrie- und Handelskammertags hervor. Demnach haben 2019 1.888 angehende Tourismuskaufleute eine Ausbildung im Reisebüro, bei einem Veranstalter oder einem sonstigen Unternehmen der Branche gestartet. Im Jahr 2017 waren es 1.874 Neu-Auszubildende, 2016 belief sich die Zahl auf 1.764. Rund 83 Prozent der Azubis sind Frauen – ein Wert, der sich über die Jahre wenig verändert hat.



»NUR MUSS EINER MAL ANFANGEN. WER FÄNGT AN?«

Erwin Hölker, Inhaber vom Sportreisebuero la reisen im bayerischen Collenberg, zur Debatte über das Beratungsentgelt in Reisebüros im Nachgang zum DRV Reisebürotag



JETZT FÜR AIDA-POWERDAYS BEWERBEN

Bis zum 26. April können sich junge Touristiker für die Schulungsreihe bewerben. Die erste Veranstaltung für Azubis findet vom 13. bis 15. Juni in der Zentrale der Hanse Merkur in Hamburg statt. Infos unter expinet.de

NEUE COUNTER-BROSCHÜRE VON SUNNY CARS

Darin werden die inklusive-Leistungen aller Angebote vorgestellt sowie Zusatzpakete wie Premium, Premium-Plus und Express. Neben dem Leistungsportfolio sind Neuheiten erklärt, darunter wie man den Mietwagen-Voucher in das Apple Wallet laden kann und somit mobil verfügbar hat. Die Broschüre lässt sich unter agentur@sunnycars.de bestellen.

NCL

INKLUSIV AUF HOHER SEE

Norwegian Cruise Line führt das neue Produktkonzept „Free at Sea“ ein. Kreuzfahrtgäste können für 99 Euro zwei von fünf Inklusivpaketen wählen. So will die US-Reederei zu ihrem bekannten Markenkern des „Freestyle Cruising“ zurückkehren.

INFOREISE MADEIRA

Expedienten, die auf Inforeise gehen wollen, können über die Willy Scharnow-Stiftung vom 17. bis 22. August auf die Blumeninsel Madeira fliegen (weltbekannt ist das Blumenfest). Auf der Insel lernen die Teilnehmer die Vielfalt der Natur kennen und genießen das kulinarische Angebot der Insel. Geflogen wird mit Condor ab Düsseldorf. Anmeldungen sind bis 30. April möglich. willyscharnowstiftung.de



Fotos und Illustrationen: Uwe Moser/Stockphoto(2); Hapag-Lloyd; Sara Kurfess/Unsplash; Francisco Correia/Visit Madeira; The Noun Project



VORSPRUNG DURCH TECHNIK
DRV-Präsident Norbert Fiebig fordert, dass Reisebüros technisch aufrüsten.

DRV REISEBÜROTAG: WANN KOMMT DIE BERATUNGSCEBÜHR?

„Alle Ziele, eine Stimme“ lautet das Motto des DRV. Es prangte auf Ausdrucken und Aushängen beim 14. Reisebürotag des Verbandes Ende März in Düsseldorf. Fazit: Beim Thema Beratungsentgelt muss die Branche noch an der einen Stimme arbeiten.

Text Jean-Marc Göttert

Der Tag begann in den Kongressräumen des Lindner Congress Hotels wie sonst immer beim DRV-Reisebürotag: Gut gelaunt strömten rund 200 Teilnehmer in den Saal, um die Eröffnungsrede von DRV-Präsident Norbert Fiebig zu hören. Doch schon bald war die Stimmung nicht mehr ganz so heiter, denn Fiebig mahnte, dass „der stationäre Vertrieb technisch nicht ins Hintertreffen geraten darf.“

Die Technik spiele mehr denn je eine wichtige Rolle, und „was immer wir an technischen Möglichkeiten haben, sollten wir ins Reisebüro holen“, sagte er. „Das Rüstzeug müssen wir auf jeden Fall haben, um Kunden zusätzlich mit unserem größten Pluspunkt – der Beratungskompetenz – zu überzeugen“, so Fiebig.

Als weiteren Punkt zählte er auf, wie etwa Airlines und Hotels mit ihren Angeboten zunehmend direkt auf Kunden zugehen. „Diese Ent-

WICHTIGER VORTRAG

Unternehmensberater Markus Heller von Fried & Partner analysierte den Wandel am Counter. Sein Rat: Die Branche sollte alle Prozesse hinterfragen.



Fotos: DRV

wicklung werden wir nicht aufhalten können“, sagte Fiebig. „Auch andere Player wie Check24 sind da, und darauf müssen wir uns einstellen.“

Der Wandel am Counter

Für die meisten Teilnehmer waren es schmerzhafteste Worte des Präsidenten, oft gehört, wenig beachtet. Es kam aber noch dicker: Unternehmensberater Markus Heller hatte den Wandel am Counter analysiert und festgestellt, dass sich die Kernprozesse im Reisebüro dramatisch verändert hätten, und damit auch die gesamte Wertschöpfungskette. „Der Wandel kommt dabei nicht von den Veranstaltern oder Leistungsträgern“, sagte er. „Die Veränderungen

treibt der Kunde.“ Heute seien Konsumenten viel individueller und anspruchsvoller. Junge Kunden wechseln im Verlauf der Buchung beliebig oft zwischen verschiedenen Kanälen. „Der Vertrieb muss also da sein, wo es der Kunde auch erwartet“, forderte Heller.

Gleichzeitig fühlen sich die Millennials bei der Urlaubsrecherche größtenteils überfordert. „Das ist eine Riesenchance für Reisebüros“, stellte er fest. „Hier lässt sich auch die versprochene Beratungskompetenz direkt einlösen.“

Streitthema NDC

Danach stand das Thema des neuen Vertriebsstandards NDC auf der Agenda. Hier eskalierte rasch die Diskussion, weil Lufthansa-Vertreter Alexander Karst zwar immer wieder betonte, wie wichtig Reisebüros seien, aber der Frage geschickt auswich, welche finanziellen Vorteile durch das Upselling via NDC die Partner haben sollten. „NDC schafft mehr Aufwand in den Reisebüros, dafür aber keine Vergütung“, stellte DRV-Vizepräsident und Inhaber des Reisebüros Strier in Ibbenbüren Ralf Hieke fest.

Im Zuge der Diskussion meinte Joachim Horn, Inhaber des DERPART Reisebüros Horn in Selm, dass Entgelte künftig unvermeidbar seien. Ohnehin gewöhnen sich die Kunden daran, denn in vielen Branchen würde er für Kostenvoranschläge bezahlen. Auch DER-Geschäftsführer und DRV-Vizepräsident Andreas Heimann glaubt, dass die Beratungsgebühr in der Touristik machbar sei, dennoch eine große Herausforderung bleibe. Die Reise-



KONTROVERSEN

Die Reisebüros diskutierten über Vor- und Nachteile der Beratungsentgelte. Viele waren klar dafür.

büros des DER würden das Thema zunehmend umsetzen. Er verwies auf eine Liste mit Serviceleistungen, deren Wert genau definiert und dem Kunden berechnet wird. „Wir gehen allerdings in homöopathischen Schritten voran“, betonte Heimann.

Beispiel Schweiz

Walter Kunz vom Schweizer Reiseverband SRV berichtete dagegen, dass Service-Entgelte in der Schweiz inzwischen sehr gut funktionieren und zu knapp einem Drittel der Erträge beisteuern. Allerdings habe es einige Jahre gedauert, bis sich das System durchgesetzt habe.

Das sei eher kein Beispiel für Deutschland, meinte Hieke. Denkbar wäre ein Entgelt, das bei einer Buchung erstattet werde. Zudem müsste so etwas bundesweit erfolgen. „Das wird schwierig“, sagte er. Das sei wie Reisebüro-Mikado: „Der erste, der sich bewegt, hat verloren.“ ■

◆ Markus Heller über den Wandel am Counter bit.ly/heller-vortrag



Wunsch
ZIELE

Wie wäre es mit einem Ausflug an einen Ort, an dem man noch nie war? Denn manchmal können eine steife Brise am Meer – vielleicht kombiniert mit einer Partie Golf – oder ein kleiner Städtetrip wahre Wunder bewirken.

Dorint
Hotels & Resorts

dorint.com

DIGITALISIEREN

„Was immer wir an technischen Möglichkeiten haben, sollten wir ins Reisebüro holen“, fordert DRV-Präsident Norbert Fiebig.

VORSPRUNG DURCH TECHNIK

Nur fünf Prozent der Reisebüros in Deutschland sind eigenständig. Die Mehrheit hat sich in Franchise-Systemen oder Kooperationen organisiert. Bei der zunehmenden Digitalisierung ihrer Partner setzen die Zentralen jedoch ganz unterschiedliche Akzente.

Text Thomas Grether

Man muss verdammt gut sein, wenn man das alleine stemmen kann. Oder wahnsinnig. Neues Reiserecht, Digitalisierungsstrategie, Nachwuchsförderung, Beratungsentgelt, Provisionsgezänk, Betriebsführung – jedes Thema ist für sich genommen komplex, umfangreich und herausfordernd. Kein Wunder also, wenn nur noch wenige Reisebüroinhaber sich als Einzelkämpfer durchschlagen wollen. Die große Mehrheit schließt sich zusammen und schlüpft unter den Schirm einer Kette oder Kooperation. Das Ziel: gemeinsam stärker sein. „Das machen inzwischen fast 95 Prozent aller Reisebüros in Deutschland so“, sagt Norbert Fiebig, Präsident des Deutschen Reiseverbandes.

Vorteil Kooperation

Der Trend zur Gemeinschaft bietet ganz klare Vorteile: Ketten und Kooperationen helfen ihren Mitgliedern zum Beispiel bei der Digitalisierung, auch wenn das unterschiedlich ausgeprägt ist. Einige Zentralen unterstützen datengetrieben mit ausgefeilter IT-Technik. Andere setzen auf

eine vollständige Digitalisierung aller Geschäftsprozesse. Wiederum andere richten sich auf die Kunden aus und wollen sie auf allen Kanälen erreichen, die heute möglich sind. Omnichannel nennt sich das, auch weil der Begriff Digitalisierung oft zu kurz greift.

Offline- und Onlineverzahnung ist gefragt

„Wie gut es gelingt, traditionelle Vertriebskanäle mit neuen Kanälen zu verknüpfen, ist für die weitere Entwicklung von Reiseunternehmen von entscheidender Bedeutung“, glaubt Hubert Kluske, Vertriebs- und Marketing-Geschäftsführer bei TUI. Kunden, die zum Beispiel in den Web-Angeboten der TUI stöbern, werden nach wenigen Minuten von TUI-Reiseprofis per Browser-Chat angesprochen.

So kann der Touristik-Riese Reisebüro und Internetkunde elegant zusammenführen und häufig zusätzliche Buchungen generieren. Das klappt auch bei Stammkunden: „Kunden, die Anfang des Jahres eine Flugreise bei uns gebucht haben,



„Unsere Expis erhalten PR-Schulungen. Eingeschlossen sind Seminare für lokale Social-Media-Arbeit. Außerdem bieten wir ein Social-Media-Paket zur Personalgewinnung an.“

AQUILIN SCHÖMIG, DERPART-GESCHÄFTSFÜHRER

„Über Kontakt Plus werden inzwischen monatlich 40.000 Online-Kunden durch Mitarbeiter von TUI-Filialen und Flughafenstationen beraten – am Telefon, per E-Mail und im Live-Chat.“

HUBERT KLUSKE, VERTRIEBS- UND MARKETING GESCHÄFTSFÜHRER BEI TUI



haben wir vor der Abreise datenbasiert kontaktiert, um ihnen noch eine Sitzplatzreservierung anzubieten. Fast jeder Dritte hat das Angebot dankend angenommen. 40 Prozent der auf diese Weise angesprochenen User seien Neukunden für TUI, sagt Kluske. Ein cleverer Schachzug mit doppelter Wirkung, denn das sorgt für mehr Provision durch die verkaufte Zusatzleistung.

Auf vielen Kanälen unterwegs

Auf eine ähnliche Mehrkanalstrategie setzen auch die alltours Reisecenter mit ihren Filialen und angeschlossenen Franchisebüros. „Mit digitalen Angeboten können wir intelligenter und flexibler über verschiedene Kanäle auf die Interessen des Kunden eingehen“, sagt Nils Jenssen, Geschäftsführer der Reisecenter alltours. Dazu gehört natürlich auch, den Kunden die Hotels schmackhaft zu machen, die alltours gehören. Gute Technik soll die Beratung unterstützen und fördern, erklärt Jenssen. „Kunden können zum Beispiel auf Tablets digital unterschreiben oder auch 360-Grad-Bilder ihres Reiseziels anschauen“, sagt er. „Das ist schon gelebte Praxis.“

Digitale Prozesse sparen Zeit und Geld

Auch bei Tour Contact klappt der Vertragsabschluss schon digital ohne Papier. Der Kunde unterschreibt auf dem Touch-Pad oder seinem digitalen Endgerät, berichtet Geschäftsführer Dirk Bender.

Bei Derpart werden digital unterschriebene Dokumente direkt im System erfasst, erläutert Aquilin Schömig, Sprecher der Geschäftsführung Derpart-Reisevertrieb. Papierlose Buchungsprozesse sparen Zeit und Geld. Wie das in der Praxis funktioniert, zeigen Derpart-Experten, die seit Jahresbeginn mit einer „Prozess-Roadshow“ durch fünf deutsche Städte auf Tour sind. Das sind alles positive Entwicklungen, meint

Ralf Vogler, Studiengangsleiter Tourismusmanagement an der Hochschule Heilbronn. Er beobachtet und begleitet die neuen Herausforderungen im Reisebüro. Das Digitale neu aufbauen und das Analoge nicht vergessen, sei wichtig, meint der Experte. „Auf der einen Seite müssen Reisebüros ihre internen Prozesse optimieren und die datengestützte Kundeninteraktion ausbauen. Auf der anderen Seite müssen sie den persönlichen Kontakt zum Kunden als Wettbewerbsvorteil betrachten und nutzen.“

Relevanter sein bei Google

Thomas Cook setzt bereits bei der Suche im Internet an. Der Konzern vernetzt unter anderem seine Websites miteinander und verbessert so das Google-Ranking. Die Thomas-Cook-Reisebüros erscheinen oben in der Ergebnisliste. „Auf diese Weise werden unsere Reisebüros schneller gefunden“, weiß Albin Loidl, Leiter Franchise und Kooperationen beim zweitgrößten Reisekonzern Europas.

Bei der Kundenkommunikation nutzt Thomas Cook Social-Media-Kanäle wie Facebook. Omnichannel heißt für Loidl vor allem omnipräsent zu sein – überall dort, wo der Kunde unterwegs ist. Mal online, oft aber ebenso offline. Loidl ist in Personalunion auch Geschäftsführer der Neckermann Reisen Partner. Auch dort spielt sein Omnichannel-Konzept eine wesentliche Rolle.

Technik ist gut, Wandel ist besser

Kundenzentriert geht ebenfalls der Franchisegeber Lufthansa City Center (LCC) mit seinen rund 300 Reisebüros vor. „Um als Reisebüroorganisation zukunftsfähig zu sein, richten wir uns passgenau auf unsere Kunden aus“, sagt Geschäftsführer Markus Orth. Moderne Technik sei aber nur eine Hälfte der Medaille, so Orth. „Digitalisierung ist ein langer Change-Manage-

42 %

... der Millennials geben an, dass die Recherche eines Urlaubs im Internet überfordern ist. Sie wechseln im Durchschnitt 26 Mal zwischen ihren Geräten, bevor sie eine Reisebuchung vornehmen.

Quelle: Google Deutschland und TUI, The MOBILE Traveller 2016. Entnommen Branchenstudie von Fried & Partner, 2019.

ment-Prozess“, erklärt er. „Er bedeutet Wandel vor allem in den Köpfen der Mitarbeiter.“ Helfen sollen Schulungen, Kurse und Webinare.

Orth und sein Team machen sich ebenfalls Gedanken um den selbst organisierten Reisemarkt. Der laufe sowohl am stationären Vertrieb als auch an Online-Händlern vorbei. LCC bietet seinen Partnern deswegen verstärkt Zugang zu Leistungsträger-Content. Orth will die LCC aufstocken und lädt derzeit ausgewählte, selbständige Reisebüros ein, die er für sein Franchising-System gewinnen will. Webinare auf der Website www.franchise-lcc.de erklären die Vorteile seines Partnerprogramms.

Weg vom Massenauftritt

TUI Travel Star will gezielt seine Mid- und Backoffice-Systeme (Bosys) automatisieren. Nach außen möchte das Gemeinschaftsunternehmen von TUI Deutschland und RT-Reisen den Reisebüros einen eigenständigen Auftritt verschaffen. Seit Anfang April erhält jedes Büro eine brandneue, individuelle Internet-Präsenz.

Bessere Kundenkommunikation, automatisierte Prozesse, individuelle Websites – Ketten und Kooperationen bieten viele gute Ansätze, doch eine übergreifende Lösung, die eine vollständigen

„Daten, Daten, Daten: Lerne Deinen Kunden besser kennen.“

ALBIN LOIDL, NECKERMANN REISEN PARTNER



„Mithilfe des neuen Kampagnentools können Reisebüros ihre Kunden nach Zielgruppen einteilen und sie zentral organisierten Marketingkampagnen zuordnen.“

LARS HELMREICH, TUI TRAVEL STAR, GESCHÄFTSFÜHRER



„Künstliche Intelligenz wird keinen Reiseverkäufer ersetzen. Aber es hilft, Hand in Hand den Kunden noch zielführender zu beraten.“

TOBIAS KLÖPF, EXPI UND CHEF DES YOUNG TRAVEL INDUSTRY CLUB.



„Um im digitalen Wandel bestehen zu können, sind Reisebüros doppelt gefordert. Einerseits müssen sie interne Prozesse optimieren, andererseits müssen sie den Kontakt nach außen zum Kunden datengestützt ausbauen.“

PROF. DR. RALF VOGLER, STUDIENGANGSLEITER TOURISMUSMANAGEMENT, HOCHSCHULE HEILBRONN.



„Unsere Aufgabe bei Tour Contact als Kooperationszentrale ist, in Sachen Technik zu beraten, zu schulen und dann entsprechende Infrastruktur an die Hand zu geben, um Prozesse sinnvoll zu digitalisieren.“

DIRK BENDER, GESCHÄFTSFÜHRER TOUR



„Wir unterstützen unsere Partner mit unserer webbasierten Full-Service-Technik und entwickeln dafür ständig neue Add-ons wie Schmetterling TV. Damit können Reisebüros ihre Angebote im Schaufenster und bei Werbepartnern präsentieren.“

ANYA MÜLLER-ECKERT, GESCHÄFTSFÜHRERIN SCHMETTERLING INTERNATIONAL.



Digitalisierung von Anfang bis Ende bereitstellt, ist immer noch selten. Pro Tours zum Beispiel arbeitet an einer Digitalisierung der gesamten Customer Journey, erklärt Geschäftsführer Dirk Hansel. „Das reicht von der Kundenansprache durch Website-Optimierung über die digitale Unterschrift als Buchungsabschluss und das After-Sales-Marketing via Newsletter“, erklärt er. Auch die digitale Erfassung von Kundendaten im Frontoffice-System oder die Reiseberatung via Paxlounge oder Bistro Live-Beratung seien wichtige Bestandteile der Digitalisierung.

Blick über den Tellerrand

Wenn Prozesse im Hintergrund automatisiert und digital ablaufen, haben Reisebüro-Mitarbeiter mehr Zeit zu beraten und zu verkaufen, sagt Cornelius Meyer, Vorstand Marketing und Vertrieb bei Best-Reisen. Um den digitalen Wandel in den Köpfen der Reisebüroprofis zu verankern will Best-Reisen einen regelmäßigen Digital Day abhalten. Der soll einen Tag nach der Jahreshauptversammlung stattfinden, dieses Jahr am 3. Mai. Experten und Referenten werden verschiedene Bereiche der Digitalisierung in

Wirtschaft und Gesellschaft beleuchten – unter anderem auch Google, das seine Zukunftswerkstatt vorstellen wird.

Schmetterling unterstützt seine Partner neuerdings mit Schmetterling TV. „Reisebüros können ihre Angebote unkompliziert im Schaufenster webbasiert steuern“, erklärt Geschäftsführerin Anya Müller-Eckert. „Ist ein QR-Code integriert, können Kunden diesen einscannen und per WhatsApp mit dem Reisebüro kommunizieren.“

Der Wandel beginnt im Kopf

Schaffen alle den Sprung in die neue Welt? Das hängt davon ab, ob die Reisebüro-Partner nicht nur analoge Informationen digital übertragen. „Es ist wichtig, dem Team klar zu machen: Digitalisierung ist eine Chance und Vorteil für das Reisebüro“, sagt Tobias Klöpf, selbst Expi und Chef des Young Travel Industry Club.

Wer erfolgreich sein will, muss die gesamte Prozesskette digitalisieren und braucht Partner, die den Wandel mittragen und umsetzen. Das gilt natürlich auch für die Chefs. ■

94%

... DES VERTRIEBS
IN DEUTSCHLAND
SIND SYSTEM-GE-
BUNDEN

2018 sind 19,4 Prozent der Reisebüros Teil einer Kette, 20,8 Prozent einem Franchise zugeordnet sowie 54,1 einer Kooperation. Nur 5,7 Prozent sind ungebunden.



NEUE ZAHLEN ZUM MARKT

Reiseprofis, die sich über die Entwicklung des Reisemarkts informieren wollen, finden beim DRV eine aktuelle Studie zum Download.

STARK IN DER GEMEINSCHAFT

Wer hat die meisten Vertriebsstellen? Welche den größten Umsatz? Zahlen, Daten und Infos von den Ketten und Kooperationen.

Abo

PLAYLIST FÜRS MARKETING

Mit einer Youtube-Playlist macht TUI Travel Star das Marketing mit Videos für die Kooperationspartner besonders einfach – und kostenlos. „Mit der Playlist erhalten die Partner jeden Dienstag neue Angebote, die sie frei mit eigenen Spots und Imagefilmen kombinieren können“, erklärt Geschäftsführer Oliver Grimsehl.

DIE RANGORDNUNG

Die größte Reisebüro-Organisation nach Umsatz ist die DER-Touristik mit 4,62 Mrd. Euro. An zweiter Stelle liegt laut FVW-Dossier „Deutscher Reisevertrieb 2017“ die RTK-Gruppe.

DIE VERTRIEBSSTELLEN

Betrachtet man die Zahl der Reisebüros, dreht sich das Ranking der beiden ersten Plätze um: Demnach ist die RTK-Gruppe mit 5.474 Vertriebsstellen die größte Reisebüroorganisation. DER-Touristik folgt mit 2.067 Reisebüros. Die TUI Deutschland weist 1.519 Vertriebsstellen aus und erwirtschaftet damit 3,73 Mrd. Euro. BCD Travel ist mit einem Umsatz von 1,94 Mrd. Euro die viertgrößte Reisebüroorganisation – mit nur 49 Büros. Das Unternehmen organisiert Businessreisen für Konzerne und kommt wegen der Menge auf extrem hohe Umsätze. Auf Platz fünf landen die 300 City Center von Lufthansa.

TERMINE

♦ Vom 2. bis zum 5. Mai 2019 findet die Jahrestagung der rtk Reisebüro-marke in dem türkischen Urlaubsort Çeçme am Ägäischen Meer statt. Tagungshotel: Design Plus Seya Beach Hotel.

♦ Vom 6. bis zum 9. November 2019 treffen sich die Partner der Reisebüro-Kooperation RTK auf der neuen MSC Grandiosa, die dann im Hamburger Hafen liegt.

♦ Zum 1. April 2019 ändert die TUI ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) für Anzahlungen und Stornierungen.

NEUHEITEN

♦ Argus Tour ist ein System für Reiseveranstalter von Schmetterling. Veranstalter und Kunden haben die Möglichkeit, direkt zusammenzufinden. Das Buchungssystem ist für Individual- und Gruppenreiseveranstalter. Über das Add-on können Reisebüros Angebote erfassen, kalkulieren, Kontingente verwalten sowie Zahlungen kontrollieren.

♦ Das neue „Schmetterling TV“ ist auch für jedes Reisebüro ohne Kooperationsvertrag für circa 29 Euro pro Monat erhältlich.

„DAS BEWEGTBILD ANIMIERT BEIM VERKAUF AM MEISTEN“

Viele Kunden kennen sonnenklar.TV, weil sie den Privatsender im Fernsehen schon einmal gesehen haben, sagt TVG-Geschäftsführerin Birgit Aust. Ein klares Plus für ihre Agentur, die damit offensiv werben kann.

Text Thomas Grether

Vor neun Jahren hat Birgit Aust eine Wette auf die Zukunft geschlossen. In der Landsberger Straße in München wurde damals ein „Reisebüro der Zukunft“ eröffnet. Heute gibt es 160 seiner Art in ganz Deutschland. Reisebüros, die eine Omni-Channel-Strategie verfolgen, also Kunden auf allen Kanälen bedienen wollen.

„Wir sind stets über den Markt gewachsen und haben im vergangenen Jahr sechs Prozent mehr Umsatz gemacht als die Branche“, sagt die Chefin der Touristik Vertriebs Gesellschaft (TVG). Das Franchising-Unternehmen, das jeweils zur Hälfte FTI und RT-Reisen gehört, profitiert vor allem von der Bekanntheit der Marke sonnenklar.TV. Jedes Jahr kommen durchschnittlich 15 neue Filialen zum Bestand von derzeit 300 TVG-Büros hinzu. „Wir sind stolz auf unseren Erfolg“, freut sich Aust. Den TV-Sender kennen 83 Prozent aller Deutschen. „Wenn der Kunde zum ersten Mal eine der Agenturen betritt, hat er die Marke schon im Wohnzimmer im Fernseher erlebt“, sagt sie. „Täglich schauen 1,1 Millionen Menschen das Programm an.“

„Keine Papp-Dekos verstellen den Blick, und kein Expedient verschanzt sich hinter einem Bildschirm.“

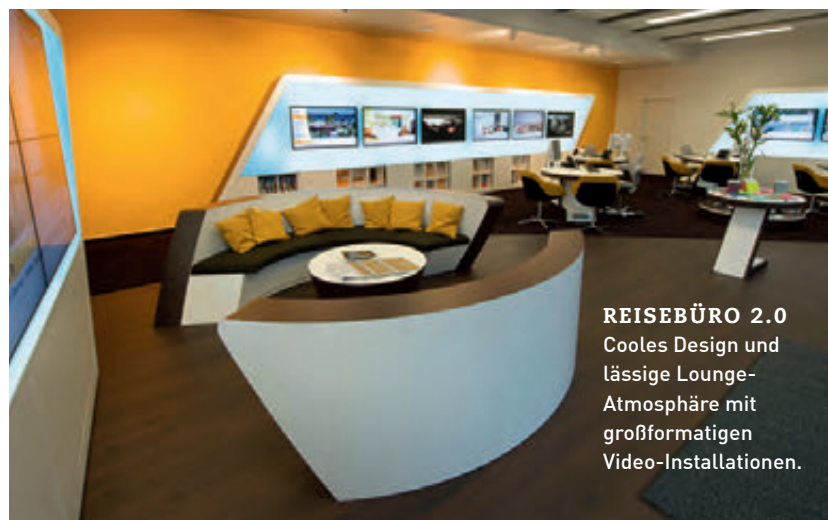
Und so einladend wie die Verheißungen des Fernsehkanals will sonnenklar.TV auch auf den Kunden wirken, der direkt vor dem Schaufenster steht. „Genau genommen“, sagt Aust, „ist das gesamte Reisebüro ein Schaufenster.“ Auffällig sind die vielen Bildschirme, die Appetit machen auf Urlaub. Filmmaterial kann die Franchise-Marke in Hülle und Fülle vorweisen. Auf verschiedenen Social-Media-Kanälen geht es weiter: Die TVG leistet sich ein eigenes Media-Team



BIRGIT AUST begann 1983 ihre Lehre als Reiseverkehrsfräule. Bei Thomas Cook machte sie Karriere und war dort zuletzt Direktorin für die Franchising-Büros des Konzerns. 2007 holte sie FTI-Chef Dietmar Gunz nach München. Dort verantwortet sie als Geschäftsführerin die Franchising-Marken Flugbörse, sonnenklar.TV und 5vorFlug.

mit zwei Videoprofis und zwei Bloggerinnen, die auf jede TVG-Inforeise mitkommen. Sie animieren die mitreisenden Expedienten dazu, sich ihren Kunden auf allen Social-Media-Kanälen zu präsentieren und für Destinationen während und nach der Tour zu begeistern. Das Media-Team bringt unter anderem eigene Blogbeiträge mit und stellt sie den TVG-Partnern aufbereitet für alle Kanäle zur Verfügung. Zusätzlich gibt es das Filmmaterial, das die professionellen Kameralente für sonnenklar.TV gedreht haben.

Abgesehen von der visuellen Vielfalt will TVG-Managerin Aust mit einem „beeindruckenden Service“ begeistern. Kein Reiseverkäufer „klimpert nur im Beisein des Kunden in Bistro herum“, sagt sie. Die TVG-Expis seien gut geschult, die Reise entstehe persönlich und transparent gemeinsam mit dem Kunden. Da hilft es, wenn sie Fotos und Filme vom Hotel, der Umgebung und dem Reiseland zeigen können. Aust: „Das bewegte Bild animiert bekanntlich beim Verkauf am meisten.“ ■



REISEBÜRO 2.0
Cooles Design und
lässige Lounge-
Atmosphäre mit
großformatigen
Video-Installationen.



Wir, branchenerfahrene
und unkomplizierte
Reisebürogemeinschaft
mit 3.500 Mitbewohnern,
suchen Dich!

Wir suchen
Dich!

Wenn Du ein modernes und geselliges Reisebüro bist, mit Interesse an Vermarktungspartnern, PAYBACK, Reisebüro TV und Vielem mehr, dann bist Du bei uns in bester Gesellschaft!

Gerne teilen wir auch alle unsere meinreisespezialist Annehmlichkeiten mit Dir. Tolle Marketingpakete, Unterstützung bei Deinen Gestaltungen und Give Away Pakete für Deine Kunden. Wenn wir nicht im Büro sind, treffen wir uns gerne mal zu regionalen Meetings, Coachings und Tagungen und freuen uns immer über gute Gesellschaft. Denn nicht ohne Grund ist unser Motto „von Freunden empfohlen“.

**Wir freuen uns darauf,
Dich kennen zu lernen!**

Bei Interesse melde Dich hier:
info@rtk-deutschland.de


meinreisespezialist


rtk

„VERÄNDERUNG IST EINE AUFGABE DER GANZEN BRANCHE“

Viele Begriffe in der Touristik sind veraltet, meint rtk-Chef Thomas Bösl. Das Berufsbild müsse gerade für junge Leute aufgefrischt werden.

Interview Thomas Grether

Sie machen den Job für Drei, pendeln oft mehrmals in der Woche zwischen Ihrer österreichischen Heimat und Deutschland. Wie schaffen Sie das? Wie halten Sie sich fit?

Ich mache das sehr gerne und schon seit fast 18 Jahren. Ich empfinde es als Privileg, diese Aufgaben zu haben – das motiviert mich. Wer sehr gerne arbeitet wie ich, bleibt dabei auch gesund.

Sie sind also fit, aber wie machen Sie Ihre Reisebüros fit für die Zukunft? Neue Wettbewerber wie Check24 gibt es genug.

Das Wichtigste ist, dass unsere Reisebüros sich auf ihre Stärken konzentrieren: die Nähe zum Kunden. Mit der persönlichen Beratung und Betreuung können wir punkten. Das ist ein hohes Gut. Einige Onliner ködern Kunden mit Rückvergütungen. Das gehört zukünftig besser zwischen Vertrieb und Produzent in den Agenturverträgen geregelt. Ansonsten ist der Handelsvertreterstatus gefährdet und das wäre für Reisebüros und Veranstalter kritisch.

Viele jüngere Menschen haben noch nie ein Reisebüro von Innen gesehen. Wie kann man sie ins Geschäft locken?

Ich möchte nicht sagen, junge Menschen gingen überhaupt nicht ins Reisebüro. Aber wir müssen sie schon besser überzeugen, was wir für sie tun können. Junge Kunden kommen auch durch junge Mitarbeiter. Wir tun viel, um Nachwuchs für die Arbeit im Reisebüro zu begeistern. Dazu gehört zum Beispiel auch ein moderneres Berufsbild, denn viele Begriffe in der Branche sind veraltet.

Was meinen Sie damit?

Am wenigsten hadere ich mit dem Wort Reisebüro. Umfragen belegen, dieser Begriff wird akzeptiert. Was mir nicht gefällt, ist das Wort Pauschalreise. Ganz aus dem Vokabular streichen kann man es nicht. Pauschalreise ist ja schließlich auch ein juristischer Begriff. Aber das Produkt bietet dem Kunden einen ungeheuren Mehrwert. Der spiegelt sich leider nicht in dem Wort Pauschalreise wider.



THOMAS BÖSL ist Geschäftsführer des Franchise-Verbundes Reiseland und der rtk. rtk ist Europas größte Reisebürokooperation mit fast 4.000 Partnerbüros. In Personalunion ist Bösl Sprecher der Quality Travel Alliance (QTA). Die Allianz vereinigt etwa 8.000 Reisebüros und bündelt einen Umsatz von rund 5 Mrd. Euro.

Der damalige TUI-Deutschland-Chef Volker Böttcher hat ja im Jahr 2002 versucht, aus der Pauschalreise begrifflich die Veranstalterreise zu machen. Mit geringem Erfolg.

Man muss zunächst fundierte Marktforschung betreiben. Es macht keinen Sinn, wenn ein einzelnes Unternehmen versucht, hier etwas zu verändern. Das ist eine Branchenaufgabe.

Heißt das, der DRV soll tätig werden?

Ich möchte niemandem etwas ins Aufgabenheft schreiben – das steht mir nicht zu. Aber natürlich sind Verbände gefordert. Die Diskussion war schon einmal aktiver, sollte endlich wieder weitergeführt werden.

Haben Sie bessere Berufsbezeichnungen?

Es gibt viele Ideen. Zum Beispiel Freizeitberater oder Urlaubs-Designer. Ich meine, wir sollten unser Berufsbild moderner und frischer gestalten. Das würde der gesamten Branche guttun. In den nächsten 10 bis 15 Jahren geht die 60er-Generation in den Ruhestand. Sehr viele hervorragend Ausgebildete und vor allem hoch motivierte Kolleginnen und Kollegen werden fehlen. Wir müssen also dringend für Nachwuchs sorgen. ■

Fotos: iStockphoto(2); Sonnenklar.TV; PR

IHR KARIBIK-PROFI

2,5 Mio.
Kontakte



daskaribikmagazin.de

Instagram Facebook Google+

DAS
Karibik
MAGAZIN.DE

BESUCH BEI DEN HONIG-JÄGERN

Auf wackeligen Strickleitern klettern die Männer die Steilwände herab und versuchen, die riesigen Honigwaben mit langen Bambusstöcken von der Felswand zu schneiden. Sofort werden sie von schwarzen Wildbienen umschwärmt. In Nepal jagt das Volk der Gurung den Honig wilder Felsenbienen nach. Touristen können die uralte Tradition miterleben – natürlich aus sicherem Abstand (lokale Veranstalter bieten mehrtägige Touren zu den Honigjägern an, mit Fahrt ab Kathmandu). Selten kommt jemand so dicht an die Bienenjäger heran wie der nepalesische Fotograf Dikpal Thapa. Er wollte diese uralte Tradition dokumentieren. „Ich habe alles riskiert als ich mit ihnen die Steilwand herabseilte“, erzählt er. „Aber das Bild habe ich ins Herz geschlossen.“ Seine Fotos wurden im Rahmen der renommierten Sony World Photography Awards 2019 prämiert.

Das Video dazu: bit.ly/honigiagd
Der Award: bit.ly/sony-world

Fotos und Illustrationen: Dikpal Thapa; Tourist Office Rodrigues; Roland Halbe/DCT Abu Dhabi; iStockphoto; Nysded; The Noun Project



GEHEIMTIPP RODRIGUES

Reisebüros können ihren Mauritius-Urlaubern etwas Außergewöhnliches anbieten: einen Abstecher auf die Insel Rodrigues, etwa in das feine Boutiquehotel Tekoma. Mehrmals täglich wird übrigens die „kleine Schwester“ angefliegen, die Insel befindet sich nur anderthalb Flugstunden nordöstlich von Mauritius. Tipp für Outdoorfans: Das große Naturschutzgebiet Grande Montagne Nature Reserve.

7 Mo.

ZWIEBELBLUMEN blühen bald in aller Pracht im holländischen Keukenhof in Lisse, zwischen Amsterdam und Den Haag gelegen. Die Gärten und vier Pavillons zeigen auch Hyazinthen, Narzissen, Orchideen, Rosen, Nelken, Iris, Lilien und viele anderen Blumen. Die Farbenpracht und Düfte sind überwältigend.

Geöffnet vom 21. März bis 19. Mai 2019, täglich von 8 bis 19.30 Uhr. Infos und Tickets unter: keukenhof.nl/de/

ABU DHABI ZEIGT SEINE GESCHICHTE

Aus Korallenstein errichtet, sind die Wände des Fort Qsar al Hosn in Abu Dhabi mit Kalk, Sand und Muscheln dekoriert, während die Böden und Decken aus Mangroven hergestellt wurden. Das historische Wahrzeichen im Emirat beherbergt nun ein Museum sowie verschiedene Eventbereiche. Touristen können jetzt auch das Qsar al Watan (Haus für Staatsgäste) besuchen.



»KÜNSTLER, DIE EINST ALS ZWEITRANGIG GALTEN, WERDEN JETZT VORRANGIG SEIN.«

VERSpricht **ANN TEMKIN**, CHEFKURATORIN DES MOMA IN NEW YORK. ACHTUNG: DAS WELTBERÜHMTE MUSEUM WIRD VOM 15. JUNI BIS ZUM 21. OKTOBER 2019 GESCHLOSSEN. DANACH MIT EINER GROSSEN AUSSTELLUNG ZU LATEINAMERIKANISCHER KUNST UND ZWEI SOLO-SHOWS WIEDERERÖFFNET. SEHR EMPFEHLENSWERT!



NEUE ZÜGE BRAUCHT DAS LAND

Die vom spanischen Hersteller Talgo bestellten Schienenfahrzeuge sollen ab Ende 2023 neben den ICE- und IC-Zügen im Fernverkehr unterwegs sein. 550 Millionen Euro gibt die Bahn für diese 23 neuen Züge aus. Insgesamt sollen bis zu 100 Fahrzeuge in die Flotte aufgenommen werden und die alten EC-Züge auf Dauer ablösen.



Tansania von oben

Bei Meiers Weltreisen können Reisebüros ihren Kunden neuerdings eine Flugsafari der besonderen Art anbieten: in sieben Tagen mit einer Cessna Tansania von oben erkunden. Urlauber besuchen den Tarangire Nationalpark, den Ngorongoro-Krater sowie die Serengeti. Die Reise beinhaltet Vollverpflegung, Wäscheservice, englischsprachige Reiseleitung, Park- eintritte, den Flying-Doctor-Service sowie die Flüge ab/bis Deutschland.

Woodstock Revival

Über und über war der gemütliche „Magic Bus“, in psychedelisch anmutenden Farben bemalt und bewegte sich damals, im heißen Sommer des August 1969, nach Woodstock. Um genauer zu sein, nach Bethel auf die Wiese des Milchfarmers Max Yasgur. In der Nähe von New York City fand das legendäre gleichnamige Festival der Hippies statt. Der Magic Bus ist das Herzstück des Bethel Woods Museum, das Anfang April mit einer grandiosen Ausstellung neu eröffnet hat.

bethelwoodscenter.org/the-museum



Perlen im Pazifik

SURFEN mit Mantas, herzliche Insulaner und eine atemberaubende Vulkanlandschaft, die sich per Helikopter oder Kreuzfahrtschiff erkunden lässt: Die Südsee-Inseln haben mehr zu bieten als Strand und Meer.

Das Insel-Paradies der Südsee zählt zu den teuersten Destinationen für Urlauber. Die gut betuchte Kundschaft erwartet eine umfassende Beratung.

Text Iris Quirin

Bora Bora – schon der Name klingt exotisch, und wir haben Bilder von palmen gesäumten, schneeweißen Stränden, von feuerroten Sonnenuntergängen und saftig-grünen Bergen vor Augen. Viele Urlauber wollen einmal im Leben auf die Perle des Pazifik reisen, auch wenn sie bisweilen zu den teuersten Destinationen der Welt gehört. Entsprechend aufwendig ist die Beratung, die jedoch mit einer höheren Provision belohnt wird.

Vielfältiges Angebot

„Das Hauptreisemotiv ist der Honeymoon“, erklärt Robin Brückner, Leiter TUI Produktmanagement Nordamerika und Ozeanien. Viele Hotels bieten Hochzeiten an. Das St. Regis Resort Bora Bora zum Beispiel verfügt über eine Bridal-Boutique und ein eigenes Wedding-Planner-Team.

Aber auch wanderfreudige Best Ager, Taucher, Schnorchler und Walbeobachter kommen auf Fiji, Tonga, Samoa sowie den Cook- und Gesellschaftsinseln auf ihre Kosten. Jüngere Leute finden vereinzelt auch günstige Backpacker-Unterkünfte auf Fiji und Tahiti, Familien mit kleinerem Budget Zwei-Sterne-Bungalows auf den Cookinseln. „Junge Leute nutzen die Cookinseln häufig als Stopover während einer Weltreise mit dem Round-the-World Ticket“, erklärt Gunnell Burri, Group Head of Destination Oceania von FTI Touristik. Die beste Reisezeit ist von Mai bis Oktober bei Temperaturen zwischen 26 und 32 °C. Ein vielfältiges Angebot bieten Spezialisten wie Best of Travel Group, Hapag-Lloyd Kreuzfahrten, TUI, Explorer Fernreisen, FTI oder Gebeco mit maßgeschneiderten Privatreisen. „Wegen der langen Anreise sollten Counterprofis ihren Kunden zwei bis drei Wochen anbieten“, rät Carina Schomburg, Produktmanagerin Australien/Neuseeland von Explorer Fernreisen. Dann bleibt Zeit, mehrere Inseln zu erkunden. ■



BUCKELWALE lassen sich von Juli bis Oktober vor Fiji, Tonga und Samoa blicken. Wagemutige können mit ihnen schwimmen und dabei unvergessliche Unterwasserfotos schießen.



PALMENGESÄUMTE, weiße Strände, eine klare Unterwasserwelt mit bunten Korallen und unzählige Inseln der Südsee versprechen Erholung pur.



EIN ZEICHEN DER GÖTTER
An die 1.000 Moai (unten) stehen auf der zu Polynesien gehörenden Osterinsel zwischen Chile und Tahiti. Die Tuffsteinfiguren geben bis heute Rätsel auf.



RATEN SIE IHREN Kunden, sechs bis neun Monate im Voraus zu buchen. Die meisten Destinationen vergeben ein Visum bei der Einreise. Der Reisepass sollte sechs Monate nach Rückreise gültig sein. Die Kunden müssen auch ein Rückflugticket vorweisen. Malvine Roberth, Product Manager Australia PLUS Reisen, Member of Best of Travel Group, erstellt den Südsee-Katalog.

REIF FÜR DIE INSEL?

Diese vier Top-Destinationen sind perfekte Plätze zum Entschleunigen

1 FRANZÖSISCH POLYNESIEN
Tahiti, Moorea, Bora Bora und die kleineren Inseln Huahine, Rangiroa, Raiatea, Taha'a, Tetiaroa rangieren ganz oben auf der Wunschliste der Südseeurlauber. Tahiti ist die größte der 118 Inseln und Atolle des französischen Überseegebiets. Papeetes Faa'a Airport (PPT) erreicht man in 23 Flugstunden von Paris (CDG) aus. Fast täglich starten Direktflüge mit Air Tahiti Nui oder Air France.

2 COOKINSELN
Die 15 Inseln auf halbem Weg zwischen Hawaii und Neuseeland sind ideal fürs Inselhüpfen: Hier kann man in den Regenwäldern von Rarotonga wandern, in der Lagune von Aitutaki baden oder auf Atiu Vögel beobachten. Mit 26 °C ist es im Juni bis August angenehm warm und die beste Jahreszeit, Wale zu sehen.

3 FIJI-INSELN
Der Archipel besteht aus über 300 Inseln, von denen ein Drittel bewohnt ist. Bei Touristen beliebt sind die Hauptinsel Viti Levu sowie die Inselgruppen Mamanucas und Yasawas. Man erreicht sie in zehn Stunden von San Francisco, Los Angeles, Hongkong oder Singapur. Von Australien dauert es nur vier Stunden, so dass sich ein Abstecher von Down-Under lohnt.

4 TONGA
Das Königreich Tonga gehört zu Polynesien. Es liegt östlich von Fiji und zählt rund 170 Inseln. 40 davon sind bewohnt, darunter die Hauptinsel Tongatapu und die Inselgruppen Haapai und Vavau. Beliebt ist Tonga vor allem bei Seglern, Buckelwalbeobachtern (von Juli bis Oktober) und Höhlentauchern. Übrigens, die Einwohner werden Tongaer genannt. ■



ALTERNATIVE KREUZFAHRT
Bei jüngeren Abenteurern beliebt ist die Fahrt auf einem ausgebauten Frachter, der regelmäßig zwischen den Pazifikinseln pendelt.

AUF DEN SPUREN DER BOUNTY

Ob auf einem Schiff oder einem Katamaran – mit einer Kreuzfahrt können Urlauber die große Vielfalt der Südseeinseln entdecken.

Text Iris Quirin

Die Südsee, unendliche Weiten. Wir schreiben das Jahr 1787. Der britische Dreimaster Bounty ist auf dem Rückweg von Tahiti, um Stecklinge des Brotfruchtbaums zu den von einer Hungersnot geplagten Antillen zu bringen. Die Mission scheitert kläglich mit der legendenträchtigen Meuterei. Die genauen Vorgänge sind nicht eindeutig geklärt. Fakt ist, dass die rund 50 Nachfahren der Meuterer heute auf der 4,5 Quadratkilometer kleinen Südseeinsel Pitcairn leben und Gäste aus Übersee herzlich empfangen.

Eine Kreuzfahrt in die Südsee

Die felsige Insel 5.000 Kilometer östlich von Neuseeland und 5.400 westlich von Südamerika kann nur per Schiff angefahren werden. Sie ist ein ideales Ziel für eine Südseekreuzfahrt, zumal ein Stempel von Pitcairn im Reisepass sogar unter Weltenbummlern als Besonderheit gilt. Das entlegene Eiland ist heute eines der Ziele des modernisierten Frachtschiffs ARANUI 5. Von Papeete aus erreichen die rund 200 Passagiere in sechs Tagen ihr Ziel.

Anders als auf Kreuzfahrtschiffen ist die Atmosphäre an Bord des Frachters ungezwungen, Shorts und T-Shirt sind völlig in Ordnung. Wäh-



DIE SÜDSEE-INSULANER

gelten als sehr gastfreundlich und bereiten den Touristen immer einen herzlichen Empfang.

rend das Schiff seine Ladung auf den Inseln löscht, haben die Passagiere Zeit für Landgänge und können die Insulaner sowie ihre Kultur kennenlernen, Perlenfarmen besuchen, das lokale Kunsthandwerk bestaunen oder sich zum Beispiel im traditionellen Speerwerfen üben.

Besonders flexibel sind Cruise-Gäste bei Katamaran-Kreuzfahrten. Auch wer nicht segeln kann, kommt beim Buchen einer Kabine ans Ziel. Finanzkräftige Urlauber buchen eine Privatcharter und heuern gleich die gesamte Crew an. So müssen sie sich um nichts mehr kümmern – Seele baumeln lassen pur.

Feiner geht es auf den traditionellen Kreuzfahrtschiffen zu. Die EUROPA 2, die HANSEATIC nature und die MS Paul Gauguin laufen in den deutschen Wintermonaten die Inseln von Französisch Polynesien, die Marquesas, Fiji und Samoa an. Wer viel Zeit im Gepäck hat oder sich eine längere Auszeit gönnt, kann ausgewählte Inseln der Südsee während einer Weltreise etwa an Bord der MSC Poesia, der Sea Princess, Pacific Princess oder der Insignia erkunden. Wie die Seefahrer zu Zeiten der Bounty sind sie dabei monatelang unterwegs. ■

INSELHOPPING EINMAL ANDERS

Südsee-Kreuzfahrten gibt es in vielen Varianten: vier Beispiele.

MIT DEM FRACHTSCHIFF UNTERWEGS

Die ARANUI 5 startet ab Papeete/Tahiti und versorgt die Inseln bis zu den Marquesas mit lebenswichtigen Waren. Das Schiff ist in erster Linie ein Frachter und kein luxuriöses Kreuzfahrtschiff. Dennoch sind die Kabinen komfortabel und klimatisiert, anders als auf Kreuzfahrtschiffen ist formelle Kleidung nicht erforderlich. Die ARANUI 5 fährt unter französischer Flagge, alle Crewmitglieder sind Polynesier.

► Die Fahrten mit der ARANUI sind sehr beliebt, viele Reiseterrmine sind frühzeitig ausgebucht, teilweise schon zwölf Monate vor der Abreise. Es empfiehlt sich eine frühzeitige Buchung.

► Eine Sonderfahrt anlässlich des „Festival Marquesas“ findet am 14.12.2019 statt.

► explorer.de, aranui-5.de

MIT DEM KATAMARAN CRUISEN

Dream Yacht Charter hat in der Südsee rund zwei Dutzend Katamarane im Programm. Diese lassen sich entweder mit oder ohne Crew chartern, so dass keine Segelkenntnisse erforderlich sind.

Wer alleine unterwegs ist, sollte die Kabinencharter buchen. Hierbei teilt er sich den Katamaran mit einer Gruppe anderer und erhält wie auf einem Kreuzfahrtschiff eine Kabine mit eigenem Bad.

► Eine vier Tage lange Kreuzfahrt geht zum Beispiel von Raiatea bis Bora Bora.

► dreamyachtcharter.de/destination/tahiti-2/

► Auch Vanira Cruise bietet viertägige Katamaran-Kreuzfahrten auf den Gesellschaftsinseln an.

► botg.de/kreuzfahrten/suedsee

MIT DEM KLASSISCHEN KREUZFAHRTSCHIFF

Von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten sind die HANSEATIC nature und die EUROPA 2 in der Südsee unterwegs, die Routen zwischen 14 und 24 Tagen fahren.

► Die HANSEATIC nature kreuzt etwa vom 10.11.2020 bis 25.11.2020 von Fiji über Samoa sowie den Cookinseln nach Tahiti
► hl-cruises.de/reise-finden/NAT2021

► Die EUROPA 2 fährt vom 04.11.2020 bis 20.11.2020 von Colón durch den Panamakanal über die Marquesasinseln, Rangiroa und Moorea nach Tahiti

► <https://www.hl-cruises.de/reise-finden/EUX2028>

► Die MS Paul Gauguin startet ab Tahiti und besucht Huahine, Tahaa, Motu Mahana, Bora Bora und Moorea.

► botg.de/kreuzfahrten/suedsee/

TEILSTÜCK EINER WELTREISE

Die Reederei MSC Kreuzfahrten lässt die MSC Poesia als Teil der 119-tägigen Weltreise (Start und Ziel: Genua) Suva, Fiji und Papua Neuguinea anlaufen.

► Die Sea Princess der Reederei Princess Cruises startet ihre 107-tägige Weltreise im australischen Brisbane und hat die Osterinsel, Tahiti und Bora Bora auf dem Programm.

► Die Pacific Princess (Start und Ziel: Fort Lauderdale) läuft Rangiroa und Tahiti an.

► Die Insignia der Reederei Ocean Cruises (166 Tage, von Los Angeles bis New York) hat die Marquesas, Tahiti, Bora Bora, Pago Pago (Amerikanisch-Samoa) und Fiji als Südseeziele.

► dreamlines.de/kreuzfahrten/weltreise

► <http://bit.ly/msc-weltreise>

KOLLEGEN FINDER!

Suchen Sie neue Mitarbeiter und Kollegen für Ihr Reisbüro? Nutzen Sie den Online-Stellenmarkt. Rufen Sie an: 06136.408 20 08, oder schreiben eine E-Mail: touristikjobs@trvlcounter.de

TRVL COUNTER
Das Portal für Reiseprofis

vdt Vertrieb Touristik

CUT ZU WISSEN

TRVL Counter hat sich in der Südsee auf die Schatzsuche nach Wissenswertem begeben.

ZEITREISE AN DER DATUMSGRENZE

Die kleine Fidschi-Insel Taveuni liegt genau auf dem 180. Längengrad. Ein Datumsgrenzstein markiert die Stelle, an der man mit einem Bein im Heute steht und mit dem anderen im Gestern.

ZWEITGRÖSSTES KORALLENRIFF DER WELT

Das 1.500 Kilometer lange Korallenriff in Neukaledonien ist das zweitgrößte der Welt. Es umschließt die Hauptinsel Grande Terre, die südlich davon gelegene Île des Pins und weitere kleinere Inseln, zusammen sind es rund 24.000 Quadratkilometer.



KÖNIG VON TONGA

König Taufaahau Tupou IV, der Großvater des aktuellen Königs von Tonga, Tupou VI., galt mit 209 Kilo als dickster König der Welt. Er starb 2006 im Alter von 88 Jahren.

KAVA-KAVA IST DAS NATIONALGETRÄNK FIJIS

Kava-Kava, auch Rauschpfeffer genannt, wird bei religiösen und kulturellen Anlässen getrunken. Das Getränk beruhigt und hellt die Stimmung auf.



WO LIEGT DIE SÜDSEE?

„MAR DEL SUR“ NANNT DER SPANISCHE EROBERER VASCO NÚÑEZ DE BALBOA DEN SÜDPAZIFIK, DEN ER WOHL ALS ERSTER EUROPÄER 1513 BE-REISTE. DIE SÜDSEE ERSTRECKT SICH SÜDLICH DES ÄQUATORS BIS ZUM SÜDPOLARMEER AM 60. SÜDLICHEN BREITENGRAD. ZU DEN BEKANNTES-TEN DESTINATIONEN ZÄHLEN DIE GESELLSCHAFTSINSELN, DER SAMOA-ARCHIPEL SOWIE DIE COOK- UND FIJI-INSELN.

PAUL GAUGUIN

Der französische Maler lebte von 1891 bis 1895 auf Tahiti. Mit seinen farbenfrohen Gemälden der Südsee-Schönheiten und -Landschaften bereitete er den Weg des Expressionismus.

MEUTEREI AUF DER BOUNTY

Die Nachfahren der Meuterer auf der Bounty (1789) leben heute auf Pitcairn, der Hauptinsel der gleichnamigen Inselgruppe. Sie ist die letzte britische Kolonie im Pazifik.



DREI TIPPS VON:

GUNNEL BURRI

Die Group Head of Destination Oceania von FTI Touristik weiß, was Reisebüroprofis bei der Beratung beachten müssen.

1. Achtung, Datumsgrenze.

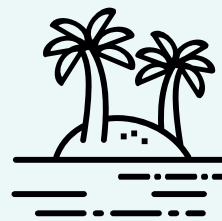
Bei der Datumsgrenze gilt es zu beachten, dass Urlauber bei der Anreise von Neuseeland und Australien einen Tag gewinnen. Bei einem Flug ab den Cookinseln nach Australien oder Neuseeland „verliert“ man wiederum einen Tag.

2. Genügend Zeit einplanen.

Südseedestinationen sollten nicht nur als kurzer Badestopp für eine Australien- oder Neuseeland-Reise geplant werden. Das richtige Südseefeeling erleben die Urlauber erst beim Besuch von mehreren Inseln, und dafür benötigen sie Zeit. Fürs Inselhüpfen empfehle ich acht bis zehn Tage.

3. Hier können sich Expis informieren und weiterbilden.

Die Website von South Pacific Specialist bietet gute Schulungen (<http://southpacificspecialist.org/cook-islands>) an. Spezielle E-Learnings für Expis bieten Fidschi (<https://matai.fiji.travel>) und Französisch Polynesien (<http://www.tiaretahitiprogram.com>.)



DAS INSELGLÜCK MOTU

Das tahitianische Wort Motu bezeichnet ein kleines, oft unbewohntes Inselchen innerhalb einer Lagune.

POLYGLOTTES VANUATU

Rund 110 Sprachen werden auf der zu Melanesien zählenden Inselgruppe mit gleich zwei aktiven Vulkanen (Mount Yasur auf der Insel Tanna und Lombenben auf Ambae) gesprochen.

Fotos und Illustrationen: Grégory Lecoueur(1), Marc Gerard(1)@Tahiti Tourisme(3), Chris McLennan(1), Mark Snyder(1)@Fiji Travel; iStockphoto(3); Aranui Cruises; Plus Reisen; FTI; The Noun Project(2)



This is what we call a happy stop over!

Come to the place where a morning walk is taken along a white sand beach, and exercise is rolling a paddle through crystal clear waters. It's not hard to see why Fijians are such happy people, and it's not hard to be just as happy as they are.



www.matai.fiji.travel/de

www.fiji.travel



STARKE FRAUEN

WOMEN OF ARUGAM BAY...

... nennt Maxwell Gifted seine Aufnahme, mit der der Sport- und Surf-Fotograf aus Mauritius den diesjährigen Sony World Photography Award gewann. Es zeigt Mitglieder des ersten Frauen-Surfclubs von Sri Lanka im traditionellen Sari-Kleid. Dass Frauen surfen und sich als Verein zusammenschließen ist im Südosten des Landes eine echte Sensation, denn hier herrscht ein streng patriarchalisches System. „In diesem Teil der Insel sieht man normalerweise keine Frauen, die Tuktuk fahren oder mit einem Surfbrett unterm Arm an den Strand gehen“, erklärt Gifted. „Mit diesem Foto wollte ich die Regeln ändern und zeigen, wie mutig und stark diese Frauen sind“, sagt er. Der im August 2018 gegründete Verein zählt zwölf Surferinnen, die zwischen 13 und 44 Jahre alt sind. Das Bild hat der Fotograf in Pottuvil in einer muslimisch geprägten Gegend aufgenommen. „Diese Frauen haben eine schwierige Vergangenheit hinter sich, aber nun eine Tür in die Zukunft geöffnet. Damit haben sie den Weg für eine ihnen nachfolgende Generation willensstarker Mädchen geebnet.“

www.facebook.com/abaygirlssurfclub/
<https://youtu.be/cxpuZ8kUXvQ>



NEUE WEGE ZU ALTEN STÄTTEN

Die uralten Rituale der Mönche in Sri Lanka kennenlernen oder das postmoderne Louvre-Museum in der Wüste von Abu Dhabi bestaunen – Studienreisenanbieter fahren ein vielfältiges Angebot an ausgefallenen Zielen und Programmen auf. Das kommt vor allem bei jungen Bildungsurlaubern gut an.

Text Jean-Marc Göttert

Lange Jahre galt die Studienreise als Domäne des älteren Bildungsbürgers. Fachlich qualifizierte Reiseleiter erklärten historische, archäologische, zoologische oder naturwissenschaftliche Zusammenhänge direkt am Ort des Geschehens. Diese Form der Reise war häufig genauso trocken wie die Wüstenregion um die Cheops-Pyramide, in die sie führte. Etwas abwertend wurden Studienreisende gerne früher auch als „Trümmertouristen“ bezeichnet.

Heute sieht eine moderne Studienreise – inzwischen mit Erlebnis- und Aktivelementen gespickt – längst anders aus: Führende Anbieter wie Studiosus, Gebeco, Dr. Tigges oder Chamäleon legen jährlich Hunderte von Touren auf. Es gibt kaum noch weiße Flecken auf dem Globus, die deutsche Touristen samt Reiseleitung noch nicht erkundet haben. Allerdings widmen sie sich mindestens genauso stark der Gegenwart des bereisten Landes, also den Menschen und

LUKRATIVE NISCHEN

Unter mindestens fünf-tägigen Urlaubstouren machen Studienreisen nur rund vier Prozent aus. Dennoch generieren sie rund eine Milliarde Euro Umsatz pro Jahr, etwa die Hälfte davon über Veranstalter.

ihren Lebensgewohnheiten, wie den klassischen Highlights von einst. Zum Kern einer Studienreise zählt aber nach wie vor der kompetente und ausgebildete Reiseleiter.

Das verjüngte Programm zieht natürlich auch ein junges Publikum an. Der Trend geht zu kürzeren Reisen, die meist nur noch zwei Wochen dauern. Sie werden auch abwechslungsreicher und der Aktivurlaub rückt in den Vordergrund. Der „Lehrstoff“ wird eingebettet in eine Wander-, Abenteuer- oder Entdeckungsreise. „Es geht um die Idee, etwas zu erleben, das nicht wiederholbar ist“, glaubt Peter Wippermann vom Trendbüro Hamburg. Authentische Begegnungen mit Menschen aus dem Land sind genauso wichtig wie antike Kulturstätten. „Man ist als Tourist unterwegs, will aber auf keinen Fall so aussehen“, erklärt der Forscher. Es ist schlicht der Wunsch, weniger Tourist zu sein und in fremde Kulturen einzutauchen – wenn auch für begrenzte Zeit. ■

DIE PRACHT DES
EHMALIGEN BYZANZ
Besucher der Hagia Sophia in
Istanbul können die riesige Kup-
pel bestaunen, dessen mächtiges
Stützsystem aufwendig dekoriert
wurde. Für Studienreisende
zählt der Besuch in Eminönü,
einem Stadtteil im europäischen
Teil Istanbuls, seit Jahren zum
Pflichtprogramm



REISEN, DIE MENSCHEN VERBINDEN Die alte Singer-Nähmaschine der Herero-Frau aus Namibia ruckelt. Da setzt sich ein Urlauber hin und schaut nach, wo es hakt – eine kleine Geste, die Kulturen und Menschen zusammenbringt

AUF TUCHFÜHLUNG GEHEN

Viele exotische Orte der Erde gehören heute zum touristischen Standardprogramm. Studienreisenanbieter müssen da schon mehr bieten. Ein Streifzug durchs Programm.

1 STUDIOSUS

Arabischer Aufschwung Für Marokko, Tunesien und Ägypten sind die Buchungszahlen stark gestiegen. Auch Jordanien, die Vereinigten Arabischen Emirate und der Oman liegen in der Gunst der Urlauber vorn. Ebenfalls im Trend: Japan, Vietnam, Laos, Kambodscha sowie Usbekistan.

Die Kataloge „Südeuropa 2019“ sowie „Mittel-, Nord- und Osteuropa 2019“ bieten Reisen durch mehr als 30 europäische Länder. Der neue Katalog „Wander Studienreisen 2019“ fasst alle Angebote für Aktivurlauber zusammen.

studiosus.com

2 GEBECO

Ausbau der Aktivreisen Gefragt sind Italien, Südafrika, Spanien, Indien und Vietnam. Stark zugelegt hat auch Japan: Hier haben sich die Teilnehmerzahlen verdoppelt. Überraschend hoch sind die Zuwächse in Israel.

Neu sind die Gebeco Privatreisen in die Südsee. Die Reisenden bestimmen unter anderem den Abreise-Zeitpunkt und das Reisetempo selbst.

Sondergruppen-Katalog mit rund 150 Reisen für Firmen und Verbände. 51 neue Reisen, mehr Städtereisen, vier Reisen in den Oman sowie acht Wanderreisen.

gebeco.de

3 CHAMÄLEON

Mehr Nachhaltigkeit Bietet mehr als 100 Reisen in 46 Länder weltweit in Gruppen bis zu 12 Teilnehmern. Nachhaltigkeit ist sehr wichtig und wird aktiv umgesetzt durch ein 100-Quadratmeter-Regenwald-Geschenk für jeden Reisegast.

Der aktuelle, über 430-Seiten dicke Katalog kommt samt DVD mit sechs Länderfilmen, darunter „Südliches Afrika“, daher.

Neben Tansania à la Carte gibt es die Reisen in Kleingruppen bis zu zwölf Teilnehmern oder auch Mini-Gruppen mit maximal sechs Teilnehmern.

chamaeleon-reisen.de

4 DR. TIGGES

Klassische Reisen

Rund 150 spezielle Dr. Tigges Studienreisen der klassischen Bildungsart beinhaltet die Gebeco Reisewelt. Im Mittelpunkt des Themenjahrs 2019 stehen die Kulinarik und die kulturelle Bedeutung, die hinter Speisen stehen. Inzwischen sind die renommierten Dr. Tigges Studienreisen modernisiert und verjüngt worden.

Wer die Dr. Tigges Studienreisen bucht, will das Reiseland umfassender kennenlernen und tief in die Kultur vor Ort eintauchen. Im Fokus: Geschichte, Tradition und kulturelles Erbe.

gebeco.de

5 WIKINGER

Der Trekkingspezialist

Wikinger Reisen ist Marktführer für Wander- und Radurlaube mit geführten und individuellen Touren. Im Fokus stehen Wanderstudienreisen, Trekking und Radtouren. Zum 50. Geburtstag bringt Wikinger einen „Magalog“ mit elf speziellen Jubiläumstrips heraus.

Im Oktober geht es mit Bus und Dachzelt durch Marokko im Stil der 70er Jahre. Im November werden Chiles Wanderinseln erkundet. Im September wird auf Mallorca, Menorca, Ibiza und Formentera geradelt.

wikinger-reisen.de

6 MARCO POLO

Die Preiswertmarke

Marco Polo gilt als Spezialist für günstige Erlebnis- und Entdeckerreisen für junge Urlauber. Die Marke gehört zu Studiosus.

Das aktuelle Programm umfasst 200 Routen, davon 40 neue, in rund 80 Ländern. Mit dem Entdecker-Highlight „Marco Polo Live“ sind die Gäste bei speziellen Ereignissen dabei und machen selbst mit, etwa bei der Tee-Ernte in Sri Lanka oder beim Tangotanz in Buenos Aires.

Young Line Travel ist für 20- bis 35-jährige Reisende ausgelegt. Rund 80 Prozent der Urlauber sind Singles oder Alleinreisende.

marco-polo-reisen.com



MYSTISCHE BEGEGNUNGEN Sadhus, die Wandermönche Indiens (oben), wollen durch Buße und asketischen Lebensstil göttliche Erleuchtung erlangen. Am anderen Ende der Welt in Zentralmexiko sind die Räume des Dominikanerkloster von Cuilapan (unten) für die Öffentlichkeit zugänglich. Hier erfährt man viel über das Leben der ersten Missionare im Vizekönigreich Neuspanien im 15. Jahrhundert.

„DEUTLICH ZUGELECT“

Studienreisen in die arabische Welt und nach Nahost sind bei den Deutschen so beliebt wie schon lange nicht. Fragen an Studiosus-Chef Peter-Mario Kubsch

Herr Kubsch, die Zahlen zeigen, dass die Kultururlauber in die Länder der arabischen Welt wieder zurückkehren. Wie sieht es beim Marktführer Studiosus aktuell aus?

Die touristische Nachfrage gewinnt deutlich an Fahrt, und der Aufschwung hat viele Länder erfasst. So sind bei uns für Marokko, Tunesien und Ägypten die Buchungszahlen stark gestiegen. Auch Jordanien, die Vereinigten Arabischen Emirate und der Oman haben in der Gunst unserer Gäste deutlich zugelegt. Wir sind also auf einem guten Weg, aber bis zu den früheren Höchstständen ist es noch ein gutes Stück.

Können Sie uns genauere Zahlen nennen?

In Ägypten und Jordanien liegen wir derzeit dreistellig im Plus, in Marokko und im Oman können wir uns über ein zweistelliges Plus freuen. Die Zahlen gelten immer für die gesamte Studiosus-Gruppe mit den Veranstaltermarken Studiosus und Marco Polo.

Das ist erfreulich für die Anbieter. Gilt das auch zum Beispiel für Israel?

Ja, auch die Nachfrage nach Israel – einem Studienreisenziel par excellence – ist deutlich gestiegen. Hier schreiben wir aktuell ein hohes zweistelliges Plus im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Der Nachfrage sind wir mit mehreren Zusatzterminen nachgekommen und haben unser Angebot für 2019 mit drei neuen Reisen ausgeweitet.

Ein wesentlicher Baustein des Erfolgs sind sicher die Schulungen für Reisebüros. Wie sieht der Stand aktuell aus?

Für die Verkaufsförderung tun wir in der Tat jedes Jahr sehr viel. In 2018 hatten wir rund 100 Präsenzschulungen mit mehr als 4.000 Teilnehmern. An unseren Fernschulungen haben rund 5.000 Reisebüroprofis teilgenommen. Und wir unterstützen den Vertrieb gezielt mit Kundenveranstaltungen, die wir gemeinsam mit den Reisebüros durchführen. Damit haben wir 2018 insgesamt 3.000 Gäste erreicht. ■



PETER-MARIO KUBSCH, GESCHÄFTSFÜHRER VON STUDIOSUS

Nach dem BWL-Studium in München tritt Kubsch 1983 als Diplom-Kaufmann in das Unternehmen seines Vaters Werner Kubsch ein, dem Gründer von Studiosus. Seit 1987 ist er Geschäftsführender Gesellschafter.

TRAUMJOB GLÜCKSFÄNGER

Riesige Flamingo-Schwärme, Elefanten am Wasserloch und Massai-Krieger beim traditionellen Springtanz – Reisefilme und Kurzvideos wecken unsere Sehnsucht und helfen natürlich im Verkauf. Wie entstehen die Bilder, die bewegen?

Text Jean-Marc Göttert

Mit einem laut vernehmbaren Brummen hebt die Kameradrohne vom Boden ab und bewegt sich zielstrebig über die afrikanische Savanne. Am Boden versucht Alexander Sass, das fliegende Auge zu steuern, aber nach wenigen Minuten dreht das Fluggerät unvermutet ab und landet unsanft in der Baumkrone eines Baobabs. Gelächter bricht bei den umstehenden Massai-Kindern aus.

„Das liegt bestimmt an der Hitze und dem Staub hier“, murmelt Sass und macht sich auf den Weg zur Rettung der Elektronik. Hier in einem

Massai-Dorf in Tansania dreht der Berliner spektakuläre Filme über die afrikanische Savanne unter anderem mit der fliegenden Kamera. Zusammen mit einem Assistenten ist er im Auftrag des Reiseveranstalters Chamäleon unterwegs. Drei Wochen ziehen sie durchs Land, besuchen die Massai-Krieger, die als Halbnomaden das Land bewirtschaften, begleiten eine Reisegruppe zum Ngorongoro-Krater am Rande der Serengeti und übernachten in der weltberühmten Hatari-Lodge im Norden. Immer dabei: Stativ, Videokamera und Drohne. Am Ende der Reise entstehen Länderporträts, kurze Trailer

ELEFANTEN in freier Wildbahn darf man nicht zu nahe kommen. Aber Filmprofi Alexander Sass weiß genau, was er macht. In der Serengeti begleitet er eine Reisegruppe, die abends dem Treiben der Herde fasziniert zuschaut.

und Werbeclips für den mittelständischen Veranstalter – ein Traumjob. In der Regel benötigt der Profi rund drei Wochen Dreharbeit vor Ort und zwei bis drei Monate nachträglich im Schnittraum, um die Bilder von Wasserbüffeln, Elefanten, Flamingo-Schwärmen und eben auch Massai-Kriegern in Form zu bringen. Sass dreht keine herkömmlichen Dokumentationen, er ist so etwas wie ein Glücksfänger: „Wir wollen nicht durch die Brille des Zaungastes schauen“, erklärt er das Konzept. „Wir zeigen das Land mit dem Herzen. Ich filme Erlebnisse aus der Nähe, zeige die Faszination des Landes und der Menschen, einfach Augenblicke voller Glück.“

Seit zwölf Jahren produziert der Veranstalter diese ungewöhnliche Art von Werbefilmen über Afrika, Südostasien und Lateinamerika. Chamäleon-Chef Ingo Lies will in erster Linie Lust aufs Reisen machen und stellt seine Filme auch auf Kanälen wie YouTube oder ExpiTV zur Verfügung. Reisebüros können das Material umsonst nutzen. Und längst hat sich die DVD, die Chamäleon jedes Jahr seinen Katalogen beilegt, als Markenzeichen etabliert. Bei Bedarf können Reisebüros die Kollektion samt Booklet für sich und ihre Kunden bestellen. „Damit unterstützen wir die Counterprofis im Verkauf“, sagt Lies.

Inzwischen ist Glücksfänger Alexander Sass wieder aufgebrochen, dieses Mal geht es nach Sri Lanka, Nepal und Indien. Da gibt es zumindest keine Baobabs, wenn er seine Drohne steigen lässt. Aber bestimmt viele Glücksmomente. ■

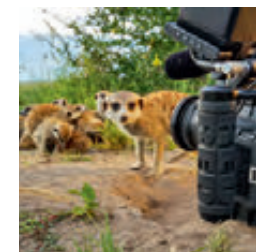
expitv

VIDEOS FÜR EXPIS
Das erste Streamingportal für Reisebüroprofis:
expi.tv/de

💡 Tipp Tansania:
expi.tv/de/video/71

DIE BESONDEREN MOMENTE

Keramann Alexander Sass produziert die Videos



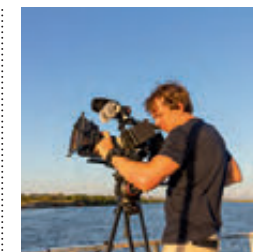
VON DER IDEE BIS ZUR UMSETZUNG

Am Anfang gibt es nur eine Idee – und ein Ziel. Danach wird ein Konzept erarbeitet, das aber vor Ort immer wieder angepasst wird. Sass und sein Assistent verreisen mit Unmengen an Ausrüstung, das ein kleines Vermögen kostet.



VIEL ARBEIT IM SCHNITTRAUM

Sass begleitet die Reisen, die vor Ort den Alltag der Menschen kennenlernen. Immer dabei: Die Digitalausrüstung mit Ton. Sein Film über Tansania („Ein Traum von Afrika“) wurde bis heute 163.803 Mal im Chamäleon-Kanal bei YouTube aufgerufen.



DIE FILME LAUFEN IMMER ONLINE

Wenn ein Video neu ist, wird es vom Veranstalter anfangs mehr beworben und dadurch von den Kunden häufiger geklickt. Wer jedoch den Kanal bei YouTube oder bei ExpiTV abonniert, erfährt sofort, wenn Videos und Clips frisch online gehen.

Gebeco
LÄNDER ERLEBEN

Jetzt
Termine bis
April 2020
buchen!

MENSCHEN VERBINDEN

Ganz nah dran an Menschen und Kulturen:

Überwältigende Momente und einzigartige Begegnungen weltweit auf allen Studien- und Erlebnisreisen mit Gebeco.

Und was dürfen wir für Sie tun?
Verkaufsförderung im Gebeco Extranet oder unter Telefon 0431 5446619 und E-Mail vertrieb@gebeco.de

BIS ANS ENDE WELT: Zwischen mächtigen Anden und rauer Pazifikküste erstreckt sich das schmalste Land der Welt. In Kleingruppen entdecken Marco Polo Reisende Chiles Süden mit seinen schneebedeckten Berggipfeln und endlose Weiten in Patagonien.

VON SINGLEREISEN BIS ÖKO

Kleine Gruppen, individuelles Programm, nachhaltiges Reisen – die Studienreisenanbieter passen sich den Kundenwünschen immer mehr an. Die Trends für 2019.

Text Jean-Marc Göttert

Mehr Länder, mehr Städte, mehr Aktivreisen – die klassischen Anbieter von Studien- und Erlebnisreisen bringen jedes Jahr einen bunten Strauß an Reise-Angeboten auf den Markt. Bei so viel Auswahl können meist nur Profis wie Nadine Hell vom City Reisebüro in Waldmohr den Überblick behalten. Vor Jahren hat ihr Vater Udo Hell die Website Studienreisen.de ins Leben gerufen. Für 2019 sieht sie drei wichtige Trends:

♦ **Individualprogramme:** Immer weniger Urlauber wollen sich in ein durchgetaktetes Besichtigungsprogramm zwängen lassen. Fast alle Reiseanbieter bieten zwei oder drei spontane und vor Ort buchbare Alternativen pro Tag an. Gäste können auf eigene Faust durch die Stadt bummeln oder ein paar Stunden ausspannen.

♦ **Kleinere Gruppen:** Die Nachfrage geht zu Kleingruppen mit sechs bis zwölf Teilnehmern. Privatreisen mit Reiseleiter ist die Steigerung des Individualangebots. Singlereisen sind im Trend.

♦ **Nachhaltigkeit gefragt:** Gäste wollen zunehmend soziale Projekte unterstützen und so die Lebensumstände der Bewohner verbessern. Nachhaltiges Reisen wird immer wichtiger.



UDO HELL

„Dem Kunden ist es egal, ob seine Reise Studienreise heißt.“

Udo Hell, Gründer der Website Studienreisen.de



AUF AUGENHÖHE: Die Welt mit anderen Augen sehen lautet eine Devise bei Chamäleon. Reisende können in den Alltag der Ureinwohner Namibias eintauchen. Die Mafwe leben im Norden und besitzen einzigartiges Wissen über Pflanzen und Tiere.



TIEF IN DEN DSCHUNGEL: In Sri Lanka, Brasilien oder auf Borneo erkunden Gebeco Gäste gemeinsam mit ausgebildeten Reiseleitern die tropischen Regenwälder.



SALZLANDSCHAFT: In 28 Tagen führt Studiosus durch die Naturwunder Südamerikas, wie hier in der endlosen Weite des Salzsees bei Uyuni, Bolivien. Vor rund 40.000 Jahren gab es dort eine Seengebiet, das über die Zeit vollkommen austrocknete.

Fotos: Katrin Giebe, Karl-Heinz Sassi(2), Alexander Sassi(2), Alexander von Alten@Chamäleon; Studiosos(6); iStockphoto(4)

smart & small: Auszeit mit Kultur

- ▶ Kleine Gruppe: Unterwegs mit maximal 15 Gästen
- ▶ Charmante Hotels mit besonderem Flair
- ▶ Begegnungen mit Land und Leuten
- ▶ Entspanntes Programm – viel Freizeit
- ▶ Rundum-sorglos-Paket mit erstklassigen Studiosus-Reiseleitern

Studiosus
smart & small

LUXUS UNTER HELLAS SONNE

Griechenland liegt auf Platz fünf der zehn beliebtesten Urlaubsziele der Deutschen. Luxusfans finden heute eine große Auswahl an modernen Hotels mit eindrucksvoller Architektur und hochklassigem Service. Ein Überblick der Neuheiten

Text Jean-Marc Göttert Mitarbeit Iris Quirin

TRAUMHAFTE BUCHTEN

Korfu ist die zweitgrößte der Ionischen Inseln und seit Jahren Treffpunkt des Jetsets.



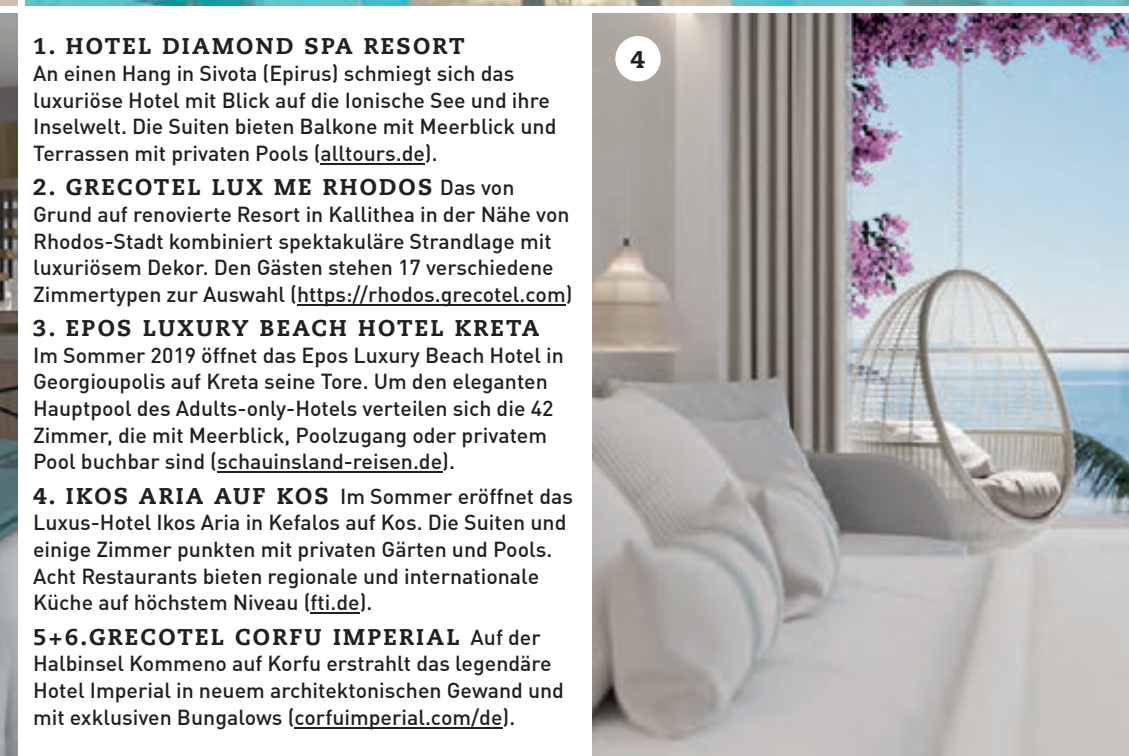
1



2



3



4

1. HOTEL DIAMOND SPA RESORT

An einen Hang in Sivota (Epirus) schmiegt sich das luxuriöse Hotel mit Blick auf die Ionische See und ihre Inselwelt. Die Suiten bieten Balkone mit Meerblick und Terrassen mit privaten Pools (alltours.de).

2. **GRECOTEL LUX ME RHODOS** Das von Grund auf renovierte Resort in Kallithea in der Nähe von Rhodos-Stadt kombiniert spektakuläre Strandlage mit luxuriösem Dekor. Den Gästen stehen 17 verschiedene Zimmertypen zur Auswahl (<https://rhodos.grecotel.com>)

3. EPOS LUXURY BEACH HOTEL KRETA

Im Sommer 2019 öffnet das Epos Luxury Beach Hotel in Georgioupolis auf Kreta seine Tore. Um den eleganten Hauptpool des Adults-only-Hotels verteilen sich die 42 Zimmer, die mit Meerblick, Poolzugang oder privatem Pool buchbar sind (schauinsland-reisen.de).

4. **IKOS ARIA AUF KOS** Im Sommer eröffnet das Luxus-Hotel Ikos Aria in Kefalos auf Kos. Die Suiten und einige Zimmer punkten mit privaten Gärten und Pools. Acht Restaurants bieten regionale und internationale Küche auf höchstem Niveau (fti.de).

5+6. **GRECOTEL CORFU IMPERIAL** Auf der Halbinsel Kommeno auf Korfu erstrahlt das legendäre Hotel Imperial in neuem architektonischen Gewand und mit exklusiven Bungalows (corfuimperial.com/de).



5



6

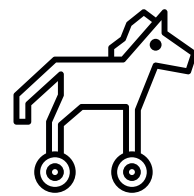
BLAUE OASE MIT PALMEN

Mykonos ist vielleicht die kosmopolitischste Insel in der Ägäis und häufig frequentiert von der High Society. Die Inselbungalows und privaten Villen des Mykonos Blu liegen an einer kleinen Klippe mit Blick über den weltberühmten Strand von Psarou.

Mit Griechenland ist das so eine Krux: Geht es den beiden Konkurrenten Türkei und Ägypten schlecht, können die Griechen auf satte Zuwächse hoffen. So geschehen in 2018, als die Urlauber dem Land einen zweistelligen Gästezuwachs bescherten.

Seit Jahrzehnten zählt Griechenland zu den beliebtesten Reisezielen der Deutschen. Besonders oft besuchen sie die vorgelagerten Inseln Mykonos, Kreta, Rhodos, Korfu, Kos und Zakynthos mit ihren traumhaften Buchten und spektakulären Blicken auf die Ägäis. Die Veranstalter reagieren mit mehr Flügen, neuen Hotels und ausgefeilten Konzepten. Der Trend geht klar weg vom Billig-Sektor hin zu Luxus. Das zeigt sich an vielen spektakulären Neueröffnungen in aufwendiger Architektur und mit neuartigen Zimmertypen, etwa 40 Quadratmeter große Suiten oder Räume mit Privatpool.

Doch in diesem Jahr wollen die Urlauber nicht so recht. Ein Grund: Die Türkei kehrt zu alter Stärke zurück. Vor allem preissensible Kunden haben wieder Vertrauen gefasst und fast alle Veranstalter gehen von einem satten Plus für Ziele am Bosphorus aus.



INVESTITION IN DEN LUXUS

Satte 42 Mio. Euro hat Branchenführer Grecotel 2018 für den Ausbau und die Renovierung seiner 32 Anlagen investiert. Viel Geld fließt in Wellness- und Spa-Einrichtungen.

Die Griechen wollen dennoch ihr Angebot ausbauen und vor allem gutbetuchte Luxusurlauber ansprechen. Griechenland-Spezialist Attika Reisen erweitert sein Portfolio um 23 Häuser und bietet aktuell rund 500 Hotels dort an. Neu im Programm ist das Fünf-Sterne-Luxushotel Ikoas Aria, das im Sommer auf Kos eröffnet wird. Auch das kleine und feine Boutique-Hotel 18 Grapes (fünf Sterne) kommt auf der Insel Naxos in diesem Sommer hinzu.

Platzhirsch Grecotel, mit 32 Resort-Hotels die größte Hotelkette des Landes, setzt verstärkt auf den Luxustrend. Eigentlich nicht neu, denn bereits vor 40 Jahren legte Nikos Daskalantonakis mit der Eröffnung des ersten Luxushotels auf Kreta den Grundstein für die größte Hotelkette des Landes. 2018 wurden gleich fünf Hotels frisch herausgeputzt, darunter das Grecotel LUX ME Rhodos und das Grecotel Corfu Imperial.

Der einzige ernstzunehmende Konkurrent, die Hotelkette Mitsis, baut ebenfalls sein Portfolio aus. Die von Konstantinos Mitsis gegründete Hotelkette umfasst mittlerweile 20 Häuser auf Kos, Rhodos und Kreta. ■

GRIECHENLAND LOCKT MIT VIELFALT

Die großen Veranstalter und Spezialisten wollen ihre Kunden mit Komfort, Luxus und Top-Lage überzeugen.



FTI – MEHR LUXUS

Der Veranstalter rüstet auf und startet Mitte April von sieben Flughäfen in Deutschland nach Korfu. Auf Kreta und Kos baut FTI sein Programm im Luxus-segment aus. So wurde das Sea Side Resort & Spa im kretischen Agia Pelagia neu aufgenommen, im Sommer 2019 öffnet das Ikos Aria auf Kos.

Das Ikos Aria erstreckt sich direkt am Sandstrand von Kefalos, die 370 Suiten sind auf über 20 Hektar untergebracht.



ALLTOURS BAUT AUS

Der Veranstalter baut sein Angebot für 2019 um rund 13 Prozent auf 731 Hotels aus. Auf Kreta kommen 20 Anlagen hinzu, unter anderem das eigene Allsun-Hotel am Strand von Malia. Neu im Programm sind die Insel Kefalonia und die Zielflughäfen Araxos sowie Kalamata auf dem Peloponnes.

Das Vier-Sterne-Hotel Carolina Mare liegt an der Nordküste Kretas. Buchungen für Allsun sind 2018 um 20 Prozent gestiegen.



THOMAS COOK MARKE

Thomas Cook wird im Mai 2019 das erste Haus der Lifestyle-Marke Casa Cook in Chania auf Kreta eröffnen. Eine Anlage der Marke Cook's Club kommt in Tigaki auf Kos hinzu. Ebenfalls an den Start geht das Sunconnect Cyprotel Faliraki.

Die neue Anlage Casa Cook auf Kreta überzeugt mit tropisch-mediterranem Beach-Style, großem Fitness-Bereich sowie großzügigem Yoga-Pavillon. Zielgruppe sind Familien.



SCHAUINSLAND EXKLUSIV

Schauinsland-reisen startet im Sommer 2019 mit dem Epos Luxury Beach Hotel auf Kreta. Mit 42 Zimmern dürfte es eines der besten Adults-only-Hotels auf der Insel sein. Ruhe und Entspannung verspricht auch das neu erbaute Ferienhotel White Dreams Resort auf Rhodos.

Gäste genießen im Epos Luxury Beach einen traumhaften Blick auf die Küste von Georgiopolis und auf das Lefka Ori Gebirge von der Rooftop Bar.



SuneoClub – THE SUNNY WAY TO HOLIDAY

Urlaub im SuneoClub bietet viel und kostet wenig. Der perfekte All Inclusive Urlaub für preisbewusste Familien, Paare und Freunde.

Top Verkaufsargumente

- modernes, helles Design
- All Inclusive WorldCuisine
- internationales 3-4* Konzept für Sparfüchse
- Kinderspielzimmer SuneoPlay
- abwechslungsreiches Entertainment & Sportprogramm



KLEINES INSELGLÜCK

Jenseits der Großinseln können Urlauber den ursprünglichen Charme des Landes entdecken.

Auf Kreta ist immer Verlass. Nach wie vor ist die Insel ein Buchungsgarant. Doch inzwischen wollen Reisende mehr als das übliche Trio Kreta, Rhodos und Kos. Immer mehr Urlauber wollen die kleineren Inseln kennenlernen und verreisen unter anderem auf Korfu, Paxos, Lefkada, Ithaka, Kefalonia und Zakynthos. Die Kleinen punkten mit griechischer Authentizität.

Viele wollen das Land selbst entdecken

„Wer sich für einen Urlaub auf einer der kleinen Inseln oder sogar für ein Inselhüpfen entscheidet, ist in der Regel ein Griechenland-Liebhaber“, sagt Michael Karavás, Chef von Attika Reisen. Es sind eher Individualreisende, die das Land in seiner Ursprünglichkeit kennenlernen und dem Trubel entgehen möchten. „Das sind Ruhesuchende, Naturliebhaber und Individualisten“, bestätigt Karavás.

Die westlich gelagerte Insel Zakynthos zählt dazu. Mittlerweile haben die meisten großen Veranstalter die idyllische Region in ihre Programme aufgenommen, darunter TUI, Thomas Cook, FTI und DER Touristik. Auch die Buchungszahlen für die übrige Halbinsel des Peloponnes entwickeln sich gut.

Die Region Westpeloponnes, angebunden durch den Flughafen Araxos, ist ohnehin für TUI mit Abstand die wichtigste Region auf dem Festland. Anlagen wie der Robinson Club Kyllini Beach, das Grecotel Olympia Riviera sowie das Grecotel Casa Marron zählen seit Jahren zu den Lieblingshotels der Deutschen.

Grüne Insel Thassos

Fast schon kein Geheimtipp mehr ist die Insel Thassos. Besucher können leicht über den Hafen Kavala bei Saloniki anreisen. Die nördlichste ägäische Insel ist bei Kennern wegen der Mischung aus malerischen Stränden und einem gut ausgebauten Netz von Wanderwegen beliebt. So haben sich die Gästezahlen bei DER Touristik für Thassos verdoppelt. Thomas Cook bietet aktuell gleich fünf Hotels an. ■



Der weitläufige Robinson Club Kyllini Beach auf dem Peloponnes liegt direkt am Strand und bietet neben einem großen Sport- und Wellnessangebot ein umfangreiches Programm für Kinder und Jugendliche.

DIE INSELREGIONEN GRIECHENLANDS



Fotos und Illustrationen: David Zawilla, Alexander Mills/Unsplash; Hotel Diamond Spa, Grecotel Hotels & Resorts[S], Ikon Resorts, Robinson Club, iStockphoto[S], The Noun Project

Griechenland



Jetzt zu 16 Traumzielen unter griechischem Himmel fliegen.

HELLO ZEIT REISE

SPEKTAKULÄRES KULTURZENTRUM

Von weitem sieht es wie ein riesiger, gewölbter Flugzeughangar aus, den man in eine Daunendecke gewickelt hat. Die „Decke“ lässt sich jedoch wie eine Ziehharmonika auf Rollen verschieben – auf den angrenzenden Hochhausturm zu oder wieder zurück. So entsteht ein Mal eine Freiluftarena, ein anderes Mal eine Konzerthalle. The Shed, zu Deutsch der Schuppen, wurde am 5. April als neuestes Kultur-Highlight in New York eingeweiht. Es ist in den Hudson Yards angesiedelt, dem größten und teuersten nicht-öffentlichen Bauprojekt in der Geschichte der USA. Die Außenhülle ist fast 40 Meter hoch, im Innenraum finden bis zu 3.000 Zuschauer Platz, und die Bühne ist mit modernster Technik samt ultraschnellem Glasfaser-Internet ausgestattet. Auf sechs Stockwerken bietet The Shed viel Platz für Galerien, Theater sowie Räume für Musiker, Schauspieler, Tänzer, Maler und Architekten. Zur Eröffnung gibt es eine Ausstellung des deutschen Künstlers Gerhard Richter mit Musik der Komponisten Steve Reich und Arvo Pärt.



SCHLAFKISSEN MIT KOPFSTÜTZE
Darauf haben wir immer schon gewartet: ein Schlafkissen, das auch wirklich funktioniert. Das integrierte Stützensystem hält hier Kopf und Nacken besser in Position als herkömmliche Reisekissen. Es wiegt rund 250 Gramm und ist halb so groß wie ein klassisches U-förmiges Reisekissen. trtltravel.com/products/trtl-travel-pillow



TÜCHLEIN WECHSEL DICH

Das berühmte Melonengelb ist geblieben, zumindest bei den Halstüchern der Damen. Im Zuge der Design-Umgestaltung ließ Lufthansa 223.000 neue Halstücher und 93.000 Krawatten für seine Crew-Mitglieder produzieren. Aus den alten Halstüchern wurden unter anderem Kosmetiktäschchen genäht. Insgesamt will die Airline gut 800 Artikel an Bord umgestalten. Die 200 wichtigsten werden bis Ende 2019 ausgetauscht, dazu zählen die Tablett und die Schokoladentafelchen in den Premium-Klassen.



Der brennende Hamster

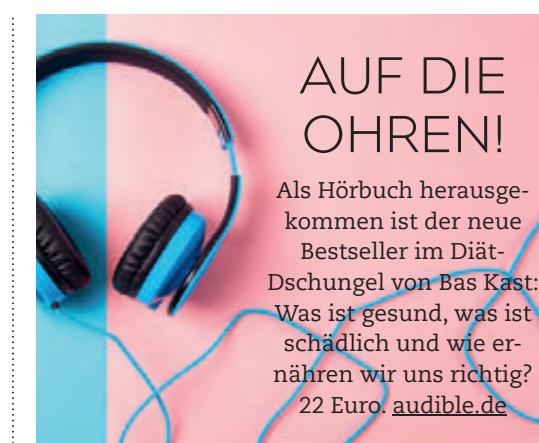
Arbeiten Sie noch oder qualmen Sie schon? Hilfe für alle, die aus dem Hamsterrad raus wollen. Burnout-Prävention von Axel Berger und Thorsten Thews.

RIESENKASTANIE ALS HOTELZIMMER

Das Coucoco ist sowohl öko als auch cool. Das einzigartige Hotelprojekt wurde vom Franzosen Gaspard de Moustier im Jahr 2009 ins Leben gerufen. Inzwischen umfasst es Baumhäuser in der Picardie, schwimmende Häuschen in der Region Franche-Comté und ein weiteres in Belfort nahe der Schweizer Grenze. youtu.be/wob8EWWuWQk



Fotos: Iwan Baan/nycgo.com; Oliver Roessler/Lufthansa; iStockphoto; Yvan Chevojon/Coucoo; PR



AUF DIE OHREN!

Als Hörbuch herausgekommen ist der neue Bestseller im Diät-Dschungel von Bas Kast: Was ist gesund, was ist schädlich und wie ernähren wir uns richtig? 22 Euro, audible.de

DRV-SEMINAR DATENSCHUTZ: Reiseveranstalter, Reisebüros oder touristische Leistungserbringer verarbeiten täglich personenbezogene Daten ihrer Kunden. Nach der Datenschutzgrundverordnung müssen sie sicherstellen, dass Ihre Kunden- und Firmendaten nach außen und innen geschützt sind. DRV-Trainer Sascha Hesse macht Sie mit einem Praxis-Workshop fit. drv.de/service

SCHLAFMASKE MIT SOUND
Unterwegs ein wenig Ruhe zu bekommen, ist manchmal ganz schön schwierig, wenn beispielsweise nebenan die Flugturbinen dröhnen oder der Sitznachbar beim Bordprogramm lauthals lacht. Die Lösung: eine Schlafmaske von Thumbs Up mit integrierten Kopfhörern. So kann man endlich entspannt eindösen. design-3000.de





RICHTIG REDEN IST GOLD

Im Gespräch mit Kunden kann man schnell punkten, wenn man ein paar Regeln für gute Kommunikation beherrscht. Die funktionieren auch im Umgang mit Kollegen.

Text Anne Coppenrath

Wissen Sie, wie Sie garantiert ein Kundengespräch in den Sand setzen? Das geht so: Sie begrüßen Ihr Gegenüber mit einem schlaffen Händedruck und gelangweilten Blick. Während die Person Ihnen erzählt, was ihr Anliegen ist, fallen Sie ihr ständig ins Wort. Sobald Ihr Telefon klingelt, heben Sie ab und plaudern ungehemmt drauflos. Währenddessen dreht Ihr Kunde, mittlerweile reichlich genervt, Däumchen. Danach spulen Sie leidenschaftlos Ihre Verkaufsargu-

mente ab. Mal ehrlich, würden Sie bei so jemandem eine Reise buchen? „Oberste Maxime ist: Behandle andere so, wie du selber behandelt werden möchtest“, sagt Rhetorik-Coach Clara von Sydow. Merke: Wer gute Umgangsformen beherrscht, hat schon mal einen dicken Stein im Brett. Darüber hinaus gibt es ein paar leicht anwendbare Tricks, mit denen Sie ein Gespräch in eine positive Richtung lenken können. Zwei Kommunikations-Profis verraten auf den folgenden Seiten, wie Sie das hinbekommen.

„SMALLTALK IST EIN EISBRECHER“

Im Interview verrät der Kommunikations-Experte Patrick Voßkamp, wie man ein (Verkaufs-)Gespräch optimal beginnt.

Wie startet man ein gutes Gespräch mit einem Kunden, zum Beispiel im Reisebüro?

Zunächst ist wichtig zu wissen, dass Gespräche grundsätzlich aus verschiedenen Phasen bestehen. Es gibt die Eröffnungs-, die Kern- und die Beendigungsphase. Am Anfang geht es vor allem darum, Gesprächsbereitschaft und eine kommunikative Basis zu schaffen. Dafür gibt es keine Patentrezepte, da die Gesprächseröffnung davon beeinflusst wird, ob sich die Partner zum ersten Mal sehen oder ob sie schon oft miteinander geredet haben. Persönlich finde ich es schön, wenn sich MitarbeiterInnen (etwa im Reisebüro) gesprächsbereit zeigen, indem sie mich ansprechen, begrüßen, sich vorstellen (Selbstidentifikation) und nach meinem Wohlergehen erkundigen. Wenn dann noch die Frage kommt „Wie kann ich Ihnen helfen?“, ist das ein guter Einstieg in die Eröffnungsphase.

Welche Rolle spielt Smalltalk am Beginn eines Verkaufsgesprächs?

Smalltalk ist so etwas wie das Schmiermittel der Konversation, ohne das fast kein Gespräch in Gang kommt. Er ist die am meisten unterschätzte Gesprächsform. Es geht beim Smalltalk um spezifische Zwecke: Selbstdarstellung als Person, Herstellung oder Demonstration von Nähe und Intensivierung der sozialen Beziehungen zum Gegenüber. Smalltalk übernimmt viele Funktionen: Er ist ein Akt der Höflichkeit, er dient als Eisbrecher, er kann Ängste nehmen und Vertrauen aufbauen. Er gibt einem die Möglichkeit, ein wenig über sich zu sprechen und andere für sich einzunehmen. Smalltalk schafft es, dass überhaupt erst eine Gesprächsbereitschaft bei meinem Gegenüber hergestellt wird, ist also sehr wichtig.

Welche Themen kann man für das entspannte Plaudern wählen?

Was immer geht, Essen, Trinken, Reisen – da sitzen Sie im Reisebüro natürlich gesprächstechnisch an der Quelle. In Zeiten von Netflix & Co. eignen sich

auch TV-Serien. Generell gilt: Suchen Sie nach Gemeinsamkeiten zwischen sich und Ihrem Gegenüber. Und reden Sie nicht über konfliktbehaftete Dinge. Hier im Ruhrgebiet eignet sich zum Beispiel die desolate Situation auf der A40 perfekt als Gesprächsthema. Wenn Sie sich über den Dauerstau dort beschweren, wird Ihr Gegenüber in 90 Prozent der Fälle einsteigen.

Wie schafft man einen guten Übergang vom Smalltalk zum Geschäftsgespräch?

Der Übergang von der Eröffnungs- zur Kernphase ist fließend. Für meine Doktorarbeit habe ich Lokalredakteure begleitet, die häufig durch eine Erzählaufforderung in die Kernphase des Gesprächs übergeleitet haben: „Erzählen Sie doch mal, was Sie zu mir führt“. Oder: „...“, was Sie auf dem Herzen haben.“ Mit diesem Satz räumen Sie Ihrem Gesprächspartner eine Sonderrolle ein: Er darf nun berichten und Sie werden für eine gewisse Zeit zum Zuhörer. Bei den Redakteuren war das ein Mittel, um sich Zugang zu Informationen zu verschaffen. Sie haben das Erzählen funktionalisiert. Während ihre Gesprächspartner redeten, konnten sie sich schon Präzisierungs- und Kompletierungsfragen überlegen.

Was können wir von Lokalredakteuren in Sachen Gesprächsführung lernen?

Haben Sie Spaß am Umgang mit Menschen. Spielen Sie Ihrem Gegenüber nichts vor. Angaben, die Sie machen, müssen wahr sein. Hören Sie aufmerksam zu. Worin Lokalredakteure auch gut sind: das Gehörte zusammenzufassen. Das ist für eine Angebotserstellung in einem Reisebüro sicherlich interessant. Wichtig ist auch, sich freundlich voneinander zu verabschieden. Denn Sie wollen ja bestimmt zur nächsten Feriensaison noch einmal mit Ihrem Kunden sprechen.



DR. PATRICK VOßKAMP

Der 41-Jährige Kommunikationsprofi ist Dozent im Institut für Germanistik, Abteilung Linguistik und Sprachdidaktik, der Universität Duisburg-Essen. In seiner Freizeit verleiht er gern. Seine Lieblingsziele: Namibia, Vietnam und Wisconsin/USA.

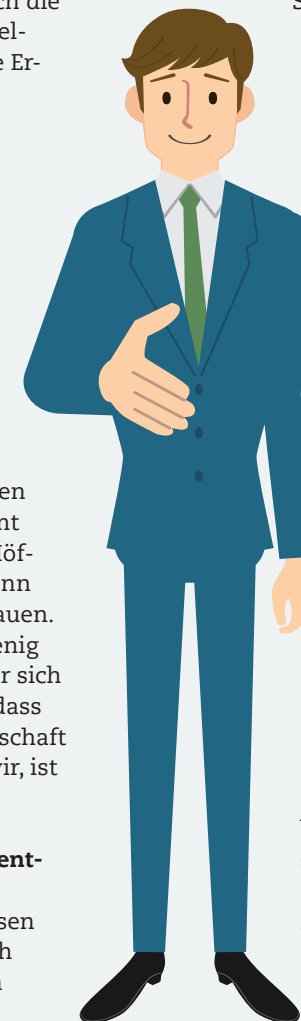
VIER TIPPS

◆ **SCHAUEN SIE FREUNDLICH**
Kommt ein Kunde auf Sie zu, gucken Sie ihn lächelnd an und nicht mit einem Blick à la „Achtung, Kunde droht mit Auftrag“.

◆ **SEIEN SIE AUFMERKSAM**
Konzentrieren Sie sich auf Ihr Gegenüber. Beantworten Sie während des Gesprächs keine E-Mails oder schauen ständig auf Ihr Handydisplay. Das ist extrem unhöflich.

◆ **KÖRPERSPANNUNG**
Lümmeln Sie nicht schlaff auf Ihrem Stuhl herum, während Sie mit einem Kunden sprechen. Sonst kommen Sie träge und unmotiviert herüber.

◆ **VIDEOTIPP**
René Borbonus ist Spezialist für berufliche Kommunikation und präsentiert hier seine sieben Regeln zum Erfolg: <https://www.youtube.com/watch?v=twHN7X9352E>



»DER KÖRPER SPRICHT MIT«

Rhetorik-Trainerin Clara von Sydow verrät die vier wichtigsten Säulen einer guten Kommunikation.

► **Mit unserer Körpersprache können wir unseren Gesprächspartner positiv beeinflussen.** Wenn jemand spricht, spricht der ganze Mensch. Mit allem, was ihn ausmacht: Mimik, Gestik, Haltung, Stimmlage. Halten Sie mit dem Kunden Blickkontakt. Reagieren Sie auf das, was er sagt, mit einem Nicken. Signalisieren Sie Ihre Aufmerksamkeit. Ganz wichtig ist ein Lächeln zwischendurch.

► **Finden Sie zunächst heraus, was der Kunde wünscht.** Dazu stellen Sie offene Fragen, also solche, auf die er nicht mit Ja oder Nein antworten kann. So lernen Sie Ihr Gegenüber besser kennen und motivieren ihn für das weitere Gespräch. Gut funktioniert vertiefendes Nachfragen, um herauszufinden, was dem anderen wirklich wichtig ist, etwa „Wie sehen Sie das?“ Oder: „Aha, das klingt interessant. Und was noch?“

► **Wichtig ist, mit dem Kunden einen gemeinsamen Nenner zu finden.** Ursache von Mißverständnissen können zum Beispiel ungleiche Erwartungen sein. Fordern Sie Ihr Gegenüber auf, seine Wünsche zu präzisieren. Etwa: „Was verstehen Sie genau unter einer Kultur-Städtereise?“, „was gefällt Ihnen nicht an meinem Angebot?“, oder „was fehlt Ihnen?“ Danach konkretisieren Sie seine Wünsche, indem Sie nachhaken: „Habe ich Sie richtig verstanden: Ihnen ist das Kulturangebot wichtiger als die Shoppingmöglichkeiten vor Ort?“ Oder: „Was genau meinen Sie mit xyz?“ Wichtig ist: Versetzen Sie sich in die Gedanken des anderen. Versuchen Sie, sich seine Widerstände zu erklären. Und: Hören Sie gut zu.

► **Vermeiden Sie Bewertungen und Befehle.** Sätze wie „Da liegen Sie völlig falsch“ oder „diese Reise müssen Sie so buchen“ erzeugen nur eines: eine negative Grundhaltung. Ganz schlimm sind Belehrungen etwa wie „das habe ich Ihnen doch schon einmal erklärt.“ So etwas ist ein echter Gesprächskiller! ■



CLARA VON SYDOW

Die Rheinländerin ist Inhaberin des „momentum – Institut für Rhetorik und Kommunikation“, in dem sie Führungskräfte u. a. in moderner Rhetorik, wirkungsvollem Auftreten und selbstbewusstem Stimmeinsatz coacht (momentum-kommunikation.de). In ihrer Freizeit managt die Mutter zweier Kinder ehrenamtlich eine Bürgerbücherei.

SECHS GOLDENE REGELN FÜR ERFOLGREICHE GESPRÄCHE

1.

VERSETZEN SIE SICH IN DIE GEDANKEN DES ANDEREN.

2.

VERSUCHEN SIE, SICH SEINE WÜNSCHE, ZIELE UND GEGEN- ARGUMENTE ZU ERKLÄREN.

3.

LASSEN SIE SICH AUF DIE SPRACHE IHRES GEGENÜBERS EIN. REDEN SIE NICHT ZU LEISE, NICHT ZU LAUT, ABER LANGSAM UND DEUTLICH.

4.

STELLEN SIE FRAGEN! ZEIGEN SIE INTERESSE AN IHREM GESPRÄCHSPARTNER.

5.

HÖREN SIE AUFMERKSAM ZU. WIEDERHOLEN SIE Kernaussagen DES ANDEREN.

6.

BLEIBEN SIE IN JEDER GESPRÄCHSSITUATION HÖFLICH.

Fotos und Illustrationen: Getty Images/Stockphoto(2), PR

Was macht eigentlich ein ...

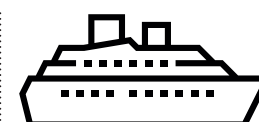
CRUISE DIRECTOR?

Er ist der Gastgeber an Bord und für das Wohl sowie die Sicherheit der Gäste zuständig.

DER KREUZFAHRT-DIREKTOR HAT WOHL DEN VIELSEITIGSTEN JOB AN BORD. ER SOLL DER PERFEKTE GASTGEBER SEIN, IST ABER AUCH EIN PLANER, STRATEGIE UND VERBINDET ALLE BEREICHE – VON DEN NAUTIKERN ÜBER DEN HOTELBETRIEB BIS HIN ZUR EIGENEN ABTEILUNG „CRUISE DEPARTMENT“. DER CRUISE DIRECTOR VERANTWORTET AUSSERDEM DIE WICHTIGE SEENOT-RETTUNGSÜBUNGEN ZU BEGINN DER REISE.



WENIG ROUTINE Der Cruise Director ist ein wahrer Improvisationskünstler. Es liegt im Wesen einer Kreuzfahrt, dass sich viele Faktoren jederzeit und unverhofft ändern können. Es gibt plötzliche Wetteränderungen oder aktuelle politische Entwicklungen im Zielgebiet, die eine Routenänderung erzwingen. Jeder Tag ist anders, also muss der Cruise Director auf alle Ereignisse sehr flexibel reagieren.



WELCHE EIGENSCHAFTEN MUSS EIN CRUISE DIRECTOR MITBRINGEN?

► **Empfindsam:** Ein guter Kreuzfahrtdirektor ist so etwas wie ein wandelnder Sensor. Er hört geduldig zu und kann kleinste Unstimmigkeiten wahrnehmen.

► **Vertrauenserweckend:** Dazu benötigt er ein Höchstmaß an Empathie, Menschenkenntnis, Lebenserfahrung und eben diese feinen Sensoren.

► **Professionell:** Zur sozialen Kompetenz muss sich immer auch die fachliche Expertise gesellen.

► **Gestanden:** Darüber hinaus werden jahrelange Erfahrung und Seriosität vorausgesetzt.

HKL

Bei Hapag-Lloyd Cruises arbeiten derzeit neun Kreuzfahrtdirektoren aus Deutschland, verteilt auf drei Schiffen (EUROPA, EUROPA 2 und BREMEN). Sie werden meist nicht direkt für diese Position eingestellt, kommen häufig aus den Bereichen Touristik oder Entertainment. Sie sind aber immer mit der Philosophie der Flotte, deren Abläufe und Strukturen an Bord sehr gut vertraut.

DREI FRAGEN AN ...

Frank Meikofski, Cruise Director der EUROPA 2

Wie sind Sie zu diesem Beruf gekommen und was treibt Sie täglich an? Als Journalist kam ich vor vielen Jahren zufällig an Bord eines Kreuzfahrtschiffes. Irgendwann blieb ich für immer. Es war eine Art Verweigerung des Stillstandes, sogar im ursprünglichen Sinn des Wortes. So gesehen, habe ich den Beruf nicht gewählt: Er hat mich gewählt.

Welche Ausbildung mussten Sie absolvieren?

Für den Kreuzfahrtdirektor gibt es keine Ausbildung. Es ist kein klassischer „Lehrberuf“. Da zwei große Themen im Arbeitsbereich des Kreuzfahrtdirektors die Touristik und das Entertainment sind, kommt man vorzugsweise aus einer dieser beiden Richtungen. Ich selbst habe ein Schauspielstudium absolviert und war später viele Jahre als Hörfunk- sowie Fernsehjournalist tätig.

Was bereitet Ihnen am meisten Freude im Job?

Jeden Tag ein neues Ziel ansteuern, an Bord vielen Menschen zu begegnen, den Freiraum zu haben, etwas bewegen zu können, mit wunderbaren Kolleginnen und Kollegen zu arbeiten. Und: Die Aussicht, bei Sonnenaufgang gen Hamburg zu fahren und wieder nach Hause zu kommen! ■



Kreuzfahrtdirektor Meikofski (43) liebt die See und das Leben an Bord seines Traumschiffs.

Fotos und Illustration: Hapag-Lloyd; iStockphoto; The Noun Project

ZIMMER MIT WELTBlick

Die in Houston ansässige Firma Orion Span hat ein Luxushotel im Weltall angekündigt. Die zwölf-tägigen Aufenthalte auf der „Aurora Station“ sollen jeweils rund 9,5 Millionen Dollar kosten – Weltblick und alle Mahlzeiten inklusive. „Das sind knapp 800.000 Dollar pro Nacht“, rechnet CEO Frank Bunger vor. Reisebüros, die ihren Kunden das einzigartige Astronauten-Abenteuer vermitteln, verdienen eine Provision in Höhe von 50.000 US-Dollar. Sie können sich ab sofort als Mittler offiziell registrieren. Weltallreisende umkreisen die Erde alle 90 Minuten, also mehrere hundert Mal während des Aufenthaltes. Das Space-Hotel eröffnet 2022, die erste sechs Monate sind bereits ausgebucht. Infos für Reisebüros: orionspan.com/agents



Das etwas andere Urlaubsziel: Ein Querschnitt in der Animation zeigt die wenigen Räume der Aurora Station.



VIRTUELL REISEN LIEGT IM TREND

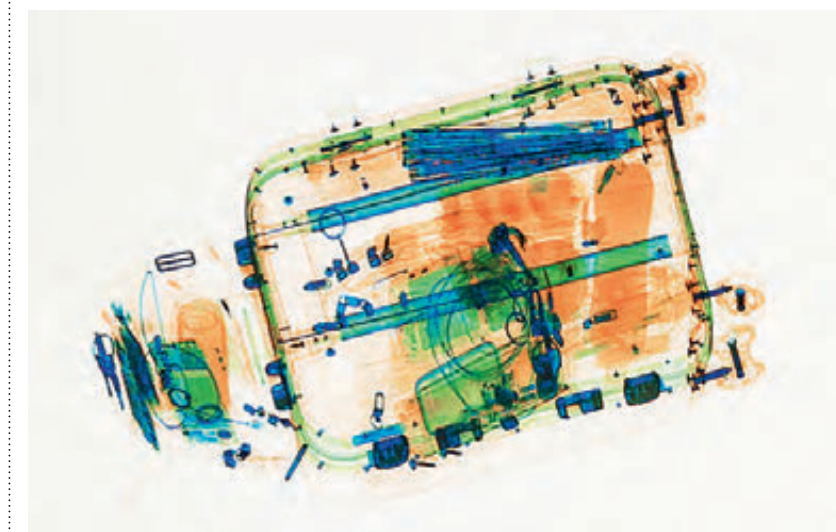
Reisende wollen zunehmend Ausflüge in die virtuelle Realität unternehmen.

„Wir bemerken, dass es bei Urlaubern eine immer größere Bereitschaft gibt, digitale Angebote zu nutzen“, sagt Claudia Gilles, Geschäftsführerin des Deutschen Tourismusverbands.

In Köln zum Beispiel können Besucher in einer historischen Straßenbahn ein Video mit einer animierten Fahrt durch die Altstadt durch eine VR-Brille sehen. Auch Reisebüros nutzen VR-Brillen, um Urlaubsziele und Aussichtspunkte wie in echt vorzuführen.

DEN VOLLEN DURCHBLICK

Sicherheitskontrollen am Flughafen sind zwar nötig, aber ungemein lästig. Das will nun der Flughafen München ändern. Er testet seit Anfang Februar ein neues System im Terminal 2. Bei zwei Kontrollspuren müssen Passagiere Laptops und erlaubte Flüssigkeiten nicht mehr aus dem Handgepäck nehmen. Die Prüfgeräte funktionieren mit der Computertomografie-Technik. Gleich vier Reisende können ihr Gepäck gleichzeitig in große Wannen auf die Kontrollspur legen. Ein neuer Körperscanner ermöglicht eine automatische Sprengstofferkennung.



»VIELE UNSERER KUNDEN SIND BEI DEM OVERKILL AN INFORMATIONEN IM INTERNET FROH, WENN SIE EINEN **KATALOG STUDIEREN** KÖNNEN. DANACH KÖNNEN SIE IM GESPRÄCH IHRE PERSÖNLICHE REISE ZUSAMMENSTELLEN.«

DIETMAR GUNZ, CHEF VON FTI.

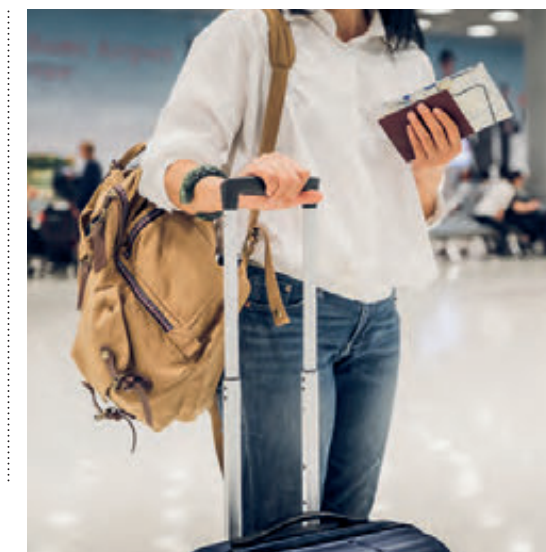
EINE FIREWALL SCHÜTZT

Fast jeder Zweite (46 Prozent) war im vergangenen Jahr Opfer von Schadprogrammen. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage des Digitalverbands Bitkom. Virenschutzprogramme und Firewalls zählen zur Grundausstattung. Expertentipp: Nutzer sollten Software-Updates umgehend installieren, denn Sicherheitslücken entstehen meist durch Programmierfehler.

26x

WECHSELN

Internetnutzer durchschnittlich zwischen Geräten, bevor sie eine Reisebuchung vornehmen. Im Prozess der Information und Beratung pendeln sie beliebig zwischen unterschiedlichen Kanälen (Channel swapping). Quelle: Fried & Partner, 2019.



TÜCKISCHES E-TICKET

Nicht immer ist die papierlose Variante von Vorteil. An vielen Flughäfen in Marokko ist es zum Beispiel nicht möglich, ohne ausgedruckte Bordkarte durch die Sicherheitskontrolle zu gelangen. Unangenehm auch, wenn der Handyakku leer ist oder sich die entsprechende App nicht öffnen lässt. Und für Familien gilt: Besser ist es, wenn jeder seine eigene Bordkarte in der Hand hält.

Einfach mal machen!

Was wäre die Welt ohne Querdenker und Erfinder – Menschen, die eine Idee haben und diese in die Tat umsetzen? Wir stellen eine Handvoll Gründer und Pioniere vor, von Big- bis Mini-Playern.

Text Jean-Marc Göttert

Die weltgrößte Reismesse ITB ist immer eine gute Gelegenheit, um nach den vielen innovativen Startups und deren Gründern zu schauen. Vielleicht entdecken wir in Berlin das nächste große Ding, irgendein unerkannter Rohdiamant, der später das Zeug hat, ein Google oder Amazon der Reiseindustrie zu werden.

Zumindest auf einem guten Weg dorthin ist die Plattform TripAdvisor, die sich immer wieder im Laufe der Jahre neu erfinden musste, und jetzt, wie CEO Stephan Kaufer in seiner ITB-Keynote selbstbewusst verkündete, die größte Suchmaschine der Reiseindustrie werden will.

Bescheidener ist natürlich die junge Riege der aktuellen Startup-Gründer. Sie tüffeln an neuartigen Management-, Reservierungs- und Buchungslösungen oder erfinden einfach neue Produkte, bei denen man erstaunt fragt, warum keiner früher auf die Idee gekommen ist. So hat die Firma SuitePad die herkömmliche Gästemappe in Hotelzimmern radikal neu gedacht und eine moderne Digitalversion erstellt, die inzwischen von Hotels weltweit eingesetzt wird.

Mapify dagegen spricht die Smartphone-Generation an und will deren Fotos sowie Insider-Tipps nutzen, um das gesamte Reisepaket in einer einzigen App zu bündeln und buchbar zu machen. Außergewöhnliche Reisen und Erlebnisse möchten auch andere bieten, vielleicht sogar einen Trip, von dem der Urlauber vor Abreise nichts erfährt. Er basiert nur auf den Vorlieben und Erfahrungen des Urlaubers, ein Algorhythmus macht den Rest. Klappt nicht? Doch, bei Unplanned Moments hat sich kein einziger Kunde über seine Überraschungsreise beschwert. ■

CEO-INTERVIEW AUF DEM ITB-KONGRESS

Friedrich Joussen, CEO der TUI-Group, gibt sich angesichts der Digitalkonkurrenz gelassen. „Mit dem Fulfillment, der eigentlichen Leistungserbringung, machen wir unser Geschäft“, sagt er.



»Wir wollen die größte Suchmaschine für Reisen sein. Menschen müssen bei uns starten, ähnlich wie sie heute beim Einkaufen erst zu Amazon gehen.«

Stephan Kaufer,
Mitgründer und CEO von TripAdvisor

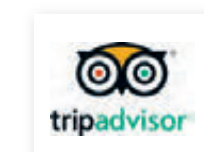
Das Vorbild: Tripadvisor

DIE GRÖSSTE REISESUCHMASCHINE DER WELT

Als TripAdvisor im Jahr 2000 gegründet wurde, gab es das Phänomen der Sozialen Medien noch gar nicht. Dass Nutzer ihre Erfahrungen mitteilen und sich im Web austauschen, war bis dahin eine Sache von wenigen Computer-Nerds. In seiner Keynote zur ITB 2019 schilderte CEO Stephan Kaufer, wie sich das einstige Bewertungsportal über fast zwei Jahrzehnte zur zentralen Planungsplattform für Reisende entwickelt hat. Heute ist die Plattform ein Online-Gigant mit dem Anspruch, dass Endkunden ihre Reisesuche nicht wie bisher bei Google, sondern zunehmend bei TripAdvisor starten und fortführen. „Wir wollen alle Aspekte, die für Reisende wichtig sind, auf unsere Plattform bringen“, erklärt Kaufer. Ob die Nutzer auch über TripAdvisor am Ende wirklich buchen, sei erst einmal zweitrangig.

GUT ZU WISSEN:

Stephan Kaufer hat TripAdvisor 2000 mitgegründet. Der Ursprung: Auf der Plattform sollten Urlauber ihre Reisen online bewerten und Empfehlungen austauschen. Auf TripAdvisor finden Nutzer inzwischen über 730 Millionen Bewertungen über rund 8,1 Millionen Unterkünfte, Fluggesellschaften, Erlebnisse und Restaurants. TripAdvisor vergleicht inzwischen auch die Preise von mehr als 200 Hotelbuchungsseiten.



[tripadvisor.de](https://www.tripadvisor.de)



»Wir haben angefangen, Reisen zu bauen, die man als ganzes Paket mit Mapify buchen kann.«

Patrick Häde
Mitgründer und CEO von Mapify

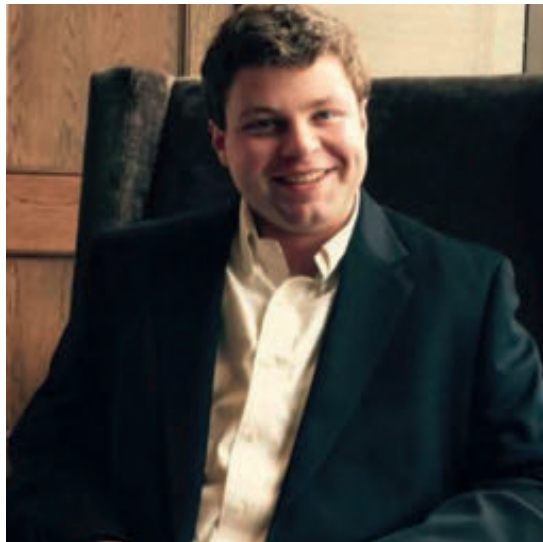
Der Senkrechtstarter: Mapify

VON INSTAGRAM ZUR BUCHBAREN REISE
Mapify wurde im Dezember 2016 von Patrick und Sebastian Häde, Magnus Langanke sowie David Pflugpeil gegründet und hat seinen Sitz in Berlin. Die Idee: Reiseinspiration, -planung und -dokumentation werden in einer App vereint. Nutzer können auf der Plattform ihre Urlaubsschnappschüsse hochladen und auf einer Karte mit Zusatzangaben versehen, wie Tipps zu Routen und Sehenswürdigkeiten, die sie besucht haben. Die Daten werden von einem Algorithmus ausgewertet und Empfehlungen für andere daraus abgeleitet. In einer App wird der gesamte Prozess aus Planung, Sharing und Empfehlung vereint.

GUT ZU WISSEN:
Mit der App als soziales Reisernetzwerk entstehen individuelle Urlaubsideen, die es so auf keiner Plattform bislang gibt. Mit der Entwicklung seiner Website und einer App, die im November 2017 lanciert wurde, hat das Unternehmen Vielreisende, Abenteuerer und Urlauber weltweit dazu gebracht, Reisen und Spots in mehr als 190 Ländern mit der Community zu teilen.



mapify.travel



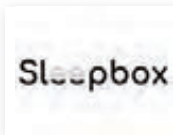
»Wir bringen Gastfreundschaft und Hotelservice zusammen und bieten das den Nutzern dort an, wo sie sich gerade befinden.«

Peter Chambers
COO bei Sleepbox

Der Ausgeschlafene: Sleepbox

POWERNAPPING IN DER BOX
Sleepbox ist eine Ausgründung des Massachusetts Institute of Technology (M.I.T.) von Mikhail Krymov, Peter Chambers und Alexei Goryainov. Als Vielreisende fehlten ihnen oft eine kurzzeitige und günstige Übernachtungsmöglichkeit. 2016 entwarfen sie das Hotelkonzept von Sleepbox. Die kleinen, geräuscharmen Schlafboxen lassen sich einfach auf einer ungenutzten Fläche schnell aufstellen und werden über eine Smartphone-App gesteuert. Das modulare Konzept als Micro-Hotel bietet eine kurze oder auch längere Komfortübernachtung zum Beispiel bei Stopover-Flügen an Flughäfen. Jede Schlafbox ist technisch so ausgebaut, dass Kunden störungsfrei arbeiten und ihre Geräte aufladen können.

GUT ZU WISSEN:
Sleepboxes werden in den USA aus nachhaltigen Materialien und energieeffizienter Beleuchtung gebaut. Zielmärkte sind Flughäfen und Ballungsgebiete. In der sogenannten Nap Lounge im amerikanischen Flughafen Dulles stehen 16 Sleepboxen parat, die Nutzer stundenweise buchen können.



sleepbox.com



»Im Schnitt dauert es bis zu zwölf Stunden, bis Konsumenten eine Reise geplant haben. Diese Zeit fehlt vielen, deswegen übernehmen wir diese Aufgabe. Dabei wissen sie nicht, was sie erwartet und müssen sich darauf einlassen.«

Christian Diener
Mitgründer von Unplanned Moments

Der Zufallsgenerator: Unplanned Moments

MASSGESCHNEIDERTE ÜBERRASCHUNGSREISEN
Das Münchener Start-up plant außergewöhnliche Überraschungsreisen für Abenteuerlustige. Die Gründer, Christian Diener, zuvor Marketingleiter bei Red Bull, und die Reisespezialistin Frauke Schmidt, kamen bei der Planung einer gemeinsamen Reise mit Freunden auf ihre Geschäftsidee, als sie sich nicht einigen konnten. 2016 gründeten sie ihr Startup. Für ihre Überraschungsreise müssen Kunden zuvor einige Fragen zu ihren Reisewünschen, Vorlieben und ihrem Budget beantworten, dann wird der Trip zusammengestellt. Für seine Arbeit streicht das Startup eine Provision ein.

GUT ZU WISSEN:
Durch die Digitalisierung verschwindet das Abenteuer, finden die Gründer. Nutzer können online alles anschauen, noch bevor sie selbst vor Ort sind. Dazu gibt es sehr viele Informationen, aber auch viel Irreführendes. Daraus entstand die Idee, maßgeschneiderte Überraschungsreisen anzubieten. Die Idee kommt an: Über 30 Prozent aller Buchungen sind direkte Empfehlungen von bisherigen Kunden.



unplanned.de

IMPRESSUM TRVL COUNTER

Das Magazin für Reisebüroprofis

Verlag
Life! Verlag GmbH & Co. KG
Stahltwiete 19a, 22761 Hamburg
Tel. +49-40-38 90 40-0
www.lifeverlag.de

Publisher
Rolf Coppenrath

Herausgeberin
Anne Coppenrath

Verlagsleiterin
Irena Roth

Online
www.trvlcounter.de
redaktion@trvlcounter.de

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

Art Direktion
Anja Jung

Redaktionelle Mitarbeit
Thomas Grether, Klaus Göddert (Online),
Iris Quirin

Bildredaktion
Saskia Henck

Newsletter abonnieren
www.trvlcounter.de/newsletter

Anzeigenvermarktung
Life! Verlag GmbH & Co. KG
Andreas Lentz
Tel. +49-40- 38 90 40-24
andreas.lentz@lifeverlag.de

Stellenanzeigen/Touristik Jobs
Nancy Mehnert
Tel. +49-6136 408 20 08
hr@ad-touristik.com

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

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr.1/2019, 1.11.2018
Die Mediadaten finden Sie auch online unter
www.trvlcounter.de

Leser- und Aboservice
Abonnementspreis Inland 25 Euro pro Jahr
inkl. Porto und 7% MwSt.
Abonnementpreis Ausland 48 Euro pro Jahr
inkl. Porto (innerhalb der EU zzgl. MwSt.
bei fehlender UID/VAT-Nr.).
abo@trvlcounter.de, Tel: +49 61 23 - 92 38-268

Druck: Mohn Media Mohndruck GmbH,
Carl-Bertelsmann-Str. 161 M, 33311 Gütersloh

Für unverlangt eingesandte Bilder, Manuskripte,
Waren keine Haftung. Alle Angaben erfolgen
nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr.
Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste und
Internet sowie Vervielfältigung auf Datenträger
wie CD-ROM etc. nur nach vorheriger
schriftlicher Zustimmung des Verlages.
© 2019 bei Life! Verlag GmbH & Co. KG.



»Mit Push-Mitteilungen können Hotels ihre Gäste gezielt über Zusatzleistungen und freie Spa- oder Restaurant-Kapazitäten informieren. Das generiert Zusatzumsätze.«

Moritz von Petersdorff-Campen
Gründer und Geschäftsführer von SuitePad

Der Dienstleistungskönig: SuitePad

DIGITALE GÄSTEMAPPE UND BUCHUNGSTOOL
Moritz von Petersdorff-Campen und Tilmann Volk gründeten 2012 die SuitePad GmbH mit Sitz in Berlin. Sie entwickelten die gleichnamige Softwarelösung, eine Kombination aus digitaler Gästemappe und Buchungstool. Gäste erhalten darüber alle wichtigen Hotelinformationen und können Buchungen etwa für Spa-Anwendungen oder Restaurantplätze einfach per Fingerwisch vornehmen. SuitePad hilft außerdem, die Druck- und Reinigungskosten zu sparen. SuitePad kann auch die Telefone in den Gästezimmern ersetzen. Das spart Einrichtungs- und Betriebskosten sowie die Verkabelung bei Neubauprojekten.

GUT ZU WISSEN:

Gästemappe, Room-Service-Menü, Zeitungen, Surfen im Internet, Radio oder Spiele – das alles vereint SuitePad digital auf einem Tablet. Als neuer Kommunikationskanal setzt die Software Maßstäbe in der Gästekommunikation und im In-Room-Entertainment. Im Durchschnitt nutzen mehr als 80 Prozent der Gäste das handliche Gerät. Heute zählt das Berliner Unternehmen 55 Mitarbeiter und beliefert über 750 Hotels und Hotelketten in 30 Ländern.



suitepad.de



»Profis vor Ort unterstützen Urlauber während der Planung und Durchführung ihrer Reise. Danach stehen die Reiseexperten als Ansprechpartner auch für weitere Wünsche bereit.«

Michael Wurst
CEO und Gründer von Mister Trip

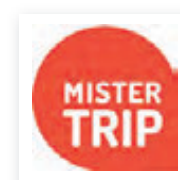
Der Individualist: Mister Trip

REISEPLATTFORM FÜR EIGENS ERSTELLTE URLAUBSREISEN

Pferde striegeln auf einer kolumbianischen Cowboyranche oder ein Kochabend mit einer Nomadenfamilie in der Mongolei: Auf individuelle Angebote hat sich das Mannheimer Startup Ter-vado mit seiner 2015 gestarteten Reiseplattform Mister Trip spezialisiert. Christina Anna Büttner, Reiseexpertin mit langjähriger Erfahrung, und Michael Wurst, zuvor bei der Telekom im Innovationsvorstand tätig, stellen mit ihrer Plattform den direkten Kontakt zwischen Reisenden und derzeit rund 50 lokalen Reiseexperten in den Zielländern her.

GUT ZU WISSEN:

Mister Trip steht für eine neue Art des Reisens. Kunden können ihre individuellen Vorstellungen einer Reise umsetzen, indem sie die vorgefertigten Reiseangebote einfach anpassen. Das geschieht direkt mit Experten im jeweiligen Zielland, die sich am besten auskennen. So entsteht eine flexible und äußerst individuelle Urlaubsreise.



www.mistertrip.de

Live Travel Space ist die neue Gegenwart

Die Reisebranche verändert sich rasant. Reisende sind anspruchsvoller als je zuvor und suchen nach einzigartigen Erlebnissen. Die sich daraus ergebenden Chancen für die Branche nutzen wir. Deshalb entwickeln wir unser GDS zum Live Travel Space.

Mit dem Live Travel Space schaffen wir einen Raum für Zusammenarbeit und Innovation. Gemeinsam mit unseren Kunden arbeiten wir offen, dynamisch und vernetzt, um die Wünsche der Reisenden nach personalisierten Erlebnissen zu erfüllen.

Willkommen im Live Travel Space!

#livetruavelspace

www.amadeus.com/livetruavelspace



Fotos: Aufmacher - Christian Wyrwa/TUI Group; PR

BERLIN ist der Hauptsitz von MyPostcard.com. Um den Druck, die Frankierung und den Versand kümmern sich die Mitarbeiter von Oliver Kray. Der Dienst kostet pro Karte ca. 1,99 Euro, Klappkarten im Umschlag kosten ca. 3,49 Euro.

SIE HABEN POST!

Es gibt Ideen, die so einfach wie genial sind – wenn man darauf kommt. Oliver Kray zum Beispiel wollte seine Urlaubsfotos als gute, alte Postkarte verschicken. Daraus ist MyPostcard.com entstanden

Text Iris Quirin

Santorin, im Sommer 2013: Die Sonne strahlt, das Meer funkelt azurfarben, die weißen Häuschen mit den typischen blauen Dächern schmiegen sich an die vulkanische Steilküste – idyllische Postkartenmotive, soweit das Auge reicht. Hier auf der Kykladeninsel verbringt Oliver Kray, vielfach ausgezeichnete Designer, Graffiti- und Fassadenkünstler, gerade seinen Urlaub und genießt die schönen Motive der Insel. Plötzlich macht es Klick bei ihm: „Wir schießen so viele Fotos mit unseren Smartphones und machen nichts Besonderes damit. Warum verschicken wir nicht einfach die eigenen Bilder als Postkarte?“, fragt er sich und tüftelt bei seiner Rückkehr nach Berlin an seiner Geschäftsidee. Ein Jahr später geht die Website MyPostcard.com an den Start.

Die analoge mit der digitalen Welt verbinden
Kern der Idee ist eine App, die selbst aufgenommene Fotos samt Grußtexten in Papierkarten umwandelt. Dafür laden die Kunden die App, wählen zwischen verschiedenen Stilen. Wer sich registriert, profitiert von weiteren Vorteilen. Schnell einen Gruß schreiben – und ab geht die Post. Oder besser gesagt: Das Bild startet seinen digitalen Lauf und kommt wenig später beim Empfänger als herkömmliche Postkarte an.

Die wundersame Wandlung vom Handy-Schnappschuss zur bunten Urlaubskarte kostet nicht mehr als sonst (rund zwei Euro) und funktioniert tadellos von jedem Ort der Welt aus – vorausgesetzt, es besteht eine Internetverbindung. Seine Idee ist so retro, dass sie wiederum neu wirkt. Doch warum eigentlich sollen wir die App von Oliver Kray nutzen und nicht einfach eine Postkarte kaufen oder einen Gruß via WhatsApp schicken?

„Ganz einfach“, sagt Kray, „auf Postkarten findet man oft nur langweilige Motive. Oft hat man keine passenden Briefmarken zu Hand. Man muss einen Kugelschreiber dabei haben und auch noch einen Briefkasten suchen. WhatsApps-



Nachrichten bekommt man jeden Tag massenhaft. Das ist ja nichts Besonderes mehr!“, erklärt der 37-jährige Gründer. „Die Postkarte dagegen überrascht, wenn sie im Briefkasten liegt. Sie ist dank des selbst gemachten Fotos sehr persönlich und wird mit Sicherheit an den Kühlschrank geheftet oder sogar gerahmt.“

KLUGER KOPF
Der Berliner Oliver Kray (37) studierte Modedesign und arbeitete als Designer, Graffiti- sowie Fassadenkünstler, entwarf Kindermode und malte Werbeplakate. 2004 gründete er eine Social Media-Agentur und 2014 folgte das Startup MyPostcard.com GmbH.

Seine Idee kommt gut an: Bislang haben sich über 600.000 Kunden registriert, die im Schnitt 2,6 Karten verschicken. Die Karten für Europa druckt Kray in Berlin, die für Nordamerika in New York. Der Versand dauert je nach Destination zwischen einem und sieben Tage. Weitere Standorte wie Sydney und San Francisco sind geplant.

Heute Berlin, morgen die Welt
Der Gründer selbst hat über 1.600 MyPostcards verschickt, allerdings öfter von Geschäfts- als von Urlaubsreisen. Denn sein Unternehmen hält ihn auf Trapp: „Wir müssen groß denken, um erfolgreich zu bleiben. Und wir müssen weltweit expandieren“, weiß er. Das Fokussieren auf ein Ziel musste der umtriebige Künstler, der früher gerne vieles gleichzeitig machte, erst einmal lernen. „Ich möchte die traditionelle Postkarte ablösen. MyPostcard soll der Urlaubsbegleiter für jedermann werden“, erklärt er seine Vision. „So wie Tempo längst für Papiertaschentücher steht und Uber in den USA für Taxis, soll MyPostcard künftig das Synonym für die Postkarte sein.“

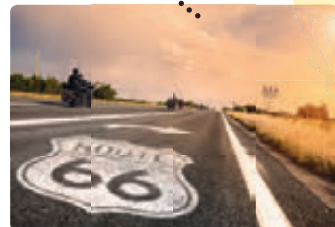
Klingt großspurig? Vielleicht, aber nach drei Jahren ist MyPostcard schon zum Marktführer angestiegen. „Darauf bin ich stolz“, sagt Kray. Und seine Idee, das Alte mit dem Neuen – die analoge mit der digitalen Welt – zu verbinden, kommt bei den Urlaubern an: Bislang wurde die App 2,5 Millionen Mal heruntergeladen. ■

Fotos: MyPostcard.com

WELTREISE PER TV

Von Route 66 bis Ruanda: Hier empfehlen wir die schönsten und interessantesten TV-Reportagen in April und Mai.

Täglicher TV-Tipp und News
trvlcounter.de/newsletter

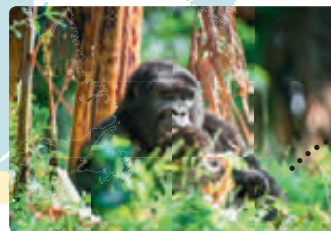


3SAT

Mi, 24.04., 13.25 Uhr

Route 66 – Straße des amerikanischen Traums (50 Min.)

Die Route 66 verbindet auf der 4000 Kilometer langen Strecke Chicago und Los Angeles. Atemberaubende Landschaften und ein Amerika voller Kontraste stehen für den wahrhaftigen American Way of Life.



3SAT

Fr, 3.5., 21.30 Uhr

Ruanda – Gorillas, grüne Hügel und Gründerboom (30 Min.)

Gorillas und grüne Hügel, Versöhnung und Visionen, Kaffeeanbau und Korruptionsbekämpfung, Tourismus und Wirtschaftsboom – was in Ruanda Realität ist, danach sehnen sich viele Afrikaner anderswo. Sehenswerte Doku.

PHOENIX

Mi, 22.04., 13.30 Uhr

Safari am Sambesi: Im wilden Herzen Afrikas (45 Min.)

Der Sambesi-Fluss ist nicht nur Lebensader im südlichen Afrika, sondern auch Geheimtipp für Weltenbummler. ZDF-Südafrika-Korrespondent Timm Kröger und sein Team reisten tausende Kilometer von der Quelle bis zur Mündung in den Indischen Ozean. Afrikas betörende Schönheit.

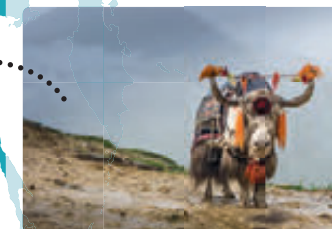


PHOENIX

Mo, 22.04., 12.00 Uhr

Der See Genezareth: Das vierte Meer Israels (45 Min.)

Seit biblischen Zeiten ist der See Genezareth bekannt. Immerhin wandelte schon Jesus über das Gewässer. Das ARD-Team machte eine Reise rund um den See, um Land und Leute in einer der schönsten Regionen des Heiligen Landes vorzustellen.



BAYERISCHES FERNSEHEN

Mo, 6.5., 13.30 Uhr

Reisen in ferne Welten: Der Große Himalaya Trail (45 Min.)

Auf einem abgelegenen und einem viel begangenen Teilstück erfährt das Fernseherteam am eigenen Leib, was die meisten Wanderer in extremer Höhe suchen, finden und nicht selten sofort wieder verlieren.



PHOENIX

Mo, 22.04., 20.15 Uhr

Dubai: Das andere Arabien (60 Min.)

Dubai hat im letzten Jahr fast zehn Millionen Touristen aus aller Welt angelockt – in fünf Jahren sollen es 15 Millionen sein. Dafür wird rund um die Uhr auf der größten Baustelle der Welt gearbeitet. Die Doku zeigt, wie rasant das Übermorgenland wächst.

Schwerpunkt-Kreuzfahrten

ZDF INFO

So, 21.4., 7.15 Uhr

ZDF.reportage: Kreuzfahrt XXL (30 Min.)

Die „ZDF.reportage“ schaut hinter die Kulissen des größten Kreuzfahrtschiffs der Welt, der „Harmony of the Seas“. An Bord 6400 Passagiere und 2200 Crew-Mitglieder – eine schwimmende Stadt.

WDR FERNSEHEN

Fr, 3.5., 18.15 Uhr

Servicezeit: Ausgerechnet Billig-Kreuzfahrt (105 Min.)

Fast 2,2 Millionen Deutsche haben im vergangenen Jahr Urlaub auf einem Kreuzfahrtschiff gemacht. Die Zahl der Kreuzfahrt-Touristen hat sich in den letzten zehn Jahren verdreifacht – und ein Ende des Wachstums ist nicht in Sicht.

3SAT

Di, 23.4., 6.25 Uhr

Abenteuer Hurtigruten (1/2): Winterzauber am Polarkreis, (30 Min.)

(2/2): Eine Reise ans Ende der Welt (30 Min.)

Im Süden Norwegens beginnt das Abenteuer. Es geht entlang der zerklüfteten Fjordlandschaft hoch in den Norden zum Polarkreis. Die Autoren sind mit der „MS Nordkapp“ auf den Hurtigruten bis nach Kirkenes unterwegs.



DAS GANZE TV-PROGRAMM ALS DOWNLOAD

Auf unserer Website: trvlcounter.de/tv-tipps

expitv

VIDEOS FÜR EXPIS
Das erste Streamingportal für Reisebüroprofis:
expitv.de

SANDELE ZUM DRANHÄNGEN
Hübscher Schlüsselanhänger für Flipflop Fans, circa 4 Euro.
havaianas-store.com

FUNDSTÜCKE

Die Welt ist bunt und schön. Hier eine Auswahl an Souvenirs, Reisebüchern und Inspirationen.

BESTE REISEBLOGS 2019

1. MEERBLOG.DE

Geschichten aus Nordfriesland erzählt Elke Weiler. Nachdenklich, inspirierend.

2. REISEDEPESCHEN.DE

Johannes Klaus sammelt deutschsprachige Reiseberichte, Fotos und Videos. Unterhaltsam.

3. CRUISETRICKS.DE

Franz Neumeier ist Kreuzfahrt-Profi. Kompetent, offen, informativ.

*Quelle: Touristikpr.de



ANDERER LÄNDER TASCHEN

Aus Afghanistan kommen solche schmucken Teile, die von Handwerkern traditionell gefertigt werden. Das Exemplar „Heart-at-Peace“ kostet circa 280 Euro. Mit dem Erlös werden auch die Menschen vor Ort unterstützt. silviagattin.com/de/



RITSCH-RATSCH

Gegen den Digitalwahn hilft die neue instax mini 9 von fujifilm. Das Lieblingsgerät der Blogger produziert kleine Sofortfotos in wenigen Minuten. Circa 60 Euro. fujifilm-instax.de/



HELLO ALEXA!

Die neuesten kabellosen Kopfhörer von Sony (WI-1000X) filtern Umgebungsgeräusche effektiv heraus. Steuerbar auch mit Amazons Alexa. Circa 210 Euro. sony.de

»REISEN SIE SO VIEL WIE SIE KÖNNEN DURCH EUROPA UND DIE WELT. REISEN IST DAS BESTE MITTEL, UM VORURTEILE ABZUBAUEN.«

DER FRANZÖSISCHE POLITIKER **JEAN-MARC AYRAULT** ZU STUDENTEN IN SEINEM EX-STUDIENORT WÜRZBURG.



INSIDERTIPPS

Concierges, Influencer, Designer, Chefköche und Schauspieler verraten ihre Lieblingsplätze in den neuen Lufthansa City Guides für London, Paris und New York. 18 Euro.



AUF ZUM MOND!

Die Geschichte der wohl aufregendsten Reise der Menschheit auf der Apollo 11. Ein Bildband mit hunderten Fotografien aus den Schatzkammern der NASA und dem dem LIFE-Archiv. 30 Euro.



NACHHALTIG

Bon Voyage stellt außergewöhnliche Boutique-Hotels vor, die mit nachhaltigen Konzepten echte Alternativen zum traditionellen Tourismus bieten. Gebunden, 40 Euro.



HAMBURG IM RAMENFIEBER

Möge das Schlürfen beginnen! Im Hamburger Schanzenviertel locken leckere Ramennudeln. Genieße an die Nudelbowl. Die Varianten und Rezepte unter momo-ramen.de

Fotos: iStockphoto; PR



DER TRVL COUNTER NEWSLETTER! MORNING NEWS FÜR REISEBÜROS



- JEDEN MORGEN FRISCH IM POSTFACH
- DAS WICHTIGSTE ZUM TAG
- KURZ, ÜBERSICHTLICH, AUF DEN PUNKT
- MIT REISEHINWEISEN UND WETTER
- TÄGLICHER TV-TIPP FÜR TOURISTIKER



JETZT ANMELDEN!
TRVLCOUNTER.DE/NEWSLETTER

TRVLCOUNTER
Das Portal für Reiseprofis

FREUEN SIE SICH AUF DAS NÄCHSTE **TRVL COUNTER** AM 06.06.2019!

Gefällt mir

Empfehlen Sie Ihren Kunden die Dominikanische Republik, die vielfältigste Destination in der Karibik. Ihre Kunden genießen nahezu unberührte Strände mit einer Gesamtlänge von 650 Kilometern, eine exzellente Gastronomie sowie Hotelanlagen auf höchstem internationalen Niveau, vielfach prämierte Top-Golfplätze, Wassersport und Abenteuer, einzigartige Naturparks und lebendige Städte mit kolonialem Flair.

Dominikanische Republik. Alles wovon Sie träumen.

Tourist Board Dominikanische Republik
Hochstrasse, 54 . D-60313 Frankfurt/Main
Tel.: +49 69 91397878 . Fax: +49 69283430
germany@godominicanrepublic.com
#DominikanischeRepublik
GoDominicanRepublic.com



Dominikanische Republik Tourist Board



Punta Cana



Dominikanische Republik
Alles wovon Sie träumen

Tourist Board