

TRVL COUNTER

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

★
West-Australien
Australiens wilder Westen begeistert
Seite 58

Herz und Haltung

Songül Göktas-Rosati führt Bentour Reisen in Deutschland mit Haltung, Herzblut und Mut – und steht für Aufbruch und Authentizität. Ein Porträt.

NEUWAHL, NEUSTART?

Die DRV-Wahlen im Oktober entscheiden über mehr als nur ein neues Gesicht **Seite 8**

BARFUSS-GLÜCK

Die neuen Luxus-Resorts auf den Malediven kombinieren Design mit Erlebnis **Seite 18**

TRVL COUNTER MAGAZIN

Bleiben Sie informiert. Bleiben Sie erfolgreich.
Ihr Branchenvorsprung im Abo.

Jetzt
Jahresabo
sichern für
nur 60 €



BESSER BERATEN In der Touristik zählt Wissen. Wer Trends kennt, Entwicklungen versteht und Hintergründe parat hat, kann seine Kunden besser beraten, Entscheidungen fundierter treffen und erfolgreicher arbeiten. Genau dafür gibt es das TRVL Counter Magazin: ein B2B-Premiumprodukt, das Touristikprofis inspiriert und informiert.

INFORMIEREN, INSPIRIEREN
Unser Magazin ist eine auffällige Erscheinung in der Fachmedienwelt: modernes Titelbild, aufgeräumtes Design, opulente Bildstrecken und Premium-Papier zeichnen uns aus. Wir zeigen, dass auch B2B-Medien emotional, fesselnd und informativ sein können. Alle drei Monate neu.

IHRE MÖGLICHKEITEN

- Abo abschließen und kein Heft mehr verpassen.
- Oder jetzt kostenlos testen – fordern Sie eine Printausgabe gratis an.

abo@trvlcounter.de



SCAN ME

DAMIT WIR DIESE QUALITÄT AUCH WEITERHIN GARANTIEREN KÖNNEN, HABEN WIR UNSEREN ABOPREIS NACH FÜNF JAHREN ERSTMALS ANGEPAST – AUF 60 EURO IM JAHR. WIR FINDEN, EIN FAIRER BEITRAG FÜR ECHTEN MEHRWERT IN IHREM TOURISTISCHEN ALLTAG.

SCHREIBEN SIE UNS AN abo@trvlcounter.de

INSIDE

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

TRVL COUNTER MAGAZIN // HERBST 2025

WILLKOMMEN!

Die neue September-Ausgabe steckt voller lesenswerter Themen! Mit Spannung blicken wir auf die DRV-Wahlen – und stellen den Kandidaten Albin Loidl vor. Zudem: Das Titelporträt von Bentour-Chefin Songül Göktaş-Rosati. Jetzt reinlesen!

Die DRV-Wahlen Anfang Oktober rücken näher – und sie markieren mehr als einen bloßen Führungswechsel. Mit dem Abschied von Norbert Fiebig endet eine Ära. Jetzt geht es darum, den Deutschen Reiseverband neu auszurichten und zukunftssicher aufzustellen.

Einer der Kandidaten ist Albin Loidl, Geschäftsführer der Alpha Reisebüro Partner GmbH. Im Interview spricht er über seine Motivation, seine Ideen für den Verband, über Nachhaltigkeit und die Zukunft der Reisebüros.

Zukunftsweisend ist auch ein neues Kapitel auf dem Fluss: Celebrity River Cruises bringt frischen Wind in die Flusskreuzfahrt. Mit Hybridantrieb, stilvollem Design und außergewöhnlichen Ausflugskonzepten verbindet die neue Marke Nachhaltigkeit mit Komfort.

Auf den Malediven setzen neue und renovierte Resorts auf Erlebnisluxus: Zipline-Dinner, private Infinity-Pools, Rutschen in die Lagune und eine frei-

schwimmende Villa zeigen, wie Exklusivität heute inszeniert wird.

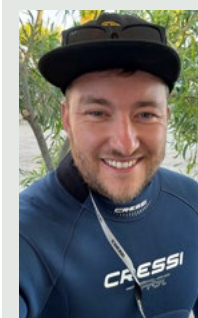
Und schließlich: ein Porträt, das bewegt. Songül Göktaş-Rosati ist Geschäftsführerin, Grenzgängerin und Brückenbauerin. Mit Herz, Haltung und unternehmerischem Mut führt sie Bentour Reisen – und steht zugleich für einen modernen Führungsstil, für Authentizität und Verantwortung.

Ich wünsche viel Vergnügen bei der Lektüre. Bleiben Sie uns gewogen.

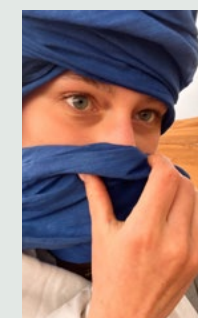


Jean-Marc Göttert,
Chefredakteur

Das TRVL Counter-Team in der Welt unterwegs



Abgetaucht
Steven Hille reiste für uns an Australiens wilde Westküste und erlebte raue Natur, tiefe Stille und große Weite. Sein Bericht ab **Seite 58**



Sahara
Feli Haslbeck war unterwegs im Süden Marokkos zwischen Atlas und Sahara und staunte über eine uralte Berberkultur. Ihr Bericht: **Seite 52**



Inselreif?
Jean-Marc Göttert entdeckt die Malediven zwischen Traumstränden und Luxusresorts der Extraklasse. Die Highlights: **Seite 18**

Fotos: TRVL COUNTER

INHALT

SEPTEMBER 2025

18

Inselwelt Malediven

Private Infinity-Pools, Rutschen in die Lagune, Zipline-Dinner und eine freischwimmende Villa: Die neuen Luxus-Resorts auf den Malediven setzen auf spektakuläre Erlebnisse und extravaganten Komfort.

MENSCHEN UND MACHER IN DIESER AUSGABE



ALBIN LOIDL

Er kandidiert im Oktober als DRV-Präsident. Im Interview spricht der Geschäftsführer der Alpha Reisebüro Partner über seine Pläne, die Zukunft der Reisebüros und die Bedeutung von Nachhaltigkeit. **Seite 10**



SEBASTIAN EBEL

Da freut sich der Chef: Trotz leicht schwächerer Sommerbuchungen hält der TUI-Vorstandschef an seiner Prognose für 2025 fest – und setzt weiter auf Wachstum. **Seite 14**



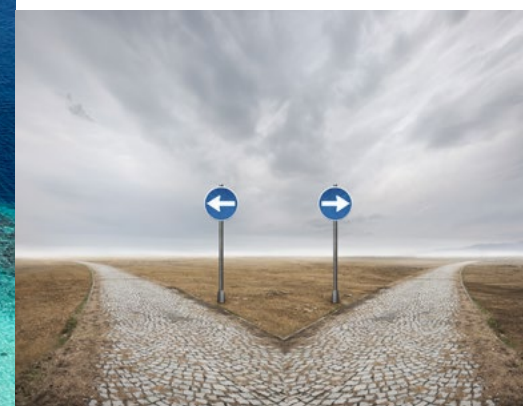
SONGÜL GÖKTAS-ROSATI

Sie führt Bentour Reisen in Deutschland mit Haltung, Herzblut und unternehmerischem Mut – als Brückenbauerin zwischen Kulturen und als Stimme des Reiselandes Türkei. Ein Porträt. **Seite 82**



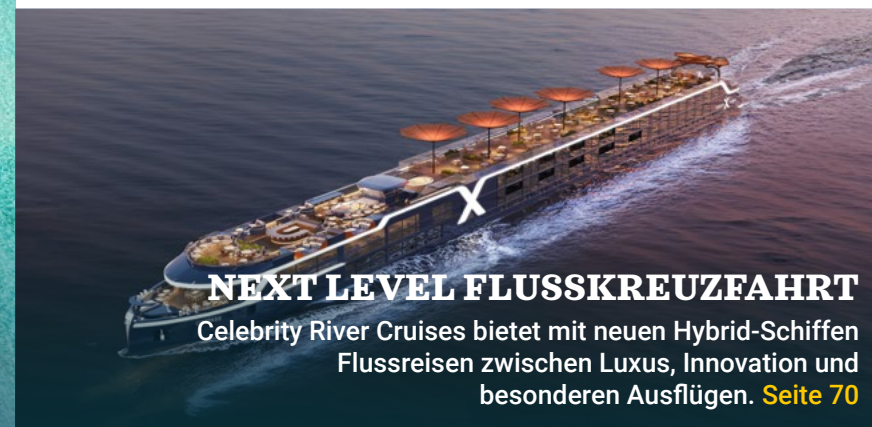
FUSSSPUREN IM WÜSTENSAND

Zwischen Atlasgebirge und Sahara entfaltet sich der Süden Marokkos als stille, lichtdurchflutete Welt voller Schönheit und lebendiger Berberkultur. **Seite 52**



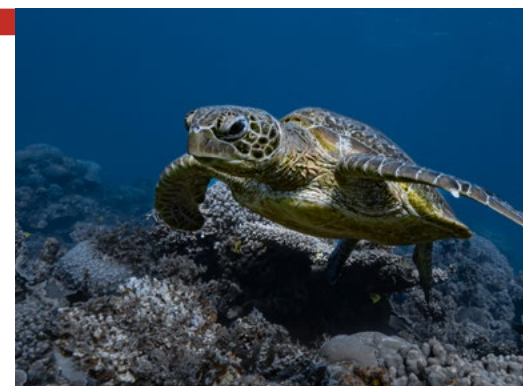
WO GEHTS LANG?

Drei Persönlichkeiten bewerben sich um das DRV-Präsidentenamt – mit unterschiedlichen Profilen, Hintergründen und Ideen für die Zukunft des Verbands. **Seite 8**



NEXT LEVEL FLUSSKREUZFAHRT

Celebrity River Cruises bietet mit neuen Hybrid-Schiffen Flussreisen zwischen Luxus, Innovation und besonderen Ausflügen. **Seite 70**



WEST-AUSTRALIEN

Abseits des Massentourismus begeistert Westaustralien mit wilder Natur, Delfine, Buckelwale und uralte Aboriginal-Kultur entlang der Coral Coast bis zum Karijini Nationalpark. **Seite 58**

COUNTER

- 08 Neustart mit Signalwirkung:** Die DRV-Wahlen
- 10 Interview:** Präsidentschaftskandidat Albin Loidl
- 14 News und Meldungen**

TITELGESCHICHTE

- 82 Mit Herz und Verstand:** Bentour-Deutschlandchefin Songül Göktaş-Rosati im Porträt

SCHWERPUNKT MALEDIVEN

- 18 Leichtigkeit und Barfuß-Glück:** Neue Resorts auf den Malediven
- 28 Nachhaltigkeit auf den Inseln**

TRAVEL

- 44 News und Meldungen**
- 52 Südmarokko:** Fußspuren im Wüstensand
- 58 Der Wilde Westen Australiens**

KREUZFAHRT

- 64 News und Meldungen**
- 70 Flusskreuzfahrten:** Auf dem Wasser dem Land so nah
- 72 Next Level Flusskreuzfahrt** Celebrity River Cruises startet mit zwei innovativen Neubauten
- 78 Riverside Cruises:** Auf der Donau im Dreivierteltakt

STANDARDS

- 03 Inside:** Grußwort der Redaktion
- 06 Check-in:** Fotoseite
- 42 Stopover:** Fotoseite
- 88 Discover:** Tipps der Redaktion
- 88 Impressum**



COVERBILD:

Wir trafen Songül Göktaş-Rosati in Hamburg zum Gespräch. Das Coverfoto ist vor dem Hintergrund der Elbphilharmonie entstanden.

Fotos: iStock // TUI Group // Alpina Reisebüro Partner // Celebrity River Cruises // Daniel Thomas Browne

CHECK-IN

Feuerwerk, Flottenparade und Fernweh

BEI DEN HAMBURG CRUISE DAYS WURDE DIE ELBE ZUR GLANZVOLLEN BÜHNE. MITTENDRIN DIE AIDAPERLA.

Bei der großen Auslaufparade der Hamburg Cruise Days Mitte September begeisterten vier Kreuzfahrtschiffe – begleitet von Musik, Lichtinstallationen und Feuerwerk – Zehntausende Zuschauer entlang des Ufers. Für Gäste und Crew ein besonderer Moment: Kapitän Pedro Ziegler ließ die AIDAPERLA stilvoll in die Inszenierung einlaufen, bevor das Schiff zu einer Metropolenreise entlang der Atlantikküste aufbrach.

Am Sonntag, den 14. September, hatte AIDA Cruises zur AIDA Urlaubswelt am Platz der Deutschen Einheit eingeladen – direkt an der Elbphilharmonie. Von 11 bis 20 Uhr bot die 400 Quadratmeter große Erlebnisfläche Reiseberatung, eine originalgetreue Showkabine der AIDACOSMA, kreative Mitmachaktionen wie die Kuschelteststelle, eine Kinderecke mit Schminkstation sowie die AIDA Lounge –

in entspannter Atmosphäre mit Hafenblick. Das AIDA-Portfolio zeigt sich vielfältig: von Kurztrips bis zu Weltreisen – etwa die große Weltreise mit AIDADIVA (Abfahrt 10. November 2025, Rückkehr 23. März 2026) oder eine Brasilien-Kreuzfahrt mit AIDAMAR vom 18. Januar bis 17. März 2026, beide ab/bis Hamburg.

→ <http://www.aida.de/>



Neustart mit Signalwirkung

Wer folgt auf den DRV-Präsidenten Norbert Fiebig? Die DRV-Wahlen Anfang Oktober in Berlin stehen für mehr als nur einen Führungswechsel. Der DRV muss sich zukunftsicher aufstellen.

Text Jean-Marc Göttert

Am 10. Oktober 2025 blickt die Branche gespannt nach Berlin. Beim Hauptstadtkongress des Deutschen Reiseverbands (DRV) am 9. und 10. Oktober werden Präsidium und Vorstand neu gewählt – und damit auch die Nachfolge von Norbert Fiebig geregelt, der den Verband seit 2014 geprägt hat.

Insgesamt 22 Touristikerinnen und Touristiker stellen sich zur Wahl, 15 Ämter sind neu zu besetzen. Im Mittelpunkt: das Rennen um das Präsidentenamt – und die Frage, wie sich der DRV künftig politisch und strategisch aufstellt.

Ein Abschied mit Gewicht

Mit Norbert Fiebig verlässt eine der profiliertesten Stimmen der Branche das Rampenlicht. In einer Zeit, die von Digitalisierung, Pandemien, geopolitischen Unsicherheiten und wachsendem Nachhaltigkeitsdruck

SO LÄUFT DIE WAHL AB

Der Deutsche Reiseverband (DRV) wählt Präsident und Finanzvorstand in der Mitgliederversammlung am 10. Oktober in Berlin. Stimmberechtigt sind ordentliche und assoziierte Mitglieder. Aktuell zählt der DRV rund 2.300 Mitglieder, insgesamt stehen 3.263 Stimmen zur Verfügung. Die Versammlung ist beschlussfähig, wenn mindestens zehn Prozent der Stimmen vertreten sind. Die Wahl erfolgt geheim. Abgestimmt wird mit „Ja“, „Nein“ oder „Enthaltung“. Gewählt ist, wer die einfache Mehrheit erhält. Bei Stimmengleichheit folgt eine Stichwahl. Führt auch diese zu keinem Ergebnis, werden weitere Wahlgänge durchgeführt – unabhängig von der Zahl der Kandidierenden.

geprägt war, hat er den DRV als verlässlichen Interessenvertreter in Berlin und Brüssel positioniert – nicht ohne Reibungspunkte. Seine Auftritte waren pointiert, seine Aussagen medienwirksam, seine Haltung oft klar: Politikfähigkeit, Pragmatismus und professionelle Kommunikation standen bei Fiebig im Vordergrund. Kritiker bemängelten in den letzten Jahren allerdings auch mangelnde Öffnung, etwa gegenüber kleineren Marktakteuren oder alternativen Geschäftsmodellen. Umso spannender ist die Frage, wer dieses Amt künftig ausfüllt – und mit welchem Stil.

Die Wahl: mehr als ein Personalvotum

Die Präsidentenwahl ist nur ein Teil eines umfassenden Neuzuschnitts. Auch der Finanzvorstand, fünf Vizepräsident:innen für die DRV-Säulen A bis E sowie jeweils zwei

Fotos: iStock / VUSR / Alpha Reisebüros / Besser Urlauben

Drei Kandidaten, drei Richtungen

Für das Präsidentenamt kandidieren aktuell drei Persönlichkeiten – jede mit einem eigenen Profil, einer eigenen Geschichte und einer anderen Vorstellung davon, was der DRV künftig leisten soll.



1

MARIJA LINNHOF, Vorsitzende des VUSR, geht als bekannteste Kritikerin des bisherigen Präsidiums ins Rennen. Sie steht für die unabhängigen Reisebüros, für lautstarke Positionierung gegenüber Politik und Veranstaltern – und für einen Verband, der die Basis wieder stärker einbinden soll. Ihre Nominierung durch Pax-connect (Säule E) ist ein klares Signal: Hier will jemand das Präsidium nicht nur besetzen, sondern verändern. Ihr Ziel: "Ich will einen Outgoing-Spitzenverband führen".



2

ALBIN LOIDL, langjähriger Geschäftsführer von Alpha Reisebüro Partner und Vorsitzender der DRV-Säule A, steht für Kontinuität, Verlässlichkeit und jahrzehntelange Verbandsarbeit. Loidl kennt das Innenleben des DRV aus dem Effeff, war bereits Mitglied des Vorstands und genießt breiten Rückhalt, besonders bei mittelständischen Veranstaltern. Seine Bewerbung verspricht Stabilität – aber auch die Fortführung einer pragmatisch-zentristischen Linie (siehe Interview auf Seite 10).



3

BENJAMIN BINDEWALD, Geschäftsführer von Besser Urlauben, bringt frischen Wind ins Spiel. Als digitalaffiner Touristiker aus der Generation „Transformation“ steht er für neue Ansätze, agile Kommunikation und die Öffnung des Verbands für jüngere Zielgruppen und moderne Vertriebsformen. Nominiert wurde er von Visit Malta (Säule E) – ein Hinweis darauf, dass sich hier internationale Perspektiven und Innovationsanspruch verbinden.

Vorstandsmitglieder pro Säule stehen zur Wahl.

Insgesamt geht es also auch um die Frage: Wie gut ist der Verband aufgestellt, um die vielfältigen Interessen der Reisebüros, Veranstalter, touristischen Dienstleister, Konzerne und Start-ups unter ein Dach zu bringen? Und wie zukunftsfähig ist ein Gremium, das all diese Stimmen in einem politischen und wirtschaftlichen Umfeld bündeln muss, das sich rasant verändert?

Ein Verband am Scheideweg

Die kommenden Jahre stellen die

Reisewirtschaft vor zahlreichen Herausforderungen: die Überarbeitung der EU-Pauschalreiserichtlinie, neue regulatorische Anforderungen beim Klimaschutz, Konsolidierungstendenzen bei Veranstaltern wie auch Vertriebsstrukturen, Nachwuchsmangel, KI-Transformation und eine sich wandelnde Konsumentenlandschaft.

Wer auch immer im Oktober in Berlin das Amt des Präsidenten übernimmt, wird nicht nur moderieren, sondern aktiv gestalten müssen – nach innen wie nach außen.

Aufbruch oder weiter so?

Die Wahl am 10. Oktober wird also zum Gradmesser: Will die Branche einen Aufbruch mit neuen Köpfen und neuen Stimmen? Oder setzt sie auf Erfahrung, Netzwerk und Verlässlichkeit?

Der DRV steht an einem Wendepunkt – und mit ihm eine Branche, die dringend eine starke, geschlossene und zukunftsorientierte Vertretung braucht.

Ausführliche Porträts aller Kandidaten auf der [Website des DRV](#).

INTERVIEW

„Reisebüros und Veranstalter sind eine Schicksalsgemeinschaft“

Albin Loidl kandidiert im Oktober 2025 für das Amt des DRV-Präsidenten. Im Interview spricht der Geschäftsführer von Alpha Reisebüro Partner über seine Pläne für den Verband, die Zukunft der Reisebüros, Nachhaltigkeit – und eine abenteuerliche Fahrt mit dem Peugeot durch die Sahara.

Text Jean-Marc Göttert

Herr Loidl, wann haben Sie entschieden, für das Präsidentenamt zu kandidieren?

Das war kein spontaner Entschluss, sondern ein Prozess über mehrere Wochen hinweg. Immer wieder haben mich Kollegen angesprochen: „Albin, wäre das nicht etwas für dich?“ Zuerst habe ich das abgetan, dann kam die Frage erneut, und schließlich habe ich mit meiner Frau gesprochen. Sie hat gesagt: „Das wolltest du doch immer, dich für die Branche einsetzen.“ Parallel habe ich geprüft, wie meine aktuelle Verantwortung bei Alpha abgesichert wäre. Wir hatten schon vorher mit einem starken Managementteam vorgesorgt, sodass ich guten Gewissens sagen konnte: Die Firma läuft auch ohne mich. Dann habe ich eine Nacht darüber geschlafen – und am nächsten Morgen war klar: Ja, ich stelle mich.

Warum?

Weil ich überzeugt bin, dass ich mit meiner Erfahrung, meiner Nähe zum Vertrieb und meinem Willen zum Dialog etwas bewegen kann. Ich finde außerdem, man darf nicht immer nur von der Seitenlinie sagen: „Man müsste mal.“ Wenn man Verantwortung übernehmen will, braucht es Mut und Engage-

ment. Ich möchte meine Erfahrung und meine Nähe zu Reisebüros und Veranstaltern einbringen, um eine starke, zukunftsgerichtete Stimme für die Branche zu sein – in Berlin wie in Brüssel.

Sie treten in große Fußstapfen. Wie sehen Sie die Arbeit vom noch amtierenden Präsidenten Norbert Fiebig?

Sehr respektvoll. Ich finde, seine Arbeit wurde und wird häufig unterschätzt. Gerade in der Pandemie hat er im Hintergrund sehr klug gewirkt – im Zusammenspiel mit vielen Verbänden und vor allem auch mit Hauptgeschäftsführer Dirk Inger. Ohne diesen Schulterschluss gäbe es die Branche in dieser Form heute vermutlich nicht mehr.



Ich finde, man darf nicht immer nur von der Seitenlinie sagen: "Man müsste mal."

Was werden Ihre ersten Schritte nach einer möglichen Wahl sein?

Erstens die Pauschalreiserichtlinie – da droht uns großes Ungemach, das ist dringend. Zweitens Nachhaltigkeit, die wir endlich offensiv angehen müssen. Und drittens eine Überprüfung der Verbandsstrukturen: Die Säulenstruktur ist vielleicht in einem anderen Zuschnitt sinnvoll, aber in der jetzigen Form nicht unbedingt zeitgemäß.

Was genau meinen Sie damit?

Der DRV ist derzeit in fünf Säulen organisiert, von den Reisebüros über die Veranstalter bis hin zu den Dienstleistern. Das hat über viele Jahre funktioniert, aber die Branche verändert sich rasant. Neue Player kommen hinzu, die Grenzen zwischen den Bereichen verschwimmen, digitale Geschäftsmodelle passen nicht mehr sauber in diese Schubladen.

Heißt das: abschaffen?

Nein, ich will die Säulenstruktur nicht einfach kippen. Ich halte sie grundsätzlich für sinnvoll, weil sie den Mitgliedern eine Identität gibt. Aber ich glaube, wir müssen prüfen, ob die Zuschnitte noch zeitgemäß sind. Vielleicht braucht es weniger Säulen, vielleicht eine an-

Fotos: Alpha Reisebüro Partner



Branchenkenner mit Vertriebsfokus

Albin Loidl startete 1986 als TUI-Reiseleiter und übernahm später Führungspositionen bei Kreutzer Touristik, Thomas Cook Austria und Alpha Reisebüro Partner. 2004 übernahm er die Geschäftsführung bei Alpha Reisebüro Partner in Oberursel. Er entwickelte maßgeblich das Reisebürokooperations-Modell schauinsland-reisen PARTNER (ehemals Neckermann Reisen Partner). Zudem leitet er seit 2006 das Franchise-System Holiday Land. Er war von 2012 bis 2019 im DRV-Vorstand aktiv und engagiert sich weiterhin für Nachhaltigkeit, unter anderem bei Futouris. Loidl ist verheiratet und hat eine Tochter.

dere Gewichtung oder auch thematische Ausschüsse, die flexibler arbeiten können.

Was stört Sie an der jetzigen Organisation?

Zum einen die Vielzahl an Ausschüssen, da reden wir von bis zu 16 parallel laufenden Gremien. Das führt eher zu Zersplitterung als zu Schlagkraft. Zum anderen spüre ich, dass sich manche Akteure in ihrer Säule nicht mehr repräsentiert fühlen. Wir müssen Strukturen schaffen, die die Vielfalt der Branche abbilden, ohne sie zu lähmen.

Wie stellen Sie sich das vor?

Ich möchte die Diskussion ohne Scheuklappen führen – gemeinsam mit dem neu gewählten Vorstand. Wichtig ist mir: Am Ende brauchen wir einen Verband, der agiler, moderner und politisch schlagkräftiger

ist. Und das geht nur, wenn wir Strukturen anpassen, statt sie zu verwalten.

Viele in der Branche wünschen sich eine jüngere, weibliche und digitalere Spitze. Wie sehen Sie das?

Ich nehme das alles ernst. Digitalisierung und KI sind zum Beispiel zentrale Themen. In meinem Team arbeiten wir längst mit KI-Tools, aber immer so, dass auch das Herz erreicht wird – nicht nur der Kopf. Für mich ist übrigens nicht das Geburtsjahr entscheidend, sondern ob jemand zuhören kann, Brücken baut und Impulse setzt.

Apropos Brücken: Das Verhältnis zu den Reisebüros im Verband ist heikel und nicht immer konfliktfrei. Wie wollen Sie es gestalten?

Ich komme selbst aus dieser Welt

und glaube fest an die Schicksalsgemeinschaft von Reisebüros und Veranstaltern. Es ist für die Verbraucher gut, dass wir ein starkes, flächendeckendes Netz an Beratungsstellen haben. Dafür werde ich kämpfen – auch in Brüssel.

Die TUI ist Ende 2024 aus dem DRV ausgetreten. Wie wollen Sie mit diesem Bruch umgehen?

Das war natürlich ein tiefer Einschnitt – für den Verband und für die gesamte Branche. Ich halte es für eine zentrale Aufgabe, die Gesprächsfäden nicht abreißen zu lassen. Mein zweiter Anruf nach Bekanntgabe meiner Kandidatur ging deshalb an Benjamin Jacobi, den Deutschlandchef der TUI. Ich habe ihm signalisiert: „Ich möchte einen offenen, regelmäßigen Austausch – egal, ob die TUI DRV-Mitglied ist oder nicht.“ Wir müssen



nicht in allem einer Meinung sein, aber wir brauchen auf jeden Fall eine Gesprächsbasis.

Viele Reisebüros haben den Austritt des Branchenprimus kritisch gesehen, andere fühlten sich fast befreit. Wie ordnen Sie das ein?

Ich kann beide Seiten nachvollziehen. Es ist nie gut, wenn die größte Veranstaltergruppe fehlt, weil damit auch politische Schlagkraft verloren geht. Meine Aufgabe sehe ich darin, Brücken zu bauen und Vertrauen herzustellen, damit ein solcher Bruch nicht mehr passiert.

Streben Sie eine Rückkehr der TUI in den DRV an?

Wenn die Mitglieder mich wählen, werde ich jederzeit offen dafür sein, die Tür zur TUI wieder aufzustoßen. Aber das muss partnerschaftlich geschehen, ohne alte Gräben, wir müssen Bedingungen für eine faire Zusammenarbeit schaffen.

Sie betonen immer wieder das Thema Nachhaltigkeit. Warum ist es Ihnen so wichtig?

Weil wir seit 20 Jahren Ausreden hören: „Ja, Albin, nicht heute, wir haben gerade anderes zu tun.“ Das

Ich wünsche mir einen gemeinsamen Klang, der Aufbruch und Hoffnung transportiert und der Menschen mitnimmt.

regt mich auf. Ich habe mich bei der QTA und im Futouris-Netzwerk intensiv engagiert und werde das auch im DRV tun. Nachhaltigkeit ist kein Teufelszeug, sondern eine Chance. Es geht nicht nur um Mülltrennung, sondern um echte Veränderungen, vom Energieverbrauch bis zu Schulungsprogrammen wie dem „Green Counter“.

Und wie passt das zu Ihrer persönlichen Reiseleidenschaft, etwa zur Kreuzfahrt?

Ja, Reisen hinterlassen einen CO2-Fußabdruck, ob Flug oder Schiff. Aber unsere Branche schafft auch Arbeitsplätze, sorgt für Teilhabe und Entwicklung in den Zielgebieten. Und die Kreuzfahrt hat längst begonnen, ihre Prozesse umzustellen – von LNG-Terminals bis zur

Reduzierung von Food Waste. Sie kommuniziert es vielleicht zu leise.

Sie beschreiben Ihren Führungsstil als „Dirigenten“. Was heißt das?

Ein Dirigent muss nicht jedes Instrument perfekt beherrschen, er muss wissen, wer es kann und wie er das Orchester zusammenhält. So verstehe ich meine Rolle: zuhören, koordinieren, die richtigen Talente einsetzen und daraus ein Ganzes formen. Wenn man nur Zwölftonmusik spielt, wie Schönberg, dann begeistert man vielleicht ein paar Enthusiasten, aber der Saal bleibt leer. Wenn man dagegen klug mischt, Mozart hier, Bach dort, dann erreicht man das Publikum.

Welches Stück beschreibt Ihre Vorstellung am besten?

Für mich ist Dvoraks „Sinfonie aus der Neuen Welt“ ein starkes Bild. Sie verbindet Altes und Neues, europäische Tradition mit amerikanischer Inspiration. Und sie wurde berühmt dadurch, dass man sie auf der „Queen Elizabeth“ spielte, wenn das Schiff im Morgengrauen nach New York einlief und die Freiheitsstatue am Horizont auftauchte. Das ist genau das, was ich mir wünsche: ein gemeinsamer Klang, der Aufbruch und Hoffnung transportiert – und der Menschen mitnimmt, statt sie auszuschließen.

Was war das Verrückteste, das Sie je gemacht haben?

Als Student bin ich mit einem Freund in zwei alten Peugeot von München aus quer durch die Sahara gefahren, bis nach Benin, wo wir die Autos verkauft haben. Das war verrückt, aber auch prägend. Später war ich Reiseleiter in Ostafrika und bin auf den Kilimandscharo gestiegen. Letztes Jahr war ich mit meiner Familie am Fuße des Cotopaxi in Ecuador, wir waren auf den Galápagos-Inseln und im Amazonasgebiet. Solche Erlebnisse erden einen und zeigen vor allem, wie wertvoll Reisen sind.

Danke fürs Gespräch!

TRVL COUNTER MAGAZIN

Bleiben Sie informiert. Bleiben Sie erfolgreich.
Ihr Branchenvorsprung im Abo.

Jetzt
Jahresabo
sichern für
nur 60 €



BESSER BERATEN In der Touristik zählt Wissen. Wer Trends kennt, Entwicklungen versteht und Hintergründe parat hat, kann seine Kunden besser beraten, Entscheidungen fundierter treffen und erfolgreicher arbeiten. Genau dafür gibt es das TRVL Counter Magazin: ein B2B-Premiumprodukt, das Touristikprofis inspiriert und informiert.

INFORMIEREN, INSPIRIEREN

Unser Magazin ist eine auffällige Erscheinung in der Fachmedienwelt: modernes Titelbild, aufgeräumtes Design, opulente Bildstrecken und Premium-Papier zeichnen uns aus. Wir zeigen, dass auch B2B-Medien emotional, fesselnd und informativ sein können. Alle drei Monate neu.

IHRE MÖGLICHKEITEN

- Abo abschließen und kein Heft mehr verpassen.
- Oder jetzt kostenlos testen – fordern Sie eine Printausgabe gratis an.

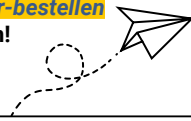
abo@trvlcounter.de



SCAN ME

DAMIT WIR DIESE QUALITÄT AUCH WEITERHIN GARANTIEREN KÖNNEN, HABEN WIR UNSEREN ABOPREIS NACH FÜNF JAHREN ERSTMALS ANGEPAßT – AUF 60 EURO IM JAHR. WIR FINDEN, EIN FAIRER BEITRAG FÜR ECHTEN MEHRWERT IN IHREM TOURISTISCHEN ALLTAG.

SCHREIBEN SIE UNS AN [ABO@TRVLCOUNTER.DE](mailto:abo@trvlcounter.de)



»Die Beratung im Reisebüro bietet Mehrwert, gerade in der komplexen Welt des Tourismus. Wir arbeiten mit Reisebüros so eng zusammen wie nie zuvor. Wichtig ist guter Service und auch eine Spezialisierung.«

SEBASTIAN EBEL, VORSTANDSCHEF DER TUI GROUP

TUI BLEIBT AUF KURS MIT GUTEN ZAHLEN

IMMER WEITER, IMMER HÖHER

Trotz leicht schwächerer Sommerbuchungen hält TUI an seiner Prognose für 2025 fest. Deutschlands größter Reisekonzern rechnet weiterhin mit einem EBIT-Anstieg von neun bis elf Prozent. Der Umsatz soll moderat zulegen. Getragen wird das Ergebnis von hoher Auslastung bei Hotels und Kreuzfahrten sowie einem guten Start in die Wintersaison.

Im Hotelgeschäft stieg die Auslastung im vierten Quartal um zwei Prozentpunkte, die Tagesraten legten um sieben Prozent zu. Besonders gefragt sind RIU-Hotels, etwa auf den Kanaren, in Ägypten, der Karibik und auf den Kapverden. Neue Hotelprojekte laufen unter anderem in Kambodscha und Japan.

Im Kreuzfahrtsegment sorgt die neue Mein Schiff

Relax für Wachstum. Insgesamt sind im Winter 18 Schiffe für TUI unterwegs, unter anderem in der Karibik, Asien, den Emiraten und der Antarktis. Die Auslastung stieg im vierten Quartal leicht, für das kommende Halbjahr wird ein weiteres Plus erwartet.

Zum Sommerende 2025 lagen die Buchungen zwei Prozent unter dem Vorjahr, bei drei Prozent höheren Durchschnittspreisen. Beliebte Ziele waren Griechenland, die Türkei, die Balearen und die Kanaren. Auf der Fernstrecke punkten Mexiko, Thailand und die Emirate. In Deutschland gab es ein Buchungsminus von fünf Prozent, in Großbritannien ein leichtes Plus.

Für den Winter 2025/26 liegen die Buchungen bisher ein Prozent über dem Vorjahr – ebenfalls bei höheren Preisen. ⚓

ECO TROPHEA 2025

Drei Finalisten für DRV-Nachhaltigkeitspreis

Die Shortlist für die diesjährige Eco Trophäe steht fest. Die Verleihung findet am 9. Oktober im Rahmen des DRV-Hauptstadtkongress in Berlin statt.

Burhan Wilderness Camps, Nepal: Temporäre, rückbaubare Camps im Khata Wildlife Corridor fördern Naturlandwirtschaft und Artenschutz. Einnahmen fließen in Anti-Wilderei und Umweltbildung.



ECO-PREIS: Der DRV-Nachhaltigkeitspreis prämiiert Projekte, die biologische Vielfalt im Tourismus schützen. Juryleitung: Prof. Harald Zeiss (Hochschule Harz).

Kapawi EcoLodge, Ecuador: Von der indigenen Achuar-Gemeinschaft geführt, schützt die Lodge 50.000 Hektar Amazonaswald. Nachhaltige Energie- und Abfallkonzepte runden das Modell ab.

Via Transilvanica, Rumänien: Ein 1.600 Kilometer langer Fernwanderweg, der durch artenreiche Regionen führt und nachhaltigen Tourismus in ländliche Räume bringt.



CYBERSICHERHEIT

Der DRV macht Unternehmen der Reisewirtschaft auf neue EU-Vorgaben aufmerksam. Im Fokus stehen die überarbeitete NIS2-Richtlinie, der Cyber Resilience Act sowie der AI-Act. Die NIS2 schreibt künftig umfangreiche Maßnahmen zur IT-Sicherheit vor – für ganze Unternehmen, nicht nur einzelne Geschäftsbereiche. Sie gilt ab bestimmten Umsatz- und Mitarbeitergrenzen und soll Anfang 2026 in deutsches Recht umgesetzt werden.

Foto: TUI / iStock / DRV



KOOPERATION MIT OMAN

TUI baut fünf Hotels im Oman

Gemeinsam mit der omanischen Staatsgesellschaft Omran und einem privaten Investor plant der Reisekonzern fünf neue Hotels in der südlichen Region Dhofar – darunter Resorts der Marken Robinson, TUI Blue, Riu und The Mora.

Ziel ist es, den Oman bis Winter 2027/28 als attraktives Sun-&-Beach-Ziel für europäische

Urlauber zu etablieren. Die Kooperation ist Teil der nationalen Entwicklungsstrategie „Oman Vision 2040“ und setzt auf Nachhaltigkeit, Beschäftigung und regionale Wertschöpfung.

Oman bringt Grundstücke und Kapital ein, TUI die touristische Infrastruktur – von der Buchung und dem Flug bis zum Hotelbetrieb.



AUSHÄNGESCHILD FÜR DEN VERTRIEB

Kultiger Reisebüro-Bulli geht auf Tour

Mit einem auffälligen, rot-weißen VW-Bus schafft Dertour ein neues Format für Beratung und Präsenz: Der stilvoll umgebaute Bulli wurde als mobiles Reisebüro konzipiert und ist mit zwei voll ausgestatteten Verkaufscountern versehen – einer im Innenraum, einer im Außenbereich. Die Möbel im typischen Dertour-Reisebürodesign sind klappbar und werden mit dem Fahrzeug angeliefert. Für den Einsatz in geschlossenen Räumen wurde der Motor ausgebaut – so kann der Bulli auch in Einkaufszentren und Messehallen genutzt werden.

Seinen ersten Auftritt hat das kultige Fahrzeug in der Goethe Galerie in Jena. Während dort das stationäre Reisebüro umgebaut wird, sorgt der Bulli für nahtlose Beratung vor Ort. Darüber hinaus ist der Einsatz bei Messen, Promotionaktionen oder Kundenevents geplant. Ein besonderer Clou: Logos lassen sich über Adhäsionsfolien flexibel austauschen, wodurch das Fahrzeug markenübergreifend innerhalb der Dertour Group genutzt werden kann – als flexibles, sympathisches Aushängeschild für den Reisevertrieb. 

UNION REISEVERSICHERUNG
NEUE LEITUNG

Zum 1. April 2026 übernimmt Stefan Kirchner die Leitung des touristischen Vertriebs bei der Union Reiseversicherung (URV). Er folgt auf Alexander Piwonski, der das Amt 15 Jahre lang innehatte und künftig in beratender Funktion für den Vorstand tätig sein wird. Kirchner bringt 27 Jahre Branchenerfahrung mit. Nach seiner Ausbildung bei Dertour und einem Touristikstudium war er zuletzt als Leiter des touristischen Vertriebs bei Allianz Partners Deutschland tätig.

NEUES SERVICE-TOOL

Arosa wertet Kundenanfragen automatisiert mit KI aus

Der Flussreiseveranstalter Arosa hat gemeinsam mit dem Start-up Alyza eine Künstliche Intelligenz eingeführt, die E-Mails und Telefonate automatisch auswertet. Die Lösung analysiert Stimmungen, Kontaktgründe und Lösungsquoten – bei Einwilligung der Kunden – und liefert Coaching-Tipps für die Mitarbeitenden. Ziel ist eine effizientere Beratung. Seit Projektstart vor

sechs Monaten wurden rund 22.000 Anrufe analysiert. Laut Arosa sank der Anteil vermeidbarer Anfragen um 45 Prozent, die Abschlussquote stieg um 89 Prozent. Arosa-Chef Rolf-Dieter Maltzahn sieht im Tool einen echten Mehrwert für Kunden und Mitarbeitende. Alyza-CEO Markus Stumpe betont: Arosa liege bei Freundlichkeit branchenweit vorn.

Reiseland pusht Aida-Vertrieb

Reiseland und Aida Cruises intensivieren ihre Zusammenarbeit im stationären Vertrieb: In 58 Reisebüros wurde das neue „Aida X Reiseland Shop Konzept“ umgesetzt. Ziel ist es, Kreuzfahrtberatung sichtbarer zu machen und die gemeinsame Marktposition auszubauen. Die teilnehmenden Büros wurden mit einem speziell auf Aida abgestimmten Markenauftritt ausgestattet – darunter zwei Meter hohe Dekosäulen, gebrandete Sitzmöbel und flexible Gestaltungselemente. So soll die Aida-Welt am Point of Sale für Kunden direkt erlebbar werden.



BEST-REISEN-TAGUNG

Tagung mit Rekordbeteiligung

Die diesjährige Jahrestagung der Reisebüro-Kooperation Best-Reisen ist ausgebucht. Vom 27. November bis zum 1. Dezember treffen sich über 560 Teilnehmende im Aldiana Club & Sentido Naga Bay in Ägypten. Eingeladen haben die Dertour Group sowie deren Hotelmarken Aldiana und Sentido. Mit über 350 Reisebüro-Mitgliedern verzeichnet die Kooperation eine Rekordbeteiligung. Auch rund 100 Partnerunternehmen sowie zahlreiche Vertreter aus Politik, Medien und Verbänden haben ihre Teilnahme zugesagt. Begleitet wird die Tagung von der größten Reisemesse in der Geschichte von Best-Reisen.



Mit Erfolg glänzen!
Wettbewerbsvorsprung durch innovative IT-Lösungen. Das ist TUI Franchise.



Bei TUI Franchise ist alles Gold was glänzt. Drei starke Marken – ein starker Verbund: Kommen auch Sie ins Team!

TUI ReiseCenter
FIRST REISEBÜRO

HAPAG-LLOYD
REISEBÜRO



tui.com/franchise

Leichtigkeit und Barfuß-Glück

Private Infinity-Pools, auf der Rutsche in die Lagune, per Zipline zum Dinner, eine freischwimmende Villa: Luxuriös und ausgefallen präsentieren sich die neuen und renovierten Luxus-Resorts auf den Malediven. Text: Iris Quirin

Lokale Materialien, energieeffiziente Systeme, der Einsatz natürlicher Materialien, Nachhaltigkeitsprogramme und der Trend zu noch mehr Luxus, zu Ausgefallenem und Spielerischem prägen die neuen und rundumerneuterten Luxus-Resorts der Malediven. Im naturgeschützten Baa-Atoll haben gleich zwei neue Luxus-Resorts mit hohen Nachhaltigkeitsansprüchen eröffnet: Das Luxus-Resort von Seaside Collec-

tion .Here, mit nur neun Villen auf zwei Inseln das kleinste Sechs-Sterne-Resort auf den Malediven, und The Nautilus, das weder Ecken noch Kanten kennt und auch keine Uhrzeit. Hier gilt das Motto: Was immer du willst, wann immer du willst. The Nautilus beherbergt auch die größte grüne Wand des Indischen Ozeans, die für eine kühlende Kulisse sorgt. Die Gäste können sich am Korallenaufzuchtprogramm betei-

ligen und ein Korallengerüst adoptieren. Das neue Soneva Secret ist das einzige Resort im entlegenen Haa-Dhaalu-Atoll. Wer es ganz eilig hat, morgens in die Lagune zu gelangen, nutzt einfach die elegant geschwungene Rutsche. Und wer noch mehr Abgeschiedenheit möchte, quartiert sich dort in der ersten freischwimmenden Villa „Cast Away“ der Malediven ein.

Auf den Zwillinginseln „Play“ und „Chill“ des rundumerneuterten Fünf-Sterne-

Resorts Niyama im südwestlichen Dhaalu-Atoll findet jeder Gast sein Urlaubsglück beim Chillen oder Spaß haben, etwa beim Mitternachtsschnorcheln, beim Dinner in grünen Baumwipfeln oder sechs Meter unter der Meeresoberfläche mit einzigartigem Blick auf die bunte Unterwasserwelt mit ihren Clownfischen, Doktorfischen und Kaiserfischen. Mit etwas Glück schwebt sogar ein majestätischer Manta beim Dinner vorbei. ⚓

Fotos: iStock



ELEGANZ UND SINNLICHKEIT:
Edle Hölzer, Mosaike und traditionelle Stoffe erzeugen eine besondere Atmosphäre auf Somewhere.



Infos zu .Here

- **LAGE:** Auf zwei Inseln im UNESCO-geschützten Baa-Atoll.
- **SOMEWHERE:** Die Insel bietet sieben zweistöckigen Privatvillen mit 1.117 und 1.396 Quadratmetern, mit drei oder vier Schlafzimmer und großen, privaten Infinity-Pools.
- **NOWHERE:** Hier steht eine Präsidentenvilla mit fünf Schlafzimmern, 2.399 Quadratmetern und einem zweistöckigen Wohnzimmer und eine 930 Quadratmeter große Ozeanvilla mit drei Schlafzimmern.

LANDES-TYPISCHE FORMEN:

In geschwungener Form wie die maledivischen Dhoni-Boote ragen die Pavillon-dächer des Boutique-Resorts in den Himmel.

PRÄSIDENTEN-VILLA: Das Interior-Design entwarf das Londoner Studio Muza Lab unter Leitung von Inge Moore.



Refugium im Hier und Jetzt

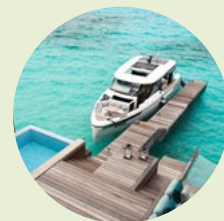
Die Hamburger Seaside Collection hat das kleinste Ultra-Luxus-Resort der Malediven eröffnet: Das .Here erstreckt sich über zwei kleine Inseln im naturgeschützten Baa-Atoll.

Text Iris Quirin



Viel Privatsphäre und Eleganz ohne überflüssigen Prunk: Das .Here der Seaside Collection verbindet Öko-Luxus mit großzügigen Räumlichkeiten. Das Sechs-Sterne-Resort richtet sich an anspruchsvolle Gäste, die Wert auf Privatsphäre in paradiesischer Umgebung, Design sowie erlesenen Service und eben solche Küche legen.

.Here erstreckt sich über zwei Inseln im naturgeschützten Baa-Atoll, einem UNESCO-Biosphärenreservat, umgeben von unberührten, weißen Sandstränden und Korallenriffen. Auf „Somewhere“ befinden sich sieben Privatvillen. Auf „Nowhere“ laden die beiden großen Präsidenten- und Ozeanvillen mit privaten Pools und eigenen Angestellten zum Erholen ein. Auf beiden



SOMEWHERE: Die Insel beherbergt sieben Privatvillen. Jede verfügt über einen privaten Infinity-Pool und einen eignen Bootsteg.

Inseln stehen den Gästen ein Restaurant, eine Lounge, ein Spa-, Fitness- und Wellnesscenter sowie ihr eigenes Personal zur Verfügung.

Design im Einklang mit der Natur

Seaside Collection verbindet im .Here nachhaltiges Design mit gehobenem Komfort: lokale Materialien wurden verbaut, energieeffiziente Systeme installiert. Entworfen hat das Resort das Architekturbüro Kulör Group aus Singapur. Ihre Idee berücksichtigt die schmale Grundfläche der Insel und verbindet das üppige Tropengrün mit dem türkis leuchtendem Meer. Eine charmante Komposition aus geschnitzten Hölzern, Stein, Marmor und edlen Stoffen findet sich in allen Räumen. Die Farbgebung

orientiert sich neben Palmengrün und Korallenrot an der auf- und untergehenden Sonne und dem Gelb der Sterne am Nachthimmel. Die dezente Eleganz und der verspielte Charme des Designs spielt auch auf die lokalen Schätze der Malediven an, etwa auf die Dhoni-Boote, deren Form die Pavillon-Dächer aufgreifen, oder die Feyli-Sarongs.

Abwechslung in Reichweite

Erholungssuchende kommen ebenso auf ihre Kosten wie Wassersportler: Nur eine halbe Stunde Bootsfahrt von .Here entfernt liegt die weltberühmte Hanifaru Bay, ein Hotspot für Mantarochen und Walhaie. 30 Tauchplätzen laden dort zum Erkunden der Unterwasserwelt ein.



LOKALE SCHÄTZE: Ornamente in Korallenform zieren den Eingang der Villen.

Wer in der entspannenden Abgeschiedenheit im .Here Lust auf Abwechslung hat, lässt sich in wenigen Minuten mit der privaten Luxusyacht zum Nachbar-Resort Finolhu etwa zum Tennis- oder Padel-Spielen, zu Tauchgängen im Padi Dive Center, zu Schnorcheltouren oder zu White-Night-Strand-Partys bringen. Jugendliche spielen im Musikstudio der neuen Teens Hut Gitarre oder Schlagzeug, schauen Filme oder nehmen an DJ-Workshops teil. Zur Erholung und Stärkung laden anschließend das elegante Fehi Spa und vier Spezialitätenrestaurants ein. Finolhu gehört übrigens ebenfalls zur Seaside Collection. ⚓

➔ <https://www.here-maldives.com/>



Robinson im Paradies

Im entlegenen Haa-Dhaalu-Atoll lädt das Resort Soneva Secret auf einer bislang unberührten Insel zur Erholung in völliger Abgeschiedenheit ein.

Text Iris Quirin



OVERWATER HIDEAWAYS:

Sie verfügen über ein geräumiges Hauptschlafzimmer im Erdgeschoss, ein offenes Wohnzimmer, eine große Terrasse und eine Reihe von Essbereichen im Freien.

BEACH HIDEAWAYS: Jede Villa verfügt über einen privaten Pool und großzügige Wohnbereiche mit direktem Zugang zur Lagune oder zum Strand.

DEZENTE ELEGANZ: Die Beach Hideaways zeichnen sie sich durch offene, lichtdurchflutete Räume und natürliche Materialien aus.



Etwas länger als eine Stunde sind die Gäste im Wasserflugzeug von Malé unterwegs zum neuen Luxus-Resort Soneva Secret auf Dhippurafushi Island. Es ist das einzige Resort im entlegenen Haa-Dhaalu-Atoll.

Einmal angekommen, beginnt sogleich das Robinson-Crusoe-Feeling im Inselparadies: Gerade einmal 14 Villen in sechs Kategorien, darunter Beach und Overwater Hideaways, laden die Gäste zu einem erholsamen Urlaub ein. Einige Villen, wie die „Lagoon Crusoe Villas“, sind nur per Boot erreichbar. Jede Villa verfügt über einen privaten Pool und großzügige Wohnbereiche mit direktem Zugang zur Lagune oder zum Strand und wird von einem dreiköpfigen Serviceteam betreut: einem Barefoot Guardian, einem Barefoot Assistant und einem privaten Koch. Für Familien sind Villen mit zusätzlichen Schlafzimmern verfügbar.

Auch ein Schuss Spaß und Abenteuer gehört zum Geheimnis von Soneva Secret: So können die Gäste etwa wie Robinson Crusoe in der ersten freischwimmenden Villa der Malediven, der „Castaway Villa“ mit Schiebedach zum Sternegucken wohnen. Je nach Gästewunsch kann die Villa flexibel verlegt werden. Von ihr wie auch von den Overwater Hideaways gelangen die Gäste wie in Kindertagen auf einer langen, geschwungenen Rutsche in die türkisfarbene Lagune.

Mit der Zipline ins Restaurant

Die Rutschen sind nicht der einzige Spaß, den sich die Resort-Erbauer haben einfallen

Fotos: Soneva Secret



OBSERVATORIUM:

Leistungsstarke Linsen und fachkundiges Personal enthüllen die Wunder des Kosmos.



SÜSSWASSERPOOL:

Neben einem offenen Essbereich besticht die große Außenterrasse der Overwater Hideaways mit dem Süßwasserpool.

Infos zu Soneva Secret

- **LAGE:** Dhippurafushi Island im Haa-Dhaalu-Atoll.
- 14 Überwasser- und Strandvillen mit eigenem Pool, darunter die erste schwimmende Villa der Malediven.
- Jede Villa verfügt über ein dreiköpfiges Service-Team (Koch, Barefoot Guardian, Barefoot Assistant).
- Dazu gibt es ein Clubhaus mit Restaurant, eine Lounge, ein Spielzimmer und eine Bibliothek sowie ein Observatorium.

lassen: Das Open-Air-Restaurant „Out of This World“ ist mit der 80 Meter langen Zipline – oder per Boot – erreichbar. Das Restaurant beherbergt auch ein Observatorium und einen Weinkeller. Leistungsstarke Linsen und fachkundiges Personal enthüllen dort die Wunder des Kosmos. Strand-Dinner bei Lagerfeuer im „So Primitive“ und Rückzugsorte wie „The Living Room“, dem zentralen Kulinarik- und Lounge-Hub mit Bibliothek, Boutique, und Spezialitäten wie Eis, Schokolade, Käse und Charcuterie, runden die kulinarischen Gaumenfreuden für die Gäste ab.

Nachhaltige Erlebnisse

Urlauber können an Schnorcheltouren, Tauchgängen mit Mantas, Delfinen und Schildkröten sowie an Segeltouren zu abgelegenen Inseln teilnehmen und sich im Open-Air-Kino den verpassten Blockbuster anschauen. Yoga bei Sonnenaufgang und Spa-Behandlungen sorgen für ihre innere Balance. Soneva Secret verbindet Luxus mit Verantwortungsbewusstsein und bietet ein nachhaltiges Malediven-Erlebnis: Ein eigenes Korallen-Projekt und Respekt vor dem unberührten Ökosystem, die Nutzung von Solarenergie, Regenwasseraufbereitung, Plastikverbot und Abfallreduzierung sind feste Bestandteile des Resort-Konzepts, das darauf abzielt, die Umwelt dieses Urlaubsparadieses so wenig wie möglich zu belasten und das Robinson-Feeling auch für weitere Generation zu erhalten. ⚓

➔ <https://soneva.com/de/resorts/soneva-secret/>



RUNDE SACHE: Die Beach und Ocean Houses haben keine Ecken. Jedes Haus verfügt über ein Wohnzimmer, einen privaten Pool und einen Butler-Service.

Individueller Luxus

Zeit hat keine Bedeutung im The Nautilus Maldives. Ganz nach ihrem eigenen Rhythmus können die Gäste individuell entscheiden, was sie wann machen wollen.

Text Iris Quirin

Himbeereis zum Frühstück – und das am Nachmittag? Im Luxusresort The Nautilus Maldives im Baa-Atoll haben feste Uhrzeiten keine Bedeutung, die Belegschaft macht alles möglich. Mahlzeiten, Serviceleistungen, Aktivitäten werden auf Wunsch angepasst.

Nur 26 mindestens 282 Quadratmeter große Beach und Ocean Houses mit Infinity-Pools und Glasböden im Wohnbereich mit Blick auf die Unterwasserwelt befinden sich auf der kleinen Insel Thiladhoo.

Die Häuser, die übrigens keine Ecken haben, sondern rund gestaltet sind, verfügen über einen direkten Strand- oder Lagunenzugang und viel Raum für Individualität. Die Gäste, wohlhabende Alleinreisende und Familien, die Privatsphäre und Service

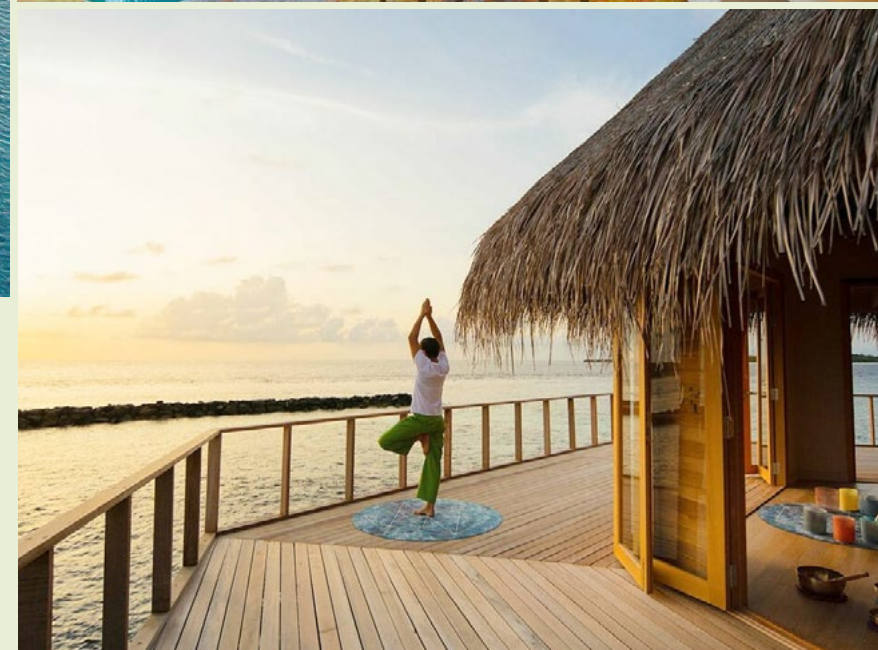


THE NAUTILUS MANSION: In der 922 Quadratmeter großen Villa dinieren Gäste unter freiem Himmel.

schätzen, haben die Freiheit, jeden Tag nach ihrem Rhythmus zu gestalten.

Kulinarische Erlebnisse

Die Gäste entscheiden, wann und wo sie speisen möchten. Die Restaurants Zeytoun (mediterrane, europäische Küche), Ocaso (japanisch-lateinamerikanisch) und Thyme (global inspirierte Küche) sowie private Dining-Erlebnisse folgen dem Konzept des sogenannten „unscripted dining“. Im Solasta Spa sorgen maßgeschneiderte Behandlungen, Yoga, Meditation und Klangtherapien für Wohlbefinden, während Aktivitäten wie Schnorcheln mit Mantas, Tauchen oder Ausflüge auf einsame Sandbänke unvergessliche Erlebnisse schaffen. Die Gäste schätzen diese Freiheit, der zeit-



SOLASTA SPA: Jeden Morgen wird hier eine Yoga-Stunde angeboten. Ansonsten trainiert jeder zu seiner bevorzugten Uhrzeit.

Infos zu The Nautilus

- **LAGE:** Auf Thiladhoo Island im UNESCO-geschützten Baa-Atoll in der Nähe der berühmten Hanifaru Bay.
- 26 Beach und Ocean Houses, Residences, Retreats und eine Mansion entlang des Strandes und über dem Wasser mit Infinity-Pools.
- Die ganze Privatinsel kann gebucht werden.
- Drei Restaurants, darunter das auf Stelzen stehende Signature-Restaurant Zeytoun, und eine Poolside-Lounge, servieren unabhängig von herkömmlichen Essenszeiten ihre Köstlichkeiten.

MALEDIVEN | SCHWERPUNKT



ZEYTOUN: Über der Lagune gelegen und mit spektakulärem Blick auf den Sonnenuntergang, lädt das Restaurant zu einem Signature-Dining-Erlebnis ein.

OCEAN HOUSES: Durch den Glasboden im Wohnzimmer können die Gäste direkt von ihrem luxuriösen Ambiente aus die Unterwasserwelt beobachten.

lose Luxus kommt gut an: The Nautilus Maldives wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, darunter mit dem Condé Nast Traveller Readers' Choice Award 2024 als eines der Top-Fünf-Resorts im Indischen Ozean.

Kühlende Kulisse

Das Resort liegt in der Nähe der Hanifaru Bay, einem Treffpunkt für Mantarochen, und arbeitet mit dem Manta Trust zusammen. Auch bietet es seinen Gästen die Möglichkeit, an Forschungsprojekten teilzunehmen. Unter Wasser betreibt The Nautilus eine Korallenaufzucht. Auch daran können sich die Gäste beteiligen und ein Korallengerüst adoptieren, das sanft in der Lagune platziert wird. Bei einem späteren Aufenthalt können sie den Fortschritt selbst in Augenschein nehmen. Seit 2024

sorgen Solarmodule für saubere Energie im Resort. Ein Highlight ist die größte grüne Wand des Indischen Ozeans: Mit einer Spannweite von 330 Metern und einer

Höhe von drei bis sechs Metern dient die Bepflanzung als natürliche Trennung zwischen dem Gästebereich und dem Mitarbeiterviertel und bietet Schatten, Privatsphäre und eine kühlende Kulisse. ⚓

➔ <https://www.thenautilusmaldives.com/de/>

Spiel und Spa auf zwei Inseln

Aktiv sein oder Chillen in entspannter Atmosphäre:
Auf den Zwillinginseln „Play“ und „Chill“ des Fünf-Sterne-Resorts
Niyama findet jeder Gast sein Urlaubsglück.

Text Iris Quirin

**WASSER-
VILLEN IN
DER LAGUNE:**
Auf „Chill“ befin-
den sich die geräu-
migen Über-
wasserpavillons
mit Infinity-Pools.

Infos zu Niyama

- **LAGE:** Hulumalu Island, Dhaalu-Atoll.
- 134 Strand- und Wasser- villen von 135 bis 255 Quadratmeter, mit einem bis zu drei Schlafzimmer.
- The Crescent mit fünf Poolvillen.
- Neun kulinarische Erleb- nisse vom Baumkronen- bis zum Unterwasserres- taurant.
- Explorers Kids Club für junge VIPs.
- Drift Spa by Niyama.

**ENTDECKUNGS-
TOUR:** Auf „Play“
erkunden die Gäste
den üppigen Dschungel und versteckten
Buchten der Insel
mit dem Fahrrad.

BEACH VILLA DELUXE: Mit gehobenem Design, verbessertem Komfort und einem neuen Raumgefühl definieren diese Villen mit Pool den Barfuß-Luxus im Niyama neu.

SPA UND WELLNESS: Die Beauty-Oase Drift Spa bietet eine Vielfalt an Massagen und Behandlungen an.

Weite, weiße Sandstrände laden im Niyama Private Islands Maldives zu romantischen Barfußspaziergängen ein, zum Entspannen in der Sonne, zu Yoga-Sessions und Spa-Behandlungen. Auf den beiden Schwesterinseln „Chill“ und „Play“ erleben Gäste eine einzigartige Mischung aus Ruhe und Wellness, aus Abenteuer und Familienspaß.

In nur 45 Minuten mit dem Wasserflugzeug erreichen sie das rundum erneuerte Fünf-Sterne-Resort im südwestlichen Dhaalu-Atoll.

„Chill“ steht für Entschleunigung: üppiger Dschungel, versteckte Buchten, die strahlend blaue Lagune und das Drift Spa, wo die Gäste maßgeschneiderte Anwendungen und Entspannung erwarten. „Play“ dagegen sprüht vor Energie – mit Aktivitäten wie Kinder-Zumba, Nachtschnorcheln oder der einzigen privaten Surfwelle der Malediven. Über einen Steg verbunden, können die Gäste jederzeit zwischen beiden Welten wechseln.

Villen mit Privatpools

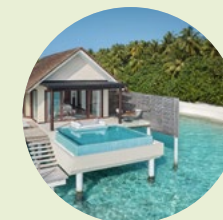
Bei ihren Unterkünften können die Gäste zwischen eleganten Strandvillen mit direktem Zugang zum weißen Sand und der Lagune, stilvollen Overwater-Pavillons mit Blick über den Indischen Ozean oder großzügigen Familienvillen mit mehreren Schlafzimmern wählen. Jede Unterkunft ist großzügig gestaltet, lichtdurchflutet und mit privatem Pool ausgestattet.

Auch kleine Gäste kommen auf ihre Kosten: Der neu gestaltete Kinderclub auf „Play“ begeistert mit Wasserpark im Dschungel, Kletterwand, Rutschen und



BESONDERE DINNER- LOCATIONS:

Auf einer abge-
legenen Sandbank
wird alles für ein
romantisches
Dinner für Paare
vorbereitet.



WATER VILLA MIT POOL:

Trotz des direkten
Zugangs zur Lagune
haben diese
Villen auch noch
einen privaten
Infinity-Pool.

Trampolinen. Auf dem Programm stehen Schnorchel- und Segelausflüge, Mittagessen wie bei den Großen und sogar Mini-Spa-Behandlungen. Auf „Play“ befindet sich auch das moderne Meereszentrum mit einer Korallenaufzuchtstation, in dem die Gäste gemeinsam mit Meeresbiologen aktiv zum Schutz der Unterwasserwelt beitragen können.

Dinner in Baumkronen

Spielerische Abwechslung bietet Niyama auch bei der Verköstigung seiner Gäste, und das nicht nur bei den Gerichten, sondern auch bei den Locations: vom Restaurant „Nest“ hoch oben in den Baumkronen, über das Unterwasserrestaurant „Subsix“ sechs Meter unter der Meeresoberfläche mit Blick auf die bunten Fische der Lagune bis zum romantischen Dinner zu zweit auf einer einsamen Sandbank.

„Chill“, die Oase der Entspannung und des Wohlbefindens, beherbergt das Drift Spa. Tagsüber können die Gäste auf „Chill“ am Pool abhängen und bis zum Sonnenuntergang Cocktails genießen. In den Abendstunden lädt die Rooftop-Bar mit herrlichem Blick auf den Indischen Ozean und Live-Musik zum Ausklang des Tages ein.

Niyama vereint auf seinen beiden Inseln Luxus, Abenteuer, Natur und Familie zu einem ganzheitlichen Urlaubserlebnis. Das Resort wurde bereits mehrfach ausgezeichnet. Bei den Condé Nast Traveler Reader's Choice Awards etwa belegte es 2024 den zweiten Platz in der Kategorie „Top Resorts im Indischen Ozean“. 🌴

➔ <https://www.niyama.com/de>

D

Die Malediven sind ein Postkartenidyll – und gleichzeitig eines der verletzlichsten Ökosysteme der Welt. Steigender Meeresspiegel, Korallenbleiche und die Abhängigkeit von Dieselgeneratoren auf den Resorts bedrohen das Paradies im Indischen Ozean. Wer hier Urlaub macht, blickt nicht nur auf eine einmalige Kulisse, sondern auch auf ein Labor für die Zukunft des Tourismus.

Immer mehr Resorts begreifen, dass Nachhaltigkeit mehr ist als ein Marketinglabel. Das Sheraton Maldives Full Moon Resort & Spa hat mit seiner Biogasanlage, die Küchenabfälle in Energie verwandelt, oder einer hauseigenen Wasserabfüllanlage, die Hunderttausende Plastikflaschen ersetzt, Standards gesetzt. General Manager Greg Allan bringt es auf den Punkt: „Unsere Gäste sehen, dass es nicht um Einschränkung geht, sondern um Effizienz. Moderner Komfort und nachhaltiges Wirtschaften können Hand in Hand gehen.“

Auch das Le Méridien Maldives Resort & Spa, ausgezeichnet mit dem Green-Globe-Zertifikat, zeigt, wie konsequent Nachhaltigkeit gedacht werden kann: Ein 430 Quadratmeter großes Hydrokultur-Gewächshaus liefert täglich frisches Gemüse, während Solaranlagen und Meerwasseraufbereitung den ökologischen Fußabdruck drastisch senken.

Bemerkenswert, wie Naturschutz in das Gästerlebnis integriert wird. Meeresbiologen laden Urlauber ein, Korallen zu pflanzen, Schildkröten zu begleiten oder Seegraswiesen zu schützen. So wird aus einem Badeurlaub eine Erfahrung, die sensibilisiert und bewegt.

Keine Frage: Die Malediven stehen für Traumstrände – doch sie stehen ebenso für die Frage, wie Tourismus im 21. Jahrhundert aussehen kann. Wenn Luxus und Verantwortung zusammenfinden, entscheidet sich hier, ob das Paradies Zukunft hat. ⚓

Zwischen Traum und Verantwortung

Die Malediven sind Sehnsuchtsziel und fragile Schönheit zugleich. Während die Gäste von türkisfarbenen Lagunen und weißen Stränden träumen, kämpfen die Inseln gegen Plastikmüll, Erosion und den Klimawandel. Resorts wie das Sheraton Maldives Full Moon Resort & Spa oder das Le Méridien Maldives Resort & Spa zeigen, dass Luxusurlaub und aktiver Umweltschutz kein Widerspruch sein müssen.

Text: Jean-Marc Göttert



SHERATON MALDIVES FULL MOON RESORT & SPA

Luxus trifft auf Verantwortung

Nur 15 Minuten mit dem Schnellboot von der Hauptinsel Malé entfernt liegt auf der Privatinsel Furanafushi ein Resort, das Fünf-Sterne-Komfort mit ehrgeizigen Nachhaltigkeitszielen verbindet. Das Sheraton Maldives Full Moon Resort & Spa setzt auf Solarstrom, Biogasanlage und Korallenschutz

Text Jean-Marc Göttert

Nur eine Viertelstunde Bootsfahrt vom internationalen Flughafen Velana entfernt, empfängt das Resort seine Gäste mit 176 Zimmern, Bungalows und Villen, verteilt zwischen tropischen Gärten, Sandstränden und Stelzen über dem Wasser.

Sieben Restaurants und Bars, drei Pools und das Shine Spa for Sheraton auf einer eigenen Kleininsel schaffen Vielfalt für Paare, Familien und Alleinreisende. „Unser Ziel ist es, jedem Gast den passenden Rahmen zu bieten – ob romantischer Rückzugsort zu zweit oder großzügiges Refugium für die ganze Familie“, erklärt Resortmanager Greg Allan.

Vielfalt an Villen und Kulinarik

Die Bandbreite reicht von Deluxe Rooms bis zu großzügigen Two-Bedroom Overwater-Villa mit 205 Quadratmetern. Dazwischen liegen Beachfront Cottages mit Pool, Ocean Pool Villas mit Garten und Infinity-Pool sowie Overwater Villas, die mit dem direkten Treppenzugang ins Meer locken.

Familien profitieren von großzügigen Family Rooms und einem durchdachten Kinderkonzept: Bis zwölf Jahre wohnen Kinder kostenfrei im Zimmer der Eltern, der „Kids Club“ bietet kreative Programme und betreute Aktivitäten.

Auch kulinarisch geht die Reise einmal um die Welt: Im Feast erwartet die Gäste ein internationales Buffet, im Baan Thai



BEGRÜSSUNG

Zur Begrüßung im Kakuni Hut: Ein erfrischender Kokos-Cocktail direkt am Strand.

authentische Küche aus Thailand, während das Sea Salt mit frischem Fisch und Meeresfrüchten in Strandlage lockt. Ein besonderes Highlight ist die Kakuni Hut, ein Strandbistro direkt an der türkisfarbenen Lagune, die karibisch inspirierte Gerichte und kreative Drinks serviert – von frischen Fisch-Tacos bis hin zu hausgemachtem Jalapeño-Schokoladen-Eis. Wer asiatische Klassiker liebt, ist im ChopstiX richtig: Hier stehen Dumplings, Nudeln und aromatische Wok-Gerichte auf der Karte, serviert in entspannter Pool-Atmosphäre – wahlweise al fresco oder klimatisiert.

Ergänzt wird das Angebot durch Destination Dining-Erlebnisse wie Champagnerfrühstücke auf der Sandbank oder romantische Dinners direkt am Strand. „Unsere

Sheraton Maldives Full Moon Resort & Spa

- **LAGE:** Privatinsel Furanafushi, Nord-Malé-Atoll
- **ERREICHBARKEIT:** 15 Minuten per kostenlosem Schnellboot vom Flughafen Malé
- **UNTERKÜNFTE:** 176 Zimmer, Cottages und Villen (Deluxe Rooms, Beach Cottage, Ocean Pool Villas, Overwater Villas, Two-Bedroom Overwater Villa)
- **GASTRONOMIE:** Sieben Restaurants & Bars (u. a. Feast, Sea Salt, Baan Thai, Kakuni Hut, ChopstiX)
- **WELLNESS:** Shine Spa auf einer eigenen Insel



MAGISCHER MOMENT: Am Steg über der türkisfarbenen Lagune liegen die Gäste Seite an Seite, während unter ihnen anmutig die Riffhaie vorbeiziehen. Ein stiller Ort, in dem sich die Nähe zur Natur mit der Weite des Ozeans verbindet.

DIREKT AM WASSER: Von der Veranda des Beach Cottage eröffnet sich der freie Blick über die türkisfarbene Lagune.

BAD MIT MEERBLICK: Im Badezimmer mit freistehender Badewanne genießen Gäste nicht nur Komfort, sondern auch den ungestörten Blick auf die Lagune – ein Ort, an dem Wellness und Natur nahtlos ineinander übergehen.



Fotos: Sheraton Maldives Full Moon Resort & Spa / Jean-Marc Göttert für TRVL COUNTER

Gäste suchen nicht nur Abwechslung, sondern auch Authentizität“, betont Allan. „Deshalb kombinieren wir internationale Küche mit lokalen Zutaten und schaffen Erlebnisse, die es nur hier gibt.“

Nachhaltigkeit als Leitidee

Seit 2024 trägt das Sheraton Maldives das Green-Globe-Zertifikat – ein international anerkanntes Siegel für nachhaltiges Wirtschaften. „Die Auszeichnung war für uns ein wichtiger Meilenstein, aber kein Endpunkt“, sagt Allan. „Sie ist ein Versprechen an unsere Gäste: Wir wollen jedes Jahr ein Stück besser werden.“

Die Liste der Maßnahmen ist beeindruckend: Eine Biogasanlage wandelt Küchenreste in Gas um und spart jährlich zehntausende Liter Diesel. Eine Wasserabfüllanlage ersetzt 375.000 Plastikflaschen pro Jahr. In den Zimmern reguliert das intelligente System INNCOM automatisch die Klimaanlage und spart so Energie und Wasser. „Unsere Gäste sehen, dass es nicht

um Einschränkung geht, sondern um Effizienz“, sagt Allan. „Wir möchten zeigen, dass moderner Komfort und nachhaltiges Wirtschaften Hand in Hand gehen können.“

Lange Tradition

Das Resort knüpft mit solchen Projekten an das Erbe der Marke Sheraton an. Seit Jahrzehnten gilt sie als Synonym für Gemeinschaft – weltweit in mehr als 425 Häusern. Mit der aktuellen Transformation werden Design, Kulinarik und Service neu ausgerichtet, um diese Idee für die nächste Generation von Reisenden fortzuführen.

Auf Furanafushi spüren Gäste dieses Konzept unmittelbar: beim gemeinsamen Anstoßen auf der Sunset-Bar, bei Kochkursen oder in Familienprogrammen, die Kindern das Thema Nachhaltigkeit näherbringen. „Luxus bedeutet für uns nicht Abgrenzung, sondern Verbindung – mit Menschen, mit Kultur und mit der Natur“, fasst Allan zusammen.

Ein Blick in die Zukunft

Die Pläne des Resorts bleiben ehrgeizig: Eine 600-kW-Solaranlage soll den Dieselverbrauch der Generatoren massiv senken. Auch Elektromobilität und neue Recyclingmethoden sind in Arbeit. „Wir wissen, dass Nachhaltigkeit ein Prozess ist und kein Projekt mit einem festen Enddatum“, sagt Allan. „Darum setzen wir uns jedes Jahr neue Ziele – und laden unsere Gäste ein, diesen Weg gemeinsam mit uns zu gehen.“



SUNSET-DINNER: Im Strandrestaurant genießen Gäste feine Küche mit weitem Blick aufs Meer, während am Abend der Sonnenuntergang seine prächtigen Farben entfaltet.

WASSERSPORT: Von Jetski und Parasailing bis hin zu Tauchen und Schnorcheln – das Resort bietet vielfältige Wassersportmöglichkeiten direkt vor der Lagune.



Fotos: Sheraton Maldives Full Moon Resort & Spa / Jean-Marc Göttfert für TRVL COUNTER



BREITES ANGEBOT: Insgesamt bietet das Resort 176 Zimmer, Cottages und Villen, sieben Restaurants und Bars sowie ein breites Freizeit- und Nachhaltigkeitsangebot – eingebettet in die tropische Inselwelt des Nord-Malé-Atolls.



FAMILIENTAUGLICH:

Die 205 Quadratmeter große Two-Bedroom Overwater-Villa mit privatem Pool bietet viel Platz für Familien oder Freunde. Großzügige Räume, elegante Ausstattung und ein weiter Blick über den Indischen Ozean verbinden Komfort mit exklusivem Inselgefühl.

AUSSTATTUNG:

Die Overwater-Villa mit Pool bietet auf 205 Quadratmetern zwei Schlafzimmer, einen privaten Essbereich, eine Küche sowie ein elegant gestaltetes Badezimmer – dazu einen großzügigen Außenbereich mit Pool und Panoramablick.



UNTERWASSER-WELT: Ein Tauchgang zu den Korallen eröffnet faszinierende Einblicke in die farbenprächige Unterwasserwelt der Malediven.



MEERESSCHÜTZERIN: Meeresbiologin Katelyn Hegarty-Kelly betreut das Korallenschutzprogramm des Resorts – Gäste können dabei selbst Korallen pflanzen und zum Erhalt der Riffe beitragen.



Lernen von der Natur – und für die Natur

Noch näher an den Ursprung führt das Korallenprojekt „Adopt a Coral“, das von der irischen Meeresbiologin Katelyn Hegarty-Kelly betreut wird. Gemeinsam mit der Organisation Reefscapers siedelt sie Korallen um, restauriert Riffe und lädt Gäste ein, selbst Hand anzulegen. Kleine Korallenstücke werden an Metallrahmen befestigt, ins Meer gelassen und später online nachverfolgt. „Korallen sind nicht nur wunderschön, sie sind die Grundlage des marinen Lebens“, sagt Katelyn. „Wenn wir sie verlieren, verlieren wir auch einen Großteil der Artenvielfalt.“ Ihre Begeisterung überträgt sich schnell – ob in Vorträgen, auf Schnorchelausflügen oder bei Delfinbeobachtungen. Schon 800 Korallenkolonien hat sie mit ihrem Team umsiedeln können, darunter bei einer spektakulären Rettungsaktion von einer benachbarten Insel Anfang 2025. 🐠

→ sheraton.marriott.com/destinations/

Fotos: Sheraton Maldives Full Moon Resort & Spa / Jean-Marc Göttert für TRVL COUNTER

INTERVIEW

„NACHHALTIGKEIT IST BEI UNS TEIL DER DNA“

Das Sheraton Maldives Full Moon Resort hat als eines der ersten Häuser der Marriott-Gruppe auf den Malediven die Green-Globe-Zertifizierung erhalten. Resortmanager Greg Allan erklärt, wie Biogasanlage, Plastikreduktion und Energieeffizienz den Inselbetrieb nachhaltiger machen.

Text Jean-Marc Göttert



GRÜNER GENERAL MANAGER: Geboren in Kenia und als Hotelmanager lange in Asien tätig, ist Greg Allan seit 2024 neuer Chef des Sheraton Full Moon Resort & Spa.

Herr Allan, Ihr Resort hat 2024 die Green-Globe-Zertifizierung mit 86 Prozent erreicht. Was bedeutet dieser Schritt für Sie?

Für uns war die Zertifizierung mehr als nur ein Siegel. Wir haben schon vor Jahren nachhaltige Prozesse eingeführt, aber durch das Audit haben wir erstmals eine objektive Messlatte bekommen. Es hat uns bestätigt, dass wir vieles richtig machen – und gleichzeitig Bereiche aufgezeigt, in denen wir besser werden können, etwa beim Lieferantenmanagement oder bei der Qualität unserer Daten. Heute hat jede Abteilung messbare Nachhaltigkeitsziele, die regelmäßig überprüft werden. So ist das Thema kein Nebenprojekt mehr, sondern in unseren Geschäftsplänen verankert. Nachhaltigkeit ist damit ein Teil unserer DNA.

Besonders spannend klingt die neue Biogasanlage. Wie funktioniert sie – und was bringt sie?

Seit Januar 2025 sammeln wir Küchenabfälle direkt an der Quelle und führen sie einem Fermenter zu. Dort entstehen Biogas und ein nährstoffreiches Nebenprodukt. Das Gas ersetzt Diesel, was sowohl Kosten senkt als auch Emissionen reduziert. Erste Ergebnisse zeigen Einsparungen von rund 36.000 Litern Diesel pro Jahr – und das ist nur der Anfang. Gleichzeitig müssen wir weniger Abfall von der Insel transportieren, was logistisch und hygienisch ein Vorteil ist. Wichtig war uns, das System so aufzubauen, dass es zuverlässig läuft: Unsere Mitarbeiter wurden intensiv geschult, es gibt klare Prozesse und tägliche Kontrollen. Für mich ist diese Anlage ein Symbol: Technik kann viel bewegen, aber sie funktioniert nur, wenn Menschen sie mittragen.

Plastikmüll ist ein Dauerthema auf den Malediven. Welche Lösung haben Sie gefunden?

Wir wollten das Problem an der Wurzel packen. Mit unserer Wasseraufbereitungsanlage stellen wir Trinkwasser aus Meerwasser her und füllen es intern ab. Gäste erhalten Glasflaschen, Mitarbeiter Edelstahlflaschen, und überall gibt es Nachfüllstationen. Das bedeutet: 375.000 Einweg-Plastikflaschen pro Jahr weniger. Unsere Erfahrung zeigt, dass Gäste diese Veränderung sehr positiv annehmen – wenn man ihnen erklärt, warum wir es tun. Transparenz ist entscheidend: Wir kommunizieren die Maßnahmen klar, laden sogar andere Resorts ein, sich unsere Systeme anzuschauen. Denn Nachhaltigkeit ist kein Wettbewerb, sondern eine gemeinsame Aufgabe.

Danke fürs Gespräch! 🙏

→ sheraton.marriott.com/destinations/

INSELPARADIES: 134 Villen vom Strand bis über dem Wasser sowie fünf Restaurants und Bars mit dem Farm-to-Table-Konzept prägen das Le Méridien Maldives Resort & Spa.



NACHHALTIG ZERTIFIZIERT: „Unser Green-Globe-Zertifikat ist kein Abschluss, sondern ein Versprechen“, sagt General Manager Thomas Schult über das Engagement des Resorts für gelebte Nachhaltigkeit.

IDYLLE: Blick vom Restaurant auf den Sonnenuntergang – wo Kulinarik und Naturerlebnis nahtlos ineinander übergehen.



LE MÉRIDIEN MALDIVES RESORT & SPA

Luxus mit gutem Gewissen

Auf der Insel Thilamaafushi im Lhaviyani-Atoll verbindet das Le Méridien Maldives Resort & Spa europäische Eleganz mit nachhaltiger Innovation. Das Resort wurde 2025 mit dem Green-Globe-Zertifikat ausgezeichnet und zeigt, wie moderner Inselurlaub und Umweltbewusstsein harmonieren können – von Solarstrom und Recycling bis zum eigenen Hydrokultur-Gewächshaus.

Text Jean-Marc Göttert

Langsam, fast unmerklich senkt sich die Sonne am Horizont des Indischen Ozeans und färbt den Himmel in schimmerndes Gold und zartes Rosa. Sanft rollen die Wellen gegen die Stelzen der Over-Water-Villen, während einige Gäste barfuß über die hölzernen Stege zum Restaurant schlendern. Laternen, gespeist von Solarenergie, beleuchten den Weg. Auf Thilamaafushi, einer kleinen Insel im Lhaviyani-Atoll, entfaltet sich ein Bild wie aus einem Traum: blendend weiße Strände, üppige Vegetation – und ein Resort, das nicht nur für luxuriöse Erholung steht, sondern auch für Verantwortung gegenüber der Zukunft des Planeten.

Green Globe zertifiziert

Das zur Marriott-Gruppe gehörende Le Méridien Maldives Resort & Spa hat 134 Villen, die sich harmonisch in die Lagune und die tropischen Gärten einfügen. Ob Beach Villa mit direktem Zugang zum



WEGWEISER

Neun Flugstunden oder rund 8.000 Kilometer sind die Atolle der Malediven von Europa entfernt.

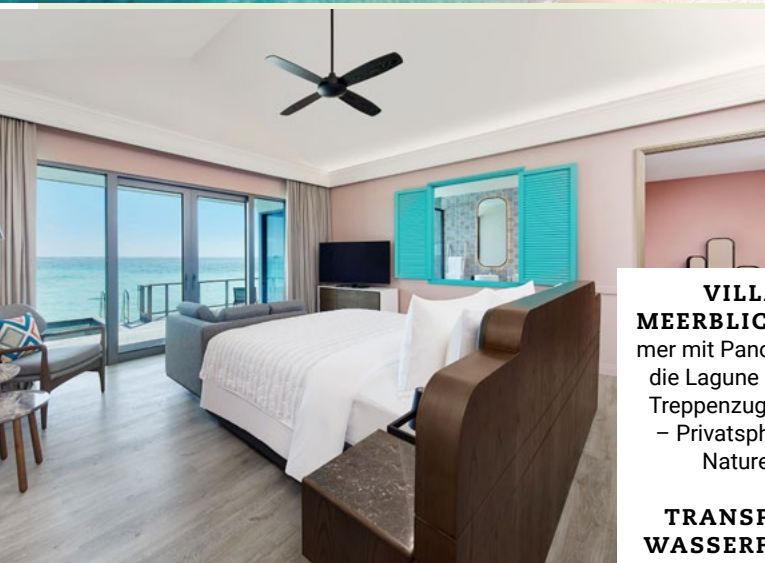
Sandstrand oder Over-Water-Suite mit endlosem Blick aufs Meer – jedes Refugium verkörpert den unverkennbaren Mid-Century-Stil der Marke Le Méridien, gepaart mit einem Hauch europäischer Eleganz.

Anfang 2025 wurde das Resort mit dem Green-Globe-Zertifikat ausgezeichnet – ein Gütesiegel, das nur jene Häuser erhalten, die nachweislich höchste Standards in ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Verantwortung erfüllen. „Unser Green-Globe-Zertifikat ist für uns kein Abschluss, sondern ein Versprechen“, sagt General Manager Thomas Schult. „Wir wollen nicht nur die Schönheit der Malediven bewahren, sondern aktiv zeigen, dass sich Reisen und Klimaschutz vereinen lassen.“

Beim Bau spielte Umweltbewusstsein eine zentrale Rolle. Dächer aus Palmgras, VOC-arme Farben und doppelt verglaste Fenster gehören ebenso zum Konzept wie BPA-freier Edelstahl. Intelligente Raumkontrollsysteme regulieren automatisch die



LA VIE BAR:
Am Adults-only-Pool
genießen Gäste die
Idyllischen Strände
mit weitem Blick
über den Indischen
Ozean – ein stilles
Refugium auf
der Insel.



**VILLA MIT
MEERBLICK:** Schlafzim-
mer mit Panoramablick auf
die Lagune und direktem
Treppenzugang ins Meer
– Privatsphäre trifft auf
Naturerlebnis.



**TRANSPORT PER
WASSERFLUGZEUG:**
der wohl spektakulärste
Taxiservice der Malediven.



**LUXUS MIT AUS-
SICHT:** Das Badezimmer
der Over-Water-Villen bietet
freien Blick auf die türkis-
farbene Lagune.

**KINO UNTER
STERNEN:** Im Open-Air-
Theater des Resorts wird
der Filmabend zum unver-
gesslichen Inselerlebnis.



Klimaanlage, wenn Türen geöffnet sind – ein Detail, das jährlich fast 1.000 Megawattstunden Energie und zehn Millionen Liter Wasser einspart.

„Nachhaltigkeit beginnt für uns nicht erst beim Gast, sondern schon beim Fundament“, betont Schult. „Wir wollten von Anfang an zeigen, dass Luxusurlaub und Umweltschutz kein Widerspruch sind.“

Ein Gewächshaus als Herzstück

Besonders eindrucksvoll ist das 430 Quadratmeter große Hydrokultur-Gewächshaus – eines der größten der Malediven. Hier wachsen täglich bis zu 30 Kilo pestizidfreies Salate und frische Kräuter, die in den Restaurants des Resorts direkt verarbeitet werden.

Regenwasser, Klimasteuerung und innovative Anbaumethoden machen den Garten zu einem Vorzeigebispiel für nachhaltige Landwirtschaft auf einer Insel, die sonst auf Importe angewiesen wäre. „Das Gewächshaus ist mehr als nur ein Ort, an dem wir Gemüse ziehen“, erklärt Chefgärtnerin Juby Thomas, die täglich zwischen Basilikum, Minze und Salat arbeitet. „Für viele unserer Gäste ist es das erste Mal, dass sie sehen, wie Lebensmittel hier auf den Malediven wachsen. Manche Kinder pflanzen mit uns ihre eigenen Mikrogreens – und ihre Augen leuchten, wenn sie begreifen, dass Nachhaltigkeit etwas ist, das man anfassen und schmecken kann.“ Bei kulinarischen Touren, beim Family Foraging oder beim Harvest Table Dinner,

bei dem die Produkte aus dem Garten frisch auf den Tisch kommen, können Gäste das Gewächshaus aktiv erleben. „Wenn Gäste in unserem Restaurant ein Gericht probieren, das mit Kräutern aus dem eigenen Garten verfeinert ist, dann schmeckt man die Frische – und man schmeckt auch unsere Haltung“, sagt Asaf Tasdan, Executive Assistant Manager verantwortlich für Food und Beverage. „Wir wollen zeigen, dass Nachhaltigkeit nicht Verzicht bedeutet, sondern mehr Qualität.“

Energie aus der Sonne, Wasser aus dem Meer

Mit einer Solaranlage von über 2.000 Paneelen produziert das Resort rund 40 Prozent seines Tagesstroms. Dadurch werden täglich 750 Liter Diesel eingespart – ein enormer Beitrag für die Inselanlage, die sonst fast ausschließlich von Generatoren abhängig ist. Mehr als 1.000 solarbetriebene Leuchten illuminieren Wege und Strände, was den ökologischen Fußabdruck weiter reduziert.

Auch die Wasserversorgung ist nachhaltig gelöst: Frischwasser gewinnt das Resort mittels Umkehrosmose aus Meerwasser. Es wird in eigene Glasflaschen abgefüllt und



EINMALIG: Im 430 Quadratmeter großen Hydrokultur-Gewächshaus – einem der größten der Malediven – gedeihen täglich bis zu 30 Kilo frisches Salate und Kräuter für die Resortküche.

CHEFGÄRTNERIN: „In Gewächshaus wächst nicht nur Gemüse, sondern auch das Bewusstsein für die Natur“, sagt Chefgärtnerin Juby Thomas, die aus Kerala, Indien, stammt.

Fotos: Le Méridien Maldives Resort & Spa / Jean-Marc Göttert für TRVL COUNTER



KÄMPFER FÜR DIE UMWELT: „Mangroven sind die grünen Schutzschilde der Malediven: Sie bewahren Küsten vor Erosion, bieten Lebensraum für zahlreiche Tierarten und speichern große Mengen CO2“, sagt Ozeanologe Cesar Briliandi.

in allen Villen bereitgestellt – jährlich spart das rund 225.000 Einweg-Plastikflaschen
„Wenn wir unseren Gästen Glasflaschen geben, dann ist das für uns mehr als nur eine Serviceleistung“, erklärt Schult. „Es ist ein Symbol dafür, dass wir Verantwortung übernehmen – und unsere Gäste Teil davon sind.“

Ein Marine-Hub für Gäste und Natur
Das Le Méridien Maldives beschränkt sich nicht auf interne Prozesse, sondern macht Nachhaltigkeit erlebbar. Herzstück ist der Marine Conservation Hub, in dem Gäste unter Anleitung des ansässigen Meeresbiologen in die Welt der Korallenriffe, Schildkröten und Delfine eintauchen können. Programme wie „Build a Coral Reef“ oder die „Turtle Quest“ verbinden Bildung mit aktiver Hilfe: Besucher helfen etwa beim Bau neuer Korallenstrukturen oder begleiten Schildkröten-Monitorings. „Wir wollen, dass Gäste die Malediven sehen und verstehen“, erklärt Cesar Briliandi, Meeresbiologe des Resorts. „Wer einmal eine Schildkröte in ihrem natürlichen Lebensraum beobachtet hat, versteht, warum Schutzprogramme wichtig sind.“ Ein Highlight ist das Seegras-Schutzprogramm, erzählt er. Denn Seegraswiesen reinigen nicht nur das Wasser, sie binden auch enorme Mengen CO2, und das rund 35-mal effizienter als ein Regenwald gleicher Größe.



WASSERFLIEGER
Schon der Flug über die Atolle eröffnet spektakuläre Ausblicke auf die Inselwelt der Malediven.

Müll wird zur Ressource
Im Resort werden täglich Lebensmittelabfälle in Kompost verwandelt, der die Inselgärten fruchtbar hält. Glasflaschen werden zerkleinert und im Bau wiederverwendet oder in den Kunstunterricht integriert. Selbst die Abwärme der Generatoren wird genutzt, um Warmwasser zu erzeugen – ein Kreislauf, der nichts verschwendet. „Unsere Philosophie ist ganz einfach“, fasst Schult zusammen. „Alles, was wir von der Natur nehmen, soll in irgendeiner Form zurückgegeben werden.“

→ <http://www.lemeridien-maldives.com>

Le Méridien Maldives Resort & Spa

- **LAGE:** Insel Thilamaafushi, Lhaviyani Atoll, Malediven
- **NAME:** „Thilamaafushi“ bedeutet „Riffinsel“
- **UMGEBUNG:** ursprüngliche Flora und Fauna, schimmernde Lagune, artenreiche Korallenriffe
- **ARCHITEKTUR:** inspiriert von den Formen des Atolls, der Riffe und der Unterwasserwelt
- **CHARAKTER:** verspielte Oase für neugierige, kreative Reisende
- **STIL:** europäisches Flair trifft auf tropisches Inselidyll
- **BESONDERHEITEN:** nachhaltiges Resort mit Fokus auf Umweltbewusstsein

[lemeridien-maldives.com](http://www.lemeridien-maldives.com)



VILLENANGEBOT: Gäste haben die Wahl zwischen verschiedene Villentypen: großzügige Refugien direkt am weißen Sandstrand oder Over-Water-Villen, die auf Stelzen über der türkis-farbenen Lagune thronen.



ATOLLSCHUTZ: Das vorgelagerte Korallenriff schützt die Insel vor starken Wellen und formt zugleich eine idyllische Lagune – Lebensraum für zahllose Meeresbewohner.

NATURSCHUTZ: Im Schildkrötenschutzprogramm des Resorts können Gäste die Arbeit der Meeresbiologen begleiten.

PADEL COURT: Auf dem hauseigenen Padelcourt können Gäste auch im Inselparadies aktiv werden – Sport mit Blick auf Strand und Ozean.



STOPOVER



Forschung und Faszination

**EINMAL AM SPRICHWÖRTLICHEN DACH DER WELT STEHEN.
DIE REEDEREI PONANT MACHT DIESES SELTENE ABENTEUER MÖGLICH.**

Mit dem hybridgetriebenen Luxus-Eisbrecher Le Commandant Charcot geht es zum geografischen Nordpol bei 90° Nord – dorthin, wo kaum ein Mensch jemals war. Das Schiff durchquert auf seiner Route Eisregionen, die konventionellen Schiffen verschlossen bleiben, und eröffnet seinen Gästen dabei ein Reiseerlebnis von einzigartiger Intensität.

Doch die Expedition ist weit mehr als ein Fotomoment am

äußersten Punkt der Erde: An Bord treffen Luxus und Wissenschaft zusammen. Gäste erleben echte Meeres- und Klimafor-schung aus nächster Nähe, begleiten internationale Forschungsteams bei ihrer Arbeit in hochmodernen Laboren und sind Teil von Projekten, die Wissen schaffen und Geschichte schreiben.

Eisbären und Wale, Polarlichter und Mitternachtssonne bilden die

Kulisse für Zodiac-Fahrten, ge-führte Landgänge und mutige Polar-Plunges. Umgeben von jahrtausendealtem Eis, entfaltet sich eine Magie, die den Pionier-geist weckt.

→ [https://de.ponant.com/le-com-mandant-charcot](https://de.ponant.com/le-commandant-charcot)

Foto: Ponant

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



»Eine Überregulierung würde das Rückgrat der deutschen Reisewirtschaft gefährden – mit gravierenden Folgen für Unternehmen, Beschäftigte und Millionen Reisende!«

NORBERT FIEBIG, DRV-PRÄSIDENT



EU-PAUSCHALREISERICHTLINIE

Verbände erheben die Stimme gegen die EU-Reform

Zehn führende Reise- und Tourismusverbände in Deutschland schlagen Alarm: Kurz vor Beginn des Trilogverfahrens am 24. September haben sie Korrekturen an der geplanten EU-Pauschalreiserichtlinie gefordert. In einer gemeinsamen Stellungnahme warnen sie vor massiven Wettbewerbsverzerrungen, zusätzlichen Belastungen für Reiseveranstalter und Vermittler sowie negativen Folgen für Verbraucher.

Das sind die Kernforderungen: Die Verbände – darunter DRV, BTW, VIR, DTV, ASR und Forum Anders Reisen – plädieren klar für eine Stärkung der Pauschalreise. Diese dürfe durch die Überarbeitung nicht geschwächt werden. Insbesondere verlangen sie:

- Abgrenzung von Pauschal- und Geschäftsreisen: Vermittler sol-

len weiterhin einzelne Leistungen kombinieren dürfen, ohne zum Veranstalter zu werden. Geschäftsreisen, etwa über Rahmenverträge, müssten ausgenommen werden.

- Präzisere Stornoregeln: Die geplante Ausweitung der kostenfreien Rücktritte bei außergewöhnlichen Umständen sehen die Verbände kritisch. Veranstalter dürften nicht pauschal das allgemeine Lebensrisiko ihrer Kunden tragen müssen. Auch die geplante 28-Tage-Frist für kostenlose Stornierungen lehnen sie ab.
- Einheitliche Bewertung von Risiken: Entscheidungsgrundlage bei Reisewarnungen solle weiterhin das Auswärtige Amt bleiben – nicht der Wohnsitz oder Abreiseort der Gäste.
- Branchenspezifischer Startter-

min: Die Umsetzung der neuen Vorgaben solle nicht zum 1. Januar, sondern besser zum 1. November erfolgen – angepasst an das touristische Geschäftsjahr.

Die deutsche Reisewirtschaft ist mit rund 2.300 Veranstaltern und 8.000 Reisebüros stark mittelständisch geprägt. Mit einem Marktanteil von 41 Prozent ist Deutschland der größte Pauschalreisemarkt in der EU.

Der scheidende DRV-Präsident Norbert Fiebig mahnt: „Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Verbraucherschutz und wirtschaftlicher Tragfähigkeit ist zwingend.“

Eine Überregulierung würde die Grundlagen des Reisemarkts gefährden – mit Auswirkungen auf Unternehmen, Arbeitsplätze und Reisende gleichermaßen. ⚓

Fotos: iStock // Visit Finland // Abu Dhabi



HERBST HIGHLIGHTS

Das Department of Culture and Tourism Abu Dhabi hat den neuen „Abu Dhabi Calendar“ veröffentlicht. Geplant sind zahlreiche Konzerte, Ausstellungen, Festivals und Sport-Events – darunter die NBA Abu Dhabi Games, das Liwa International Festival sowie der Formel 1 Grand Prix 2025.

Weiter infos: abudhabiculture.ae

LA RÉUNION

Neue Condor-Verbindung

Der Ferienflieger Condor bedient künftig bis zu viermal pro Woche die Strecke von Frankfurt am Main nach Mauritius. Von dort aus übernimmt Air Austral die Weiterreise nach La Réunion – möglich macht dies ein neues Interline-Abkommen zwischen den beiden Fluggesellschaften, das für nahtlose Anschlussverbindungen sorgt.

Die neue Route soll dem Übersee-Département Frankreichs zu mehr Sichtbarkeit auf dem deutschen Markt verhelfen. Deutsch-



PERLE: La Réunion ist ein französisches Übersee-Département im Indischen Ozean mit rund 870.000 Einwohnern, und vereint vulkanische Berglandschaften, tropische Wälder und viele multikulturelle Einflüsse.

land gilt laut CRT als einer der dynamischsten Quellmärkte Europas. La Réunion will sich künftig noch stärker als Ziel für Natur-, Kultur- und Abenteuerreisen positionieren.

CRT-Präsident Patrick Lebret spricht von einem „wichtigen Impuls“ für den Tourismus auf der Insel. Die Verbindung über Mauritius eröffne neue Märkte, spreche anspruchsvolle Reisende an und stärke nachhaltig die lokale Tourismuswirtschaft.



ZUGTOURISMUS IN FINNLAND

Klimafreundliche Zugreisen

Mit neuen Ideen und komfortableren Verbindungen will Finnland den nachhaltigen Tourismus stärken: Visit Finland bewirbt drei klimafreundliche Reiserouten, die alle in Helsinki starten und per Bahn und Bus zu landschaftlich reizvollen Zielen führen.

Ab Ende des Jahres macht die finnische Bahn VR das Reisen

noch attraktiver: Neue Schlafwagen mit Hotelstandard ermöglichen komfortable Nachtfahrten – inklusive Blick auf die Nordlichter. „Bahnreisen sind ein umweltfreundlicher Weg, Finnland kennenzulernen“, betont Liisa Kokkarinen, Nachhaltigkeitschefin von Visit Finland. Gäste sollen sich Zeit nehmen, um Natur und Kultur bewusst zu erleben.



AIDA BLEIBT AUF ERFOLGSKURS

MEHR GÄSTE UND STABILE PREISE

Mit drei Millionen deutschen Hochseekreuzfahrern im Jahr 2024 – davon rund die Hälfte mit AIDA – untermauert die Reederei ihre Rolle als Wachstumstreiber der Branche. „Die Kreuzfahrtbranche bleibt ein starker Motor in der Touristik“, so AIDA-Präsident Felix Eichhorn. AIDA positioniert sich damit erneut als drittgrößter Reiseveranstalter Deutschlands. Besonders gefragt sind Reisen ab deutschen Häfen – rund 80 Prozent der Sommerreisen 2025 starten dort. „Sie bieten bequeme, klimafreundliche Anreisen und sind preislich attraktiv“, erklärt Eichhorn. Ein weiterer Trend: frühe Buchungen – auch durch viele Erstfahrer und Mehrgenerationenreisen. „Unsere Preise sind im Verhältnis zu Angeboten an Land sehr wettbewerbsfähig – und bleiben es auch“, betont Eichhorn. Auch langfristige Preisstabilität sei für viele Gäste ein entscheidender Buchungsgrund. AIDA investiert weiter in Nachhaltigkeit. „Ein Gast

auf einem unserer neuen Schiffe hat etwa den gleichen CO²-Fußabdruck wie ein einfacher Flug nach Mallorca – aber unser Ziel bleibt die Abkehr von fossilen Kraftstoffen“, so Eichhorn. Aktuell nutzen AIDA-Schiffe bereits in 14 europäischen Häfen Landstrom. Damit das weiter wachse, brauche es „verlässliche Rahmenbedingungen und eine konsequente Umsetzung der Ausbaupläne“. Mit dem Programm „Evolution“ startet AIDA eine umfassende Modernisierung. Bis 2028 werden sieben Schiffe der Selection-Klasse rundum erneuert. Bereits 2025 kehrte die AIDAdiva nach Werftaufenthalt im neuen Look zurück – inklusive modernisierten Kabinen, neuem Entertainment und frischen kulinarischen Konzepten. Eichhorn zeigt sich zuversichtlich: „Wir investieren, um das Urlaubserlebnis unserer Gäste kontinuierlich zu verbessern – an Bord und darüber hinaus.“

NEUES REISEJAHR, NEUE REISEN, NEUE IMPULSE
Gebeco startet Vertriebsoffensive für 2026

Mit neuen Katalogen, über 170 Kleingruppenreisen weltweit und einer emotionalen Kampagne richtet sich Gebeco gezielt an den stationären Vertrieb und neue Kundengruppen. Alle Reisen sind bis Ende 2026 buchbar – mit Fokus auf intensive Erlebnisse in kleinen Gruppen, Nachhaltigkeit und einem Bestpreis-Sortiment. Ein Schwerpunkt liegt auf Europa: 20 neue Touren erweitern das Programm auf über 140 Reisen, darunter Jersey und Guernsey, die Azoren, Skandinavien und neue Länderkombinationen. Rund 50 der 170 Reisen führen innerhalb Europas, viele mit klimafreundlicher Anreise per Zug oder Bus. Die Gruppengröße bleibt auf maximal 16 Teilnehmer begrenzt. Highlight ist die 16-tägige Reise „Südliches Afrika – Sinfonie der Naturwunder“, die Südafrika, Simbabwe, Sambia und Botswana ver-



bindet – mit Safaris, Nationalparks und den Victoriafällen. Zur Unterstützung des stationären Vertriebs bietet Gebeco Vermarktungspakete, Katalogeinlieferung und ein Webinar am 16. Oktober. Rund 28 ausgewählte Europa-Reisen sind als „Bestpreis-Reisen“ gekennzeichnet. „Wir setzen verstärkt auf Nähe, Authentizität und

nachhaltige Zugänge zu Land und Leuten – kombiniert mit fairen Preisen und unserer Reiseleitungs-Expertise“, erklärt Geschäftsführer Michael Knapp. Eine Übersicht gibt es unter gebeco.de/neue-reisen. Am 16. Oktober stellt das Vertriebs-Team die Katalog-Neuheiten in einem Webinar vor. Anmeldungen sind [hier möglich](#).

PROVISIONEN 2026

Coral Travel und FERIEN Touristik

Coral Travel und FERIEN Touristik stellen ihr neues Provisionsmodell für 2026 vor. Reisebüros profitieren

von einer vereinfachten Staffe lung, gebündelten Umsätzen aller drei Marken und einer attraktiven Vergütung von mindestens zehn bis maximal 12,75 Prozent. Besonders interessant: Die Provision wird auf den gesamten Bruttoumsatz inklusive Zusatzleistungen berechnet. Auch Gruppenumsätze fließen in die Berechnung ein. Reisebüros können zudem wählen, ob die Auszahlung im Folgemonat der Buchung oder der

Abreise erfolgen soll. Parallel erweitern Coral Travel und FERIEN Touristik ihr Portfolio um Fernreisen, was zusätzliche Umsatzchancen schafft. „Unser Ziel ist es, den stationären Vertrieb mit wettbewerbsfähigen Provisionen und klaren Strukturen zu unterstützen“, erklärt Ender Karadag, Head of Sales & Distribution. Parallel bauen Coral Travel und FERIEN Touristik ihr Portfolio aus – insbesondere im Bereich Fernreisen. Für Reisebüros bedeutet das: höhere Warenkörbe und damit ein schnellerer Aufstieg in lukrativere Provisionsstufen. Neue Destinationen in Asien, Afrika und Amerika ergänzen das bisherige Angebot.



Fotos: iStock / AIDA Cruises



LUFTHANSA AIRLINES

Neues Bordkonzept „Fox“ zum Jubiläum

Zum 100-jährigen Bestehen bringt Lufthansa ab Frühjahr 2026 ein neues, umfassendes Bordkonzept auf die Langstrecke. Unter dem Namen „Fox“ – kurz für Future Onboard Experience – sollen Service, Ausstattung und Abläufe in allen vier Reiseklassen deutlich verbessert werden.

„Mit mehr Individualität, höherem Komfort und außergewöhnlichen Lufthansa Signature Moments knüpfen wir an das an, was uns in den vergangenen 100 Jahren immer ausgezeichnet hat: ein aufmerksamer und einzigartiger Gastgeber über den Wolken zu sein“, erklärt Jens Ritter, CEO von Lufthansa Airlines. Allein in den nächsten zwölf Monaten investiert die Airline über 70 Millionen Euro in das Projekt.

Modernisierung aller Langstreckenjets
Das neue Konzept wird nicht nur auf den Maschinen mit der neuen Allegris-Kabine eingeführt, sondern sukzessive auch auf anderen Langstreckenjets wie der Boeing 787-9 und dem Airbus A350-900 umgesetzt. Die Modernisierung betrifft Economy, Premium Economy, Business und First Class gleichermaßen. Neben neuen Abläufen im Service sollen auch Ausstattung und Materialien an Bord erneuert werden.

Flexiblere Abläufe
Ein zentrales Element ist die Individualisierung des Flugenerlebnisses. In der Business Class können Gäste künftig selbst bestimmen, wann sie ihre zweite Mahlzeit erhalten möchten. Zudem wird

das Menüangebot erweitert. Auch in der Economy und Premium Economy stehen künftig drei statt zwei Hauptgerichte zur Auswahl.

Design, Komfort und Kulinarik
Ein neues, einheitliches Geschirrdesign, aufgewertete Textilien, moderne Amenity Kits und neue kulinarische Konzepte unterstreichen den Anspruch der Airline. Geplant ist ein „Dreiklang“ aus Heimat, Vielfalt und Signature-Gerichten. Letztere sollen von renommierten Spitzenköchen eigens für Lufthansa entwickelt werden – abgestimmt auf die Start- oder Zielregion des Flugs. Mit „Fox“ wolle man den Premiumanspruch der Marke Lufthansa weiterentwickeln und dabei den Bedürfnissen der Reisenden gerecht werden. ⚓



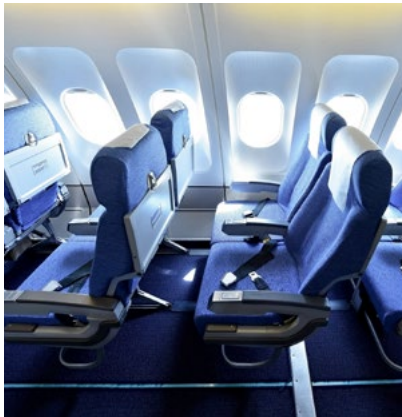
PERU EINMAL ANDERS

Während viele Reisende Peru mit Machupicchu und Cusco verbinden, zeigt sich der Norden des Landes überraschend anders: Zwischen Pazifikküste und Amazonas locken Surfstrände, Trockenwälder und archäologische Stätten.

SITZPLATZRESERVIERUNGSSERVICE

Mehr Service für Gebeco-Gäste

Ab sofort können Reisebüros bei Gebeco Sitzplatzreservierungen auch für Airlines außerhalb der Lufthansa Group anfragen – zunächst über das Service-Team, später auch digital. Reisebüros erhalten mit den Reiseunterlagen einen Hinweis auf die Reservierungsmöglichkeiten und können Wunschplätze ihrer Kunden unkompliziert per E-Mail oder telefonisch anfragen. „Mit diesem erweiterten Angebot unterstreichen wir unseren Serviceanspruch und bieten unseren Partnern eine wertvolle Zusatzleistung“, so Michael Knapp, CCO bei Gebeco. Langfristig soll der Service für alle Airlines in den Self-



Service überführt werden. Schon heute ist dies für Lufthansa, Discover Airlines, Brussels Airlines, Austrian Airlines und Swiss durch die Integration von Modifly möglich.

FARN
WIR INS
ABENTEUER!



Mit DIAMIR Erlebnisreisen den Schritt aus der Komfortzone wagen





REPRÄSENTATIVE UMFRAGE BEI URLAUBERN

Sonne, Solo, Slow – das sind die TUI-Reisetrends

Immer mehr Menschen wollen ihren Urlaub aktiv, persönlich und flexibel gestalten – statt reiner Erholung stehen Natur, Kulinarik und Selbstbestimmung hoch im Kurs. Das zeigt eine repräsentative TUI-Umfrage unter 2.000 Personen in Deutschland zu den Reisetrends 2026.

„Urlaub wird heute individuell verstanden“, sagt Benjamin Jacobi, Vorsitzender der TUI Deutschland Geschäftsführung. „Für manche steht Erholung im Mittelpunkt, andere suchen das Eintauchen in neue Kulturen oder einzigartige Momente – häufig wird all das kombiniert.“

Für ein Drittel der Befragten ist die Landschaft das wichtigste Reisesemotiv – besonders Frauen suchen gezielt Ruhe in der Natur. Statt nur Sonne und Strand werden Waldspaziergänge, Seen und National-

parks zur Tankstelle für Körper und Geist. Naturmotive sind laut Umfrage auch die am häufigsten geteilten Urlaubseindrücke in sozialen Medien.

Klassische Städtereisen bleiben beliebt, doch viele kombinieren sie inzwischen zu Multi-Stop-Reisen – etwa mit mehreren Stationen in Andalusien oder Norditalien. Gleichzeitig rücken kleinere Städte ins Rampenlicht: TUI nennt diesen Trend „Town sizing“ und verweist auf neue Aufsteigerziele wie Bilbao, Palermo, Leipzig, Dresden und Kiel.

Revival für All-Inclusive
All-inclusive-Urlaub bleibt gefragt – vor allem bei 18- bis 24-Jährigen. Hier liegt die Zustimmung mit 38 Prozent deutlich über dem Schnitt. Gleichzeitig wächst der Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit im Rundum-Paket – durch bessere

Bedarfsplanung, weniger Food Waste und lokale Kooperationen. Jacobi: „Gerade in unsicheren Zeiten bieten All-inclusive-Angebote planbare Kosten und entspannte Erholung. Das schätzen viele Gäste.“

Essen und Trinken sind für viele Reiseanlass: Über die Hälfte der Befragten probiert gerne regionale Spezialitäten, 45 Prozent geben dafür sogar am meisten Geld aus. Besonders Italien punktet bei Genussreisenden.

Unabhängig unterwegs
Rund 45 Prozent planen allein zu reisen – bewusst, individuell und mit reduzierten Komfortansprüchen zugunsten authentischer Erlebnisse. Der Trend zum „Indie Travel“ steht für neue Formen des Unterwegsseins – ob als Solo-Abenteuer oder mit Gleichgesinnten auf Roadtrip. ⚓



SOMMERFAZIT: Thailand, Vietnam und die Malediven erhielten Bestnoten. Bei Hotels lagen Griechenland, Türkei, Spanien und die Malediven vorn.

DERTOUR-TRENDS

Gäste buchen früher

DerTour-Gäste haben ihren Sommerurlaub 2025 im Schnitt 135 Tage vor Abreise gebucht – acht Tage früher als im Vorjahr. Hauptbuchungsmonat war der Januar. Die Zahl der Reisenden stieg leicht um ein Prozent. Fast 90 Prozent der Buchungen entfielen auf Europa und Nordafrika. Spitzenreiter bleibt die Türkei (23 Prozent), gefolgt von Spanien, Griechenland und Ägypten. Bulgarien (+38 %) und Ägypten (+23 %) verzeichneten starke Zuwächse. Fernreisen machten elf Prozent aus. Thailand wuchs um 15 Prozent, Japan um 70 Prozent. Der Indische Ozean überholte Nordamerika als beliebtestes Fernziel. Familienbuchungen stiegen um sechs Prozent. Gefragt waren günstige Ziele wie Ägypten, Tunesien und Thailand (+32 %). Deutschland verlor an Bedeutung. 62 Prozent buchten im Reisebüro – etwas weniger als 2024, aber mehr als 2023. Die Beratung sorgte für höhere Zufriedenheit. 57 Prozent wählten All-inclusive, ein Drittel buchte Fünf-Sterne-Hotels. Das Luxussegment wuchs um 15 Prozent, besonders in Griechenland, Deutschland (+30 %) und den Emiraten. Thailand, Vietnam und die Malediven erhielten Bestnoten.



10% Provision garantiert + 3% Provision auf euren Mehrumsatz*

* lt. TUI Provisionsvereinbarung

Fußabücke im Sand

Zwischen Atlasgebirge und Sahara fasziniert der Süden Marokkos mit einer Welt aus Licht, Stille und bewegender Schönheit. Hier, wo Berbertraditionen lebendig sind, beginnt eine Reise zu den Ursprüngen – intensiv, entschleunigend und voller authentischer Begegnungen. Text: Felicia Haslbeck



D

Der Süden Marokkos ist eine faszinierende Region, die durch ihre landschaftliche Vielfalt und kulturelle Tiefe begeistert. Zwischen den majestätischen Gebirgsketten des Anti-Atlas und den goldenen Sanddünen der Sahara entfaltet sich eine eindrucksvolle Naturkulisse, die wie geschaffen ist für Entdecker und Reisende auf der Suche nach dem Ursprünglichen.

Städte wie Agadir, Ouarzazate oder Zagora sind bedeutende wirtschaftliche und kulturelle Ankerpunkte der Region. Sie zeichnen sich durch ihre authentische Atmosphäre, historische Bauten und den lebendigen Austausch zwischen Tradition und Moderne aus.

Unsere Reise begann im April in Ouarzazate, dem legendären „Tor zur Sahara“. Die Stadt ist berühmt für ihre imposanten

IMPOSANTE BERGE

Ein Viertel des Landes besteht aus Bergen. Die ältesten Berge sind schätzungsweise rund 480 Millionen Jahre alt



MAROKKANISCHER TEE

– meist grüner Minztee – ist weit mehr als ein Getränk: Er steht für Gastfreundschaft, Gemeinschaft und Tradition.

Lehmburgen und ihre Rolle als international gefragter Drehort. In den Atlas Filmstudios wurden Filme wie Gladiator oder Game of Thrones zum Leben erweckt. Ganz in der Nähe liegt ein architektonisches Juwel: die Kasbah Aït Ben Haddou, ein UNESCO-Weltkulturerbe und Paradebeispiel traditioneller Baukunst im Süden Marokkos.

Je weiter man gen Süden vordringt, desto stiller wird die Landschaft – und desto eindrucksvoller die Begegnung mit der Wüste. In der Sahara erlebten wir die Stille und Weite der endlosen Dünen hautnah, besonders intensiv bei einer Kamelsafari im Licht der untergehenden Sonne.

Der Süden ist geprägt von den Lebenswelten der Berber, deren Kultur bis heute das Alltagsleben bestimmt. Ob bei einem Tee in einem Nomadenzelt, in kleinen Oasen-Dörfern oder auf den traditionellen Märkten: Wer hier reist, taucht ein in jahrhundertalte Traditionen, tiefe Gastfreundschaft und eine Geschichte, die weit über die Mauern alter Kasbahs hinausreicht.

Fazit: Der Süden Marokkos ist eine Region voller Gegensätze – rau und sanft zugleich, weitläufig und voller Details. Wer das authentische Marokko abseits der touristischen Zentren erleben möchte, findet hier eine Welt aus Licht, Stille und bewegender Schönheit.

1. KASBAH TAOURIRT

Die Kasbah Taourirt in Ouarzazate zählt zu den eindrucksvollsten Lehmbauten Marokkos.

Einst diente sie als Residenz mächtiger Berberfürsten und gilt heute als architektonisches Juwel des Südens. Mit ihren kunstvoll verzierten Fassaden, verwinkelten Gängen und fligranen Stuckarbeiten ist sie ein lebendiges Zeugnis traditioneller marokkanischer Baukunst – und ein Magnet für Kulturreisende aus aller Welt.

2. DIE ATLAS FILMSTUDIOS

Die Atlas Filmstudios bei Ouarzazate zählen zu den größten Filmstudios der Welt – und sind das Hollywood der Wüste.

Seit Jahrzehnten dienen sie als spektakuläre Kulisse für internationale Blockbuster und Serienhits wie Gladiator, Game of Thrones oder Die Mumie. Zwischen Sanddünen und Lehmmauern entstehen hier

ganze Wüstenstädte, antike Tempel oder biblische Landschaften. Die Studios sind nicht nur ein bedeutender Standort der nordafrikanischen Filmindustrie, sondern auch eine faszinierende Attraktion für Besucher, die hinter die Kulissen weltberühmter Produktionen blicken möchten.



MAROKKO STARTET DURCH: Medhi Benrhanem, Leiter des Fremdenverkehrsamtes Marokko, setzt ehrgeizige Ziele und will die Fußballweltmeisterschaft 2030 als Katalysator für den Tourismus nutzen.

MAROKKO WILL MEHR

Neue Hotels, bessere Anbindung – und bald eine Million deutsche Gäste

Marokko wächst rasant im Tourismus – vor allem aus Deutschland. Mit mehr Flügen, neuen Hotels und gezieltem Marketing peilt das Land die Millionenmarke an. Die Fußball-WM 2030 gibt zusätzlichen Schub.

Marokko hat im deutschen Reisemarkt große Pläne – und setzt diese Schritt für Schritt um. 2024 reisten rund 859.000 Gäste aus Deutschland in das nordafrikanische Land – ein Anstieg um 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr und rund 25 Prozent mehr als vor der Pandemie. „Wir sind auf einem sehr guten Weg“, sagt Mehdi Benrhanem, der das marokkanische Fremdenverkehrsamt in Düsseldorf seit drei Jahren leitet. Zielmarke: eine Million deutsche Gäste bis 2025.

Insgesamt empfing Marokko im Jahr 2024 rund 17,4 Millionen internationale Besucher – so viele wie kein anderes Land auf dem afrikanischen Kontinent. Deutschland ist bereits viertwichtigster Quellmarkt. Doch Benrhanem will mehr: „Der deutsche Markt soll zu einer tragenden Säule des marokkanischen Tourismus werden – neben Frankreich.“

Dafür investiert das Königreich gezielt in den Ausbau seiner touristischen Infrastruktur. Neue Flugver-

bindungen, verbesserte Anreiseoptionen und ein wachsendes Angebot an Hotels sollen den Trend weiter befeuern. Ein zusätzlicher Impuls kommt durch die Fußball-Weltmeisterschaft 2030, die Marokko gemeinsam mit Spanien und Portugal austrägt.

Große Namen, große Projekte Internationale Hotelketten sehen das Potenzial – und bauen aus. Die TUI stellte auf der ITB Berlin das Club Magic Life Agadir vor, ein neues Familienresort mit geplanter Eröffnung im Jahr 2027. Es wird das 500. Hotel im globalen Portfolio des Konzerns. Auch Riu investiert: Der beliebte Riu Palace Tikida Agadir wurde umfassend renoviert und bietet nun 465 Zimmer sowie ein erweitertes Gastronomieangebot im All-inclusive-Segment.

Doch Marokko will mehr sein als ein klassisches Badeziel. „Der Rundreise- und Kulturtourismus kommt stark zurück“, sagt Benrhanem. Besonders in Städten wie Marrakesch, Fès oder Meknès gebe

es reichlich Potenzial – auch abseits der ausgetretenen Pfade. Während Marrakesch sich als Städtereisenziel längst etabliert hat, sei etwa Fès – eine der vier historischen Königsstädte – in Deutschland noch weitgehend unbekannt.

Mehr als All-inclusive

Benrhanem betont, dass Marokko nicht auf Massen- oder All-inclusive-Tourismus allein setze. Vielmehr wolle man ein differenziertes Bild des Landes zeigen – mit Fokus auf Kultur, Natur und authentischen Reiseformen. Auch Badeorte wie Taghazout, nördlich von Agadir, rücken ins Rampenlicht. Das kleine Fischerdorf hat sich zum Hotspot für Surfer und Individualreisende entwickelt – mit neuen Resorts, stilvollen Boutique-Hotels und nachhaltigen Konzepten. Und Eurowings verdreifacht im Winterflugplan 2025/26 das Angebot an Direktflügen nach Marokko. Ab Düsseldorf erhöht Eurowings die Frequenzen nach Marrakesch von zwei- auf dreimal wöchentlich.

3. KAMELRITT DURCH DIE WÜSTE (BEI REGEN)

Ein seltener Moment in der Wüste: Regen während des Kamelritts. Als wir mit unseren Kamelen durch die sandige Weite zogen, zogen plötzlich dunkle Wolken auf – und dann begann es tatsächlich zu regnen. Die Tropfen verwandelten

die sonst staubtrockene Landschaft in eine beinahe surreale Szenerie, still und dramatisch zugleich. Der Ritt wurde durch den feuchten Boden etwas beschwerlicher, doch die Kamele schritten unbeirrt weiter, als hätten sie

schon viele solcher Überraschungen erlebt. Die frische, regenge-tränkte Luft war eine unerwartete Wohltat – und wir stellten uns lachend die Frage: Wie groß ist eigentlich die Chance, dass es ausgerechnet in der Wüste regnet?

4. MIT 4X4-FAHRZEUGEN DURCH DIE SAHARA

Mit robusten 4x4-Fahrzeugen durchqueren wir die Weiten der Sahara – ein Abenteuer voller Kontraste und Magie. Sanddünen türmten sich wie Wellen am Horizont, karge Felsformationen wechselten sich mit goldenen Ebenen ab, und immer wieder öffnete sich der Blick auf abgelegene Oasen, die wie grüne Versprechen inmitten der Wüste lagen. Die Geländewagen boten dabei nicht nur Komfort und Sicherheit, sondern auch die nötige Wendigkeit, um selbst anspruchsvolle Routen abseits der Pisten zu bewältigen.

5. ROSENERNTE DER FRAUEN-KOOPERATIVE

Aus vier wurden tausend: In Südmarokko beteiligen sich heute über 1.000 Frauen bei der Ernte und Verarbeitung – organisiert in einer Kooperative, die seit 2003 besteht. Jährlich ernten sie rund sechs Tonnen Rosen, aus denen hochwertiges Rosenwasser und Naturkosmetik entstehen. Die

Kooperative sichert faire Löhne, stärkt die wirtschaftliche Unabhängigkeit der Frauen und wird inzwischen sogar vom Staat bei Messeauftritten unterstützt. Inmitten der stillen Weite des „Tals der Rosen“ blüht nicht nur Handwerk – sondern auch weibliche Selbstbestimmung.



ZARTE BLÜTEN, STARKE FRAUEN: In den Tälern rund um El-Kelaa M'Gouna pflücken marokkanische Frauen im Morgengrauen Damaszener-Rosen – von Hand, wie seit Generationen.



IM DUFT DER UNABHÄNGIGKEIT

Wie Rosen in Südmarokko das Leben von Frauen verändern

In den Tälern des südlichen Marokkos blühen nicht nur Rosen, sondern auch neue Perspektiven: Eine Frauenkooperative, die einst mit vier Mitgliedern begann, zählt heute über 1.000 Frauen. Sie ernten die kostbaren Blüten von Hand – und stärken damit ihre wirtschaftliche und soziale Stellung.

Wenn im Frühling die Täler rund um das marokkanische El-Kelaa M'Gouna in zartem Rosa aufleuchten, beginnt eine besondere Zeit: die Rosenernte. Früh am Morgen, bevor die Sonne ihren Zenit erreicht und die ätherischen Öle der Blüten verdunsten, machen sich die Frauen auf den Weg zu den Feldern. Behutsam pflücken sie Blüte für Blüte – von Hand.

Was einst als kleine Initiative begann, ist heute ein beeindruckendes Beispiel für erfolgreiche Frauenförderung in der Region. Im Jahr 2003 gründeten vier Frauen eine Kooperative, um den Anbau und die Verarbeitung der berühmten Damaszener-Rosen gemeinschaftlich zu organisieren – und sich gleichzeitig aus wirtschaftlicher Abhängigkeit zu befreien. Heute, gut 20 Jahre später, zählt die Kooperative über 1.000 Mitglieder.

Die Idee war ebenso simpel wie kraftvoll: gemeinsam ernten, gemeinsam verhandeln, gemeinsam profitieren. Die Frauen verkaufen die duftenden Blüten nicht nur frisch, sondern verarbeiten sie weiter – zu Rosenwasser, ätherischen Ölen, Seifen und hochwertigen Kosmetikprodukten. Alles unter einem Dach – und zu fairen Bedingungen. „Früher waren wir von Zwischenhändlern abhängig“, erzählt eine der Gründerinnen. „Heute bestimmen wir unsere Preise selbst.“

Die Zahlen sprechen für sich: Rund sechs Tonnen Rosenblüten werden jährlich geerntet, verlesen und verarbeitet. Ein Teil geht in den Export, ein anderer wird auf regionalen Märkten und zunehmend auch auf internationalen Messen verkauft. Unterstützung kommt inzwischen auch vom Staat, der Messeauftritte der Kooperative

finanziell fördert und so den Zugang zu neuen Märkten erleichtert.

Die Organisation bietet den Frauen nicht nur Einkommen, sondern auch Bildung, Weiterbildung und ein starkes soziales Netzwerk. Viele von ihnen haben durch die Arbeit erstmals eigenes Geld verdient – und damit die Möglichkeit, ihre Familien mitzutragen, ihre Kinder zur Schule zu schicken oder kleine Betriebe aufzubauen.

Der Anbau erfolgt traditionell und ohne den Einsatz von Chemie. Das sorgt nicht nur für besonders reine Produkte, sondern schützt auch die fragile Umwelt der Region.

In einer Region, in der Frauenarbeit lange Zeit im Schatten stand, hat sich durch diese Kooperative viel verändert. Die zarten Rosenblätter, die morgens noch vom Tau glänzen, sind nicht nur Rohstoff – sie sind Symbol für Wandel, Selbstbestimmung und Stolz.



WESTERN AUSTRALIA

Naturwunder zwischen Coral Coast und Karijini- Schluchten

Während Australiens Ostküste längst etabliert ist, bietet der weniger bereiste Westen des Kontinents Naturerlebnisse ohne Massentourismus. Nördlich der Stadt Perth führt die 1.100 Kilometer lange Coral Coast weiter bis in die urzeitlichen Schluchten des Karijini-Nationalparks. Unterwegs erwarten Reisende Begegnungen mit Delfinen und Buckelwalen, wilde Natur und Zehntausende Jahre Aboriginalkultur.

Text: Steven Hille

Die isolierteste Großstadt der Welt, wie Perth sich selbst nennt, tickt in einem anderen Rhythmus. Während Sydney und Melbourne längst vom Tourismus geprägt sind, bewahrt sich die Stadt am Swan River eine entspannte Ruhe. Doch diese Abgeschiedenheit ist nur scheinbar. Tatsächlich bildet Perth das Tor zu einer der spektakulärsten Reiserouten Australiens.

Von hier aus führt die legendäre Coral Coast nordwärts durch unberührte Wildnis bis hinein in die urzeitlichen Schluchten des Karijini-Nationalparks. Es ist eine Route, die Reisende von der modernen Skyline am Fluss zu wilden Delfinen führt, die täglich an fast leeren Strände schwimmen. Eine Strecke, die Begegnungen mit Buckelwalen beim Schnorcheln ermöglicht und schließlich in 2,5 Milliarden Jahre alte Schluchten entführt, wo die Erde ihre ältesten Geheimnisse preisgibt. Mit etwa 17 Flugstunden von Europa aus bleibt Perth zudem das am schnellsten erreichbare australische Reiseziel.

Fotos: Daniel Thomas Browne

PERTH

Modernes Gateway zur Wildnis

Perth vereint urbane Großstadt samt Businessvierteln mit einer Art Brooklyn-Flair und sehr guten Restaurants. Direkt vor der Haustür liegen 19 weite Strände, die beliebte Ferieninsel Rottnest Island mit ihren Quokkas und das historische Fremantle mit viktorianischen Gebäuden und maritimer Geschichte. Perth kann ganzjährig bereist werden.

Der 400 Hektar große Kings Park gilt als Westaustraliens meistbesuchte Attraktion mit drei Millionen Besuchern jährlich. „Dabei sehen die meisten nur fünf Prozent des Parks, weil sie nur wegen der spektakulären Aussicht auf Perth kommen“, sagt Kate Gibson. Sie hat vor neun Jahren „The Hike Collective“ gegründet und bietet mit ihrer Firma geführte Wanderungen durch das grüne Herz Perths an. Auf der fünf Kilometer langen Tour entdecken Besucher nicht nur die 3.000 Pflanzenarten des botanischen Gartens, sondern auch versteckte Naturjuwelen wie den 750 Jahre alten Boab-Baum Gija Jumulu oder den Eucalyptus macrocarpa. „Die Pflanze hat die größten Eukalyptusblüten der Welt“, erklärt Gibson.

Foto: Steven Hille für TRVL COUNTER



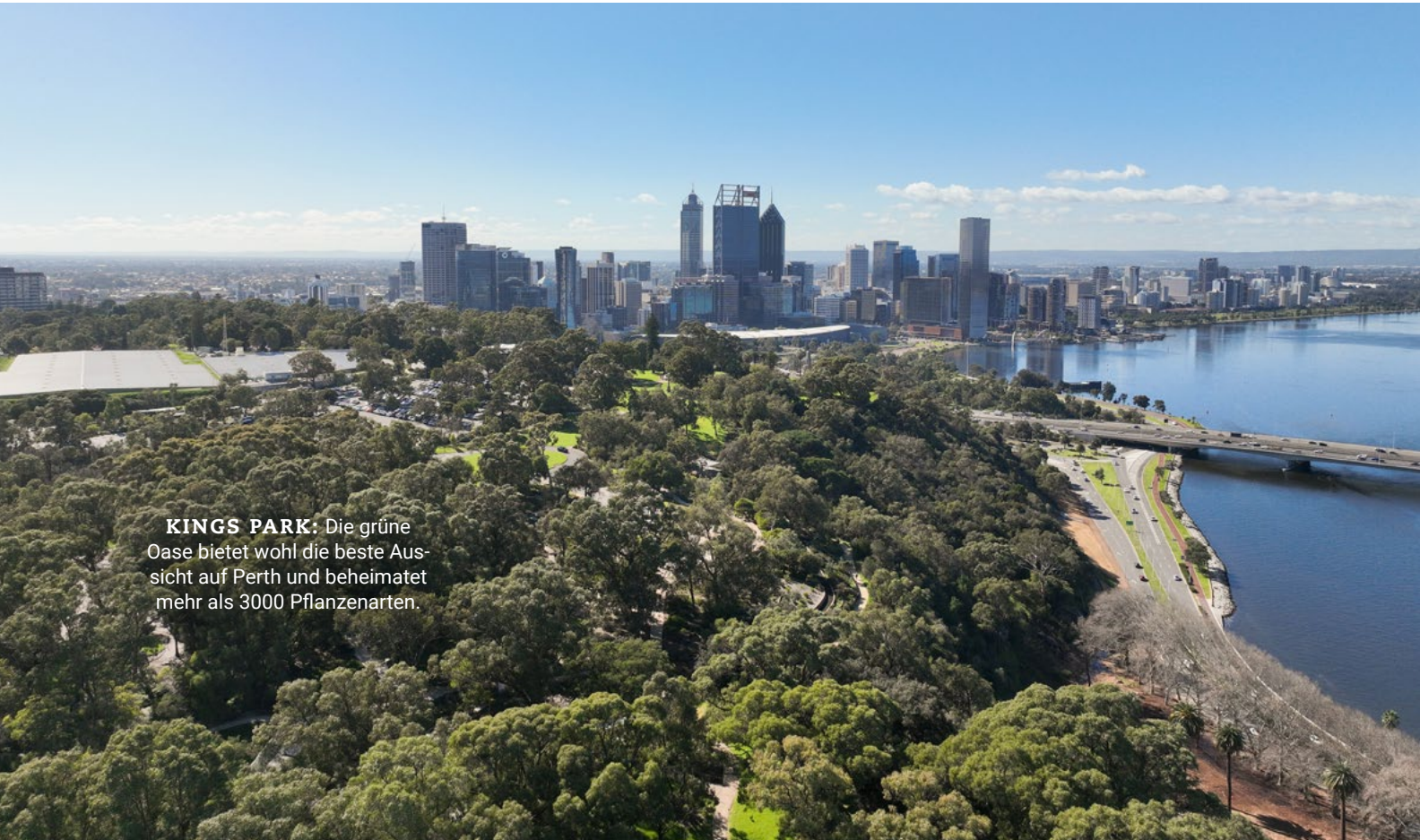
ELISABETH QUAY: Wurde anlässlich des Thronjubiläums nach Königin Elizabeth II benannt.



KATE GIBSON: Sie startete ihr Unternehmen „The Hike Collective“ mit Fokus auf mentale Gesundheit.



RECHTS: Eucalyptus macrocarpa – unter mehr als 700 Eukalyptus-Arten trägt diese die größten Blüten.



KINGS PARK: Die grüne Oase bietet wohl die beste Aussicht auf Perth und beheimatet mehr als 3000 Pflanzenarten.



DALES GORGE: Dieser natürliche Pool gilt für viele bei einer Wanderung als perfekter Picknick-Ort.



DEUTSCHSPRACHIG: Als Guide führt Liberatus Kopplhuber deutsche Reisende durch Westaustralien. Er stammt ursprünglich aus Österreich.

KARIJINI-NATIONALPARK

Naturschauspiel im Landesinneren

Etwa 1400 Kilometer von Perth entfernt befindet sich der 627.000 Hektar große Karijini-Nationalpark. Er beeindruckt mit einen der ältesten Gesteinsformationen der Erde. Die wohl 2,5 Milliarden Jahre alten Schluchten bieten spektakuläre Wanderungen zu eiskalten und klaren Wasserlöchern wie dem Fern Pool oder den Joffre Falls.

Die beste Reisezeit dafür ist der australische Winter von April bis September, da die Region nur Regen- und Trockenzeit kennt. Im Sommer (Dezember/Januar) machen heftige Regenfälle viele Bereiche unzugänglich. „Dann kann es bei Regen auch gefährlich in den Schluchten werden“, erklärt Liberatus Kopplhuber. Der gebürtige Österreicher führt seit vielen Jahren Reisende in die abgelegensten Regionen Westaustraliens.



KARIJINI ECO RETREAT: Hier übernachten Reisende in großzügigen Zelten.



BUCKELWAL:
Während der großen Wanderungen können Reisende die Buckelwale aus nächster Nähe beobachten.



MONKEY MIA:
Bei Sonnenuntergang wird es am Strand von Monkey Mia kitschig schön.

CORAL COAST

1.100 Kilometer pure Naturschönheit

Nördlich von Perth erstreckt sich die legendäre Coral Coast – eine Route, die durch UNESCO-Welterbestätten führt und einzigartige Korallenriffe zeigt, die mit dem Great Barrier Reef im Osten vergleichbar sind. Die optimale Reisezeit liegt zwischen März und Oktober, wenn angenehme Temperaturen zwischen 20 bis 25°C herrschen.

Delfine in Monkey Mia

Monkey Mia in der Shark Bay bietet eine der spannendsten Wildtierbegegnungen Australiens. Hier schwimmen wilde Indo-Pazifische Große Tümmler seit über 50 Jahren täglich an den Strand, um von Rangern gefüttert zu werden. Die sorgfältig überwachte Fütterung stellt sicher, dass diese faszinierenden Meeressäuger ihre natürlichen Instinkte bewahren. Somit bietet der Ort die wohl beste Möglichkeit Australiens wilde Delfine zu sehen. Mit nur zehn Re-

gentagen pro Jahr ist Monkey Mia nahezu wettergarantiert.

Einblick in die Aboriginal Culture

In der Shark Bay, die die Ureinwohner Gutarraguda („Zwei Wasser“) nennen, gibt es Einblicke in Zehntausende Jahre Aboriginal-Kultur. Guide Darren Capewell, den alle liebevoll nur Capes nennen, führt dort Besucher unter dem sternenklaren Himmel durch die faszinierende Welt der Malgana-Traditionen. Am Lagerfeuer erfahren Gäste, dass das Wort „Didgeridoo“ ironischerweise von einem Deutschen stammt. „Das traditionelle Instrument heißt eigentlich Yidaki“, sagt Capewell. Während er Fisch nach uralter Art in heißen Kohlen zubereitet, teilt er das Wissen seiner Vorfahren, etwa Kenntnisse über Navigation, Wettervorhersagen und wie Kochrezepte in Liedern kodiert wurden. Das nächtliche Kulturerlebnis



GROSSE TÜMMLER:
Die Delfine kommen in der Monkey Mia bis ans Ufer. Tatsächlich erhalten sie dort nur zehn Prozent ihres Tagesbedarfs.

BLUE MAZE:
Dieser Schnorchelspot zählt laut National Geographic zu den zehn schönsten Orten zum Schnorcheln weltweit.



erklärt eindrucksvoll, warum Aboriginal Law in abgelegenen Gemeinden heute Vorrang vor der australischen Verfassung hat.

Buckelwale vor dem Ningaloo Reef

Das Ningaloo Reef bei Coral Bay und Exmouth präsentiert sich als Alternative zum Great Barrier Reef. Als eines der wenigen Saumriffe weltweit liegt es direkt vor der Küste. Zwischen März und Juli bietet es Walhai-Begegnungen, und von Juni bis November sind Buckelwale vor Ort. Speziell lizenzierte Boote fahren mit Touristen aufs Meer, suchen die Wale. Wer will, kann dort ins Wasser und mit etwas Glück schwimmen dann die gigantischen Meeressäuger direkt an den Schnorchlern vorbei. ⚓

HINWEIS ZUM ARTIKEL

Die Recherche für diesen Beitrag wurde unterstützt von Tourism Western Australia und Singapore Airlines. Der Bericht ist unabhängig recherchiert und verfasst worden.

Foto: Steven Hille & Daniel Thomas Browne

MITTE: Unser Guide Darren Capewell führt Besucher durch die faszinierende Welt der Malgana-Traditionen.

REISEGRUPPE:
v.l.n.r. Chris Flechtner, Steven Hille, Alberto Fabbris und Paul Schaub von Tourism WA.

SINGAPORE AIRLINES

Premium-Verbindungen nach Australien

Singapore Airlines bietet ein umfassendes Streckennetz nach Australien mit täglichen Verbindungen von Frankfurt und München über das Drehkreuz Singapur.

Das Routenangebot umfasst alle wichtigen australischen Destinationen: Perth, Sydney, Melbourne, Brisbane, Adelaide, Cairns und Darwin sowie Auckland und Christchurch in Neuseeland.

Die strategische Partnerschaft mit Virgin Australia erweitert das Angebot um über 40 weitere innaustralische Ziele mit nahtlosen Anschlüssen, durchgehenden Buchungsmöglichkeiten und einheitlichem Gepäckservice. Reisende profitieren von der Kombination beider Vielfliegerprogramme.

Eingesetzt werden moderne Flugzeugtypen wie Airbus A380-800 und Boeing 777-300ER auf der Europa-Asien-Strecke, Airbus A350-900 und Boeing 777-300ER für die Weiterreise nach Australien. Alle Maschinen verfügen über ein Entertainment-System.

Singapore Airlines wurde 2024 und 2025 von Skytrax mit der Auszeichnung „Weltbeste Cabin Crew“ gewürdigt und erhielt den Titel „Beste Airline in Asien“. Die Fluggesellschaft betreibt eine der jüngsten Flotten weltweit mit einem Durchschnittsalter von unter sieben Jahren.



KREUZFAHRT



AMADEUS MIT NEUEM KATALOG

HOCHGENUSS AUF DEM FLUSS

Amadeus Flusskreuzfahrten stellt seinen bislang umfangreichsten Reisekatalog für 2026 vor. Das Programm umfasst 30 Routen und mehr als 120 Abfahrten – darunter klassische Flussreisen, innovative Sommerprogramme und thematisch kuratierte Erlebnisreisen. Damit baut der Premiumanbieter seine Vorreiterrolle im europäischen Flusskreuzfahrtmarkt aus und bietet Reisebüros wie Kreuzfahrtliebhabern neue Impulse.

Premiere für die Amadeus Aurea

Ein Höhepunkt der Saison ist die Indienststellung der Amadeus Aurea. Das neue Schiff ergänzt die Flotte nicht nur um modernstes Design und höchsten Komfort, sondern auch um modernste Umwelttechnologien.

Im November legt Amadeus Flusskreuzfahrten die kulinarische Eventreise „Genuss & Fluss“ neu auf. Vom 1. bis zum 3. November 2025 begleitet Sternekoch Alexander Herrmann (Foto) die Gäste an Bord der eleganten



Amadeus Nova und präsentiert im Rahmen seines Gourmetwelten-Dinners ein „Best of“ aus vier Restaurants. Die Route startet in Frankfurt und führt über den Main auf den Rhein bis nach Koblenz. Schon am ersten Abend verwöhnt ein Team von Amadeus-Sternköchen die Reisenden im Panorama-Restaurant mit einem erlesenen Menü. Nach einem Landgang samt Weinverkostung in der Kaiserstadt Koblenz folgt am zweiten Abend das Highlight: der exklusive Gala-Abend mit einem vier-Gänge-Menü von Alexander Herrmann, begleitet von korrespondierenden Weinen, ausgewählt vom Experten Guido Gottwald. Der Reisepreis startet bei 759 Euro pro Person in der Außenkabine. Im Paket enthalten sind Gourmet-Vollpension mit mehrgängigen Mittag- und Abendessen, Softdrinks, Fassbier und ausgewählte Weine, Mineralwasser in der Kabine, WLAN-Nutzung sowie eine Reiserücktrittsversicherung. ⚓

CROISI EUROPE Afrika-Fernreisen mit A&E Erlebnisreisen

Die französische Reederei Croisi Europe baut ihr Fernreiseangebot aus und kooperiert ab 2026 mit dem Hamburger Spezialisten A&E Erlebnisreisen. Herzstück der neuen 18-tägigen Tour „Faszinationen im südlichen Afrika“ ist eine Flusskreuzfahrt auf dem Kariba-Stausee – kombiniert mit Safari- und Naturerlebnissen in Simbabwe, Botswana, Namibia und Südafrika.

Auf dem Programm stehen Jeep-Safaris in der Sambesi-Region und im Chobe-Nationalpark, Lodge-Aufenthalte am Sambesi, eine mehrtägige Fahrt mit der African Dream oder Zimbabwean Dream über den Kariba-See, sowie Besuche im Matusadona-Nationalpark, an den Victoriafällen, in Kapstadt und im Addo Elephant Park.

Die neue Route verbindet exklusive Schiffsreisen mit authentischen Entdeckungen – ein starker Schritt von Croisi Europe in den wachstumsstarken Afrika-Markt.



OCEANIA CRUISES

NEUE ROUTEN BIS 2028

Oceania Cruises hat die Kreuzfahrten für die Saison 2027/2028 veröffentlicht. Die Kollektion umfasst mehr als 230 Routen auf sieben Schiffen. Die Reisen dauern zwischen sieben und 96 Tagen und führen auf alle sieben Kontinente. Neu sind eine 59-tägige Grand Voyage von Miami nach Sydney sowie eine 96-tägige Reise von Auckland nach Rom, beide mit der Oceania Vista. Buchungen sind ab sofort möglich.

Fotos: Amadeus / Oceania Cruises

AMADEUS
FLUSS-KREUZFAHRTEN



Kurs auf
neue
Horizonte

PREMIUM-FLUSSKREUZFAHRTEN 2026

Starten Sie jetzt mit uns in die neue Saison und begeistern Sie Ihre anspruchsvollen Kunden mit dem vielseitigsten Programm unserer Firmengeschichte!

NEU: Hybrid-Schiff **AMADEUS Aurea** mit innovativer Umwelttechnologie • Sommerkreuzfahrten „Das Beste von Holland & Belgien“

15%
Frühbuch-
bonus*



Katalogbestellung einfach via INFOX oder bei uns unter der gebührenfreien Hotline:

0 8 0 0 / 2 4 0 4 4 6 0

*auf den Kreuzfahrtpreis bei Buchung bis **30.11.2025**. Es gelten die Allg. Reisebedingungen von AMADEUS Flusskreuzfahrten GmbH, Franzstr. 10, 80229 München.



Foto: Celebrity Cruises

CELEBRITY RIVER CRUISES

Verkaufsstart für 2027 beginnt

Nach dem erfolgreichen Priority Booking Anfang September – der binnen sechs Minuten ausverkauft war – beginnt Celebrity River Cruises am 25. September offiziell mit dem Verkauf seiner ersten Flusskreuzfahrten für das Jahr 2027. Die Premium-Marke bringt damit erstmals ihre preisgekrönte Edge-Class-Philosophie auf europäische Flüsse – mit einem Konzept, das Design, Luxus und Erlebnis neu definiert.

Zum Einsatz kommen zwei völlig neu entwickelte Schiffe – Celebrity Compass und Celebrity Seeker – die auf Rhein und Donau einwöchige Reisen durch das Herz Europas anbieten. 33 Abfahrten stehen

für die Premiersaison zur Verfügung.

Die beiden Schiffe setzen architektonisch neue Maßstäbe. Dazu zählen die weltweit ersten freischwebenden Dining Pods auf einem Flussschiff, ein Infinity-Edge-Plunge-Pool auf dem Oberdeck sowie großzügige offene Decks mit 360-Grad-Panorama, Sonnensegeln, Bar und Grill. Gäste erwartet das größte nutzbare Außendeck im Flussegment.

Im Inneren stehen fünf durchdacht gestaltete Boutique-Kabinenkategorien zur Auswahl – lichtdurchflutet, komfortabel und mit hochwertigem Interior. Acht Bars und Restaurants bieten Genussviel-

falt auf höchstem Niveau.

„Die Resonanz auf unser neues Flusskreuzfahrtprodukt war überwältigend – das Feedback auf Design, Route und Serviceversprechen bestätigt uns, dass der Markt bereit ist für diese neue Art zu reisen“, sagt Laura Hodges Bethge, Präsidentin von Celebrity Cruises.

Celebrity positioniert sein neues Produkt klar im Premiumsegment – für eine anspruchsvolle, designaffine Zielgruppe, die klassische Flussreise mit modernen Ansprüchen verbinden möchte. Wer früh bucht, sichert sich nicht nur attraktive Kabinenkategorien, sondern wird Teil einer komplett neuen Markenwelt auf dem Fluss. ⚓

WINTER-HIGHLIGHTS

IM NORDEN



Magische Momente erleben, ohne weit zu reisen

Von Oktober bis März verwandeln sich die AIDA Schiffe in schwimmende Winterwelten.

AIDAprima bringt eure Kundinnen und Kunden zu den schönsten Weihnachtsmärkten entlang der Ostsee – oder direkt zum Biathlon-Weltcup in Oslo.

AIDAnova begeistert mit echten Seilbahngondeln, festlicher Deko und Après-Ski-Stimmung an Bord.

Monatliche Highlights wie Comedy-Shows machen die Auszeit perfekt.



FRISCH MODERNISIERT IN RICHTUNG ALASKA

Highlights auf der MSC Poesia

Vor ihrer Sommersaison 2026 in Alaska hat MSC Cruises die MSC Poesia umfassend modernisiert – inklusive eines brandneuen MSC Yacht Clubs mit luxuriösen Suiten, eigener Sonnenterrasse und exklusivem Restaurant. Gäste der Alaska-Jungfernsaison erleben das neue Bordkonzept als Erste – eingebettet in die spektakulären Kulissen der Inside Passage, vorbei an Zielen wie Juneau, Ketchikan und Victoria.

Mit 63 neuen Suiten in fünf Kategorien – darunter Royal- und Grand-Suiten mit Whirlpool, Panoramadusche und großzügigen Balkonen – bietet der Yacht Club eine neue Dimension des Komforts. Neben 24-Stunden-Butler, Concierge und Zimmerservice genießen Yacht-Club-Gäste auch eine private Lounge, ein Gourmetrestaurant

mit Sommelier und eine Sonnenterrasse mit Whirlpools, Cabanas und Bar.

Mit neuen Restaurantkonzepten wie dem amerikanischen Steakhouse Butcher's Cut, der neu eingerichteten Kaito Sushi Bar und der lebendigen All-Stars Sports Bar erweitert MSC das gastronomische Angebot spürbar. Im neuen Yacht-Club-Restaurant erwarten Gäste erlesene Menüs mit direktem Blick aufs Meer.

Auch das MSC Aurea Spa wurde überarbeitet – mit Ocean View Sauna, Dampfbädern, Salzgrotte und Kneipp-Anlage. Wer aktiv bleiben möchte, findet im neuen MSC Gym powered by Technogym modernste Geräte, Yogaräume, eine Joggingstrecke und Sportplätze – alles mit Blick aufs offene Meer. ⚓

Foto: MSC Cruises



HX HURTIGRUTEN

JUBILÄUMSANGEBOTE

Im Jahr 2026 feiert HX Hurtigruten Expeditions sein 130-jähriges Bestehen als Pionier der Expeditions-Seereisen. Kunden, die bis zum 3. Dezember 2025 buchen, erhalten bis zu 20 Prozent Rabatt auf ausgewählte Reisen der Saison 2026/2027 sowie auf Abfahrten im ersten Quartal 2026.

QUEEN ELIZABETH 2

Kulinarische Weltreise an Bord

Die frühere Cunard-Legende Queen Elizabeth 2 (QE2), heute als fest vertäutes Hotelschiff im Hafen von Dubai, startet ein neues kulinarisches Event unter dem Motto „Around the World in 80 Days“. Vom 1. Oktober bis zum 19. Dezember 2025 serviert das Bordrestaurant Queens Grill an 80 aufeinanderfolgenden Abenden ein

wechselndes Drei-Gänge-Menü – inspiriert von 80 Ländern, die das Schiff einst auf seinen weltweiten Routen angelaufen hat. Auf dem Speiseplan stehen Klassiker und landestypische Spezialitäten – von britischem Roastbeef über französisches Coq au Vin bis hin zu indischem Curry und singapurischer Laksa.

Neue Horizonte in Sicht – Eintauchen in die Wunder der Natur mit HX Hurtigruten Expeditions

Seit 1896 bringen wir wissbegierige Reisende mit unseren achtsamen Expeditions-Seereisen zu den entlegensten und atemberaubendsten Orten der Welt. Majestätische Gletscher, gemächlich dahingleitende Wale, Millionen von Pinguinen – mit HX Hurtigruten Expeditions zu reisen bedeutet, sich in eine Welt des Staunens zu begeben. Von kulturellen Begegnungen bis hin zu den Wundern der Tierwelt – was unsere Gäste auf ihrer Reise sehen und lernen, wird sie inspirieren und beflügeln. Und wenn sie wieder nach Hause kommen, werden sie die Welt mit neuen Augen sehen.



© TED GATLIN / HX

All-inclusive-Abenteuer mit Komfort

Mit HX Hurtigruten Expeditions können Ihre Kunden echte Abenteuer erleben, ohne dabei auf Komfort verzichten zu müssen. An Bord der modernen Expeditionsschiffe werden sie mit köstlichem Essen verwöhnt, können in der Panorama-Sauna entspannen oder interessanten Vorträgen lauschen. Und das Beste daran: Auf unseren Expeditionsreisen ist alles inklusive – von täglichen Ausflügen und Aktivitäten über kostenloses WLAN bis hin zu Mahlzeiten, Trinkgeldern, Getränken und vielem mehr.

Tägliche Ausflüge mit dem Expeditionsteam

Sorgsam ausgewählte Experten unterschiedlicher Fachgebiete halten Vorträge, begleiten Ihre Kunden bei Landgängen und nehmen sie mit auf Kajak-Touren oder Ausfahrten mit den kleinen Expeditionsbooten. Unser Expeditionsteam ist jederzeit für Ihre Kunden da und steht ihnen mit Rat und Tat zur Seite.

Wissenschaft zum Anfassen

Ihre Kunden sind wissbegierig? Dann sind sie bei uns genau an der richtigen Adresse. In unserem hervorragend ausgestatteten Science Center an Bord können sie in die wissenschaftlichen Forschungsprogramme ihres jeweiligen Reiseziels eintauchen, Wissenschaftlern und Gastforschern über die Schulter schauen und selbst einen Blick unter das Mikroskop werfen.

Nachhaltigkeit im Fokus

Von unseren hochmodernen Expeditionsschiffen mit Hybrid-Elektroantrieb über unser Verbot von Einwegplastik bis hin zu unserem besonderen Fokus auf Umweltschutz – unser Wunsch, den Wandel zum Besseren voranzutreiben, steht im Mittelpunkt unseres Selbstverständnisses.



© KAY FOCHTMANN, © STIAN KLO, © STEFAN DALL / HX, © ADOBE STOCK, © ASHTON RAY HANSON, © ANDRES BALLESTEROS / HX

Buchen Sie jetzt das nächste Abenteuer für Ihre Kunden unter agentportal.travelhx.com oder über unsere Reservierungsabteilung unter 040/874 056 67

HX DE GmbH · Große Bleichen 23 · 20354 Hamburg | Veranstalter der Reisen ist die HX NO AS · Langkaia 1 · 0150 Oslo · Norwegen

Auf dem Wasser dem Land so nah

Malerische Naturlandschaften, historische Sehenswürdigkeiten, Schwerpunktthemen und immer Land in Sicht: Auf Flusskreuzfahrten erleben die Gäste entschleunigt und komfortabel die Schönheit der bereisten Regionen.

Text: Iris Quirin

DOUROTAL: Sanft windet sich der Douro durch das Herz Portugals. Auf einer Flusskreuzfahrt genießen Gäste nicht nur eindrucksvolle Landschaften und Weinberge, sondern auch das besondere Lebensgefühl dieser traditionsreichen Region.

G

Gemächlich folgen die Schiffe dem Lauf der Flüsse, gleiten an malerischen Landschaften, idyllischen Dörfern, imposanten Burgen und Schlössern vorbei und machen Halt in charmanten Städten entlang der Route, wo sogleich das Ausflugsprogramm beginnen kann.

Die beliebtesten Flüsse für Deutsche sind nach wie vor die Donau und der Rhein, doch die Routen auf schiffbaren Flüssen in Deutschland wie auch in Europa sind weitgehend ausgereizt. Mit neuen Boutique-Schiffen und erweiterten Fahrgäben sorgen Veranstalter für Abwechslung. Keine Frage: Bei Flusskreuzfahrten spielt das Landprogramm eine große Rolle, für das die Veranstalter immer wieder neue Highlights setzen. Das neue Boutique-Schiff Viva Beyond von Viva Cruises bietet thematisch kuratierte Routen entlang der Seine an – von Kunst über Kulinarik bis zu Kultur.

Auch in der Ferne können Gäste besondere Flussrouten kennelernen: Lernidee Erlebnisreisen startet etwa mit dem Boutique-Schiff Mekong Star sein drittes Flussschiff vom Mekong-Delta in Vietnam bis zu den unberührten Flussufern in Laos.

An Bord des Schaufelraddampfers American Splendor von Nicko Cruises entdecken Passagiere ab New Orleans den südlichsten Teil des längsten Flusses der USA und erhalten Einblicke in die amerikanische Kultur, Geschichte und Natur.

Zwei ganz auffallende Flussschiffe schickt Celebrity River Cruises 2027 mit Celebrity Compass und Celebrity Seeker auf Rhein- und Donaukreuzfahrten (siehe Seite 60). Die Neuen setzen architektonische Maßstäbe: Dazu zählen die weltweit ersten frei schwebenden Dining Pods auf einem Flussschiff, ein Infinity-Edge-Plunge-Pool sowie Sonnensegel auf dem Oberdeck.



360-GRAD-BLICK: Revolutionäre offene Decks wie hier auf der Celebrity Compass bieten den größten nutzbaren Außenbereich aller Flussschiffe und sind während der gesamten Reise zugänglich.

Next Level Flusskreuzfahrt

Ein Erlebnis zwischen Luxus, Innovation und besonderen Ausflügen verspricht Celebrity River Cruises auf seinen beiden neuen Flusskreuzfahrtschiffen mit Hybridantrieb. 33 Abfahrten stehen für die Premiersaison zur Verfügung.

Text Iris Quirin

Celebrity Compass und Celebrity Seeker heißen die beiden Neubauten der Reederei Celebrity Cruises, die damit in die Premium-Flusskreuzfahrt einsteigt. Ab 2027 kreuzen sie auf dem Rhein und der Donau.

Celebrity greift bei seinen Neubauten ikonische Highlights seiner Hochsee-Kreuzfahrtschiffe der Edge-Klasse auf: Der inzwischen berühmte Magic Carpet heißt auf den Celebrity-Flussschiffen Magic Edge und ist gleich zweimal an

Bord. Die Magic Edges fungieren als freischwebende Dining Pods über dem Wasser, auf denen die Gäste von den Reisezielen inspirierte kulinarische Köstlichkeiten genießen können.

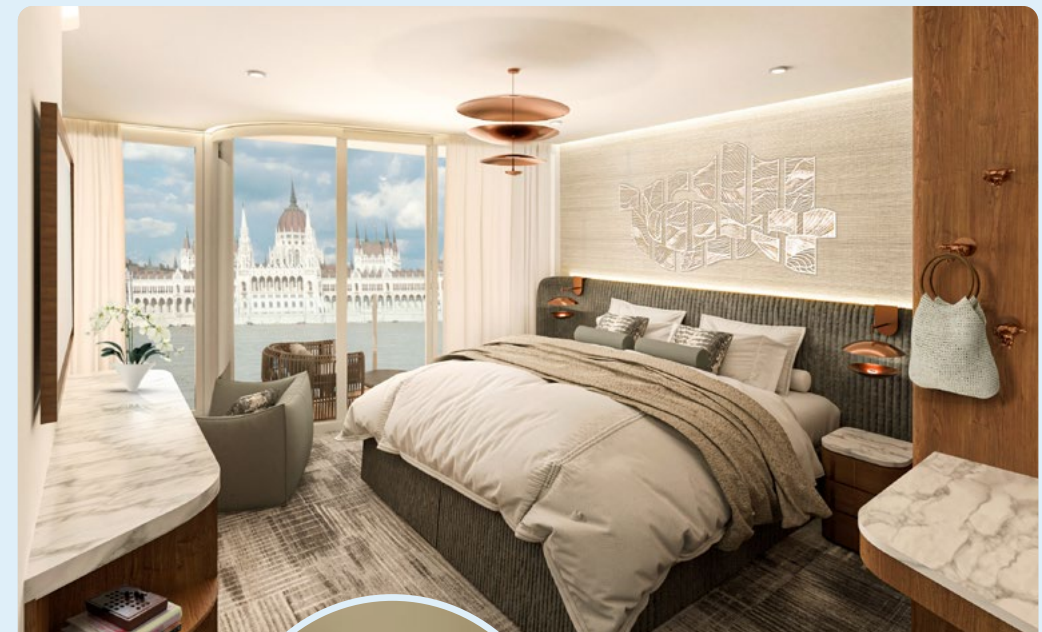
Das offene Deck bietet den größten nutzbaren Außenbereich aller Flussschiffe und ist während der gesamten Reise für einen ungestörten 360-Grad-Blick zugänglich.

Wandelbare Schattenstrukturen, Möbel sowie eine Bar und ein Grill auf dem Oberdeck sorgen dafür,

dass die Gäste noch mehr Zeit im Freien verbringen können – ob zum geselligen Beisammensein oder Entspannen. Ein Infinity-Pool lädt die Gäste zum Abkühlen ein, während sie die Aussicht genießen.

Fünf Boutique-Kabinenkategorien

Das Kabinendesign setzt auf viel Stauraum, Kingsize-Betten und großzügige Balkone. Fünf Boutique-Kategorien sorgen für ein wohnliches Ambiente mit Tageslicht, und die Minibars sind gefüllt.



INNOVATIVES KABINEN-DESIGN: Es bietet viel Stauraum, eine verbesserte Raumaufteilung, Kingsize-Betten in jeder Kabine und großzügige Balkone.

SKYLIGHT INFINITE BALCONY SUITEN: Sie verfügen über einen separaten Wohnbereich, ein Deckenfenster und ein sehr geräumiges Bad.



CAFÉ AL BACIO: Beliebt bei Celebrity-Gästen ist das Café mit leckerem Kaffee und Espresso sowie süßen Köstlichkeiten.

LOUNGE: In gemütlicher Atmosphäre trifft man sich vor dem Dinner auf einen Cocktail.



Suiten-Gäste profitieren von Butler-Service, exklusivem Essen, Wäscheservice, bevorzugter Landausflugsbuchung und besonderen Erlebnissen. Ein Highlight ist das von der Edge-Klasse übernommene Konzept der Infinite Veranda, wobei sich das Fenster per Knopfdruck senken und den Innenraum mit der Außenwelt verschmelzen lässt.

Erstmals eingeführt werden zudem die Skylight Infinite Balcony Suiten, die durch ein Deckenfenster zusätzliches Tageslicht bieten.

Vista Balcony Suiten und klassische Balkonkabinen eröffnen private Rückzugsorte mit noch mehr nutzbarer Außenfläche. Ergänzend stehen Infinite Balcony Kabinen sowie River View Kabinen mit großen Fenstern zur Wahl. Für jede Stimmung und jeden Geschmack

zu jeder Zeit bieten acht Restaurants mit lokalen Köstlichkeiten und Bars – darunter die bei Celebrity-Gästen beliebte Martini Bar, Sunset Bar und das Café Al Bacio – schmackhafte Gerichte.

Celebrity River Cruises ist nach eigenen Angaben das einzige Unternehmen, das einen Restaurant-Service 24/7 auf dem Fluss anbietet. In den Kabinen gibt es einen kostenlosen Frühstücksservice.

Mehrere Ziele an einem Tag
Insgesamt sind 33 einwöchige Kreuzfahrten auf dem Rhein und der Donau für 2026 geplant. Dank mehrerer Häfen pro Tag und Übernachtungen in ausgewählten Städten können die Gäste Europa besonders intensiv erleben. Ob eine private Weinprobe in Österreich,

ein Besuch in den Thermalbädern von Budapest oder eine Radtour entlang der Donau – die Reisen verbinden Kultur, Geschichte und Genuss. Vor- und Nachprogramme, die ab Anfang 2026 buchbar sind, verlängern das Erlebnis, etwa mit zusätzlichen Nächten in Budapest oder anderen Städten.

Die neuen Flussschiffe von Celebrity River Cruises punkten nicht nur mit ihrem unvergleichlichen Außendesign. Sie sind auch mit dem branchenführenden Hybridantriebssystem, Abfallmanagementsystemen und fortschrittlicher Technologie zur Reduzierung von Lärm und Vibrationen ausgestattet. ⚓

➔ <https://www.celebritycruises.com/river>



INFINITE BALCONY-KABINEN:
Durch die wandhohen Fenster haben die Gäste einen freien Blick auf die vorbeiziehende Landschaft.



INFINITE-KABINE:
Die wandhohen Fenster lassen sich auf Knopfdruck herunterfahren.

EIN WINTER VOLLER WUNDER. TRAUMHAFTER STÄDTEREISE ZU DEN EUROPÄISCHEN METROPOLEN.



Entdecken Sie die winterliche Schönheit von Städten wie London, Paris und Amsterdam. Von Mitte November bis Mitte Januar verwandelt sich die **MSC Poesia** in ein festliches Winterwonderland. Gönnen Sie sich eine ganz besondere Auszeit ab/bis Hamburg.



EUROPÄISCHE METROPOLEN
Winter 2025/2026
Oktober - Februar | 8 Tage - 7 Nächte | ab/bis Hamburg

GESAMTREISEPREIS AB € 529,- p.P.*

Dieses und viele weitere Angebote finden Sie auf mascbook.de



**ALL-INCLUSIVE
GETRÄNKEPAKET
EASY** ab € 161,- p.P.
zubuchbar.

*Gesamtreisepreis inkl. Hotel-Servicegebühr pro Person in Euro bei Standard-Doppelbelegung. Dieses Angebot ist nur gültig für Neubuchungen bis zum 31.10.2025, nach Verfügbarkeit und ist mit dem Voyagers Clubrabatt und weiteren Rabatten kombinierbar. Der Einzelkabinenzuschlag beträgt 100%. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Veranstalter: MSC Cruises S.A., Avenue Eugène-Pittard 16, 1206 Genf (Schweiz).



EIFELTURMKULISSE:
Mit einer Länge von 110 Metern bietet die VIVA BEYOND Platz für 112 Gäste in insgesamt 56 Kabinen, wovon die Hälfte aus Suiten von einer Größe mit bis zu 30 Quadratmetern besteht.

Fluss der Genüsse

Ab Mai 2026 folgt die neue Viva Beyond die Route über die Seine durch die Normandie bis ans Meer und bietet ein Flussreiseerlebnis zwischen Boutique-Luxus, französischer Lebensart und kuratierter Kulinarik.

Text Iris Quirin

Sanft schlängelt sich die Seine von der Hauptstadt bis zur Alabasterküste – vorbei an goldenen Feldern, historischen Schlössern und Dörfern wie aus dem Bilderbuch. Auf ihrer achttägigen Jungfernfahrt bringt die neue Viva Beyond ihre Gäste von Paris bis Le Havre und zurück – und öffnet Fenster in eine Welt voller Geschichte, Geschmack und Genuss.

Boutique-Hotel auf dem Wasser
Mit nur 58 stilvoll eingerichteten Kabinen – viele davon großzügige Suiten mit französischen Balkonen – vereint die Viva Beyond Design und Komfort auf höchstem Niveau. Drei Restaurants sorgen für kulinarische Vielfalt, darunter das Fine-

Dining-Konzept Moments. Ergänzt wird das Erlebnis durch eine elegante Panoramalounge, einen Wellnessbereich mit Fitnessgeräten und einen Pool auf dem Sonnendeck.

Kuratiertes Reisen mit Geschmack
Viva Cruises setzt auf thematisch kuratierte Routen. Besonders beliebt dürfte die Reise „Kulinarik der Normandie“ sein – mit Besuchen auf lokalen Märkten, Restaurantbesuchen an Land und exklusiven Verkostungen französischer Weine, Käsesorten und Spezialitäten. Das Viva All-inclusive-Konzept bietet dazu Premium-Komfort – inklusive Signature-Ausflug und Boutique-Geschenk auf der Kabine. Weitere thematische Highlights

sind die Route „Spuren des Impressionismus“ mit Stopps in Giverny, Rouen und Auvers-sur-Oise, sowie „Kultur pur entlang der Seine“, die den Fokus auf Burgen, mittelalterliche Architektur und kulturelle Schätze legt.

Ausgangspunkt der Reise ist Paris – weltberühmt, weltoffen, voller Kontraste. Von dort startet eine entschleunigte Reise, bei der Natur, Kultur und Kulinarik Hand in Hand gehen.

Die Viva Beyond steht dabei für einen neuen Stil des Flussreisens: individuell, hochwertig und mit viel Gespür für das Besondere. ⚓

→ <https://www.viva-cruises.com/>



RIVERSIDE:
Im Hauptrestaurant werden die Gäste mit einer internationalen Gourmet-Küche verwöhnt.



MASTERSUITE: Die drei Master Suiten mit französischem Balkon auf Deck 3 sind rund 30 Quadratmeter groß.

LOUNGE-ZUGANG:
Wie auf der Viva Enjoy ist der Zugang zur Lounge mit der edlen Treppe zum Oberdeck möglich. Hier können Gäste die vorbeiziehende Landschaft durch deckenhohe Fenster genießen.



Auf der Donau im Dreivierteltakt

Eine Kreuzfahrt an Bord der Riverside Mozart entlang malerischer Landschaften und geschichtsträchtiger Orte lässt Zeit und Raum zu einem kontemplativen Erlebnis verschmelzen. Sich einfach nur treiben lassen und stilvoll faulenzen lautet das Motto.

Text Iris Quirin

BUDAPEST: Die Donau-Stadt verbindet die Buda- und Pest-Seite, die durch die Kettenbrücke verbunden sind. Am besten lässt man sich durch geschichtsträchtige Stadt treiben.

In gleichmäßigem, ruhigem Tempo – ganz so wie die Werke des gleichnamigen, begnadeten Salzburger Komponisten – gleitet die Riverside Mozart über die Donau, vorbei an Naturschönheiten und Sehenswürdigkeiten.

Für 162 Passagiere beginnt das Abenteuer Entschleunigung und Leichtigkeit auf drei- bis 14-tägigen Reisekompositionen zu den schönsten Destinationen entlang der Donau. Schon deren Namen regen zum Träumen an, wie etwa „Die Donau im Dreivierteltakt“, „Wien und der Zauber der Wachau“, „Auf den Spuren der Habsburger“ oder „K.u.k.-Charme und die schöne Wachau: Wien, Budapest Bratislava“.

Luxus-Flusskreuzfahrt

Das Fünf-Sterne-Flusskreuzfahrtschiff ist das dritte der Hamburger Reederei Riverside Luxury Cruises. Auch die ersten beiden tragen die Namen berühmter Komponisten: Die Riverside Ravel und Riverside Debussy kreuzen auf der Rhône und Saône sowie dem Rhein.

Die Besonderheit von Riverside Cruises besteht nicht nur darin, dass es an Bord nur großzügige Suiten gibt und ein Butler-Service jedem Gast rund um die Uhr zur Verfügung steht. Auch die jeweiligen Routen lassen sich beliebig verlängern und kombinieren. So eignen sich kurze Strecken perfekt für Einsteiger in die Flusskreuz-

fahrt-Welt und alle, die nur einmal ihren Koffer auspacken aber viele Orte während einer Reise erleben möchten.

Spannende Ausflüge lassen sich ganz nach persönlichem Interesse buchen, sei es zu Themen wie Architektur und Design, Kunst und Kulinarik, Geschichte oder Natur. So wandeln etwa Hobby-Historiker im Stift Melk auf den Spuren von Adson von Melk, dem Protagonisten im Roman „Der Name der Rose“, Weinliebhaber bestaunen die

weitläufigen Weinberge des UNESCO-Weltnaturerbes Wachau.

Städteentdecker erleben in Budapest eine grandiose Verbindung zwischen Stadtkulisse und Flusslandschaft und besichtigen in Bratislava historischen Preziosen und Bier-Brauereien. Und in Wien, der Hochburg der klassischen Musik, steht neben dem obligatorischen Besuch eines Kaffeehauses der Besuch der Spanische Hofreitschule auf dem Programm.

SUITE MIT FLUSSBLICK: Die Penthouse Suiten auf dem Seahorse Deck sind mit 30 Quadratmetern ausgesprochen wohnlich.



BISTRO-BEREICH: Im Atelier verschmelzen Aromen, Handwerk und regionale Zutaten zu kulinarischer Kunst – vom duftenden Langschläfer-Frühstück bis zum eleganten Dinner am Abend.

Großzügige Suiten

Typisch für Mozarts Kompositionen sind ihre Klarheit, Eleganz und die perfekte Balance zwischen Melodie und Harmonie. So könnte man auch die Gestaltung der modernen Suiten des Luxus-Kreuzfahrtschiffs bezeichnen, von denen die kleinste 20 Quadratmeter misst. Was sie alle gemeinsam haben, sind sanfte Farben, für die sich die Designer von der Natur und den unterschiedlichen Farben der befahrenen Flüsse haben inspirieren lassen, edle Materialien wie Leder und Samt, elegante Marmor-Bäder und King-

Size-Betten – und ein lässiges Sofa oder ein kuscheliger Sessel zum Entspannen.

Luxus heißt bei der Riverside Mozart aber auch, die Wahl zu haben. In vier verschiedenen Restaurants laden der Küchenchef und sein Team zu kulinarischen Entdeckungen ein. Auf ihrer Reise sehen die Gäste nicht nur an der vorbeiziehenden Landschaft, wo sie sind, sondern schmecken es auch an den Kompositionen der Köche.

Fitness und Wellness

Ein Workout im Fitnessbereich mit Geräten von Tech-

nogym ist genauso möglich wie das Bahnenziehen für Sportschwimmer – die Gegenstromanlage des Pools fordert auf Wunsch zu Höchstleistungen heraus. Und der Rundkurs draußen an Deck 3 ist perfekt zum Joggen und Spazieren gehen. Auf der Riverside Mozart laden gleich zwei Sauna-Bereiche zum Entspannen ein: für Männer und für Frauen, jeweils mit finnischer Sauna und Dampfbad. Massagen, Beauty-Treatments und ein Hairdresser runden das Wellness-Angebot der Luxuskreuzfahrt an Bord der Riverside Mozart ab. ⚓

→ riverside-cruises.com/mozart



NEUER WEG:

Geschäftsführerin Anouchka Gerlach steht für eine neue Generation von Flusskreuzfahrten: stilvoll, persönlich und mit Sinn für das Besondere.



WATERSIDE RESTAURANT:

Den kleinen Hunger zwischendurch können Gäste jeden Tag bis 18 Uhr am Buffet im Bistro stillen.

CONNOISSEUR'S CLUB:

Stilvoll entspannen in edlem Ambiente – die exklusive Zigarrenlounge der Riverside Mozart lädt mit dunklem Holz, feinen Spirituosen und ausgewählten Zigarren zum genussvollen Rückzug ein.



WIR SEHEN REISEN
MIT ANDEREN AUGEN.
JETZT. UND ALLE
14 TAGE NEU.



SCAN ME

AB 2025 ERSCHEINT DAS NEUE „TRVL COUNTER DIGITAL“ ALLE 14 TAGE AM FREITAG UND STEHT SOFORT ALS DOWNLOAD ZUR VERFÜGUNG. DAS BESONDERE: EIN OPULENTER MAGAZINLOOK, GROSSE BILDSTRECKEN, NEWS, PORTRÄTS UND INTERVIEWS. **HIER GRATIS BESTELLEN UND LESEN!**





ZUR PERSON

Songül Göktaş-Rosati (55) verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Touristik. Zuletzt war sie Geschäftsführerin bei Öger Tours. Seit 2020 leitet sie Bentour Reisen in Deutschland. Sie lebt mit ihrer Familie im Alten Land bei Hamburg.

Mit Herz und Haltung

Sie ist Geschäftsführerin, Grenzgängerin und Brückenbauerin zugleich: Songül Göktaş-Rosati führt Bentour Reisen in Deutschland mit Haltung, Herzblut und unternehmerischem Mut. Als Botschafterin für das Reiseland Türkei und als moderne Führungspersönlichkeit verkörpert sie Aufbruch, Authentizität und Verantwortung. Ein Porträt über ein Leben zwischen den Kulturen, über Führung mit Feingefühl – und über das Reisen als Lebensart.

Text Jean-Marc Göttert

Foto: Bentour Reisen

W

Wir treffen uns im Alten Land bei Jork, dort, wo Songül Göktaş-Rosati mit ihrem italienischstämmigen Mann und ihrer Tochter lebt – zwischen Apfelbäumen, Elbdeichen und weißen Fachwerkhäusern. Warmherzig und fröhlich begrüßt sie mich, und ohne Umschweife geht es direkt ins Gespräch: über Herkunft, Haltung und Heimatgefühle.

„Ich bin ein Kind der zweiten Gastarbeitergeneration“, sagt sie. „Wir sind aufgewachsen zwischen den Stühlen.“ Ihr Vater kam 1962 als einer der ersten türkischen Gastarbeiter nach Deutschland. Acht Jahre später folgte die Mutter mit sechs Kindern.

Die Familie zog ins Alte Land bei Hamburg. „Wir waren die erste türkische Familie im ländlichen Jork“, erinnert sie sich. „In der Grundschule war ich das einzige ausländische Mädchen.“

Bildung, Umwege und Aufstieg

„Du musst mehr leisten als ein deutsches Kind“, sagte ihr Vater. Leistung, Ordnung, Fleiß waren Werte, die ihr früh vermittelt wurden – gepaart mit Herzlichkeit, Großzügigkeit, Familienloyalität. „Ich habe gelernt, das Beste aus zwei Welten zu vereinen: deutsche Pünktlichkeit und türkische Emotion.“

Ihr Weg war nicht immer gradlinig – aber stets entschlossen: „Mein Vater war gegen das Gymnasium – zu weit, zu groß, zu fremd“, erinnert sie sich. Also machte sie zunächst eine Ausbildung zur Arzthelferin. Doch der Wunsch, die Welt zu entdecken, ließ sie nicht los. „Ich wusste früh, dass ich reisen wollte – aber nicht wie.“

Die entscheidende Wendung kam in Istanbul, bei einem Aufenthalt bei ihrer Tante: „Ich wurde Stewardess und war

glücklich – zwei Jahre lang.“ Doch das reichte ihr nicht. „Ich wollte mehr, wollte einfach tiefer eintauchen in die Welt des Reisens.“

Sie zieht ganz nach Istanbul – in die Stadt ihrer Träume – und beginnt bei einem Musicalunternehmen mit dem Aufbau der Vertriebsstrukturen. „Es war Pionierarbeit. Wir haben Hotelpakete geschnürt, Callcenter-Systeme aufgebaut, und ich durfte von Anfang an mitgestalten.“

Doch sie hat Heimweh. „Ich habe die Ordnung, die Strukturen, meine Komfortzone in Deutschland vermisst.“ Zurück in Hamburg startet sie bei Tele Ticket, steigt schnell in den Verkauf auf, entwickelt Reisebausteine. „Ich habe gemerkt: Ich kann Konzepte denken, nicht nur Produkte verkaufen.“

Digitales Neuland und internationale Umwege

Ende der 1990er-Jahre betritt sie die Bühne der Start-up-Welt: Bei mondu.com, einem der ersten B2B-Vergleichsportale, wird sie Callcenter-Leiterin und Prozessgestalterin. „Ich habe mit jungen Leuten von Elite-Unis gearbeitet – das war inspirierend. Aber ich habe auch gemerkt: Ich kann etwas. Und ich will mitgestalten.“ Was sie aus dieser Zeit

mitnimmt? Dass Fleiß, Haltung und Durchsetzungskraft Türen öffnen, unabhängig von Herkunft oder Titel.

Ein Sprungbrett namens Öger Tours

2001 kommt der Wechsel zu Öger Tours. Vural Öger stellt sie ein. „Ein Visionär. Und für mich: eine Vertrauensperson.“ Sie leitet die Reservierung, dann den Eigenvertrieb, den Produktbereich. „Ich habe alles gemacht, außer Finance“, sagt sie mit einem Lachen. 2015 kommt dann die Berufung zur Geschäftsführerin. „Ich war nie darauf aus, Chefin zu werden. Ich war sehr gerne Produktmanagerin. Aber ich habe die Chance genutzt.“

„Ich wusste schon früh, dass ich reisen wollte – aber nicht wie. Ich wollte einfach tiefer eintauchen, verstehen, erleben!“



VON ÖGER TOURS ZU BENTOUR:

Songül Göktaş-Rosati lädt 2001 zum Interview mit dem Hamburger Abendblatt nach der Ernennung zur Geschäftsführerin bei Öger Tours.

Rechts: Mit Deniz Ugur zusammen auf der Comedy Night 2023 in Lara.

Kurz nach ihrer Beförderung kommt die Türkei-Krise: Terror, Politik, Medienbilder. „Von einem Tag auf den anderen brachen die Buchungen ein. Zwei Millionen weniger.“ Anschläge in Istanbul und Ankara sowie Verhaftungswellen schrecken die Deutschen ab. Sie wollen lieber an die Costa Brava statt an die Türkische Riviera. Sie bleibt ruhig, analysiert, strukturiert um. „Ich habe gelernt: In der Krise zeigt sich der Charakter.“

Krisenjahre, Charakterjahre

Dann folgt 2019 die Cook-Insolvenz. Öger Tours war seit 2010 teil des Reisekonzerns geworden, Vüral Öger hatte sein Unternehmen samt Namen an Thomas Cook verkauft. „Mein Bereich war immerhin profitabel, wir hatten deswegen einige Übernahmeangebote und ich habe bis zuletzt für den Erhalt der Arbeitsplätze gekämpft.“

Türkei als Herzensangelegenheit

Im März 2020 wechselt sie zu Bentour Reisen. Es ist der Beginn der gloablen Coronapandemie. „Vielleicht ziehe ich die Krisen an“, sagt sie mit einem Schmunzeln. „Aber ich glaube, ich kann mit ihnen umgehen.“

Die Türkei liegt ihr am Herzen: als facettenreiches Reiseland, das weit mehr bietet als Sonne und Strand. Sie macht sich stark für eine differenzierte Wahrnehmung, für Nachhaltigkeit als Haltung und für die Verantwortung der Branche gegenüber Umwelt und Gesellschaft. „Die Türkei ist so viel

mehr als All-inclusive.“ Sie berichtet von Roadshows, Reisebüros, Kulturstädten, Slow Cities, UNESCO-Stätten. „Ich habe über 100 Roadshows selbst gemacht. Ich will zeigen: Es gibt mehr als Strand.“ Wichtig ist ihr der Perspektivwechsel: „In der Türkei können die Gäste morgens Ski fahren und nachmittags am Strand liegen.

Wir haben Kulinarik, Kultur, Herzlichkeit – alles in einem Land.“

Besonders tief berührt sie Istanbul: „Diese Stadt ist wie ein Gedicht, voller Gegensätze, voller Leben. Tradition trifft Moderne,

Ost trifft West, Spiritualität trifft Streetfood. Gleichzeitig ist Reisen ihre Leidenschaft. Japan, Südafrika, USA. „Ich bin Entdeckerin. Ich will eintauchen, verstehen, erleben.“ Das Reisen sieht Songül Göktaş-Rosati auch als Brücke zwischen Menschen, Kulturen und Mentalitäten. „Ich bin nicht nur Touristikerin, ich bin auch Botschafterin“, betont sie.

Die emotionale Bindung zur Türkei ist tief. „Wenn ich in der Türkei bin, fühle ich mich zu Hause. Aber auch Hamburg ist meine Heimat.“

Nachhaltigkeit als Haltung

Nachhaltigkeit ist für sie ein zentrales Anliegen und keine Abhakliste, eine Frage der inneren Haltung. Bei Bentour setzt sie sich für ökologische, soziale und ökonomische Verantwortung ein. Sie spricht über die Bentour-Wälder, über Aufforstungsprojekte, über Kinderhilfswerke in Antalya. „Wir

BENTOUR REISEN

Spezialist mit Haltung und Herz

Bentour Reisen ist ein inhabergeführter Reiseveranstalter mit Sitz in Zürich. Gegründet wurde das Unternehmen im Jahr 2004 von Kadir Ugur, einem in der Branche hoch angesehenen Pionier, der sich zeitlebens für faire Partnerschaften in der Touristik und für die Wertschätzung der Türkei als Reisedestination stark gemacht hat.

Heute wird Bentour mehrheitlich von der Schweizer Bentour AG gehalten, Geschäftsführer ist Deniz Ugur, Sohn des Gründers. In Deutschland verantwortet seit März 2020 Songül Göktaş-Rosati das operative Geschäft.

Der klare Fokus des Veranstalters liegt auf der Türkei – Bentour gilt als führender Spezialist für Türkei-Reisen im deutschsprachigen Raum. Zum Portfolio zählen jedoch auch weitere Destinationen wie Griechenland, Spanien, Ägypten und Fernreiseziele. Auffällig ist der hohe Anspruch an Service und Produkttiefe: Mit einer 365-Tage-Reiseleitung vor Ort, einem durchdachten Quick-Transfer-System in Antalya sowie flexiblen Buchungs- und Stornierungsoptionen bietet Bentour gezielt Vorteile für Reisebüros und ihre Kunden. Die Kundenzufriedenheit liegt laut Unternehmensangaben bei über 99 Prozent.

Was Bentour von vielen anderen Veranstaltern unterscheidet,

ist der klare wertebasierte Ansatz. Nachhaltigkeit wird hier nicht nur ökologisch verstanden, sondern auch sozial und ökonomisch gedacht. So engagiert sich das Unternehmen nicht nur im Rahmen der Brancheninitiative „Klimabewusst reisen“, sondern unterstützt auch lokale Projekte in den Zielgebieten.

Unter anderem wurde ein eigener Bentour-Wald initiiert, in dem über 15.000 Bäume gepflanzt wurden – etwa als Reaktion auf die verheerenden Waldbrände in der Region Antalya. Weitere Initiativen reichen von sozialen Projek-

ten bis zu nachhaltigen Ausflugsangeboten.

Mit dem klaren Bekenntnis zu „Qualität vor Quantität“, hoher Kundensicherheit und sozialer Verantwortung versteht sich Bentour als verlässlicher Partner im Reisevertrieb. Die Unternehmensphilosophie beruht auf Fairness, Transparenz und Wertschätzung für Menschen – auf beiden Seiten des Counter-Tresens.

Jüngst hat Bentour auch strategische Partnerschaften gestärkt: So erwarb das Unternehmen eine Beteiligung von 20 Prozent an der TUI-Tochter Nazar Nordic AB, während im Gegenzug die TUI Group 20 Prozent an Bentour übernahm.

Auch in der Türkei selbst baut Bentour seine Präsenz aus – unter anderem durch eine neue Firmenzentrale in Antalya mit modernen Sozial- und Fitnessräumen für Mitarbeitende. Mit dieser Kombination aus klarem Profil, tiefem Destinationsverständnis, hoher Flexibilität und menschlicher Haltung hat sich Bentour über zwei Jahrzehnte hinweg als Größe im Veranstaltermarkt etabliert – und zeigt eindrucksvoll, dass Tourismus auch anders geht: verantwortungsvoll, verlässlich und mit Herz.



ZWEI GENERATIONEN: Gründer Kadir Ugur mit Geschäftsführer Deniz Ugur, Geschäftsführer Bentour AG.



ABWARTEN UND MOKKA TRNKEN:

Songül begleitet 2023 Reisebüros bei einem Workshop in der Türkei.

Rechts: Bentour Quality Trip nach Didim. Das Team vor beeindruckender Kulisse: Im Hintergrund der imposante Apollon-Tempel, eines der bedeutendsten antiken Heiligtümer der Türkei.

geben etwas zurück. Das ist unser Selbstverständnis.“ Gleichzeitig sieht sie Nachholbedarf in der Kommunikation: „Die Türkei ist eines der nachhaltigsten Reiseländer. Aber wir sprechen zu wenig darüber.“

Verändern, nicht verwalten

Songül Göktaş-Rosati ist seit Jahren auch verbandspolitisch aktiv, wenn auch nicht in einem offiziellen Gremium. Ihr Name wurde mehrfach als Kandidatin für den DRV-Vorstand gehandelt. Ihre Analyse ist differenziert: „Ich wünsche mir mehr Bündelung, mehr Diversität, mehr junge Perspektiven.“ Und sie sagt offen: „Wir Frauen machen 70 Prozent der Branche aus, aber in den Chefetagen, auch in der Verbandsarbeit, sind wir noch zu selten sichtbar.“ In der Tourismus-Verbandslandschaft wünscht sie sich mehr Einheit: „Es gibt viele Stimmen, aber wenig gemeinsame Botschaften.“

Im Oktober wird sie bei den anstehenden DRV-Wahlen für ein Vorstandsmandat der Säule C kandidieren. „Der Mittelstand ist das Rückgrat unserer Branche“, sagt sie. „Mir geht es darum, gemeinsam mit dem Verband die Pauschalreise als modernes



Rundum-sicher-Angebot zu stärken, den DRV näher an die Mitglieder zu bringen, die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber globalen Plattformen auszubauen und die europäische Stimme unserer Branche sichtbarer und hörbarer zu machen“, erklärt sie selbstbewusst.

„Gleichzeitig braucht es eine faire, praxisnahe Regulierung und Innovation im Sinne von Transparenz und Verlässlichkeit. Nur so bleibt unsere Branche zukunftsfähig“, sagt sie. Zugleich möchte sie den Verband nahbarer machen und für mehr Dialog auf Augenhöhe sorgen: „Mir geht es darum, Brücken zu bauen. Zwischen großen und kleinen Unternehmen, zwischen Tradition und Innovation sowie zwischen den Mitgliedern und der Politik.“

„Der Mittelstand ist das Rückgrat unserer Branche. Ich möchte die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber globalen Plattformen ausbauen und die europäische Stimme unserer Branche sichtbarer und hörbarer machen.“

Eine Frau, Mentorin und Brückenbauerin

Songül Göktaş-Rosati ist Chefin, Mutter, Mentorin. Sie verkörpert vieles:

weibliche Führung, kulturelle Vielfalt. Ihr türkischer Name Songül steht für Sanftheit und für Kraft zugleich, ihre Haltung für Klarheit. „Ich will kein Idealbild sein“, sagt sie. „Ich bin aber authentisch. Und wenn ich aufrecht bleibe, dann ist das genug.“

Foto: Privat // Bentour Reisen

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN.

DAS NEUE DIGITALMAGAZIN.



JETZT. UND ALLE 14 TAGE.



SCAN ME



DISCOVER

TRVL COUNTER – LIEBLINGE DER REDAKTION



WIESNTAUGLICH
Elegantes Wiesn-Accessoire: Trachtentuch „Herzerl“ aus reiner Seide in klassischem Blau. Die Codello Wiesn-Seidentücher sind echte Lieblingsstücke, 59,95 Euro
www.codello.de



LEOPARDENPRINT
Retro trifft Wildstyle: Der adidas SL 72 OG im Leopardenprint und Ponyfell – ein Klassiker mit modernem Twist, 110 Euro.
adidas.de



RE-HYDRATE WASSERFLASCHE
Die neue 0,5-Liter-Trinkflasche aus recyceltem Kunststoff ist leicht, robust und auslaufsicher. Dank Schraubverschluss aus Edelstahl und praktischem Trageriemen ideal für unterwegs. **Bei Eva Solo, 29,95 Euro**

HERBST

Der Sommer zieht sich leise zurück, und der Herbst betritt die Bühne mit seiner goldenen Seite. Die Herbstlieb-linge der Redaktion.



EINSTEIGEN UND TRÄUMEN
„Legendäre Zugreisen“ von Lonely Planet präsentiert die 50 spektakulärsten Bahnstrecken und Events rund um den Globus – von der Schweiz bis Patagonien.
320 Seiten 32,95 Euro

ANGEL BIMBLE
Der charmante Klassiker aus der Hoptimist-Serie „Christmas“ von Designer Hans Gustav Ehrenreich bringt festliche Stimmung auf jeden Tisch. Höhe: 7,1 cm, Durchmesser: 5,8 cm, 24,95 Euro.
illumsbolighus.com



Fotos: iStock / PR der Hersteller

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 Göttert
jean-marc.goetttert@trvlcounter.de

Art Direktion: Bruni Davenport

Redaktion: Thomas Grether, Steven Hille, Felix Hormel, Iris Quirin, Elena Rudolph, Simone Spohr (Frankfurt), Felicia Haslbeck

Lektorat: Iris Quirin

Homepage und Newsletter „morning news“
Felix Hormel; redaktion@trvlcounter.de

MARKETING & SALES LIFE! VERLAG

Andreas Lentz (Ltg.)
andreas.lentz@lifeverlag.de
Tel. +49-40- 38 90 40-24

Alexandre Jouravel
alexandre.jouravel@lifeverlag.de
Tel. +49-40- 38 90 40-28

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
MAIN Druckservice GmbH & Co. KG,
Hilpertstr. 31, 64295 Darmstadt
<https://www.copy-druck.de/>

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 1/2026, gültig ab dem 01.10.2025.
Mediadaten: trvlcounter.de/mediadaten

Leser- und Aboservice: Neue Preise
Inlands-Abo 60 EUR, Auslands-Abo 100 EUR, für vier Printausgaben (innerhalb der EU zzgl. MwSt. bei fehlender UID/VAT-Nr.).
Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn nicht fristgerecht gekündigt wird. Das Digitalabo fürs Quarterly ist für Abonnenten der **morning news** inkludiert.
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.

© 2025 Life! Verlag GmbH & Co. KG

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN. JETZT. UND ALLE 14 TAGE NEU.



SCAN ME

AB 2025 ERSCHEINT DAS NEUE „TRVL COUNTER DIGITAL“ ALLE 14 TAGE AM FREITAG UND STEHT SOFORT ALS DOWNLOAD ZUR VERFÜGUNG. **HIER GRATIS BESTELLEN UND LESEN!**



enticing EUROPE

bis zu

40% PREISVORTEIL

auf ausgewählten Kreuzfahrten
und Kategorien

**YOUR WORLD
INCLUDED™**

Spezialitätenrestaurants

Crew-Trinkgelder

Unbegrenzendes Internet

sowie *entweder:*

Wein und Bier inklusive

oder Landausflugsguthaben



Atlantic to Adriatic Sea

LISSABON NACH VENEDIG

14 Tage | 11. Juni 2026 | Oceania Nautica



ENTICING EUROPE PREISE PRO GAST AB:	VORHER	ANGEBOTS- PREIS
Concierge Verandakabine	7.679 €	5.376 €
Verandakabine	7.219 €	5.054 €
Deluxe Ocean View	5.069 €	3.549 €

*Sämtliche Angebote unterliegen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen.



Hafen-HIGHLIGHT

ALICANTE, SPANIEN

Alicante liegt an Spaniens sonnenverwöhnter Costa Blanca und strahlt eine ganz besondere Schönheit aus. Wunderschöne Barockgebäude gruppieren sich um das historische Zentrum. Marmorplätze zieren den breiten Uferboulevard, die berühmte Explanada de España. Unberührte Strände wie San Juan säumen die Küste. Es ist keine Überraschung, dass Alicante das ganze Jahr über beliebt ist. Besuchen Sie das prächtige Castillo de Santa Bárbara, das die Stadt überblickt, und spazieren Sie von seinen hohen Türmen hinunter in den Kerker. Gönnen Sie sich ein Glas erfrischende Sangria in der Altstadt. Bestaunen Sie die Meisterwerke im Museo de Bellas Artes Gravina (MUBAG), einem ehemaligen Palast aus dem 18. Jahrhundert.



INFORMATIONEN UNTER **WWW.OCEANIACRUISES.COM**
AGENCYSALES@OCEANIACRUISES.COM
UND TEL.: **+49 69 2222 33 00**



Scannen Sie den QR Code,
um weitere Details zu sehen

Oceania Regatta, Oceania Insignia, Oceania Nautica, Oceania Siena, Oceania Marina, Oceania Riviera, Oceania Vista und Oceania Allura sind eingetragene Marken von Oceania Cruises Ltd.

ANGEBOTSBEDINGUNGEN: *Angebote, Preise und Reiserouten entsprechen dem Stand vom 17. September 2025 und können jederzeit ohne Vorankündigung geändert oder widerrufen werden. Das Angebot ist gültig für Neubuchungen bis zum 31. Oktober 2025. Der Preisvorteil von bis zu 40% gilt ausschließlich in ausgewählten Kabinenkategorien auf ausgewählten Kreuzfahrten. Bestimmte Einschränkungen können Anwendung finden. Für aktuelle Preise besuchen Sie bitte OceaniaCruises.com. Bei den "Your World Included" Inklusivleistungen müssen Gäste in derselben Kabine die gleiche Zusatzleistung wählen, entweder "Bier und Wein inklusive" oder Landausflugsguthaben. Die Zusatzleistung muss zum Zeitpunkt der Restzahlung ausgewählt sein. Für dritte und vierte Gäste besteht keine Wahl einer Zusatzleistung. Wenn keine Zusatzleistung ausgewählt wurde, wird eine Gutschrift für Nichtnutzung auf die Schlusszahlung angerechnet. Weitere Informationen finden Sie unter www.OceaniaCruises.com/legal. Die Zusatzleistung „Wein und Bier inklusive“ umfasst eine Auswahl offener Weine und Biere in allen Bordrestaurants und -bars während der Restaurant-Öffnungszeiten zum Mittag- und Abendessen. Das Landausflugsguthaben in Höhe von bis zu US\$ 1.200 variiert je nach Reisedauer und gilt pro Kabine bei Doppelbelegung. Für Reisen (1) bis zu 9 Tagen beträgt das Landausflugsguthaben US\$ 400; (2) von 10–13 Tagen US\$ 600; (3) von 14–19 Tagen US\$ 800; (4) von 20–25 Tagen US\$ 1.000; oder (5) von mehr als 26 Tagen US\$ 1.200. Alle Ausflüge müssen mindestens 14 Tage vor Reiseantritt gebucht werden. Nicht genutztes Landausflugsguthaben kann als Bordguthaben auf derselben Reise verwendet oder bei Ausschiffung eingelöst werden. Informationen zur Bestpreisgarantie finden Sie unter www.OceaniaCruises.com/legal. Alle aufgeführten Preise sind in Euro und gelten pro Person bei Doppelbelegung (außer anderweitig angegeben). Der kostenlose Internetzugang bezieht sich auf die ersten zwei Internetverbindungen pro Kabine (eine Verbindung für Alleinreisende) und beinhaltet kein Streaming. Bitte besuchen Sie OceaniaCruises.com/Internet für weitere Informationen. Alle Preise beinhalten Crew-Trinkgelder für das Kabinen- / Saltempersonal und Butler sowie Kellner. Die inkludierten Crew-Trinkgelder gelten nicht für zusätzliche Dienstleistungen oder Einkäufe an Bord, für die ein Service-Trinkgeld von 20% anfällt. Nicht alle Angebote können miteinander kombiniert werden. Preise, die als „Preis ab“ gekennzeichnet sind, basieren auf der niedrigsten verfügbaren Kategorie zum Zeitpunkt der Veröffentlichung, sofern nicht anders angegeben. Mängelplatzierungen in Seilen und Kabinen können von deren Fotografien abweichen. Wir erwerben, verwenden, teilen und sichern Daten wie in unserer Datenschutzerklärung beschrieben, die auf unserer Website verfügbar ist: OceaniaCruises.com/legal/privacy-policy. Zusätzliche Bedingungen können Anwendung finden. Oceania Cruises behält sich das Recht vor, Druckfehler oder Auslassungen in Produktinformationen, bestimmte oder alle Reisefahrten, Gebühren, Angebote oder Zuschläge jederzeit zu ändern. Sie finden sämtliche allgemeinen Geschäftsbedingungen auf OceaniaCruises.com/legal. Schiffsgesetze, Marschallinseln.