

TRVL COUNTER

DAS MAGAZIN FÜR REISEBÜROPROFIS

Dezember 2019/Januar 2020



Sommer-Kataloge 2020

Die Highlights
der Veranstalter
S. 40

Katar

Wie der Emir das steinreiche Land für Urlauber herausputzt. S. 24

Mein erstes Mal

Mega-groß, Mega-Spaß – ein Erfahrungsbericht an Bord der NCL ENCORE. S. 16

Flusskreuzfahrten

Mit neuen Schiffen und Luxus-Suiten wollen die Reedereien auch junge Gäste locken. S. 32

Peter-Mario Kubsch

Der Studiosus-Chef über das Image der Studienreise und was er von der Klimadebatte hält. S. 30





DELIGHT? FOR nora

visit
MONACO
THERE IS NO PLACE LIKE HERE

Copyright : Gibraltar Frederic pour Monte-Carlo Société des Bains de Mer

Fotos: bendzko@instagram.de; anjazwei.de(2)

INSIDE

Sie haben Post!



HOCH HINAUS
Schneller Rhythmus und flotter Sound begrüßten die Teilnehmer der diesjährigen rtk-Jahrestagung. „Auch wenn wir schon weit gekommen sind, wir gehen immer weiter – hoch hinaus“. Schallte es von Tim Bendzko aus den Lautsprechern – und sprach den rund 1.000 Reisebüro-Vertretern aus dem Herzen. „Ich geh’ nicht zurück, ich nehm’ nur Anlauf...!“

MOIN AUS HAMBURG!

Ein turbulentes Jahr neigt sich versöhnlich dem Ende zu. Auch im Dezember haben wir viel zu berichten.

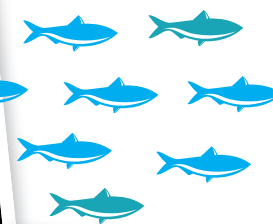
Selten war das Feindbild so klar: Als Dominik Faber, Geschäftsführer Reise von Check24 die Bühne der rtk-Jahrestagung betrat, ging ein Raunen durch die Reihen der Reisebürovertreter. Und es dauerte nicht lange, bis die ersten Buhrufe aus dem Publikum zu hören waren. Es folgte eine spannende Diskussion über den Sinn und Unsinn von Rabatten. Es lohnte sich, genau hinzuhören. Ab Seite 10 berichten wir über den offenen Austausch und was rtk-Chef Thomas Bösl noch zu sagen hatte.

Es ist sicher keine Beleidigung, wenn man Peter-Mario Kubsch als Urgestein

der Branche bezeichnet. Im Interview (Seite 30) erzählt der 63-jährige Studio-sus-Chef, wie es mit den Studienreisen anfang und warum er heute gerne einmal nach Buthan reisen möchte.

Ebenso verlockend ist das kleine Emirat Katar. Wie der Emir den Golfstaat auf die kommende Fußballweltmeisterschaft 2022 vorbereitet, zeigen wir ab Seite 24 (ein ausführlicher Bericht folgt im nächsten Jahr).

Lange in Erinnerung blieb die Begegnung mit dem ältesten Perlentaucher in Doha: Der 85-jährige Saad Ismail al Jassim steht jeden Tag in seinem kleinen Schmuckladen in der Hauptgasse des Souk Wakif und erzählt Besuchern über das beschwerliche Leben von damals. Er verkörpert das alte Katar, das neue zeigt sich in der aufstrebenden Skyline der West Bay, wo die Hochhäuser der Investmentfirmen in der Wüstensonne funkeln und glitzern.



FOLLOW THE FISH

Art Direktorin Anja Jung haben wir auf die Premierenfahrt der NCL Encore geschickt, wo sie unter anderen auf Gastgeber Kevin Bubolz traf, Managing Director NCL Europa (ab S. 16). Den Treffpunkt fand sie ohne Probleme: Sie hat sich einfach am Fischeschwarm auf dem Teppichboden orientiert. Der schwimmt immer in Richtung Bug.

MERRY EVERYTHING AND HAPPY ALWAYS!

Wir wünschen unseren Lesern ein friedliches und glückliches Weihnachten und einen guten Rutsch ins neue Jahr 2020!



DEZEMBER 2019/JANUAR 2020

INHALT

24 IM LAND DES EMIRS

Katar ist steinreich und tritt selbstbewusst auf. Im Vorfeld der WM 2022 putzt sich das kleine Land groß heraus.

10 JAHRESTAGUNG

Auf der Bühne war RTK-Chef Thomas Bösl in seinem Element. Was er zu sagen hatte und warum er bei der Digitalisierung Gas geben will.

COUNTER

- 08 NEWS
- 10 RTK-JAHRESTAGUNG
- 14 40 JAHRE DERPART
- 16 PREMIERE NCL ENCORE

TRAVEL

- 22 NEWS
- 24 STEINREICHES KATAR
- 30 INTERVIEW KUBSCH
- 32 FLUSSKREUZFAHRTEN
- 40 SOMMERKATALOGE

WORK & LIFE

- 48 NEWS
- 50 BERATUNGSTIPPS
- 54 TRAVELJOB PURSERETTE

E-ZONE

- 56 NEWS
- 58 REISE-APPS

STANDARDS

- 03 INSIDE
- 05 IMPRESSUM
- 06 CHECK-IN
- 20 STOPOVER
- 46 BÜCHER, BLOGS, FILME
- 62 WEITERDENKER
- 64 TV-TIPPS DEZEMBER
- 66 DISCOVER

50 DIE KÜMMERER

Wie Counterprofis ihre Kunden beraten, begleiten und motivieren.



16 MEIN ERSTES MAL

Was der neue Megaliner NCL ENCORE zu bieten hat. Ein Erfahrungsbericht.



40 SOMMERKATALOGE

Das Hotelangebot ist riesig, die großen Veranstalter legen in 2020 ordentlich nach.



TV-TIPPS

64
TV-TIPPS
für Touristiker im
Dezember



58 APP, APP, HURRA!

Nützliche Reise-Apps, von Profis für Profis empfohlen.



32 EINMAL UM DIE KURVE BITTE

Die neuen Flusskreuzfahrtschiffe punkten mit mehr Platz und Angebot.



62 WEITERDENKER

Das OMR-Festival ist zum gigantischen Treffpunkt der Digitalszene geworden. Philipp Westermeyer hat's erfunden.



Verlag

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

Geschäftsführerin und Herausgeberin

Irena Roth

Online

Klaus Göddert
trvlcounter.de
redaktion@trvlcounter.de

Chefredakteur

und presserechtlich verantwortlich

Jean-Marc Götttert
jean-marc.goetttert@trvlcounter.de

Art Direktion

Anja Jung

Redaktionelle Mitarbeit

Klaus Göddert [Web und Newsletter],
Thomas Grether, Elena Rudolph, Iris Quirin,
Maryam Özdil (Illustrationen)

Bildredaktion

Saskia Henck

Lektorat

Kirsten Glatzer

Newsletter abonnieren

www.trvlcounter.de/newsletter

Marketing & Sales

Life! Verlag GmbH & Co. KG
Andreas Lentz (Ltg.), Tel. +49-40- 38 90 40-24
andreas.lentz@lifeverlag.de
Alexandre Jouravel, Tel. +49-40- 38 90 40-28
alexandre.jouravel@lifeverlag.de
Felicia Haslbeck, Tel. +49-40- 38 90 40-28
felicia.haslbeck@lifeverlag.de

(Stellenanzeigen) Touristik Jobs

jobs@trvlcounter.de, Tel. +49-40- 38 90 40-0

Anzeigendisposition

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

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr.2/2020, 1.10.2019
Die Mediadaten finden Sie auch online unter
trvlcounter.de

Leser- und Aboservice

Abonnementspreis Inland 25 Euro pro Jahr inkl.
Porto und 7% MwSt.
Abonnementspreis 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 Life! Verlag GmbH & Co. KG.

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

CHECK-IN



Wohnort der Ahnen

ZEHN GENERATIONEN UNTER EINEM DACH.

So lautet der Titel dieses Bildes des Fotografen Per-Andre Hoffmann, das in der Kategorie „Stories und Kampagnen“ bei der Wahl zum „PR-Bild des Jahres 2019“ der dpa-Tochter News Aktuell den dritten Platz belegte. Während der kleine Junge in einem Durchgang gelangweilt mit seinen Händen spielt, sitzt die Großmutter auf der anderen Seite und raucht seelenruhig ihre Zigarre. Aufgenommen wurde die Szene in den Philippinischen Kordillern auf Nord-Luzon. Dort leben die Ifugao, eine altmalaiische Ethnie, die ihre Hütten mit den Schädeln verstorbener Nutztiere und Familienangehöriger aus vergangenen Zeiten ausstatten. Neben rund 1500 Geistern und Naturgöttern verehren die Ifugao ihre Ahnen als Götterwesen. Ihrem Glauben zufolge nehmen diese auch nach ihrem Tod am Schicksal ihrer Familie Anteil und fungieren gegenüber des allmächtigen Schöpfergottes als deren Fürsprecher. Weitere preisgekrönte Fotos: pr-bild-award.de

Foto: Department of Tourism Philippines/Per-Andre Hoffmann

COUNTER

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



SOFORTHILFE FÜR COOKIES

Gemeinsam mit einigen Veranstalterpartnern bietet solamento-Chef Sascha Nitsche den Thomas-Cook-Touristikern einen kostenlosen Wechsel in das Touristik Home Office und somit eine neue berufliche Perspektive. Wer will, kann die solamento Fulfillment-Unterstützung mindestens 18 Monate nutzen.

Kontakt über: agentur@solamento.de



ITB 2020: PREISVORTEIL

Mitarbeiter von Unternehmen, die Mitglied im Deutschen Reiseverband (DRV) sind, können sb sofort vergünstigte Eintrittskarten auf drv.de/itb bestellen. Die Dauerkarten sind 48 Euro günstiger als an der Tageskasse und 18 Euro günstiger als im ITB-Online-Ticketshop. Der Fachbesucher-Dauerausweis für DRV-Mitglieder kostet damit nur 42 Euro.



»BEIM THEMA E-SCOOTER MUSS MAN NICHT JEDEN SCHMARRN MITMACHEN!«

KAI SANNWALD, CHEF BEI SUNNY CARS, AUF DER DERPART-JAHRESTAGUNG

EINFACHERE EINREISE

Ab sofort benötigen Eltern bei der Einreise mit Kindern nach Südafrika neben gültigen Reisepässen keine zusätzlichen Dokumente mehr für den Nachwuchs. Dies gilt auch, wenn nur ein Elternteil mit dem Kind einreist oder das Kind von einer dritten Person begleitet wird.



TUI FLY startet mit eigener Langstrecke

Mit Beginn des Winterflugplans 2020/21 wird TUI fly in Deutschland den touristischen Langstreckenverkehr aufnehmen. Mit zunächst zwei umweltfreundlichen Flugzeugen vom Typ Boeing 787 Dreamliner werden Urlaubsziele in der Karibik und Mexiko angeflogen. Die Zubringerflüge für Kreuzfahrten der „Mein Schiff“-Flotte von TUI Cruises werden unter eigener Flagge bedient.

Fotos: Jens Braunedel Angel; Wilderness Safaris; iStockphoto; DRV



DIE NEUE CONDOR

Condor hebt künftig mit eigenem Logo im Leitwerk ab. Anfang Dezember erstrahlte eine Boeing 767 mit der Kennung D-ABUF im neuen Look und hob in Richtung Cancun in Mexiko ab. In den kommenden Wochen werden Stück für Stück alle Leitwerke der Flotte neu lackiert. Auch sonst ist die Airline auf einem guten Weg: Die Anzahl beförderter Fluggäste stieg auf 9,4 Millionen (plus 6,9 Prozent). Condor verzeichnet stabile Yields sowie einen stabilen Sitzladefaktor von rund 90 Prozent. Der Umsatz stieg um sechs Prozent auf 1,7 Milliarden Euro.



KOLLEGEN-FINDER!

Suchen Sie neue Mitarbeiter und Kollegen für Ihr Reisebüro? Nutzen Sie den Online-Stellenmarkt. Werben Sie crossmedial auf www.trvlcounter.de/jobs

TRVLCOUNTER
Das Magazin für Reisebüroprofis

»WIR GEHEN IMMER WEITER HOCH HINAUS«

Auf der rtk-Tagung an Bord der MSC GRANDIOSA in Hamburg bricht Thomas Bösl erwartungsgemäß eine Lanze für den stationären Vertrieb. Überraschungsgast Dominik Faber von Check24 erklärt seine radikale Kundenorientierung und warnt vor noch größeren Wettbewerbern im Netz.

Text Jean-Marc Göttert

ENGAGIERTE DISKUSSION:

Neben Dominik Faber (Check24) diskutierten Mark Tantz (DER Touristik), Ralph Schiller (FTI) sowie Lars Helmreich von RT-Reisen.

dem Vertrieb Mut in schweren Zeiten der zunehmenden Digitalisierung zusprechen sowie die Veranstalter, die vereinzelt in der ersten Reihe Platz genommen haben, zur besseren Zusammenarbeit auffordern. Und wie jedes Jahr wird Bösl bessere, veränderte Provisionsmodelle fordern. Es ist die Stunde des Mahners, ein selbstbewusster Auftritt des Chefs der größten Reisebüro-Kooperation in Deutschland, durchaus auf Augenhöhe mit den großen Veranstaltern wie TUI, FTI und DER Touristik.

Er müsse doch noch einen Satz zu Thomas Cook sagen, beginnt Bösl mit ernster Miene. Von einem „wahren Erdbeben in der Branche“ erzählt er. „Es hat sich wieder einmal gezeigt, wer Marktveränderungen zu spät erkennt und nötige Entwicklungen verschläft beziehungsweise eine falsche Strategie fährt, der wird krachend scheitern“, betont er. „Wirtschaft ist an dieser Stelle grausam und nimmt keine Gefangenen.“ Die Pleite habe viel ausgelöst. Bei den Reisebüros in erster Line „unbezahlte Mehrarbeit durch den Ansturm der Kunden im In- und Ausland.“ Die Mitarbeiter am Counter hätten diese „unheimliche Aufgabe bravourös gemeistert“, sagt Bösl unter Applaus. Das hätte jedoch viel Kraft und viel Geld gekostet. Er sei der festen Meinung, dass die

»DIE BRANCHE STEHT NACH DER PLEITE VON THOMAS COOK ZWEIFELSFREI VOR EINEM GROSSEN UMBRUCH«

Pauschalreise in der Folge eine „gehörige Schramme“ abbekommen hätte. Im Saal herrscht gespannte Ruhe.

Für die übrigen Veranstalter sei der „süße Geschmack der Marktbereinigung“ gar nicht so schlecht angekommen, redet Bösl weiter. „Die Folgen werden aber mittel- und langfristig alle in der Branche treffen. Zumal die Diskussion über die Kundengeldabsicherung jetzt erst beginnt, ebenso Überlegungen über die Zukunft der Pauschalreise.“ Sie sei ohnehin in den letzten Jahren viel zu sehr „verramscht“ worden.

Die Zuhörer spenden Applaus und Bösl redet sich langsam warm. Einst sei die Pauschalreise ein Qualitätsmerkmal gewesen, und das sollte wieder im Mittelpunkt stehen, fordert er mit fester Stimme. Jetzt wendet er sich an die Veranstalter. „Wir müssen auch Teile in der Provisions-

Als morgens um 8.30 Uhr die Türen aufgehen, strömen die wartenden Touristiker, Reisebüro-Inhaber und Mitarbeiter der rund 1.000 geladenen Reisebüros in den großen Theatersaal der GRANDIOSA. Hier, an Bord des neuen Flaggschiffs der italienischen Reederei MSC, fand Mitte November die diesjährige Jahrestagung der Reisebüro-Kooperation rtk statt.

Zu den Klängen von Pop-Sänger Tim Bendzko füllen sich die Sitzreihen schnell. „Die Leute fragen, wie viel Extrameter gehst du; ich fang erst an zu zählen, wenn es wehtut“ schallt es aus den Boxen. Gut gewählte Worte für eine zunehmend gebeutelte Reisebüro-Branche, die mit Margendruck, zunehmender Konkurrenz durch die Online-Portale und zuletzt mit den dramatischen Auswirkungen der Thomas-Cook-Pleite zu kämpfen hat.

Für die Tagung ist alles perfekt vorbereitet: Hinter der großzügigen Bühne prangt eine 30 Meter lange Leuchtwand mit dem grün-weißen Logo der nach eigenen Angaben größten Reisebüro-Kooperation Europas. „Auch wenn wir schon weit gekommen sind, wir gehen immer weiter hoch hinaus“ empfängt die Musik die Teilnehmer.

Als Thomas Bösl die Bühne betritt, wird es im Saal still. Der rtk-Chef wird hier – wie jedes Jahr – seine Grundsatzrede halten,

»NIEMAND IST SO NAH AM KUNDEN DRAN WIE REISEBÜROS. ICH WÜRD MICH WÜNSCHEN, DASS MAN AUF DEN EXPERTEN-TIPP DER REISEBÜROS HÖRT.«

HEIMSPIEL

rtk-Chef Thomas Bösl (rechts) erntet bei den Reisebüros viel Lob für seine Forderungen nach mehr Transparenz und früheren Provisionsauszahlungen. Dominik Faber von Check24 (links) hört in der ersten Reihe aufmerksam zu.

regelung neu gestalten“, sagt er. Die immer weitergehende Ausrichtung von Provisionsmodellen nach Umsatzsteigerung „ist eine Regelung der Vergangenheit“, kritisiert er. Das Motto „Immer mehr Umsatz“ sei völlig unrealistisch, stellt er unter heftigem Applaus des Publikums fest. Der Markt stagniere und Reisebüros würden durch die Provisionsmodelle gezwungen, sich auf immer weniger Veranstalter zu konzentrieren. Der Vorteil von Reisebüros sei es aber gerade, eine große Bandbreite an Produkten anbieten zu können – und der Kunde wolle das auch so.

»GRUNDLAGE DES ERFOLGS IST EINE BEDINGUNGSLOSE KUNDENORIENTIERUNG.«

DOMINIK FABER, GESCHÄFTSFÜHRER REISEN BEI CHECK24

Auch die Intransparenz der Provisionsmodelle sei ihm ein Dorn im Auge. Es dränge sich der Eindruck auf, dass Veranstalter nach dem Motto vorgehen: „Wenn du nicht überzeugen kannst, verwirre.“ Weniger Fußnoten, weniger Sternchen und dünnere Provisionsbroschüren fordert der rtk-Chef entschieden ein.

Zum Abschluss seiner Rede kommt er auf das letzte große Diskussionsthema der Branche: nachhaltiges Reisen. Die Diskussion sei ihm in den Medien doch stark überhöht, meint er. Es sei dennoch wichtig und „wird uns nicht verlassen“. Die Branche sei hier viel zu leise gewesen: „Wir können durchaus stolz sein auf das, was wir bislang erreicht haben. Ein Verbot von Flugreisen ist Schwachsinn“, ärgert er sich.

Im zweiten Teil der Veranstaltung präsentiert die rtk einen Überraschungsgast: Dominik Faber, Geschäftsführer Reise von Check24. Schon als der smarte Jungmanager die Bühne betritt, geht ein Raunen durch den Saal. Für viele ist er zum Erzfeind geworden, dessen Portal mit Gutscheinen und Rabattaktionen den Ärger des stationären Vertriebs auf sich gezogen hat. Moderator Carsten Deuster fragt ketzerisch, warum Faber überhaupt zur rtk-Ta-

gung gekommen sei? „Ich könnte jetzt sagen: Ich wollte schon immer mal ein Kreuzfahrtschiff von innen sehen“, kontert Faber schlagfertig. Tatsächlich sei er aber offen für eine Zusammenarbeit mit dem stationären Vertrieb. „Vielleicht ließen sich Lösungen finden.“ Die ersten Buhrufe sind laut und vernehmlich aus dem Publikum zu hören. „Sie werden es nicht glauben, aber ich bin kein Freund von Gutscheinen“, legt Faber nach. Ungläubiges Staunen der Zuschauer.

Angefangen hätten ja andere, meint Faber, etwa Ab-in-den-urlaub.de oder Holidaycheck.de. Check24 setze zudem Gutscheine vergleichsweise zurückhaltend ein. „Wir werden nicht so weit gehen, sie platt auf unsere Website zu kleben“, betont er. „Gutscheine erhalten nur Kunden, die schon einmal etwas bei Check24 gekauft haben.“ Das sei letztlich auch nur eine Marketing-Maßnahme unter vielen. Das Portal setze viel stärker auf Google-Marketing sowie auf Fernsehwerbung. Wie sich dann der Erfolg des Portals zu erklären sei, will Moderator Deuster wissen. Grundlage sei „eine bedingungslose Kundenorientierung“, erklärt der Online-Profi. Er verweist auf die hochmo-

derne Buchungstechnik, auf effiziente Online-Prozesse, maßgeschneiderte Produkte und eine enge Betreuung der Kunden. „Das sind die Haupttreiber für unser Wachstum, nicht die Gutscheine“, erklärt Faber unter weiteren Schmährufen aus dem Publikum.

Für die anwesenden Reisebüro-Mitarbeiter kommt es aber noch dicker. „Wir werden die Website weiter optimieren, die Beratung ausbauen, die Produkte erweitern“, kündigt Faber an. Er lässt keinen Zweifel daran, dass Deutschlands größtes Online-Reisebüro stark wachsen will. Eine Dominanz von Check24 auf dem deutschen Reisemarkt sieht Faber dennoch nicht. „Mit Google und Amazon stehen Konkurrenten vor der Tür, die eine ganz andere Macht haben.“

Engagiert geht es auch weiter bei den nächsten Podiumsdiskussionen. In der ersten Runde sitzen neben Faber jetzt DER-Touristik-Chef Mark Tantz, FTI-Chef Ralph Schiller sowie RT-Reisen-Geschäftsführer Lars Helmreich auf der Bühne. Durchaus kontrovers diskutiert die Männerrunde das Thema Rabattaktionen. Einig werden sie sich nicht, zu unterschiedlich scheinen die Interessen der Marktteilnehmer zu sein.



SCHLAGABTAUSCH: In der zweiten Runde diskutierten rtk-Chef Thomas Bösl und TUI-Vertriebs-Chef Hubert Kluske über die Vorteile von Omnichannel und den Wert der Kundendaten.

In der zweiten Runde am Nachmittag diskutieren Thomas Bösl und TUI-Vertriebs-Chef Hubert Kluske über die Themen Omnichannel und Kundendaten. TUI will das Geschäft über tui.com kräftig ausbauen und dabei die Reisebüros enger einbinden. Dennoch werde der online verkaufte Anteil am Reisemarkt unweigerlich wachsen, sagt Kluske voraus. Reisebüros sollten sich also einen „starken Partner“ suchen, der genügend Finanzkraft und Expertise biete.

Eine Kooperation mit TUI könne er sich im Rahmen von Omnichannel vorstellen, räumt Bösl ein. Doch die Kundendaten müssten in der Hoheit der Reisebüros bleiben. „Wenn wir das Thema mit einer Autofahrt von A nach B vergleichen, dann müssen die Reisebüros am Steuer sitzen“, fordert er. Ob Kluske dazu bereit sei, fragt der Moderator. „Wenn die rtk auch den Sprit bezahlt“, antwortet Kluske. Daraufhin Bösl: „Das kriegen wir auch noch hin, dass die TUI den Sprit bezahlt.“ Unter großem Applaus der anwesenden Reisebürovertreter schließt die Tagung. Der Saal leert sich und aus den Boxen schallt es wieder: „Die Leute fragen, wie viel Extrameter gehst du; ich fang erst an zu zählen, wenn es wehtut“.



RABATTE GEBEN ALLE: Dass man dabei mehr Provision an Portale zahle als an Reisebüros, verneinen die Veranstalter vehement.

GESTERN. HEUTE. MORGEN

Die DERPART Jahrestagung fand Ende November in Den Haag statt. Vor 40 Jahren wurde hier der Grundstein für den Reisebüro-Verbund gelegt.

Begleitet von Jean-Marc Göttert



»Spanien in einem Tag. Das war damals 1964 wie eine Weltreise!«

CERARD KASSNER, GESCHÄFTSFÜHRER VON SCHAUINSLAND-REISEN ÜBER CESTERN.



»Wir blicken mit besonderem Stolz auf 40 Jahre DERPART zurück«

AQUILIN SCHÖMIC, GESCHÄFTSFÜHRER DERPART



»Der beste Treibstoff ist der, den wir nicht verbrauchen.«

UWE MOHR, AIDA-VERTRIEBSCHIEF, ZUM THEMA NACHHALTIGKEIT



»Das Fliegen ist die Achillesferse der Touristik.«

PETER-MARIO KUBSCH, STUDIOSUS-CHEF ÜBER NACHHALTIGES REISEN



GRUPPENBILD MIT TORTE. In der Mitte präsentieren DERPART-Geschäftsführer Aquilin Schömic (links) und Andreas Neumann die symbolische Torte. In Den Haag wurde vor 40 Jahren der Grundstein für den Reisebüro-Verbund gelegt. Die rund 120 Teilnehmer wurden am Wochenende in die Gründerzeit der 1970er entführt, bevor es im Plenum und in Workshops weiterging.

Werden Sie Partner!

Nutzen Sie alle rtk Vorteile!



Erhalten Sie dabei Ihre volle unternehmerische Eigenständigkeit!

Bei Interesse melden Sie sich gern: vertriebsservice@rtk-deutschland.de


meinreisespezialist
... von Freunden empfohlen


rtk, -)

MEIN ERSTES MAL

Die Norwegian ENCORE bietet Platz für 3998 Gäste. Sie werden in Clubs, mit Shows und Sport reichlich unterhalten. Wir waren bei der Premierenfahrt von Bremerhaven nach Southampton dabei.

Text Anja Jung



RUTSCHE UND RETTUNGSRING

Auf dem Oberdeck befindet sich neben dem Pool auch der Aquapark für Kinder mit der Riesenrutsche. Anja (rechts) ist froh, einen Rettungsring gefunden zu haben. Man weiß ja nie. Ist ja auch das erste Mal.



Seit gut fünf Jahren gestalte ich die Seiten für den Verlag, unter anderem auch Kreuzfahrtenbeiträge für TRVL Counter. Mit jeder Ausgabe scheinen die Schiffe größer, exklusiver und spektakulärer zu werden. Dann diskutieren wir in der Redaktion, ob das unsere Art zu reisen wäre. Und ich muss gestehen, ich war mir unsicher. Das muss du einfach ausprobieren, sagt der Chefredakteur und schickt mich für zwei Nächte auf die Premierenfahrt der Norwegian ENCORE von Bremerhaven nach Southampton: ein Riesenspott, so groß, dass ich Probleme habe, das ganze Schiff zu erfassen. Meine Kabine mit Seeblick ist hübsch. Schiffe ziehen vorbei, Möwengeschrei. Nicht schlecht, denke ich. Wenn es nach meinen Kollegen gegangen wäre, hätte ich zuallererst die Wasserrutsche (vier Meter über die Reling hinausragend) gestürmt oder die Kartbahn berast. Aber es gibt ja ein Programm, und ich bin neugierig, was das Schiff zu bieten hat. Sehr schnell vergesse ich nämlich, dass ich auf See bin. Erst als wir ablegen, spüre ich eine leichte Bewegung unter meinen Füßen. So friedlich bleibt es zwei Tage während der Fahrt. Ich probiere die Spezialitätenrestaurants aus, genieße Signature Drinks und laufe, laufe, laufe Kilometer. Vom Bug zum Heck und zurück, fast alle 20 Decks rauf und runter. Ich erkunde die Sonnendecks, sehe mir Spa- und Erholungsmöglichkeiten an, stoße zufällig an einer unscheinbaren Ecke auf eine kleine Patisserie und erlebe eine unglaublich freundliche Crew. Fischschwärme als Teppichmotiv weisen mir immer die Fahrtrichtung. Auf der Kartbahn Runde um Runde zu drehen macht ungeheuren Spaß. Als ich danach über das Deck gehe, der Wind weht, Sternenhimmel, tiefe Dunkelheit, das hat schon was. Ich tauche wieder unter Deck, wo kompaktes, quirliges Abendvergnügen herrscht. Vom Hocker reißen mich „The Choir of Man“ mit ihrem Bühnenstück. So viel Spaß und coole Leute ... Ja, ich wär gern noch ein paar Nächte geblieben und mit dir in der Karibik herumgeschippert ENCORE. Dein Name ist schlau gewählt.

1 DIE NORWEGIAN ENCORE verlässt die Meyer Werft in Papenburg. Der Bug wurde vom renommierten spanischen Künstler Eduardo Arranz-Bravo bemalt. **2 CLUB-FEELING** Im legendären Cavern-Club traten einst die Beatles auf. Hier sorgt eine Coverband für ordentlich Stimmung an Bord. **3 SPASS AUF DER KART-SPEEDWAY** Hier gibt sich Anja keine Blöße. **4 STARTPUNKT BREMERHAVEN** Bei bestem Sonnenwetter geht die Premierenfahrt los nach Southampton.

23,2
KNOTEN
Maximalgeschwindigkeit



1.716
CREW-
Mitglieder

3.998
GÄSTE



5
Sonnen-
DECKS



»Wir müssen unsere Tugenden deutlicher herausstellen«

Europa-Chef Kevin Bubolz über die neue Premium-Strategie von NCL.



Der Kreuzfahrtmarkt hat sich in den letzten zwei Jahren stark verändert, die Nachfrage steigt, die Preise auch. Wie müssen sich die Reisebüros darauf einstellen?
Für die Reisebüros sind das goldene Zeiten im Kreuzfahrtbereich. Der Markt wächst, die Kapazität ist da, es gibt stabile Preise und interessante Angebote. Und die Reisebüros nehmen hier eine Schlüsselrolle ein: Gute Berater sind nach wie vor sehr gefragt. Hier gilt es, sich schlauzumachen und schlauzuhalten.

Wo fahren die Deutschen am liebsten hin?
Insgesamt fahren die Deutschen zu rund 75

KEVIN BUBOLZ beim sogenannten Leadership Chat auf der ENCORE. Bubolz ist seit Frühjahr 2018 Vice President und Managing Director NCL und damit verantwortlich für Kontinentaleuropa und Skandinavien.

Prozent innerhalb Europas auf Kreuzfahrt. Bei uns sind über 50 Prozent der Deutschen außerhalb Europas unterwegs. Stark nachgefragt waren im vergangenen Jahr Asien und Australien. Innerhalb Europas sind weiterhin Nordeuropa-Fahrten sehr beliebt.

Wie sieht die Buchungslage und Preisstruktur für europäische Gäste aus?
Wir sind zufrieden. Durch die gestiegenen Preise wachsen wir umsatzmäßig stärker als bei den Passagierzahlen. Wir sind jetzt aber viel hochwertiger unterwegs als noch vor drei Jahren. Wir investieren deutlich mehr in Küche und Kulinarik, wir haben alle Schiffe zum Teil von Grund auf renoviert und konnten uns unter anderem durch diese Investitionen erfolgreich im Premiumsegment positionieren.

»Mit Fridays for Future kommt ordentlich Bewegung in die Branche rein«

Das bedeutet aber auch eine andere Kommunikation im Markt, oder?
Ja, sicher. Wir sind gerade dabei, die Wertigkeit, die wir haben, besser rüberzubringen. Da arbeiten wir beständig an unserem Marketing. Wir haben in der Vergangenheit zum Beispiel stark auf Promotions gesetzt und vielleicht zu sehr das „Premium All Inclusive“ in den Vordergrund gestellt. Unsere Marke ist ja viel mehr als das. Unter Freestyle Cruising verbinden wir Freiheit und Individualität an Bord. Jetzt müssen wir uns stärker auf die Marke an sich konzentrieren und den gestiegenen Wert einer NCL-Kreuzfahrt auch besser vermitteln.

Was heißt das in der Praxis?
Wir müssen vor allem an unserer Markenbotschaft arbeiten, vielleicht etwas klarer

kommunizieren, was die Vorzüge sind, was uns abgrenzt von anderen. Was aber jetzt schon feststeht: Wir müssen unsere Tugenden wieder stärker in den Vordergrund stellen. Zum Beispiel bei der Kulinarik: Da wird mir regelmäßig gesagt, dass wir deutlich besser sind als die Wettbewerber. Oder auch in der Servicequalität.

Norwegian Cruise Line ist ein internationales Produkt. Wollen die deutschen Gäste das überhaupt?
Ich persönlich mag das. Ich finde es einfach schön, wenn sich die Nationalitäten an Bord mischen. Und so geht es auch den deutschen Gäste an Bord unserer Schiffe: Sie wollen bei ihren Reisen andere Kulturen und Menschen kennenlernen und eben nicht auf einem Schiff sein, das voll mit Einheimischen ist.

Wie stehen Sie zum Thema Nachhaltigkeit und zu Fridays-for-Future?
Persönlich finde ich das gut, da kommt ordentlich Bewegung rein und das ist überfällig. Zwar wird viel geforscht und entwickelt, aber manchmal ist der Druck der Straße ganz hilfreich. In Sachen Nachhaltigkeit macht die Branche schon viel, zum Beispiel beim Thema Abfallmanagement. Wichtig ist, dass wir weiterhin eine Branchenlösung erarbeiten. Eine einzelne Reederei kann da nur begrenzt etwas bewirken.

Wo machen Sie persönlich am liebsten eine Kreuzfahrt?
Ich finde Hawaii ganz einzigartig. Es gibt ganz unterschiedliche Inseln und dazu ausreichend lange Liegezeiten. Es sind einfach einmalige Eindrücke, und deswegen haben wir neulich unsere Hochzeitsreise dorthin wiederholt.

Was ist das an Bord, was Sie persönlich am meisten vermeiden?
Da muss ich tatsächlich einen Moment nachdenken. Für das Pool-Entertainment-Programm, wie zum Beispiel den Mister Sexy-Legs-Wettbewerb, muss man sicher in der richtigen Stimmung sein.

Ihre schlimmste Erfahrung als Passagier?
Als ich mal zu den Lofoten unterwegs war, hatte ich mich erkältet. Dann zog noch schlechtes Wetter mit Windstärke 11 auf.



Ein bisschen Spaß muss sein

Das neue Schiff bietet Platz für rund 4.000 Gäste. Ein Blick auf das umfangreiche Angebot an Bord.

UPGRADE-PAKET
NCL hat im April diesen Jahres mit Free at Sea ein neues Upgrade-Modell für den europäischen Markt eingeführt. Für 99 Euro bei einer sieben-tägigen Kreuzfahrt können sich NCL-Gäste für das neue Angebot entscheiden und zwei Inklusiv-Pakete aus fünf möglichen wählen:

- Getränkepaket, beinhaltet alkoholische und nicht-alkoholische Premiumgetränke (bis zu 15 Dollar pro Glas).
- Paket für Spezialitätenrestaurants (Anzahl der Spezialitätenrestaurant-Besuche variiert je nach Länge der Kreuzfahrt).
- Internet-Paket
- Landausflugs-Paket mit Guthaben von 50 Dollar pro Kabine und Hafen
- Freunde & Familie zahlen nur die Steuern (gilt ab dem dritten Gast in der Kabine und für bestimmte Routen).

TECHNIK-SPAß
Eine Laser-Tag-Arena unter freiem Himmel lockt mit Sport und Spaß.

RESTAURANTS
Neben vielen hochklassigen Restaurants und Bars an Bord feiert das „Onda by Scarpetta“ sein Debut und bietet den Gästen moderne italienische Küche.

MUSICALS UND SHOWS
Gäste können das preisgekrönte Musical „Kinky Boots“ mit Originalsongs von Cindy Lauper genießen. Unter anderen spielt eine Beatles Coverband im Cavern Club.

HIGHLIGHTS
Ab dem 22. April 2020 fährt das Schiff ab New York City zu den Bermudas sowie nach Kanada und Neuengland. Im Frühjahr 2021 wird es von Seattle nach Alaska entlang der US-Westküste fahren.

Fotos und Illustrationen: anjazwei.de(7); NCL; The Noun Project

STOPOVER

Huckepack

ABENTEUERLUSTIGE TRAIL-BIKER ...
... wie der Österreicher Thomas Oehler bewältigen selbst schwierigste Etappen auf ihrem Bike – oder schleppen dieses wenigstens selbst von A nach B. Das steinige Flussbett, das Oehler während seiner Tour durch das kirgisische Altai-gebirge überqueren musste, war dann aber selbst für einen Ausnahme-Athleten wie ihn zu viel. Der zweifache Weltrekordhalter ließ sich kurzerhand zu Pferd sicher ans andere Ufer bringen. Der abenteuerliche Trip durchs wilde Kirgistan führte Oehler und seine Begleiter von der Ortschaft Osch am Ostrand des Ferghana-Tals im Süden bis zum Basislager am Hang des Pik-Lenin-Gebirges. Oehler war mit dem Schweizer Mountainbiker René Wildhaber, dem australischen Fotografen Dan Milner sowie dem Videoprofi Douglas Tucker unterwegs. Tucker hat die rasanten Abfahrten durch das spektakulär zerklüftete Gebirge auf Film festgehalten: youtube.com/watch?v=FmjjGR0atv0

Foto: Dan Milner/Red Bull Content Pool

TRAVEL

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



DUBAI WIRBT MIT SCHÖNHEIT

Für Dubai Tourism inszenierte die preisgekrönte Regisseurin Reed Morano einen Kurzfilm mit Gwyneth Paltrow, Kate Hudson und Zoe Saldana. Im Film „A Story Takes Flight“ unternehmen die drei Schauspielerinnen jeweils Erkundungstouren durch Dubai und erleben außergewöhnliche Abenteuer. astorytakesflight.com

MARRIOTT WIRFT ANKER

Mit der Eröffnung des Courtyard by Marriott Hamburg City ist die Premium-Marke nun zweimal in der Hansestadt vertreten. Das 277 Zimmer umfassende Haus befindet sich in zentraler Innenstadtlage und bietet eine gelungene Mischung aus Business-, Konferenz- und Freizeithotel. Übernachtungen ab 120 Euro.



»KREUZFAHRER SIND WILLKOMMEN, ABER NUR ZU UNSEREN BEDINGUNGEN.«

ANDERS NYLAND, TOURISMUSCHEF VON VISIT BERGEN

ADRENALINJUNKIES

Bolt, zu Deutsch Blitz, heißt die erste und neue Achterbahn-Attraktion an Bord der Mardi Gras von Carnival Cruise Line (August 2020). Teilnehmer rasen per Motorrad-Attrappe rund 100 Meter über Deck und erreichen bis zu 65 Stundenkilometer. Kameras entlang der Strecke halten den Schock für die Nachwelt fest.



WAS WIRD IM HOTEL GEKLAUT?

Das Mitnehmen von Seifen oder Stiften gilt bei vielen Hotelgästen als Kavaliersdelikt.

Manche Besucher tragen aber ganze Fernseher, Klaviere oder gar ausgestopfte Tiere aus dem Hotel. Eine Studie hat bei 1.157 Hoteliers analysiert, welche Gegenstände am häufigsten entwendet werden: die Mehrheit klagt Handtücher und Bademäntel, dicht gefolgt von Kleiderbügeln, Stiften und Besteck. Der Deutsche lässt in erster Linie Kosmetik mitgehen, Italiener bevorzugen Weingläser als Hotel-Souvenir. Bei Schweizern rangiert der Haarföhn weit oben im Ranking.

Holländische Hotelgäste benötigen offenbar Glühbirnen und Toilettenpapier. Scurril: Das Risiko für den Matratzenklau ist im 5-Sterne-Hotel 8-fach erhöht.

Fotos: Thomas Prior; Cathrine Stukhard@Marriott; Bolt; iStockphoto Vallbracht@MSC Cruises; Ivan Sarfatti@MSC Grandiosa; Jean-Marc Göttert



GRANDE DAME

Große Schiffstaufe der MSC Grandiosa in Hamburg

Während des spektakulären Feuerwerks gleitet das neue MSC-Flaggschiff langsam die Elbe hinunter. Seit ihrer Ankunft in Hamburg am 6. November ist die MSC Grandiosa Teil der Lichtinstallation „Blue Nights“, wobei der renommierte Künstler Michael Batz den Hafen symbolisch in leuchtende Blautöne eintaucht, die an das Meer erinnern. Am vierten und letzten Abend ihres Aufenthaltes im Hamburger Hafen wurde die MSC Grandiosa als neuestes und umweltfreundlichstes Schiff der Flotte getauft. Der Taufabend ist gleichzeitig das Highlight des größten und längsten Tauf-Events, das MSC Cruises je veranstaltet hat: 27 Tage in acht Ländern und elf Häfen dauerte die Feier. Mehr als 14.000 Reisebüro-Partner waren eingeladen, um das Flaggschiff der Flotte zu begrüßen. An Land feierten im eigens für die Taufe errichteten MSC Village auf der Elbpromenade bis zu 5.000 Hamburger und Kreuzfahrt-Fans die Taufe per Stream und mit Live-Musik. Im Anschluss an die Taufe fuhr die MSC Grandiosa über Southampton, Lissabon, Barcelona und Marseille bis nach Genua.

ICH TAUFE DICH ...

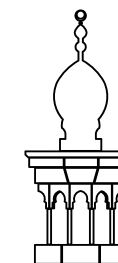
Weltstar Sophia Loren war zum 15. Mal Taufpatin eines MSC-Schiffes (links). Beeindruckend ist die 93 Meter lange Indoor-Promenade mit LED-Himmel, die wechselnde Deckenbilder zeigt. Ebenfalls einzigartig: 26 Original-Werke von Edgar Degas aus der Sammlung „Danse Dessin“. Gäste an Bord können sich außerdem über zwei neue Original-Shows des Cirque du Soleil at Sea freuen.



LAND DES LICHTES

Vom arabischen Holz-Dhau aus ist die imposante Skyline von Doha City gut zu sehen. Das steinreiche Emirat Katar befindet sich auf der Überholspur in die Moderne. Besucher staunen über ein kleines Land im großen Aufbruch.

Text Jean-Marc Göttert



Es gibt Länder, da pulsiert das Leben so quietschbunt, quirlig und laut wie ein Neonbild von Andy Warhol. Katar ist das Gegenteil: warm, erdgebunden, lichtdurchflutet. Ein Wüstenland, dass mit tausend Nuancen von Erdfarben auskommt, von Weiß über Ocker bis hin zu Dunkelrot. Katar, das kleine, immens reiche Emirat am arabischen Golf, ist nur halb so groß wie Hessen, strotzt aber mit dem Selbstbewusstsein eines Empire.

Seine Hoheit Scheich Tamim Bin Hamad Al-Thani hat die Vision ausgegeben, dass sich sein Kleinstaat aus der wirtschaftlichen Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen befreien soll. Das Emirat soll sich zum weltweit wichtigsten Player für Sport, internationale Tagungen, Architektur, Bildung, Kultur und Tourismus entwickeln – und zwar alles zeitgleich. Daher wird in der Hauptstadt Doha an jeder Ecke gebohrt und gebuddelt. Projekte für 200 Milliarden Dollar werden bis 2030 auf der Halbinsel gebaut. Hier entsteht ein neuer Hafen für ➔

LINKS Zwischen Tradition und Moderne: Die hölzernen Dhau kreuzen vor der imposanten Skyline von Doha City und erinnern an Katars Geschichte als Seefahrer- und Handelsnation.

OBEN Etwa 100 Kilometer nordwestlich von Doha liegt die Fortanlage Al Zubarah, die seit 2013 UNESCO-Weltkulturerbe ist. Einst gab es hier einen blühenden Perlen- und Handelshafen.

UNTEN Stararchitekt Jean Nouvel hat das Nationalmuseum von Katar einer Sandrose in der Wüste nachempfunden, einem bizarren Gebilde unerklärlicher Schönheit.





KULTURDENKMAL Das neue Museum für Islamische Kunst (MIA) befindet sich in einem unverwechselbaren, vom chinesisch-amerikanischen Architekten Ieoh Ming Pei entworfenen Sandsteingebäude auf einer künstlichen Insel in Doha. Der Bau selbst wirkt wie ein Kunstwerk.



EINZIGARTIGES Das MIA zeigt einige der schönsten islamischen Kunstwerke und Objekte aus aller Welt und umfasst Werke aus 14 Jahrhunderten.

einen Jahresumschlag von sechs Millionen Containern, vier U-Bahn-Linien, die Festival-City Doha mit der zweitgrößten Shoppingmall der Welt und mit Lusail City gleich eine ganze Retortenstadt für 450.000 Einwohner. Eifrig werden auch noch acht brandneue Fußballstadien aus dem kargen Boden gestampft, denn Katar wird das Mega-Event Fußballweltmeisterschaft 2022 ausrichten. Das emsige Treiben im Land und die Visionen

der königlichen Familie werden von den reichen Nachbarn kritisch beäugt. Im Juni 2017 setzten Saudi-Arabien, Bahrain, die Vereinigten Arabischen Emirate sowie Ägypten die diplomatischen Beziehungen aus und kappten quasi über Nacht alle Land-, See- und Luftanbindungen. Der Kleinstaat mit seinen 2,6 Millionen Einwohnern wurde isoliert. Angeblich unterstützte die katarische Regierung islamistische Terrorgruppen wie Al-Kaida. Die

Beweislage ist dürrig, das Embargo entpuppt sich längst als durchsichtige Kampagne gegen einen liberal eingestellten Nachbarn. Denn Katar ist anders als die anderen Golfstaaten. Der Emir investiert Milliarden in Bildung, Kultur und ein Gesundheitssystem, das auch den Gastarbeitern kostenlose medizinische Versorgung verspricht. Und Katar öffnet sich: Touristen – und bald Fußball-Fans aus der ganzen Welt – sollen sich selbst ein Bild machen

von der traditionellen arabischen Gastfreundschaft. Einen Eindruck von Kunst und Kultur bekommen Besucher im Museum der Islami-

schen Kunst. Das Gebäude ist das letzte Meisterwerk des chinesischemerikanischen Star-Architekten Ieoh Ming Pei, gebaut als Brücke →

A: Katar richtet die Fußball-Weltmeisterschaft 2022 aus. Das neue Al Thumama Stadium wurde von Ibrahim Al Jaidah entworfen, der erste Bau eines einheimischen Architekten. **B:** Wer mehr über das beschwerliche Leben der Perlentaucher von einst wissen will, muss den 85-jährigen Perlentaucher Saad Ismail al Jassim im Souk Wakif besuchen. **C:** Die riesige aufblasbare Figur „Holiday“ am Ufer des Dhow-Hafens wurde vom renommierten US-Künstler Brian Donnelly, Künstlernamen Kaws, installiert.



Einzigartige Dr. Tigges Studienreisen
mit unserem Themenjahr 2020

Wasser ist Leben



Mehr
erfahren unter
[www.gebeco.de/
themenjahr](http://www.gebeco.de/themenjahr)

Mit unseren Themenjahrreisen wird Ihren Kunden die fundamentale Rolle des kühlen Nass' noch deutlicher bewusst. Sie tauchen ein in die Historien, Kulturen und Mythologien, die alle auf ihre Weise mit dem Element Wasser verbunden sind. Begeistern Sie Ihre Kunde mit Reisen zur Quelle allen Lebens und einem Blick auf die Lebensadern unserer Erde.

Verkaufsförderung im **Gebeco extranet**
oder unter Telefon **0431 5446 619**
und E-Mail **vertrieb@gebeco.de**



JENSEITS DER WÜSTE
Im Nationalmuseum sind zahlreiche Fischarten, Quallen und Rochen ausgestellt, die sich in den küstennahen Gewässern tummeln.

zwischen Tradition und Moderne, zwischen Suk Waqif und der Skyline der Innenstadt.

In der Bucht von Doha kreuzen noch die Dhaus, mit denen früher die Perlentaucher den ersten Reichtum des Emirats sicherten. An Bord chillen heute Kataris wie Touristen bei Lounge-Musik, Drinks und gutem Essen. Wer danach ins Nachtleben will, landet im exklusiven Sharq Village der Ritz-Carlton-Gruppe. Viel ruhiger geht es dagegen im Souk Wakif zu, der alte Markt, den der Vater des jetzigen Scheichs hat errichten lassen. Hier finden sich die engen Gassen, in denen es nur Dinge zu kaufen gibt, die man in den Malls nicht bekommt: einfaches Alugeschirr aus Indien, Seide aus Shantung, libanesisches Safrangebäck, süße syrische Pfefferminzbonbons, Honig aus Jemen oder auch einheimische Falken. Auch das ist Katar. ■



IM LAND DES EMIRS
Auf Einladung des Qatar National Tourism Councils sowie von Qatar Airways und DER Touristik haben rund 40 Journalisten das kleine Land am Golf im November besucht. Das Gruppenbild der Teilnehmer entstand in der Wüste ganz in der Nähe des Binnenmeers Chaur al-Udaid.

Preisbeispiele

FLUGPAUSCHALREISE

► Sharq Village & Spa Ritz-Carlton Hotel (First-Class), 7 Nächte im Doppelzimmer, inkl. Halbpension, Bahnticket, Transfer und Flug ab/bis München, z. B. ab 26.02.2020, pro Person ab 1.300 Euro. (Meiers Weltreisen).

► Banana Island Resort by Anantara (First-Class), 7 Nächte im Doppelzimmer, inkl. Frühstück, Bahnticket, Transfer und Flug ab/bis Frankfurt, z. B. ab 01.12.2019, pro Person ab 1.375 Euro. (Meiers Weltreisen).

AUSFLÜGE

► Vierstündige Stadtrundfahrt im Bus oder PKW, Transfer ab/bis Hotel, Englisch sprechende Reiseleitung, pro Person 73 Euro bei Belegung mit vier Personen (Dertour, Meiers Weltreisen).

► Vierstündige Wüstensafari ab/bis Hotel mit Englisch sprechendem Fahrer, pro Person 66 Euro bei Belegung mit vier Personen (Dertour, Meiers Weltreisen).

► Doha Museumstour, fünfstündige Fahrt, Englisch sprechender Fahrer, pro Person 91 EUR bei Belegung mit vier Personen (Dertour, Meiers Weltreisen).

PREISBEISPIEL HOTEL

► Sharq Village & Spa Ritz-Carlton Hotel, 1 Nacht im Doppelzimmer, inkl. Halbpension, p. P. ab 108 Euro (Dertour).

► Banana Island Resort Doha by Anantara, 1 Nacht im Doppelzimmer, inkl. Frühstück, p. P. ab 125 Euro (Dertour).

PREISBEISPIEL FLUG

► Ab/bis Berlin, Frankfurt oder München mit Qatar Airways nach Doha pro Person ab 469 Euro (buchbar bis 30.06.2020).

INGO BURMESTER

Zentraleuropa-Chef von DER Touristik stellte Anfang November in Katar die neuen Sommerkataloge 2020 vor.



Fotos: Qatar National Tourism Council(4-Aufmacher), Supreme Committee for Delivery & Legacy(8), Jean-Marc Göttert(3), Hufton Crow; iStockphoto; Studiosus; Thomas Rodriguez/DER



WILLY SCHARNOW-STIFTUNG
FÜR TOURISTIK

Aus- und Weiterbildungsangebote für Touristiker - seit über 65 Jahren

Studienreisen & Seminare
Sprachkursförderung
Prämierung junger TouristikerInnen mit sehr gutem Ausbildungsabschluss
Stipendien für Praktika im Ausland

Studienreisenprogramm 2020: freuen Sie sich auf Ziele wie z.B. Albanien, Kroatien, Schweiz, das spanische Festland, spanische Inseln, Taiwan oder Destinationen in Amerika.

Sprachkursförderung & Stipendien für Praktika im Ausland: bis Ende März 2020 bewerben und Zuschuss sichern.

Prämierung junger TouristikerInnen mit sehr gutem Ausbildungsabschluss: „sehr gute“ Absolventen können sich auf eine Auszeichnung freuen!

Das Team der Willy Scharnow-Stiftung



Sandra Albrecht
Prämierung, Sprachkurse,
Stipendien,
Willy Scharnow-Preis



Sabine Geib
Studienreisen und Seminare



Maren Späthe
Studienreisen und Seminare



Ute Kempgen
Stiftungswesen,
Buchhaltung und Controlling

Willy Scharnow-Stiftung für Touristik • E-Mail: info@willyscharnowstiftung.de • www.willyscharnowstiftung.de
Hans-Gustav Koch, Geschäftsführer

Wir bedanken uns bei unseren Partnern, Spendern und Teilnehmern für Ihre Unterstützung, die vielen erfolgreichen Momente und die angenehme Zusammenarbeit!

»IMMER NEUE DINGE AUSPROBIEREN«

Peter-Mario Kubsch, Geschäftsführer von Studiosus Reisen in München, über das Image von Studienreisen heute, ihren Wert und die Debatte über Nachhaltigkeit.

Interview Jean-Marc Göttert/Iris Quirin



Herr Kubsch, der Begriff „Studienreisen“ wirkt für viele heute etwas verstaubt. Wie wird diese besondere Reiseform vor allem in Deutschland heute wahrgenommen?

Bei „verstaubt“ lege ich Einspruch ein! Für unsere Gäste ist der Begriff Studienreisen eher ein Qualitätsmerkmal. Wir verstehen darunter eine moderne, qualitativ hochwertige Urlaubsform, nicht zu verwechseln mit einer herkömmlichen Rundreise!

Wie fing das mit Studiosus bei Ihrem Vater, dem Gründer, eigentlich an? Und was wurde damals angeboten?

Mein Vater war während seines Studiums im Asta-Auslandsreferat tätig und hat Austauschprogramme organisiert. Er gründete 1954 den Reisedienst Studiosus. Das waren abenteuerliche Geschichten, wo die Kom-

DER CHEF

Peter-Mario Kubsch übernahm 1987 die von seinem Vater Werner Kubsch gegründete Firma Studiosus Reisen in München. Der heute 63-Jährige ist Gründungsmitglied des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung e. V. und Initiator der Studiosus Foundation e. V.



mitonen mit dem Rad über den Brenner nach Mailand fuhren und sechs Wochen bei dortigen Kommilitonen blieben, heute würde man dazu Couch-Surfing sagen. Über die Jahre kamen mehr Qualität, bessere Hotels und irgendwann auch Flüge hinzu. Die erste angebotene Reise war die klassische Griechenlandtour mit dem Bus, die zwei Tage lang von Deutschland durch „die Schluchten des Balkan“ führte, und bei der man zwei Tage unterwegs war, bevor man in Thessaloniki in Nordgriechenland ankam. Und dann hat man das klassische Griechenland-Festlandsprogramm gemacht und am Ende ging es dann wieder zwei Tage durch den Balkan im Autobus zurück nach München.

»ICH BIN EIN FREUND DES STÄNDIGEN ANPASSENS AN NEUE RAHMENBEDINGUNCEN«

Das hat sich relativ schnell erweitert. Zwei Jahre später gab es schon die erste Ägyptenreise, oder?

Genau, es ging tatsächlich mit dem Bus bis Piräus, dort auf das Fährschiff bis nach Alexandria, dort wieder in einen Bus, und die Gruppe fuhr dann durch das Nildelta und den Nil hoch bis Assuan. Mein Vater war dabei sein erster Reiseleiter und hat anfangs alle Reisen selbst begleitet. Für uns zwei Kinder war natürlich jeder Familienurlaub eine Art Studienreise, auf der wir neue Reiserouten im europäischen Ausland erkundeten. Das war immer eine Mischung aus Familienurlaub und Entdeckerreise.

Von den berühmten Bildungsreisen nach Italien bis zu den Studienreisen moderner Prägung war es also ein langer Weg. Was hat sich da im Kern inhaltlich verändert?
Was immer noch gleich ist, ist die Neugier unserer Kunden, dass sie sich mit ihren

Reisen selbst ein Bild vor Ort machen, gemeinsam unterwegs sein, etwas erleben und sich über Reiseerlebnisse und -erfahrungen austauschen wollen. Früher hatten die Kunden allerdings mehr Interesse an Geschichtsdaten und Baugeschichten von Kulturdenkmälern. Das hat sich heute durch die vielfältigen Informationen über alle Medien hinweg geändert. Heute haben sie deutlich mehr Interesse daran, wie die Menschen im Land leben, wie ihre sozialen und Einkommensverhältnisse sind und was ihre Kultur von unserer unterscheidet.

Wie wichtig sind heute im Zeitalter von Google und Co. die Reiseleiter vor Ort?

Die Vermittlung des reinen Daten- und Faktenwissens ist heute nicht mehr die Hauptaufgabe der Reiseleiter, von denen übrigens die Hälfte weiblich ist. Sie müssen natürlich immer noch über dieses Fachwissen verfügen, jedoch sind heute mehr Fertigkeiten gefragt, den Reisenden Land und Leute im Hier und Heute näherzubringen.

Neulich waren Sie mit Ihrer Frau auf einer ausgedehnten Australien-Rundreise. Was hat Sie am meisten berührt?

Mein schönstes Erlebnis auf dieser Reise war der Opernbesuch in Sydney. Wir haben dort die Westside Story angesehen und angehört. Diese Thematik in einem Einwanderungsland zu erleben, da ist es mir mehr als einmal kalt den Rücken runtergelaufen. Wir haben die Zeit sehr genossen. Doch nach fünf Wochen ist es auch gut. Dann freut man sich auf zu Hause, auf einen Schweinsbraten und ein schönes Weißbier!

Würden Sie rückblickend bei Studiosus etwas grundsätzlich anders machen?

Ich bin ein absoluter Freund des ständigen Wechsels und Anpassens an sich ändernde Lebens- und Rahmenbedingungen. Und auch, dass man sich selbst und seine Unternehmensstrategien ständig infrage stellt, immer neue Dinge reflektiert und ausprobiert. Ich würde diesen Weg genauso beschreiten, und zwar nicht aus eigener

Überheblichkeit heraus. Sondern weil die außerordentlich hohe Zufriedenheit unserer Gäste bestätigt, dass es in den letzten Jahrzehnten der richtige Weg war. Dazu kommen die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter, Reiseleiter und Leistungspartner. Vor dem Hintergrund der Diskussion zum Thema Nachhaltigkeit würde ich jedoch mehr Gas geben bei den Klimaschutzfragen. Da hätte unsere Branche definitiv ein schärferes Tempo vorlegen können.

Wie lässt sich das umsetzen?
Ich finde die Debatte stark verkürzt auf das Thema Klimaschutz. Es geht aber nicht nur um die ökologische Seite, sondern auch um ökonomische und soziale

Aspekte. Wenn es uns gelingt, diese drei Punkte auf einen Nenner zu bringen, kann sich Tourismus auch in der Zukunft legitimieren. Treibhausgasemissionen können ja schon jetzt kompensiert werden. Kompensation ist eine echte Möglichkeit, CO2-Emissionen durch Investitionen in ein Klimaschutzprojekt auszugleichen, das bestenfalls auch einen sozialen Nutzen stiftet.

Sie sind ja in dieser Hinsicht mit der Studiosus Foundation sehr aktiv. Können Sie uns die Idee kurz erklären?

Der Anlass war der Tsunami an Weihnachten 2004. Viele Kunden wollten helfen, aber wir konnten als wirtschaftlich tätiger Reiseveranstalter keine Spenden annehmen. 2005 haben wir die Studiosus Foundation als gemeinnützigen Verein gegründet. Wir wollen auf unseren Reisen nicht nur emotionale Erlebnisse, Entgegenkommen und die Gastfreundschaft der Menschen in Anspruch nehmen, sondern auch etwas zurückgeben. Das können wir durch die Förderung von sozialen und ökologischen Projekten über die Foundation gut umsetzen.

Wo würden Sie gerne noch einmal hin?
Nach Bhutan. Ein Land, das sich das Bruttonationalglück als Staatsziel erhoben hat. Das würde ich mir gerne anschauen, wie es den Menschen dort wirklich geht.

PERSÖNLICHE FUSSNOTE

► Nicht immer läuft alles rund. Wie war es bei Ihnen?

Natürlich hat nicht alles geklappt. Es gab auch Flops auf dem Weg zum Marktführer, ob das nun Produkte oder Reiseziele waren, etwa der Seniorenmarkt, den wir uns mit einer eigenen Produktschiene erschließen wollten, was nicht geklappt hat. Aber das war eher im Sinne des Ausprobierens und Experimentierens. Für mich waren es Lernerlebnisse, die ich bewusst eingeschlagen habe.

► Was ist Ihnen prägend in Erinnerung geblieben?

Im ersten Irakkrieg 1991 war ich noch ein relativ junger Mensch und mein Vater stand nicht mehr auf der Brücke, sondern ich. Kriegesbedingt war ein starker Nachfrageeinbruch über Wochen und Monate da. Wir haben echt überlegt, wie wir das überstehen können. In dieser Situation habe ich deutlich gemerkt, wie alle in der Krise auf mich schauen. Da wird man sich der großen Verantwortung schlagartig bewusst. Jetzt sind du und deine Entscheidungen gefragt!

Foto: Studiosus



**Kirsten Schreiber,
Produktmanagerin A-ROSA.**

„Ich empfehle die A-ROSA-Specials, wie das Krimi-Programm bei den Krimi-Cruises. Profi-Schauspieler inszenieren einen Mord an Bord, der von den Gästen aufgeklärt werden muss. Bei den Secret-Event-Touren von März bis November auf Rhein und Donau schenken wir unseren Gästen Tickets für ein Event. Von April bis Oktober 2020 geben die Gewinner des diesjährigen A-ROSA Singer-Songwriter Contest auf den 7-Nächte-Donau- und -Rhein-Reisen je zwei abendliche Konzerte. Unter dem Motto A-ROSA Royal bringt der Adelsexperte Michael Begasse auf ausgesuchten Rhein- und Donaureisen den Gästen die Welt der Royals näher.“

HEIMISCHES IDYLL: Die Donau bietet an ihrem Flusslauf von West nach Ost ein abwechslungsreiches Panorama von engen Schluchten, weiten Tallandschaften, idyllischen Städten sowie historischen Burgen und Schlössern.

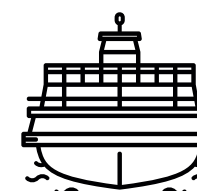
DIE ENTDECKUNG DER LANGSAMKEIT

Einfach entschleunigen und die Landschaft an sich vorbeiziehen lassen: Flusskreuzfahrten laden zum Verweilen und Erholen ein. Die Veranstalter nehmen zunehmend jüngere Gäste ins Visier.

Text Iris Qurin

Flusskreuzfahrten boomen. Vielleicht liegt es daran, dass diese entschleunigte Art des Reisens einen Kontrapunkt zum stressigen Alltag in der zunehmend digitalisierten Arbeitswelt setzt. Im vergangenen Jahr entdeckten eine halbe Million Deutsche an Bord eines der vielen Flusskreuzfahrtschiffe die Vorzüge der Langsamkeit. Nach Angaben des Branchenverbands IG River Cruise war dies ein Plus von 5,5 Prozent im Vergleich zu 2017. Mit rund 20 Stundenkilometern gleiten die Schiffe vorbei an malerischen Landschaften, idyllischen Dörfern, imposanten Burgen und Schlössern und legen in reizvollen Ortschaften an, wo sogleich das Ausflugsprogramm beginnen kann.

Deutsche Urlauber bevorzugen nach wie vor Donau und Rhein. Doch Veranstalter erweitern ihre Fahrgebiete vor allem ins Ausland, denn die Routen auf schiffbaren Flüssen in Deutschland wie auch in Europa sind weitgehend ausgereizt. Einst exotische Flusskreuzfahrten auf dem Mekong, dem Irrawadi oder auf dem Yangtse zählen heute zum Standardprogramm, dennoch bleibt die Nachfrage hoch. Neues muss her: So kreuzt etwa CroisiEurope ab dem Frühjahr 2020 in Afrika mit einem zweiten Schiff in einer kombinierten Land-Fluss-Safari auf dem Lake Kariba im Drei-Länder-Eck von Namibia, Botswana und Simbabwe. Inge-



samt werden die Neubauten luxuriöser und geräumiger, die Schiffe bieten deutlich mehr Freizeit- und Rückzugsmöglichkeiten als früher, etwa so, wie sie sonst von Hochseeschiffen bekannt sind. Als Beispiel für den Luxus gilt die nickoSPIRIT von Nicko Cruises. Auch das neue 5-Sterne-Schiff AMADEUS Imperial (Lüftner Cruises) punktet mit großzügigen öffentlichen Bereichen und bietet weitläufige De-Luxe-Kabinen. Flussurlauber können diese neue Form des Luxus ab 2020 auf Donau, Rhein und Main sowie auf den holländischen und belgischen Wasserwegen genießen.

Die Verjüngungskur zeigt Wirkung: Der Altersdurchschnitt auf Flusskreuzfahrten sinkt, die Passagiere auf Flussfahrten werden immer jünger. In den letzten zwei Jahren stieg der Anteil der 26- bis 40-Jährigen von zwei auf 8,3 Prozent. Veranstalter wie A-ROSA Flusskreuzfahrten machen mit speziellen Familien-Flusskreuzfahrten das langsame Reisen auch für diese Zielgruppe attraktiv. Auch Singles interessieren sich inzwischen für Flusskreuzfahrten. Zunehmend werben Anbieter mit Einzelkabinen bei ihren Neubauten wie Plantours Kreuzfahrten bei seiner LADY DILETTA sowie mit Sonderpreisen für die alleinige Nutzung einer Zweierkabine. Angenehm für die Gäste, denn sie haben viele Möglichkeiten fürs gesellige Beisammensein – an Bord wie auch auf den vielen Landausflügen. ➔

PANORAMABLICK. Neubau nickoSPIRIT bietet ein modernes, lichtdurchflutetes Design. Die Kabinen sind in der Regel 14 Quadratmeter groß und verfügen im Mittel- und Oberdeck über Juliet-Balkone. Großzügig gestaltet sind vor allem die 22 Quadratmeter großen Juniorsuiten.



**Guido Laukamp,
Geschäftsführer Nicko Cruises**

„Die Schönheit der Donaulandschaft können Gäste an Bord unseres Neuzugangs MS BELVEDERE in eleganter Atmosphäre erleben – ob vom großzügigen Sonnendeck aus oder in der Kabine. Alle Kabinen sind stilvoll und komfortabel eingerichtete Außenkabinen. Das Schiff verfügt auch über 22 Quadratmeter große Juniorsuiten. Im Wellnessbereich mit Sauna können Urlauber entspannte Stunden verbringen, um sich danach im gemütlichen Restaurant kulinarisch verwöhnen zu lassen. Eine tolle Reise auf diesem Wellness-Schiff ist acht Tage Passau-Budapest-Passau.“



**Hagen Mesters,
Geschäftsführer 1AVista**

„Unser aktueller Neubau MS VistaSky tritt im März 2020 mit einem eigenen Steakhouse an Bord seine Jungfernfahrt an. Die Besonderheit unserer Flotte ist das bereits im Reisepreis inkludierte All-Inclusive. Unsere AI-Schiffe kreuzen auf vielen Routen auf dem Rhein ab Köln und auf der Donau ab Passau. Ab dem kommenden Jahr haben wir mit der MS VistaKatharina zusätzlich ein eigenes Schiff in Russland. Das ist mein Tipp, denn eine Flusskreuzfahrt durch die russischen Landschaften und Metropolen ist wirklich ein einmaliges Erlebnis.“

FLUSSKREUZFAHREN **TRAVEL**

ALL-INCLUSIVE-KONZEPT. Die MS VistaSky von 1AVista bietet Platz für 180 Gäste in 14,5 Quadratmeter großen Kabinen. Im Ober- und Mitteldeck verfügen sie über französische Balkone. Ein Highlight ist das bordeigene Steakhouse „VistaGrill“.



**Alfonso Escobar,
Direktor Marketing & Vertrieb
Amadeus Flusskreuzfahrten GmbH**

„Eine Flusskreuzfahrt wird erst durch die Landausflüge zu einem besonderen kulturellen Erlebnis. Deshalb ist es wichtig, sich im Voraus die passenden Ausflugspakete zu sichern. Damit minimiert man das Risiko, an Bord an der Mindestteilnehmerzahl zu scheitern.“

GRANDIOSER FENSTERBLICK.

Als Neubau für 2020 bietet die AMADEUS Imperial wie alle Neubauten seit 2011 in ihren Kabinen absenkbare Panorama-Fensterfronten. Die Suiten verfügen zusätzlich über einen begehbaren Außenbalkon mit Sitzgruppe.

Neue Sonderreise mit
15%
Ermäßigung
bis 29.02.20*



Flusskreuzfahrten
in ihrer schönsten Form

Top-Angebot im Dezember

NEU: einmalige Sonderreise Deutsche Flussromantik

- Route: Passau – Trier, Reiseterrmin: 13.08. – 21.08.2020
- Flüsse: Donau · Main-Donau-Kanal · Main · Rhein · Mosel
- Schiff: AMADEUS Brilliant
- 9 Tage/8 Nächte Premium-Kreuzfahrt inklusive Gourmet-Vollpension und vielen Zusatzleistungen pro Person ab

799,- €*

Neuer Online-Agenturbereich

mit **Buchungsfunktion:** Registrieren Sie sich jetzt unter <https://www.amadeus-flusskreuzfahrten.de/service/reisebuero.html> und profitieren Sie von exklusiven Infos, tagesaktuellen Angeboten und verschiedensten Werbemitteln in unserem Downloadbereich.



Kostenlose Hotline: 0 800 / 2 40 44 60
E-Mail: info@amadeus-flusskreuzfahrten.de
www.amadeus-flusskreuzfahrten.de

*Bitte beachten Sie: Die Ermäßigung in Höhe von 15% pro Person gilt auf den reinen Kreuzfahrtpreis (ohne Ausflüge) bei Buchung bis 29.02.2020. Es gelten die Allgemeinen Reisebedingungen von Amadeus Flusskreuzfahrten. Weitere Flussreisen in unserem aktuellen Katalog und online.



KREUZEN MIT FLÜSSIGGAS.

Ab Frühjahr 2020 schickt CroisiEurope mit der Zimbabwan Dream ein zweites Schiff im südlichen Afrika auf Kreuzfahrt (Bild African Dream). Das Schiff wird mit synthetischem GTL-Kraftstoff (Gas to Liquids) betrieben, der weniger CO₂, Stickoxid und Feinstaub freisetzt als Diesel-Kraftstoff.



Thomas Götten, Geschäftsführer Götten Reisen

„Eines meiner intensivsten Reiseerlebnisse war kürzlich die Kreuzfahrt auf dem Lake Kariba. Die kombinierte Land- und Fluss-Safari im Drei-Länder-Eck von Namibia, Botswana und Simbabwe ist etwas Einmaliges. Ab Frühjahr 2020 haben wir dort ein zweites Schiff im Einsatz und können so mehr Reisenden die Möglichkeit bieten, diese faszinierende Region zu entdecken.“



Anja Berding, Vertrieb Plantours Kreuzfahrten

„Die LADY DILETTA ist nicht nur der Neubau unter der Flagge von Plantours Kreuzfahrten, sondern auch das einzige Flussschiff auf dem deutschen Markt mit speziellen Einzelkabinen. Das macht den Urlaub auf dem Fluss für Alleinreisende noch angenehmer und zudem günstiger.“

ITALIENISCHE ELEGANZ.

MS LADY DILETTA heißt der Neubau im italienischen Stil von Plantours Kreuzfahrten. Das elegante Schiff kreuzt auf dem Rhein und auf der Mosel sowie auf Flüssen in Holland und Flandern.



PHOENIX REISEN

hat mit den Maltesern ein einzigartiges Konzept auf dem deutschen Markt entworfen: Auf der MS VIOLA können Menschen mit Einschränkungen in rollstuhl- und pflegegerechten Kabinen (Bild unten) eine Flusskreuzfahrt unternehmen.



Nuno Cabrita, Produktmanager Fluss Phoenix Reisen GmbH

„Zum Beethoven-Jubiläumsjahr bieten wir in 2020 als Bonner Reiseveranstalter eine spezielle Eventreise ‚250 Jahre Beethoven‘ als Musical-kurzkreuzfahrt an, mit Terminen im März und November 2020.“



FLUSSREISEN 2020

Kleine Schiffe. Große Erlebnisse.



30 Schiffe auf 27 Wasserwegen auf drei Kontinenten.

- **Moderne Flussschiffe** – vergleichbar mit 4- bis 5-Sterne Hotels an Land
- **Große Routenvielfalt** – Flussreisen zwischen 4 und 17 Tagen
- Bordleben und alle Ausflüge **deutschsprachig**
- **Spannende Themenreisen** – z. B. Wein & Genuss mit Falstaff
- **Komfortable Anreisepakete** mit Bahn, Bus oder Flug
- Gewohnt gutes **Preis-Leistungs-Verhältnis**
- Absicherung durch **Provisions-sicherungsschein**

Jetzt
Katalog
bestellen!



8 Tage Köln–Cochem–Straßburg–Köln
schon ab **729 €** p. P.



nicko cruises Schiffsreisen GmbH
Mittlerer Pfad 2 • 70499 Stuttgart
0711/24 89 80 555 • www.gemeinsamaufkurs.de

Fünf Argumente für den Verkauf einer Flusskreuzfahrt

Rund eine halbe Million Deutsche unternahmen 2018 eine Flusskreuzfahrt. Die besten Argumente für den Verkauf zusammengefasst.



Fotos: Mel Stuart/Getty Images/A-Rosa (Aufmacher [1, 2]); Nicko Cruises [1, 2]; Amadeus Flusskreuzfahrten [2]; 1A Vista Reisen; Plantours Kreuzfahrten [2]; Kevin Hogan/Crosi Europe/Anton Götten [2]; Phoenix Reisen [2];

ABSOLUT LAUTLOS DANK BATTERIE. Komfortable 21 Quadratmeter große Doppelkabinen, 28 Quadratmeter große Familienkabinen und ein Sonnendeck mit einem großen Pool und einem separaten Kinderpool zählen zu den Highlights des A-ROSA-Neubaus E-Motion Ship. Das innovative batteriebetriebene Schiff nimmt erstmals 2021 Fahrt auf dem Rhein auf.

1

Das Hotel reist mit

Nur einmal einchecken und nur einmal den Koffer auspacken und doch verschiedene Regionen und Städte erkunden: Eine Flusskreuzfahrt vermeidet den Reisetress, den man auf einer klassischen Rundfahrt mit ständigem Hotelwechsel erlebt. Nach dem Frühstück erkunden die Gäste ohne Hektik neue Regionen auf ihren Landausflügen, kehren in ihr gewohntes Ambiente an Bord zurück, erholen sich in ihrer Kabine und dinieren abends gepflegt im Restaurant.

2

Zimmer mit Aussicht

Innenkabinen wie auf Hochseeschiffen gibt es bei Flusskreuzfahrtschiffen nicht. Alle Gäste haben durch die Fenster schon beim Aufwachen einen Blick auf die Flusslandschaften, an denen sie vorbeigleiten. Manche Schiffe bieten französische Balkone. Die Kabinen stehen den modernen Schiffen in der Größe und in der Ausstattung einem komfortablen Hotelzimmer in nichts nach. Lediglich die Decken sind konstruktionsbedingt etwas niedriger.

3

Reisen für Singles und Familien

Flusskreuzfahrten sind auch bei Singles und Familien beliebt. Darauf reagieren die Veranstalter: CroisiEurope berechnet 2020 auf Rhein, Donau, Seine und Rhône an ausgewählten Terminen keinen Einzelkabinen-Zuschlag. Plantours Kreuzfahrten ließ auf der LADY DILETTA sogar zehn Einzelkabinen bauen. Nicko Cruises bietet Single-Spezialkonditionen und A-ROSA hat spezielle Familien-Flusskreuzfahrten im Programm.

4

Unterhaltungsprogramm an Bord

Reedereien entstauben mit vielen Specials wie Krimi-Cruises, Singer-Songwriter-Contests (A-ROSA) das verstaubte Image, Flusskreuzfahrten seien nur etwas für ältere Leute. Flusskreuzfahrt geht heute ganz modern, etwa mit einem neuen An-Bord-Konzept (Nicko Cruises) mit mehreren Restaurants mit flexiblen Tischzeiten, Bars, Freizeit- und Rückzugsmöglichkeit sowie Wellness- und Fitnessbereichen, wie man es von Hochseeschiffen kennt.

5

Einstieg in die Hochseekreuzfahrt

Flusskreuzfahrten eignen sich als Testlauf für Gäste, die eine Hochseekreuzfahrt planen. Der Vorteil der Flusskreuzfahrt: Die Gäste haben ständig Land in Sicht, jeden Tag können sie an Ausflügen teilnehmen, und die Häfen liegen meist in einer Stadt, die bequem erkundet werden kann. Die Schiffe sind kleiner, und mit deutlich weniger Gästen geht es an Bord gemütlicher und persönlicher zu als auf den meisten großen Hochseekreuzfahrtschiffen.

NEUES JAHR, NEUER JOB!

Sie sind Touristiker und auf der Suche nach einer neuen Herausforderung? Veranstalter, Leistungsträger und Dienstleister suchen nach passenden Talenten und erfahrenen Mitarbeitern wie Ihnen!

TRVLCounter.de bietet mit der kostenlosen und einzigartigen „ich biete“-Funktion Counter-Profis und Reisbüro-Mitarbeitern Hilfe bei der Jobsuche!

Hier können Arbeitgeber passende Kandidaten finden und sie sofort anschreiben.

Starten Sie noch heute, damit Sie schon morgen ihr Potenzial ausbauen können!

TRVLCOUNTER.DE/JOBS



TRVLCOUNTER
Wir lieben Touristiker!

DER SOMMER 2020 KANN KOMMEN!

Jetzt werden die Karten neu gemischt. Viele Großveranstalter gehen mit einem sagenhaft vergrößerten Hotelportfolio an den Start. Wir fassen die neuen Katalogangebote zusammen.

Text Thomas Grether

Der 25. September 2019 brachte das Chaos zu den Katalog-Machern. Während die Reiseveranstalter dabei waren, ihre Sommerkataloge fürs Jahr 2020 zusammenzustellen, wurde die Insolvenz von Thomas Cook bekannt, der europäischen Nummer zwei. Konsequenz: Der Kuchen der Destinationen und besonders der Hotels musste neu verteilt werden.

Und der Kuchen war groß. Denn die Cook-Marken hatten viele Exklusiv-Hotels im Portfolio. Sie finden sich

jetzt bei TUI, FTI, Alltours oder bei den DER-Touristik-Marken – einige sogar exklusiv. Denn auch viele Hoteliers standen vor dem Dilemma, nicht breit genug in den Reisebüros vermarktet zu werden, als Cook, Neckermann & Co plötzlich wegbrachen. Andere Veranstalter haben auch schöne Töchter, mögen sich die Hoteliers gedacht haben. Schließlich hatten und haben sie ja zusätzlich das Problem, oft keine Zahlungen mehr von Cook zu bekommen – genau wie viele Reisebüros. So kommt es, dass nun viele

Veranstalter plötzlich 20 und mehr Prozent mehr Hotels verkaufen und dabei kräftig wachsen können.

Und die Destinationen? Spanien, insbesondere Mallorca, Griechenland und Türkei heißen die Gewinner, Tunesien kommt mit Macht zurück. Zu den Neuentdeckungen gehören Kaukasus-Länder wie Georgien oder Aserbaidschan. Auf der Fernstrecke trumpfen trotz Trump die USA weiter auf. Südostasien wird – auch des guten Preisbildes wegen – gut verkauft.



MALLORCA. „Alltours wird hier größte und wichtigste deutsche Marke“, sagt Alltours-Inhaber Willi Verhuven. Er will 2020 eine Million Gäste auf die iberische Halbinsel schicken.



TUNESIEN. Nach Terroranschlägen in den Vorjahren hat sich die Lage inzwischen stabilisiert. Wüsten-Tourismus, Thalasso und Kulturangebote werden verstärkt Urlauber ins Land holen.

Alltours

Teilnehmer: 1,73 Mio.
Umsatz: 1,44 Mrd. Euro
Sitz: Düsseldorf
19 Kataloge

Deutschlands großer konzernunabhängiger Reiseveranstalter, Inhaber Willi Verhuven. Zur Alltours-Gruppe gehören neben den Veranstaltern Alltours und Byebye die Alltours Reisecenter, die Incoming-Agentur Viajes Allsun und die Allsun-Hotelkette.

AUSRICHTUNG 2020

• Winter 2019/2020 Prognose plus 18 Prozent, Veranstalter-Gewinn plus 15 Prozent. Geschäftsjahr 2019 und 2020 erstmals über zwei Millionen Gäste

erwartet, davon eine Million allein in Spanien.

• Sommer mehr als 20.000 Hotels (plus 30 Prozent, Vorjahr 15.000), deutlich mehr Exklusiv-Hotels.

• Ausbau mit Hotelketten wie Iberostar, H10, Grecotel ausgebaut, vorher nur eingeschränkter Zugang, nach Thomas-Cook-Insolvenz Aufnahme von 90 Prozent der Cook-Exklusiv-Hotels wie Sentido, Casa Cook, einige davon exklusiv.

• Spanien und Griechenland günstiger, Türkei teurer. Ägypten und Tunesien auf Vorjahresniveau.

• In vielen Regionen die Hälfte der Urlauber in Exklusivhotels. Zum sechsten Mal in Folge laut Uni Frankfurt und Welt am Sonntag „familienfreundlichster Veranstalter“.

FTI

Teilnehmer: 8 Mio.
Umsatz: 4,1 Mrd. Euro
Sitz: München
9 neue Kataloge, 4 Jahreskataloge

Pauschal- und Bausteinreisen. Eigenanreise, Badeurlaube, Kreuzfahrten, Städtereisen. Eigentümer Dietmar Gunz, Samih Sawiris (30,6 Prozent).

Mietwagenvermittler Drive FTI, Sprachreisenveranstalter LAL Sprachreisen, Reiseshoppingsender Sonnenklar TV, 5vorFlug, Consolidator FTI-Ticketshop, Touristik Vertriebsgesellschaft (TVG, betreibt Reisebüros im Franchisesystem sowie unter eigener Regie. Etwa 10.000 Partneragenturen bundesweit.

AUSRICHTUNG 2020

• Neues Frühbuchersystem
• Bade-Hotspot Taba Heights ausgebaut und mehr Hotelauswahl am Roten Meer.
• 148 wöchentliche Flüge ab Europa nach Ägypten
• Erweitertes Angebot auf den Kanaren

• MP Hotels mittlerweile über 75 eigene Häuser in elf Ländern mit mehr als 16.000 Betten

• 80 Prozent des Thomas-Cook-Hotelportfolios buchbar, zum Beispiel Iberostar, Sunrise, Casa Cook

• Gewinner auf der Kurz- und Mittelstrecke Türkei und Griechenland; Langstrecke: Kuba, Nordamerika und Thailand

• USA, Bahamas, Kanada, Alaska, Hawaii: 1.200 Unterkünfte und 135 Mietwagen- und Busrundreisen.

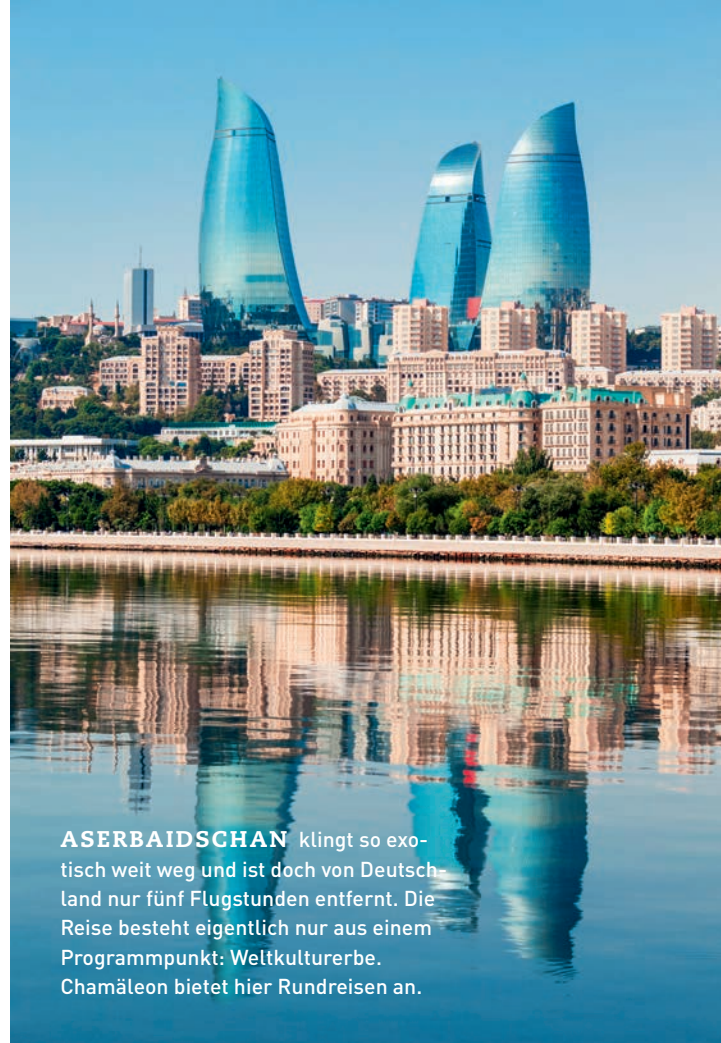
Chamäleon

Teilnehmer: 18.000
Umsatz: 80 Mio. Euro
Sitz: Berlin
Inhaber: Ingo Lies
Katalog mit
 432 Seiten

- Katalog erscheint einmal im Jahr im September. Besonderheit: Stets mit selbst produzierter DVD. Neuen Länderfilm über Indien, Nepal und Sri Lanka produziert.
- Organisation der inhabergeführten Reisebüros (Igro) zeichnet Chamäleon mit dem „Igro-Award 2019“ aus. Preis honoriert Veranstalter, Leistungsträger oder Technikanbieter, die sich deutlich zum Reisebüro als Reisefachhandel bekennen.
- Schwestermarke Yolo für junges Reisen.

AUSRICHTUNG 2020

- Provision wird sofort nach Buchung überwiesen. Wenn Storno, dann trotzdem volle Provision.
- 54 Zielländer, neu sind Jordanien, Kaukasus mit Armenien, Georgien und Aserbaidschan
- Bestseller südliches Afrika, Südamerika und Asien. Viele Reisen starten dreimal pro Woche.
- Sense-Programm: „Mehr Zeit für den Augenblick“. Neu dabei sind Marokko und Vietnam/Kambodscha.
- Nachhaltigkeit großgeschrieben: Zu Menschen in den Zielländern fließen 70 Prozent des Reisepreises
- Seit 20 Jahren schenkt Chamäleon jedem Gast 100 Quadratmeter Regenwald. 12 Mio Quadratmeter sind unter Naturschutz.



ASERBAIDSCHAN klingt so exotisch weit weg und ist doch von Deutschland nur fünf Flugstunden entfernt. Die Reise besteht eigentlich nur aus einem Programmpunkt: Weltkulturerbe. Chamäleon bietet hier Rundreisen an.

TUI Deutschland

Teilnehmer: 6,5 Mio.
Umsatz: 5 Mrd. Euro
Sitz: Hannover
Börsennotiert: größter Reiseveranstalter Europas.

- 19 TUI-Kataloge (zumeist Destinationen), davon elf Ganzjahreskataloge
 Der Branchenprimus besitzt weltweit sechs Airlines mit rund 150 Flugzeugen, 380 Hotels und 17 Kreuzfahrtschiffe sowie Zielgebietsagenturen in allen Ferienländern der Welt.
 - Die TUI versteht sich vor allem als Hotel- und Kreuzfahrtkonzern. Nur noch 30 Prozent der Erträge kommen heute aus dem klassischen Reiseveranstaltergeschäft.

AUSRICHTUNG 2020

- Lifestyle-Marke TUI Blue, jetzt 100 Häuser, wird langfristig zur größten Leisure-Marke weltweit
- TUI.com soll größte Baustein-Marke werden.
- Angebot an Flügen, Unterkünften, Rundreisen, Ausflügen, Mietwagen und Campen ausgeweitet
- 20.000 neue Angebote im Bereich Touren und Aktivitäten
- Griechenland steht im Mittelpunkt der Wachstumsstrategie von TUI

HIGHLIGHT

- Robinson Club auf Kreta
- RIU: Erstes Strandresort in Dubai
- Neue Kleingruppen-Rundreisen
- Frühbuchersparnis bis zu 45 Prozent.



KRETA wächst bei TUI Deutschland im Sommer überproportional. Der Branchen-Primus ist hier mit weitem Abstand Marktführer und bietet 2020 das wohl größte Hotelangebot aller Zeiten an.

Profitieren Sie aus unserer Erfahrung!
 Sie können auf uns zählen!

Übrigens: Wir planen gerne Ihre eigene Gruppenreise!



Buchen Sie Afrika bei Ihrem Safarispezialisten Nr. 1.!

Abendsonne Afrika GmbH
 Zur Unteren Mühle 1, D-89290 Buch
 Tel.: +49 7343/92998-0
 www.abendsonneafrika.de



- ☒ Maßgeschneiderte Angebote
- ☒ Kompetente Beratung
- ☒ Informative Webinare
- ☒ FamTrips und vieles mehr!

Studiosus

Teilnehmer: 104.000
Umsatz: 275 Mio. Euro
Sitz: München
**4 Destinations-,
5 Produktlinien-
kataloge**

AUSRICHTUNG 2020

Marktführer bei Studienreisen. Eigentümer: Geschäftsführer Peter-Mario Kubsch und Familie. Zum Unternehmen gehört auch die Preiswert-Marke Marco Polo. In Verträgen mit Hotels, Bus- und Zielgebietsagenturen baut Studiosus Klauseln zur Achtung der Menschenrechte ein und hat eine Meldestelle für Menschenrechtsangelegenheiten eingerichtet.

- Europa: 15 neue Studienreisen, darunter Touren in

Spanien, Frankreich, Türkei, Skandinavien, Rumänien und Bulgarien, Ukraine. Rundreisen durch Brüssel, Edinburgh und Tiflis.

- Auch Rundreisen u. a. durch Aserbaidschan. Für Singles und Alleinreisende zehn neue Angebote, etwa Reisen nach Japan, Georgien und Istanbul.
- Verlagerung der Nachfrage vom westlichen Mittelmeer ins östliche.
- Italien, Spanien und Portugal sind zweistellig eingebrochen, das größte Ziel Italien um 14 Prozent.
- Verlagerung aus den nördlichen Ländern nach Osteuropa. Während Island, Irland, Großbritannien, das Baltikum und Skandinavien Gäste verloren, legten Russland und der Kaukasus zu.
- Shooting-Stars Georgien und Armenien verdoppeln Teilnehmerzahlen.

DER TOURISTIK

Teilnehmer: 9,9 Mio.
Umsatz: 6,7 Mrd. Euro
Sitz: Frankfurt und Köln
82 Kataloge

Zu DER Touristik Deutschland gehören die Reiseveranstalter Dertour, ITS, Jahn Reisen, Meiers Weltreisen, ADAC Reisen und Travelix. DER Touristik ist eine Tochtergesellschaft der REWE Group. Dazu gehören u. a. ITS, Jahn Reisen, ADAC Reisen und Dertour. Hinzu kommen 2.800 Reisebüros – darunter DER Reisebüros.

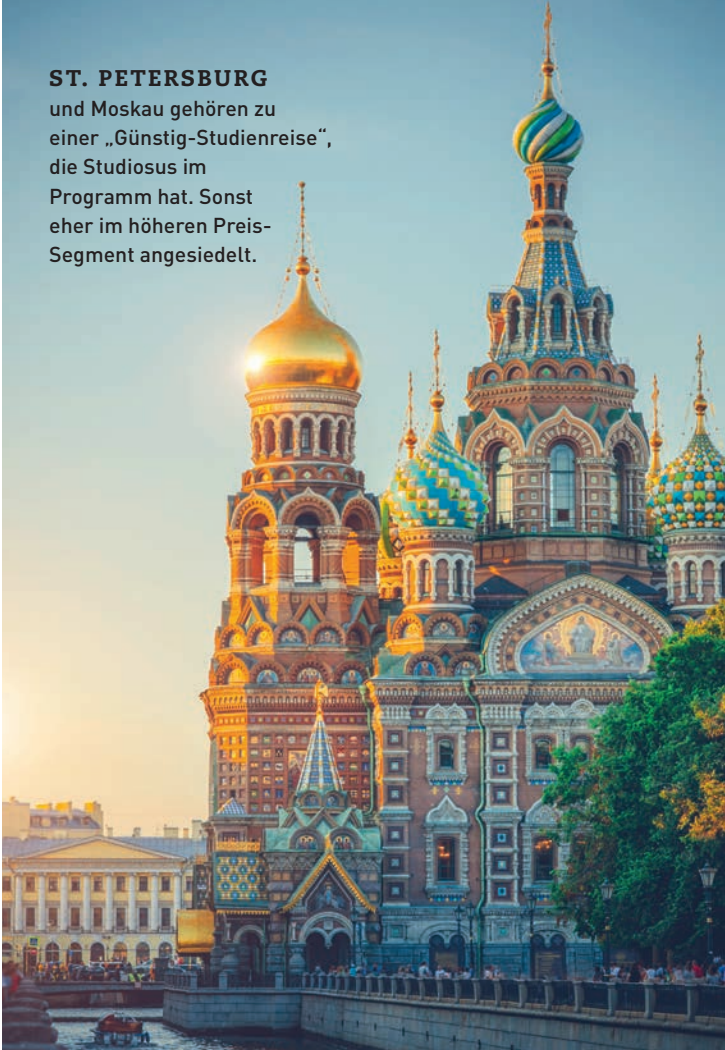
AUSRICHTUNG 2020

- Hotelportfolio deutlich aufgestockt: 30 Prozent mehr Häuser zur Selbst-

anreise im Auto. Über 300 Häuser aus dem ehemaligen Thomas-Cook-Portfolio, darunter Hotelmarken wie Iberostar Hotels & Resorts, Casa Cook und Sentido.

- Erste Buchungseingänge zeigen deutliche Nachfragesteigerung bei den Autoreisezielen Deutschland, Österreich und Schweiz.
- Beliebte Ziele auf der Flug-Kurzstrecke: Türkei, Griechenland, Balearn (Preissenkungen!), Kanaren und Bulgarien, Albanien, Zypern.
- Fernstrecke: Traditionell USA stark, Indonesien mit Bali mit hohem zweistelligem Wachstum.
- Mehr Angebote für Familien, zwei Zielgruppenkataloge, „Familienurlaub ganz nah“ mit 13 neuen Hotels.
- Familienclub-Marke Calimera: mehr Häuser mit Familienkonzept.

ST. PETERSBURG
und Moskau gehören zu einer „Günstig-Studienreise“, die Studiosus im Programm hat. Sonst eher im höheren Preissegment angesiedelt.



DIE TÜRKEI
sieht einem starken Sommer entgegen. Die Preise steigen moderat um drei bis vier Prozent. Trotzdem bekommt der Kunde viel für sein Geld.

Fotos: iStockphoto(7)

Nachhaltigkeit ist unsere DNA.

PROVISIONS SENSATION

Echte Freunde können sich aufeinander verlassen und gehen zusammen durch dick und dünn. Deswegen zahlt Chamäleon die Provision jetzt schon bei Buchung und auch dann in voller Höhe, wenn der Kunde storniert.

Alle Wunderwelten-Reisen werden garantiert durchgeführt. Eure Provision ist somit in jedem Fall sicher. Ohne Wenn und Aber.

Auf die Freundschaft!

Fairness. Nachhaltigkeit. Durchführung- und Provisionsgarantie. Das ganze Vergnügen auf chamaeleon-reisen.de/agentur.

Chamäleon
DIE REISE IHRES LEBENS.

Eigene Reiseerfahrungen sind am Counter unschlagbar. Freut euch über 50% Expi-Ermäßigung. Mehr auf chamaeleon-reisen.de/agentur.

Die gleiche Melodie in einer anderen Tonart. Daher gilt die gleiche Provisions-Garantie wie bei Chamäleon. Jetzt kennenlernen auf yolo-reisen.de/agentur.

YOLO The journey of your life.

LESEN, HÖREN, ERLEBEN

Spannende Bücher, Filme und Podcasts im Dezember und Januar



DIE MAGIE AFRIKAS
Im Kinofilm „Mein Vater, mein Sohn und der Kilimandscharo“ reist Achill Moser mit seinem Sohn Aaron auf den Spuren seines Vaters Harry durch Afrika. Der hatte stets davon geträumt, den höchsten Berg Afrikas einmal zu besteigen. Start: 9. Januar 2020



LEGENDÄRE REISEN
Einsteigen, bitte! Sarah Baxter entführt uns in „500 Zugreisen“ in atemberaubende Landschaften rund um den Globus, die man per Eisenbahn entdecken kann. Sei es mit einer Dampflok oder einem Hochgeschwindigkeitszug. Knesebeck Verlag, 400 Seiten, 32 Euro



EINMAL IM LEBEN
Surfen im Dämmerlicht in Neuseeland, wild campen in Wales, eine Kanusafari durch den sambischen Lower Zambezi National Park: Im Lonely-Planet-Band „Der beste Moment deines Lebens“ erzählen 100 erfahrene Traveller aus aller Welt von ihren absolut inspirierendsten Erlebnissen. MairDumont, 272 Seiten, 22,90 Euro

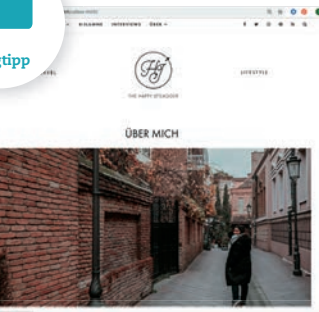


TRVL
COUNTER
TIPP



UMBLÄTTERN STATT UMTOPFEN!
Für alle, die Zimmerpflanzen lieben, aber keinen grünen Daumen haben, ist der „Bitte nicht* gießen 2020“-Wandkalender perfekt! Mit ihm hat man ganzjährig hübsche Grünpflanzen im Büro, die ganz ohne Wasserzufuhr und Dünger garantiert dekorativ bleiben. Verlag Becker Joest Volk, 27,95 Euro

Fotos und Illustrationen: Gerhard Bartel; The Noun Project; PR



INSIDERWISSEN
Wo gibt es die beste Pizza in Neapel? Was isst man in Hongkong zum Dessert? Und wie kann man in Chicago Geld sparen? Antworten gibt die schon von Berufswegen weit gereiste Stewardess Tatiana Tronecker auf ihrem informativen Blog „The Happy Jetlagger“. thehappyjetlagger.com

TRVL
COUNTER
TIPP



IN 500 RESTAURANTTIPPS UM DIE WELT
Auf seinen Reisen rund um den Globus betätigt sich Hans Mahr als Restaurant-Tester aus Leidenschaft. Er ist quasi ein Weltreisender in Sachen Genuss. In seinem Buch teilt der gebürtige Wiener nun erstmals 500 Tipps aus 50 Regionen und 100 Städten mit allen, die erstklassige Küche lieben. Carl Ueberreuter, 228 Seiten, 19,95 Euro



HANS MAHR
Als Journalist und Medienmanager ist der Österreicher rund 200 Tage im Jahr unterwegs. Er ist seit 1998 mit der deutschen TV-Moderatorin Katja Burkard liiert und fünffacher Vater.

KAMELAUGEN MIT KREISKY
Drei Fragen an Medienberater Hans Mahr

Welches waren die ungewöhnlichsten Gerichte, die Sie je auf dem Teller hatten?
Das war sicher bei einem Besuch des damaligen österreichischen Bundeskanzlers Kreisky in Abu Dhabi. Dort gab es Kamelauge, Kamelhirn und Kamelhoden – und als jüngster begleitender Journalist musste ich für den Kanzler Auge und Hirn konsumieren. Ehrlich gesagt, das muss ich nicht jeden Tag haben.

Gesetzt den Fall, Sie müssten den Rest Ihres Lebens in einem Restaurant verbringen. Welches wäre Ihr Wunschlokal?
Das Steirerneck am Pogusch in der grünen Steiermark. Dort habe ich meine zwei Töchter taufen lassen. Das ist ein riesiger, zum Wirtshaus ausgebauter Bauernhof mit Kühen, Schafen, Hühnern und einer eigenen Quelle. Dort kann man es aushalten. Vor allem, weil der Chef der österreichische Koch Heinz Reitbauer ist.

Welchen Koch würden Sie auf eine einsame Insel mitnehmen?
Tim Raue! Der kocht nicht nur großartig, sondern seine wilde Vergangenheit als Mitglied einer Berliner Gang würde auch bei einer etwaigen Auseinandersetzung mit wilden Tieren oder Piraten sicher hilfreich sein.



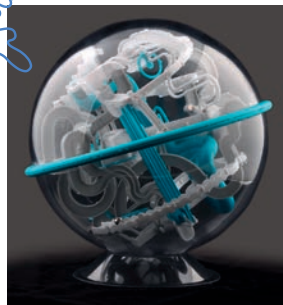
GEHEIMNISVOLL
Seit er mit seinem Sachbuch „Das geheime Leben der Bäume“ 2015 die Bestsellerlisten stürmte, ist Peter Wohlleben der bekannteste (und beliebteste) Förster der Nation. Jetzt wurde sein Buch verfilmt. Eine gelungene Hommage an den Deutschen Wald! Kinostart: 23. Januar 2020



URKOMISCH
Auf TripAdvisor und Co. lässt sich so manche Stilblüte finden. Für ihr Buch „Sogar mein Kamel fand's langweilig“ haben die Autoren Christian Koch und Axel Krohn die lustigsten und verrücktesten Reisebewertungen gesammelt. Lesenswert. DuMont Reiseverlag, 220 Seiten, 10 Euro

WORK & LIFE

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



KNIFFLIG HOCH DREI

Um die Spielkugel im 3D-Kugellabyrinth „Perplexus epic“ vom Start- zum Zielpunkt zu manövrieren, gilt es, 125 Stationen zu meistern. Darunter Wippen, Seilbahnen, Buckelpisten, Falltüren oder Rohrrutschen. Das geht nur mit ganz viel Geduld, Konzentration, Koordination und Fingerspitzengefühl. Ca. 29,95 Euro, [wissenschaft-shop.de](https://www.wissenschaft-shop.de)



ALLE WETTER!

Aus der Abteilung „Gentleman's Hardware“ stammt der Allwetter-Anzünder von Torquato. Er funktioniert zuverlässig bei jedem Wetter, unter allen klimatischen Bedingungen und in jeder Höhe. Der Funken-schläger eignet sich zum Entfachen eines Lagerfeuers, einer Gaskocher- oder Petroleumlampen-Flamme. Ca. 24, 90 Euro, [torquato.de](https://www.torquato.de)

BEAUTYCASE FÜR WELTENBUMMLERINNEN

Das mit Namen personalisierte Baumwolltäschchen von geschenke-online.de ist ein tolles Präsent für Frauen, die gern und viel reisen. In zwei Größen für ca. 8,99 bzw. 10,99 Euro erhältlich, [geschenke-online.de](https://www.geschenke-online.de)



STILVOLL ERINNERN

Vergessen Sie Smartphone, Laptop und Camcorder: Reisetagebuch führt man am stilvollsten per Hand. Ein besonders schönes Exemplar ist das 320-seitige „World Travel Journal“ von Torquato. Es bietet nicht nur viel Platz für eigene Einträge, sondern hält zudem eine Vielzahl hilfreicher Reiseinformationen wie beispielsweise Karten der wichtigsten Destinationen in aller Welt bereit. 69 Euro, [torquato.de](https://www.torquato.de)



NONVERBALE KOMMUNIKATION

Ihr Tibetisch ist etwas eingerostet? Und was Zahnarzt auf Indonesisch heißt, fällt Ihnen auch gerade nicht ein? Dann haben Sie alles richtig gemacht, wenn Sie das „OhneWörterBuch“ im Gepäck haben. Es bietet mehr als 600 Zeigebilder zu allen wichtigen Situationen auf Reisen – von Internetcafé bis Kontakt-linsenlösung. Langenscheidt, 6,99 Euro

MINI-HÖRWUNDER

Apples kleine, weiße Stöpsel haben bei den kabellosen Ohrhörern in Sachen Technik schon lange die Nase vorn. Die Zweiteauflage der Mini-Kopfhörer ist sogar noch besser: Dank Active Noise Cancelling ist der Klang der AirPods Pro unschlagbar gut. Ca. 279 Euro, [apple.com](https://www.apple.com)



Fotos: Digital Vision Vectors/Getty Images; PR Illustration: Maryam Özdiil

WERDEN SIE MEERES-PATE

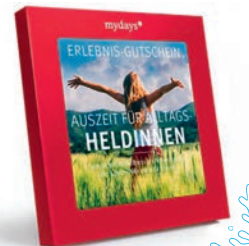
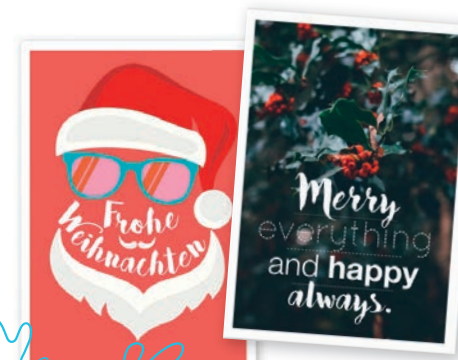
Warum nicht mal ein Stück Natur verschenken?

Direkt vor unserer Haustür, in Nord- und Ostsee, sind zahlreiche Arten zu Hause: Schweinswale und Kegelrobben, Prachttäucher und Zwergmäwen zum Beispiel. Noch gibt es ausgedehnte Riffe mit Weichkorallen oder dicht gewachsene Seegraswiesen, wichtige Kinderstuben für Fische, Muscheln und Seesterne. Aber wie lange noch? Fest steht: Viele Arten und Lebensräume in Nord- und Ostsee sind durch Fischerei, Rohstoffabbau, Schiffsverkehr und immer mehr Plastikmüll bedroht. Als „Meeres-Pate“ des NABU kann man mithelfen, Tiere und Lebensräume in Nord- und Ostsee zu schützen. Monatsbeitrag 8,15 oder 30 Euro, [nabu.de](https://www.nabu.de)



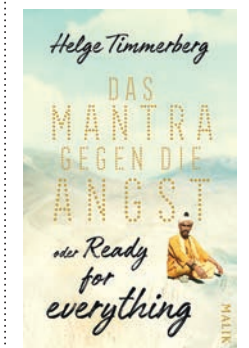
HANDGEFERTIGT

Die „schönetaagebox“ ist eine Kombination aus ewigem Kalender und Tagebuch. Die Vorderseiten der 366 farbig gestalteten Karteikarten zeigen Tag und Monat. Auf den Rückseiten ist Platz für kurze Notizen zum jeweiligen Datum. 32,90 Euro, [etsy.com](https://www.etsy.com)



AUSZEIT NACH WAHL

Alltagsheldinnen verwöhnt man mit dem gleichnamigen „mydays Erlebnis-Gutschein“. Zur Auswahl stehen über 160 Erlebnisse an mehr als 1000 Erlebnisorten (z. B. Berlin, München, Köln und Hamburg). 99 Euro, [mydays.de](https://www.mydays.de)



DURCHGEKNALLT

Helge Timmerberg ist fraglos Deutschlands schrillster Reise-schriftsteller. In seinem neuesten Buch, „Das Mantra gegen die Angst“, irrt der 67-Jährige neun Tage durch Kathmandu – auf der Suche nach dem Yogi, von dem er einst sein Mantra erhielt. Malik, 176 Seiten, 20 Euro

SCHREIB MAL WIEDER WEIHNACHTSPOST!

Hafenglück, Seemannsgarn, Alsterwasser on the Rocks und vieles mehr. Im Cosmic-Shop gibt es für jeden Anlass originelle Karten. Für Weihnachten und zum neuen Jahr: Postkarten ab 1 Euro, 13er-Mix für 10 Euro, [cosmic-shop.de](https://www.cosmic-shop.de)

ICH KÜMMER MICH!

Eine Beratung ist viel mehr als ein Informationsaustausch. Reisekunden wollen begleitet, betreut und zum Kauf motiviert werden. Wer sich richtig kümmert, macht aus Erstkunden Stammgäste. Wie geht das?

Text Wibke Rissling-Erdbrügge



Wenn 3.500 Kreuzfahrtgäste am gleichen Tag einschiffen, bricht nie Chaos aus. Zwar wollen Tausende von erlebnishungrigen und neugierigen Menschen ihren neuen Mikrokosmos an Bord erkunden. Meist durchlaufen sie aber einen ausgefeilten und durchdachten Prozess: Sie werden im übertragenen Sinne an die Hand genommen und Schritt für Schritt von Erlebnis zu Erlebnis geführt. Es geht vom Spa in das Fitness-Center, vom Laufband zum Pool, danach ins Restaurant und in den Shop. Jetzt noch ein Foto beim Fotoprofi und im Anschluss ein Gang durch die Galerie. Alles passiert vollkommen freiwillig und wird dennoch angeleitet. Die Gäste genießen ihren Einstand und die Kreuzfahrtreederei verdient gutes Geld.

Das nicht jeder Gast sich aufmacht und seine individuelle Erkundungstour startet, liegt auch am menschlichen Gehirn. Als Konsumenten ziehen wir die Einfachheit der Komplexität vor. Wenn ein vertrauensvoller Mensch, wie der Hausarzt oder ein vertrauensvolles Unternehmen, wie die Kreuzfahrtreederei, für die wir uns entschieden haben, uns sagt, was gut ist, dann nehmen wir diesen Rat allzu gerne an.

Wir entscheiden fast immer intuitiv: Denn die Welt ist zu komplex, um ständig neue rationale Entscheidungen zu fällen. Sinnvoller ist es, dem vorgegebenen Weg zu folgen. Das entspannt. Dieses Verhalten bedeutet allerdings nicht, dass Kunden wie Schafe dem Schäfer folgen. Kunden haben individuelle Erwartungen. Der Hausarzt soll zuhören und heilen, der Kreuzfahrturlaub entspannen und bereichern. Schafft es der Dienstleister, diese Erwartungen zu erfüllen, sind die Kunden zufrieden. Schafft es der Dienstleister, die Erwartungen überzuerfüllen, werden Kunden zu Fans.

Zugleich gilt: Investiertes Vertrauen kann auch schnell enttäuscht werden. Ein unfreundlicher Hausarzt, ein schlechter Service und die Kunden wenden sich schnell ab. Im schlechtesten Fall sprechen sie negativ über den Dienstleister. Reisebüros und Reiseveranstalter, die auch in Zeiten zunehmender Onlinekäufe auf direkten Kundenkontakt setzen, müssen daher ihre Kunden mehr an die Hand nehmen und ihre Erwartungen vordenken. Den Kunden



NICHT AUS DEN AUGEN
Auch nach der Reise bleibt der Kunde in Obhut des Reisebüros. Er weiß, im Herbst nach seiner Reise wird er wieder nett kontaktiert.



BERATUNGS-PROFI

Seit 20 Jahren hilft Wibke Rissling-Erdbrügge, Trainerin, Coach und Geschäftsführerin von WRE Training für Touristiker, Reiseunternehmen und Reisebüros, ihre Mitarbeiter zu schulen. von April bis Juli 2020 startet das neue WRE-Online-Training „Profis im Reiseverkauf“ für Expediten. wre-trainings.de/online-training-reisen-verkaufen

den Weg aufzeigen stärkt die Wettbewerbsfähigkeit und bindet den Urlauber.

Doch wie geht das konkret, zum Beispiel im Reisebüro? Schon wenn der Kunde das Reisebüro betritt, will er an die Hand genommen werden. Jeder Kunde wird herzlich empfangen, ihm wird erklärt, wo und vor allem wie lange er warten muss. Der Kunde wird mit Erfrischungsgetränken versorgt und kann sich durch hochwertige Lektüre anregend die Wartezeit vertreiben. Erstklassige Beratung, die sehr empathisch auf die Kundenwünsche eingeht und zugleich klare Empfehlungen ausspricht, zeigt dem Kunden den richtigen Weg.

Im Beratungsgespräch geht es weiter: Alle Schritte bis zur Abreise werden gemeinsam durchdacht und vorgeplant, damit sich der Kunde professionell betreut fühlt. Und das Reisebüro festigt die Zusammenarbeit durch kluge Extras. Bei der Übergabe der Reiseunterlagen zum Beispiel kann man eine exotische Pflanze oder landestypische Pralinen verschenken. Oder der Expedit ➔

SEHEN, WAS DER KUNDE BRAUCHT

Was über Selbstverständlichkeiten hinausgeht, registriert der Kunde als Extra-Service.



bringt die Unterlagen auf ihrem Heimweg vom Büro persönlich vorbei. Bei Onlineunterlagen kann man Youtube-Links zu passenden Reisereportagen empfehlen. Das, was der Kunde erwartet, ist selbstverständlich. Das zusätzliche Sahnehäubchen zu den Selbstverständlichkeiten ist die Kür.

Auch nach der Reise bleibt der Kunde in Obhut des Reisebüros und er weiß: Schon im Herbst nach seiner Reise wird er wieder nett kontaktiert: Ob man wieder in die gemeinsame Planung des nächsten Urlaubs einsteigen wolle, denn je früher desto besser? Ob es ihm Freude mache, die Weihnachtstage einmal woanders zu verbringen? Ob er Lust habe, an einem Gewinnspiel teilzunehmen? Ob man ihm ein kleines Geschenk machen dürfe? Der Kunde verlässt sich darauf, dass das Reisebüro an ihn denkt. Immer!

Hand in Hand mit dem Reisebüro genießt der Reisende den hochwertigen Service und die klug ausgewählten Reiseprodukte. Der Reisende verbindet eine Vielzahl positiver Erlebnisse mit dem Unternehmen. Vertrauen ist damit gewonnen. Dienstleister, die so arbeiten, vertiefen nachhaltig die Kundenbeziehung.

Dabei muss nicht jedes Erlebnis kostenfrei sein. Ein gut durchdachter kostenpflichtiger Extra-Service ist für Kunden ebenso wertvoll und für das Reisebüro lukrativ. Zu guter Letzt freuen sich auch die Reiseberater, denn sie bekommen mehr positive Resonanz, es entsteht mehr Tiefe in den zwischenmenschlichen Beziehungen, und am Ende verdienen sie auch mehr Geld. ■

COSTUMER JOURNEY

Zehn Schritte in der Kundenberatung

- 01 Kontaktaufnahme
Der Kunde meldet sich per Telefon oder E-Mail oder kommt auch persönlich im Reisebüro vorbei. Hier wird er herzlich empfangen.
- 02 Bedarfsanalyse
Das eher sperrige Wort beschreibt, was der Kunde will, also sein Bedürfnis. Hier muss die Counter-Mitarbeiterin empathisch herausfinden, was sich der Kunde wünscht.
- 03 Angebot/Idee vom Expedienten
Im Dialog mit dem Kunden kann der Expedient Angebote und Ideen vorlegen.
- 04 Feedback zum Angebot/zur Idee vom Kunden
Hier stellt sich schnell heraus, was der Kunde in Wirklichkeit will. Hier gilt es, das ganze Paket zu präsentieren, Vor- und Nachteile abzuwägen. Im Mittelpunkt stehen immer die Bedürfnisse des Kunden.
- 05 Angebot optimieren
Kein Angebot ist so perfekt, dass es sofort passt. Daher muss gemeinsam überlegt werden, was geändert werden muss. Wichtig: Der Kunde muss sich kompetent beraten und verstanden fühlen.
- 06 Buchungsabschluss
Stimmt am Ende alles, geht es um den Buchungsabschluss. Wenn die Beratung professionell und ordentlich abgelaufen ist, dürfte der letzte Schritt kein Problem sein. Sonst geht es zurück zu Schritt 5.
- 07 Alle Reiseleistungen
Das Reisebüro bucht (vermittelt) die vereinbarte Leistung und sorgt für alle Unterlagen. Bei der Übergabe ergibt sich oft die Chance, beim Kunden durch kleine Extras zu punkten.
- 08 Kunde verreist in den Urlaub
Wenn alles gut läuft, genießt der Kunde bald die schönste Zeit im Jahr.
- 09 Feedback zur Reise erfragen, nächsten Kontakt für die nächste Reiseplanung vereinbaren.
Bei der Dienstleistung ist Feedback entscheidend. Daher steht im Kalender des Reisebüros, wann der Urlauber wieder da ist, damit der Kümmerer nachfragen kann, ob alles gut verlaufen ist.
- 10 Kontakt aufnehmen
Es spricht nichts dagegen, den Kunden hin und wieder mit klugen und auf ihn zugeschnittenen Angeboten zu kontaktieren. Der Kunde versteht: Jemand denkt an mich!

Fotos und Illustrationen: iStockphoto; Wibke Rissling-Erdbrügge

NEU!

TRVL COUNTER E-LEARNING

Besser beraten am Counter mit unseren neuen Video-Kursen.

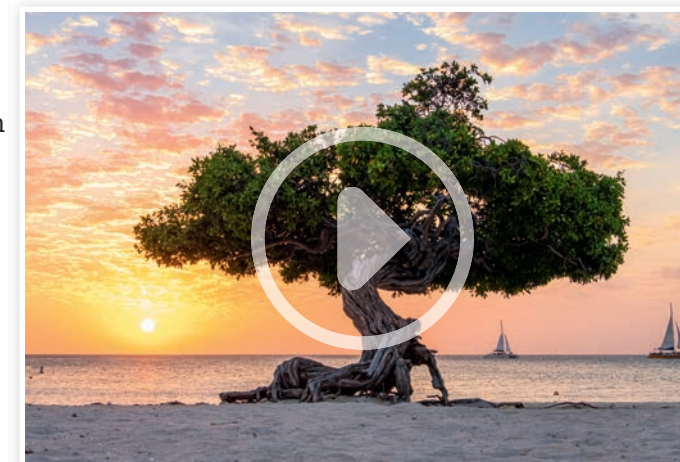
Start Mitte Dezember

Happy Island Aruba

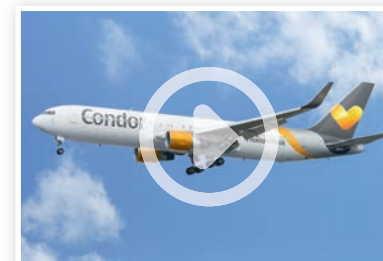
Die kleine Insel gehört zu den niederländischen Antillen und liegt vor der Küste Südamerikas. Sie ist Traumziel für Sonnenanbeter, Wassersportler, Naturfreunde und Kulturliebhaber. Wir stellen Aruba mit allen Highlights vor.

★ Fakten über Aruba ★ Fünf Gründe für einen Urlaub ★ Die schönsten Strände in der Karibik ★ Alles abseits vom Beach

www.TRVLlearning.de



Jetzt mitmachen! Diese E-Learnings gibt es noch.

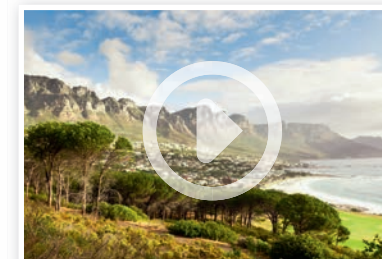


CONDOR Flüge in die Karibik

Die Karibik ist eines der Sehnsuchtsziele der deutschen Urlauber. Ab dem kommenden Jahr wird Condor die Karibik verstärkt anfliegen.

- ★ Wissenswertes zu Condor
- ★ Die neuen Routen
- ★ Buchungsklassen
- ★ Zusatzservices
- ★ Extras für Kunden

www.TRVLlearning.de

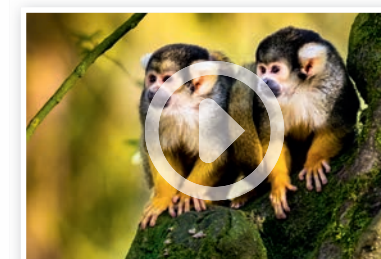


Südafrika Ganzjahresziel

Die meisten Urlauber aus Deutschland fliegen im Sommer zum Kap der Guten Hoffnung. Aber auch in der Nebensaison gibt es viel zu entdecken.

- ★ Die besten Routen
- ★ Sicherheit
- ★ Günstige Preise
- ★ Safari und Lodges
- ★ Ganzjährige Tipps
- ★ Meet the Locals

www.TRVLlearning.de



Costa Rica Naturwunder

Rauchende Vulkane, dichte Urwälder, traumhafte Tropenstrände und exotische Tiere – Costa Rica lockt mit großer Vielfalt auf kleinster Fläche!

- ★ Infos zu Costa Rica
- ★ Natur + Nachhaltigkeit
- ★ Abenteuer + Strand
- ★ Wellness + Erlebnis

www.TRVLlearning.de

www.TRVLlearning.de



Was macht eigentlich eine ...

PURSERETTE

Sie ist unter anderem für die Sicherheit an Bord zuständig, erklärt Christine Berger-Danzinger von Condor.

Die Bezeichnung Purser bzw. Purserette stammt ursprünglich aus der Seefahrt. Der einstige Zahl- und Proviantmeister übernahm eine sehr wichtige Aufgabe an Bord. Heute wird im Flugdienst die ranghöchste Flugbegleiterin so bezeichnet. Sie ist unter anderem für die Crew und die Passagiere an Bord verantwortlich und nur dem Kapitän und Co-Piloten weisungsgebunden.



WELCHE CREW TRÄGT DIE SCHICKSTE UNIFORM?
Eine schwierige Frage, weil es so viele Varianten gibt. Die Uniform ist so etwas wie die Visitenkarte der Airline. Man sieht ja auch, dass die Fluggesellschaften damit gerne ihre regionale Herkunft betonen. Persönlich mag ich die klassische Variante sehr!

WELCHE EIGENSCHAFTEN BRAUCHT MAN ALS FLUGBEGLEITERIN?
► Neben Teamfähigkeit, Einfühlungsvermögen, Belastbarkeit und Flexibilität muss diese Person offen, neugierig und zugewandt sein. Man sollte natürlich serviceorientiert sein. Aber vor allem muss man den Umgang mit Menschen mögen.
STIMMT DAS KLISCHEE, DASS EINE STEWARDESS SCHÖN SEIN MUSS?
► Was heißt schön? Das liegt eher im Auge des Betrachters. Aber eine persönliche Ausstrahlung ist wichtig, etwas Individuelles. Der Job muss Spaß machen. Ich würde sagen, Schönheit von innen.
WIE GEHEN SIE MIT FLUGANGST BEI DEN GÄSTEN AN BORD UM?
► Wir achten schon beim Boarding darauf, wer nervös ist. Man erkennt es sofort, und es hilft oft, wenn die Gäste einen Blick ins Cockpit werden können. Im Flug sind wir besonders aufmerksam.



FARBE ZEIGEN

Die Initiative FlyPink wurde 2015 von der australischen Pilotin Susan McHaffie ins Leben gerufen: Sie war die Erste, die rosa Schulterklappen trug. In Europa haben zuerst die Piloten der Condor die FlyPink-Kampagne unterstützt.

DREI FRAGEN AN ...

Christine Berger-Danzinger, die als Purserette bei der Fluglinie Condor arbeitet.

Was ist das Schönste in Ihrem Job?
Es ist die große Abwechslung. Wir arbeiten mit verschiedenen Crews auf unterschiedlichen Strecken. Jeder muss dabei für sich die optimale Balance finden. Sehr schön finde ich auch, dass ich jeden Tag die Sonne sehen kann.

Erzählen Sie uns über die im Herbst stattfindende FlyPink-Kampagne der Condor?
Das ist eine globale Brustkrebs-Initiative, die ursprünglich in Australien anging. Damit unterstützt die Luftfahrtindustrie Organisationen, die sich für die Vorsorge, Behandlung und Erforschung von Brustkrebs einsetzen. Die Crews der teilnehmenden Airlines tragen während der Kampagne im Oktober pinke Accessoires im Dienst. Ziel ist es, Bewusstsein für die Krankheit zu schaffen, Solidarität mit den betroffenen Frauen zu zeigen und Spenden zu



Chefin Christine Berger-Danzinger (2. v. l.) mit Crew und FlyPink- Accessoires.

sammeln. Übrigens, auch die Piloten tragen pinke Streifen an den Schulterklappen.
Was ist dabei Ihre Aufgabe?
Ich leite bei Condor das Projekt und organisiere die verschiedenen Accessoires. Der Gewinn aus dem Verkauf der Accessoires wird an die Deutsche Krebshilfe gespendet.

Fotos: Condor. Illustrationen: Maryam Ördil

MEHR VON TRVL COUNTER:

Follow us. Like us. Join us.



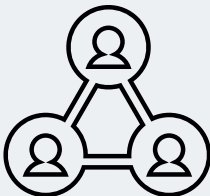
Magazin



Website



Newsletter



Social Media



E-Learnig

TRVLCOUNTER
Das Portal für Reiseprofis

www.trvlcounter.de

E-ZONE

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



Jetzt soll die Sprachassistentin Alexa aufgeregt, traurig oder fröhlich auf Befehle reagieren, je nach Stimmung der Nutzer. Amazon will die Software damit von ihrer Robotermonotonie befreien und hat die neuen Funktionen bereits in einem Update eingeführt. Es könne nützlich sein, um Gäste im Hotelzimmer freundlich zu begrüßen, bei Gewinnen zu gratulieren oder Nutzer bei der Niederlage ihres Sportteams zu trösten.



AIRPORT-KARTE
Emirates hat in seiner App die neue Funktion „Airport Maps“ eingeführt. Das Feature erkennt den Standort des Benutzers via Bluetooth und WLAN und ermöglicht eine Navigation durch Terminal 3 des Dubai International Airport – dem Hub der Airline.

STRATEGIE 2023

Unter der Bezeichnung „Strategie 2023“ will DERPART sein Omnichannel-Konzept ausbauen, aber auch das Franchise-Modell neu organisieren, den Umgang mit Service-Entgelten regeln und Überlegungen zur Nachhaltigkeit aufnehmen. Bei aller Technik soll aber stets der Mensch im Mittelpunkt bleiben. „Der Mensch am Counter hat für uns die allergrößte Bedeutung“, betonen Geschäftsführer Andreas Neumann und Aquilin Schömig.



»ALLES WIRD TECHNISCH MÖGLICH SEIN. WIR MÜSSEN AUFHÖREN, VERÄNDERUNGEN ALS BEDROHUNG ZU SEHEN.«

MICHAEL BULLER, VIR-CHEF, IN SEINER KEYNOTE AUF DER REISELANDTACUNG IN DUBAI.

HOTELBIRD FLIEGT

Das Münchner Startup für digitale Check-in/-out Services konnte jetzt weitere Investoren überzeugen und mit dem neuerlichen Invest die Seed-Finanzierung auf insgesamt 3,5 Mio. Euro abschließen. In vier Jahren hat sich hotelbird als innovativer Anbieter für digitale Services in der Hotellerie etabliert. „Ketten wie Deutsche Hospitality, H-Hotels, Lindner Hotels oder NOVUM nutzen unsere Services“, sagt Gründer Juan A. Sanmiguel (rechts) und Korbinian Hackl.



NEUE TECHNIK UNTERM BAUM
Fast drei Viertel der Bundesbürger (73 Prozent) gaben in einer Bitkom-Umfrage an, zu Weihnachten Elektronik-Produkte zu verschenken. Dabei sind Fitnesstracker mit 37 Prozent das beliebteste Geschenk. Dahinter folgen Tablet-PCs mit 28 Prozent, Spielkonsolen (24 Prozent) und Smart-TVs (22 Prozent).

Fotos und Illustrationen: iStockphoto(3); PR

DIGITALISIERUNGS-OFFENSIVE

Die RTK-Kooperation initiiert mit „Tec-Off“ eine Online-Plattform, die Kunden auf der Basis ihrer Daten automatisiert individualisierte Angebote unterbreiten soll. Neben den vorhandenen Technikpartnern wie Bosys und Schmetterling hat RTK-Chef Thomas Bösl dafür den CRM-Spezialisten Salesforce an Bord geholt. „Arbeiten Sie an der Pflege Ihrer Kundendaten“, appellierte Bösl eindringlich an die RTK-Büros. „Sonst stehen wir bald in der zweiten Reihe.“ Denn ohne eine valide Datenbasis könne auch die beste Online-Plattform ihren Zweck nicht erfüllen. Dazu habe die Zentrale das Projekt „Tec-Off“ vor 15 Monaten gestartet. Damit sollen der On- und Offline-Vertrieb der stationären Reisebüros enger verzahnt werden. Die Büros sollen sich mithilfe individualisierter Angebote häufiger in Erinnerung bringen können – sowohl vor, während und nach der Reise als auch während typischer Buchungsphasen für Kurzurlaube oder andere Aktivitäten. Dazu soll ein Tool namens „Tec-Off-Spider“ dienen, das im Frühling 2020 startbereit sein soll.



FAKE-NEWS-HINWEIS

Auf Druck von Behörden in Singapur hat Facebook erstmals einen Benutzerbeitrag mit dem Warnhinweis versehen, dass dieser falsche Informationen

enthalte. Seit Samstag steht unter dem betreffenden Eintrag der States Times Review: „Facebook ist gesetzlich verpflichtet, Ihnen mitzuteilen, dass die Regierung von Singapur sagt, dass dieser Beitrag falsche Informationen enthalte.“ Einzelpersonen drohen umgerechnet bis zu 66.000 Euro Geldstrafe und zehn Jahre Haft.

KONTROLLSCAN

In einem Pilotprojekt von Iberia und der spanischen Flugsicherung werden Passagiere von Madrid in das nordspanische Asturias oder nach Brüssel via App und Gesichtsscanner durch Sicherheitskontrolle und Boarding geleitet. Die Registrierung erfolgt über die Iberia-App oder am Schalter.

70 %

FAMILIE & FREUNDE

Eine Studie belegt: Bei 14- bis 24-Jährigen gilt die Meinung von Angehörigen als Nachrichtenquelle. Erst danach folgen Apps und News-Seiten.

CHINAS GESICHT

Neue Regeln in China schreiben vor, dass Mobilfunkverträge nur noch mit Gesichtsscans abgeschlossen werden dürfen. Die Vorschriften, die zum 1. Dezember in Kraft getreten sind, sehen vor, dass für den Abschluss neuer Mobilfunkverträge ein automatisierter Scan des Gesichts notwendig ist.

App, App, hurra!

Reise-Apps helfen bei der Urlaubsvorbereitung, geben Gesundheits- und Ausflugstipps, fungieren als Übersetzer und schicken Urlaubsgrüße und Fotos an die Lieben nach Hause. Eine Auswahl der besten Helfer.

Text Iris Quirin

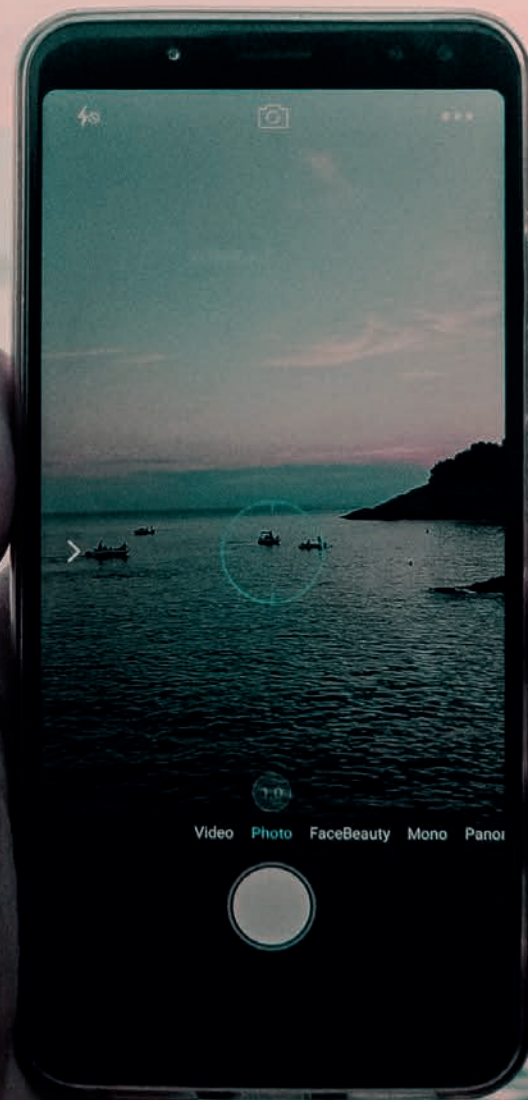
Wettervorherschau, Übersetzer, Landkarte oder Restaurant-Finder: Reise-Apps sind für die meisten Deutschen längst unentbehrliche Helfer im Urlaub. Etwa zwei Drittel aller Urlauber nutzen sie ausgiebig. Im Schnitt installiert jeder drei Reise-Apps auf seinem Smartphone oder Tablet, ein Drittel der Urlauber hat sogar vier und mehr der Mini-Programme auf seinem mobilen Endgerät in Gebrauch. Das belegt eine repräsentative Befragung im Auftrag des Berliner Digitalverbands Bitkom.

Viele digitale Helfer funktionieren auch ohne Internetverbindung. Das schont bei Übersee-Reisen die Reisekasse für die Datenübertragung und lässt die Nutzer auch in ländlichen Regionen ohne Netzabdeckung nicht im Regen stehen.

Seit 2018 ist die App-Nutzung im europäischen Ausland einfacher geworden, denn dank der aktuellen Roaming-Verordnung sind Aufschläge für Telefonate, SMS und das Surfen im mobilen Netz Vergangenheit.

ZU HAUSE VORBEREITEN

Die Apps sollte man am besten schon zu Hause installieren. Das erspart mögliche Datenkosten in ausländischen Netzen.



Hier wird dir geholfen!

Reiseprofis verraten ihre liebsten digitalen Reisebegleiter.



Markus Orth, Geschäftsführer der Lufthansa City Center Reisebüropartner GmbH (LCR), Frankfurt

»Für mich ist **GUIDES by lonely planet** die beste Reise-führer-App mit toller Usability, super Content und Funktionalität.«



Angela de Sando, Head of Press Relations DER Touristik Central Europe, Frankfurt

»Ich nutze die **Apps der Airlines** für den Check-in. Mit **SeatGuru** finde ich einen guten Platz im Flugzeug. Über die **DB App** erhalte ich schnelle und aktuelle Infos. Für mich unentbehrlich ist **eCurrency**, damit entfällt das lästige Umrechnen im Kopf.«



Michael Buller, Vorstand Verband Internet Reisevertrieb e.V., Unterhaching

»Ich nutze alle **Airline-Apps** und für die Hotelbuchung **booking.com** und **HRS**. Unterwegs in Städten **Free Now** und wenn kein Taxi verfügbar ist, auch **Uber**. Wenn ich ein Restaurant suche, ist **TripAdvisor** sehr hilfreich.«



Tina Leppert, selbstständige solamento-Reiseberaterin, Wietmarschen

»Die **Lufthansa-App** nutze ich, um unterwegs jederzeit online einzuchecken und habe meine Flugdaten immer dabei. Mit der **AIDA-App** oder **TUI-Cruises-App** kann ich auf Schiffsreisen über das bordeigene WLAN-Restaurant reservieren oder das Tagesprogramm abrufen.«



Charlotte Stöttner, Expedientin im IVR Reisebüro Ibbenbüren

»Wenn ich fliege, nutze ich die App der jeweiligen Fluggesellschaft. In einer Großstadt suche ich auf **TripAdvisor** ein gutes Restaurant. Was nie fehlen darf, ist die **Langenscheidt-App L** für die Reise.«



REGIONAL

INDIVIDUELL

GANZ NAH

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



Tanja Bley,
Reiseservice
Bley, Damme

»Die App **Flightradar24** hat den Vorteil, dass mir die Abflüge und Ankünfte aktuell angezeigt werden. Privat nutze ich sehr gerne den **DB Navigator**, der mir hilft, bei einer Bahnverspätung schnell eine Alternative zu finden.«



Melina
Baschista,
Tourismuskauf-
frau im Reise-
büro Sonne &
Meer, Rheinberg

»TripAdvisor nutze ich im Urlaub, um Restaurants und Bars zu finden. Bei der Suche nach Aktivitäten ist mein Favorit **GetYourGuide**. Diese App empfehle ich auch unseren Gästen.«



DER BERG RUFT – und die App Peak Finder findet ihn. Sie zeigt von jedem beliebigen Ort ein 360-Grad-Panorama mit den Namen aller prominenten Berge.

Zehn Lieblinge der Redaktion

Viele Apps sind bereits auf den Smartphones vorinstalliert. Doch einige nützliche Programme muss man selbst suchen und einrichten.

01/ Global Monitoring App

Ob Naturkatastrophe, politische Unruhe oder Streik: Die Profi-App von A3M informiert per Push-Meldung über Gefahren und Ereignisse in der Region und verschickt Warnungen und Verhaltenshinweise direkt auf das Smartphone.

02/ Sicher reisen

Die App des Auswärtigen Amtes informiert zur Sicherheitslage und hält Adressen der deutschen Vertretungen bereit. Neu ist eine

Push-Funktion. Nützlich bei Katastrophen: die Ortungsfunktion und der „Ich bin okay“-Knopf zur Beruhigung der Angehörigen.

03/ Wi-Fi-Finder

Das Programm zeigt WLAN-Hotspots in der Nähe an. So lassen sich im außereuropäischen Ausland einfach Roaming-Gebühren sparen.

04/ Packing Pro

Diese App erstellt Packlisten für die Reise je nach Ziel, Zweck und Dauer. Eigene To-do-Listen, was vor der Abreise noch dringend

erledigt werden muss, lassen sich erstellen.

05/ MyPostcard

Mit der App lassen sich eigene Fotos als persönliche Postkarte weltweit innerhalb von einem bis drei Werktagen für kleines Geld versenden.

06/ iTranslate

Wörter, Redewendungen und Texte lassen sich mit dem digitalen Dolmetscher in über 100 Sprachen übersetzen. Für die richtige Aussprache sorgt die Sprecherfunktion. Neu: Die App funktioniert jetzt auch offline.

07/ LiveTrekker

Wo war das noch mal und wann? LiveTrekker erstellt nach Markierungen eine interaktive Karte der Reiseroute. Die App nutzt dafür Geodaten der Aufnahmeorte der Fotos und Videos.

08/ myLike

Die App ist eine Mischung aus Empfehlungs-Plattform, Social Network und Social-Sharing-Plattform. Mit ihr lassen sich vertrauenswürdige Tipps und Empfehlungen sammeln, speichern und teilen.

09/ Safe+

Sensible Daten wie Kreditkartennummern oder Passwörter werden mit Safe+ an einer zentralen Stelle im Smartphone organisiert und verschlüsselt gespeichert. So haben iPhone-Nutzer sie auf Reisen immer dabei.

10/ Fit for Travel

Die App gibt Gesundheitsinfos zu mehr als 300 Reisezielen mit Impfempfehlungen, Adressen von Reisemedizinern und Ansteckungsrisiken sowie Klimatabellen und Botschaftsadressen.

Fotos: David Boca, Joshua Gresham/Unsplash; LCC; Sandra Hauer/nahdran fotografie; Thomas Dasher/Agentur Focus/VR; Jens Braune; Privat; PR

TRVL COUNTER VORSCHAU 2020



Gates

A | B



FEBRUAR

EVT 06.02.2020

- KANAREN & BALEAREN
- USA & KANADA
- AIRLINES & AIRPORTS
- NACHHALTIGES REISEN



MÄRZ
ITB-AUSGABE

EVT 03.03.2020

- ITB-TRENDZIELE
- KREUZFAHRTEN
- PARTNERLAND OMAN
- VERSICHERUNGEN

ITB
AUSGABE
2020



APRIL/MAI

EVT 16.04.2020

- KETTEN & KOOPS
- STUDIENREISEN
- GRIECHENLAND
- SÜDAFRIKA

EXTRA:
NACHHALTIGES REISEN



JUNI/JULI

EVT 11.06.2020

- FLUSSKREUZFAHRTEN
- SÜDOSTASIEN
- ÄGYPTEN & NORDAFRIKA
- CLUBURLAUB

EXTRA: LUXUSREISEN



AUGUST/SEPTEMBER

EVT 13.08.2020

- KARIBIK
- EMIRATE
- MOBILER VERKAUF
- AKTIV- & WELLNESSREISEN



OKTOBER

EVT 08.10.2020

- VERSICHERUNGEN
- SÜDLICHES AFRIKA
- ÄGYPTEN
- INDISCHER OZEAN (MAURITIUS, SEYCHELLEN & MALEDIVEN)
- KREUZFAHRTEN

EXTRA: DAS KARIBIK MAGAZIN



NOVEMBER

EVT 05.11.2020

- GOLFSTAATEN
- AUSTRALIEN
- NEUSEELAND • SÜDSEE



DEZEMBER

EVT 10.12.2020

- SOMMERKATALOGE
- KETTEN & KOOPS
- FLUSSKREUZFAHRTEN
- STUDIENREISEN

PHILIPP WESTERMEYER, Gründer und Geschäftsführer von OMR, gilt als Rockstar der Digital- und Marketingbranche in Europa. Persönliches Vernetzen gehört für ihn auch im Digitalzeitalter unbedingt dazu.



Fotos: OMR

DER VERNETZER

Philipp Westermeyer gründete die Online Marketing Rockstars aus Leidenschaft. Daraus wurde ein schillernder Megaevent der europäischen Digitalszene. Denn auch Onliner wollen sich persönlich treffen.

Text Iris Quirin

Wie funktioniert eigentlich Online-Marketing? Das wollten seine Freunde schon während seines BWL- und Medienmanagement-Studiums in Essen und Hamburg von ihm wissen. Aus Spaß an der Sache organisierte Philipp Westermeyer Schulungen im kleinen Kreis und erklärte das komplexe, aber für sämtliche digitalen Geschäftsmodelle extrem wichtige Thema. Offenbar kann der Essener gut erklären, denn die Teilnehmer waren so angetan, dass sie weitere Aufbaukurse forderten. Schnell lockten Philipps Anfängerlektionen immer mehr Interessenten an, und aus dem anfänglichen Spaß entwickelte sich ein Business, das auch Geld abwarf.

2011 gründete Westermeyer ein jährliches Festival mit dem vielversprechenden Namen Online Marketing Rockstars, das heute zum wichtigsten Treffpunkt der Digital-Marketing-Szene in Europa aufgestiegen ist. Kamen 2014 rund 200 Menschen nach Hamburg, strömten im vergangenen Mai unglaubliche 52.000 Teilnehmer in die Hamburger Messehallen.

Wie hat er das geschafft? Die Antwort liegt neben der persönlichen Leidenschaft des Gründers für die Sache schon im Namen, der Programm ist: Online Marketing Rockstars, kurz OMR, verbindet Messe, Konferenz und Konzert, mit Acts wie Scooter oder Oli P. Das Ganze ist also eher ein Festival als ein dröges Business-Treffen von Anzugträgern. „Die Leute haben immer schon gerne gefeiert und Zeit miteinander verbracht“, sagt Westermeyer. „Arbeit und Spaß miteinander verbinden, genau das machen wir mit OMR!“ Jedes Jahr diskutiert die Branche zwei Tage lang über neue Produkte und Entwicklungen in der digitalen Welt. Die Eröffnungs-Keynote hält der heute 40-jährige Gründer immer selbst. Unprätentiös mit dunklen Haaren, gepflegtem Bart, dunklem Pulli und ebensolchen Jeans,



Philipp Westermeyer lädt die Digital- und Marketingbranche nach Hamburg ein. Zwei Tage lang geht es um neue Techniken, Tools und Strategien. Aber auch ums Kennenlernen, Austauschen und Partymachen.

GROSSEVENT OMR ist eine der größten Wissens- und Inspirations-Plattformen für die Digital- und Marketingszene in Europa. Der jährlich stattfindende Event verbindet Konferenz, Messe und Konzert. Mit seinen Podcasts hält OMR seine Klientel unterjährig up to date.

wie ein typischer Online-Evangelist, wie man ihn aus den USA kennt, steht er auf der Bühne und spricht über aktuelle Themen, wie in diesem Jahr über den Status quo der deutschen Internetfirmen, die sich leider auf Schrumpfkurs befinden. Doch er hebt auch Erfolgsgeschichten hervor, etwa das Touristik-Startup GetYourGuide.

Für seinen Event arbeiten 80 Mitarbeiter. Wie geht es weiter? „Wir befinden uns auf einer stetigen Reise“, so Westermeyer philosophisch. „Wir wollen ein Medienunternehmen aufbauen, das auf verschiedenen Standbeinen steht, wie den Live-Events, den Podcasts und Seminaren.“ Die Podcasts sind für ihn ein wichtiges Instrument, um seine Zielgruppe unterjährig zu erreichen. Westermeyer fährt mit Vollgas in die Zukunft. In seiner Freizeit drosselt er hingegen das Tempo. Er entschleunigt im Urlaub mit seiner Frau und seinen drei kleinen Kindern gerne auf einem Bauernhof. Der darf allerdings nur drei Autostunden von seiner Wahlheimat Hamburg entfernt sein. Man weiß ja nie, wann die Arbeit ruft. ■

WELTREISEN PER TV

Vom sonnigen Südseeparadies Neukaledonien bis zu den eisigen Fjorden Nordnorwegens: unsere TV-Tipps für den Dezember.



Winterziele für Schneefreunde – Island, Kanada, Finnland (45 Min.)

Fr., 13.12., 21:00 Uhr

HR FERNSEHEN

Wenn die baumlosen Weiten Islands von einer zarten Puderschicht aus Schnee bedeckt sind, zeigt sich Europas größte Vulkaninsel in einem ganz besonderen Licht. Beste Bedingungen für Wintersportler bietet der Westen Kanadas: Feinster Pulverschnee und gemütliche Berghütten bilden die optimale Kulisse für Ski- und Snowboard-Fans. Das winterliche Lappland wiederum punktet mit Schneemobil-Safaris, Husky-Schlittentouren und Iglu-Hotels.

Mediathek-Tipp

PHOENIX REPORTAGE

Deutscher Bundestag: Debatte nationale Tourismusstrategie

Anfang nächsten Jahres will die Bundesregierung Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie vorlegen. Die Bundestagsdebatte über die Anträge von CDU/CSU und SPD sowie der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen wurde für die Reihe „phoenix vor ort“ am 8.11.2019 aufgezeichnet und ist nun in der ARD Mediathek verfügbar.



Yellowstone – Park der Extreme (85 Min.)

Sa., 21.12., 20:15 Uhr

ARTE

Fast nirgendwo in den USA ist es im Winter so kalt wie im Yellowstone-Nationalpark. Nicht nur Otter, Enten und Co. kämpfen dort während der kalten Jahreszeit bei eisigen Temperaturen ums Überleben: Auch Grizzlys, Wölfe und Pumas sind dann inmitten von Eis und Schnee unzähligen Gefahren und Herausforderungen ausgesetzt.

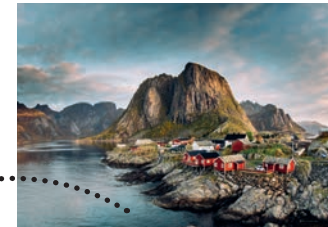


Faszination Färöer – Tradition & neue Ideen (30 Min.)

Sa., 28.12., 14:30 Uhr

NDR FERNSEHEN

Schroffe Landschaft, raues Wetter und mehr Schafe als Einwohner: Die Färöer-Inseln liegen abgelegen mitten im Nordatlantik. Die Inselgruppe hat einen ganz besonderen Charakter, genauso wie die Menschen, die dort leben. Sie sind gastfreundlich, kreativ und einfallsreich. So wie Poul Andrias Ziska, der erste Sternekoch der Färöer, oder Modedesignerin Gudrun Rógvadottir.



Fjorde, Nordkap und Polarlicht – Norwegens legendäre Hurtigruten (105 Min.)

Do., 26.12., 20:15 Uhr

NDR FERNSEHEN

Sie gilt als die schönste Seereise der Welt: eine Fahrt entlang der norwegischen Fjordküste auf den Hurtigruten. Seit 125 Jahren verbinden die legendären Postschiffe die Küstenstädte und Dörfer an Norwegens zerklüfteter Küste und transportieren Touristen, Pendler und Fracht vom Süden Norwegens bis in die Barentssee.



Städte am Meer: Barcelona (45 Min.)

Di., 17.12., 20:15 Uhr

ARD-ALPHA

Nach Paris ist Barcelona die am dichtesten besiedelte Metropole Europas. Hinzu kommen jährlich mehr als sieben Millionen Touristen. Was macht die Hauptstadt Kataloniens zur Kultmetropole? Nicht nur ihre Lage am Mittelmeer, auch ihre Fähigkeit, Gegensätze zu integrieren: alt und neu, dynamisch und entspannt, postmodern und traditionell. Der Film begegnet Menschen, die Kataloniens Hauptstadt ihr Gesicht geben und für ihr Lebensgefühl stehen.



Neukaledonien – Unbekanntes Südseeparadies (45 Min.)

Do., 19.12., 14:45 Uhr

3SAT

„Reisen in ferne Welten“ stellt einen der wenigen Orte in der Südsee vor, wo die Atmosphäre, die einst schon den Maler Paul Gauguin bezauberte, noch heute spürbar ist. Das liegt vor allem daran, dass die Neukaledonier keine Lust haben, ihr Südseeparadies für den Massentourismus zu vermarkten. Auf vielen Inseln gibt es nach wie vor weder Hotels noch Ferienwohnungen. Wer hier übernachten will, muss sich beim lokalen Clanführer anmelden.



Der große Urlaubsscheck Kreta – Trauminsel auch für wenig Geld? (45 Min.)

Mo., 16.12., 20:15 Uhr

NDR FERNSEHEN

Kreta ist die größte und facettenreichste griechische Insel. Aber auch sie hat die Griechenlandkrise hart getroffen. Die Urlauberzahlen sanken. Doch es läuft wieder besser als auf dem Festland, und seit dem letzten Jahr geht's langsam aufwärts mit dem Tourismus. NDR-Urlaubscheckerin Susann Kowatsch nimmt Kretas unterschiedliche Urlaubsmöglichkeiten unter die Lupe.

Fotos und Illustrationen: iStockphoto


Täglicher TV-Tipp
und News für den Counter
trvlcounter.de/newsletter
Monatliches TV-Programm
als Gratis-Download
trvlcounter.de/tv-tipps

DISCOVER

TRVL COUNTER Lieblinge der Redaktion

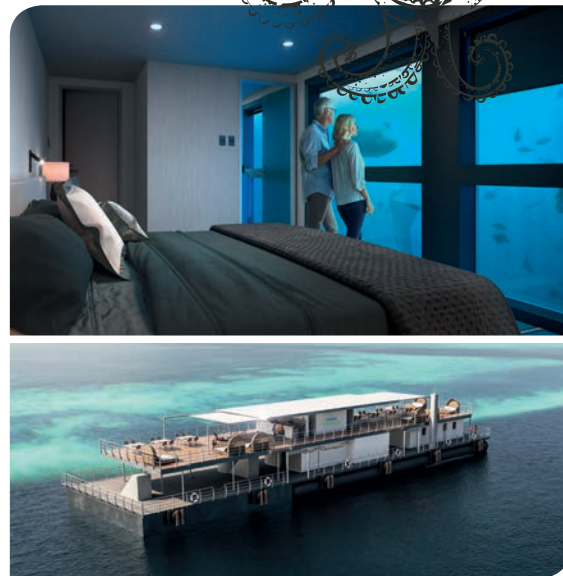


Nur ein Tröpfchen!

Die Idee ist so simpel, dass man sich fragt, warum da keiner früher draufgekommen ist. Waterdrop reichert Wasser einfach mit Frucht- und Pflanzenextrakten (ohne Zucker) an. waterdrop.com

SCHLAF SCHÖN, NEMO!

Den Fischen Gute Nacht sagen kann man im ersten Unterwasser-Hotel am australischen Great Barrier Reef. Das „Reefworld“ liegt 70 Kilometer vom Airlie Beach entfernt inmitten des einzigartigen Ökosystems, in dem sich tropische Fische, Meeresschildkröten und Rochen tummeln (DZ ab ca. 460 Euro, cruisewhitesundays.com/experiences/reefsuites/).



Lehrreiches Memory

Beim Memo-Spiel „Bäumen und ihre Blätter“ werden die Bild-Paare aus den Blättern und dem Baum, von dem sie stammen, gebildet (14,90 Euro, laurencekingverlag.de).



FLANEUR

Was haben die Wanda Road in Taipeh, die Berliner Kanststraße und die Rue Bernard in Montreal gemein? Allen drei Straßen hat das »Flaneur Magazine« bereits eine Ausgabe gewidmet. Das Independent Magazin erzählt die Geschichten besonderer Prommenaden, Aleen oder Shopping-Streets (18 Euro, flaneur-magazine.com).



LUXUS MIT GUTEM GEWISSEN

Die aus Rochenleder gefertigten Taschen und Portemonnaies von Zawadi bewirken Gutes. Hergestellt werden sie von indonesischen Männern mit Behinderungen. Das Leder stammt aus Java, wo Rochen zur Hauptbeute der Fischer zählen. Diese Rochenarten sind nicht bedroht oder gefährdet (ca. 399 Euro, zawadi-style.com).



Fotos und Illustrationen: Barabara Dietl für Laurence King Verlag; Journey Beyond Richard Howarth; iStockphoto; The Noun Project[3]; PR

Magische Momente verschenken



IHR PERSÖNLICHES WEIHNACHTSGESCHENK!

Sparen Sie mit dem Stage PEP-Angebot und schenken Sie sich einen unvergesslichen Abend.

Buchbar unter stage-business.de



BIS ZU 50% SPAREN!



18.-26.1.2020
boot.de

**Get on board.
Business starts here.**



Herzlich Willkommen zur größten Wassersport-Messe der Welt!

Die boot Düsseldorf ist die Nr. 1 für Geschäfte
rund um Charter, Marina, Motorboote, Superyachten,
Segelboote, Equipment, Tauchen u.v.m.

250.000 Besucher – davon ca. 62.000 mit konkreter
Kaufabsicht – und fast 2.000 zufriedene Aussteller
aus 70 Ländern. Zahlen, die für sich sprechen.
Seien Sie dabei.



Messe
Düsseldorf