

TRVL COUNTER

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

★
**Hurtigruten
Expeditionen**
Wir sprachen mit dem
neuen CEO Gebhard Rainer
über Expeditionsreisen
und Nachhaltigkeit

GAUMENFREUDEN

Neuster Foodie-Hotspot an Bord der Seabourn Ovation ist das Fine-Dining Restaurant Solis. Eine Kostprobe. **Seite 28**

WAS IST LUXUS?

Das Materielle ist zweitrangig, wichtig sind einzigartige Erlebnisse. Drei Trends. **Seite 46**

Weites Land

Kanada hat viel zu bieten und will zum Ganzjahresziel für Touristen werden. Das Potenzial ist da.

MIT UNS KÖNNEN IHRE KUNDEN SOGAR MAL URLAUB VOM HOTEL MACHEN.

Ferienmietwagen von Sunny Cars sorgen für mehr
Abwechslung im Urlaub – und das schon seit 33 Jahren.

Mehr als nur den Hotelpool entdecken Reiselustige
mit unseren bewährten Rundum-Sorglos-Mietwagen –
ganz individuell in mehr als 120 Urlaubsländern weltweit.

Buchen Sie für Ihre Kunden unter counter.sunnycars.com,
über alle gängigen CRS-Systeme (Veranstaltercode: SCAR)
oder unter +49 89 82 99 33 99.



RENT A SMILE

INSIDE

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

TRVL COUNTER MAGAZIN // HERBST 2024

NACHWEHEN DER PLEITE

Für viele Reisebüros wird die FTI-Pleite Konsequenzen haben.
Betroffen sind jene Büros, die sich die Provisionen nach
Abreise der Kunden haben auszahlen lassen.

Anfang September hat das Amtsgericht München die Insolvenzverfahren über das Vermögen der FTI Touristik GmbH und der BigXtra Touristik GmbH eröffnet. Rechtsanwalt Axel Bierbach von der Münchner Kanzlei Müller-Heydenreich Bierbach & Kollegen wurde zum Insolvenzverwalter bestellt.

Für die Gläubiger von FTI bedeutet die Eröffnung der Insolvenzverfahren, dass sie jetzt ihre Forderungen anmelden können. Dies betrifft Kunden, die Einzelleistungen bei FTI Touristik, BigXtra oder 5vorFlug gebucht haben, sowie alle anderen Leistungspartner und Gläubiger – also auch die Reisebüros.

Für viele Reisebüros hat Bierbach jedoch keine gute Nachrichten. Reisebüros, die sich die FTI-Provisionen nach Abreise der Kunden haben auszahlen lassen „werden aller Voraussicht nach kein, beziehungsweise kaum Geld aus

der Insolvenzmasse erhalten«, sagte Bierbach während eines Pressegesprächs.

Eine Zahl sticht unter vielen Zahlen heraus: Der Schuldenberg allein für die FTI Touristik GmbH beläuft sich auf rund eine Milliarde Euro, schätzt Bierbach. Eine ungeheure Summe, die viele in der Branche verwundern dürfte. Die Abwicklung der Insolvenz dürfte viele Jahre dauern, sagte der Sanierungsexperte.

Viel Vergnügen wünsche ich bei der Lektüre. Bleiben Sie uns gewogen!



JEAN-MARC GÖTTERT
genießt die Ruhe und Abgeschiedenheit der Simien-Berge in Nord-Äthiopien.

TRVL Counter in der Welt unterwegs



Auf der Brücke

Reporterin Simone Spohr durfte zum Kapitän auf die Brücke während ihrer Tour an Bord

der Seabourn Ovation. Spannend, fand sie, aber eigentlich ging es ums neue Gastro-Konzept. Mehr auf **S.28**



Zu Gast bei den Métis

Autorin Iris Quirin fühlte sich sichtlich wohl bei ihrer Begegnung mit den indigenen Völkern

Kanadas, hier im Bild mit den Métis-Guides Joe Urie und Shirley Pallister. Ihr Bericht auf **S.56**



Südsterne, Kreuzberg

bei der Einweihung des ersten AER FAIRWEG Reisebüros in Berlin kam gefühlt die

halbe Branche zusammen. Spaß hatte auch Chefredakteur Jean-Marc Göttert. **S.16**

Fotos: TRVL Counter, Iris Quirin, Simone Spohr

INHALT

OKTOBER 2024

52

Weites Land

Kanada will unter die Top-7-Reiseziele der Welt kommen und soll zum Ganzjahresziel ausgebaut werden. Das Potenzial ist groß.

Titelfoto: iStock

MENSCHEN UND MACHER IN DIESER AUSGABE



DENNIS CONRADS

Mit dem Bereichsleiter Marketing und Einkauf bei rtk und Reiseland haben wir über das Mega-Event für Reisebüros gesprochen – den QTA Reisesommer Anfang November – und gefragt, was da läuft. **Seite 10**



ILONA PASCKE

„Mit mehr nachhaltigem Reisen und mehr Spezialveranstaltungen sehe ich uns gut gerüstet für die Zukunft“, sagt die Geschäftsführerin des ersten FAIRWEG-Reisebüros in Berlin. **Seite 16**



GEBHARD RAINER

Der gebürtige Tiroler kennt sich gut aus in der Luxus-Hotellerie. Jetzt ist er seit Juli als neuer CEO von Hurtigruten HX an Bord und will vieles anders machen. Wir trafen ihn in Hamburg zum Gespräch. **Seite 36**



FAIRWEG

In Berlin wurde ein Reisebüro der besonderen Art eingeweiht: das erste FAIRWEG-Reisebüro der AER Kooperation. **Seite 16**

Fotos: TRVL Counter, Amadeus; Hurtigruten HX; iStock



LUXUS

Im 21. Jahrhundert gelten andere Maßstäbe für Luxus. Das Materielle verliert an Bedeutung. Anspruchsvolle Urlauber legen heute Wert auf einzigartige Erlebnisse. Drei Trends. **Seite 46**



GRÜNER KREUZEN

Die neue AMADEUS Nova von Lüftner Cruises gleitet dank dieselektrischem Hybridantrieb emissionsarm über den Rhein und die Donau. **Seite 26**



ABENTEUERLUSTIG

TRVL Counter sprach mit Gebhard Rainer, dem neuen CEO von HX, über Kreuzfahrt und Nachhaltigkeit, das neue All-inclusive-Konzept und wie er mit den Reisebüro-Partnern zusammenarbeiten will. **Seite 36**



COUNTER

- 08 News und Meldungen
- 10 QTA Reisesommer
Interview mit Dennis Conrads
- 16 FAIRWEG-Reisebüro
Einweihung in Kreuzberg
- 18 Bavaria Workshop in Lindau

KREUZFAHRT

- 22 News und Meldungen
- 26 Grüner kreuzen
Die AMADEUS Nova vorgestellt
- 28 Gastro-Konzept bei Seabourn
Foodie-Hotspot Solis-Restaurant
- 32 Die diesjährigen nickoStars
Kurzkreuzfahrt mit Award-Abend
- 35 Alles voll im Blick
Das neue Fleet Operation Center von Carnival in Hamburg
- 36 Abenteuerlust
Ein Gespräch mit Gebhard Rainer, dem neuen Hurtigruten HX-CEO

TRAVEL

- 42 News und Meldungen
- 46 Der neue Luxus
Anspruchsvolle Urlauber und Reisende suchen das Einzigartige
- 52 Kanada – weites Land
Das Land will zum Ganzjahresziel aufsteigen – das Angebot ist groß

STANDARDS

- 03 Inside: Grußwort der Redaktion
- 06 Check-in: Fotoseite Ritz-Carlton Maldives, Fari Islands
- 20 Stopover: Fotoseite von der Maraya Concert Hall in ALUla,
- 58 Discover: Fundstücke der Redaktion
- 58 Impressum



COVERBILD: Eindrucksvoll ist der Blick von der Bergspitze Mount Carleton in der Provinz New Brunswick – ein beliebter Wanderpfad für Outdoor-Fans.

CHECK-IN

EINE RUNDE SACHE ...

... DAS RITZ-CARLTON MALDIVES, FARI ISLANDS

Das im Juni 2021 im Nord-Malé-Atoll eröffnete Luxus-Resort mit seinen 100 Villen sowie sieben Restaurants und Bars, einem Spa und dem Ritz Kids Club wurde vom Architekturbüro Kerry Hill Architects entworfen. Die minimalistische, kreisförmige Architektur der Villen und des Spas steht unter dem Einfluss der Natur und des Wassers. Wer gerne über dem sanft rauschenden Meer zur Ruhe kommt, ist mit einer der Over-Water-Villas mit Infinity Pool gut bedient. Besonders für Familien mit kleinen Kindern eignen sich die Strand-Villen. Für Gruppen sind drei abgelegene Strandbuchten interessant: Uthuru Cove, Sangu Cove und Dhekunu Cove.

Hier befinden sich jeweils fünf Villen mit ein oder zwei Schlafzimmern. Die Villen liegen nur einen Spaziergang voneinander entfernt, bieten aber trotzdem Privatsphäre. Das Hausriff direkt vor den Buchten lädt zum Baden und Schnorcheln ein. Durch die exklusive Zusammenarbeit mit dem Umweltprogramm von Jean-Michel Cousteau in der Asien-Pazifik-Region erhalten Gäste die Möglichkeit, mehr über die Welt über und unter Wasser zu erfahren und sie unter fachkundiger Anleitung und Führung zu erleben. ⚓

→ <https://www.ritzcarlton.com/en/hotels/maldives-fari-islands>

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



»Ein großer Luxus ist hier auf dem Schiff, dass jeder, der zu uns kommt, nicht Pax oder Passagier ist, sondern Gast. Er wird von Anfang an Teil der Sea Cloud-Familie«

Carsten Sühling, Vertriebsdirektor Sea Cloud Cruises



TUI CRUISES

NEUE PROVISIONSMODELLE 2025

TUI Cruises hat die Provisionsmodelle 2025 für Mein Schiff und Hapag-Lloyd Cruises veröffentlicht. Für Mein Schiff wurden die Konditionen auf Basis des Feedbacks der Vertriebspartner überarbeitet. Die wichtigsten Änderungen bestehen in einer um jeweils ein Prozent höheren Einstiegsprovision in beiden Tarifgruppen, einer Erweiterung auf acht Umsatzstufen sowie einem Neukundenbonus von einem Prozent, der unabhängig vom gebuchten Tarif gewährt und unterjährig ausgezahlt wird. Die Mein Schiff-Vertriebskonditionen 2025 gelten für alle Einzelplatzbuchungen ab dem 1. September mit Abreise vom 1. Januar bis einschließlich dem

31. Dezember 2025. Die Gruppenkonditionen für 2024 werden verlängert. Die Neukundengewinnung wird weiterhin mit zwei Prozent Zusatzprovision honoriert. Die Änderungen der Vertriebskonditionen bei Hapag-Lloyd Cruises umfassen eine Erhöhung der Stufenanzahl und eine monatliche Auszahlung des Neukundenbonus, wodurch die Reisebüros früher in den Genuss höherer Provisionen kommen sollen. Das Provisionsmodell für 2025 honoriert Neukundenumsätze weiterhin mit zusätzlich vier Prozent. Im Luxussegment wird die Zusatzprovision bei der Neukundengewinnung beibehalten.

[Mehr Infos hier](#)

Foto: TUI Cruises // TRVL Counter

AIDA CRUISES

Provisionsmodell bleibt bis 2026 auf Kurs

Die Rostocker Reederei AIDA Cruises führt das bereits seit 2021/22 gültige Provisionsmodell weitere zwei Jahre fort. Die Umsatzklassen für die Staffelp provision bleiben unverändert. Bis 60.000 Euro Umsatz gibt es demnach acht Prozent. Darüber geht es in sechs weiteren Umsatzstufen bis zwölf Prozent. Bei der Premium-Provision gibt es jeweils zwei Prozent on top. In der Spitze sind somit 14 Prozent erreichbar. Bei Stornierungen bekommen die Agenturen zehn Prozent auf den Kreuzfahrt-Preis.

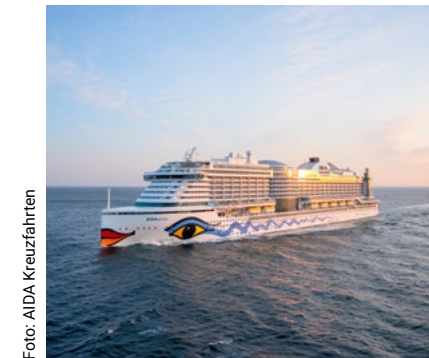


Foto: AIDA Kreuzfahrten

HERBST 2024: AIDA Cruises hat 16 neue Kreuzfahrten ins Programm aufgenommen.

„Wir stehen für Planbarkeit und Verlässlichkeit“, erklärt Uwe Mohr, Vice President Sales AIDA Cruises. „Das setzen wir auch mit der Fest-schreibung unserer Provisionen für die kommenden Geschäftsjahre konsequent fort“, führt er aus.

Das neue Provisionsmodell gilt für alle AIDA-Agenturen in Deutschland mit gültigem Agenturvertrag und für Einzelplatzbuchungen ab/bis Hafen mit Abreise im Zeitraum vom 1. November 2024 bis zum 31. Oktober 2026.

PLANTOURS

160 neue Routen in 2025

Plantours präsentiert mit dem Flussreisen-Programm für die Saison 2025 die bislang größte Bandbreite ihrer 35-jährigen Firmengeschichte. Auf dem Programm stehen 160 neue Routen, darunter Themen- und Eventreisen wie der Kölsche Karneval an Bord der Lady Diletta. Hauptzielgebiete der sechs Plantours-Schiffe sind neben Donau, Rhein, Mosel und Main auch Havel und Oder sowie die Kanäle und Flüsse in Holland. Mit einer Krimi-Kreuzfahrt zwischen Rotterdam und Bremen und einer Weihnachts-reise nach Holland und Flandern kommen zwei Premieren hinzu. Neu im Katalog sind drei- und viertägige Kurzreisen mit dem Neubau Lady Diletta ab/bis Düsseldorf. Das Programm 2025 ist buchbar, die Kataloge kommen Mitte September in die Reisebüros.

80 AZUBIS STARTEN BEI LCC INS BERUFSLEBEN

Bei Lufthansa City Center (LCC) starteten deutschlandweit 80 angehende Tourismuskauflaute ihre Ausbildung. Zentraler Bestandteil der Ausbildung ist das „Young Talent Programm“. Es kombiniert Live-Webinare, regionale Präsenzveranstaltungen und die

Lernplattform „Elearnio“. Die Plattform bietet rund um die Uhr Lerninhalte zu Grundlagen des Tourismus, Nachhaltigkeit, Kommunikations- und Zeitmanagement sowie praxisnahe Schulungen zu Buchungs- und Beratungstools.

Anzeige



LEIDENSCHAFTLICHER WELTENBUMMLER?

PACK DIE KOFFER UND STARTE MIT UNS DURCH!

Wir sind mehr als ein Reiseveranstalter mit Sitz in Düsseldorf
 Wir sind Coral Touristik! Bewirb Dich jetzt!

- Assistenz Business Service (m/w/d)
- Regionalleiter Vertrieb Ost (m/w/d)
- Sachbearbeiter Top Partner Service (m/w/d)
- Sachbearbeiter Vertriebsinnendienst (m/w/d)

und mehr...Scanne dazu einfach den QR-Code oder geh direkt auf:
coraltravel.de/karriere

Coral Touristik GmbH
 Emanuel-Leutze-Straße 8
 40547 Düsseldorf

E-Mail Personalabteilung:
personal@ferien-touristik.de
<https://coraltravel.de/karriere>

Coral Travel Group



INTERVIEW

Neues Netzwerk der Touristik

Die QTA lädt am 2. November zum ersten Branchentreff QTA Reisesommer in Mainz ein. TRVL Counter sprach mit Dennis Conrads, Bereichsleitung Marketing und Einkauf bei rtk und Reiseland, über das Event, die Planung und die Anmeldungen.

Text Jean-Marc Göttert / Mitarbeit Iris Quirin

Herr Conrads, mit dem Namen Reisesommer erinnern Sie an die ehemaligen Reisesommer-Events von Neckermann. Aber es steckt ein anderer Ansatz dahinter, oder? Ja, genau. Beim Neckermann Reisesommer waren hauptsächlich Produkte von Neckermann vertreten. Wir möchten mit dem QTA Reisesommer ausdrücklich ein offenes Event anbieten, bei dem alle Reiseprofis der Touristik willkommen und aufgerufen sind, sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen, branchenführende Lösungen zu entdecken und ihr Wissen über Trends und Best Practices der Touristik zu vertiefen.

Warum heißt es Reisesommer, findet es doch im Herbst statt? Der Name ist einerseits positiv besetzt, andererseits ist er Programm: Wir möchten mit dem QTA Reisesommer ein echtes tou-

ristisches Lifestyle-Event bieten, indem wir die heiße Buchungsphase für den kommenden Sommer 2025 einläuten.

Wie lange benötigten Sie für die Planung und warum findet es in der Halle 45 in Mainz statt? Mit der Planung haben wir bereits im März gestartet. Wir wollten das Event nicht wie üblich in einer Messehalle oder einem Hotel veranstalten, sondern unseren Gästen etwas Neues und Innovatives bieten. Das Mainzer Industriedenkmal Halle 45 hat uns mit seiner Mischung aus altem Industriecharme und modernster Technik begeistert. Auch ihre Größe und die Lage – etwa 20 Minuten vom Frankfurter Hauptbahnhof entfernt – sind ideal für alle Teilnehmer.

Wer ist bislang dabei? Rund ein Drittel der Teilnehmer kommen von außerhalb der QTA.

Was verspricht sich die QTA von dem Mega-Event? Im QTA Reisesommer stellen wir den direkten Draht zwischen Destinationen, Hotels, Veranstaltern, Technik Anbietern und vielen weiteren Leistungsträgern der Touristik mit dem Vertrieb her. Die QTA will sich damit als Trendsetter positionieren. Wir wollen Themen setzen, die Branche zusammenbringen und neue Chancen für den stationären Vertrieb aufzeigen. Das ist ein übergeordnetes Event für alle.

Was ist der Unterschied zur ITB oder zu Jahrestagungen anderer Kooperationsketten? Unsere Zielgruppe ist eine andere. Auf der ITB findet klassischerweise weniger Programm für die Reisebüros statt. Wir dagegen wollen gezielt den Verkauf in den Mittelpunkt stellen. Und dafür gibt es aktuell keine große Veranstaltung und schon gar keine übergeordnete.



VIEL RAUM FÜR EVENTS: Die Mischung aus Industriecharme und modernster Technik im Industriedenkmal Halle 45 in Mainz bietet den perfekten Rahmen für den QTA Reisesommer.

te. Das ist der Hintergrund, warum wir den QTA Reisesommer eigens für den Verkauf und für den Vertrieb veranstalten. Unser Ziel ist es, das Netzwerk der Touristik zu sein und unseren Teil dazu beizutragen, es zu stärken.

Wie können interessierte Expendienten ihre Büroleiter davon überzeugen, am QTA Reisesommer teilzunehmen? Der Reisesommer bietet Reiseprofis nicht nur die Gelegenheit, sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen, sondern auch, an einem Tag wertvolle Informationen aus erster Hand zu erhalten, Lösungen zu entdecken und ihr Wissen über die Trends und Best Practices der Touristik zu vertiefen. Auf dem Programm stehen unter anderem spannende Themen wie KI, Nachhaltigkeit oder Frauen in Führungspositionen. In unseren Masterclasses und im Dome warten weitere spannende, wissensreiche Sessions auf unsere Gäste. Solche Events sind auch gut für die Mitarbeitermotivation!

Wie ist der aktuelle Stand der Anmeldungen? Sehr gut, und ich bin überzeugt, dass wir unser Ziel von 1.000 Teilnehmern deutlich übersteigen werden. Auch von der Ausstellerseite sind wir ausgebucht.

Da werden die Hotelbetten in der Region knapp ...

Ja tatsächlich! Unser Partner Plan-tours springt ein und bietet noch Übernachtungsmöglichkeiten auf der MS Lady Cristina an, die in Mainz vor Anker geht.

Und worauf dürfen sich die Teilnehmer abends freuen? Mit Glasperlenspiel haben wir eine coole Band an Bord. Wir lassen den Abend mit DJ und einer Party ausklingen, und wir haben die Mainzer Winzer vor Ort. Die Aussteller veranstalten Events an ihren Ständen.

Wird der QTA Reisesommer ein einmaliges Event sein oder ein wiederkehrendes? Wir sind überzeugt, dass der Reisesommer gut ankommt, denn danach sieht es aus. Somit spricht nichts dagegen, den Reisesommer zu wiederholen. So viel sei verraten: Wir haben schon für das nächste Jahr einen ähnlichen Termin geblockt.

Danke fürs Gespräch! 🍷

QTA Reisesommer
Das große Vertriebsereignis findet am 2. November in Mainz im Industriedenkmal Halle 45 statt. Mitarbeiter von QTA-Reisebüros bezahlen 29 Euro, alle anderen Reisebüros 49 Euro (inklusive Verpflegung). Anmeldung unter www.reisesommer.com

Chamäleon
DIE REISE MEINES LEBENS

Der Katalog der Herzen 2025

Begeistere mit nachhaltigen Reisen in mehr als 70 Länder.

Jetzt buchen und Vorfreude schenken.

Und denk auch an dich!

50 % Expi-Ermäßigung



CORAL TOURISTIK

SOMMER 2025 JETZT BUCHBAR

Ab sofort sind die Angebote für den Sommer 2025 von Coral Touristik mit den Marken Coral Travel und Ferien Touristik buchbar. Der Veranstalter baut die Hotelkapazitäten um rund 15 Prozent aus. Neu im Portfolio sind die Vier-Sterne-Hotels Porto Bay Falesia an der Algarve und Orca Praia auf Madeira.

Rund ein Drittel der neuen Unterkünfte liegen in Fernstrecken-Zielen wie den Vereinigten Arabischen Emiraten, Thailand, den Malediven, Mauritius und der Dominikanischen Republik. Neu im Programm sind nicht rein touristisch erschlossene Inseln auf den Malediven, wie das Vier-Sterne-Hotel Plumeria Maldives

auf dem Vaavu Atoll und die Cayo-Inseln in Kuba mit dem Mojito Hotel Cayo Coco. An die preisbewusste Klientel richtet sich das Coco Beach Hotel Jomtien, an Luxusurlauber das Fünf-Sterne-Haus Five Luxe Hotel in Dubai. Die Nilkreuzfahrten sowie Marokko und Albanien sind ebenfalls buchbar.

Fotos: iStock/Cunard; Discover Airlines

TUI TRAVEL STAR

Travel Akademie

Das IST-Studieninstitut und die IST-Hochschule für Management sind neue Weiterbildungspartner der Travel Akademie von TUI Travel Star für die Ausbildung der Counter-Profis. „Die Zusammenarbeit ist ein wichtiger Baustein bei unseren Anstrengungen, den Fachkräftemangel zu lindern und Nachwuchs an den Counter zu bringen und dort zu halten“, sagt Melanie Debbertin, Teamleiterin Vertriebsinnendienst und verantwortlich für die Travel Akademie.

NICKO CRUISES

Auf Deutschland-Roadshow

Nicko Cruises startet im Herbst eine Roadshow, um die neuesten Produkte der Fluss- und Hochseesaison 2025/26 sowie die Weltreiserrouten der Vasco da Gama vorzustellen. Von Oktober bis November macht das Unternehmen an 16 Terminen in 23 Städten halt und lädt die Reisebüros zu Abendveranstaltungen ein. Los

geht es am 8. Oktober in Mannheim, letzte Station ist Münster am 21. November. Zwei der Termine finden auf der Nicko Spirit statt. Am 7. November begrüßen die Regionalverkaufsleiter die Expedienten in Frankfurt, gefolgt von einem Termin in Köln am 8. November. Die Events beginnen um 18.30 Uhr. [Anmeldung](#)



CUNARD

WEBINAR-REIHE

Cunard lädt die Expedienten zu Online-Schulungen ein. Am 16. Oktober werden die Reisen der Queens von Oktober 2026 bis April 2027 vorgestellt. Am 13. November stehen Informationen für Neueinsteiger auf dem Programm, und am 18. Dezember steht Weihnachten im Mittelpunkt. An Fortgeschrittene richten sich die Webinare am 15. Januar und 12. Februar 2025 mit Informationen zu Preismodellen, Gruppenkonditionen und zum Buchungssystem Polar Online.

DISCOVER AIRLINES

Info-Reise auf dem Schiff

Vom 24. bis zum 26. November chartert die Discover Airlines für die „Discover Airlines MUC Destinations Academy“ ein Flusskreuzfahrtschiff auf der Donau mit Platz für rund hundert Teilnehmer. Anlass für die Schulung ist der Ausbau am Standort München, wo von März an auch Langstreckenflüge nach Orlando, Calgary und Windhoek angeboten werden. Auch auf der Kurzstrecke wird das Programm aufgestockt und um neue Ziele wie Bodø in Norwegen erweitert. An Bord sind unter anderem Vertreter von Travel Alberta, Visit Florida, dem Flughafen München und Arctic Earth Adventures. [Anmeldung hier](#)



SCHWIMMENDE SCHULUNG: Reisebüro-Partner können sich auf eine ungewöhnliche Event-Location freuen – auf ein Flusskreuzfahrtschiff.

MIT DER LIZENZ ZUM BEGEISTERN



UNSERE MISSION: EUER ERFOLG

Einzigartige Vielfalt und beste Qualität für Euer Reisebüro. Wir sorgen für ein riesiges Hotelangebot – und damit für beste Verkaufsargumente. **Unsere Mission: Euer Erfolg!**

Nicki Sohnrey und Steffen Boehnke – die TUI Produktverantwortlichen



Foto: Celebrity Cruises

CELEBRITY CRUISES

BUCHUNGS-
WETTBEWERB
GESTARTET

Celebrity Cruises verlost bei seinem Buchungswettbewerb 50 „Le Petit Chef“-Gutscheine für zwei Personen, die in einem der 15 „Le Petit Chef“-Restaurants in Deutschland eingelöst werden können. Um an der Verlosung teilzunehmen, müssen sich die Agenten bei Celebrity Central registrieren und bis zum 5. November Kreuzfahrten der Reederei verkaufen. Teilnahmeschluss ist der 7. November. Zeitgleich hat Celebrity Cruises seine neue Herbstkampagne vorgestellt und mehrere Sonderaktionen für Kreuzfahrten aufgelegt. Unter anderem profitieren die Gäste von ermäßigten Preisen für die Kabine: Der zweite Gast pro Kabine erhält mindestens 60 Prozent Ermäßigung auf den regulären Kreuzfahrtpreis. Die neuen Angebote gelten für Kreuzfahrten mit Reisebeginn zwischen dem 4. September 2024 und dem 7. Mai 2026.

<http://www.celebritycentral.de/>

VISIT USA UND BRAND USA

Halloween-Seminar

Visit USA und Brand USA laden Expedienten am 26. und 27. Oktober zum Halloween-Seminarwochenende im Hilton Frankfurt Airport ein. Anwesend sind rund 40 Partner wie Air Canada, Canusa Touristik, Condor, Expedia TAAP, Ratehawk sowie die Tourismus-Organisationen von New York City, Orlando, Texas und Nevada. Neben der Halloween-Party, für die sich die Teilnehmer professionell schminken lassen können, gibt es noch ein Gewinnspiel. [Anmeldung hier](#)

NORWEGIAN CRUISE LINE

Neues Trainingsprogramm

Die Webinar- und Podcast-Serie „Making Waves“ von Norwegian Cruise Line ersetzt die „Partners First“-Webinare und bietet den Expedienten Einblicke hinter die Kulissen von NCL. „Making Waves“ verspricht authentische Gespräche und praxisorientierte Inhalte, dazu gehören Insider-Talks, exklusive Hintergrund-

infos und Verkaufstipps. Die Webinare werden jeden ersten Mittwoch im Monat live in der „Partners First“-Facebook-Gruppe und auf YouTube gestreamt, so dass die Expedienten ohne Anmeldung teilnehmen können. Der neue Podcast stellt jeden zweiten Monat Persönlichkeiten aus dem NCL-Universum vor.

02.11.
HALLE 45
MAINZREISE
SOMMER
KNOW HOW

Vielfalt an Leistungsträgern mit neuen Infos

BEST PRACTICE

Mehr Erfolg durch Social Media

NETWORKING

Triff 1.000 Touristikerkolleg:innen
und mehr als 90 Leistungsträger

PARTY

Fulminanter Abschluss

DAS

EVENT 2024 FÜR
TOURISTIKERinkl.
YOUNG
COMMUNITY
Spezielle Workshops
für Touristiker
unter 30

INKL. KONZERT VON GLASPERLENSPIEL!

Gleich anmelden unter:
www.reisesommer.com





GUTER AUFTAKT: (von links) FAIRWEG-Gründer Ralf Hieke, Marlen König, Produktmanagerin Interior Design bei der AER Kooperation, Geschäftsführerin Ilona Paschke-Yuvanc, FAIRWEG-Mitgründer Mark Schumacher, Teamleiterin Ute Hornemann, AER-Vorstand Rainer Hageloch sowie Nora Schweika, CMO von AER FAIRWEG.

Der Name ist Programm

In Berlin wurde Anfang August ein Reisebüro der besonderen Art eingeweiht: das erste FAIRWEG-Reisebüro der AER Kooperation – verbunden mit viel Hoffnung und viel Aufbruchstimmung.

Text Jean-Marc Göttert

Es könnte durchaus sein, dass sich hier an diesem lauen Mittwochabend Anfang August in Kreuzberg etwas Besonderes ereignet. Etwas Außergewöhnliches, wovon die Anwesenden später erzählen werden: „Ja, ich war beim Anfang dabei.“ Es ist jedenfalls ein wagemutiger Schritt, und es wird getragen von vielen Menschen, die mit Leidenschaft etwas nach vorne bringen wollen, worüber die Reisebranche immer wieder diskutiert, aber noch viel zu

wenig umgesetzt hat. Ein stationäres Reisebüro, das sich ausdrücklich dem Thema nachhaltiges Reisen widmet und die Idee schon im Namen trägt: FAIRWEG.

Heißt also: Weg von den klassischen Massenangeboten, hin zu Individualreisen. Weg vom Urlaub von der Stange, hin zu sorgfältig ausgesuchten Angeboten von Spezialveranstaltern. Und weg von den Bettenburgen und vom Massentourismus, hin zu nachhaltigen Hotels und Unterkünften, gerne auch mit

umweltschonender Anreise. Wie immer bei Pionierleistungen muss eine oder einer den ersten Schritt machen.

Einweihung unter Freunden

In einer kleinen Nebenstraße direkt an der Südkirche in Kreuzberg begrüßen Geschäftsführerin Ilona Paschke und ihr Team die ersten Gäste, die auf Einladung gekommen sind. Die Kollegen aus der Branche wollen dabei sein, wenn die deutschlandweit erste



NACHHALTIG IM BÜRO: Design-Verantwortliche Marlen König erklärt das Designkonzept, unter anderem, dass die Wandbekleidung gleichzeitig auch Dämmschutz ist und den Geräuschpegel senkt.



TRVL Counter TV: CMO Nora Schweika über das neue Büro



TRVL Counter TV: Ralf Hieke über die Idee zur Marke



TRVL Counter TV: Eine Minute mit Chefin Ilona Paschke



Geschäftsführerin Ilona Paschke vor der sogenannten Werte-Wand im neuen Büro. Im Video-Interview (QR-Code links) erzählt sie über die Entstehung des Reisebüros und warum Nachhaltigkeit so wichtig ist.

FAIRWEG-Filiale öffnet. So stehen sie mit Sektkläsers in der Hand, schnuppern Berliner Abendluft und bestaunen diese Pioniere, die den Weg von der Debatte in die Praxis wagen, fast so wie die ersten Astronauten auf dem Weg zum Mond.

Am Schaufenster steht: „Jede Reise hat eine individuelle Route. Wir helfen dir, deine zu finden.“ Das klingt vielversprechend. „Mit dem neuen Konzept, hin zu mehr nachhaltigem Reisen und Spezialveranstaltern, sehe ich uns gut gerüstet für die Zukunft“, gibt sich Geschäftsführerin Paschke zuversichtlich. „Für mich ist es eine Aufwertung der Beratungsleistung unserer Kolleginnen. Und ich hoffe, dass alle Kundinnen und Kunden unser Angebot annehmen und offen für neue Reisewege sind.“

Der Name ist Programm

FAIRWEG als Begriff ist ein genialer Einfall, der schon alles im Namen sagt. Die zündende Idee dazu kam

von Ralf Hieke und Mark Schumacher, die vor einiger Zeit eine Website gleichen Namens gründeten.

»Fair bedeutet auch, was für einen selber gut ist, ist auch für andere gut.«

Und manchmal hilft der Zufall nach: So liefen sich Ralf Hieke und AER-Vorstand Rainer Hageloch ausgerechnet in Berlin über den Weg und diskutierten über die Ausrichtung wie auch den Namen für diesen in der Touristik so oft geforderten neuen Ansatz. So entstand schnell die Idee, aus online auch stationär zu machen, aus Internet auch Backstein zu werden, ein echtes Büro zu gründen. Warum nicht? Ungewöhnlich ist es schon, denn bislang geht es eher andersherum. Alles wandert ins Netz ab. Jetzt also mal umgekehrt.

Das Ergebnis: Ein wunderbar „hyggelig“ eingerichtetes Reisebüro, ein einprägsames Logo, eine Reisebüro-Kooperation im Hintergrund, eine Website und ein bewährtes Team, das jetzt neue Wege gehen will. „Dass all das hier in Berlin passiert, ist total schön“, freut sich Ralf Hieke. „Auch dass sich der Kreis schließt und wir hier stehen mit unserem Schriftzug an der Wand. Für Mark und mich ist es ziemlich besonders.“ Kann also gut sein, dass ein neues Kapitel in Kreuzberg aufgeschlagen wurde. Die Branche schaut jedenfalls gespannt nach Berlin und bald auch nach Hamburg, wo zwei weitere FAIRWEG-Büros dazu kommen sollen. »Ich hoffe, dass wir dieses Konzept deutschlandweit weitergeben können, was super wichtig wäre“, sagt Rainer Hageloch. „Wenn wir das schaffen, dann gehört uns auch die Zukunft.“

→ <https://fairweg.de/>



Vernetzung – auf die bayerische Art

Der diesjährige Bavaria Workshop fand zum vierten Mal statt und hat sich erneut als nützliche Plattform für den nationalen und internationalen Tourismus erwiesen. Bayern Tourismus lud 40 Reiseveranstalter aus zwölf Ländern ein, um die vielfältigen Angebote des Landes näher kennenzulernen.

Das viertägige Programm in Lindau bot eine ausgewogene Mischung aus Erlebnissen und intensiven Fachgesprächen. Es umfasste einen Bayerischen Willkommensabend, einen Tagesausflug in die Region, den Workshop-Tag mit Einzelmeetings sowie den Abschlussabend. Ziel des Bavaria Workshops war es, Bayern, seine Regionen und touristischen Produkte den internationalen Reiseveranstaltern näherzubringen. Dabei standen nicht nur die Erkundung vor Ort, sondern vor

allem der direkte Austausch unter den 40 Reiseveranstaltern und den 35 bayerischen Partnern im Vordergrund. Diese setzten sich aus Tourismusverbänden, Regionen, Städten, Erlebnisanbietern und Hotels zusammen. Ein zentraler Bestandteil des Workshops waren die 15-minütigen Einzelmeetings, in denen sich die Teilnehmer intensiv austauschen konnten. Ergänzt wurden die Treffen durch Netzwerkveranstaltungen, die Raum für Gespräche und Kontakte boten.

Fazit und Takeaways: Die vielen positiven Rückmeldungen der Teilnehmer bestätigten den Erfolg des Workshops.

Neue Produkte und Kenntnisse: Die Teilnehmer konnten detaillierte Einblicke in die regionalen Angebote Bayerns gewinnen.

Informationsaustausch: Der direkte Kontakt zu Hotels, Destinationen und Anbietern vor Ort ermöglichte einen wertvollen und praxisnahen Austausch von Informationen.



GUTE LAUNE: Brigitte Stahl (rechts), Produktmanagerin DTS/DETOURISTIK, und Karin Bachmann, Produktmanagerin Hotelplan Suisse, freuen sich über die Gelegenheiten zum Austausch.



PFLICHTPROGRAMM: Eine kleine Bootstour auf dem Bodensee zählt selbstverständlich zum Programm. An Bord: ein echter Alpenhornbläser.



DAS IST BAYERN: Zahlen, Daten und Fakten präsentiert von Susanne Miller, Unit Lead Travel Trade Relations.

Inspiration für Touren: Die Erlebnisse und Touren vor Ort boten zahlreiche Ideen für neue oder erweiterte Touren.

Netzwerken: Über die letzten Jahren entstand ein solides Netzwerk, das schnellen Zugang zu Kooperationspartnern bietet.

Emotionale Bindung: Das direkte Erleben der bayerischen Kultur vor Ort in der Region hat eine starke emotionale Verbindung unter den Teilnehmern geschaffen.

Unersetzbare Offline-Erlebnisse: Der Workshop bestätigte, dass Offline-Erlebnisse vor Ort durch nichts zu ersetzen sind.

Expedienten können viele professionelle Sales Tools nutzen, die es auf der Travel-Trade-Website gibt, und sich auch für den Newsletter anmelden. 📌

➔ https://traveltrade.bayern/de_DE/sales-tools/
➔ https://traveltrade.bayern/de_DE/travel-trade-newsletter/

Bavaria Workshop

Der Workshop 2024 wurde gemeinsam mit der Deutschen Bahn, Lindau Tourismus & Kongress GmbH sowie mit Unterstützung der Deutschen Alpenstraße organisiert und ausgerichtet. In insgesamt 16 Terminrunden konnten sich die bayerischen Partnerinnen und Partner in 15 Minuten-Slots mit den europäischen Reiseveranstaltern austauschen und ihre Destination und ihre Produkte präsentieren.

STOPOVER

Maraya Concert Hall...

... SAUDI-ARABIENS RUNDUMVERSPIEGELTES KONZERTHAUS BEI ALULA

Dies ist keine Fatamorgana, die den Wüstenbesuchern Saudi-Arabiens einen optischen Streich spielt. Es ist die rundumverspiegelte Fassade der würfelförmigen Maraya Concert Hall bei AlUla, die bei ihrer Eröffnung 2019 als das größte jemals gebaute Spiegelgebäude ins Guinness-Buch der Rekorde kam. Maraya heißt auf Deutsch „Spiegel“. So spiegelt die mit 9.740 Quadratmetern reflektierender Platten verkleidete Fassade denn auch die sie umgebende Wüstenlandschaft mit ihren bizarren Felsformationen wider und lässt die Konzerthalle mit ihr verschmelzen. Der Kon-

zertsaal bietet 500 Sitzplätze und ist Gastgeber internationaler Künstler. In dem Gebäude befinden sich außerdem ein Konferenzzentrum und ein Kunstpavillon. Ein Kultur-Event der besonderen Art ist in AlUla vom 19. bis 21. September angesagt: Dann startet das Musik-Festival Azimuth unter anderem mit Auftritten des Singer-Songwriters James Blage sowie dem DJ Ben Böhmer aus Deutschland. 📍

➔ <https://www.marayaalula.com/>
<https://www.experiencealula.com>



»Ich möchte den Agenturen klar zeigen: Wir haben im Vertrieb einen frischen Kurs gesetzt – in Richtung auf sie.«

Marius Griego, Vice President Sales & Marketing Hurlgruten

NEUES KONZEPT „SONGS ,N' SAIL“

Sea Cloud Spirit rockt die Karibik

Vom 4.12. bis zum 11.12.2024 legt die Sea Cloud Spirit zu einer besonderen Reise ab/bis St. Maarten in der Karibik ab: Gäste erleben sieben Tage lang nicht nur die Traumstrände der US Virgin Islands und British Virgin Islands, die koloniale Pracht in San Juan und das Jet-Set-Feeling in St. Barths, sondern jede Menge Live-Musik der weltbekannten deutschen Rockband Fury in the Slaughterhouse. Der Radio-Moderator und Musik-Experte Uwe Bahn (3. v. links) hat für diese Reise ein



smartes Entertainment-Konzept für den kleinen Gästekreis der Sea Cloud Spirit entwickelt. Als Live-

Act mit an Bord sind die Gründungsmitglieder von Fury in the Slaughterhouse Kai Wingenfeller (2. v. links) und Christof Stein-Schneider (links). Unplugged werden sie Songs von ihrer legendären Band an Bord spielen und die Gäste in eine Zeit entführen, in der die besten Musik-Alben der Welt entstanden. Vortragsshows und Storytelling runden das ungewöhnliche Entertainment-Programm ab. Sieben Nächte in einer Doppel-Außenkabine kosten ab St. Maarten 4.495 Euro pro Person.

HAPAG-LLOYD CRUISES

Neue Winter-Routen für die HANSEATIC spirit

Hapag-Lloyd Cruises nimmt bei seiner Expeditionsflotte eine Anpassung der Reiserouten für den Winter 2024/25 vor. Ursprünglich sollten alle drei Expeditionsschiffe die Antarktis ansteuern. Nun wird das Programm der HANSEATIC spirit geändert. Zwischen dem 31. Oktober 2024 und dem 22. April 2025 fährt das Expeditionsschiff ab Hamburg beziehungsweise ab Kiel in den Norden Skandinaviens. Die HANSEATIC nature und die HANSEATIC inspiration erkunden weiterhin wie geplant die Antarktis.

Zwölf neue Reisen stehen jetzt auf dem Programm der HANSEATIC spirit, sechs davon führen

von Hamburg in Norwegens abwechslungsreiche Insel- und Fjordwelt mit Stationen unter anderem in Bergen, am Nordkap, auf den Lofoten und im Geirangerfjord. Außerdem bietet Hapag-Lloyd Cruises in der Vorweihnachtszeit eine Kurzreise in die Ostsee an, die von Hamburg über Dänemark, Schweden und Polen nach Kiel führt, sowie ein „Weihnachtsabenteuer Lappland“ mit Silvester in Stockholm. Zwei Kreuzfahrten von Hamburg nach Schwedisch und Finnisch Lappland ergänzen die Reisen in den Norden Skandinaviens. Das neue Winterprogramm der HANSEATIC spirit ist ab sofort buchbar.

Foto: Hapag Lloyd Kreuzfahrten



AMADEUS AMARA

Neubau mit hohen Umweltstandards

Die Jungfernfahrt der AMADEUS Amara ist für Anfang Juli 2025 geplant, erste Reisen sind schon buchbar. Dank einer innovativen Leichtbauweise und einem geringen Tiefgang von nur 1,3 Metern wird das Schiff bei saisonal schwankenden Wasserständen zuverlässig einsatzbereit sein und durch den reduzierten Strömungswiderstand den Kraftstoffverbrauch minimieren. Ergänzt wird das nachhaltige Konzept durch eine effiziente Rumpfform, einen treibstoffsparenden Autopiloten und Solarzellen auf dem Sonnendeck.

RITZ-CARLTON YACHT COLLECTION

Neuzugang

Die Ritz-Carlton Yacht Collection präsentiert mit der Ilma die zweite Luxusyacht ihrer Flotte. Am 2. September hat die Yacht ihre Jungfernfahrt mit sieben Nächten von Monte Carlo nach Rom absolviert. Die Ilma misst 240 Meter und verfügt über 224 Suiten mit privaten Terrassen. Für Feinschmecker gibt es fünf kulinarische Angebote,

ein neu gestaltetes In-Suite-Dining-Konzept, sieben Bars und einen eigenen Weinkeller. Zu den Highlights gehören zwei Restaurants, die von den Sterneköchen Fabio Trabocchi und Michael Mina konzipiert wurden. Die erste Saison führt das Schiff ins Mittelmeer zu den Häfen von Santorini, zur Yacht-Destination Porto Cervo oder nach Valletta.

TUI CRUISES: DREI NEUE LESEREISEN 2025

Nach der Premiere der „Mein Schiff Lesereise“ im Frühjahr legt TUI Cruises drei weitere Lesereisen für 2025 mit 17 Schriftstellerinnen und Schriftstellern samt Rahmenprogramm auf. Auf der zwöftägigen Reise „Norwegens Fjordwelten mit Nordkap“ ab/bis Bremerhaven lesen unter anderem Stefanie Stahl und Susanne Fröhlich, auf der elftägigen Reise „Fjordland Norwegen“ ab/bis Hamburg Sebastian Fitzek und Susan Sideropoulos und auf 14-tägigen Reise „Winterliches Norwegen“ ab/bis Bremerhaven Torsten Rohde und Horst Eckert.

VASCO DA GAMA

Nordeuropa-Kreuzfahrten
2025 ab sofort buchbar

Im Fokus des Stuttgarter Kreuzfahrtexperten nicko cruises stehen für die Saison 2025 fünf Nordeuropa-Touren, die vor Erscheinen des Katalogs ab sofort buchbar sind. Jenseits des Mainstreams verbinden sie das Abenteuer unberührter Landschaft und nordischer Kultur mit einer unvergesslichen Zeit an Bord der klassisch-eleganten Vasco da Gama. Alle Kreuzfahrten starten ab Kiel und Hamburg. Bei der Buchung haben die Gäste die Wahl zwischen fünf Entdeckungstouren mit einer Dauer von acht bis 19 Tagen: Im September startet die achttägigen Kreuzfahrt „Magie der südlichen

Fjorde“ von Kiel nach Hamburg. Die Kreuzfahrt „Typisch Ostsee“ ab/bis Kiel führt vom 26.09. bis zum 06.10.2025 in elf Tagen über Polen, Schweden und Dänemark. „Norwegens Westen im Detail“ können Nordeuropa-Fans vom 06. bis zum 20.10.2025 während einer 15-tägigen Kreuzfahrt ab/bis Kiel erkunden. „Einmal Nordkap und zurück“ heißt es auf dieser 15-tägigen Kreuzfahrt vom 12. bis zum 26.09.2025 von Hamburg nach Kiel. Die Höhepunkte Norwegens und Islands“ erleben die Gäste vom 20. Oktober bis zum 07. November 2025 in 19 Tagen ab Kiel/bis Hamburg



HAPAG-LLOYD CRUISES

Europa-Routen

Hapag-Lloyd Cruises hat zehn neue Reisen von Mitte Oktober 2024 bis Februar 2025 für seine Luxussschiffe veröffentlicht. Die Europa wird auf sieben Routen das Mittelmeer bereisen. Ende Oktober legt sie in Limassol zur Fahrt nach Barcelona ab. Der nächste Stopp vor der Atlantiküberquerung nach Miami ist Lissabon. Zurück geht es nach Portugal und anschließend nach Teneriffa, Kapstadt und Mauritius. Die Europa 2 nimmt auf drei neuen Routen Kurs auf Down Under.

HURTIGRUTEN

Neues Provisionsmodell

Das neue Modell sieht vor, künftig nicht nur Umsatzerfolge zu honorieren, sondern auch den Einsatz von Werbemitteln und die Teilnahme an Schulungen, sagt Marius Griego, Vice President Sales & Marketing DACH-Region. „Kein Partner wird unter zehn Prozent bleiben. Wir wollen den aktiven Agenturen mehr

Chancen bieten, klar darüber zu kommen“, so Griego. Das neue Modell soll zu Beginn des touristischen Geschäftsjahres am 1. November eingeführt werden und auf zwei Jahre ausgelegt sein. Der überwiegende Teil der bisherigen Umsätze stammen ohnehin vom stationären Vertrieb, erklärt der Marketingchef.

Fotos: Nicko Cruises; Star Clippers; Amadeus

STAR CLIPPERS

Segel für 2025 und 2026 gesetzt

Neu im Programm für 2025 und Frühjahr 2026 sind bei der Reederei Star Clippers längere Karibik-Kreuzfahrten ab Grenada und zusätzliche Fahrten durch die Inselwelt Griechenlands.

Der Fünfmaster Royal Clipper wird von Januar bis März 2025 und 2026 an mehreren Terminen die Windward-Inseln und die Grenadinen erkunden. Die jeweils einwöchigen Touren ab/bis Barbados können zu einer zweiwöchigen Kreuzfahrt kombiniert werden.

Die Star Clipper läuft ab Grenada karibische Häfen auf Jamaika und Antigua an. Weitere Segeltouren führen entlang der Küsten Costa Ricas und Panamas entlang der Pazifikküste.



SCHNELL ANBIETEN: Die Kreuzfahrten sind ab sofort buchbar. An vielen Terminen gewährt Star Clippers Frühbucher-Rabatte.

Die Royal Clipper ist im Sommer 2025 unter anderem im westlichen Mittelmeer ab Cannes oder Malaga auf vier- bis sechs-Nächte-Schnupper-Kreuzfahrten und auf einer elf-Nächte-Kreuzfahrt rund um

Italien von Venedig nach Civitavecchia (Rom) unterwegs. Ein Highlight auf allen Seglern ist die Atlantiküberquerung von der Karibik nach Europa im Frühjahr und in die entgegengesetzte Richtung im Herbst.



ROADSHOW

Kreuzfahrt-Spezialisten
auf Tour

Unter dem Motto „Der feine Unterschied“ setzen Cunard, Sea Cloud Cruises, Amadeus Flusskreuzfahrten und Ponant im Herbst ihre gemeinsame Veranstaltungsreihe fort. Von den vier geplanten Veranstaltungen finden zwei in Deutschland statt. Reisebüromitarbeiter und Partner können sich am 15. Oktober in Hamburg und am 4. November in Köln über Fluss-, Hochsee- und Expeditionskreuzfahrten informieren. Der Kreuzfahrtexperte Philipp Rademann führt durch das Programm.

OCEANIA CRUISES

Grand Voyages 2025

Oceania Cruises stellt ihre Grand Voyages für 2025 an Bord seiner Boutiqueschiffe vor. Die ausgedehnten Reisen von bis zu 111 Tagen mit Zielen in Europa, Asien und Lateinamerika bieten eine elegante Art, Erlebnisse an den faszinierendsten Orten mit Genuss auf dem Wasser zu verbinden. Mit den größten Standard-Kabinen auf See sind alle Schiffe von Oceania Cruises bestens für längere Reisen geeignet. Zu den Landausflügen zählen die Culinary Discovery Tours, bei denen die Reisenden kulinarisch in eine Region eintauchen. Die Landausflüge Go Local und Go Green führen ihre Teilnehmer besonders nah an die Menschen und ihre Themen an den besuchten Orten.

EUROPA-REISEN 2026

Für den Frühling und Sommer 2026 stellt NCL zusätzliche siebtägige Europa-Kreuzfahrten auf der Norwegian Epic, Norwegian Dawn und

Norwegian Gem vor. Zum Teil beinhalten sie keine Seetage, abendliche Abfahrten und erstmalige Anläufe von Salerno und Nizza/Monaco.



AMADEUS Nova: Das 135 Meter lange Flussschiff wurde in der niederländischen Werft TeamCo Shipyard gebaut und kreuzt unter deutscher Flagge.



Flusskreuzfahrt für Genießer

Die neue AMADEUS Nova der Traditionsreederei Lüftner Cruises gleitet dank dieselelektrischem Hybridantrieb emissionsarm über den Rhein und die Donau.

Text Iris Quirin

Fotos: Amadeus Flusskreuzfahrten

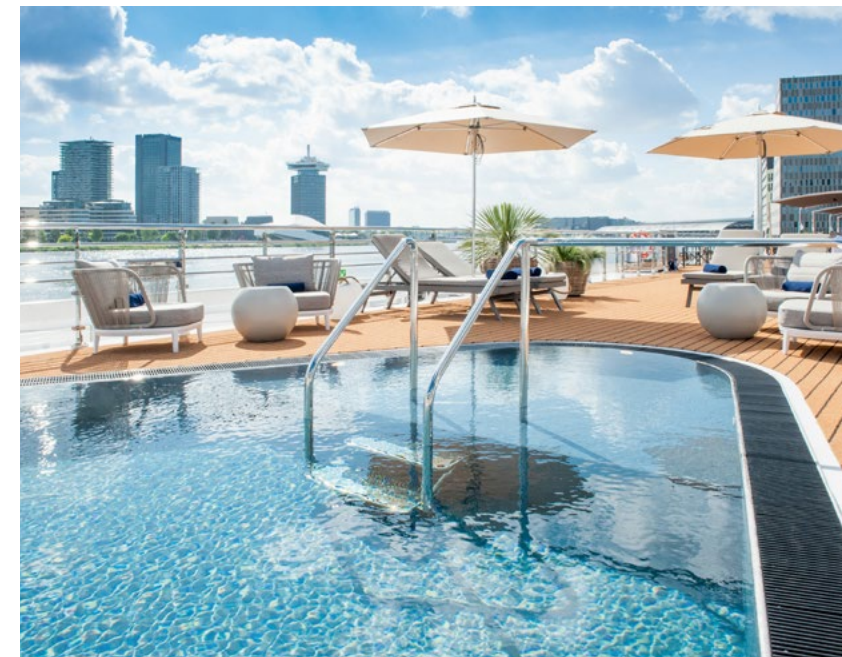
Am 5. Juni 2024 fand die Taufe der AMADEUS Nova im Hafen von Amsterdam statt. Taufpatin war Rendel Müller, Direktorin Marketing und Vertrieb des Reiseveranstalters AMADEUS Flusskreuzfahrten. Zehn Tage später ging der Neubau auf seine achttägige Jungfernfahrt über Wien und Budapest, Bratislava und Linz. Die Donau wie auch der Rhein sind in der Premiersaison die Fahrtgebiete des Neuzugangs. Ausgewählte Themenkreuzfahrten sorgen für zusätzliche Highlights an Bord, wie etwa die Gourmetkreuzfahrt „Fluss

& Genuss am Rhein“ mit Starkoch Alexander Herrmann. Die AMADEUS Nova wurde von der Traditionsreederei Lüftner Cruises entwickelt und verbindet luxuriöse Ausstattung, modernes Design und technische Innovationen. Ihr 135 Meter lange Schiffsrumpf aus hochwertigem Stahl lief im Oktober letzten Jahres in der serbischen Vahali-Werft, die auf eine 100-jährige Tradition im Schiffsbau zurückblickt, vom Stapel. Danach wurde die AMADEUS Nova mit einem Schubschiff nach Heusden in den Niederlanden überführt, wo

der Werftbetrieb TeamCo Shipyard B.V. den Innenausbau unter hohen Umweltstandards durchführte.

Technische Innovationen

Ausgestattet ist der Schiffsneubau mit hybridem, dieselelektrischem Antrieb und einer leistungsstarken Batterie, die Motorleistungsspitzen abdeckt. Die Motoren der neuesten Generation verringern nicht nur die Emissionen signifikant, sondern reduzieren durch eigens entwickelte Filter und Katalysatoren den Ausstoß von Luftschadstoffen fast vollständig. Außerdem speisen



SONNENDECK: Neu ist hier der beheizte Swimmingpool, der sich auf dem Oberdeck befindet.

KABINEN AUF DEN MOZART- UND STRAUSS-DECKS: Die 17,5 Quadratmeter sind hochwertig eingerichtet und bieten eine absenkbare Panorama-Fensterfront.



AMADEUS SUITE: Die großzügigen 26,4 Quadratmeter großen Kabinen (links) samt gemütlicher Sitzcke verfügen über begehbare Außenbalkone. In der Panorama-Bar (rechts) gibt es viele lauschige Ecken, um die Landschaft zu genießen.

Solarpaneele elektrische Energie in den Stromkreislauf des Schiffes ein.

Innovativ ist auch die Wärmerückgewinnung. Sie macht sowohl die Wärme im Maschinenraum wie auch die in öffentlichen Bereichen enthaltene Wärme wieder nutzbar. Zudem gewährleistet das isolierte verbaute Glas, dass der Wärmeverlust im Winter und die Hitzedurchlässigkeit im Sommer gering gehalten wird.

Luxus an Bord

Insgesamt wohnen 158 Gäste an Bord des Fünf-Sterne-Schiffs auf

vier Decks in zwölf großzügigen Suiten mit Balkon und 67 Außenkabinen, großteils mit absenkbaren Panoramafenstern. Für Abwechslung sorgen die eleganten, windgeschützten Lounge-Bereiche, eine offene Café Vienna-Galerie mit Wiener Köstlichkeiten sowie Angebote im Spa- und Fitness-Bereich. Als Neuheit erwartet die Gäste ein beheizter Pool auf dem Sonnendeck, das sich fast über die gesamte Schiffslänge erstreckt. Viele Sitzmöglichkeiten und Sonnenliegen laden dazu ein, die vorbeiziehende Landschaft zu genießen. Aktivere

Gäste finden dort ein Schachspiel, ein Shuffleboard und ein Golf-Putting-Green.

Die Gäste nehmen alle Mahlzeiten im Panorama-Restaurant auf dem Mozart-Deck ein. Auf einen Aperitif vor dem Essen lädt die Panorama-Lounge mit Bar ein. Dort findet auch das abendliche Unterhaltungsprogramm statt. Und wer möchte: Drinks und Cocktails werden auch im AMADEUS-Club am Heck des Schiffs serviert. ⚓

➔ <https://www.amadeus-rivercruises.com/index.html>

**LUXUS-
FLOTTE**

Die Seabourn Ovation und die baugleiche Encore sind mit 300 Suiten die größten Schiffe der Seabourn-Flotte. Außerdem gehören die Odyssey, die Quest, die Sojourn und die beiden Ultraluxus-Expeditionsschiffe Seabourn Venture und Pursuit dazu.

Gaumenfreuden par excellence

Die Kulinarik ist bei einer Kreuzfahrt im gehobenen Segment ein unverzichtbarer Bestandteil des Luxuserlebnisses. Als neues Fine-Dining-Restaurant erweitert Solis seit diesem Jahr das Angebot der Seabourn-Flotte.

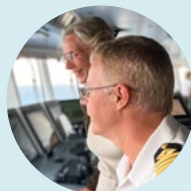
Text Simone Spohr

Langeweile ist bei dem vielfältigen Kulinarikangebot auf der Seabourn-Flotte ein Fremdwort. Fünf unterschiedliche Restaurants und das In-Suite-Dining bereiten mir bei meiner Skandinavien-Kreuzfahrt eher die Qual der Wahl.

Neuester Foodie-Hot-Spot an Bord der Ovation ist das Fine-Dining-Restaurant Solis. Im Januar 2024 wurde das Konzept auf der Seabourn Quest vorgestellt und anschließend auch auf der Encore, der Ovation und der Sojourn eingeführt.

Im Solis empfangen mich cremeweiße Ledersessel, feinste Damasttischdecken und -Servietten sowie goldverziertes Porzellan. Mehrere vegetarische und auch vegane Gerichte sind jeden Abend als Alternative zu Fisch- und Fleischgerichten auf dem täglich wechselnden Menü zu finden.

Vor den Augen der Gäste werden die Speisen im Buffetrestaurant „The Colonnade“ zubereitet. Hier gibt es das Frühstücksbuffet, jeden Mittag ein umfangreiches Lunchbuffet und abends wechselnde Schwerpunkt-Themen und die Möglichkeit,



**KAPITÄN
EMILIAN
CYGAN,**

Hausherr auf der Seabourn Ovation, empfängt TRVL Counter-Autorin Simone Spohr auf der Brücke.

auch à la carte zu bestellen. Je nach Wetter genießt man seine Leckereien im Innenbereich oder auf der großen Terrasse.

Seeluft und zwanglose Atmosphäre zum Dinner gibt es im Earth & Ocean at The Patio auf der Veranda am Hauptpool. Im Hauptrestaurant The Restaurant auf Deck 4 geht es zum Dinner eleganter zu. Wer mag, kann hier auch mal ganz groß rauskommen, doch niemand muss, auch nicht zum Kapitäns-Dinner. Klein und mit allerfeinsten Sushi-, Sashimi- und Maki-Varianten präsentiert sich das asiatische Restaurant Sushi auf Deck 8 mit rund 30 Plätzen für Lunch und Dinner.

Wer gerne in seiner Suite speisen möchte, bestellt vom umfangreichen In-Suite-Dining-Menü: Vom Frühstück bis zum Kaviar-Champagner-Snack werden die Bestellungen nach Wunsch und Wetter auch auf der Suite-Veranda serviert. Im All-inclusive-Konzept sind alle Restaurants und Bars an Bord, Champagner nach Lust und Laune sowie eine große Weinauswahl zum Lunch wie auch zum Dinner enthalten. ⚓



ZUFRIEDEN: Executive Chef de Cuisine Jes Paskins ist mit dem Ergebnis seines Fisch-Großeinkaufs zufrieden.



GALLEY-EINBLICKE: Nach der Tour durch die Bordküche kredenzt der Küchenchef den Gästen Kaviar-Canapés.



FRISCHEANGEBOT: Im Fischmarkt von Kristiansand in Südnorwegen feilscht Jes Paskins um den besten Preis für den fangfrischen Fisch

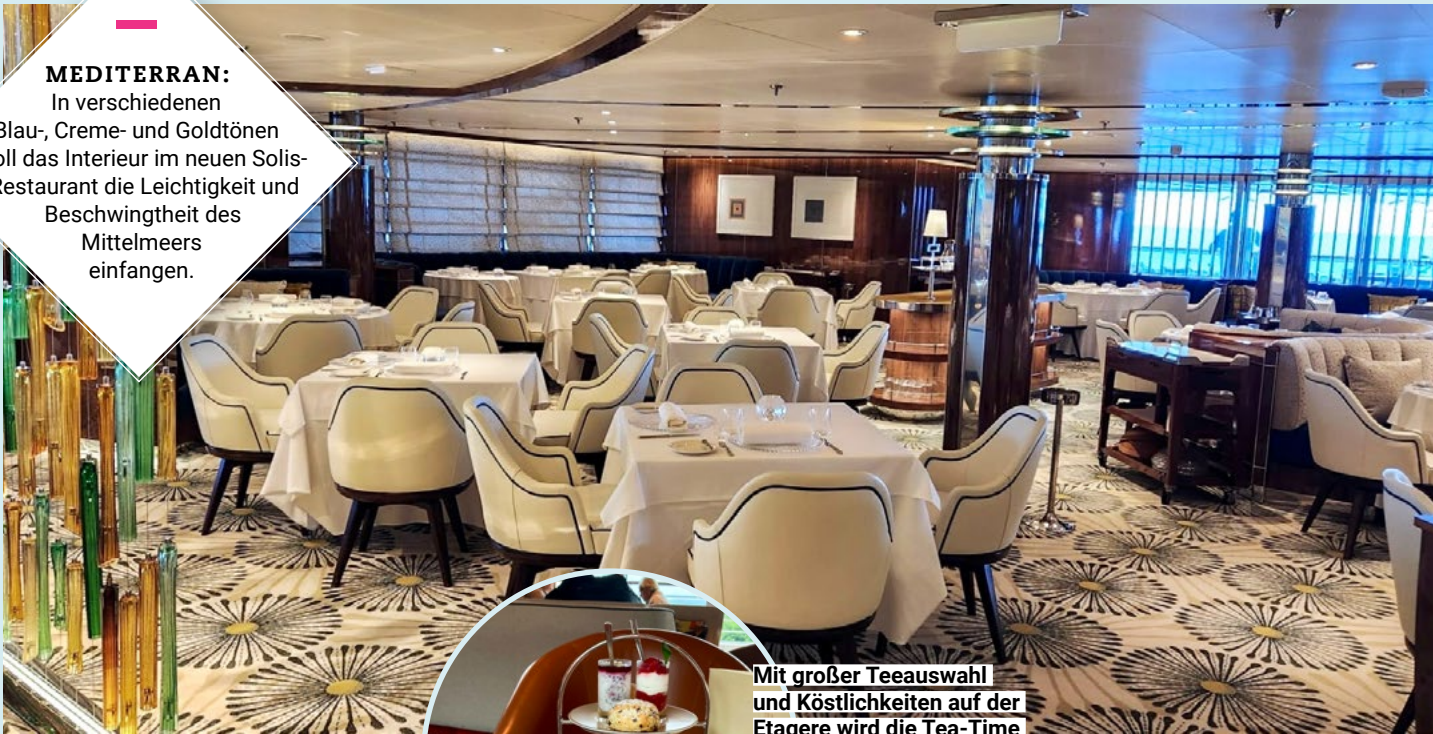


SUSHI-KUNST:

Während die Gäste ihnen auf die Finger schauen, bereitet das Sushi-Team um Chef Kei Ito traditionelle und moderne Varianten von Sushi und Sashimi aus Thunfisch, Lachs, Yellow Snapper, Garnelen und anderen Fischarten.



MEDITERRAN:
In verschiedenen Blau-, Creme- und Goldtönen soll das Interieur im neuen Solis-Restaurant die Leichtigkeit und Beschwingtheit des Mittelmeers einfangen.



Mit großer Teeauswahl und Köstlichkeiten auf der Etagere wird die Tea-Time in der Observation-Bar auf Deck 11 zelebriert. Scones und Clotted Cream gehören selbstverständlich dazu.



WEINAUSWAHL: In den Weinkühlschränken von Chef-Sommelier Izlem Yilmaz finden Gäste im Fine-Dining-Restaurant Solis und im Hauptrestaurant The Restaurant neben der inkludierten Weinvielfalt auch zahlreiche Schätze für besondere Anlässe.



LÄSSIGE ELEGANZ: Gäste können im Solis gerne elegant gekleidet dinieren – müssen aber nicht. Bis auf das Fine-Dining-Restaurant Solis ist in den weiteren Restaurants freie Platzwahl. Das Design-Duo My Nguyen, Direktor Interior Design, sowie Linh Nguyen, Senior Interior Manager, haben das Solis entworfen.



HANDWERKSKUNST:
Mundgeblasene Kunst aus italienischem Muranoglas ist im Treppenhaus und an verschiedenen Stellen – so auch im neuen Solis-Restaurant (S.30 oben) und im The Restaurant – ein echter Hingucker.



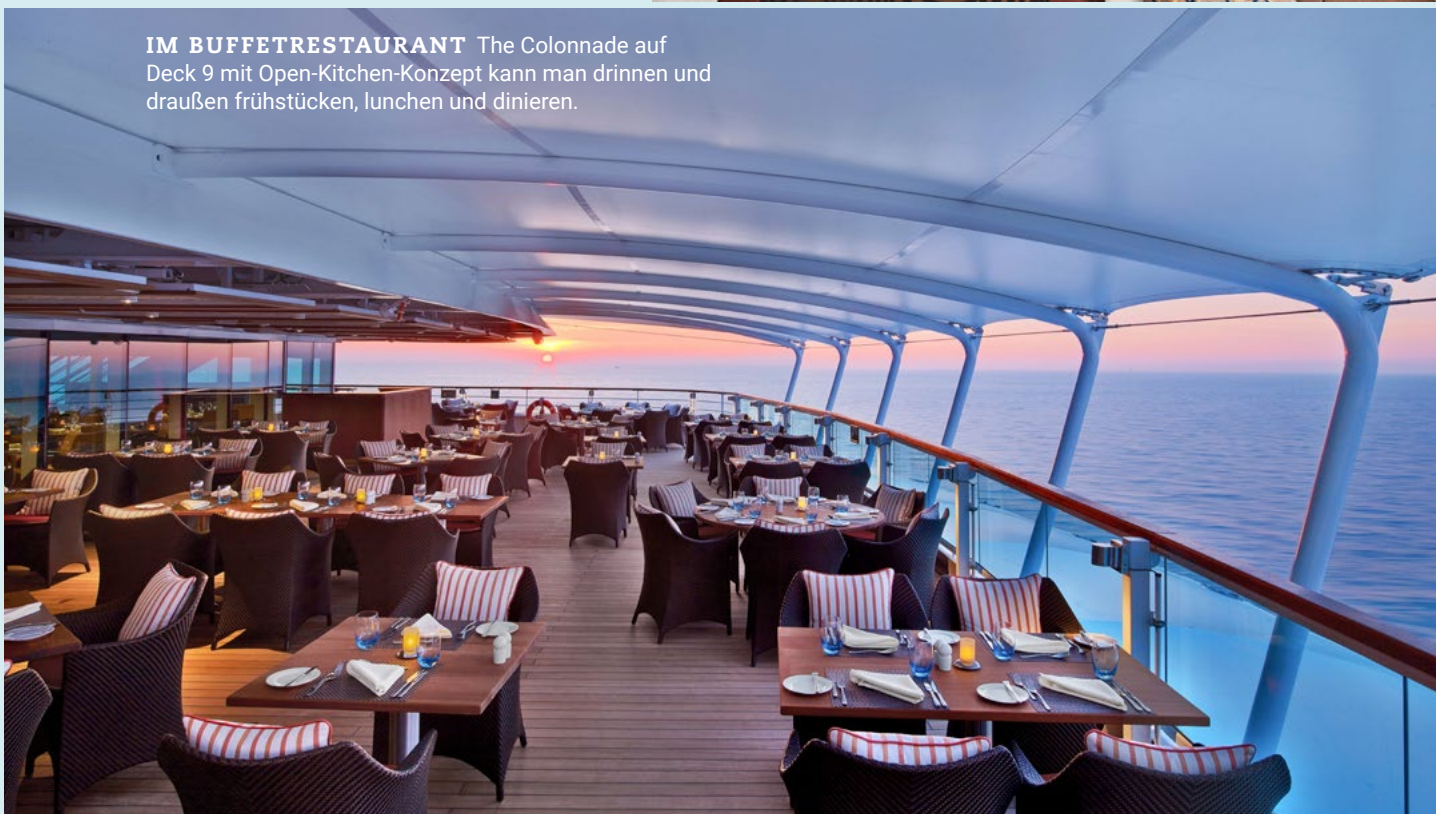
Gastro-Konzept

Die fünf verschiedenen Restaurants The Colonnade, The Restaurant, Solis, Earth & Ocean at The Patio und Sushi sowie das In Suite-Dining gehören zum neuen Kulinarik-Konzept auf der Seabourn-Flotte. Das kulinarische Angebot inkludiert eine große Weinauswahl sowie Drink- und Cocktaillangebote in den Bars. Bis auf wenige Ausnahmen sind sie im All-inclusive-Konzept enthalten. Beim Styling ist es trotz Luxus entspannt: Auch fürs Solis ist ein schlichtes Cocktailkleid angemessen.



Auf der Seabourn Ovation und ihrem Schwesterschiff Seabourn Encore haben alle Suiten neben dem großzügigen Schlaf- und Wohnbereich eine eigene Veranda.

IM BUFFETRESTAURANT The Colonnade auf Deck 9 mit Open-Kitchen-Konzept kann man drinnen und draußen frühstücken, lunchen und dinieren.





Michael Baden
(ganz links), Chief
Commercial Officer,
freute sich über die
Award-Gewinner
genauso wie die
Preisträger.



GROSSE SHOW:
Vor dem Gala-Empfang genossen
die Teilnehmer eine grandiose
Musiceinlage des Show-Ensembles
an Bord.



STOLZE PREISTRÄGERIN:
Den Preis für „Bester Verkäufer
Weltreisen“ erhält Samira Salih
von [Kreuzfahrtberater.de](https://www.kreuzfahrtberater.de)

Awards auf hoher See

nicko cruises feierte im Rahmen ihres Partner-Bonus-Programms nickoSTARS die diesjährige Award-Cruise auf ihrem Hochseeschiff Vasco da Gama nach Amsterdam und zurück. Es ging recht pink zu.

Text Jean-Marc Göttert

Bei der viertägigen Reise auf der Vasco da Gama unter strahlend blauem Himmel, begleitet von einem erlebnisreichen Ausflugsprogramm, wurden sowohl gemeinsame Erfolge von nicko cruises und ihren Vertriebspartnern hervorgehoben, als auch neue Inspiration und Motivation für kommende Herausforderungen geschöpft.

Höhepunkt der Reise bildete die glamouröse Award-Nacht, bei der die besten Vertriebspartner geehrt wurden. In diesem Jahr verlieh

Michael Baden, Chief Commercial Officer, insgesamt elf nickoSTARS-Awards an seine Top-Partner. Diese wurden in den Kategorien „Bester Verkäufer Flussreisen“, „Bester Verkäufer Kreuzfahrten“, „Bester Verkäufer Weltreisen“, „Bester Gruppenpartner Flussreisen“, „Bester Gruppenpartner Kreuzfahrten“, „Bestes Online-Reisebüro“, „Beste Reisebüro-Kette“, „Bester Busveranstalter“, „Newcomer“, „Reisebüro mit bester Entwicklung“ und „Reisebüro mit besten Marketingideen“ in den Bereichen Fluss und Hoch-

see vergeben. „Diese Reise ist nicht nur ein wertschätzendes Dankeschön an unsere Spitzenvertriebspartner, sondern auch eine hervorragende Gelegenheit, die Bindungen innerhalb der nickoSTARS-Familie zu stärken“, erklärt Baden. „Die Leidenschaft und das Engagement, mit dem die Partner unsere Philosophie ‚time to discover‘ und ‚Slow Cruising‘ vermitteln, tragen dazu bei, dass nicko cruises als Synonym für herausragende Kreuzfahrterlebnisse gilt“, ergänzt Head of Sales Bert Freter.

Während der Kreuzfahrt mit der Vasco da Gama bot nicko cruises ihren nominierten Vertriebspartnern neben vielen Informationen zu Produktneuheiten und -portfolio auch ein vielseitiges Programm.

Buntes Begleitprogramm für die Partner

Den Auftakt machte am ersten Abend ein Get-together in der maritimen Lounge „The Dome“. Auf der Weiterreise nach Amsterdam präsentierte das Außendienst-Team seinen Partnern das neue See- und Weltreisen-Programm der Vasco da Gama 2025/2026. Anschließend hatten die Gäste die Möglichkeit, mit den jeweiligen Ansprechpartnern von nicko cruises Gespräche zur Vermarktungsstrategie zu führen.

Nach dem Anlegen des Schiffes in Amsterdam konnten die Teilnehmer das besondere Flair der niederländischen Metropole erkunden.



TRVL Counter TV:
Michael Baden über
die Bedeutung des
Reisebüro-Vertriebs

Als erstes großes Highlight erwartete die Teilnehmer der Award-Cruise am Abend eine Party in der Pink Beach-Eventlocation in Amsterdam, bei der bis spät in die Nacht gefeiert wurde.

Nach dem Sail Away aus Amsterdam am frühen Nachmittag des nächsten Seetags luden Michael Baden und Bert Freter zunächst zu einem lockeren Zusammensein im „Hollywood's“ ein, bei dem sie spannende und unterhaltende Einblicke aus dem nicko-Nähkästchen preisgaben. Zusätzlich stellte das Außendienst-Team den interessierten Reisebüro-Partnern das neue Programm nicko cruises Flussreisen 2025 vor.

Das glamouröse und heiß ersehnte Highlight der Reise startete mit einem Gala-Empfang im „The Dome“, gefolgt von einem exklusiven Abendessen in den beiden Restaurants Mediterranean und Fusion. Danach mussten sich die



SANFTE KLÄNGE: Als Frontmann der Band gibt sich hier nicko cruises-CCO Michael Baden ganz in Pink und mit aufblasbarer E-Gitarre.



SCHÖN LÄCHELN FÜR DIE KAMERA: Die Jungstruppe hatte ihren Spaß im einheitlichen Hawaii-Hemd-Look.



NICHTS SCHÖNERES ALS EIN BÄLLEBAD: Das nicko cruises-Team lässt sich mal hängen, offensichtlich mit Spaß. Julia Wedemeyer von LCC mit Wolfgang Anderiasch (rechts unten) freuen sich über den netten Abend.



Nominierten nicht länger gedulden: Endlich wurden die „nicko-STARS“-Awards feierlich an die diesjährigen Preisträger verliehen. Es versteht sich von selbst, dass man es sich nicht nehmen ließ, die Erfolge bei der Aftershow-Party bis in die frühen Morgenstunden zu feiern. Nach der Rückkehr in Bremerhaven fand die Award-Cruise 2024 am nächsten Vormittag ihren Abschluss, der nicht nur für die Preisträger in bester Erinnerung bleiben dürfte.

Das Partner-Bonusprogramm nickoSTARS
Mit dem Bonusprogramm „nicko-STARS“ sammeln Vertriebspartner für jeden Euro Umsatz im Fluss- und Hochseebereich automatisch je einen Punkt. Insgesamt gibt es dabei vier unterschiedliche Punkte-Stufen: GO-, PRO-, TOP- und STAR-Level. Je nach Punktezahl qualifizieren sich die Partner für eine Stufe und erhalten verschiedene Vorteile, Vergünstigungen und Verkaufsunter-

stützungen sowie kostenlose Kabinen. Die Berechnung erfolgt rückwirkend auf Basis der Umsätze im Buchungszeitraum vom 1. Oktober bis zum 30. September des Folgejahres ohne gesonderte Anmeldung und ab der ersten Buchung in dem Zeitraum. Den Status, den Vertriebspartner dadurch erreichen, behalten sie jeweils für die folgenden zwölf Monate. ⚓

➔ <https://www.nicko-cruises.de>



ERÖFFNUNG: Zum Knopfdrücken kamen hochrangige Politiker, darunter Dieter Janecek, Koordinator der Bundesregierung für Maritime Wirtschaft, und Melanie Leonhard, Senatorin für Wirtschaft und Innovation in Hamburg (Bildmitte).

ALLES VOLL IM BLICK

Das modernisierte Fleet Operations Center in Hamburg dient als zentrale Anlaufstelle und Supportcenter für 31 Kreuzfahrtschiffe, darunter elf AIDA-Schiffe und 20 weitere der Carnival Corporation.

AIDA Cruises hat am 2. September 2024 das modernisierte Fleet Operations Center (FOC) in Hamburg eröffnet. Die Investition macht Hamburg zum Standort des modernsten Zentrums seiner Art in Deutschland. Die Investition in neue Hardware und maßgeschneiderte Software setze neue Maßstäbe in der Kreuzfahrtbranche, erklärte Felix Eichhorn, Präsident von AIDA Cruises.

Das FOC-Team steht den Kapitänen und Offizieren rund um die Uhr zur Seite, um sie bei nautischen und technischen Herausforderungen zu unterstützen. Auf über 250 Quadratmetern werden alle relevanten Daten der Kreuzfahrtschiffe in Echtzeit erfasst, darunter Geschwindigkeits-, Wetter- und Navigationsdaten sowie technische Informationen aus den Maschinenräumen. Diese Daten helfen den Schiffsbesatzungen, den Kraftstoff- und Energieverbrauch, die Routenplanung und Logistikprozesse in

den weltweit über 250 AIDA-Häfen zu optimieren.

Ein moderner Schiffssimulator und der „Tactical Table“ ermöglichen es, verschiedene Szenarien zu simulieren und individuelle Trainings durchzuführen.

Das satellitengestützte Monitoring-System des FOC sammelt täglich Millionen von Schiffsdaten, die durch Algorithmen analysiert werden. Basierend auf diesen Daten kann der Reiseverlauf an aktuelle Bedingungen angepasst und optimiert werden.

Die digitale Analyse unterstützt zudem die Reduzierung von CO2-Emissionen durch effizienteren Treibstoff- und Energieverbrauch. Eine eigens entwickelte Software verbessert kontinuierlich das Umweltmanagement und schützt maritime Ökosysteme. Mit einer digitalen Umweltseekarte werden über 500 internationale und nationale Umweltzonen überwacht. Eine 18 Meter breite Videowand zeigt alle

relevanten Informationen wie Wetter, Routen, Radarbilder und Energieverbrauch.

Der „Tactical Table“ und der „Part Task Simulator“ ermöglichen Simulationen für Manöver und Routen, wie zum Beispiel Hafeneinfahrten bei starkem Wind.

An vier Operation Desks arbeitet ein internationales Team aus nautisch ausgebildeten Superintendents rund um die Uhr, um den Betrieb der Schiffe zu unterstützen. Sie analysieren Wetterlagen, liefern Informationen und bieten Lösungen für unvorhergesehene Bedingungen. Die Mitarbeiter verfügen über umfangreiche nautische Erfahrung, viele besitzen Kapitänspatente und Zertifizierungen für verschiedene Schiffsklassen.

Mit der Modernisierung investiert Carnival Maritime in den Standort Hamburg und stärkt dessen Position als internationales Kompetenzzentrum für die Schifffahrt. ⚓

„Da ist immer diese Abenteuerlust in mir“

Die Trennung der Expeditionssparte HX von der traditionellen Postschiffsparte Hurtigruten ist fast vollzogen. TRVL Counter sprach mit Gebhard Rainer, dem neuen CEO von HX, über Kreuzfahrt und Nachhaltigkeit, das neue All-inclusive Konzept und das neue Provisionsmodell ab September.

Interview: Jean-Marc Göttert // Mitarbeit: Iris Quirin

Herr Rainer, die Gegensätze scheinen kaum größer zu sein: Wie kommt ein Tiroler, der in der Hotellerie- und Luxusbranche gearbeitet hat, zu einem norwegischen Kreuzfahrt-unternehmen?

Ich war immer schon neugierig und wollte die Welt erkunden. Ich bin mit 19 aus Österreich weggegangen und habe die Sparte Hotellerie gewählt und dort Karriere gemacht. Nach 26 Jahren bei Hyatt habe ich dann in die Einzelhandelsbranche nach New York gewechselt. Ich hatte damals das auf Luxusgüter wie Handtaschen spezialisierte Unternehmen Coach dabei unterstützt, seine Marke neu zu positionieren und alle Boutiquen – weltweit über tausend – neu zu gestalten und mehr auf die Kunden zu fokussieren. Ich kam dann wieder zurück in die Hotellerie, als Sandals mich ansprach.

Sie sind im Laufe Ihrer Karriere immer wieder zu neuen Ufern aufgebrochen ...

Ja genau. Es liegt an der Abenteuerlust in mir, etwas Neues zu erfahren und zu wissen, dass ich bei jeder neuen Aufgabe mit frischen Augen darauf schauen kann. Als sich die Möglichkeit mit HX ergeben hat, hatte ich viele interessante Gespräche geführt. Nun kann ich

für ein Unternehmen arbeiten, dessen Prinzipien sehr stark mit meinen übereinstimmen, was Nachhaltigkeit, Wissenschaft und Bildung auf Reisen betrifft.

„Eine gute Beratung funktioniert am besten über Emotionen, wenn die Expeditionen ihren Kunden Geschichten von ihren Reisen erzählen und deren Abenteuerlust wecken.“

Wie hat Ihre Frau reagiert, als Sie ihr vom neuen Arbeitgeber und dem Arbeitsort berichtet haben?

Zuerst war meine Frau wegen der Branche etwas verblüfft. Doch im Grunde sind sich Kreuzfahrt und Hotellerie ziemlich ähnlich: Ein Schiff ist auch eine Art Hotel, nur mit einem täglich wechselnden Blick aus dem Fenster. Was neu dazukommt, ist natürlich der marine Teil, die Schiffsführung und der Expeditionsteil. Meine Frau und ich hatten aber schon länger davon gesprochen, uns mit unseren Kindern mehr auf Europa zu fokussieren. Daher sagte sie schnell: Ja, das passt sehr gut!

Welcher Anteil aus der Hotellerie fließt in Ihre Arbeit bei HX ein und

welcher aus Ihrer Tätigkeit beim US-Modehaus Coach?

Der Hotelanteil nimmt ein gutes Drittel ein. Die Kunden sind ähnlich, auch bei den Reisebüros, mit denen wir zusammenarbeiten, gibt es viele Überschneidungen. Meine Erfahrungen von Coach fließen bei der Markenbildung ein. Bei HX geht es darum, die neue Marke in Deutschland richtig zu positionieren, ohne die Vorteile der erfolgreichen Marke Hurtigruten zu verlieren. HX, als führende Expeditionsfirma, und Hurtigruten auf der traditionellen Postschiffroute entlang der norwegischen Küste, blicken auf dieselbe Geschichte zurück, die 1896 mit der weltweit ersten Expeditionsreise begann.

Sie sind seit März an Bord. Was sind die ersten Schritte bei HX?

Vorrangig möchte ich die Partnerschaften mit unseren B2B-Partnern erhöhen und mehr Ressourcen dafür zur Verfügung stellen, etwa mehr Finanzmittel für gemeinsame Marketingaktivitäten. Ich will Stabilität in das Partnernetzwerk bringen und die Kommunikation sowie das Wissen über Expeditionskreuzfahrten und was wir als HX darstellen, erhöhen. Außerdem möchte ich die Effizienz intern erhöhen, was das Kreieren von wertvollen und sinnvollen Reisen betrifft. Auch

PLASTIKFREI: Bereits seit 2008 ist Einwegplastik an Bord verboten. HX-Gäste erhalten nachfüllbare Flaschen von Ocean Bottle. Durch den Verkauf der Ocean Bottles finanziert das Londoner Unternehmen das Sammeln von Plastikmüll aus dem Meer – jede Trinkflasche entspricht rund 1.000 Plastikflaschen.

GEBHARD RAINER

Der gebürtige Tiroler Gebhard Rainer ist seit dem 15. Juli 2024 neuer CEO von HX. Er bringt einen reichen Erfahrungsschatz aus der Hotellerie- und Luxus-Branche mit. Zuletzt war er CEO von Sandals Resorts International. Davor war er beim US-Luxus-Modehaus Coach als President & Chief Operating Officer sowie bei Hyatt Hotels Corporation als Chief Financial Officer Africa and the Middle East.

NORD-GRÖNLAND: Im Vaigat Sound gibt es gute Plätze zum Anlanden, um die Landschaft und arktische Flora und Fauna zu erkunden.




ab 2030
emissionsfrei
Mit „Sea Zero“ stellt Hurtigruten ein Schiffskonzept vor, das mit innovativen 60-Megawatt-Batterien, einziehbaren Segeln sowie mit Solarzellen und mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz fährt.



Fotos: Hurtigruten Expeditions (HX)

MS SPITZBERGEN: Zum Höhepunkt der Nordlicht-Saison wird im Januar 2026 erstmals die Reise „Arktisches Norwegen“ starten. Die achttägige Expedition findet nördlich des Polarkreises statt. Wegen seiner Manövrierfähigkeit und Größe ist die MS Spitzbergen für die Erkundung von Polargewässern bestens geeignet. Zodiacs bringen die Gäste an Land.

lassen sich einige Geschäftsabläufe vereinfachen.

Eine Expeditionskreuzfahrt zu verkaufen, erfordert viel Expertise. Dazu kommt das Luxus-Segment. Wie unterstützt HX die Expedienten, seine Produkte besser zu erklären und zu verkaufen?

Wir bieten Produktschulungen an und führen Gespräche. Auch unser Vertriebsteam schult die Reiseberater, wir laden sie zu Seminaren und FAM-Trips ein, bei denen sie unsere Schiffe, unseren Service und unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten erleben. Eine gute Beratung funktioniert am besten über die emotionale Schiene, wenn die Expedienten ihren Kunden Geschichten von ihren Reisen erzählen können und deren Abenteuerlust wecken.

Wie sieht es mit dem neuen Provisionsmodell für 2025 aus?

Seit dem 1. September 2024 gilt eine gesteigerte Basisprovision von 15 Prozent für alle Buchungen, die nach diesem Datum getätigt werden und Reisen betreffen, die ab dem 1. Januar 2025 beginnen. Diese Vergütung gilt exklusiv für alle deutschen Partner. Wir wollen damit die Zusammenarbeit mit Reisebüros stärken und ausbauen. Wir wollen die Nummer Eins der Expeditions-Seereiseanbieter in Deutschland sein.

Sie waren selbst auf Expeditionskreuzfahrt. Wie war das Gefühl, zum ersten Mal mit einem roten HX-Parker anzulanden?

Das war schon etwas echt Besonderes! Ich wollte sehen, was unsere Gäste erfahren und wie eine solche Kreuzfahrt abläuft, damit ich weiß, was realisierbar ist und was nicht. Ich spreche nicht gerne über Dinge, die man nicht umsetzen kann. An Bord kannte mich nur die Crew. Ich konnte mich ganz normal mit den Gästen unterhalten und habe viele Einblicke in ihre Sicht und Erfahrungen bekommen. Einmal war ich mit Gästen und unseren Wissenschaftlern beim Sammeln von

„Vorrangig möchte ich die Partnerschaften mit unseren B2B-Partnern erhöhen und mehr Ressourcen für diesen Bereich zur Verfügung stellen, etwa mehr Finanzmittel für gemeinsame Marketingaktivitäten.“

Plankton-Daten auf einem Zodiac unterwegs. Neben mir saßen zwei Damen, die nicht gut Englisch sprachen. Ich habe für sie die Ausführungen der Wissenschaftler übersetzt, wie man die Plankton-Dichte misst. Da sagte eine der Damen ganz überrascht: „Ach, sie machen ja hier wirklich Wissenschaft! Ich dachte, das sei alles nur Show für uns Touristen!“ Das war interessant, was die Damen dann alles wissen wollten und gefragt haben!

Expeditionskreuzfahrten stehen bekanntlich für Luxus. Was bedeutet für Sie Luxus bei Reisen?

Generell würde ich sagen, Luxus ist heute die Umsetzung von sinnvollem Reisen mit Komfort. Es geht nicht mehr um das Materielle wie die vielzitierten goldenen Wasser-

hähne, sondern um das Emotionale, also etwas, das man nicht anfassen kann. Anspruchsvolle Gäste wollen nicht nur am Strand liegen, sondern etwas Besonderes erleben, etwa in die Geschichte oder in die Architektur der Destination eintauchen. Und sie wollen mehr über ihr Reiseziel wissen. Gekoppelt mit der Grunderwartung, was den Standard von gut ausgestatteten Kabinen betrifft, sowie der Qualität des Essens. Gewisse Standards müssen natürlich erfüllt sein, sonst ist man nicht im Luxussegment unterwegs.

Ist es nicht so, dass Tourismus häufig auch das zerstört, was man bewahren möchte?

Wir sind der Überzeugung, dass wir mehr Gutes tun und die Menschen vor Ort auf zwei Arten unterstützen: Wir helfen ihnen wirtschaftlich und wir bringen Menschen zu ihnen, die, wenn sie zurückkommen, einen erweiterten Horizont haben. Sie werden sensibilisiert für die Belange der Regionen und die Notwendigkeit, die Umwelt zu schützen, und können ihre Erfahrungen zu Hause weitergeben. Für uns ist es sehr wichtig, dass der Wissenschaftsanteil und die Bildung einen hohen Stellenwert



FASZINATION EXPEDITIONSFAHRT:
HX-Chef Gebhard Rainer steuert das Unternehmen im Sinne der Nachhaltigkeit und des Schutzes der bereisten Regionen.



TRVL Counter TV:
Gebhard Rainer im Kurzvideo über die Zusammenarbeit mit den Reisebüro-Partnern

auf unseren Expeditionen haben. Daher beschäftigen wir einige der qualifiziertesten Expeditionsleiter und sind in Organisationen wie der IAATO und AECO zum Schutz der Regionen vertreten, die wir bereisen, und die sich für die Umwelt in sensiblen Fahrtgebieten wie der Antarktis und Arktis einsetzen.

In der Gesellschaft gibt es zunehmend Kritik an Fernreisen, gerade von Jüngeren. Wie kann man Nachhaltigkeit in der Expeditions-kreuzfahrt besser verankern?

Ich denke, unsere Aufgabe im Tourismus muss es sein, den Menschen mehr Wissen zu vermitteln, damit sie die Zusammenhänge besser verstehen und nachhaltiges Handeln unterstützen. Wir sind übrigens die einzige Expeditions-kreuzfahrtfirma, die seit 2009 Schweröl-frei fährt.

Nachhaltiger Tourismus hat aber doch seinen Preis.

Deswegen kann nicht alles einfach „verscherbelt“ werden, wie es zu Corona-Zeiten teilweise der Fall war, als eine Kreuzfahrt günstiger war, als das Leben zu Hause. Wenn ich für eine Woche auf einem Kreuzfahrtschiff 400 Euro bezahle, dann ist das schlicht skandalös.

Wie entwickeln sich die Umsatz- und Passagierzahlen nach der Pandemie bei HX?

Vor meinem Amtsantritt hatte HX bereits für dieses Jahr eine Korrektur in der Projektion vorgenommen. Wir liegen aktuell im Plan. Für 2025 sind die Buchungszahlen sehr gut! Derzeit liegen sie über denen der vorigen Jahren. Vom Buchungszeitraum her sind wir jetzt fast wieder zurück auf dem Niveau von 2019. Wir stellen fest, dass die Gäste längerfristiger planen. Wir verkaufen jetzt Expeditionskreuzfahrten für die Jahre 2025 und 2026 und sind in der Planung für 2027.

Welche Neuigkeiten wird es 2025/2026 geben?

Wir haben einiges vor. Bereits im

kommenden Oktober führen wir unser neues All-inclusive-Konzept ein. Ich denke, das wird von unseren Kunden sehr positiv aufgenommen werden. Ausflüge und Aktivitäten, Zugang zum Science Center, Mahlzeiten, Trinkgelder und Getränke sind inklusive. Die Gäste können zusätzlich bestimmte Upgrades kaufen, etwa ausgewählte Ausflüge und exklusive Erlebnisse mit begrenzter Kapazität, Fine Dining, Spa-Anwendungen oder Premium-Getränke.

„Im Oktober führen wir ein neues All-inclusive-Konzept ein. Durch die Einbindung vieler Leistungen wird das Reiseerlebnis komfortabler und die Beratung am Counter einfacher.“

Welche neuen Routen nehmen Sie in Ihr Programm auf?

Durch unsere Kooperation mit Air Greenland, die übrigens mit dem höchsten Anteil nachhaltig produziertem SAF fliegt, konnten wir Expeditionskreuzfahrten ab Nuuk entlang der Westküste bis in den Norden Grönlands in unser Programm aufnehmen. Weitere Expeditionen, wie in die kanadische Arktis, starten ebenfalls ab Nuuk. Die Nordwestpassage ist neu mit Stopps bis nach Alaska. Wir werden Ende 2025, Anfang 2026 die neue Nordlichterrouten nach Nord-Norwegen anbieten. In der Antarktis haben wir neue Anlandungsmöglichkeiten, die sonst keiner im Programm hat. Die Galapagos-Inseln bieten wir auf mehreren Reisen in unterschiedlicher Länge an, die sich kombinieren lassen.

Wie sieht es mit neuen Schiffen in den nächsten Jahren aus?

Es tut sich sehr viel bei umweltschonenden Antrieben. 2019 stellten wir mit der MS Roald Amundsen das weltweit erste Expeditionsschiff mit Hybridantrieb in Dienst,

2020 das zweite mit der MS Fridtjof Nansen. Dieser Antrieb reduziert den Kraftstoffverbrauch und die CO2-Emissionen um 20 Prozent. Da werden wir dranbleiben. Für 2025/2026 haben wir keine neuen Schiffe in Planung. Ab 2027 werden wir die nächste Generation von Expeditionsschiffen angehen, um weiterhin beim Thema Nachhaltigkeit an der vordersten Front zu bleiben. Und wir werden die Flotte langsam ersetzen und ergänzen und neue Routen schaffen.

Wie sieht die Zusammenarbeit mit den Wissenschaftlern aus?

Wir arbeiten mit 20 Wissenschaftsinstituten zusammen und bieten ihnen jedes Jahr über 1.600 Übernachtungen an Bord unserer Expeditionsschiffe. Auf den Schiffen betreiben wir ein Science Center und wissenschaftliche Programme, bei denen die Gäste ihr Wissen über die besuchten Regionen vertiefen können. Die uns begleitenden Wissenschaftler halten Vorträge und erläutern die Hintergründe und Bedeutung ihrer Arbeit. Die jüngste Kooperation starteten wir im Mai mit der Helmholtz-Innovationsplattform SOOP. Die Abkürzung steht für „Shaping an Ocean of Possibilities“. Bei dieser Zusammenarbeit werden wissenschaftliche Daten von unseren Expeditionsschiffen erhoben und für die Forschung zur Verfügung gestellt.

Was war das Interessanteste an Bord, was Sie gesehen haben?

Außer dem Hybridantrieb waren es die Wärmerückgewinnungs- und die Wiederverwertungsanlagen. Es ist wirklich beeindruckend! Zum Beispiel wird das Wasser so weit geklärt, dass es Trinkwasserqualität hat. Wir verwenden es zwar nicht wieder als Trinkwasser, aber wir geben reines Wasser zurück ins Meer. Und wir recyceln den Abfall so weit, dass er sich am Ende auf einen Sack im Monat reduziert. ♻️

➔ <https://www.travelhx.com/de-de>



SCORESBYSUND:
Das größte Fjordsystem der Welt liegt in Grönland und erstreckt sich über 62.000 Quadratkilometer.



Fotos: Hurtigruten Expeditions (HX)

NORDWESTPASSAGE: An Bord der hochmodernen, Arktiseis-tauglichen Hybrid-Expeditionsschiffe fahren die Gäste durch Eisschollen über den berühmten Seeweg vom Atlantik zum Pazifik.

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



»Nicht nur die Einführung der Luftverkehrssteuer war falsch, auch das ganze Konstrukt dieser Abgabe, die mehrfach aufgehoben wurde, ist fehlerhaft.«

DRV-Präsident Norbert Fiebig



Foto: Corendon Airlines

CORENDON AIRLINES

Größeres Streckennetz und stärkerer Vertrieb

Nach einem starken Jahresauftakt und einem erfolgreichen Sommergeschäft mit mehr als zwei Millionen Passagieren (Januar bis August 2024; 20 Prozent Plus zum Vorjahreszeitraum) bietet Corendon Airlines in seinem 20-jährigen Jubiläumsjahr 2025 ein umfangreiches Flugprogramm für Urlaubsreisende ab Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der Sommerflugplan enthält in der

Hochsaison über 500 Verbindungen mit mehr als zwei Millionen Sitzplätzen pro Woche und bedient 18 Flughäfen. Auf dem Winterflugplan 2024/2025 stehen über 600.000 Sitzplätze von 24 Flughäfen zu beliebten Feriendestinationen, darunter die Kanarischen Inseln sowie Marsa Alam und Hurghada. Ein Fokus liegt auf Verbindungen in die Türkei, insbesondere nach Antalya. Auf ih-

ren Flügen aus Antalya setzt die Airline nachhaltigen Treibstoff (SAF) ein und erweitert ihr Engagement für den Klimaschutz durch die Kooperation mit der Plattform cOmmited.app. In diesem Jahr hat Corendon Airlines auch seine Vertriebs- und Verkaufsaktivitäten intensiviert, um sich stärker bei Kunden und Geschäftspartnern zu positionieren.

VORBILD SCHWEDEN

Verbände fordern Aus für Luftverkehrssteuer

Schweden hat angekündigt, im Juli 2025 die Steuer auf Flugtickets abzuschaffen. In Deutschland nutzen Verbände wie der Flughafenverband ADV und der DRV die Steilvorlage, um ihre Forderung nach Abschaffung der deutschen Luftverkehrssteuer zu erneuern. »Nicht nur die Erhöhung der Luftverkehrssteuer im Mai war falsch, sondern das gesamte Konstrukt dieser schon seit der Einführung mehrfach angehobenen Abgabe«, sagt DRV-Präsident Norbert Fiebig. »Auch deswegen, weil eine Zweck-



bindung der Steuereinnahmen für die Entwicklung und Produktion umweltfreundlicher Flug-Treibstoffe, wie es die Branche lange fordert,

nicht erfolgt ist.« Nach Auffassung von ADV-Hauptgeschäftsführer Ralph Beisel wird der Luftverkehrstandort Deutschland »durch eine verfehlte Politik« um eine Dekade zurückgeworfen: »Von deutschen Flughäfen werden weniger Flugziele und Strecken angeboten als vor zehn Jahren.« Im Vergleich 2023 zu 2013 seien es 190 Strecken weniger. Während Standorte im europäischen Ausland prosperierten, würgten die hohen regulativ bedingten Belastungen den Angebotsaufbau der Airlines in Deutschland ab.

URLAUBSGURU

Übernahme von 5vorFlug

Urlaubsguru hat 5vorFlug, das Last-Minute-Portal von FTI, und alle dazugehörigen Markenrechte übernommen. Mit einer Zwei-Marken-Strategie plant Urlaubsguru, Reiseangebote über einen zusätzlichen Vertriebskanal zu vermarkten und neue Zielgruppen zu erschließen.

Die beiden Portale sollen nebeneinander bestehen. Urlaubsguru wird weiterhin als Marke mit einem starkem Lifestyle-Fokus, inspirativen Inhalten und engem Community-Austausch agieren, während sich 5vorFlug an die kurzentschlossene und preis-sensiblere Zielgruppe richtet.



CHAMÄLEON

Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Chamäleon wird von den Partnern und der Jury des Deutschen Nachhaltigkeitspreises als einer der führenden Treiber der Transformation in Deutschland angesehen. Der Veranstalter hat sich durch seine innovativen und nachhaltigen Angebote einen Platz als Vorreiter der Branche erarbeitet, heißt es. Die Preisverleihung findet am 28. November 2024 in Düsseldorf statt.

Chamäleon-Gründer Ingo Lies sieht die Finalteilnahme als Bestätigung seines Engagements für nachhaltigen Tourismus.

Fotos: Chamäleon; iStock



Israel: Airlines nehmen Flüge auf

Mehrere Fluggesellschaften, darunter Lufthansa, Swiss, Austrian Airlines und Eurowings, bieten wieder Direktverbindungen von Deutschland, Österreich und der Schweiz nach Tel Aviv an. Die meisten Airlines starten ihre Flüge ab dem 5. September mit unterschiedlichen Flugfrequenzen.

DERTOUR GROUP

Wachstum mit Ananea Hotels

Die DERTOUR Group Hotel Division erweitert das Portfolio der im vergangenen Jahr eingeführten Marke Ananea Hotels. Bis Mitte 2025 sollen sieben Hotels hinzukommen. Der Fokus liegt dabei auf dem Mittelmeerraum mit Italien und Griechenland, auf Ägypten sowie auf der Fernstrecke mit Ostafrika und den Malediven. Bereits im Juli hat in Kalabrien das Ananea Tropea

Yachting Resort mit 57 Zimmern im Soft-Opening den Betrieb aufgenommen. Auf der Fernstrecke eröffnet die DERTOUR Group in diesem Jahr drei neue Hotels der Marke. Im August hat das Ananea Diamonds Athuruga im Süd-Ari-Atoll der Malediven den Betrieb aufgenommen. Im November ergänzen gleich zwei neue Hotels in Ostafrika das Portfolio: Das

Ananea Diamonds Mapenzi auf Sansibar und das Ananea Diamonds Malindi in Kenia. Im Frühling 2025 wird das zweite Ananea Hotel in Griechenland im Norden von Kreta im Küstenort Mochlos eröffnet sowie das erste Ananea in Ägypten. Das Lifestyle-Hotel mit 114 Zimmern liegt in Hurghada. Im Februar 2025 folgt ein weiteres Haus auf den Malediven.



LERNIDEE ERLEBNISREISEN

MEKONG-FLOTTE

Anlässlich des 20-jährigen Jubiläums seines Boutique-Programms für Schiffsreisen auf dem Mekong im nächsten Jahr erweitert der Berliner Reiseveranstalter Lernidee Erlebnisreisen seine Flotte um ein weiteres exklusives Flussschiff: Die Mekong Star wird ab Herbst 2025 als drittes eigenes Schiff auf dem laotischen Mekong unterwegs sein. Die 21 bis 39 Quadratmeter großen Kabinen verteilen sich auf drei Kategorien und verfügen über private Balkone.

NEUSEELAND

Touristengebühr verdreifacht

Neuseeland will die „International Visitor Conservation and Tourism Levy“ (IVL) von umgerechnet 20 auf 56 Euro erhöhen. Die Änderung soll zum 1. Oktober in Kraft treten. Der internationale Tourismus sei sehr wichtig für die Wirtschaft Neuseelands, aber auch mit Kosten für die lokalen Gemeinschaften verbunden, etwa

für die regionale Infrastruktur und Wartungs- und Instandhaltungskosten in den Naturschutzgebieten, so Tourismusminister Matt Doocoy. Die Gebühr mache rund drei Prozent der Gesamtausgaben eines Neuseeland-Besuchs aus. Bis Ende 2025 erwartet er Tourismuseinnahmen von sechs Milliarden Euro.

Fotos: DERTOUR; Thurgau Travel; iStock



THURGAU TRAVEL

ZWEI NEUE SCHIFFE

Mit rund 200 Abfahrten von März bis Dezember 2025 präsentiert Thurgau Travel ein erweitertes Flussreisen-Angebot. Mit der Douro Spirit in Portugal und der Lord of the Highlands in Schottland gibt es zwei Neuzugänge. Neu im internationalen Sortiment sind drei Flussreisen in Indien, etwa mit der Thurgau Ganga Vilas den Brahmaputra flussaufwärts zum Himalaya. In Deutschland erweitern fünf Reisen mit der Thurgau Saxionia und der Thurgau Chopin das Programm.

GOZO

Spätsommer im Mittelmeer

Der Spätsommer wartet auf Maltas Schwesterinsel mit sonnigen Temperaturen auf und bietet sowohl Aktiv- als auch Erholungsurlaub. Ob an den schönen Stränden und Buchten baden und entspannen oder an Wassersportaktivitäten und Outdooraction in der faszinierenden Natur teilnehmen – für jeden Geschmack ist etwas dabei. Dank guter Flugverbindungen von Deutschland aus ist der maltesische Archipel schnell und unkompliziert in weniger als drei Flugstunden per Direktflug zu erreichen. Informationen finden sich auf der [neuen Website von Gozo](#) sowie deren deutschen [Landingpage](#).



SPÄTSOMMERSPASS: Von der Hauptinsel Malta aus sind Reisende in nur 25 Minuten mit der Fähre auf Gozo.

Anzeige



DRV

HAUPTSTADTKONGRESS

3. DRV-HAUPTSTADTKONGRESS

10. – 11. Oktober 2024 | Hotel Titanic Chaussee Berlin

Anmeldung unter: drv-hauptstadtkongress.de

Sichern Sie sich jetzt Ihr Ticket! [#HK24](#)

AUSBLICK: Die Finca La Donaira im Herzen Andalusiens ist ein 700 Hektar großes Öko-Retreat mit einem Bio-Bauernhof und einem Reitzentrum mit Lusitano-Pferden.

Trend: Nachhaltigkeit

Anspruchsvolle Urlauber legen immer mehr Wert darauf, dass ihre Reisen nicht nur einen hohen Komfort bieten, sondern auch umweltfreundlich sind. Ihnen ist es wichtig, dass sie einen positiven Beitrag in den Destinationen leisten und die Menschen vor Ort unterstützen. Sie wohnen in Öko-Resorts und wollen wissen, woher die Lebensmittel kommen, die ihnen ihr Restaurant serviert.



LA DONAIRA: Im puristischen Öko-Luxus-Resort in Andalusien (links) werden die Lebensmittel biodynamisch angebaut.

FYNBOS FAMILY HOUSES: Familien oder Freunde bevorzugen geräumige Rückzugsorte wie hier in der Kapregion in Babylonstoren (rechts).

FARM TO TABLE: Die Lebensmittel in Babylonstoren (unten links) kommen direkt vom Feld auf den Tisch, die Tierhaltung ist artgerecht.

EINGEBETTET IN DIE LANDSCHAFT: Vom Pool aus haben die Gäste von Babylonstoren (unten rechts) einen schönen Blick auf den Simonsberg.



Was ist Luxus heute? Fragt man Experten wie Gebhard Rainer, den neuen CEO der Luxusexpeditionsmarke HX, nach seiner Definition, so sagt er: „Es geht nicht mehr um das Materielle wie die vielzitierten goldenen Wasserhähne, sondern um das Emotionale, also etwas, das man nicht anfassen kann. Anspruchsvolle Gäste wollen nicht nur am Strand liegen, sondern etwas Besonderes erleben, etwa in die Geschichte oder in die Architektur der Destination eintauchen.“

Luxusreisende wollen nicht mehr als Touristen wahrgenommen werden, sondern sprichwörtlich Land und Leute kennenlernen. Sie wollen in den Destinationen etwas Gutes bewirken, Ressourcen schonen und die Menschen vor Ort unterstützen. Im Luxus-Öko-Resort La Donaira in Andalusien etwa erfahren die Gäste bei geführten Touren durch die Gärten die Prinzipien der dort praktizierten biodynamischen Landwirtschaft.

Doch Luxus hat auch eine weitere wichtige Seite, wie Steffen Boehnke, CEO der TUI-Luxusmarke airtours, berichtet: „Luxus bedeutet auch Verzicht“, sagt er. „Wir erhalten viele Anfragen von unserer anspruchs-

vollen Klientel, die dorthin reisen möchte, wo es keinen Handyempfang gibt.“ Seine Gäste legen zunehmend Wert auf Erlebnisse und Begegnungen und nehmen für besondere Momente auch Anstrengungen in Kauf, wenn etwa ein besonderes Ziel nur durch einen beschwerlichen Fußmarsch erreicht werden kann.

Und sie wollen sich etwas Gutes tun: Wellness und Gesundheit für Körper und Geist stehen bei anspruchsvollen Urlaubern hoch im Kurs. Luxus-Wellness-Oasen laden mit neuen Konzepten an den schönsten Orten der Welt zur inneren Einnahme ein.

Das Zula Wellness Resort by Chiva-Som in Katar etwa verbindet als erstes die Traditionelle Arabische und Islamische Medizin (TAIM) mit einer ganzheitlichen Gesundheits- und Wohlbefindens-Philosophie, die von Chiva-Som, dem international anerkannten Wellness-Resort in Thailand, gegründet wurde.

Das SHA México auf der Halbinsel Yucatán bietet Therapien an, die von prähispanischen Kulturen inspiriert sind, wie etwa dem Temazcal-Ritual, die Körper und Geist heilen, die Gesundheit fördern und erhalten sollen. ♣

→ [Luxus-Magazin von Lufthansa City Center](#)

Foto: Babylonstoren; La Donaira



DINING EXPERIENCE:
Das Personal der Amankora-Lodge in Bhutan bereitet für seine Gäste das Dinner im Grünen vor – mit einmaligem Blick auf die Berge des Himalayas.

AMANKORA:
Fünf Amankora-Lodges im spirituellen und majestätischen Bergkönigreich Bhutan laden zu Erlebnisreisen der besonderen Art durch fünf Täler des Himalayas ein.

Trend: Eintauchen und Erleben

Luxusurlauber wollen nicht nur als Touristen wahrgenommen werden, sie wünschen sich echte Begegnungen und Interaktionen mit der einheimischen Bevölkerung. Individuelle und auf ihre Interessen abgestimmte Erlebnisse sollen ihre Reise zu etwas Besonderem machen und ihnen tiefere Einblicke in die Kultur, die Natur und das Leben der Menschen ermöglichen. Dies kann durch kulinarische Erlebnisse, wie das Kochen traditioneller Gerichte mit einem lokalen Koch, ein privates Dinner in der Natur mit lokalen Produkten oder durch den Besuch eines buddhistischen Klosters geschehen.

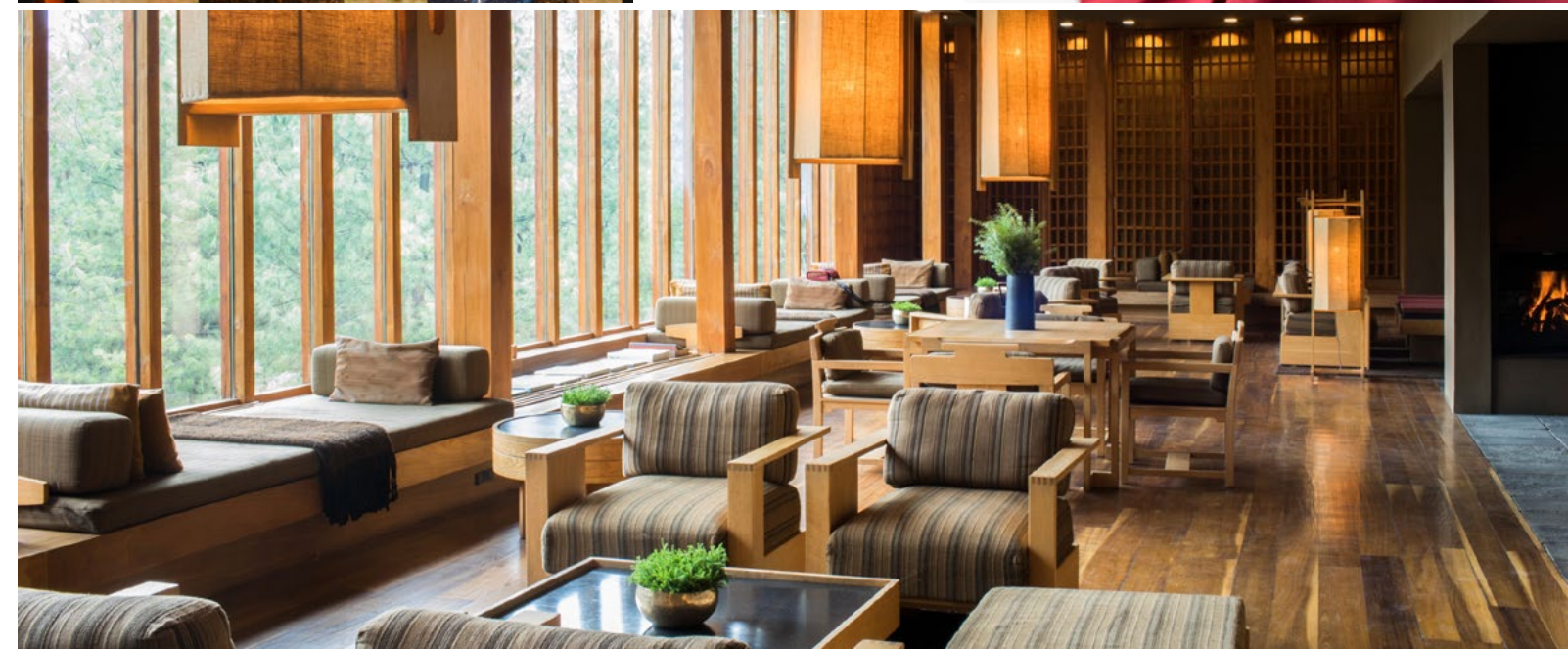
Fotos: Amankora



MINIMALISTISCH:
Das Interieur der unaufdringlich in die Landschaft integrierten Amankora-Lodge im Himalaya (oben) ist holzgetäfelt und mit erdfarbenen Stoffen ausgestattet.

STÄRKUNG FÜR KÖRPER UND GEIST:
Zu den Gerichten aus der Region werden beim Dinner in der Natur erlesene Weine serviert.

AMANKORA PARO LODGE: Sie liegt in einem Pinienwald auf 2.520 Metern Höhe. Von der weitläufigen Lounge (unten) mit Bar aus blicken die Gäste auf die ehemalige buddhistische Klosterfestung Drukyl-Dzongn.

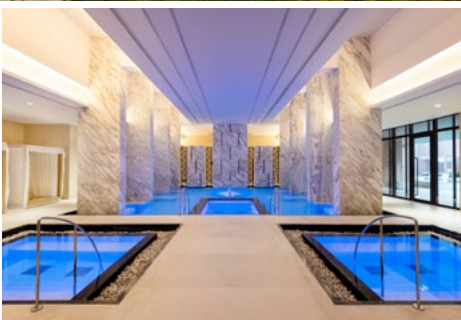




WELLNESS-CLINIC MIT PRIVATSTRAND:
Das SHA México (oben und links) lädt auf der Halbinsel Yucatán zur geistigen und körperlichen Rundumerneuerung ein (oben und links).

SERENITY POOL:
Eine positive und nachhaltige Lebensstiländerung der Gäste steht im Zula Wellness Resort by Chiva-Som in Katar auf dem Programm (rechts).

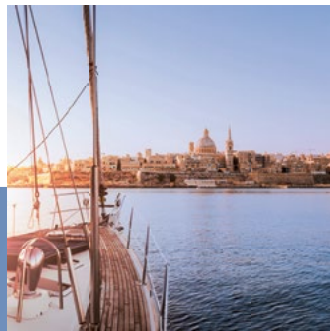
GANZHEITLICH:
Das Zula (links unten) verbindet erstmals die Traditionelle Arabische und die Islamische Medizin (TAIM) mit modernen Therapien und Gesundheitspraktiken. Meditiert wird unter freiem Himmel.



Trend: Wellness und Gesundheit

In unserer hektischen Welt stehen die innere Einkehr und die Harmonie zwischen Körper, Geist und Seele bei vielen Luxusreisenden im Mittelpunkt. Luxus-Wellness-Oasen an den schönsten Orten der Welt bieten ihnen individuell abgestimmte Spa-Behandlungen und Wellness-Programme an, die von Aroma- und Anti-Aging-Therapien bis zur ästhetischen Medizin und kognitiven Stimulation reichen. Personal-Trainer und Ernährungsberater stellen ihnen maßgeschneiderte Fitness- und Ernährungspläne zusammen, die sie zu Hause zum Erhalt ihrer positiven Energie weiter befolgen können.

Foto: Zula; SHA Wellness Clinic



MALTA, GOZO & COMINO STILVOLL DEN SOMMER VERLÄNGERN



- Ideal für Kurz- & Wochenendtrips
- Weniger als drei Stunden Flugzeit
- Eine Fülle an Kultur & Genuss
- Mehr als 300 Sonnentage im Jahr
- Mediterrane Gastfreundschaft & traumhafte Luxushotels

Entdecken Sie jetzt alle Hotel-Highlights unter malta.reise/uebernachten-mit-stil/



ATLANTIK-KANADA:

Highlights wie Walbesichtigungstouren oder die höchsten Gezeitenwellen der Welt in der Bay of Fundy erleben die Besucher in Kanadas östlichen Provinzen Nova Scotia, New Brunswick, Neufundland und Labrador sowie Prince Edward Island.

Kanada als Ganzjahresziel

„A World of Opportunity“ heißt die auf der Reisemesse RVC 2024 in Edmonton vorgestellte Tourismus-Strategie, mit der Kanada wieder unter die Top-7-Reiseziele der Welt kommen will. Eine der Maßnahmen: Kanada soll eine Ganzjahresdestination werden. Das Potenzial ist groß.

Text Iris Quirin

Kanada, das mit rund zehn Millionen Quadratkilometern zweitgrößte Land der Welt, bietet zwischen dem Atlantik und dem Pazifischen Ozean, dem Arktischen Ozean und den USA zu jeder Jahreszeit einzigartige Erlebnisse: Im Sommer lädt bei milden Temperaturen die schier endlose Natur zu Outdoor-Aktivitäten ein: Die Rocky Mountains in Alberta sind ein Paradies für Wanderer und Kletterer, während die Great Lakes, vor allem der Lake Superior in Ontario, zum Schwimmen, Segeln und Kajakfahren einladen. Vancouver und die Westküste bieten eine spannende Mischung aus Stadtleben und Natur mit Stränden, Wäldern und den nahegelegenen Whistler-Bergen. Ein Highlight des Sommers sind die Festivals in vielen Städten wie Montréal und Toronto, die zu Musik, Kunst und kulinarischen Erlebnissen einladen. Naturliebhaber kommen in den Nationalparks wie Banff und Jasper auf Wanderungen mit Wildtiersichtungen wie Bären, Elchen und Wölfen auf ihr Kosten. Im Herbst begeistert der Osten Kanadas mit seinem „Indian Summer“. Die milden Temperaturen eignen sich für Fahrradtouren und Ausflüge, etwa zu den Niagarafäl-

len. Weinanbaugebiete in British Columbia und Ontario laden zu Verkostungen ein. Im Winter finden Skifahrer, Snowboarder und Langläufer perfekte Bedingungen in den Skigebieten von Whistler, Banff und Mont-Tremblant. Abseits der Pisten unternehmen Wintersportler Hundeschlittenfahrten oder Schneeschuhwanderungen. Das Highlight dieser Jahreszeit sind die Nordlichter, die in den nördlichen Provinzen wie Yukon oder den Northwest Territories besonders oft in rot-grün-blau-violetten Farben am Himmel tanzen. Gemütlich wird es in Städten wie Québec City und Montréal mit ihren Weihnachtsmärkten und Festivals. Sehenswert ist der größte Winterkarneval der Welt in Québec.

Wenn die Temperaturen im Frühling wieder milder werden, laden rund vier Dutzend Nationalparks zu Wanderungen ein, darunter der Pacific Rim National Park Reserve auf Vancouver Island. Er ist einer der letzten gemäßigten Regenwälder der Welt. In Victoria, der gemütlichen Hauptstadt von British Columbia, erleben die Besucher ein wahres Blumenmeer in den Butchart Gardens. Beliebt in dieser Jahreszeit sind auch die Walbeobachtungstouren an der Pazifik- und Atlantik-Küste. 🐋

BRITISH COLUMBIA:

Vancouver, die größte Stadt in BC, gilt mit ihrer Lage zwischen Pazifik und der Wildnis der Coast Mountains als eine der schönsten und lebenswertesten Städte der Welt. Hier startet die bei Touristen beliebte Route „Rainforest to Rockies“.

Foto: Destination Canada; British Columbia; Nova Scotia

NORTHWEST TERRITORIES:

Sie sind der Hotspot für Nordlichter mit bis zu 240 der bunten Himmelspektakel im Jahr. Die meisten sind in den dunklen, sternenklaren Wintermonaten zu sehen. Nordlichter-Fans übernachten in Aurora-Lodges mit freiem Blick in den Himmel.



YUKON:

Paddler durchqueren die Stromschnellen im Miles Canyon bei Whitehorse, der Hauptstadt des Yukon-Territoriums. Wanderer und Vogelbeobachter kommen auf dem über 15 Kilometer langen Rundwanderweg auf ihre Kosten.

Foto: Destination Canada, Alberta, Northwestern Territories

QUÉBEC:

Rocher Percé ist eine Insel mit einem Torbogen im Sankt-Lorenz-Golf an der Spitze der Gaspésie Halbinsel nahe der Hafenstadt Percé.

PRINCE EDWARD ISLAND:

Der auf den Klippen des Cape Tryon gelegene, quadratische Holzturm mit seinen roten Schindeln ist einer der 16 Leuchttürme in Prince Edward Island.

NUNAVUT:

Das Territorium im Norden Kanadas entlang der Hudson Bay ist das Zuhause der Inuit und der Eisbären. Touristen gehen dort im Schneemobil mit entsprechendem Abstand auf Eisbär-Beobachtungstour und tauchen ein in die Kultur der Inuit.

ALBERTA:

Zu Wasserfall-Touren in wilder Natur lädt der Johnston Canyon im Banff-Nationalpark ein. Die Lower Johnston Waterfalls sind rund zehn, die Upper Johnston Waterfalls etwa 30 Meter hoch.

NEW BRUNSWICK:

Über 60 Kilometer lange Rundwanderwege im 17.000 Hektar großen Mount Carleton Provincial Park führen durch eine schier endlose, ursprüngliche Landschaft aus Bergen, Tälern und Flüssen.

PRINCE EDWARD ISLAND:

Pferdeliebhaber können die Ausritte am frühen Morgen an der Bucht genießen. PEI ist bekannt für seine hervorragenden Lobster, Malpeque-Austern, aber auch für traumhaft schöne Strände.



GUT GELAUNT: Nach zwei Tagen in der unberührten Natur verabschiedet sich die Gruppe der RVC 2024-Vortour „Métis Crossing“ von den Gastgebern in Smokey Lake.

Entspannt in Métis Crossing

Wie lange braucht man für eine komplette Entspannung? Zwei Tage, wenn man sie bei den Métis verbringt. Diese Erfahrung machten Reiseveranstalter und Journalisten aus sechs Ländern.

Text Iris Quirin

Keith reicht jedem eine Handvoll Tabak. Wir, die Teilnehmer der RVC-Vortour „Métis Crossing“ aus sechs Ländern, stehen im Kreis auf einer Wiese im Edmonton River Valley in Alberta. Nach Keiths Anweisungen verstreuen wir den Tabak in jede Himmelsrichtung. So erweisen wir den Métis Respekt, in deren Kultur Tabak auch für Zeremonien genutzt wird. Keith Diakiw ist ein Métis, neben den First Nations und Inuit eine der drei Ethnien, die in Kanada leben. Er und unsere beiden Métis-Guides Joe Urie und Shirley Pallister führen uns durch den Indigenous Art Park mit Kunstwerken kanadischer indigener Künstler, bevor wir unser Ziel ansteuern.

Métis Crossing ist das erste Kulturzentrum der Métis in Alberta. In Smokey Lake am North Saskatche-

van River, rund anderthalb Stunden nördlich von Edmonton, betreiben sie eine Lodge. Angegliedert sind ein Kulturzentrum, das über ihre eng mit dem Pelzhandel verflochtene Geschichte informiert, sowie riesige Gehege mit schwarzen und den seltenen weißen Bisons, mit Elchen und Percheron-Pferden. Juanita Marois, Lilyrose Meyers und Leon Hunter begrüßen uns dort herzlich. Die meisten Gäste wohnen in der Lodge, andere in kugelförmigen Einheiten mit transparentem Dach, durch das man nachts die Nordlichter sehen kann.

Abends sitzen wir nach dem Essen gemütlich am Flussufer am Lagerfeuer und lauschen Lilyroses Geschichten. Sie ist die Bewahrerin des Métis-Wissens und unterrichtet in Workshops die traditionelle Handwerkskunst der Métis wie

Perlenstickerei und Schmuckherstellung. Wie vor hundert Jahren paddeln wir auf der traditionellen Pelzhandelsroute bis zum historischen Handelsposten Fort Victoria.

Schnell ist jeglicher Stress wie die lange Anreise nach Kanada vergessen. Wir lassen die Natur auf uns wirken – den plätschernden Fluss, die krächzenden Vögel, die im Wind rauschenden Blätter der Bäume. Als wir am Abreisetag wieder mit unseren naturverbundenen Gastgebern am Lagerfeuer sitzen und die Umgebung auf uns wirken lassen, fühlen wir uns schon sehr entspannt von dem kurzen, aber sehr beeindruckenden Aufenthalt in dieser prächtigen Natur mit so herzlichen Menschen. 🛶

➔ Weitere Infos: <https://metiscrossing.com>

JUANITA MAROIS:
Die CEO von Métis Crossing bereitet den Besuchern einen herzlichen Empfang.



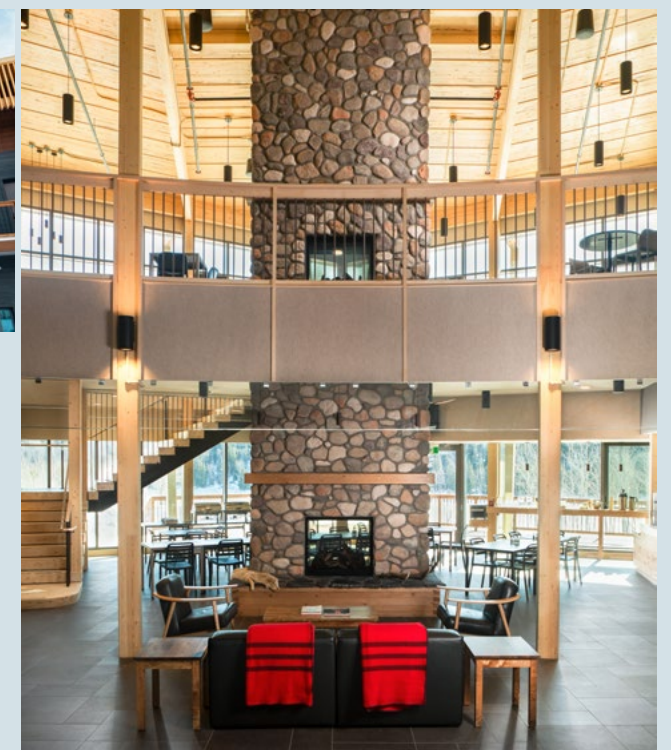
LILYROSE MEYERS:
Die Bewahrerin des Métis-Wissens erzählt am Lagerfeuer Geschichten und zeigt, wie der Métis-Schmuck hergestellt wird.



JOE URIE: Der Métis-Guide ist Eigentümer der Jasper Tour Company. Mit seiner charmanten und witzigen Art vermittelt er den Besuchern sein Wissen.



KEITH DIAKIW: Der Gründer der Talking Rock Tours erklärt den Besuchern im Edmonton River Valley die Bedeutung der Zeichen auf den Steinen.



BOUTIQUE-LODGE: Geplant, erbaut und betrieben von den Métis, bietet sie ihren Gästen eine Mischung aus Komfort, Kultur und Métis-Geschichte.



MÉTIS-GUIDES: Joe Urie und Shirley Pallister mit TRVL Counter-Reporterin Iris Quirin (Mitte).

DISCOVER

TRVL COUNTER – LIEBLINGE DER REDAKTION



BLICK IN DIE SEELE

Dieser neuer Bildband zeigt die wahre Seele Schottlands und seiner Einwohner. Rau, unverfälscht, liebevoll.

„Die wahre Seele eines wilden Landes“, Frederking & Thaler, 39,99 Euro

HERBST

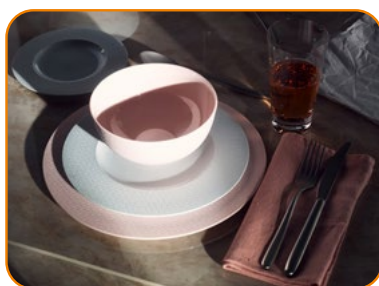
Der Sommer geht langsam, der Herbst kommt. Einige Lieblingsstücke der Redaktion



WAS FÜR DIE OHREN

Der kabellose In-Ear-Kopfhörer Pi5 S2 blendet Umgebungsgeräusche mit fortschrittlichem Noise Cancelling aus.

[Bowerswilkins.com](https://www.bowerswilkins.com), 299 Euro



MIT FLECHTOPTIK

Die neue Rosenthal-Linie Kumi lädt dazu ein, die filigrane Flechtoptik des Porzellans zu berühren. Die sanften Farben White, Blue, Mint und Rose Tone unterstreichen die feine Struktur. [rosenthal.de](https://www.rosenthal.de)



BLAU IST EIN ZUSTAND

Trotz seiner kompakten Größe entfaltet der Kaweco Collection Liliput Blue mit seinem kräftigen Farbton eine große Wirkung. Der Füllhalter kann mit einer von fünf Federstärken individualisiert werden.

59,50 Euro bei [kaweco-pen.com](https://www.kaweco-pen.com)



PERLENSTÜCKE

Total im Trend sind Schmuckstücke mit Perlen als Eyecatcher, die sich zu jedem Outfit perfekt kombinieren lassen.

Gesehen bei [bijou-brigitte.com](https://www.bijou-brigitte.com)

TRVL COUNTER

Wir sehen Reisen mit anderen Augen

Life! Verlag GmbH & Co. KG

Langbehnstr. 10, 22761 Hamburg

Tel. +49-40-38 90 40-0

www.lifeverlag.de

REDAKTION

Chefredakteur und presserechtlich

verantwortlich: Jean-Marc Götttert

jean-marc.goetttert@trvlcounter.de

Art Direktion: Bruni Davenport

Redaktion: Thomas Grether, Klaus Göddert,

Steven Hille, Iris Quirin, Elena Rudolph,

Simone Spöhr (Frankfurt), Felicia Haslbeck

Lektorat: Iris Quirin

Homepage und Newsletter „morning news“

Klaus Göddert; redaktion@trvlcounter.de

MARKETING & SALES LIFE! VERLAG

Andreas Lentz (Ltg.)

andreas.lentz@lifeverlag.de

Tel. +49-40- 38 90 40-24

Alexandre Joravel

alexandre.joravel@lifeverlag.de

Tel. +49-40- 38 90 40-28

Yvonne Popall

yvonne.popall@lifeverlag.de

Tel: +49 (0)176 48 15 92 78

Mieke Sweep (Hotels):

mieke.sweep@lifeverlag.de

Touristik-Jobs:

jobs@trvlcounter.de

Anzeigendisposition:

Life! Verlag GmbH & Co. KG

Tel. +49-40- 38 90 40-0, anzeigen@lifeverlag.de

VERLAGSLEITUNG

Irena Roth, Herausgeberin

Druck und Konfektionierung

Haase-Druck GmbH; Brandstücken 22,

22549 Hamburg; www.haase-druck.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 1/2024, gültig ab dem 01.01.2024.

Mediadaten: trvlcounter.de/mediadaten

Leser- und Aboservice

Print: Einzelheft 10 €, Jahresabo Inland 30 €

pro Jahr inkl. Porto und 7% MwSt.

Abonnementpreis Ausland 52 € pro Jahr

inkl. Porto (innerhalb der EU zzgl. MwSt.

bei fehlender UID/VAT-Nr.).

abo@trvlcounter.de, Tel: +49-40-389-040-0

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

© 2024 Life! Verlag GmbH & Co. KG

Foto: PR; Hersteller

TRVL COUNTER

VORSCHAU WINTERAUSGABE

THEMEN-SCHWERPUNKTE: ERSCHEINUNG DEZEMBER 2024

TRAUMREISEN NACH AFRIKA



Kenia, Tansania, Uganda und Äthiopien: Diese vier Länder Afrikas bieten eine enorme Vielfalt an Erlebnistouren. Eine Rundreise mit den Big Five, neue Lodges und Touren sowie UNESCO-Weltkulturstätten, die über 1.000 Jahre alt sind.

FLUSSKREUZFAHRTEN



Auf Donau, Rhein und Douro unterwegs: Ein Überblick über neue Routen, Konzepte und Schiffe für 2025. Außerdem: Exotische Flussreisen auf dem Kongo, dem Megong und auf den Amazonas locken immer mehr Urlauber.

KETTEN, FRANCHISE UND KOOPERATIONEN



Ausblick 2025: Im Herbst finden die großen Jahrestagungen der Ketten und Kooperationen statt. Wie gut sind die Verbünde für 2025 aufgestellt, was gibt es Neues und wie entwickelt sich der Vertrieb insgesamt weiter?



TRVL COUNTER
WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN



Jetzt wechseln ...

... und dabei mehr als
3.000 €
sparen!

WE  **2CU @ rtk**  **;-)**

Mehr Infos unter: www.meine-rtk.com