

TRVL COUNTER

DAS MAGAZIN FÜR REISEBÜROPROFIS

Dezember 2020



Messe-Chef
David Ruetz
über die neue
ITB NOW!

S. 37

**„WIR SIND VOM WORST
CASE AUSGEGANGEN“**

Wie schauinsland-
Gründer Gerald Kassner
die Krise abgefedert hat
S.18

**„WIR BRAUCHEN
REISEKORRIDORE“**

DZT-Chefin Petra
Hedorfer im Gespräch
S.20

Fernreise – darf man das?

So bereitet sich die Dominikanische Republik auf den Neustart vor S.22

COUNTER

04 NEWS

07 ONE VOICE

TRAVEL

09 NEWS

12 NEUSTART IN
BARBADOS

17 INTERVIEW MIT
SANDALS MANAGER
RAMEL SOBRINO

18 INTERVIEW
GERALD KASSNER

20 INTERVIEW
PETRA HEDORFER

22 DOMINIKANISCHE
REPUBLIK ALS
FERNREISEZIEL

WORK & LIFE

34 KRISE ALS CHANCE

E-ZONE

37 ITB VIRTUELL,
INTERVIEW
DAVID RUETZ

39 DIE ZUKUNFTS DES
REISENS

STANDARDS

02 IMPRESSUM

03 CHECK-IN

08 STOPOVER

36 CHECKOUT



20 INTERVIEW PETRA HEDORFER

Sie sorgt für Gäste und Urlauber nach Deutschland. Was passiert jetzt in der Krise?



12 RESTART BARBADOS

Wie sicher sind Fernreisen in der Pandemie?

Rund 100 Reisebüromitarbeiter und Medienleute machen den Selbstversuch. Der Bericht.



TRVL COUNTER

Das Magazin für Reisebüroprofis

Life! Verlag GmbH & Co. KG
Langbehnstr. 10
22761 Hamburg
www.lifeverlag.de

HERAUSGEBERIN
Irena Roth

CHEFREDAKTEUR/VISDP
Jean-Marc Göttert
jean-marc.goetttert@trvlcounter.de

LAYOUTKONZEPT
Ji-Young Ahn
ji-young.ahn@trvlcounter.de

REDAKTIONELLE MITARBEIT
Klaus Göddert, Iris Quirin
redaktion@trvlcounter.de

NEWSLETTER ABONNIEREN
www.trvlcounter.de/newsletter

MARKETING & SALES
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

Yvonne Popall
yvonne.popall@lifeverlag.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste
Nr.3/2021, gültig von 01.10.2020

Online: trvlcounter.de/mediadaten
©2020 Life! Verlag GmbH & Co. KG.

Leser- und Aboservice
Abonnementspreis Inland 30 Euro pro Jahr
inkl. Porto und 7% MwSt.
Abonnementpreis Ausland 52 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

Für unverlangt eingesandte Bilder, Manuskripte
übernehmen wir 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.

© 2020 bei Life! Verlag GmbH & Co. KG.

Die junge Frau und das Meer

So werden Fische in Vietnam nach traditioneller Art in der Sonne Luftgetrocknet. Die Organisatoren der Sony World Photography Awards 2021 haben eine Reihe beeindruckender Einreichungen veröffentlicht, die in vier Kategorien des Fotowettbewerbs stattfinden werden. Eines davon ist ein Kunstwerk der vietnamesischen Reisefotografin Khanh Phan in der Kategorie „Travel“. Khanh Phan, Jahrgang 1985, ist bekannt für ihre beeindruckenden Schnappschüsse von oben, die den Alltag vietnamesischen Arbeiter und Arbeiterinnen zum Thema haben, wie hier eine Arbeiterin beim Trocknen von Fischen. Sie sagte, dass sie von der Größe des Marktes überwältigt worden sei. Hunderte Frauen stapeln das Meeresgetier am Long Hai Fischmarkt im südlichen Ba Ria-Vung Tau Provinz, die damit in der Sonne trocknen können.

Hier geht es zum Wettbewerb 2021



AUS ITB WIRD „ITB BERLIN NOW“

Im Zuge der Covid-19-Pandemie hat sich die ITB Berlin dazu entschlossen, die weltweit führende Tourismusmesse im kommenden Jahr komplett digital durchzuführen. „Die Corona-Pandemie sorgt auch in der Messewirtschaft für einen massiven Digitalisierungs-Schub“, kommentiert ITB-Chef David Ruetz (Foto). Die virtuelle B2B-Veranstaltung trägt den Namen ITB Berlin NOW. Unter dem Titel „Der digitale Treff für die Reiseindustrie. Jederzeit. Überall.“ findet sie an vier aufeinanderfolgenden Tagen vom 9. bis 12. März 2021 von jeweils 10 bis 18 Uhr (Ortszeit Berlin/MEZ) virtuell und als reines Business-event statt. „Das Feedback derjeni-

gen, die die Plattform vorab gesehen haben, ist überwältigend gut“, sagt Ruetz. „Wir sind überzeugt, dass wir – wie auch zu Zeiten der physischen ITB – alle relevanten Player der Branche digital an Bord haben werden.“ Die Messe will sowohl Ausstellern als auch Fachbesuchern vielfältige Möglichkeiten zur Darstellung, Vernetzung und Information bieten. Zum Beispiel können sich Aussteller in 30-minütigen Live-Präsentationen inklusive Chat vorstellen. Außerdem gibt es Brand Cards, mit denen Unternehmensprofile abgerufen werden können. Besucher, Referenten und Aussteller können sich zu Audio-Video-Calls verabreden.



Weitere Förderung

Die Überbrückungshilfe wird bis Ende Juni 2021 verlängert und deutlich ausgeweitet. Unter anderem wird die Fixkostenregelung für die Reisebranche erweitert. Auch das Ausbleiben oder die Rückzahlung von Provisionen von Reisebüros und vergleichbarer Margen von Veranstaltern wegen Corona-bedingter Stornierungen und Absagen bleiben förderfähig. Die Begrenzung auf Pauschalreisen wird aufgehoben.



DRV-Jahrestagung

Im Fokus der virtuellen DRV-Jahrestagung am 8. Dezember stehen die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für einen Neustart der Reisewirtschaft in 2021. An der Diskussion am Abend mit prominenten Politikern nehmen DRV-Präsident Norbert Fiebig und Ute Dallmeier, Geschäftsführerin First Reisebüro Mönchengladbach, teil. Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier (Foto) wird ein Impulsvortrag um 20 Uhr halten.

[Weitere Infos hier](#)



DRV-Präsident Norbert Fiebig kritisiert die Überbrückungshilfe III.

»Es ist ungünstig, dass zum Beispiel Reisebüroketten mit 100 Betriebsstätten nur als ein einziges Unternehmen gefördert werden. Damit fallen große Mittelständler durchs Raster.«

Plus für Hurtigruten 2021

Die Buchungen für das zweite Halbjahr 2021 entwickeln sich positiver als geplant und liegen jetzt schon auf dem Vorjahresniveau. Das Buchungslevel für das Jahr 2022 ist 112 Prozent höher als die Vergleichswerte des letzten Jahres.

[Infos zum „Gemeinsam sicher“-Programm zum Restart.](#)



MEHR EIGENANREISE

Die DER Touristik stockt sein Programm mit Eigenanreise für 2021 in Österreich, Frankreich und Polen auf. Neu ist auch Urlaub auf dem Hausboot in Deutschland, Frankreich sowie in den Niederlanden.

1,4 Mrd

Emirates hat den Rückstand bei den Refunds abgearbeitet, die durch Flugausfälle in der Corona-Krise entstanden sind. Seit April wurden rund 1,7 Millionen Anträge geprüft und mehr als 1,4 Milliarden Euro erstattet.

MEIN SCHIFF

Am 17. Dezember startet die Mein Schiff 6 mit dreiwöchigen Kanaren-Kreuzfahrten. Dabei können die Gäste Gran Canaria, Teneriffa, La Palma, La Gomera, Fuerteventura und Lanzarote im Rahmen von vermittelten Landausflügen und organisierten Aktivtours erkunden.

NEUE CONDOR-FLÜGE

Zu Weihnachtsferien bietet Condor Flüge ab Frankfurt in die Dom Rep und auf die Malediven an. Ab dem 18. Dezember montags, mittwochs und samstags nach Punta Cana und sonntags nach Puerto Plata/Santo Domingo; montags und samstags auf die Malediven.

3 Fragen an

Ingo Nösse

Gründer von Papaya Tours und
Leiter des Büros in Köln



Wie haben Sie die Krise erlebt?

Zu Beginn habe ich mich in einer totalen emotionale Achterbahnfahrt wieder-gefunden. Existenzängste und die erdrückende Verantwortung für meine Mitarbeiter hier und in Lateinamerika haben sich mit Zuversicht und Kämpferinstinkt abgewechselt.

Wie kam da Ruhe rein?

Durch die Tatsache, dass alle weltweit unverschuldet in diese Situation reingera-ten sind, und das Wissen, dass wir die Firma finanziell solide aufgebaut ha-ben, waren für mich die zwei wichtigs-ten Faktoren, um doch irgendwie Ruhe zu bewahren.

Was war noch wichtig?

Ich denke, die Fähigkeit, nach vorne zu schauen und nachhaltige Strategien zu entwickeln. Wichtig ist dafür der Aus-tausch mit dem Team und vor allem eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit meinem Führungspersonal. Wir sind zwar solide aufgestellt, aber ohne Hilfen vom Staat würde es sehr eng werden.

Chamäleon-Live-Stream

Am 17. Dezember von 13:30 Uhr bis 14 Uhr stellen Chamäleon-Inhaber Ingo Lies und Vertriebsmanagerin und Katharina Port den Reisebüros Buchungsanreize für 2021 vor. Von 19 bis 20 Uhr findet der 2. Erlebnistag-Livestream für gemeinsame Kunden statt. Im Fokus: Länder-Portraits von Namibia, Costa Rica und Vietnam. Für die Einladung der Kunden stellt Chamäleon den Reisebüros Vorla-gen und ein Video zur Verfügung.

[Infos zum 2. Partnertag-Stream](#)

[Infos zum 2. Erlebnistag-Stream](#)



Kostenlose Übernachtung

Emirates führt das Dubai Connect-Angebot wieder ein. Kunden, die über das Drehkreuz der Airline reisen, bekommen ab sofort eine kostenlose Übernachtung in einem Vier- oder Fünf-Sterne-Hotel in Dubai inklusive Transfers und Mahlzeiten im Hotel.

ALDIANA

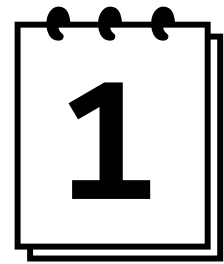
Der Aldiana Club Fuerteventura empfängt ab dem 5. Dezember wieder Gäste. Kunden, die bis 9. Januar dorthin reisen, spendiert Aldiana einen PCR-Test, den das Labor Kneißler durchführt.

Malaysias Adventskalender

Tourism Malaysia schaltet zum 1.12. in den sozialen Netzwerken einen Advents- kalender frei. Durch die Kooperation mit Veranstaltern, Hotel- und Airlinepartnern und malaysischen Tourismus- büros können Teilnehmer Gutscheine gewinnen.

KIDS-FREE-AKTION VERLÄNGERT

Kunden von FTI profitieren bei Buchungen bis 31. Dezember von der Kids-Free-Aktion. Die Aktion wird auf aus- gewählte Arrange- ments auf Mallorca, Zypern, in Kroatien, Italien und Marokko ausgedehnt.



Gebeco mit Namibia-Terminen

Nachdem die erste Namibia-Reise am 19. November starten konnte, hat Gebeco einen weiteren Termin für dem 17. Dezember aufgelegt. Einige Plätze sind noch frei. „Wenn die Sicherheitslage es zulässt und die gesetz- lichen Rahmenbedingungen passen, sind die Menschen sofort bereit, wieder zu reisen“, freut sich CCO Michael Knapp. Für das nächs- te Jahr plant Gebeco 13 weitere Reiseternine.



DTPS: Corona-Tests

Nach dem DER Touristik-Konzernvertrieb bieten auch die Reisebüros des DER Touristik Partner Service (DTPS) PCR-Tests inklusive eines international anerkannten Nachweises des Ergebnisses an. In den Büros stehen zwei Varianten des Gurgel-Tests zur Wahl. Bei der Standard-Variante erhalten die Kunden ihr Ergebnis innerhalb von 24 bis 48 Stunden, im Expressverfahren innerhalb von 24 Stunden nach Laboreingang bei Kneißler.



Gesamtkatalog von Ikarus

Statt Einzelkatalogen für jeden Kontinent gibt es bei Ikarus Reisen den Gesamtkatalog „Ferne Welten 2021“. Auf 540 Seiten werden rund 270 Reisen in 125 Länder vorgestellt. Ein Drittel des Angebots sind Reisen in Europa, erstmals stehen auch vier Reisen in Deutschland zur Wahl. Die Reisearten wurden überarbeitet und in vier Produktlinien gegliedert: Unique-Touren, Classic-Touren, Energy-Touren und Ikarus & More-Touren.

Neue App bei Riu

Riu hat eine neue App freigeschaltet, mit der die Kunden den gesamten Ablauf ihres Urlaubs verwalten können. Neu ist etwa der Online-Check-in. Auch Tische in den Restaurants lassen sich darüber reservieren oder die Zeiten für das Animationsprogramm abfragen. Die App sorgt auch für eine Verbindung zwischen Gast und Hotelpersonal.

Flex-Tarife bei Sun Express

Gegen 22 Euro Aufpreis können die Passagiere ab sofort für ihren Sommerurlaub den Sun Classic-Tarif buchen, der einmalig bis 30 Tage vor Abflug gebührenfrei umbuchbar werden kann. Für Abflüge bis 31. März 2021 sind Tickets bis 15 Tage vor Abflug umbuchbar. Im aktuellen Sun Premium-Tarif, Aufpreis 55 Euro erhältlich ist, ist die einmalige kostenlose Umbuchung bis sieben Tage vor Abflug inklusive.



Pep-Angebote

MSC Cruises bietet Expedienten die Möglichkeit, den MSC Yacht Club auf der MSC Grandiosa selbst zu erleben. Die Reederei hat dafür ein Pep-Special ab 449 Euro in der Innenkabine und 999 Euro in der Deluxe Suite aufgelegt und bietet eine Kreuzfahrt in der Balkonkabine ab 199 Euro an. Das Special gilt für alle Abfahrten der MSC Grandiosa bis 15. März 2021 sowie der MSC Magnifica bis 18. April 2021.

Kleine Schiffe. Große Erlebnisse.

nicko
cruises



Tipps für den Counter
nicko
Profi-Tipp
Nr. 6
Serie zum Sammeln

Unsere Unterstützung für Ihren erfolgreichen Verkauf

Entdecken Sie unsere vielfältige Verkaufsunterstützung:

- **Seminarreisen und Roadshows**, regelmäßige **Webinare** und **Schiffsbesichtigungen**
- Übersichtliches Partner-Portal www.gemeinsamaufkurs.de
- **Counter Infos** für kompaktes Wissen zu allen nicko cruises Katalogen
- **Attraktives POS-Material:** Poster, Kalender, Ellipsen-Displays, Fensterhänger, Streifenplakate oder Deko-Würfel für Ihre Verkaufsräume (über INFOX bzw. unser Partner-Portal frei bestellbar)
- **Regelmäßige Info- und Kundenabende** mit unseren Regionalverkaufsleitern



Jetzt die nicko cruises Kataloge kostenlos anfordern unter:
www.nicko-cruises.de/partner/katalog/

Der Fair Deal steht

»Wir wünschen uns engagierte Reisemittler, die den Mehrwert der maßgeschneiderten Produkte der vielen kleinen und mittelständischen Spezialisten zu schätzen wissen«, sagen die Initiatoren.



Nach intensivem Austausch mit 60 mittelständischen und kleinen Reiseveranstaltern sowie Spezialveranstaltern steht FAIR_DEAL als Angebot für den Vertrieb. Hinter der Idee von Bernd Rieckmann mit Christiane Blaeser stehen vier Verbände: asr, aer, VIR und forum anders reisen. Das gemeinsame Ziel ist, den Austausch zwischen Veranstalterwelt und Reisemittler zu verbessern. Die Initiatoren sind zufrieden mit dem Ergebnis: »Es war ein toller Austausch mit den Veranstaltern – immer lösungsorientiert und mit dem Ziel, die Zusammenarbeit mit den Reiseverkäufern auf eine gute und solide Basis zu stellen«, erklärt Rieckmann, Ideengeber der Initiative.

Neben dem Thema »Vergütung« stehen der Umgang mit Kunden sowie generell

das Thema Kommunikation im Fokus. Der FAIR_DEAL definiert beim Thema Vergütung einen für alle gültigen Mindest-Satz. Jeder Veranstalter kann darüber hinaus individuelle Lösungen anbieten, die für den Reisemittler attraktiver sind.

Das elf-Punkte-Programm deckt sich in fast allen Punkten mit den wichtigsten Forderungen des Vertriebs (lt. QTA Umfrage vom 20. August 2020). »Wichtig ist uns vor allem der Dialog zwischen Produzenten und Verkäufern, daher nehmen die neue Kommunikationsplattform und die Leitsätze von ONE_VOICE eine zentrale Rolle ein«, sagt Christiane Blaeser von der Agentur connected.

DIE PUNKTE DES FAIR_DEAL:

www.onevoice.jetzt



NOCH MEHR SCHUTZ IN SCHWIERIGEN ZEITEN

Ausgewählte Reiseschutz-Produkte sind jetzt bei uns noch besser! Wir übernehmen die Kosten bei persönlicher Quarantäne und leisten auch, wenn eine COVID-19 Erkrankung oder eine andere epidemische oder pandemische Erkrankung diagnostiziert wird.

allianz-reiseversicherung.de



Saat des Widerstands

Bergbau und Agrarindustrie zerstören ganze Landschaften und Regionen in Südamerika. Wer dagegen kämpft, bezahlt dies oft mit seinem Leben. Allein im Jahr 2017 wurden 207 Anführer und Umweltschützer, die ihre Gemeinden vor bedrohlichen Projekten schützen wollten, getötet. Diesen Missstand thematisiert der Fotograf Pablo Albarenga aus Uruguay mit seiner Serie „Seeds of Resistance“. Dabei zeigt er die gefährdeten Landschaften zusammen mit Porträts von Aktivisten, die für deren Erhalt kämpfen. Mit seiner Serie gewinnt Albarenga die Sony World Photography Awards 2020 in der Profi-Kategorie „Kreativ“ und wird von der Jury als „Photographer of the Year“ ausgezeichnet. Links liegt Nantu auf den bereits gerodeten Feldboden gekleidet in seiner traditionellen Achuar-Tracht. Rechts, aufgenommen von viel höher, sieht man den ursprünglichen Regenwald, den es zu beschützen gilt.

[Hier geht es zum Foto-Wettbewerb 2021](#)



Multi-Risikoschutz

Emirates führt zur bestehenden Covid-19-Deckung einen Multi-Risiko-Reiseschutz ein. Der ohne Mehrkosten für die Fluggäste angebotene Versicherungsschutz ist laut Emirates der erste seiner Art in der Airline- und Reiseversicherungs-Branche. Er gilt automatisch für alle Tickets, die ab den 1. Dezember gekauft werden, und erstreckt sich auf Codeshare-Flüge von Partnerairlines, sofern die Ticketnummer mit 176 beginnt.



„Counter-Stream“

Taruk informiert die Vertriebspartner mit einem neuen digitalen Format über Neuheiten aus den Destinationen und dem eigenen Produktangebot. Startschuss für den „Counter-Stream“ ist am 8. Dezember um 12 Uhr. Themen sind das Hygiene- und Gesundheitskonzept des Veranstalters, die Reisemöglichkeiten ohne Quarantänepflicht in Länder wie Namibia oder Uganda, das erweiterte Europaprogramm und Unterstützungen für den Vertrieb.

[Anmeldungen hier](#)



Zuversicht

„Gerne hätten wir unsere DERPARTner persönlich getroffen, haben uns jedoch für eine virtuelle Veranstaltung entschieden. Ich denke aber, dass es uns auch auf diesem Weg gelingen ist, gemeinsam Kraft zu sammeln“, sagte DERPART Geschäftsführer Aquilin Schömig. Jede Menge positive Energie sammelten die Teilnehmer der diesjährigen Jahrestagung Anfang der Woche unter dem Motto „Stärken.Wegweisen. Motivieren.“. Die Geschäftsführung und alle Bereiche der DERPART Zentrale, sowie zeitweise Mark Tantz und Kevin Keogh von DER Touristik, hatten News und Updates im Gepäck.

TravelLeague in MyJack

Bislang war der Spezialist für Urlaub mit dem Auto in Amadeus und Neo verfügbar. Die flächendeckende Anbindung an die gängigen CRS soll demnächst weitergehen. Traffics ist bereits in der Testphase, danach ist der Anschluss an Sabre Merlin geplant. Seit der Gründung des Veranstalters Ende Februar ist der Agenturstamm auf 10.000 Kooperationsreisebüros gewachsen.

Geschäftsreisen nach Singapur wieder möglich

Geschäftsreisen sowie Besuche zu offiziellen Zwecken zwischen Deutschland und Singapur sind seit einer Woche ausschließlich über Nonstop-Verbindungen wieder möglich. Anträge für Reisen können online eingereicht werden. Um die Green Lane nutzen zu können, müssen Reisende nach Singapur einen „SafeTravel Pass“ vorlegen.

Korea-Webinar mit Johann Lafer

Am Mittwoch, den 9. Dezember, zwischen 12:30 und 13:30 Uhr, lädt die Koreanische Zentrale für Tourismus Reisebüros und Veranstalter zu einem Webinar über das Reiseland Südkorea ein. Highlight wird ein Koch-Tutorial mit Starkoch Johann Lafer, der die Teilnehmer in die kulinarische Welt Südkoreas einführt. Der Sternekoch wird seine Interpretationen der lokalen Spezialitäten live präsentieren. Um sich auf die nächste Asienreise einzustimmen, werden 100 koreanische „Goodie Bags“ für Zuhause verlost.



»Wir begrüßen es außerordentlich, dass immer mehr Reisebüros ihren Kunden Geld für Leistungen mit einem klaren Mehrwert berechnen.«

QTA-Sprecher Thomas Bösl zum Service-Entgelt

Ende des Schutzschirms

„Heute beginnt unserer Zukunft als gesundes Unternehmen“, freut sich CEO Ralf Teckentrup. Die an sich profitable Airline war durch die Pleite von Konzernmutter Thomas Cook in Turbulenzen geraten. Ein Kostensenkungs- und Effizienzprogramm hat dann die Weichen für das Verlassen des Schutzschirms gestellt. Dazu gehörten der Umzug in eine kostengünstigere Firmenzentrale und neue Tarifvereinbarungen mit den Gewerkschaften.



Auf zu neuen Zielen

Nicko Cruises hat den aktuellen See-reisen-Katalog für die Saison 2021/22 herausgebracht. Neben klassischen Zielen im Mittelmeer, im Baltikum und in West- und Nordeuropa steuert die World Voyager auf den Azoren, den Kapverden und in der Karibik neue Destinationen an. Insgesamt bereist nicko cruises in der Saison 2021/22 auf hoher See 31 Länder sowie 136 Städte und Orte in sechs Kreuzfahrtrevieren.

Neu im Portfolio sind die Azoren sowie Routen in der Karibik und Kuba. „Auf der kleinen portugiesischen Inselgruppe im Atlantik erwartet unsere Gäste ein wahres Naturparadies – ohne vorherigen Langstreckenflug,“ verspricht Geschäftsführer Guido Laukamp.

[Infos für Reisebüros](#)



Keine Umbuchungs-gebühr

Seit Ende August sind alle Tarife von Lufthansa, SWISS, Austrian Airlines, Brussels Airlines und Eurowings beliebig oft gebührenfrei umbuchbar. Nun wird das Tarifangebot bis zum 28. Februar 2021 verlängert, wenn die Umbuchung ebenfalls bis dahin erfolgt. Danach ist noch eine weitere gebührenfreie Umbuchung möglich.



Sonderreise nach Namibia

Abendsonne Afrika hat kurzfristig eine 15-tägige Kleingruppenreise nach Namibia aufgelegt. Ab dem 29. November geht es von Windhoek in die Namib Wüste, den Etosha Nationalpark und das Okonjima Wildschutzgebiet. Namibia ist derzeit kein Corona-Risikogebiet. [Weitere Infos hier](#)

Eco Trophea 2020

Die Gewinner werden bei der digitalen Jahrestagung am 8. Dezember ausgezeichnet: American Express Global Business Travel für die Integration nachhaltiger Kriterien in die Software Neo; die Plattform Rainmaker digital, die kleinen Akteuren technologische Lösungen zugänglich macht, und der Online-Shop Tutuka mit seinen nachhaltigen Produkten.

WEBINARE

In den 45-minütigen Schulungen von Olimar geht es um Madeira und die Azoren sowie um die Regionen Algarve, Alentejo, Lissabon, Nord- und Mittelportugal. Teilnehmer erhalten Tipps zu Hotels und Appartements sowie zu Sehenswürdigkeiten. Die Webinare finden zwischen dem 1. und 18. Dezember jeweils ab 11 Uhr und 13 Uhr statt.

PCR-Test für Griechenland

Die Einreise ist jetzt nur mit einem negativen PCR-Test eines anerkannten Labors aus dem Abreiseland möglich. Der Test darf nicht älter als 72 Stunden sein und muss eine Diagnose in englischer Sprache unter Nennung von Name, Adresse und Passnummer enthalten. Für Einreisen auf dem See-, Luft- und Landweg gilt eine Online-Anmeldepflicht.

Weihnachts- und Neujahrsflüge

ANA hat zu den Feiertagen einzelne Sonderflüge zwischen Düsseldorf und Tokio-Narita aufgelegt. Die Airline will den japanischen Angestellten der im Raum Düsseldorf ansässigen japanischen Unternehmen den Weihnachts- und Neujahrsbesuch bei ihren Angehörigen ermöglichen. Die Sonderflüge sind für den 19. und 23. Dezember von Düsseldorf nach Tokio verfügbar, die Rückflüge finden am 5. und 10. Januar statt.



ITALIEN - GRIECHENLAND

Durchgeführt von GRIMALDI EUROMED S.p.A

PIRÄUS - KRETA (Heraklion & Chania)

KYKLADENINSELN (Sommer Route)

Durchgeführt von MINOAN LINES S.A.

MINOAN LINES
BONUS CLUB bis zu **30%**

SHOW
YOUR CARD **20%**

FREUNDE
UND FAMILIEN **20%**



Besondere Hygienemaßnahmen.

Wir setzen alles daran, dass Sie sicher und unbesorgt reisen können!



www.minoan.gr

www.grimaldi-lines.com



Diamir startet Kampagne

Mit der neuen Kampagne „Vorfreude buchen“ will Diamir die Reiselust der Kunden wecken. Herzstück der Kampagne ist die Bewerbung von 45 Bestseller-Reisen, die Vorteile bieten, wie die kostenlose Stornierung bis 30 Tage vor Reiseantritt. Um die Liquidität der Reisebüros zu verbessern, erhalten die Agenturen die Hälfte der Provision direkt bei der Buchung. Reisebüros, die mitmachen wollen, können einen Diamir-Trailer in Facebook oder Instagram einbinden.

Erfolgreichen Neustart für Hapag-Lloyd Cruises

Als Folge der weltweiten Reiseeinschränkungen musste das Hamburger Unternehmen 139 Reisen absagen. Der kontrollierte Neustart unter dem umfassenden Präventions- und Sicherheitskonzept verlief dem Unternehmen zufolge erfolgreich mit 30 neu aufgelegten Reisen seit Ende Juli 2020, rund 4000 Gästen und eine Weiterempfehlungsrate von durchschnittlich 97 Prozent. Für 2021 wurden bereits neue Reisen veröffentlicht: Die EUROPA 2 steuert in den Wintermonaten die Kanarischen Inseln an, die HANSEATIC inspiration geht auf Abenteuerkurs mit Polarlicht-Reisen von Januar bis Mitte Februar erstmals zum winterlichen Norwegen.

FIT REISEN MIT KANAREN-ANGEBOT

Eine Ersparnis von rund 35 Prozent verspricht Fit Reisen im Fünf-Sterne-Hotel Seaside Palm Beach auf Gran Canaria. Der neue „Deal der Woche“ gilt für den Reisezeitraum zwischen 1. Dezember 2020 und 31. Oktober 2021.

VTOURS VERLOST KARIBIK-REISE

Hinter jedem Türchen teilt ein Mitarbeiter seine Urlaubserinnerungen und stellt eine Frage zur Destination. Auf den Hauptgewinner wartet eine Karibik-Reise mit drei Nächten im Hotel Dreams Curacao Resort & Spa und vier Nächten im Sunscape Curacao Resort & Spa. Dazu einen Fluggutschein in Höhe von 1.000 Euro.



Reiseperlen 2021

Auch in diesem Jahr gibt es die Reiseperlen von Forum Anders Reisen mit vielen Reiseideen, Geschichten und Spezialitäten. Das Magazin gewährt einen Blick hinter die Kulissen und stellt Mitglieder und Partner vor. Die Geschichten führen vom Norden Europas am Polarkreis ganz bis in den Süden ans Mittelmeer und berichten von Begegnungen mit Lamas, Walen und Elchen. [Zum Download](#)



Foto: ©Hyogo Tourism Bureau

FÜNF GUTE GRÜNDE FÜR EINE REISE NACH SETOUCHI DIE JAPANISCHE BINNENSEEREION

Verlassen Sie die ausgetretenen Pfade und entdecken Sie ein authentisches Japan sobald das Reisen nach Japan wieder möglich ist. Die Region Setouchi, die zwischen den Inseln Honshu und Shikoku gelegen ist, wartet auf Sie mit ihren 727 Inseln.

1 UNSCHÄTZBARES HISTORISCHES UND KULTURELLES ERBE

Tauchen Sie in die Geschichte Japans ein und besuchen Sie die absoluten Highlights unter den Sehenswürdigkeiten: die Burgen von Himeji und Matsuyama, die heilige Insel Miyajima mit dem berühmten Itsukushima-Schrein, die Rebenbrücke im Iya-Tal und das Hiroshima-Friedensdenkmal.



2 DIE WIEGE DER KUNST UND DES KUNSTHANDWERK

Ob Sie die Perfektion des traditionellen Kunsthandwerks bewundern oder auf den Inseln Naoshima und Teshima während der Triennale Werke zeitgenössischer Kunst bestaunen wollen - Setouchi lebt im Rhythmus der Kunst und hat allen etwas zu bieten.



3 GASTRONOMIE FÜR GOURMETS

Edles Kobe-Rindfleisch, Fugu-Fisch, der herzhafteste Pfannkuchen Okonomiyaki aus Hiroshima, Udon Nudeln von Kagawa oder Sake von Yamaguchi sind nur einige Highlights der Lokalgastronomie. Aber Setouchi bietet noch mehr Spezialitäten wie zum Beispiel eines der besten Olivenöle der Welt von der Insel Shodoshima.



4 ERHOLUNG

Setouchi bietet eine große Vielfalt von Aktivitäten und Erlebnissen: Radfahren, schöne Wanderwege, Kajak, Kreuzfahrten und Inselhopping, herrliche Strände und die traditionellen Onsen Thermalbäder.

5 EIN IDEALER STANDORT

Die sieben Präfekturen der Region Setouchi sind leicht von den Flughäfen von Tokio oder Osaka aus zu erreichen und bieten einzigartige Erlebnisse, um „ein anderes Japan“ zu entdecken fernab von Stress und Menschenmassen.

Neustart in Barbados

Wie sicher sind Fernreisen in Corona-Zeiten?

Rund 100 Reisebüromitarbeiter, -inhaber, Veranstalter und Medienvertreter machten Ende Oktober den Selbstversuch und reisten in die Karibik.

Text: Iris Quirin / **Fotos:** SANDALS RESORT; iStock

KARIBISCHER TRAUM: Barbados Westküste ist gesäumt von puderzarten, weißen, palmengesäumten Sandstränden am türkisfarbenen Meer.

Sandals Resorts und Barbados Tourism Marketing hatten Ende Oktober eingeladen, sich selbst ein Bild an Ort und Stelle und von Anfang an – also ab dem Corona-Test zu Hause über den Flug am Donnerstag in die Karibik bis zur Rückreise am Samstag nach Frankfurt – zu machen. Rund 100 Reise-Profis sind der Einfeldung gefolgt und haben ein langes Wochenende im luxuriösen Sandals Royal Barbados in St. Lawrence Gap verbracht.

Seit dem 24. September ist Barbados mit seiner sehr niedrigen Infektionsrate als sicheres Reiseziel ausgewiesen und ein traumhaftes Ziel für die sonnenhungrigen Deutschen. »Ziel war es, Reisebüros, Reiseveranstalter, Medienvertreter und Partner nach Barbados zu bringen und ihnen das Angebot der Insel und die Sicher-

heitskonzepte vor Ort zu präsentieren«, erklärt Dominik Riber, Managing Director Europe, Unique Vacations UK Ltd. »Das ist ein wichtiger Schritt, um Reisen in diesen unsicheren Zeiten transparent verkaufen zu können«, führt er aus und freut sich über das Ergebnis: »Uns ist es gelungen, Sicherheit zu vermitteln – und zwar als Branche, die zusammenhält!« Dabei sollten die Touristik-Pioniere aus Deutschland, Österreich und die Schweiz das gesamte Prozedere durchlaufen, wie es ihre Gäste dann später tun würden – wenn auch wahrscheinlich etwas reibungsloser. Denn aller Anfang ist schwer: So wurden alle gleich streng behandelt – Ausnahmen gab es selbst für Anita Nightingale nicht, Director Europe von Barbados Tourism Marketing. »Da mein Flug aus Belgi-

en, einem Hochrisikogebiet, kam, musste ich zwei Nächte in Quarantäne gehen«, sagt sie. »Und ich wollte zeigen, dass die Quarantäne in einem Hotel, insbesondere in einem All-Inclusive-Resort wie Sandals, einfach ist«. So war sie denn als Europachefin am nächsten Morgen bei der großen Begrüßung im königlichen Ballsaal nur virtuell – aber sehr fidel – zugeschaltet und konnte auch bei den nachfolgenden Ausflügen – Katamaran-Tour mit Schnorcheln, Rum-Verkostung oder Koch-Event – nicht teilnehmen. Für die anderen verging die Zeit mit vielen Eindrücken wie im Fluge. Nach dem Abschiedsdinner am Freitagabend erkundete die fröhliche Reiseschar am Samstagmorgen in Kleingruppen noch andere Hotels. Dann ging es bald wieder zum Flughafen. ➔



Europa meets Karibik:
Das Red Lane Spa-Konzept im Sandals Royal kombiniert das Beste aus europäischer Wellness-Tradition und karibischem Flair mit hochwertigen Wirkstoffen aus der Region. Auf Wunsch findet die Spa-Behandlung an der frischen Luft statt.

Fotos: Sandals Royal



BADEN UND MEHR: Der feine Sandstrand vor dem großen Infinity-Pool des Sandals Royal lädt zum Sonnenbaden, Schwimmen, Windsurfen und Volleyball spielen ein. Hochzeitspaare nutzen ihn gerne als Kulisse für ihre Zeremonie.

VOM BETT IN DEN POOL: Die romantischen Schlafzimmer der Love Nest Butler Suites sind beliebt bei Frisch- und Altverliebten. Sie haben einen direkten Zugang zum privaten Infinity-Pool mit Blick auf das türkisfarbene Meer der Karibik.



**SONNE, SEGEL, MEER:**

Mit einem Sprung gelangen Schnorchler vom Boot aus in die faszinierende Unterwasserwelt der Karibik.

Foto: iStock / Sandals Royal



MARKANTER DREIZACK: Der abgebrochene Schaft von Neptuns Dreizack auf der barbadischen Flagge symbolisiert die Unabhängigkeit der Insel von der britischen Kolonialherrschaft, die 1966 endete. Barbados ist der östlichste Teil der Kleinen Antillen und liegt nordöstlich von Venezuela in der Karibik.



SKYPOOL-SUITEN: Sie sind eine der 17 Zimmerkategorien des Sandals Royal Barbados und bieten auch mit privaten Infinity-Pools genügend Möglichkeit des Social Distancings. Sie bieten ein zusätzliches Wohnzimmer mit Esstisch, Schreibtisch und Sofa. Ein Butler steht den Gästen rund um die Uhr zur Verfügung.



TOP-MODEL UNTER WASSER! Beliebte sind die Fotomotive mit den berühmten Barbados-Meereschildkröten, die ungeniert zwischen den Schnorchlern umherschwimmen. Galten sie früher als Delikatesse, so besteht heute ein Verbot der Schildkrötenjagd, um die Population dieser bedrohten Art zu retten.



RELAXEN IN DER SONNE: Neben dem Infinitypool direkt am Maxwell Beach mit seiner langen Glasfront laden acht weitere Pools die Gäste zum Baden und Entspannen ein. Ein Teil der Liegen sind überdacht und schützen vor der Sonne. Butler (Männer und Frauen) sorgen hier im Sandals für Handtuch-Nachschub.





WAGEMUTIG: Für Dominik Riber, Managing Director Europe, Unique Vacations UK Ltd., war der FAM TRIP Barbados »ein wichtiger Schritt, um Reisen in diesen unsicheren Zeiten transparent verkaufen zu können«.

GROSSLEINWAND: Wegen Quarantäne war Anita Nightingale, Director Europe von Barbados Tourism Marketing, virtuell zum großen Empfang im Königlichen Ballsaal zugeschaltet.



Wie fanden die mitgereisten Counterprofis den Kurztrip? Wie kamen sie zurecht, was könnte verbessert werden? Hier einige Stimmen:

KATRIN RAITHEL,
Produktmanagerin Geoplan
Touristik, Berlin

»Das Hygienekonzept wird auf Barbados sehr ernst genommen. In den Hotels wird jeder Gast bei Ankunft (auch bei Rückkehr von Ausflügen) auf erhöhte Temperatur geprüft. Außerdem ist die Handdesinfektion in allen Restaurants und Geschäften Pflicht. Es stehen Spender bereit und es ist immer jemand am Eingang, der das überprüft. Insgesamt habe ich mich sehr sicher gefühlt.«

JESSICA EGGERT,
Reisebüro Bettina Eggert,
Osterode im Harz.

»Endlich mal wieder eine Reise in die Ferne! Ich habe mich sehr über den Restart auf der Fernstrecke gefreut. Leider war diese nach der dreistündigen Einreiseprozedur auf Barbados schon wieder ein wenig gedämpft. Zu chaotisch und zu willkürlich erschien mir das ganze Prozedere! Im Hotel fühlte ich mich in Bezug auf die Corona-Hygienevorschriften und Verhaltensregeln sicher und wohl, was wohl auch daran lag, dass nur sehr wenig Gäste vor Ort waren und man viele Bereiche und vor allem den Strand für sich alleine hatte. Insgesamt bleibt die Destination für mich aber ein eher fragwürdiges Ziel unter Coronabedingungen!«

MARIA LANGJAHN,
Langjahr-Reisen in Güglingen

»Sehr gut fand ich vor allem den Austausch mit den anderen Mitreisenden. Das Hygienekonzept vom Hotel war für mich passend und ich habe mich vor Ort jederzeit sicher gefühlt. Somit kam ich mit einem positiven Motivationsschub wieder ins Reisebüro, der allerdings gleich wieder einen Dämpfer durch die neuen Corona-Regeln bekam. Aber wir in der Touristik sind positive Menschen und werden uns weiterhin für das Reisen einsetzen, denn Reisen bildet und führt zu einem besseren kulturellen Verständnis für die Menschen und für unsere Welt. Auf Reisen lernt man sehr oft, dass man mit Toleranz, Offenheit und einer Portion Gelassenheit mehr erreicht, anstatt sich über Dinge zu ärgern, die man sowieso nicht ändern kann.« →

Unser Fazit:

Fernreisen – zumindest nach Barbados – sind sicher. Wenn auch sicher nicht so bequem wie vor Corona. Hier ist vor allem bei der Einreise noch Luft nach oben. Leider hat die Lufthansa bis Ende des Jahres ihre Direktflüge von Frankfurt nach Bridgetown gestrichen, so dass die Branche nur auf das neue Jahr hoffen kann. Dann geht es aber bestimmt ab auf die Insel!



Kaffee und Crêpes im Café de Paris (v.l.n.r.):
Katrín Raithel (Geoplan), Jessica Eggert (Reisebüro Bettina Eggert), Maria Langjahr (Langjahr-Reisen) und Iris Quirin (TRVL COUNTER).



SCHLEMMEN MIT AUSSICHT: Spitzenköche bereiten im »La Parisienne« köstliche Spezialitäten zu. Mit dem Sandals 5-Star Global Gourmet-Programm haben Gäste die freie Wahl. Für den Mindestabstand ist gesorgt.

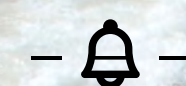
GRUPPENBILD: Bei der Besichtigung des Fairmont Royal Pavillon bat Geschäftsführer Jean-Christophe Martinez (hellblaues Hemd) zum Foto. Rechts daneben Reporterin Iris Quirin von TRVL COUNTER.



Foto: Fairmont Royal Pavillon

Reisen in der Pandemie

Wie war das nun mit Sicherheit und Abstand?



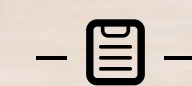
Vor der Abreise

Auslandskrankenversicherung abschließen, Corona-Test frühestens 72 Stunden vor Ankunft in Barbados machen (z.B. bei Centogene an verschiedenen Flughäfen), jedoch so einplanen, dass das Ergebnis mit Sicherheit vor der Abreise vorliegt. Bei Ankunft am Donnerstag sollte der Test am Montag oder Dienstag gemacht werden



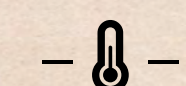
Im Flugzeug

An Bord herrscht Maskenpflicht, die Sitzplatzverteilung ist luftig, wenn der Flieger nicht voll ist. Vor Abflug werden eigens Desinfektionstücher für Hände, Lehnen und Bedienelemente am Bildschirm verteilt, die gesondert eingesammelt werden. Das Essen wird sauberlich abgepackt verteilt, vor den Toiletten stehen Desinfektionsstände für die Hände.



Das Boarding

Im gesamte Flughafen (Ausnahme Raucherkabinen) herrscht Maskenpflicht. Beim Boarding muss der negative Coronatest und das Einwanderungs- und Zollformular mit dem Reisepass vorgelegt werden. Das Boarding erfolgt geordnet nach Reihen – von vorne nach hinten. Auch hier wird streng auf Hygiene und Abstand geachtet.



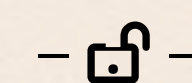
Bei der Einreise

Im Flughafen wird Fieber gemessen. Neben dem Reisepass und dem Einreiseformular wird gleich mehrmals die Vorlage des negativen Corona-Tests verlangt. Wer länger als drei Tage bleibt, erhält ein Formular, in das er täglich zweimal seine Temperatur eintragen soll und die Ergebnisse jeden Abend abfotografiert via WhatsApp übermitteln soll.



Im Hotel

Das Sandals hat eigens ein »Sandals' Platinum Protocols of Cleanliness« mit zahlreichen präventiven Hygienemaßnahmen entwickelt, das 18 Punkte umfasst und auch die Personalschulung beinhaltet. Beim Betreten des Hotels wird allen Gästen Fieber gemessen. In Räumen sind Masken zu tragen, das Personal trägt auch draußen Masken.



Zweiter Test

Ein zweiter Coronatest ist fünf Tage nach dem ersten Test in Deutschland Pflicht. Dies kann etwa im Hotel erfolgen (gegen Gebühr) oder in einer nahegelegenen staatlichen Stelle. Nach dem zweiten negativen Coronatest können die Touristen frei im Land herumreisen. Bei einem positive Befund bietet das Hotel seinen Gästen eigene Quarantänezimmer an. →

Interview

„Wir sind bereit für Gäste“

Herr Sobrino, wir sind die erste Gruppe, die Sie aus Deutschland empfangen. Wie funktionierte der Restart Ihrer Resorts?

Wir sind ja schon vor zwei Monaten gestartet und empfangen bereits Gäste aus den USA in großer Zahl und konnten bereits wertvolle Erfahrungen sammeln, wie unsere Hygienekonzepte greifen. Von der Ankunft am Flughafen sorgen wir mit kontaktlosen Verfahren, Desinfektionsspendern und Masken für die Sicherheit der Touristen. Bevor Sie unser Resort betreten – Sie haben es selbst erfahren – wird Ihnen Fieber gemessen. Sie werden an jedem Punkt aufgefordert, die Hygieneregeln zu beachten, wie die Hände zu desinfizieren, Abstand zu halten und Masken zu tragen. Desinfektionsspender befinden sich am Eingang jedes Shops, Restaurants, Cafés oder Bar und auch vor jedem Aufzug. Unser Personal desinfiziert minutiös jeden Touch-Point – von der Liege am Strand oder Pool bis zu den Hanteln im Fitness-Raum.

Das Personal trägt immer Masken. Ist dies auch im Freien Pflicht?

Die Regierung empfiehlt das Tragen von Masken auch draußen. Im Pool und am Strand macht das natürlich wenig Sinn für unsere Gäste.

Wie sorgen Sie für Social Distancing?

Unsere beiden Resorts – das Sandals Royal Barbados und das Sandals Bar-

Ende Oktober konnten Reisebüroleiter und -mitarbeiter sowie Medienvertreter selbst ein Bild vor Ort machen, wie Fernreisen in Zeiten von Corona funktioniert. General Manager **Ramel Sobrino** im Interview mit TRVL Counter-Reporterin Iris Quirin.



RAMEL SOBRINO,
General Manager
der beiden Sandals Resorts
in Barbados

bados – gehen ja sozusagen ineinander über und bieten sehr viel Platz, so dass sich die Gäste sehr gut aus dem Weg gehen und Abstand wahren können. Wir haben einen weitläufigen Strand, neun Pools, 18 Restaurants, Bar und Cafés. Etwa 70 Prozent der ganzen Anlage ist Garten. Da klappt der Abstand schon ganz automatisch.

Bei der Einreise nach Barbados ist ein negativer Corona-Test Pflicht,

zum Ende unbeschwert genießen. Übrigens dürfen unsere Gäste den Jacuzzi auch erst nach dem zweiten negativen Corona-Test nutzen.

Was passiert im Worst Case, wenn der Test positiv sein sollte?

Dann müssen sie sich sofort in Quarantäne begeben. Wir sind im Resort gut vorbereitet und haben extra dafür vorgesehene Zimmer, wo sie gut untergebracht werden.

Sind auch Individualreisen über die Insel möglich?

Ja schon, aber erst nach dem zweiten negativen Test.

Woher kommen die meisten Gäste?

Gemessen an der Zahl kommen sie aus den USA, dann natürlich aus England, Barbados war ja ehemalige britische Kolonie. Dann sind viele aus Kanada, Deutschland, Italien und Frankreich. Die Deutschen bleiben in der Regel 12 bis 21 Tage, wobei sie tatsächlich auch drei Monate lang ohne Visum bleiben könnten.

Danke für das Gespräch! 🍹

der nicht älter als 72 Stunden sein darf. Womit müssen Touristen rechnen, die sich länger als drei Tage auf der Insel aufhalten?

Sie müssen sich am vierten oder fünften Tag ihres Aufenthalts wieder testen lassen, entweder in einer staatlichen Einrichtung oder sie bestellen einen Arzt ins Hotel, das kostet dann natürlich etwas mehr. Innerhalb von 24 Stunden erhalten sie ihr Ergebnis und können ihren Urlaub dann bis

WICHTIGE LINKS:
www.sandals.de
www.visitbarbados.org
travelform.gov.bb

Angebote zum Beispiel über DER Tour und TUI.

schauinsland-reisen

Herr Kassner, die ganze Branche befindet sich nach wie vor in einer Schieflage. Wie ist die Lage aktuell bei schauinsland-reisen ?

Wir sind mit rund 40 Prozent Plus ins neue Jahr gestartet und waren damit stark aufgestellt. Wir beobachten die Entwicklung momentan intensiv. Ich glaube auch, dass schauinsland-reisen tendenziell gestärkt aus der Krise herausgehen wird, da wir schlank und dynamisch ausgerichtet sind.

Bei Ihnen gibt es also keine Kostensparprogramme oder Einschnitte?

Bei uns gibt es erst einmal keinerlei Einschnitte, Sparprogramme oder Personalreduzierungen. Wir möchten alle unsere 470 Mitarbeiter behalten, sie haben bei schauinsland-reisen einen sehr hohen Stellenwert. Klar, die eine oder andere Marketingaktion wird aus Kostengründen gestrichen. Und wir werden die Digitalisierung noch stärker in den Fokus rücken, aber insgesamt sind wir hervorragend aufgestellt. Wir werden auch nicht kurzfristige Entscheidungen treffen, die uns in der nachfolgenden Saison auf die Füße fallen. Wir sehen ja, wie wichtig es ist, dass die Mitarbeiter da sind, denn die Anforderungen, die wir heute im Unternehmen haben, sind enorm. Natürlich haben wir wie andere auch in Teilbereichen Kurzarbeit angemeldet, arbeiten aber in verschiedenen Unternehmensbereichen unter Volllast. Bei uns gibt es darüber keine Grundsatzdiskussion.

Das klingt erfreulich. Woran liegt es, dass Sie so anders reagieren können als andere?

Vielleicht unter anderem daran, weil wir im Vorfeld mit Bedacht investiert haben. Als Unternehmen sind wir organisch gewachsen, und als Familienbetrieb haben wir entschieden, unser eigenes Geld in die Firma zu investieren und dort zu belassen. Wir haben keine Shareholder, und

»Wir sind vom Worst-Case ausgegangen«

Es war kaum denkbar, dass ein ganzer Wirtschaftszweig so brutal in eine Schieflage geraten kann, sagt Gerald Kassner. Ein Gespräch über Hoffnungen und Erwartungen.

Text: Jean-Marc Göttert / **Fotos:** schauinsland-reisen



ERFOLGREICH IN DRITTER GENERATION: Mit über 1,64 Millionen Gästen (2018/19) hat Gerald Kassner das Familienunternehmen zu einem der größten konzernunabhängigen Veranstalter aufgebaut.

wir haben uns auch nicht auf allen Feldern betätigt, die sich angeboten haben. Damit haben wir jetzt in der Krise auch nicht so viele Baustellen.

Dann haben Sie ja offenbar vieles richtig gemacht. Dennoch: Was ist aber bei Ihnen anders als bei den Mitbewerbern, die jetzt zum Teil erhebliche Probleme haben?

Ich finde, dass manche sehr ehrgeizig unterwegs waren. Wir schreiben uns nicht auf die Fahne, dass wir alles können müssen. Manche Unternehmen können viel mehr als wir, aber wenn man alles können will, muss man auch andere Strukturen aufbauen, die Overheads werden größer, die Verantwortlichkeiten wachsen. Das wollten wir bewusst nicht. Studienreisen

zum Beispiel können andere viel besser als wir. Doch dazu muss man auch richtig viel investieren. Ob das richtig oder falsch ist, ist schwer zu beantworten. Unser Weg war jedenfalls immer sehr geradlinig, und wir hatten ein glückliches Händchen im Nachhinein betrachtet.

Einige Urlaubsregionen in der Türkei wurden seinerzeit von der Reisewarnung entbunden. Wie ist Ihre Meinung dazu?

Ich finde das gut und richtig, und es ist noch rechtzeitig gekommen. Ich glaube, man wollte zunächst Europa stärken. Dennoch finde ich die Entscheidung legitim. Es war an der Zeit, und wir sind glücklich darüber. Die Hygienekonzepte und Produkte vor Ort sind absolut richtig, so dass wir unsere Kunden mit gutem Gewissen hinschicken können.

Kann man das Beispiel Türkei auch als Vorbild für andere Länder nehmen wie Ägypten oder Namibia?

Man muss alles in den Zielgebieten genau verfolgen. Wichtig ist die Frage, wie sehen die konkreten Infektionszahlen in den zu öffnenden Urlaubsregionen aus? In der Ägäis glaube ich, dass die Zahlen völlig akzeptabel sind. Ich bin der Meinung, dass auch andere Destinationen folgen sollten. Das schulden wir ihnen schon allein der Fairness halber. Zum Beispiel könnte man bestimmte Regionen in Ägypten öffnen, angefangen mit Marsa Alam und Hurghada, schließt aber die Hauptstadt Kairo wegen der höheren Infektionszahlen aus. Die meisten Staaten haben gelernt, mit dem Virus und mit der Verantwortung gut umzugehen.

Trotz Krise herrscht bei Ihnen nach wie vor eine familiäre Kultur. Woher kommt das?

Man kann sicherlich sagen, dass viele Familienunternehmen ähnlich ticken. Natürlich gibt →

es auch Unterschiede, aber wir sind ein traditionelles Unternehmen und haben schon viele Krisen mit- und durchlebt. Mein Großvater hat das Unternehmen als Transportfirma 1918 gegründet, und ich hatte das Glück, vieles im Betrieb praktisch mitzubekommen, nachdem meine Eltern 1959 ein Reisebüro in Duisburg-Marxloh eröffnet hatten. Als Familienbetrieb entwickelt man eine besondere Verantwortung für die Mitarbeiter. Man muss außerdem langfristig planen und arbeitet mit dem eigenen Geld. Bei uns sind Teamentscheidungen unerlässlich, und es wird hier schon lange nicht mehr Top-down entschieden. Man muss den Mitarbeitern Raum geben und ihnen eigenverantwortliches Handeln erlauben. Ich werde übrigens häufig überstimmt, aber ich freue mich darüber, denn das Team kann vieles besser einschätzen als ich.

Wir haben jetzt über sechs Monate Krise hinter uns. Wenn Sie an die Anfänge zurückdenken, wie haben Sie diese Zeit erlebt?

Tendenziell waren wir gut darauf vorbereitet. Wir Touristiker sind durchaus krisenerprobt und beschäftigen uns schon länger mit Pandemien, wie etwa mit der Schweine- und Vogelgrippe, oder wir müssen auf Katastrophen wie Tsunamis und Vulkanausbrüchen reagieren. Aber keiner konnte sich wirklich vorstellen, dass eine ganze Branche so in die Knie geht. Es war einfach nicht denkbar, dass ein ganzer Wirtschaftszweig so brutal in eine Schieflage geraten kann, einfach durch ein winziges Virus, das sich über die Welt verbreitet.

Wie war es für Sie persönlich?

Für mich war es angesichts der guten Umsatzzahlen der letzten Jahre unglaublich schwer zu erkennen und zu akzeptieren, dass ein so gut laufender Veranstalter wie schauinsland-reisen in so kurzer Zeit heruntergefahren werden kann.



DIE SCHROFFE SCHÖNHEIT AUF TENERIFFA: Die Kanaren und Balearen zählen seit Jahren zu den Hauptreisezielen von schauinsland-reisen. Hier hat der Veranstalter im Sommer die Entwicklung der Corona-Zahlen genau verfolgt.

Es folgte die Verantwortung für die Investitionen und der Umgang mit den Kundengeldern. Wir mussten überlegen, wie die Liquidität beibehalten werden kann. Denn trotz großer Ersparnisse war das alles eine enorme Belastung. Mich hat das tief getroffen, und ich habe Zeit gebraucht, um wieder eine finale Zuversicht zu gewinnen. Ich habe Zeit gebraucht, um überhaupt die wirtschaftlichen Implikationen zu verstehen. Uns hat geholfen, dass wir verschiedene Szenarien durchgespielt haben. Im Worst Case sind wir davon ausgegangen, dass wir im Sommer keine Umsätze machen. Dabei kam heraus, dass wir selbst in einer so ausweglosen Situation überleben könnten. Die Ungewissheit ist allerdings bedrückend. Das betrifft glaube ich alle.

Wie haben Sie die Mitarbeiter in dieser Zeit motivieren können?

Schon zu Anfang gab es bei uns eine unglaubliche Eigenmotivation. Das ist vielleicht das Ergebnis einer gewachsenen Firmenkultur. Alles, was wir über Jahre und Jahrzehnte eingezahlt haben, haben die Mitarbeiter jetzt zurückgegeben. Wir haben eine offene Kommunikation gepflegt, über die Prozesse informiert, über unsere Finanzierung gesprochen und haben unsere Mitarbeiter in solchen Phasen immer mitgenommen.

Haben Sie eigentlich staatliche Fördergelder in Anspruch genommen?

Ja, KfW-Gelder haben wir beantragt und auch bekommen, um damit langfristig zusätzlich zum

Eigenkapital ein Polster zu schaffen. Wir wissen ja noch nicht, was kommt.

Bei den Auszahlungen der Kundengelder hat es bei einigen Veranstalter gehakt. Wie war das bei Ihnen?

Wir waren einer der ersten Veranstalter, die Kundengelder schon im März und April ausgezahlt haben. Das war für die Kunden extrem wichtig. Solange es um einfache Anzahlungen ging, zeigten viele Kunden Verständnis und haben oft Gutscheine akzeptiert. Glücklicherweise standen wir gut da, hatten ein Polster und konnten so die erste Tranche bedienen. Danach haben wir auch alle weiteren Zahlungen veranlasst. Auf so etwas kann keiner vorbereitet sein, und kein Unternehmer kann ausreichend Personal für solche Fälle vorhalten. Die Kunden haben zwar nicht alles just-in-time bekommen, aber die meisten hatten dafür Verständnis. Und schaut man heute auf manche Airlines, warten die Kunden immer noch auf ihr Geld.

Welche Lehren ziehen Sie aus der Krise?

Das Mantra »Größer, Weiter, Schneller und Billiger« wird man künftig in Frage stellen. Wir sehen im Airline-Bereich zum Beispiel, dass das Volumen über Jahre deutlich niedriger ausfallen wird. Und immer größere Kapazitäten in der Kreuzfahrtindustrie bedeutet nicht immer die beste Lösung. Da muss man schauen, wie sich die Kundenbedürfnisse in den nächsten Jahren entwickeln werden. Aber erst einmal gilt es, auf die Füße zu kommen und das Geschäft mit den Partnern hochzufahren.

Wir danken für das Gespräch! ⚡

Das Interview wurde im TRVL COUNTER Weekly Nr. 10 veröffentlicht.

PETRA HEDÖRFER wirbt im Ausland für Deutschland als touristisches Reiseziel. Deutschland erhält regelmässig Bestnoten von Besuchern und Gästen.



Interview

„Wir brauchen Reisekorridore“

Wann springt das Geschäft mit den Auslandstouristen wieder an? TRVL Counter sprach mit Petra Hedorfer, Vorstandsvorsitzende der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), über die Voraussetzungen für einen Neustart des Top-Reiseziels Deutschland.

Text: Jean-Marc Göttert

Wie dramatisch ist der Rückgang im Incoming Markt seit der Pandemie?

Nach den Zahlen der UNWTO ist der Tourismus weltweit um 70 Prozent eingebrochen, und das trifft natürlich auch auf Deutschland zu. Wir haben bis einschließlich September 60 Prozent weniger internationale Übernachtungen zu verzeichnen. Das ist natürlich ein massiver Einbruch. Konkret fehlen uns 50 Millionen Übernachtungen und rund 18 Milliarden Euro Umsatz durch das fehlende Incoming-Geschäft, und der zweite Lockdown trübt die Aussichten bis zum Ende des Jahres natürlich. Wir gehen davon aus, dass wir auch etwa 70 Prozent Einbruch bis Ende des Jahres haben werden.

Das sind Horrorzahlen. Wann könnte eine Besserung eintreten?

Aktuelle Studien und die Market Insights, die wir aus unseren Auslandsbüros bekommen, deuten an, dass es vermutlich mindestens bis 2023 dauert, bis wir wieder auf dem Niveau von 2019 sind. Das entspricht 90 Millionen Übernachtungen.

GUTE PROGNOSE:

Bis 2030 rechnet die DZT mit einer Zunahme der Übernachtungen auf 53,7 Mio. Das entspricht eine Steigerung von 80 Prozent.

Eine stattliche Zahl ...

Die vor allem damit zusammenhängt, dass das Reiseland Deutschland sich ein exzellentes Image erarbeitet hat und hält. Unter allen Reisezielen weltweit hat Deutschland seinen Platz über zwei Jahrzehnte unter den Top Ten behauptet. Unser klares Ziel ist, in der Championsleague zu bleiben und diesen Platz auch auszubauen. In Krisen

wird schließlich immer auch um Marktanteile gerungen. Ich glaube fest daran, dass die Stärke der Marke und die vielen Assets und die Vielfalt, die man in Deutschland hat, uns auch durch die Krise tragen werden.

Wie werden wir eigentlich wahrgenommen?

Wir haben im Ausland ein exzellentes Image. Belegt ist das unter anderem im Nation Brand Index, innerhalb dessen in 50 Ländern gemessen wird, wie andere uns wahrnehmen. Als Marke haben wir insgesamt den höchsten Scoring-Wert. Beim Image ist das Reiseland Deutschland in der Kategorie Tourismus zwar nicht „top top“, aber dennoch konstant unter den Top Ten. ➔

EUROPA bleibt mit großem Abstand die weltweit wichtigste Quellregion für das Deutschland-Incoming.



Dass Deutschland mit den Jahren immer stärker als Urlaubsreiseziel wahrgenommen wurde, lag unter anderem auch an den vielen international sichtbaren Ereignissen: Dem Mauerfall, der Fußballweltmeisterschaft, der Umwandlung von Industriegebieten in Kultur- und Freizeitregionen, um nur einige zu nennen.

Viele wollen also das Land entdecken. Wie ist die Aufteilung Business und Freizeit?

Von den Gästen, die Deutschland aus dem Ausland empfängt, sind derzeit rund ein Viertel Geschäftsreisende und der Rest Leisure-Gäste. Von unseren Touristen kommen übrigens Dreiviertel aus Europa. Dadurch, dass viele Reisende aktuell in in der Pandemie eher nahegelegene Ziele bevorzugen, befinden wir uns in einer starken Position.

Wird die Krise die bislang gewonnenen Erzungenschaften gefährden?

Natürlich blicken wir mit großer Sorge darauf, welche Auswirkungen die Pandemie auf die Infrastruktur haben wird. Die Attraktivität eines Reiselandes ist ja maßgeblich von einem reichhaltigen Angebot abhängig. Es stellt sich die Frage, ob durch Insolvenzen und Marktaustritte viel Angebot verloren gehen wird. Positiv zu bewerten ist, dass die Lust zu reisen trotz Corona ungebrochen ist. Unsere aktuellen Sentiment-Umfragen aus dem Oktober zeigen, dass 53 Prozent der Europäer in den nächsten sechs Monaten verreisen wollen. Unsere Befragungen sind sehr detailliert. Für uns sind nicht nur die Termine wichtig, sondern auch Angaben, wie sich die Gäste aktuell die Reiseinhalte vorstellen und welche Bedenken sie gegebenenfalls haben.

Wie wird Deutschland beim Thema Corona beurteilt?

Auslandsgäste geben Deutschland unter anderem Bestnoten, was das Krisenhandling und das Gesundheitsmanagement angeht. Bei der Befragung nach dem sichersten Reiseland in der Coronazeit hat Deutschland die höchsten Werte. Ich habe den Eindruck, dass die Welt weiterhin anerkennend auf unser Land schaut.

Wird sich etwas durch die Impfstoffe gravierend ändern?

Ein Hinweis, wie schnell das Geschäft auch wieder anspringen könnte, gibt die Reaktion an den Börsen, als der erste Impfhhersteller über die anstehende Zulassung informiert hat. Wenn der Impfstoff kommt, ist das nicht nur für die Psyche wichtig, sondern ein wichtiger Impuls, damit aus Planungen ein konkretes Handeln wird. Von der amerikanischen Reiseindustrie wissen wir zum Beispiel, dass Reisepläne bestehen. Also im nächsten Schritt brauchen wir konkrete Reisekorridore und ein klares Reglement. Quarantäne-Auflagen bremsen eine mögliche Erholung.

Es wird bereits darüber diskutiert, dass Personen mit Impfpass leichter reisen können. Wie wird das sein?

Korridore und Reisebubbles sind meiner Ansicht nach positiv zu bewerten und ein notwendiger Beginn. Und wahrscheinlich wird es auch so kommen, dass Inhaber eines Corona-Impfpasses leichter reisen können.

Was wird denn jetzt in den DZT-Büros gemacht in dieser Zeit, wo wir so wenig Incoming haben?

Danke für die Frage. Auch für Touristiker ist die Arbeit nicht weniger geworden. Bei der DZT haben wir uns zu Beginn der Krise sofort entschie-

den, dass der Kundendialog unbedingt aufrecht erhalten werden muss. Dabei ging es nicht nur um Brand Awareness und Visibility, sondern besonders auch um Empathie in dieser schwierigen Zeit. Unsere interaktiven Maßnahmen haben zu einem sehr hohen Engagement geführt. Aber die virtuelle Welt ist nur ein Teil: Wir stecken sehr viel Engagement in persönliche Gespräche, Workshops, Schulungen und Road Shows sowie in die Zusammenarbeit mit weltweit 8.000 Reiseveranstaltern. Unsere Geschäftspartner sind Key Account Manager, aber auch Kollegen am Point-of-Sale in den Reisebüros.

Geben Sie uns einen Tipp, was wir in Deutschland entdecken sollten?

Lassen Sie uns über Chemnitz sprechen – die neue Kulturhauptstadt. Ich finde die Stadt ist ein Paradebeispiel eines der Hidden Champions, die wir haben, und auf jeden Fall eine Reise wert. Ich glaube grundsätzlich, dass die neuen Bundesländer noch sehr viel Potenzial für einen stärkeren internationalen Tourismus haben. Und damit meine ich keinen Overtourismus, sondern einen qualitativen Kulturtourismus. Hierzulande gibt es so viele Perlen.

Wir danken fürs Gespräch! 🍷

INFOS ZUR PERSON:

Als Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) verantwortet Petra Hedorfer seit November 2003 das Marketing für das Reiseland Deutschland.

Nach dem Studium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften als Diplom-Kauffrau an der Universität Augsburg, ihrer Geburtsstadt, begann Petra Hedorfer ihre Karriere 1998 mit dem Wechsel zur DZT: Hier übernahm Petra Hedorfer die Position der Marketingleitung weltweit und wurde 2000 zum Marketingvorstand berufen.

Diese Vorstandsposition hatte Petra Hedorfer bis zu ihrer Wahl als Vorsitzende des Vorstandes im Jahr 2003 inne. [Zur Website](#)

Dominikanische Republik

Hier will ich hin!

Darf man jetzt in die Ferne reisen? Geht das überhaupt? Wir haben es probiert. Und ja: Man kann, und man darf!

Text und Fotos: Jean-Marc Göttert

Der Mann wusste, was Schönheit ist. Christoph Kolumbus hatte auf seinen ausgedehnten Seereisen viel gesehen, aber als er am 5. Dezember 1492 auf die Nordküste der heutigen Dominikanischen Republik traf, war er schwer begeistert. Die einsamen Traumstrände und der dichte Regenwald hatten es ihm so sehr angetan, dass er sich hier zwischen Atlantik und Karibik später

bestatten ließ. Hispaniola taufte er das schöne Eiland in den Großen Antillen.

Insel der Spanier

Noch heute gibt es die paradiesischen Landstriche, wie sie Kolumbus einst vorfand. Das Meer leuchtet in Blau, Türkis und Smaragdgrün. Bei aller Naturschönheit bietet die Insel auch viel Kulturhistorisches: Die



MINI-LEUCHTURM: Auf Bayhipe ist der gestreifte Leuchtturm mit dem Terrakotta-Dach zum Wahrzeichen am Playa Dominicus geworden. Unten befindet sich eine kleine Bar.

Hauptstadt Santo Domingo gilt als „Wiege Amerikas“. 1496 von Kolumbus gegründet, wurde sie zum Zentrum der Neuen Welt. Der Palast des Seefahrers, die Hafenfestung Fortaleza Ozama und nicht zuletzt die erste Kathedrale der neuen Welt Santa Maria la Menor ließen die Altstadt von Santo Domingo 1992 zum Unesco-Weltkulturerbe aufsteigen. Hier finden sich überall Spuren der spanischen Eroberer, die von hier aus ganz Mittelamerika für die Krone unterwarfen. In Zeiten der Pandemie ist jedoch ein Besuch in der quirligen Hauptstadt nicht zu empfehlen.

Seit dem Sommer herrscht in der Dominikanischen Republik ein Lockdown, der die europäischen, kana-

dischen und US-amerikanischen Besucher ausschloss. Nach wie vor gilt außerhalb der Hotelanlagen eine Ausgangssperre, die unter der Woche ab 22 Uhr und am Wochenende ab 20 Uhr in Kraft tritt. Keine einfache Sache für ein Land, das so dringend auf die Devisen angewiesen ist. „Der Tourismus ist verantwortlich für acht Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIP) und 67 Prozent der Exporte“, sagt Petra Cruz, Europadirektorin des Tourist Board der Dominikanischen Republik. 2019 nahm der Staat rund 7,6 Milliarden Dollar mit dem Tourismus ein. Das Geschäft ist jetzt aber praktisch zum Erliegen gekommen, sagt Cruz.

Covid-Hygiene-Protokolle

Jetzt hat das Land einen umfassenden Reaktivierungsplan gestartet, um den Tourismus verantwortungsvoll zu starten. Die strengen Hygieneprotokolle wurden von Bureau Veritas implementiert, eine international anerkannte Agentur mit Sitz in Deutschland. Dazu gehören die Maskenpflicht, Distanzregeln und strenge Hygienemaßnahmen am Flughafen und in den Hotelanlagen selbst. Das Ganze zieht sich über die gesamte Reisekette hinweg, von der Ankunft über den Transfer zum Hotel bis hin zu den Ausflügen. „Dazu gehört zum Beispiel auch eine Reiseversicherung für alle Hotelgäste“, erklärt Cruz. „Sie übernimmt die Notfallversorgung, die telefonische Beratung bei einem Verdacht auf eine Covid-19-Infektion und beinhaltet auch



EIN PAAR FUN FACTS

Staatsfläche: 48.730 km², so groß wie Niedersachsen; Bevölkerung 11,5 Mio.

Achtung: Die Dominikanische Republik ist nicht zu verwechseln mit der Insel Dominica, deren Staatsangehörige Dominicaner heißen. Sie sind da recht empfindlich.

Farbe der Flagge: Das Blau steht für die Freiheit, das Rot für das im Freiheitskampf vergossene Blut und das weiße Kreuz für den Glauben des Volkes. Im Zentrum des weißen Kreuzes befindet sich das Wappen der Dominikanischen Republik.



KARIBISCHE SONNENBLUMEN:
Die langen, schmalen Palmen neigen sich gerne der Sonne und dem Himmel entgegen. In der Gruppe wirken sie wie Skulpturen der Natur.



FARBENFROH:
Die Karnevalsfeierlichkeiten gehen auf die Zeit der spanischen Eroberung zurück. Der dominikanische Karneval wird im gesamten Monat Februar im ganzen Land gefeiert und endet am 27.2., dem Unabhängigkeitstag. Zur Zeit fallen die Feierlichkeiten aus.



EIN WEITES LAND: Mit dem Truck ging es hoch auf 300 Meter. Hier auf der Montana Redonda erwartet uns ein grandioser Ausblick auf den Atlantik. In der Ferne erkennt man das Naturreservat Laguna Redonda y Limon.



ES MUSS NICHT IMMER SONNE SEIN: Strand, Wasser und Wellen beeindrucken auch bei Wolkenhimmel, wie hier am Strand des Grand Palladium Resort Punta Cana.

PIONIERSFAMILIE: Treibende Kraft für den Tourismus des Landes ist Frank Rainieri, dessen Immobilienunternehmen Grupo Puntacana zahlreiche Anlagen entwickelt hat, unter anderem auch den Flughafen.



Flugumbuchungskosten sowie Hotelverlängerungskosten.“ Alle Hotels müssen diese gesetzlichen Auflagen erfüllen. „Wir halten uns an genaue Protokolle, die von der Regierung vorgegeben werden. Alle Mitarbeiter wurden geschult und wissen, was zu tun ist“, erklärt Antonio Parrado, General Manager der Grand Palladium Hotel & Resorts in Punta Cana. Die große Umstellung dürfte beim Service am Gast sein, unter anderem weil das Buffet abgeschafft wurde.

In Deutschland hatte die „Dom Rep“ lange den Ruf als Ballermann der Karibik, beliebt für seine preisgünstigen All-Inclusive-Anlagen. Das hat

sich gründlich geändert. In Punta Cana im Osten, wo inzwischen mehr als die Hälfte der Urlauber unterkommt, wird kaum mehr eine Anlage unter fünf Sternen eröffnet. Auch in den beliebten All-inclusive-Resorts gibt es Butler, VIP-Services sowie Suiten mit Whirlpool und Spa-Anlagen.

Pionier und Treiber der touristischen Entwicklung in der Gegend um Punta Cana ist Frank Rainieri, der mit seiner Grupo Puntacana Anlagen, Resorts, Immobilien und selbst den Flughafen in Punta Cana entworfen und gebaut hat. „Als wir angefangen haben, war das hier alles Dschungel“, sagt Rainieri. „Der Flughafen hatte vor 40 Jahren nur eine Landepiste aus Sand.“ Heute entspricht der Airport längst modernen Standards, Ferienflieger von Condor (ab dem 18. Dezember dreimal wöchentlich ab Frankfurt), Southwest und Edelweiss (seit Juli) nehmen wieder Kurs auf die Insel. „Die Condor-Flüge ab Mitte Dezember sind wichtig für uns“, sagt Cruz. „Ich bin überzeugt, dass viele Leute die fünf Tage Quarantäne auf sich nehmen werden, die bei Rückkehr gelten“, sagt sie.

Vorausgesetzt, sie werden dann Covid-19-negativ getestet. Tourismus-pionier Frank Rainieri gibt sich gelassen: „Die Touristen werden wieder kommen“, sagt er. „Die Menschen wollen immer Reisen.“

COVID-INFOS FÜR REISEBÜROS (ENGL):
<https://www.drtravelcenter.com/>
www.GoDominicanRepublic.com/de



FAM-Reise

Geht doch!

Die Dominikanische Republik unternimmt viel, um den Tourismus zu reaktivieren. Jetzt hat sie eine Gruppe Medienvertreter und Reisebüros vor Ort eingeladen, die alle Maßnahmen selbst begutachten soll.

Text und Fotos: Jean-Marc Göttert

Es dürfte schon ein harter Test sein, wenn man ausgerechnet deutsche, österreichische und schweizerische Journalisten/innen zu einer Live-Recherchereise ins Land bittet. Bekanntlich gibt es kaum ein Völkchen, das so kleinlich meckern kann, wie die Teutonen. Auf Einladung von Petra Cruz, Europadirektorin des Tourist Board der Dominikanischen Republik, sind wir Ende November nach Punta Cana aufgebro-

chen. Die Frage: Kann man eine Fernreise in Zeiten der Pandemie machen? Welche Schutzkonzepte bietet die Dominikanische Republik und wie werden diese praktisch umgesetzt und eingehalten? Die Antwort vorweg: Hier wird alles preußisch eingehalten, und man fühlt sich in den Anlagen und Resorts absolut sicher. Für alle waren die Maßnahmen sogar weitreichender als vieles, was wir von zu Hause kennen. ➔

BUNTE VÖGEL: André Urban, Marketing Manager bei der Reisebüro-Kooperation TSS, konnte gleich drei der einheimischen Papageien fürs Foto balancieren.

HEIDI: Hoch hinaus mit dem Schaukelstuhl schwingt sich Cornelia Brunschwiler. Die Zürcherin liebt die Berge und fühlt sich hier gleich ganz wohl. Es sieht übrigens spektakulärer aus als in Wirklichkeit.

HANDZAHM: Im Scape Park bei La Altagracia konnten wir eine Vielzahl der in Pflege gehaltenen Warane sehen. Die Tiere sind selten größer als ein Meter.

UNGLAUBLICH SCHÖN: In der „Cenote Hoyo Azul“ mitten im Urwald können wir uns im frischen und kühlen Süßwasserbecken erfrischen.

CHARMANTE DAME: Petra Cruz dürfte in der Touristik gut bekannt sein, sie vertritt die Interessen der Dominikanischen Republik seit viele Jahren in Europa und initiierte diese Spezialreise für Journalisten, Blogger und Touristiker.



INFLUENCER: Ebenfalls dabei, allerdings mit eigenen Programm, waren verschiedene Instagram-Influencer und Bloggerinnen. Postkartenmotive und schöne Clips gab es zuhauf.



DREIVIERTELTAKT: Der Merengue zählt zu den Kulturgütern der Dominikanischen Republik. Sein Ursprung wird mit Geschichten über Piraten in Zusammenhang gebracht. Viele Hotels begrüßen die Gäste mit einem farbenfrohen Auftritt der Tänzer.



LEERGEFEGT: Während der Pandemie sind immer weniger Touristen unterwegs. Angenehmer Nebeneffekt: Der Strand gehörte uns. Die Hotels dürfen derzeit ohnehin nur zu 50 Prozent ausgelastet werden.



WIR WURDEN GEMÄSTET: Nirgendwo war die Auswahl an gegrilltem Fisch, Langusten und Hummer so groß wie in der Dominikanischen Republik. Veganer und Vegetarier hatten es allerdings schwerer, etwas Passendes zu finden.



LADY IN BLUE: Sophia Rossmannith hatte die Reise in Deutschland im Auftrag organisiert. Hier genießt sie die Fahrt auf dem Katamaran.



GRUPPENBILD 1:

Die Gruppe genoss den herrlichen Blick auf den Atlantik und auf die Landschaft am FuÙe des Montaña Redonda. Probieren geht über Studieren.



GRUPPENBILD 2: Vom 21. bis zum 28. November lud das Tourist Board der Dominikanischen Republik zu einer Recherche-reise ein, um den Neustart des Tourismus selbst zu erleben.

Ein paar Eindrücke der mitgereisten Teilnehmer:

ADNAN EKEN, Marketingleiter schauinsland-reisen

„Ich fand die Reise in Sachen Hygieneregeln sehr gut umgesetzt. Nichts war wischi-waschi, alles wurde sehr ernst genommen. Es wurden stets alle Regeln eingehalten, in allen Hotels und Resorts gab es ausreichend Desinfektionsstation. Auch die Transferbusse waren bestens vorbereitet, die Koffer wurden immer desinfiziert. Insgesamt war ich über das Land sehr positiv überrascht. Ich fand die Natur und die Sehenswürdigkeiten beeindruckend, die Infrastruktur und der Flughafen sind sehr modern. Am meisten bleibt mir der Lebensmut und die Lebensfreude der Menschen in Erinnerung.“

ANDRÉ URBAN, Marketing-Manager bei der Reisebüro-Kooperation TSS

„Für mich ist es schön zu sehen, dass Fernreisen in dieser außergewöhnlichen Zeit unter Einhaltung der Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen gut funktionieren – die Dominikanische Republik ist dafür ein gutes Beispiel. Das Land ist bereit, Touristen in dieser neuen Normalität zu empfangen, da es das sehr detaillierte Hygienekonzept in allen Bereichen gewissenhaft umsetzt. Durch die kostenlose Covid-19-Versicherung schafft die Dominikanische Republik Vertrauen bei den Reisenden - und darauf kommt es momentan am meisten an.“

KATJA MENEGAZZI, Leiterin der Filiale Kuoni Reisen in Emmenbrücken

„Mein Eindruck war, dass die Mitarbeiter in jedem Hotel die Vorgaben ernst nehmen und umsetzen. Masken werden getragen, Hände und Gepäck oft desinfiziert und immer wieder wurde Fieber gemessen. Den anderen Gästen kann man sehr gut aus dem Weg gehen. Die Ansteckungsgefahr innerhalb der Resorts schätze ich als sehr gering ein. Das größte Risiko besteht beim Check-in, beim Gate und natürlich im Flieger. Das liegt dann aber an den Reisenden selbst.“



Unser Fazit:

Spoiler vorweg: Alle wollen auf jeden Fall wiederkommen, und alle waren begeistert, mit welcher Akribie alle Regeln umgesetzt wurden. Alle haben sich sicherer gefühlt als zu Hause! Überrascht waren die meisten Teilnehmer von dem Premiumangebot der Anlagen und Resorts sowie der großen Bandbreite der Hotels von Adults Only bis zu kinderfreundlich.

BEST GUIDES EVER: Prudencio Ferdinand (rechts, genannt Prudy) vom Tourismusministerium und Carlos Romero waren herzliche und gastfreundliche Begleiter der Gruppe. Danke für die Betreuung!



Hier greifen alle Hygienekonzepte

In der Dominikanischen Republik werden alle Maßnahmen über die ganze Reisekette hinweg eingehalten.



Bei der Einreise

Am Flughafen werden Urlauber nach dem Zufallsprinzip mit einem Atem-Schnelltest auf das Coronavirus geprüft. Dieser neuartige Atemtest wird seit dem 15. September angewendet und ist sehr schnell. Drei Mal in ein Plastikbehälter pusten, und vier Minuten später kommt das Ergebnis.



Empfang im Hotel

Die Hotelmitarbeiter sind besonders geschult worden und empfangen ihre Gäste stets mit Mund- und Nasenschutz. Überall stehen Desinfektionsbehälter, damit sich Urlauber gründlich desinfizieren können. Koffer und Handgepäck werden gesondert behandelt.



Beim Check-in

Ausreichend Abstand lautet das Gebot. Die Mitarbeiter selbst sind mit Plexiglasscheiben geschützt, bei jedem neuen Gast werden die Sitzplätze vorsichtshalber noch einmal gereinigt und desinfiziert. Viele Hotels und All-Inklusive-Anlagen arbeiten mit Armbändern, die einen kontaktlosen Chip integriert haben.



Kontaktloser Zugang

Der Zugang zum Zimmer erfolgt inzwischen immer mehr durch eine App im Smartphone oder auch den Chip im Armband. Auch bei der Essensbestellung wird vorab die Menükarte durch einen QR-Code aufgerufen. Papierkarten sind damit passé.



Temperaturmessung

An verschiedenen Stellen in der Anlage, selbst beim Zugang zum Beach, gibt es elektronisch gesteuerte Temperaturmessstationen. Innerhalb von Millisekunden wird die Gesichtstemperatur kontaktlos analysiert, Grün heißt alles gut. Desinfektionsspender sind zusätzlich aufgestellt.



Service und Bedienung

Eine große Herausforderung ist der Service, doch die Mitarbeiter durchlaufen Schulungen und müssen zwingend immer einen Mund- und Nasenschutz in der Anlage tragen. Teams von Inspektoren besuchen die Anlagen alle zehn Tage und überprüfen die Einhaltung der gemeinsamen Standards.



Am Empfang

Mitarbeiter an der Rezeption sind mit großen Plexiglasscheiben gut geschützt. Sie tragen stets Masken und halten Abstand. Der Transport der Koffer wird mit einer Concierge-Nummer organisiert, die Hotelgästen stehen in der Lobby bereit.



Versiegelte Zimmer

Laut Hygieneregeln werden alle Zimmer bei der Abreise gründlich desinfiziert. Das übernehmen Spezialfirmen, die anschließend die Zimmer auch versiegeln. Nach der Desinfektion kann selbst ein Hotelmitarbeiter dann nicht mehr rein. So ist höchster Schutz beim Zimmerwechsel garantiert. →

Es gibt umfangreiche Maßnahmen, die Hotels und Anlagen einhalten müssen. Wie stimmen Sie sich ab?

Wir Hotelmanager treffen uns regelmäßig. Neu-lich war ich in Santo Domingo, und wir geben uns größte Mühe, alle auf einer Linie zu sein. Es gibt die große Sorge: Wenn ein Hotel die Maßnahmen nicht richtig einhält, betrifft es so- fort alle Hotelanlagen. Wenn die Gäste zum Beispiel irgendwo große Partys feiern, ist das nicht nur ein Schaden für das einzelne Hotel, sondern für alle. Für uns ist es also eine große Verantwortung.

Die Regierung will natürlich einen guten Eindruck machen. Was ist die Botschaft, die rausgehen soll?

Die Regierung legt viel Wert auf den Tourismus- sektor, er ist auch der Hauptumsatzbringer des Landes. Wir wollen vermitteln, dass wir bereit für Gäste aus der ganzen Welt sind. Wir gehen verantwortlich mit den Regeln um und halten sie auch ein. Wir wollen, dass die Gäste Spaß haben, dass sie sich gut unterhalten, aber wir sollten nie vergessen, dass dies eine ernste Pan- demie ist.

Wie haben Sie das Personal vorbereitet?

In diesem Hotel haben wir rund 750 Mitarbei- ter, und alle wurden vorab getestet, bevor sie überhaupt hier anfangen. Danach führen wir stichprobenartige Tests durch. Das sind etwa 50 bis 60 Zufallstests pro Monat, um sicherzu- stellen, dass niemand infiziert ist. Wir haben auch sehr strenge Einlasskontrollen zur Hotel- anlage. Wir messen die Temperatur, und alle müssen sich die Hände desinfizieren. Für das Personal gelten das gleiche Prozedere und die gleichen Regeln wie für die Gäste, wobei es für das Housekeeping-Personal und für Mitarbeiter in der Küche noch strengere Auflagen gibt.



ABSTANDSGEBOT: Der Spanier Antonio Parrado (links) ist seit Jahresbeginn zum General Manager des Grand Palladium Hotel & Resorts in Punta Cana ernannt worden. Unterstützt wird er von Hoteldirektor José Luis Mejia.

Interview

„Wir sind bereit für Gäste aus aller Welt“

Antonia Parrado ist im Grand Palladium Hotel und Resort unter anderem für die Einhaltung der Covid-Regeln zuständig.

Text: Jean-Marc Göttert

Was passiert, wenn ein Infekt entdeckt wird?

Wir haben feste Protokolle und Abläufe, und wir sind auf den Notfall bestens vorbereitet. Sollte es einen Verdachtsfall geben, wird zuerst ein Arzt hinzugezogen. Der Gast muss im Zimmer bleiben und wird untersucht. Wenn er nicht schwer erkrankt ist und nicht ins Krankenhaus muss, wird er in speziellen Zimmern auf dem Gelände isoliert, die extra dafür eingerichtet sind. Das betrifft nicht nur die einzelne Person, sondern auch die ganze Familie, die mit ihr in Kontakt war. Alle Hotels in der Dominikanischen Republik haben übrigens die gleichen Regeln und Protokolle.

Was ist Ihr Eindruck so weit?

Insgesamt funktioniert alles sehr gut, darauf bin ich wirklich stolz. Der Assisted Service funktio- niert, es gibt hier und da noch einige Kleinig- keiten, die wir optimieren werden, aber wir ma- chen alles richtig. Wir müssen natürlich abwar- ten, wie es wird, wenn mehr Gäste kommen. Am schwierigsten war es, den Service in den Res- taurants umzusetzen. Ich hatte auch Sorge, dass die Mitarbeiter die Maske nicht durchgängig tragen wollten. Das war aber unbegründet, sie behalten sie immer auf.

Wie wurde das Personal vorab eingewiesen?

Bevor wir geöffnet haben, hatten wir unsere Mitarbeiter sechs Wochen lang speziell für die- se Situation trainiert. Das betrifft vor allem den Service, der sich grundlegend verändert hat. Die Koffer werden bei Ankunft desinfiziert, es gibt keine Buffets mehr, sondern die Kellner bringen das Essen an den Tisch. Was wir hauptsächlich erreichen wollten, ist, dass die Urlauber den Ein- druck haben, das Hotel und die Anlage sind so geblieben, wie sie waren und dass es für sie kei- nerlei Einschränkungen gibt. →

Hotels

Für jeden etwas

Einst wegen All-Inclusive verschrien, sind die Hotels auf Punta Cana inzwischen im Top-5-Sterne-Segment unterwegs. Für jeden Geschmack gibt es etwas, von der Großvilla bis zur Royal Suite.

Text: Jean-Marc Göttert

Um es vorweg zu nehmen, man kann keinen Tipp geben, welches Hotel oder welche Anlage passen würde. Die Vielfalt und Breite des Angebots ist jedenfalls in den letzten Jahren merklich gewachsen. Und eins ist auch auffällig: Gab es früher vielfach Kritik an den preisgünstigen All-Inclusive-Anlagen, ist dieser Trend vorbei. Jetzt entstehen immer mehr Luxusresorts mit Spa-Anwendungen und Fitnessangeboten, aber auch kleine Boutique-Hotels. Die Dominikanische Republik hat viel zu bieten, doch wer lieber in seiner Anlage bleiben will, wird hier ausreichend Zeitvertreib, guten Service und Gastronomie finden.

Selbst für Familien sind inzwischen sehr gute Angebote zu finden, wie etwa das Bahia Principe Fantasia. Die Anlage ist ausdrücklich auf Familienspaß ausgelegt und im Stil eines Walt-Disney-Dorfs aufgebaut. Auch Golfer kommen auf ihre Kosten: Einige der weltbesten Greens befinden sich direkt an der idyllischen karibischen Küste, da will man fast ewig weiterspielen. Ein kleine Auswahl des Angebots. →

ESSEN MIT MEERBLICK:
Im Restaurant an der Playa Minitas, das zur Großanlage Casa de Campo gehört, essen die Gäste mit direktem Blick auf Strand und Wellen.

ROYALE SUITE: Die TRS Turquesa-Anlage zählt zur Palladium Hotel Group. Die Zimmer bestechen mit nobler Eleganz und viel Platz in der Suite.



DOPPELANGEBOT: Das Familienhotel Hyatt Ziva Cap Cana sowie das Adults-Only Hyatt Zilara Cap Cana gehören zusammen und sind spiegelbildlich angeordnet. Die neue All-Inclusive-Anlage punktet mit einem hochmodernen Spa und Fitnessbereich sowie zahlreichen Restaurants.



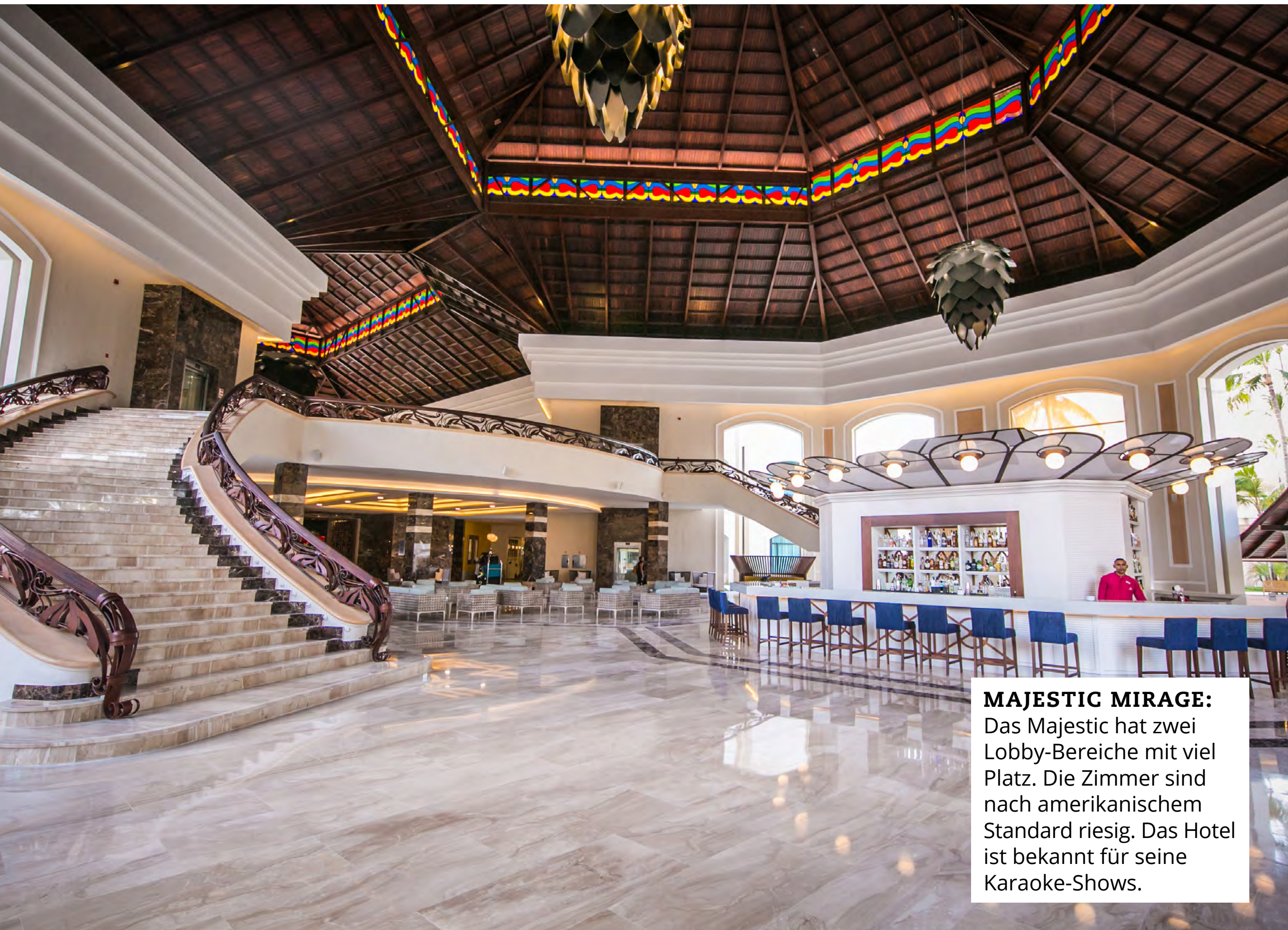
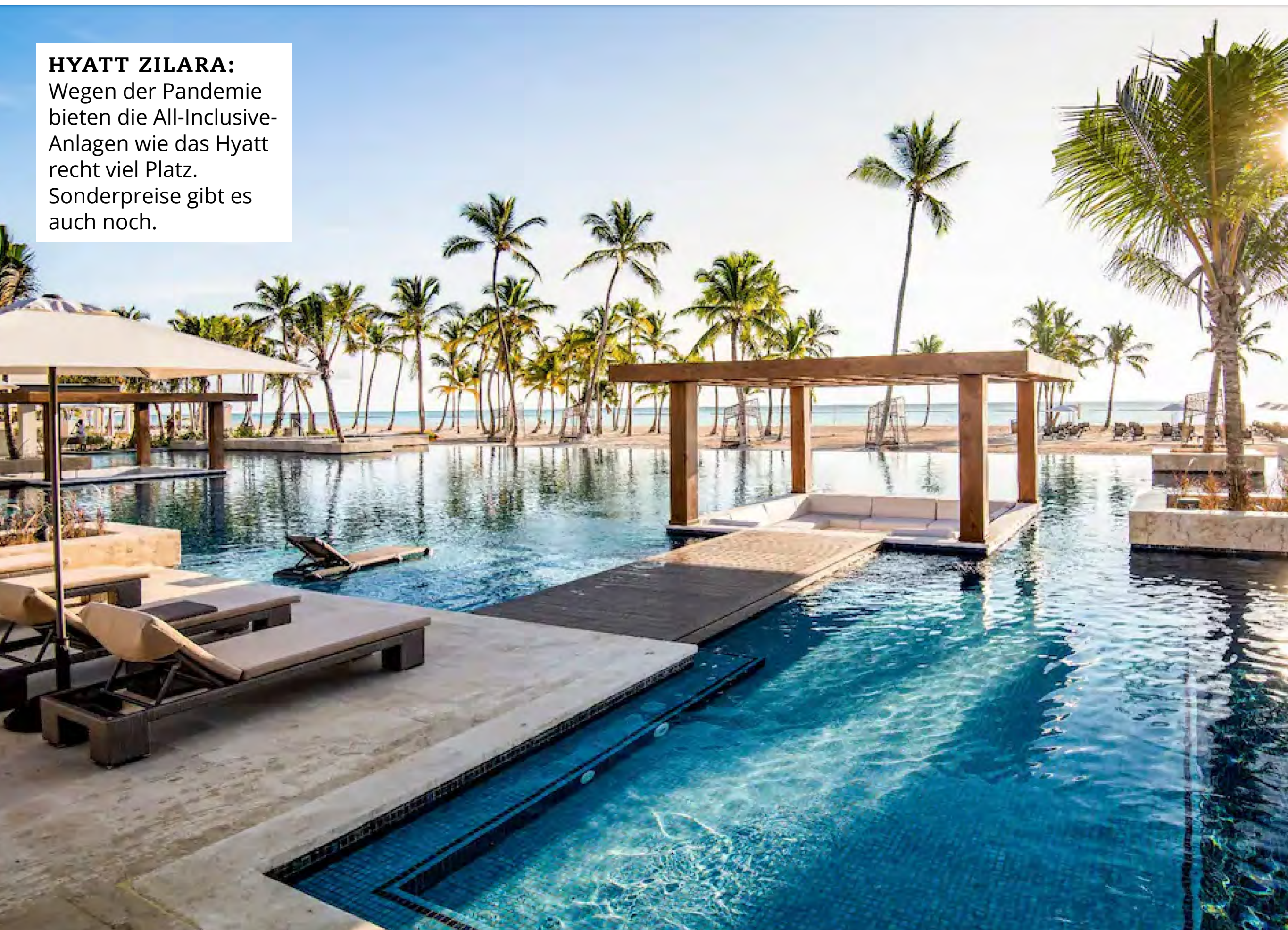
HART AM ABSCHLAG: Bei den Amerikanern längst bekannt, bei den Europäern noch ein Geheimtipp: Die besten Golfanlagen der Karibik befinden sich auf dem Areal Casa de Campo.



MIRAGE POOLS: Gäste, die mit Kindern im Erdgeschoss des Majestic wohnen, haben einen eigenen Poolzugang und üppige Bali-Betten.

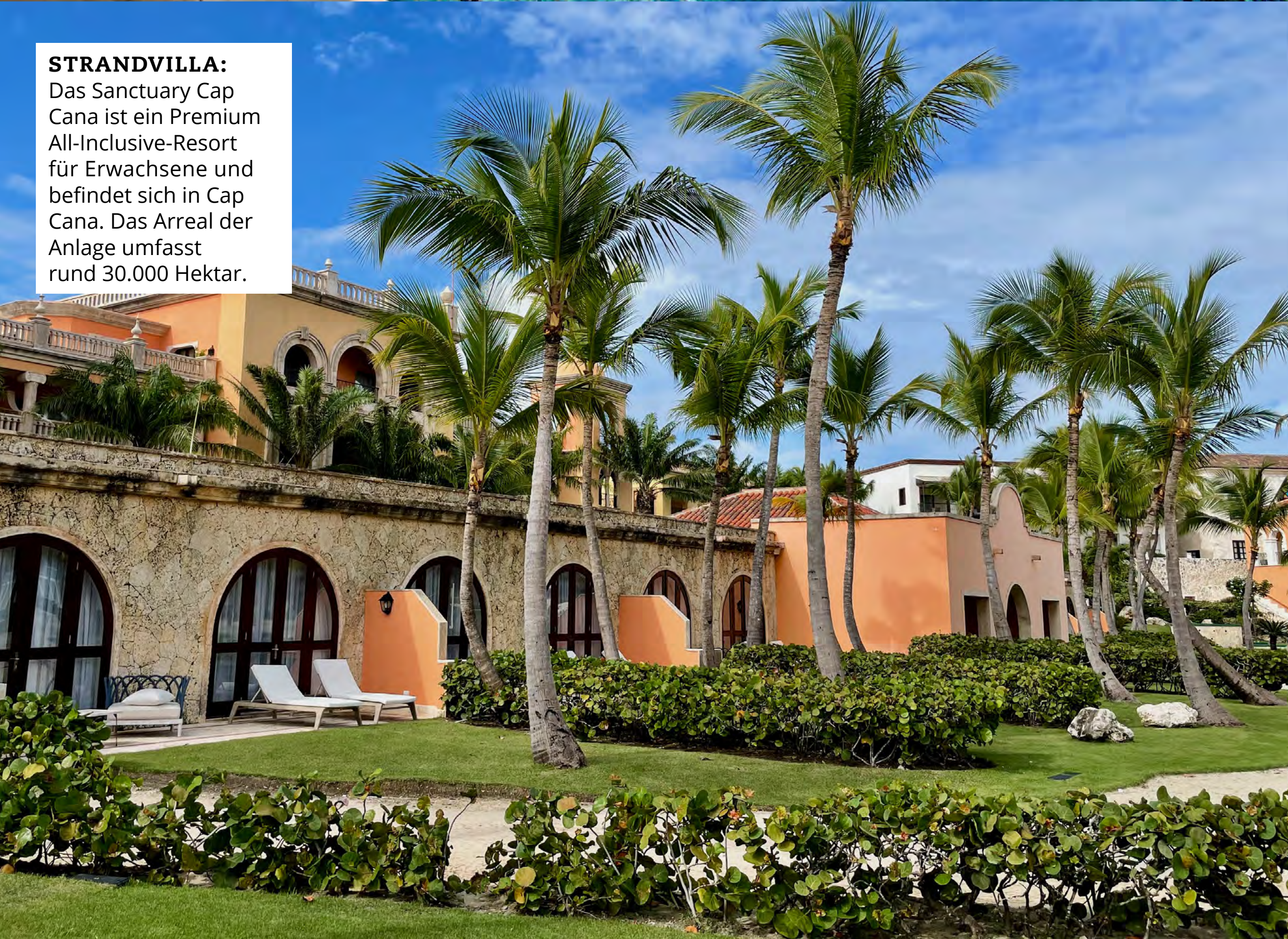


HYATT ZILARA:
Wegen der Pandemie bieten die All-Inclusive-Anlagen wie das Hyatt recht viel Platz. Sonderpreise gibt es auch noch.



MAJESTIC MIRAGE:
Das Majestic hat zwei Lobby-Bereiche mit viel Platz. Die Zimmer sind nach amerikanischem Standard riesig. Das Hotel ist bekannt für seine Karaoke-Shows.

STRANDVILLA:
Das Sanctuary Cap Cana ist ein Premium All-Inclusive-Resort für Erwachsene und befindet sich in Cap Cana. Das Arreal der Anlage umfasst rund 30.000 Hektar.

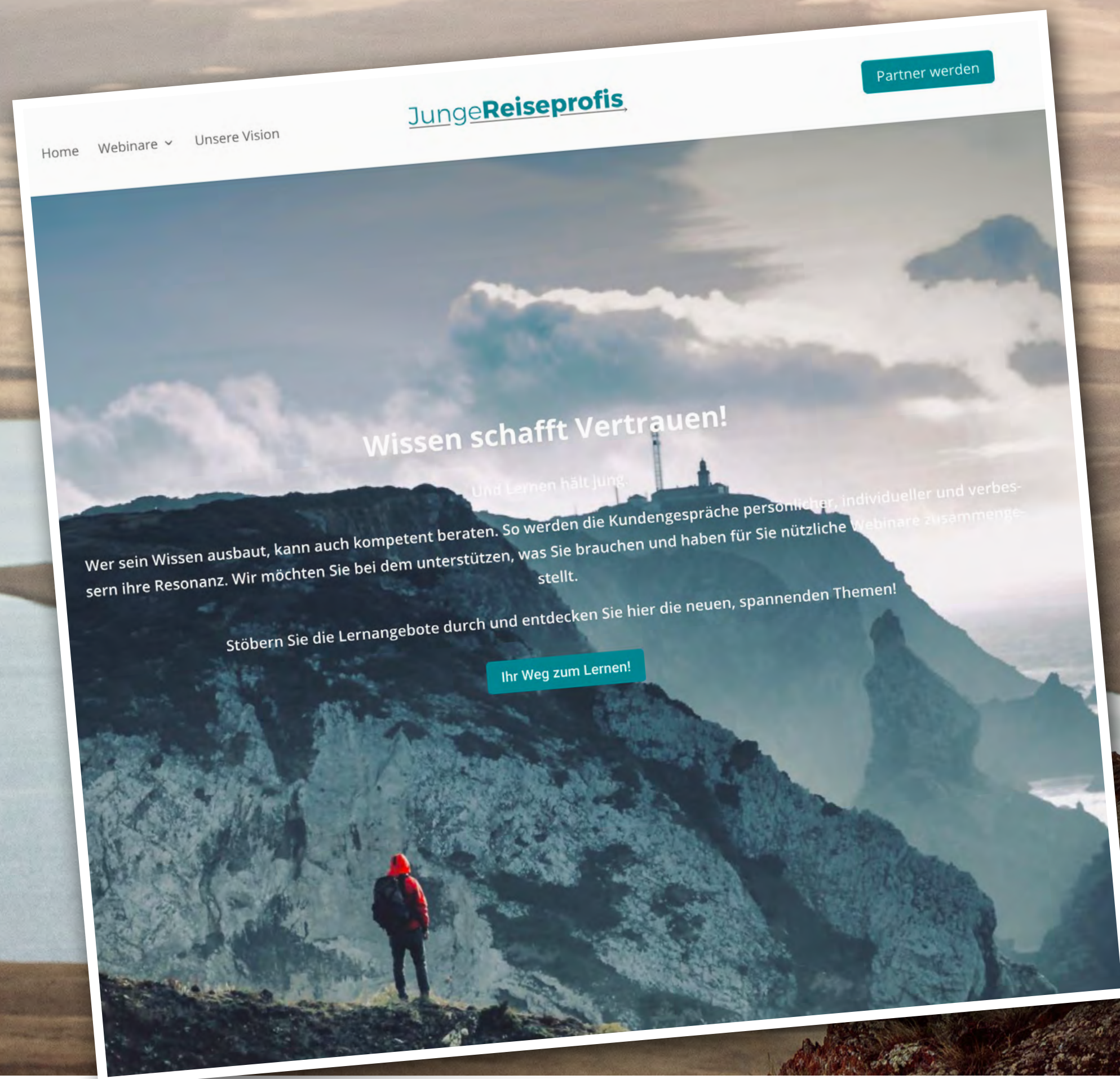


VILLA GEFÄLLIG? Im Luxus Resort Casa de Campo werden nicht nur Hotelzimmer vermietet, sondern ganze Villen. Wer hier Stars und Starlets aus Hollywood sehen will, hat gute Chancen. Nebenbei: Ein Yachthafen, Poloplätze und eine PGA-zertifizierte Golfanlage.

WISSEN SCHAFFT VERTRAUEN! UND LERNEN HÄLT JUNG.

Wer sein Wissen ausbaut, kann auch kompetent beraten.
So werden die Kundengespräche persönlicher, individueller
und verbessern ihre Resonanz.

Wir möchten Sie bei dem unterstützen, was
Sie brauchen, und haben für Sie NÜTZLICHE WEBINARE
zusammengestellt.



Ihr Weg zum Lernen!

Stöbern Sie die Lernangebote durch, und entdecken Sie hier die neuen, spannenden Themen:
<https://junge-reiseprofis.de>

JungeReiseprofis

Ende gut, alles gut!

Wie die Corona-Krise zum Frieden zwischen einer erfolgreichen Reiseunternehmerin und ihrer Tochter führte.

Text: Wibke Rissling-Erdbrügge



Die Geschäftsführerin von WRE Training für Touristiker in Berlin blickt auf 20 Jahre Erfahrung in der Touristik zurück.

Martina ist 63. Sie schließt früh um neun ihr Büro auf und seufzt. Normalerweise sitzen hier zehn Kollegen und planen und verkaufen Reisen. Sie schaut sich um. Alles ist blitzblank sauber, kein Staubkorn auf den Schreibtischen aber ohne Leben: Leere Arbeitsplätze, rundum Stille, eine verwaiste Kaffeeküche, Einsamkeit im sonst lebhaften Büro. Das Team ist in Kurzarbeit. Die Coronakrise hat Martinas Leben ordentlich durcheinandergewirbelt. Martina besitzt ein Reiseunternehmen. Mit Leidenschaft, Herzblut und Liebe zum Reisen und zu den Reiseländern hat sie sich →

über Jahrzehnte einen festen Kundenstamm und ein gutes Einkommen aufgebaut. Das Reisegeschäft war und ist ihre Lebenserfüllung.

Seit ein paar Jahren arbeitet auch ihre Tochter Christine in dem Unternehmen. Sie soll und will es übernehmen, aber immer wieder geraten Mutter und Tochter aneinander. Sie können sich weder über Strategien noch über Veränderung einig werden. Das Verhältnis wird belastet, Christine denkt 2019 daran, sich einen anderen Job zu suchen.

Vor ein paar Wochen aber macht Christine eine Beobachtung, die sie hoffen lässt. Sie spürt: Ihre Mutter hat begonnen, anders über die Firma zu denken. Der Prozess setzte ein, als der große Berg Arbeit mit Rückabwicklungen abgetragen war. Es war kaum noch etwas zu tun. Staatliche Hilfen be-

antragen, die Ablage abarbeiten, das Büro gründlich putzen, die Stammkunden nochmal anrufen, auch das war irgendwann erledigt.

Es folgte der echte Stopp des Hamster-rads. Für Christines Mutter Martina nach über dreißig Berufsjahren voller Tatendrang und Enthusiasmus war das ein Schock. Aber Martina wäre nicht Reiseunternehmerin, wenn ihr nichts einfallen würde. Nach einem frustrierten Wochenende auf dem Sofa überlegt sie, was noch in ihrem Leben wichtig ist, ja sogar was ihr gefehlt hat in all den Jahren. Ihre Liste wird schnell lang, Freunde treffen, in

der Natur sein, Sport machen, Bücher lesen, die Familie treffen ...

Und so macht sie sich auf, die Mängel aus ihrem intensiven Leben als Unternehmerin jetzt endlich zu beheben. Das fällt ihr nicht schwer. Der Waldspaziergang mit der besten Freundin, die Fahrradtouren ins Umland, das Bücherlesen auf dem Sofa und der Online-Kochkurs in ihrer Küche – auf einmal gibt es Zeit, all dies und noch mehr zu tun. Viele Türen öffneten sich. Und Martina überdenkt ihren Job: Was bedeutet meine Firma für mich? Ist es sinnvoll, dort noch länger eine so wichtige Rolle zu spielen? Diese Fragen beantwortete sie mit „Nein“, denn immer klarer wird: Sie möchte jetzt ein Leben nach der Berufstätigkeit und nach der Selbständigkeit aufbauen. Mit dieser Erkenntnis fällt es Martina plötzlich leicht nachzugeben. Sie lässt Christines Ambitionen, Ideen und Veränderungs-

wünschen Raum. Sie kann sich zurückziehen und Christine die Verantwortung für den Re-Start 2021 übergeben.

Christine fühlte sich gestärkt, sie spürt förmlich, wie die Verantwortung Schritt für Schritt auf sie übergeht, und es ist ein fantastisches Gefühl. Martina und Christine lassen sich von einem Rechtsanwalt beraten. Sie wollen 2021 die Übergabe des Unternehmens komplett über die Bühne bringen. Beide haben Lampenfieber, aber beide sind glücklich und zufrieden, dass für jede nun ein neuer, spannender Lebensabschnitt beginnt. Fast wollen sie der Corona-Krise danken, die sie wieder zusammengebracht hat. Und so ist Ende gut, alles gut! 🍷

WRE hat sein neues Herbstprogramm veröffentlicht.
[Alle weiteren Infos hier](#)



Das Foto des Jahres 2020

Der Fotograf Patrick Perkins blickte auf eine surreale Marslandschaft oberhalb von San Francisco. Im Norden des US-Bundesstaats brannten Weinberge, im Süden stand eine Flammenfront vor Los Angeles. Die Rauchschwaden erdrückten jedes Licht und nahmen den Menschen die Luft zum Atmen. Die Waldbrandsaison begann in diesem Jahr ungewöhnlich früh und fiel besonders heftig aus. Die kalifornische Feuerwehr zählte im August bereits mehr als 8000 Brände. War zu Beginn vor allem der Norden betroffen, breitete sich das Großfeuer auch im Süden aus. Fast 100.000 Menschen mussten ihre Häuser verlassen. Wissenschaftler machen den Klimawandel für die Entwicklung mitverantwortlich. Nach ihren Angaben nimmt durch die Erderwärmung die Trockenheit in der Vegetation deutlich zu, was wiederum eine rasche Ausbreitung der Flammen begünstigt.

Patrick Perkins @stay_in_touch1 unsplash 2020



Interview

„Exklusive Plattform für das B2B-Business“

Frühjahr wird die ITB als rein virtuelle Messe an den Start gehen. Das neue Konzept drückt sich auch im Namen aus.
Ein Gespräch mit ITB-Chef David Ruetz über die Zukunft der virtuellen Messen.

Text: Jean-Marc Göttert / Fotos: Messe Berlin



GUTES FEEDBACK:
Die Resonanz derjenigen, die die Plattform vorab gesehen haben, war überwältigend gut“, berichtet ITB-Chef David Ruetz.

Wie geht es Ihnen persönlich in diesem Ausnahmejahr?

Vielen Dank, es geht mir gut. Das Jahr begann ja sehr turbulent für uns alle. Etwas völlig Unbekanntes rollte damals auf uns zu und forderte uns heraus. Heute sind wir alle deutlich weiter mit unserem Wissen. Wir haben keinen Ausnahmezustand mehr, sondern eine neue Normalität, und das hilft vermutlich, besser mit der Situation umzugehen.

Wird Ihnen trotzdem etwas mulmig mit Blick auf 2021?

Nein, das würde ich so nicht sagen. Wir haben uns über die letzten Monate mit Konzepten stark gemacht und freuen uns auf die ITB 2021 – diesmal als rein virtuelle Veranstaltung. Neue Ideen und die angepasste Plattform werden unsere Aussteller auch dieses Jahr vernetzen.

Es gab ja schon ein Art Warmlaufen mit der Pop-up-Messe We love Travel. Wie war das Ergebnis?

Die Veranstaltung hat uns erste Erfahrungen im Umgang mit Großveranstaltungen zu Corona-Zeiten geliefert. Das Programm bot fachliche Vorträge und Diskussionen, sowohl digital als

auch live auf der Bühne. Die Veranstaltung war daher eine Art Indikator, ob und wie das Publikum solche Hybrid-Events in der Pandemiezeit annimmt. Das Event war ein wichtiger Schritt in die neue Normalität. Gerade weil die Branche in der Krise ist, ist ein Format dieser Art so wertvoll. Diskutiert wurden über die Veränderungen der globalen Reisenachfrage, Änderungen der Reiseströme und Kundenpräferenzen. Ein sehr spannendes Thema, das uns sicherlich auch auf der ITB Berlin beschäftigen wird.

Was haben Sie am meisten von diesem Format gelernt?

Dass die Wichtigkeit einer solchen Veranstaltung gerade zur aktuellen Krisenlage nicht unterschätzt werden darf. Die Veranstaltung wurde von unseren Fachbesuchern und Endkunden interessiert angenommen. Nach der langen Zeit des intensiven Lockdowns waren viele dankbar für die Möglichkeit der Vernetzung in Form einer hybriden Veranstaltung. Dies bestätigt auch, dass der Content und das digitale Matchmaking eine Ergänzung zum analogen

Messeformat bieten, dies aber nicht komplett ersetzt werden kann.

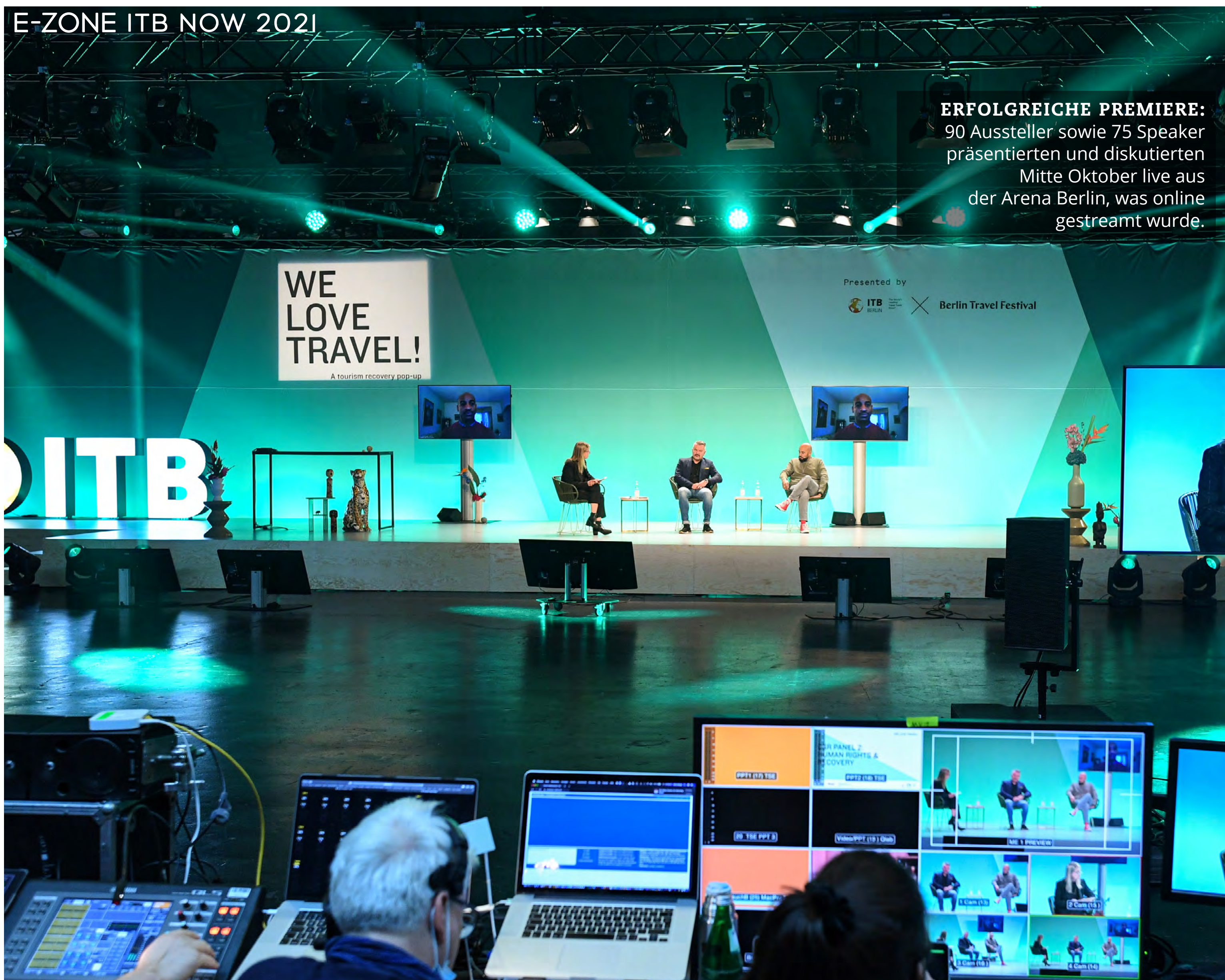
Bei virtuellen Messen gibt es einige Plattformen mit simulierten Hallen und Ständen, sogar Menschen als Avataren. Was halten Sie davon?

Es sind nützliche Instrumente, die es uns ermöglichen, die aktuellen Krisenzeiten der Pandemie zu überbrücken. Wir sind dankbar, dass es solche Möglichkeiten gibt, da sie uns ermöglichen, unseren Kunden weiterhin eine Plattform zum Austausch zu bieten. Und nicht nur eine reine Plattform, sondern zugleich ein Erlebnis! Der Trend zeigt, dass zunehmend Elemente aus Videospielen herangezogen werden, um insbesondere Messen und Großveranstaltungen zum Leben zu erwecken. Es ist wunderbar, was wir mithilfe von Technik ermöglichen können. Dennoch freuen wir uns, unsere Kunden hoffentlich bald wieder persönlich auf unserem Gelände begrüßen zu dürfen. Der menschliche Kontakt wird von der Technik nie ganz ersetzt werden können. ➔

ZUSATZ-INFOS:

Die ITB Berlin wird vom 9. bis 12. März 2021 als rein digitales Fachevent stattfinden.

Hier geht es zur neuen Plattform.



Wie hoch war der wirtschaftliche Schaden durch die Absage der ITB in 2020?

Der Verlust ist und war in der Tat immens – und so unglaublich vielschichtig, weil so viele Unternehmen an der gesamten Wertschöpfung beteiligt sind. Wir beziffern die Gesamtsumme für unser Unternehmen auf einen zweistelligen Millionenbetrag.

Wie ist die bisherige Nachfrage der Aussteller für das kommende Jahr?

Bereits knapp 40 Prozent der Aussteller hatten sich bereits Ende des Sommers für die physische ITB Berlin angemeldet. Inzwischen haben wir unsere Aussteller und Fachbesucher über die verfügbaren neuen digitalen Aussteller-Pakete und Buchungsmöglichkeiten informiert. Der offizielle Anmeldeschluss für die Teilnahme an der digitalen ITB Berlin

ZUSATZ- INFOS:

Sachsen wird 2021 als „Kulturdestination“ auf der ITB hervorgehoben und wird 2022 offiziell Gastland der ITB sein.

2021 als Aussteller mit Early-Bird-Tarif ist der 15. Januar 2021.

Welche Neuheiten wird es geben?

Vor allem die neue Plattform ITB Berlin NOW, eine exklusive Plattform für das B2B-Business mit erstklassigen Inhalten, intelligentem Netzwerken und Branchennachrichten. Wie schon bekannt publizieren wir über die „ITB Virtual Convention“ weiteres Expertenwissen. Wir haben einige Fach-Sessions mit hochkarätigen Interviewpartnern angeboten. Diese wurden gut angenommen. Aber wir freuen

uns jetzt schon über eine Premiere: unsere erste und neue Kulturdestination Sachsen! Der Freistaat wird sich nächstes Jahr als herausragendes Kultur- und Städtereiseziel präsentieren und auch spannende Einblicke in sein reiches Naturangebot gewähren. 

Sie wollen eine virtuelle ITB etablieren, auf einer Plattform, die fast alles erlaubt, wie im echten Leben. Wie sieht das genau aus?

Bereits vor Ausbruch der Pandemie im Frühjahr 2020 haben wir an der Entwicklung der globalen Plattform itb.com gearbeitet. Dieser globale hub ist bereits eine echte Erfolgsstory. Mitglieder der Reisebranche tauschen sich hier aus und vernetzen sich. Zudem halten wir wichtige Branchen-News für die Nutzer bereit und versorgen sie monatlich mit Exper-

tenwissen aus unserer Virtual-Convention-Reihe. Wir haben bereits einige Fach-Sessions mit hochkarätigen Interviewpartnern angeboten. Diese wurden überaus gut angenommen. Einige User bevorzugten es, die Sessions live zu verfolgen, andere streamen sie im Nachgang.

Sind große Live-Messen denn überhaupt noch zeitgemäß?

Zeitgemäß ist ein vielfältiger Begriff. Eines ist sicher: Den menschlichen Austausch, insbesondere im Messe-

geschäft, wird es auch weiterhin geben. Aktuell findet eher die Ergänzung des traditionellen Messelebens durch die digitale Komponente statt.

Mit welchen Teilnehmerzahlen rechnen Sie in 2021?

Wir sind mit itb.com/NOW an den Start gegangen – das Feedback ist überwältigend gut. Wir sind überzeugt, dass wir – wie auch zu Zeiten der physischen ITB – alle relevanten Player der Branche digital an Bord haben werden.



„Es ist jetzt an der Zeit, sich der neuen Realität zu stellen“, sagt Ruetz. „Wir sollten uns von dieser Pandemie – trotz allem Respekt davor – nicht unterkriegen lassen.“

The future of tourism

Es gelingt nur eine Momentaufnahme

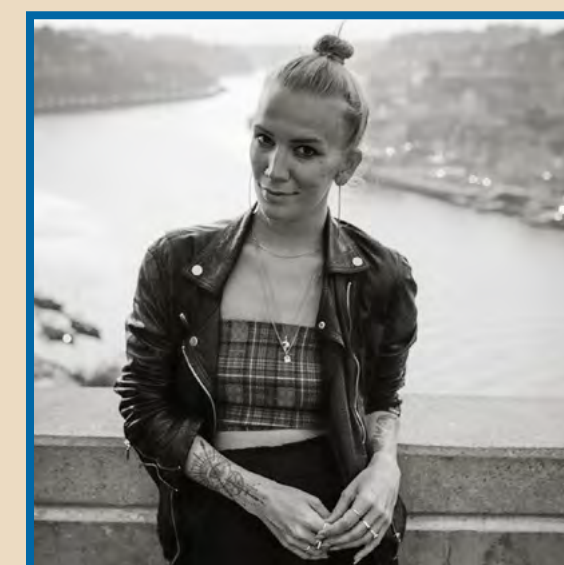
Wir wollen ehrlich zu einander sein. Wir wollen keine rosige Zukunftsbilder malen oder Hoffnungen schüren, die es nicht geben wird. Was bleibt, ist der Wunsch nach ehrlichen Worten.

Text: Maren Merken

The future of tourism. Ja, wie sieht die eigentlich aus? Das ist in dieser besonderen Zeit gar nicht so einfach vorherzusagen – das sollte nun auch der Letzte gemerkt haben. Im Journalismus oder beim Texten generell setzt man dem Empfänger, also euch Lesern, ja erstmal etwas vor. Ein Werk, eine Meinung. Und weil online heute auch Interaktion heißt, könnt ihr darauf reagieren – es findet also ein Austausch statt. Natürlich konnte man früher auch Leserbriefe schreiben.

Dennoch hat sich im medialen Bereich etwas entwickelt. Das Ganze ist von einem medialen Monolog zu einem sozio-medialen Dialog geworden – am extremsten natürlich

im Kosmos Social Media, wo User Generated Content das Stichwort ist: Also Inhalte generiert werden von denen, die ursprünglich Empfänger, also Leser waren. Wir hätten euch also hier jetzt ein perfektes Stück „The future of tourism“ hinsetzen können, und ihr hättet das konsumiert, eine Meinung gehabt. Vielleicht auch per Kommentar oder Share auf den sozialen Medien reagiert. Wir bei Tourismus Turn haben aber einen Grundsatz – und der ist: Wir sprechen, wenn wir etwas zu sagen haben. Ein bisschen sprachlos sind wir aber wohl gerade alle. →



TOURISM-TURN

Maren Merken ist Kommunikationsexpertin und Journalistin, berät und arbeitet unter anderem im Bereich Content Creation & Social Media.

Marvin Schoenberg ist Kommunikationsdesigner und Content Creator und hat die Turn Method als Grundlage für das Beratungskollektiv Tourismus Turn entwickelt. Gemeinsam leiten sie das Agenturkonstrukt [MerkenSchoenberg in Berlin.](#)

Das hier sieht also jetzt etwas anders aus, als der reguläre Artikel in einer Onlinepublikation. Aber von Anfang an ...

»Keiner weiß wirklich, wie es weitergeht«

Wir saßen vor der Erarbeitung dieses Beitrags in der Tourismus Turn-Redaktion und haben überlegt, was ein passendes Thema sein könnte, über das wir schreiben können. Wir möchten euch einen Mehrwert bieten, beraten und konzeptionelle Ansätze liefern. Das stellt sich aber

gerade gar nicht so einfach dar, denn aktuell ist zwar genau die richtige Zeit (und wir meinen damit wirkliche GENAU die richtige Zeit), um umzudenken, neu zu strukturieren und an neuen Ideen und Konzepten zu arbeiten, aber machen wir uns nichts vor: Es fehlt gerade in der Touristik in dieser besonderen Zeit an allen Ecken und Enden an den Mitteln, um diese wichtigen Schritte eben gehen zu können.

Das Jahr 2020 hat mit Covid-19 der Reisebranche einen Strich durch so ziemlich jede Rechnung gemacht.

Visionen auf Eis gelegt. Existenzen zerstört. Den natürlichen Fortgang eines ganzen Segments nachhaltig gestört. Und wie wir uns in Deutschland gerade so im Lockdown-light befinden – und wenn man sich anderen Nationen anschaut, dann scheint uns der Begriff Lockdown fast ironisch – versteht langsam auch der Letzte, dass der Tag X nicht so schnell kommen wird. Der, an dem Reisen uneingeschränkt möglich sein wird, so wie wir es gewohnt sind. Die Reaktionen könnten unterschiedlicher nicht sein – in der gesamten Bundesrepublik und in jeder Branche. Aber

gerade in der Touristik spalten sich die Lager. Ein Fakt, den wir von Tourismus Turn mit Argwohn betrachten. Deswegen ist dieser Artikel vor allem eine Momentaufnahme. Die Ängste ernst nimmt, aber auch ganz klar sagt, was gar nicht geht. Und es gibt Dinge, die gehen nun mal gar nicht – auch nicht, wenn eine Pandemie herrscht.

»Es kommt keine Zeit nach der Pandemie«

Viele Mitarbeiter und Geschäftsinhaber haben sich in ihrem Schneckenhaus verkrochen, stagnieren und warten auf die Zeit nach Corona. Andere demonstrieren, bäumen sich auf und werden laut. Wieder andere liegen am Strand von Barbados und entfliehen der Situation an der Strandbar. Kleiner Spaß in diesen dunklen Zeiten, aber es sind doch auffällig viele Kollegen gerade im Ausland unterwegs: Vielleicht um zu zeigen, Reisen, das geht doch. Guckt her, es ist eigentlich ganz einfach. Und natürlich wissen auch wir, dass viele Infektionsketten ihren Ursprung nicht in Reisen oder einem Urlaub haben. Genauso wenig wie Restaurants schuld an den immer wieder aufflammenden Zahlen der Infektionen mit Covid-19 sind.

Schuld ist nur ein Faktor: Der Mensch und sein Verhalten. Wir als Wirtschaftsmacht der ersten Welt sind es nicht gewohnt, dass man uns Vorschriften macht: Nicht beim Einkaufen, beim Essen gehen, in unserer

Freizeit und schon gar nicht dabei, in den Urlaub zu fahren. Es ist besorgniserregend, wie viele Reisebüroinhaber und -mitarbeiter plötzlich munter an der Seite von Reichsbürgern und Rechtsradikalen marschieren. Unter dem Deckmantel des Protestes für die Freiheit.

Lest den Satz noch zwei Mal: Jetzt sollte gleich jedem klar sein, was da nicht stimmen kann. Diskriminierung und Freiheit sind sich nämlich spinnefeind. Ängste sind berechtigt, Zukunftsängste sowieso. Scheuklappen und sich mit den Falschen solidarisieren aber auf gar keinen Fall. Gerade die Touristik scheint anfällig für Ammenmärchen, wie die vollständige Kontrolle aller Einwohner durch die Regierung. Wenn die einzige Bevormundung darin besteht, eine Maske tragen zu müssen, und man das als Freiheitsberaubung empfindet, dann hat man sein Privileg wohl noch nicht begriffen. Es ist doch wahrlich das kleinste Opfer, mit einem Stück Stoff vor dem Mund herumzulaufen, um sich und seine Mitmenschen zu schützen.

»Die Spaltung nimmt allerorten zu «

Plötzlich spaltet sich die Branche in Impfbefürworter versus Impfgegner, verantwortungsvolle Bürger, die versuchen die Pandemie einzudämmen, versus Ignoranten auf Anti-Corona-Demonstrationen, die mit ihrem Verhalten Menschenleben riskieren, Kämpfer versus →



Aufgebende – und alle vergessen: Wir sitzen mit dieser Situation doch alle im selben Boot (nur mit den Rassisten und Rechtsradikalen sitzen wir weit von entfernt – und das solltet ihr alle).

»Was wird danach auf uns zukommen?«

Die Touristik sollte ihre Energie gerade eher sparen, als sie in oben genannte Themen zu stecken. Denn auf uns kommt etwas zu, auch wenn wir das aktuell kaum benennen können. Eine Herausforderung, die es vermutlich noch nie gegeben hat.

Denn Fakt ist: Das Reisen hat und wird sich verändern, auch wenn die Folgen der Pandemie hoffentlich in näherer Zukunft langsam eingedämmt werden können. Die Einstellung zum Reisen hat sich geändert und unser Bewusstsein des Privilegs, eben immer Reisen zu können, wann und wohin man möchte. Menschen und damit potenzielle Kunden hinterfragen ihr Verhalten – aber eben auch ihre Möglichkeiten und werden darüber neue Bedürfnisse entwickeln.

»Wir denken vom Kunden her«

Was in 2020 das innerdeutsche Reisen war, wird in 2021 vielleicht eine nachhaltigere Form der Auslandsreisen oder seltenere, aber dafür bewusster gewählte Reisen in anderen Preissegmenten. Wir denken custo-

mer centered, wir denken im digitalen Zeitgeist, ihr seid unsere potenziellen Kunden, daher stellt sich die Frage: Was tun? Was kommunizieren wir? In unserem daily Business sind wir stets auf der Suche nach Lösungen und kreativen Ansätzen, die euch weiterbringen, die eine alt eingesessene Branche Schritt für Schritt nach vorne bringen, neue Kundengruppen erschließen lassen und sich für zukünftige Aufgaben und ein Reisegeschäft nach – oder eben mit – Corona rüsten.

»An der Digitalisierung kommt keiner vorbei«

Eins ist klar: Am Thema Digitalisierung kommt niemand vorbei – das hat gerade die Corona-Krise eindrücklich gezeigt: Bin ich nicht online, bin ich nicht greifbar, wenn Krisen wie diese den persönlichen Kontakt verbieten. Wer aktuell die Mittel vermisst, um sich in dem Bereich breiter aufzustellen, sollte seine Energie und die Zeit nutzen, zumindest gedanklich schon mal Konzepte zu entwickeln: Wo will ich hin und was möchte ich? Und wie kann ich genau das erreichen? Was möchte mein Kunde?

Wer verspricht, die Zukunft sieht so oder so aus, blufft unserer Meinung nach. Natürlich gibt es Visionen, Hochrechnungen, Statistiken, Wünsche. Wie genau die Reisewelt mit oder nach Corona aussieht, kann niemand vorhersagen. Was wir tun können, ist die Zukunft mitgestalten – und

eben nicht alle Faktoren dem Zufallsprinzip überlassen. Das heißt aber vor allem, seine Energie in gedankliche Konstrukte zu stecken – anstatt zu jammern oder gegen Coronamaßnahmen zu protestieren.

Der nahende Impfstoff gibt vielen Hoffnungen – aber auch da scheiden sich die Geister. Erst kürzlich haben wir in einer dieser Reisebranchengruppen bei Facebook wieder gelesen, wie die Diskussion entflammt ist, weil einige Airlines in Aussicht stellen, nur geimpfte Passagiere an Bord zu lassen. Anstatt das als Chance zu sehen, abgesichert Reisen verkaufen zu können, jammern die Impfgegner etwas von Zwang und der fehlenden

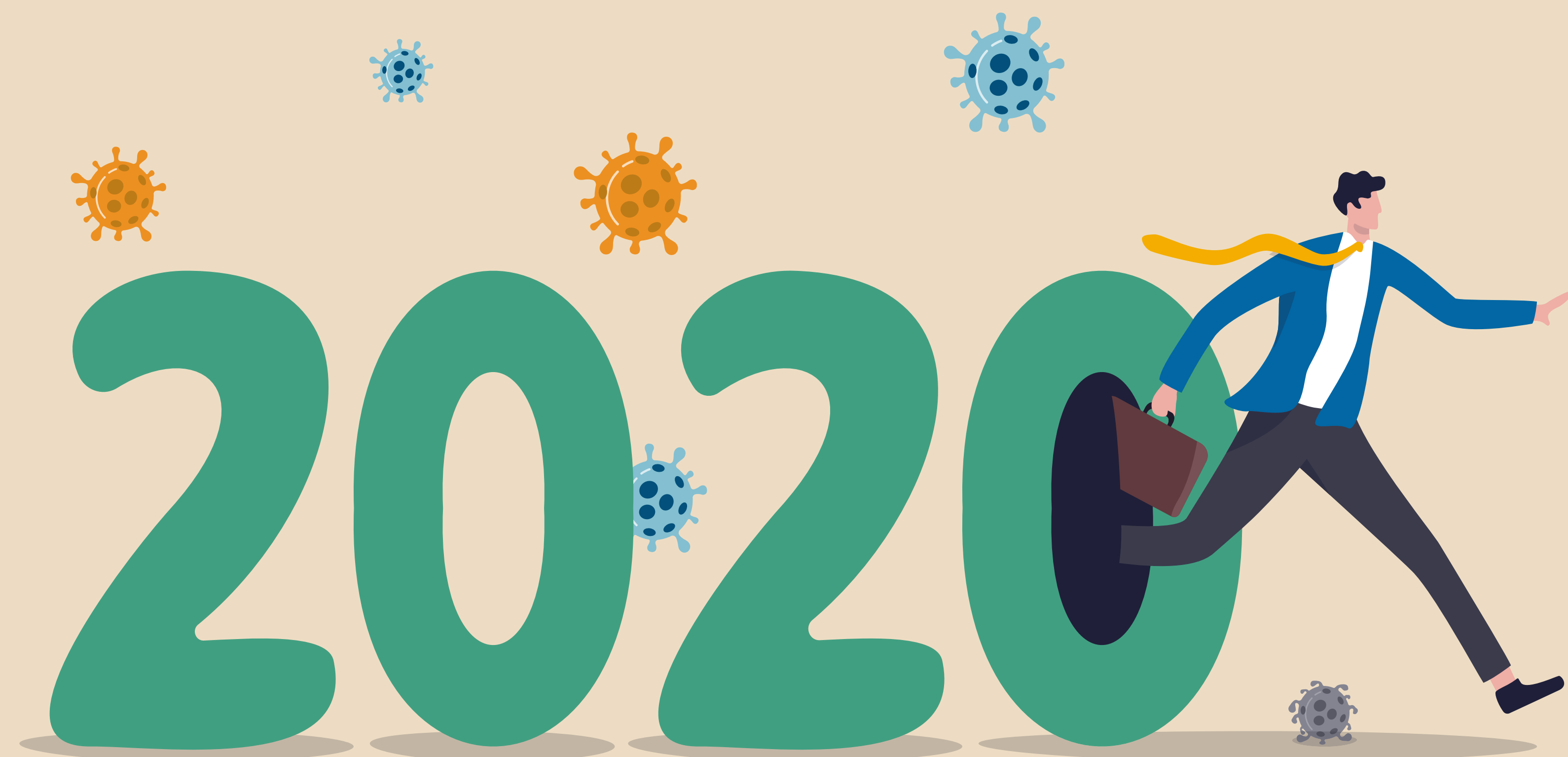
Demokratie in Deutschland. Dabei gab es in vielen (Fern-)Reiseländern schon immer Vorgaben zu Impfungen – die kaum jemanden gestört haben. Ihr erkennt den Kreislauf?

»Lasst uns ehrlich miteinander sein«

Was uns bleibt? Transparente Kommunikation. So wie diese hier. Wir waren uns sicher, wir möchten kein Thema veröffentlichen, das große, rosige Zukunftsbilder malt, wenn die Hälfte der Branche um ihr Überleben bangt und es keine Prognosen gibt – oder nur solche, die sich stetig ändern. Leere Versprechen für die Branche oder noch schlimmer für den End-

kunden? Davon halten wir nichts. Wir wollen ehrlich und transparent kommunizieren. Das bedeutet: Transparenz innerhalb der Branche und auch Transparenz gegenüber dem Kunden. Denn das könnt ihr schon jetzt leben: Auf euren Websites, euren sozialen Kanälen, im stationären Handel und in der Direktkommunikation. Nutzt die digitalen Möglichkeiten und erzählt eure Geschichte. Die Touristik und der Tourismus verändern sich: Es kommen neue Bedürfnisse und neue Themen auf uns zu. Wir können uns nicht auf alles vorbereiten. Aber wir können gewappnet sein. 📌

Ein offener Kommentar von
[Tourismus Turn](#)



Begleiten Sie uns ins neue Jahr 2021!

Rund um die Uhr
auf der neuen Website:

trvlcounter.de

Mit dem morgendlichen
Newsletter um 8 Uhr:

trvlcounter.de/morning-news

Am Wochenende mit
der Wochenzeitung:

trvlcounter.de/weekly

Und ab 2021 alle drei Monate mit dem premium
TRVL COUNTER Quarterly



[instagram.com/trvlcounter](https://www.instagram.com/trvlcounter)



[facebook.com/trvlcounter](https://www.facebook.com/trvlcounter)

*Wir wünschen allen Lesern frohe Weihnachten!
Bleiben Sie uns gewogen.*