

Reisebüro-Umsätze holen weiter auf

TATS-REISEBÜROSPIEGEL Das Umsatzminus der Reisebüros gegenüber dem Vor-Corona Jahr 2019 schmilzt weiter ab. Das zeigt der aktuelle Reisebürospiegel von Tats. Demnach liegt der fakturierte Gesamtumsatz der erfassten Agenturen im Mai 2022 zum Vergleichsmonat 2021 bei plus 378 Prozent. Im Vergleich zum April 2019 gibt es zwar noch ein Minus von 20 Prozent. Im April waren es aber minus 32 Prozent. Der abgerechnete touristische Umsatz weist im Mai im Vergleich zu 2021 sogar ein deutliches Plus von 484 Prozent aus. Im Vergleich zu Mai 2019 liegt der abgerechnete touristische Umsatz bei Minus 20 Prozent. Der Umsatz im Flugverkehr verzeichnet in diesem Monat ein Plus von 381 Prozent gegenüber 2021. Im Vergleich zum Mai 2019 weist der Umsatz im Flugverkehr ein Minus von nur noch 25 Prozent auf. Der Umsatz aus der Teilsparte Kreuzfahrten liegt im Vergleich zu 2021 bei einem Plus von 451 Prozent, im Vergleich zum Mai 2019 bei minus 23 Prozent. Kurzum: Verglichen mit den April-Werten zeigt sich hier ein weiterer deutlicher Aufschwung. Kumuliert betrachtet liegt der fakturierte Reisebüroumsatz in den Monaten von Januar bis Mai im Vergleich zu 2021 bei plus 382 Prozent – gegenüber dem März eine Steigerung um 14 Prozent.



Foto: VIR 2022



TOP-NEWS DER WOCHE

ITB VERZICHTET 2023 AUF PUBLIKUMSTAGE

Bei den VIR-Innovationstagen hat Messe-Chef David Ruetz angekündigt, die ITB Berlin 2023 als reine Fachmesse neu auszurichten. Sie wird wieder live stattfinden und auf drei Tage verkürzt werden.

Die Anforderungen an globale Messen haben sich in den letzten Jahren stark verändert«, sagt David Ruetz, Head of ITB Berlin, im Gespräch mit TRVL Counter. »Deshalb bündeln wir die weltweit führenden Reisemesse und konzentrieren uns kundenseitig neben den Ausstellern ausschließlich auf die Fachbesucher, Einkäufer und Medien.

Die erste Live-Ausgabe der ITB Berlin seit Beginn der Pandemie wird in 2023 verkürzt: Statt wie bisher von Mittwoch bis Sonntag, wird die Messe an den drei aufeinanderfolgenden Ta-

gen Dienstag bis Donnerstag, also vom 7. bis 9. März, stattfinden. Wie bisher wird der ITB Berlin Kongress parallel zur Messe und live auf dem Berliner Messegelände stattfinden. Ausgewählte Sessions sollen zusätzlich auf itb.com gestreamt werden.

»Wir werden also 2023 eine reine B2B-ITB werden«, erklärt Messechef David Ruetz. Mit der Konzentration auf B2B wolle die Messe Berlin für eine notwendige Profilschärfung und eine bessere Kundenbindung sorgen. »In der Vergangenheit haben wir immer wieder festgestellt, dass ein Groß-

teil unserer Aussteller klaren Fokus auf die Ansprache des B2B-Publikums legt. Ihr Investment lässt sich künftig noch besser bündeln.«

Für das Privatbesucher-Publikum sowie B2C-interessierte Unternehmen kündigt die Messe Berlin ebenfalls Neues an: Die bisherige Consumer-Partnerversammlung der ITB, das Berlin Travel Festival, wird zukünftig Teil der B2C-Komponente der Boot- und Freizeitmesse Boot & Fun Berlin, die dann vom 24. bis 27. November 2022 auf dem Berliner Messegelände stattfindet. ⚓

ZITAT DER WOCHE

»Wir jammern nicht. Wir schauen nach vorne!«

MICHAEL BULLER,
Vorstand VIR (Verband Internet
Reisevertrieb) bei den diesjährigen
VIR-Innovationstagen in Berlin

Bericht ab Seite 3

Zugunglück bei Garmisch-Parten- kirchen

BAHN Bundesinnenministerin Nancy Faeser (SPD) hat sich am Freitagabend ein Bild von der Lage nach dem schweren Zugunglück bei Garmisch-Partenkirchen gemacht. »Ich bin zutiefst erschüttert«, sagte die Ministerin. »Es ist eine furchtbare Katastrophe.« Beim noch ungeklärten Zugunfall sind vier Menschen gestorben, zahlreiche Menschen wurden zum Teil schwer verletzt. Auch DB-Vorstandsvorsitzender Richard Lutz hat den Verletzten und Angehörigen der Opfer sein tiefes Mitgefühl ausgesprochen. Die Ursachen des Unfalls sind bislang unklar, die Ermittlungen laufen. Der Streckenabschnitt zwischen Garmisch-Partenkirchen und Oberau ist weiterhin gesperrt.



DAVID RUETZ,
Senior Vice President IFA Berlin
und Chef der ITB

Nachdem wir die letzten zwei Jahre eine hybride ITB gesehen haben, wie geht es in 2023 weiter?

Wir nehmen auf jeden Fall Learnings mit, die wir in den letzten zwei Jahren auch empirisch anwenden oder überprüfen konnten. Wir sind mit der Vorstellung in die digitale Welt reingegangen, man könne eine komplette ITB mit allen Funktionen digital abbilden. Es ist zwar nicht misslungen, aber auch nicht ganz gelungen. Insbesondere weil die Punkte Neukontakt, Ansprache und periphere Begrenzungen, also alles Menschliche, im Netz viel schwieriger sind. Zum Beispiel hat das schnell mal etwas von Stalken, wenn ich jemanden anpinge, der mich nicht kennt und den ich nicht kenne. Da haben die Kunden teilweise empfindlich reagiert.

Was folgt daraus?

Wir werden die hybriden Komponenten verstärken müssen, das heißt, dass der Kongress 2023 drei Tage lang läuft. Wir wollen ihn auf jeden Fall so in der Qualität streamen, wie wir ihn dieses Jahr gestreamt haben. Das war für mich das Highlight der digitalen Variante in 2022, dass wir Messe-TV oder Kongress-TV gemacht haben, das es absolut mit Plasberg und anderen TV-Shows aufnehmen kann.

INTERVIEW DER WOCHE

»DIE ITB MUSS EINFACH WIEDER LIVE STATTFINDEN«

ITB-Chef David Ruetz im Interview mit TRVL Counter über die Neuausrichtung der ITB 2023.



Foto: TRVL COUNTER

Zurück in die Zukunft: Mit dem Hollywoodfilm «Zurück in die Zukunft» erlangte der Sportwagen DeLorean Kultstatus. ITB-Chef David Ruetz sitzt mit Chefredakteur Jean-Marc Göttert im Original während der VIR-Innovationstage in Berlin.

Im ITB-Studio haben rund 40 hochprofessionelle Techniker, Grafiker und Moderatoren gearbeitet, es gab Live-Schaltungen und Einspieler-Jingles. Ich bin stolz darauf, dass das Team das alles geschafft hat. Nichtsdestotrotz: Bildschirm bleibt Bildschirm, und die ITB muss einfach wieder live stattfinden. Wir sind nicht als Online-Veranstaltung geboren, und wir werden uns auch nicht als Online-Veranstaltung weiterentwickeln.

In der Pandemie hat sich klar gezeigt, dass Netzwerken, Menschen treffen

und sich austauschen einen hohen Stellenwert haben. Die ITB ist im Kern ein gigantischer Treffpunkt für die internationale Reisebranche, Was wird in 2023 neu sein?

Zunächst kann ich sagen, dass das Stimmungsbild, das wir aktuell mit den Interessensbekundungen der Aussteller und Besucher haben, sehr gut ist. Die Leute wollen auch aus dem Ausland wieder kommen. Bei China gibt es noch ein großes Fragezeichen, aber Asien, Lateinamerika und Afrika sind alle dabei. Wir wollen uns treffen und schaffen das auch.

Wie wird die ITB dann funktionieren?

Wir werden zur ITB eine Kombination aus hybrider und analoger Messe haben mit dem ITB-Kongress. Wir werden auch die Networking-Möglichkeiten verbessern und vergrößern. Es wird einen eigenen Networking-Bereich geben, der nicht nur exklusiv den Buyer-Circle-Mitgliedern als Lounge vorbehalten ist, sondern wo man sich treffen kann, wo man vorher über unser Tool Termine vereinbaren kann und auch online Menschen treffen und Seminare für diejenigen veranstalten kann, die nicht auf

der Messe sind. Das heißt, es wird in 2023 weitere hybride Formen geben.

Bleibt es bei der Dauer?

Wir haben einen großen Schritt zur Verfachlichung oder Fokussierung der ITB gemacht, indem wir die den Anteil des Privatbesucherwochenendes, also alles, was bisher Samstag und Sonntag lief, auf das Berlin Travel Festival verlagern. Dieses findet erstmals im November zusammen mit anderen Messen der Messe Berlin auf dem Messegelände statt. Wir werden also ab 2023 eine reine B2B-ITB werden, und zwar mit Startdatum Dienstag, 7. März. Das wird der erste Messetag sein. Und dann drei Tage Dienstag, Mittwoch, Donnerstag. Um 18 Uhr schließen wir die Tore mit hoffentlich glücklichen und erfolgreichen Besuchern und Ausstellern.

Was ist der Hintergrund dieser Entscheidung?

Der Wunsch der Aussteller, in B2C zu investieren, hat in den letzten Jahren stetig abgenommen, und wir haben insbesondere während der Pandemie intensive Gespräche geführt, beispielsweise mit allen Destinationen, die im Corps Touristik vertreten sind. Hier herrscht einhellig die Meinung, dass B2C einfach einen anderen Stellenwert bekommen hat. Das Berlin Travel Festival ist ja ein mehr auf Lifestyle angelegtes Event, was im November mit unserer Bootsausstellung, mit der Angel-Messe und mit der Caravan-Messe kombiniert wird, und das ist für uns eine runde Sache.

Ich danke fürs Gespräch. ☺



Foto: BTW

»TOURISMUS IST EINE FRIEDENSINDUSTRIE«

Auf dem Tourismusgipfel in Berlin hat der neue BTW-Präsident Sören Hartmann viele Forderungen gestellt.

Tourismus ist nicht nur eine volkswirtschaftliche Größe, sondern vor allem auch eine Friedensindustrie«, betont BTW-Präsident Sören Hartmann auf dem Tourismusgipfel am Montag in Berlin. Beim Neustart der Branche nach Covid-19 sieht er die Politik in der Pflicht: »Wir fordern, dass Politiker dafür Sorge trägt, dass dieser Neustart nachhaltig gelingt.« Zwar habe die Regierung die Branche während Corona nicht im Stich gelassen und durch direkte Finanzhilfen und Kurzarbeitergeld viele Arbeitsplätze und Betriebe gerettet. Nun müsse man allerdings nach vorne blicken. »Wir erwarten einen vorausschauenden Plan, wie man einer neu-



BTW-Präsident
Sören Hartmann

en Welle oder Variante erfolgreich begegnet und konkrete Einschnitte für die Tourismuswirtschaft in Grenzen hält.« Beim Thema Digitalisierung appelliert Hartmann an die Branche, künftig »den Transrapid statt des Bummelzugs« zu nehmen. Hier sei die Branche lange zu bequem gewesen und hätte den Anschluss an internationale Digitalkonzerne verloren. Der Megatrend Nachhaltigkeit hat für den neuen BTW-Präsidenten ebenfalls höchste Priorität: »Die Klimatransformation ist alternativlos. Unsere Branche muss das Thema Klimaschutz und Nachhaltigkeit konsequent und auf allen Ebenen angehen«, fordert Hartmann. ⚓

KURZMELDUNGEN

Sandals eröffnet auf Curaçao

Am 1. Juni hat das Sandals Royal Curaçao die ersten Gäste empfangen. Damit feierte die Sandals-Gruppe ihr Debüt in der niederländischen Karibik. Das Hotel mit 351 Zimmern und Suiten liegt auf einem 3.000 Hektar großen Anwesen rund 15 Meilen vom Flughafen entfernt.



Luxus in Jordanien

Mit dem The Ritz-Carlton Amman wurde das erste Hotel der Marke in Jordanien eröffnet. Es liegt im Westen der Stadt am Fifth Circle. Das 20 Stockwerke hohe Haus verfügt über 228 Zimmer und Suiten, die sich auf sieben verschiedene Kategorien verteilen.



Namibia-Frequenz

Wie angekündigt, stockt Eurowings Discover ab dem 1. Juli die Flüge nach Windhoek von sieben auf zehn wöchentliche Frequenzen auf. Ursprünglich war geplant, die Frequenz bis zum 11. September anzubieten. Die Airline hat den Zeitraum nun bis zum 6. November verlängert.



Fiji-Perle

Immer mehr Reiseziele im Pazifik öffnen sich für Reisegäste. Ikarus Tours kombiniert jetzt ein 17-tägige Privatrundreise mit einer Kreuzfahrt ab der Hauptinsel Viti Levu.



Foto: VIR

»DIE ZEITEN DER PLANBARKEIT SIND VORBEI«

In Berlin fanden die Innovationstage des Verbands Internet Reisevertrieb (VIR) erstmals seit 2019 wieder statt.

Zum Auftakt der Tagung kündigt Claudia Müller, neue Tourismuskordinatoren der Bundesregierung, einen stärkeren Austausch mit den Experten der Branche an. »Die touristischen Angebote dürfen nicht an Verwaltungsgrenzen enden«, so Müller. Zugleich hat sie das Vorhaben der Bundesregierung bekräftigt, auch für den Tourismus eine nationale Plattform einzurichten. Solch ein Plenum gibt es bislang nur für die Auto-Industrie. »Damit sind wir als Branche in der politischen Wahrnehmung nun auf dem Niveau der Automobil-Industrie angekommen«, freut sich VIR-Vorstand Michael Buller. Die Veranstaltung, deren Leitmotiv »Zurück zur Zukunft«



VIR-Vorstand
Michael Buller

lautet, fand erstmals nach drei Jahren in Live-Präsenz statt, wurde aber auch Live übertragen. In seiner Auftaktrede vor rund 300 Teilnehmern betont Buller, dass die Touristik die zweijährige Krise während der Pandemie gut überstanden habe. »Dies war jedoch nur möglich durch das Zusammenspiel von Verbänden mit der Politik, die Lösungen erarbeitet haben, um die Branche zu erhalten.« Allerdings seien die Zeiten der Stabilität und der Planbarkeit vorbei, warnt er. »Was wir nun benötigen, sind Managerinnen und Manager, die agil agieren und trotzdem langfristig denken können, um ihre Geschäftsmodelle skalierbar zu machen.« ⚓



Foto: BTW

Spaß am Reisen

KLINGBEIL Neben Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck sprachen auch andere Politiker zum BTW-Plenum. Der SPD-Vorsitzende Lars Klingbeil erklärte hinsichtlich Digitalisierung und Klimaschutz von ambitionierten Zielen und hatte für die Zuhörer eine klare Botschaft: »Wir werden der hart arbeitenden Bevölkerung sicherlich nicht die Lebensfreude in Form von Spaß am Reisen nehmen.«

Belastungsmoratorium für die Reisebranche

LINNEMANN Der stellvertretende Vorsitzende der CDU Deutschland, Carsten Linnemann, unterstützte in seiner Rede wichtige Forderungen der Branche. Er sprach sich für ein Belastungsmoratorium für die Tourismuswirtschaft aus. Zudem müsse die sieben Prozent Mehrwertsteuer auf Speisen in der Gastronomie über das Jahresende hinaus weiter gelten und entfristet werden. Auch gelte es, die duale Ausbildung zu stärken.



Foto: BTW

»REISEN IST EIN TEIL VON FREIHEIT«

Mit einem Video-Grußwort hat Wirtschaftsminister Robert Habeck den Tourismuskongress des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) in Berlin eröffnet.

TEXT: JEAN-MARC GÖTTERT



Foto: BTW

Videobotschaft: Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck (Die Grünen) begrüßte die Teilnehmer mit einem Appell auf mehr für die ökologische Transformation zu tun.

**TOURISMUSGIPFEL
DES BTW
BERLIN 2022**

Am Montag fand in Berlin der Tourismuskongress des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) statt. Eröffnet wurde die Veranstaltung mit rund 250 Teilnehmern im Hotel Adlon mit einem Video-Grußwort von Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck. Dabei betonte der Politiker die große Bedeutung, die das Reisen für eine freie Gesellschaft hat: »In Zeiten des Krieges, angesichts der dramatischen Lage, fühlen sich Leichtigkeit und Freude fehl am Platz an. Und den-

noch ist es völlig in Ordnung, über das Reisen zu sprechen. Reisen macht neugierig, Reisen befriedigt und öffnet den persönlichen Horizont. Reisen ist ein Teil von Freiheit. Das ist das Gegenteil von Abschottung und Diktatur. Es ist das Gegenteil von dem, was Putin will. Es steht für eine offene Welt.«

Auch auf die Anstrengungen der Branche, einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, ging Habeck ein: »Ich freue mich sehr, dass der Tourismus künf-

tig den Schwerpunkt Klimaneutralität und ökologische Transformation gewählt hat. Die Krisen der Zeit sind alle bedrückend, und sie sind schlimm. Aber es gibt eine strukturelle Krise, eine strukturelle Herausforderung, die überstrahlt die Zeit. Sie wird das Leben von Generationen nach uns prägen. Es ist die globale Erwärmung.« Der Klimaschutz müsse daher im Zentrum der politischen Handlungen stehen und werde immer wichtiger, erklärte der Minister. »Er wird auch wichtiger für die Attraktivität von vie-

len touristischen Destination. Er wird entscheidend sein, für die Bewahrung von Lebensqualität, für weltweite Stabilität und Frieden.«

Nichts gegen die Klimaerwärmung zu tun werde mittelfristig und langfristig noch teurer, vielleicht sogar irgendwann unbezahlbar. Deswegen sei auch der Tourismus gefragt, seinen Beitrag zu leisten.

Die Tourismuswirtschaft als heterogener, aber starker Faktor in Deutschland sei entscheidend. »Sie stellen in Deutschland fast drei Millionen Arbeitsplätze. Sie tragen rund vier Prozent zur Wertschöpfung in Deutschland bei. Sie sind damit auf Augenhöhe mit anderen Branchen in Deutschland, wie beispielsweise mit dem Maschinenbau«, wandte sich Habeck an die Tagungs-Teilnehmer. Als Akteure dieser Branche tragen Sie eine besondere Verantwortung, dass Tourismus auch künftig ein bedeutender, fest aufgestellter Wirtschaftsfaktor bleibt.«

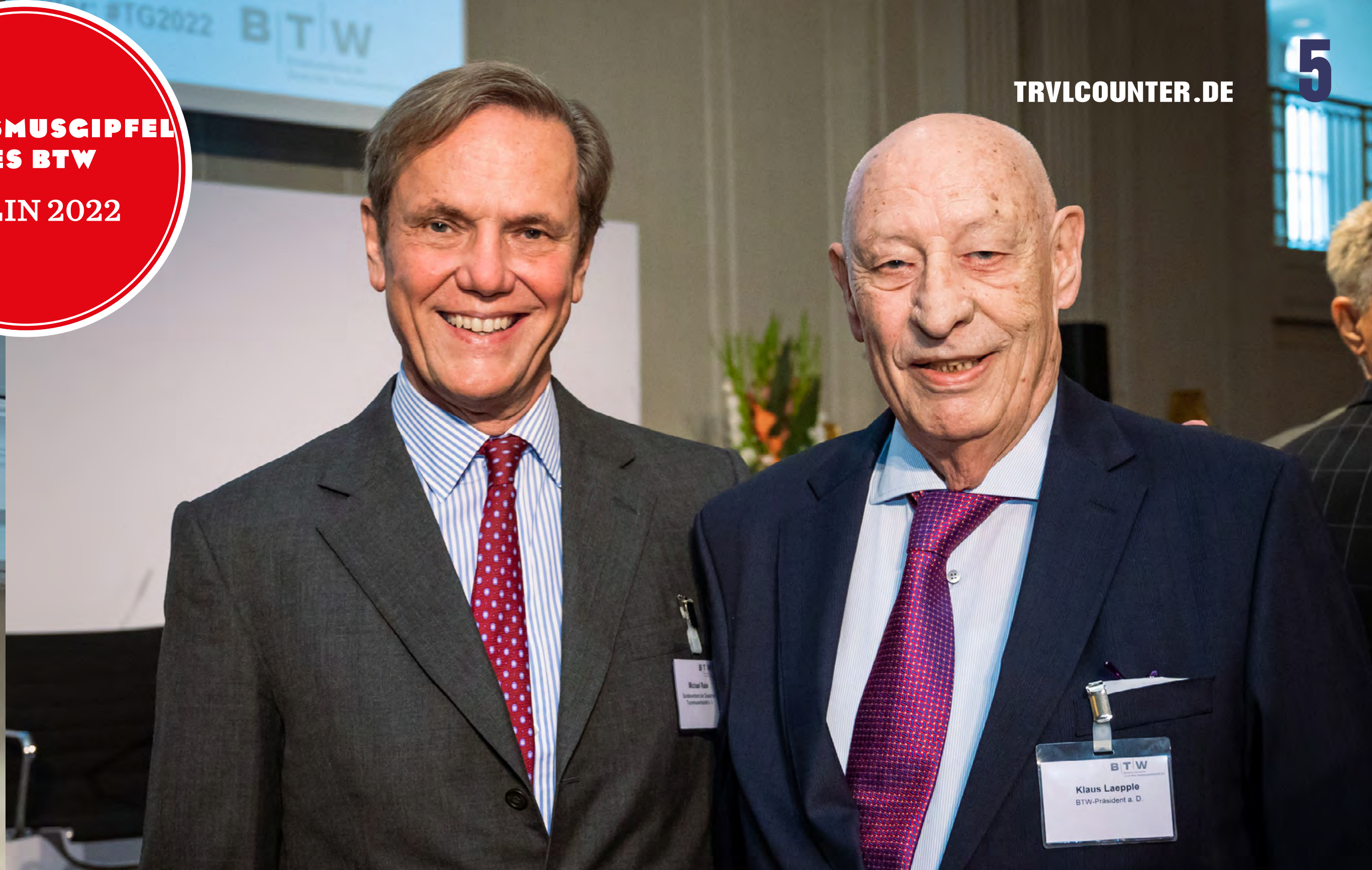


**TOURISMUSGIPFEL
DES BTW
BERLIN 2022**

GIPFEL- TREFFEN

Zum ersten Mal seit 2019 fand am 30. Mai der Tourismusgipfel des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) im Hotel Adlon Kempinski in Berlin statt.

Restart nach der Pandemie: Darauf hatten sich alle gefreut, ein Wiedersehen auf dem Tourismusgipfel des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) im Hotel Adlon Kempinski in Berlin. Mehr als 300 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Medien nahmen an dem Kongress teil und genossen sichtlich die erste Präsenzveranstaltung dieser Art seit zwei Jahren. Inhaltlich standen neben den Folgen und Auswirkungen von Covid-19 und dem Neustart der Branche die beiden Megatrends Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Zentrum des Gipfels. Der neue BTW-Präsident Sören Hartmann verabschiedete seinen langjährigen Vorgänger Michael Frenzel und legte in seiner Rede die künftigen Herausforderungen der Tourismuswirtschaft dar. Angeführt vom SPD-Vorsitzenden Lars Klingbeil zeigten auch führende Bundespolitiker Präsenz und gaben Einblicke in die Sicht der Politik. Nach einem Tag intensiven Austauschs waren sich alle einig, das war eine gelungene Veranstaltung. →



TREFFEN DER GENERATIONEN: BTW-Generalsekretär Michael Rabe (links) im Austausch mit Klaus Laepple, BTW-Bundespräsident a.D.

AMTSÜBERGABE: Der scheidende Präsident Michael Frenzel (unten) wurde für seine langjährigen Verdienste und sein politisches Handeln in der Pandemie gewürdigt. Amtsnachfolger Sören Hartmann verabschiedete seinen Vorgänger mit herzlichen Worten und beschrieb Frenzel als konstruktiv, nahbar und wertschätzend. Er attestierte ihm ein hohes Ansehen in Deutschland wie auf der globalen Bühne.





Männerrunde (von Links): BTW-generalsekretär Michael Rabe, Karl J. Pojer (DRS Hospitality und Clia), Michale Frenzel (BTW-Präsident a.D.) sowie Klaus Hildebrandt (fww-Magazin).
Foto unten: Professor Klemens Skibicki aus Köln mit einem Vortrag zum Web 3.0.



TOURISMUSGIPFEL DES BTW BERLIN 2022



Lob und Selbstlob: Ein paar Worte gab es auch von Thomas Barreiß, ehemaliger Tourismusbeauftragter der Bundesregierung, jetzt verkehrspolitischer Sprecher der CDU/CSU-Bundestagsfraktion.

Claudia Müller, Koordinatorin der Bundesregierung für Maritime Wirtschaft und Tourismus, betonte, Schließungen und Beherbergungsverbote wie in den vergangenen zwei Jahren solle es nicht mehr geben.



Podiumsdiskussion: Anja Karliczek (Tourismussprecherin der CDU/CSU-Fraktion) im Gespräch mit Moderator Andreas Stopp.

Zweite Talkrunde: Ingrid Hartges (DehoGa) gab sich gewohnt kämpferisch und belebte die Runde mit Forderungen für ihre Branche unter anderem mit fälligen Steuersatzsenkungen.



Was diese Woche noch wichtig war



Foto: iStock

FTI präsentiert das Winterprogramm

ROADSHOW Ab dem 20. Juni präsentiert FTI das Winterprogramm 2022/23 auf einer Roadshow quer durch Deutschland. Zu den Stationen der dreiwöchigen Tour gehören Hamburg, Köln, Frankfurt, München, Stuttgart, Hannover, Berlin und Leipzig. Des Weiteren macht der Veranstalter auch in kleineren Städten wie Mannheim und Würzburg Halt. Pro Abend können an dem Event rund 50 bis 80 Expedienten teilnehmen. »Inhaltlich steht neben der Vorstellung von Produktneuheiten und Vertriebsnews auch Aktuelles zu unserem FTI-Travel-Mag auf dem Programm«, erklärt Vertriebschef Richard Reindl. Darüber hinaus sollen die Expedienten mit Insider-Wissen von Produktexperten und Partnern des Veranstalters versorgt werden, darunter Fluggesellschaften, Hotelunternehmen und Fremdenverkehrsämter. Wer nicht persönlich an einem der Termine teilnehmen kann, hat am Dienstag, den 28. Juni, die Möglichkeit, die Präsentation im Live-Stream zu verfolgen. [Weitere Infos und Anmeldung hier](#)



Foto: iStock

Anmeldung für Fernschulung 2023 möglich

STUDIOSUS Die vierte Ausgabe der Studiosus-Fernschulung 2022 ist jetzt online ([hier der Link](#)). Im Mittelpunkt steht Kuba. Die Teilnehmer erfahren Interessantes über die Geschichte des Rums, begleiten Kletterer auf die Kegelkarstfelsen im Tal von Vinales und lernen kubanische Künstlerinnen kennen. Die Fernschulungssaison für nächstes Jahr steht bereits in den Startlöchern. Anmeldungen für die Saison 2023, die im Herbst beginnt, sind ab sofort möglich. Die Fernschulungen von Studiosus bestehen aus einem Mix aus Fakten, Reportagen und praktischen Tipps für den Counter. Die Ausgaben erscheinen viermal im Jahr online und widmen sich jeweils einem Land oder einer Region. Pro Ausgabe sollten circa zwei Stunden Zeit einkalkuliert werden. Die Teilnahme ist kostenlos.

[Anmeldung für 2023 hier.](#)



Foto: Celebrity

FAM-Trip und neue Webinare

CELEBRITY CRUISES Reiseverkäufer in Deutschland, Österreich und der Schweiz können einen von 15 Plätzen für einen FAM-Trip auf der Celebrity Edge gewinnen. Um an der Verlosung teilzunehmen, müssen sie zwischen dem 1. Juni und 10. Juli Kreuzfahrten mit Celebrity Cruises verkaufen. Das Schiff, die Dauer der Kreuzfahrt und die Region spielen dabei keine Rolle. Mit jeder neuen Buchungsnummer kann man sich erneut zum Gewinnspiel anmelden. Die Anmeldung erfolgt über das Trade-Portal Celebrity Central. Der letzte Tag, um die Buchungen zu registrieren, ist der 17. Juli. Die Gewinner werden Ende Juli per E-Mail kontaktiert. Der FAM-Trip vom 17. bis 24. September beginnt und endet in Civitavecchia (Rom) und führt nach Santorini, Rhodos, Mykonos und Neapel/Capri. Expedienten, die sich für den Verkauf fit machen wollen, können nächste Woche an drei Webinaren von Celebrity Cruises teilnehmen. Am 7. Juni ab 10 Uhr wird Basiswissen vermittelt. Eine Stunde später geht es um den Retreat Suiten-Bereich und Galapagos-Expeditionen. Beim Webinar am 8. Juni ab 14 Uhr werden das Trade-Portal und die Buchungssysteme der Reederei vorgestellt. [Anmeldung an aka@globalspot.eu](#)

ANZEIGE

Gemeinsam in den besten Sommer.

Your ticket to happiness.

Flexibel und günstig in die
Türkei
fliegen!



Mehr erfahren



SunExpress
Airlines

TV-TIPPS FÜR TOURISTIKER

*KALABRIEN: LAND
ZWISCHEN DEN MEEREN*

SAMSTAG, 11. JUNI, 15:30 UHR,
30 MIN., 3SAT

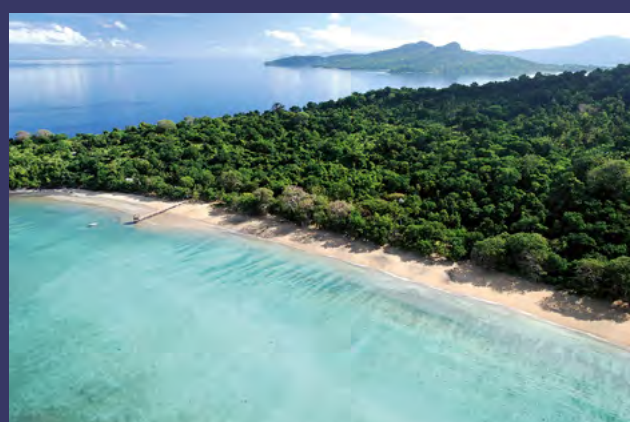


Schon Homer hat es besungen: Kalabrien, das Land an der Stiefelspitze Italiens. Es ist eine sonnenverwöhnte Region, voller Kultur und mit einer mehr als tausendjährigen Geschichte. Kalabrien liegt zwischen zwei Meeren. Umspült vom Tyrrhenischen und dem Ionischen Meer locken fast 800 Küstenkilometer mit feinen Sandstränden und einsamen Buchten zwischen Granitfelsen.



*REISEN IN FERNE
WELTEN NACH MAYOTTE*

HIER IN DER MEDIATHEK



Die französische Inselgruppe Mayotte liegt vor der Küste Nord-Mosambiks. Trotz üppiger Pflanzenwelt und seltener Tiere ist Mayotte touristisch noch unterentwickelt. Sehenswerte Doku des SR.



Schulungen und Webinare



Foto: Lorem

**Virtuelle Zielgebiets-
reise in die Türkei**

ALLTOURS schickt Expedienten im Juni an acht Terminen auf eine virtuelle Reise in die Türkei. In den 45-minütigen Webinaren werden die Teilnehmer unter anderem Informationen zum Zielgebiet und zum Alltours-Produkt versorgt. Außerdem gibt es Ausflugstipps von Alltours-Reiseleitern. Schulungen sind für den 9., 10., 14., 15., 20., 22. und 24. Juni geplant. Expedienten können sich ab sofort auf www.alltours.info für die Webinare anmelden.

**Neue Events für
Young Professionals**

MSC CRUISES Bei MSC Cruises gibt es neue Termine für Schulungen und Schiffsbesichtigungen für Azubis, Berufseinsteiger und junge Reiseprofis. Los geht es am 23. Juni in Berlin mit einer Produktschulung unter dem Motto »Innovationen & Zukunft«. In Kiel kann am 25. Juni die MSC Grandiosa und am 26. Juni die MSC Preziosa besichtigt werden. Das Thema „Nachhaltigkeit“ steht im Mittelpunkt einer Produktschulung am 26. Juli in Hamburg. Die Teilnahme an allen Events ist kostenfrei. Weitere Infos und [Anmeldung hier](#).



Foto: iStock

**Neue Schulungs-
Plattform**

EXPI-ACADEMY schauinsland-reisen startet mit einem neuen Online-Tool für Reisebüros. Es soll den Expedienten alle nötigen Informationen bieten, die sie für Beratung und Verkauf brauchen. Zum Start gibt es auf der neuen Plattform verschiedene Programme mit zahlreichen Kursen. Neben allgemeinen Infos über den Veranstalter sowie über verschiedene Buchungsoptionen finden die Expedienten dort auch Kurse zu den Inseln Kreta und Madeira. Das Angebot wird einmal im Monat um ein neues Thema ergänzt. Mit an Bord sind verschiedene Partner: Zu Beginn gibt es beispielsweise einen Kurs zu Eurowings Discover. Für die Reisebüromitarbeiter soll sich die Teilnahme an der Expi-ACademy doppelt lohnen. Wer die Kurse und Schulungen erfolgreich absolviert, erhält neben Werbekostenzuschüssen auch Expedienten-Ermäßigungen. Außerdem gibt es Gewinnspiele, bei denen als Preise zusätzliches Budget für die Werbekosten, Freiaufenthalte oder kostenlose Plätze für Inforeisen verlost werden. Anmeldungen sind ab sofort unter www.slr-expi-cademy.de möglich.



Foto: AIDA Cruises

**Schulungsreihe für
Reisebüro-Azubis**

AIDA CRUISES veranstaltet in diesem Jahr wieder die »Expi You«-Schulungsreihe für Auszubildende. Vom 28. Juni bis zum 1. Juli werden zunächst in verschiedenen Web-Seminaren und Kursen AIDA-Produkt- und Vertriebs-Know-how sowie Informationen zur Hanse Merkur Reiseversicherung vermittelt. Anmeldungen sind ab sofort über das Lernportal »Expidition« im AIDA-Expinet möglich. Absolventen der Webinare haben ab dem 1. Juli die Möglichkeit, sich auf einen der Plätze für die Expi You Cruise zu bewerben. Vom 24. bis 27. September geht es mit der AIDAcosma von Mallorca nach Rom/Civitavecchia. Bewerbungen sind ab dem 1. Juli per E-Mail an trainings@aida.de möglich. Teilnehmer können alle Auszubildenden zur/zum Reiseverkehrskauffrau/-mann beziehungsweise zur/zum Tourismuskaufräu/-mann, die am Starttag der Expi You Cruise das 18. Lebensjahr vollendet haben, über einen persönlichen Expinet-Login verfügen und Mitglied im Expiclub sind.

TV-TIPPS FÜR TOURISTIKER



Foto: iStock

*MIT DEM POSTSCHIFF
DURCH DIE SÜDSEE*

SONNTAG, 5. JUNI, 19:30 UHR,
45 MIN., ARTE

Mitten im Pazifik, im größten Ozean der Erde, liegt Französisch-Polynesien. Fernab der Hauptstadtinsel Tahiti befinden sich die Marquesas – ein Inselarchipel mit einer atemberaubenden Landschaft und rauer Schönheit. Die meisten Menschen leben hier zwischen jahrhundertealten Traditionen und moderner Technik.



*LISSABON:
SPAZIERGÄNGE DURCH
PORTUGALS HAUPTSTADT*

FREITAG, 10. JUNI, 20:15 UHR,
45 MIN., HR-FERNSEHEN

Die portugiesische Hauptstadt punktet mit attraktiven Gegensätzen. Lissabon bietet nostalgisches Flair ebenso wie hippe Läden, es gibt mondäne Einkaufsstraßen, aber auch enge Gassen im Altstadtviertel Alfama. Daneben belebt eine kreative Szene junger Designer und Künstler die Stadt. Auch Biorestaurants, Manufakturen und Coworking-Ateliers haben Konjunktur.

Was diese Woche noch wichtig war



Foto: iStock

Affenpocken

A3M hat den Destination Manager um Aspekte rund um die Affenpocken erweitert. Bislang wurden aus 22 Ländern über 380 Fälle gemeldet. Thailand, Indien, Laos, Kambodscha, Bangladesch und Kenia haben verstärkte Gesundheitskontrollen an allen Grenzübergängen angekündigt.

Vorteilsprogramm

BAHN Die Deutsche Bahn (DB) unterzieht das Vorteilsprogramm »Bahn Bonus« zum 13. Juni einem umfassenden Relaunch. Künftig gibt es die drei Statuslevel Silber, Gold und Platin. Bisher gab es nur Bahn Comfort. Mussten bislang 2.000 Statuspunkte innerhalb von zwölf Monaten gesammelt werden, reichen künftig 1.500 Punkte für das neue Statuslevel Silber aus. Neben den bekannten Statusvorteilen gibt es künftig neue Vorteile in jedem Level. Dazu gehören Freigetränke in der Bordgastronomie in den Levels Silber und Gold, vergünstigte Fahrten mit Call a Bike in allen Levels oder Mitfahrerfreifahrten und 30 Prozent Rabatt in der Bordgastronomie im Statuslevel Platin. Schlüssel zu allen Statusvorteilen ist die neue Bahn Bonus App. Sie vereint alle Anwendungen und soll künftig die rund 180.000 Plastikkarten einsparen.



Foto: AROSA

A-ROSA Flussschiff schafft 2G-Regel ab

IMPFLÖCKERUNG Nach dem Wegfall der Maskenpflicht an Bord und des Schnelltests bei Einschiffung lockert A-ROSA Flussschiff weiter die Corona-Regeln. Ab dem 4. Juni ist die Teilnahme an Kreuzfahrten der Reederei wieder ohne Nachweis eines Impf-, Genesenen- oder Testzertifikats möglich. Man habe das Hygienekonzept den gelockerten Einreiseregularien in Europa angepasst, heißt es in Rostock. Eine Ausnahme bildet die AROSA-Alva in Portugal. Dort benötigen Gäste ab zwölf Jahren aufgrund regionaler Vorgaben weiterhin den Nachweis einer vollständigen Impfung gegen oder der Genesung von Covid-19. Zudem haben die Maskenpflicht sowie die Durchführung eines Antigen-Schnelltests vor dem Boarding weiterhin Bestand. Bei allen Kreuzfahrten werden die zusätzlichen Hygienemaßnahmen an Bord wie die verdichteten Reinigungs- und Desinfektionsprotokolle beibehalten.



Foto: iStock

Als Kleingruppe buchbar

GEBECO 95 Bestseller-Reisen und einige neue Reisekonzepte präsentiert Gebeco im neuen Sondergruppen-Katalog 2023. »Eine wichtige Neuheit ist, dass wir alle Reisen nun auch als Kleingruppe buchbar gemacht haben«, sagt Melanie Unger, Sondergruppen-Vertrieb bei Gebeco. Neben den bewährten Bestsellern enthält der Katalog auch einige Neuheiten. Auf einer neuen Kuba-Reise übernachten die Teilnehmer bei Gastfamilien und bekommen so einen Einblick in das lokale Leben. Neu ist auch eine Belgien-Tour mit Bahnreise. Für Nordeuropa-Fans gibt es eine neue Städtereise nach Helsinki und Tallinn. Alle Bestseller-Termine können direkt ausgewählt und optioniert werden. Wird die Mindestteilnehmerzahl erreicht, gewährt Gebeco einen Freiplatz für den Sondergruppen-Entscheidungsträger.

Sommerplan 2023

TUIFLY hat den Flugplan für den Sommer 2023 veröffentlicht. Ab sofort sind über 500 wöchentliche Flugverbindungen zu 23 Zielen in Europa, Nordafrika und der Türkei buchbar. Das Angebot umfasst rund drei Millionen Sitzplätze.



Vorabend-Check-in

CONDOR Nicht nur in Frankfurt, auch am Flughafen Düsseldorf bietet Condor ihren Kunden im Sommer am Wochenende die Möglichkeit, den Vorabend Check-in kostenfrei zu nutzen. Für alle Abflüge, die am Samstag oder Sonntag stattfinden, können Reisende sich von von 18 bis 22 Uhr am Vorabend des Fluges einchecken, ihr Gepäck aufgeben, die notwendigen Reisedokumente vorlegen und ihre Bordkarte direkt erhalten. Die Gebühr in Höhe von fünf Euro pro Person entfällt. Online können die Passagiere außerdem ab 24 Stunden vor Abflug einchecken, sich ihre Bordkarte ausdrucken oder direkt auf ihr mobiles Endgerät herunterladen.

Winterkataloge da

SCHAUINSLAND-REISEN hat die neuen Winterkataloge an die Reisebüros ausgeliefert. Auf 688 Seiten in vier Katalogen präsentieren die Duisburger mehr als 650 Hotels. Neu im Sortiment sind unter anderem die RIU-Hotels Lupita, Playacar und Latino in Mexiko sowie die Lopesan-Anlage Eden Beach Resort & Spa in Hotel in Khao Lak. In Ägypten stehen erstmals das Pickalbatros Neverland Resort, das Pickalbatros The Palace Port Ghalib und das Fort Arabesque Resort & Spa, Villas & The West Bay zur Wahl.



Neuheiten im Winterkatalog

WIKINGER REISEN hat den Katalog »Silvesterreisen & Winterurlaub 2022/23« herausgebracht. Zu den Neuheiten im Angebot gehört Andorra. Das Fürstentum in den Pyrenäen bietet zum Beispiel gute Voraussetzungen für Schneeschuhwanderungen. Wer es etwas wärmer haben will, kann Ende Dezember in Andalusien in die Wanderschuhe schlüpfen und die Routen in der Sierra Norte und im Nationalpark Coto de Doñana erwandern. Ein zusätzliches Highlight der neuen Tour ist die Silvesterfeier in Sevilla. Ebenfalls neu im Katalog ist die fünftägige Reise »Capodanno a Firenze« inklusive Toskana-Wanderungen, Sightseeing in Florenz und Silvestermenü.

Basis in München

EUROWINGS DISCOVER eröffnet wie geplant eine eigene Kurzstreckenbasis am Münchner Flughafen. Bereits seit März steuert die Airline von München aus drei Langstreckenziele an. Seit Mai führt Air Baltic im Wetlease Flüge auf der Kurz- und Mittelstrecke durch. Bis Ende des Jahres soll die Flotte hier auf fünf Flugzeuge wachsen. Der Flugplan wird in den nächsten zwei Monaten deutlich erweitert.

Was diese Woche noch wichtig war



Partnerstädte

BERLIN und Kapstadt wollen sich beim Städtemarketing gegenseitig unterstützen. Das vereinbarten Vertreter auf der Messe IMEX in Frankfurt. Zu den geplanten Aktivitäten gehören gemeinsame PR- und Social-Media-Kampagnen sowie der Aufbau eines gemeinsamen Branchennetzwerks.



TUI setzt auf starken Reisebürovertrieb

TUI Knapp 120 Teilnehmer haben sich kürzlich zur TUI Premium Partner Tagung im Hotel Corinthia Palace auf Malta getroffen. Unter dem Motto »Zusammen stark« ging es um die strategische Partnerschaft mit Best-Reisen und die zukünftige Zusammenarbeit mit Leitveranstalter TUI. Anwesend waren TUI-Vertriebsgeschäftsführer Hubert Kluske und Vertriebsdirektor Peter Wittmann. Zu Beginn der Tagung gab Kluske ein Bekenntnis zum stationären Vertrieb ab: »Wir setzen auf einen starken Reisebürovertrieb, der von jeher ein wichtiger und integraler Partner der TUI ist«. Zudem bekräftigte er die langjährige strategische Partnerschaft mit Best-Reisen und hob die überdurchschnittliche Performance der TUI Premium Partner hervor. Auch Wittmann betonte die wichtige Rolle der Reisebüros: »Wir investieren in den Reisebürovertrieb, denn ohne sie geht es nicht«. Als Beispiele für Investitionen nannte er eine verbesserte Erreichbarkeit, den großen TUI-Außendienst, eine starke Vermarktung über Radio- und TV-Spots und den Restart von Seminarreisen und Vertriebsereignissen.



Bentour lädt zur Comedy Night nach Antalya ein

BENTOUR Nach zwei Jahren Corona-Pause bringt Bentour Reisen die Comedy Night zurück. Vom 1. bis zum 4. Dezember können Expedienten an die Türkische Riviera reisen und dort die neuen Kataloge des Veranstalters kennenlernen. Außerdem können sie an einer Reisemesse, Ausflügen und einem Gala-Abend teilnehmen. »Wir freuen uns sehr, dass wir mit unserem erfolgreichen Event dieses Jahr wieder an den Start gehen können«, sagt Songül Göktas-Rosati, Geschäftsführerin Bentour Deutschland. Für die Comedy Night konnte Bentour Özcan Cosar gewinnen, der 2019 als Bester Newcomer mit dem Deutschen Comedypreis ausgezeichnet wurde. Veranstaltungsort ist in diesem Jahr das renovierte und neu eröffnete Nirvana Cosmopolitan in Antalya/Lara. Als Flugpartner ist Sun Express wieder dabei. Der Versand der offiziellen Einladungen erfolgt Ende Juni. Ab diesem Zeitpunkt werden dann auch die Online-Anmeldung im Extranet von Bentour freigeschaltet.

KREUZFAHRT-PEPS FÜR DEN SOMMER AUFGELEGT Oceania Cruises bietet Expedienten im Sommer auf vielen Routen Pep-Preise an. Zum Beispiel gibt es die Sieben-Tage-Kreuzfahrt von Istanbul nach Athen mit Abfahrt am 30. Juni in der Außenkabine ab 1.026 Euro und in der Balkonkabine ab 1.224 Euro pro Person. Stationen der Reise sind Mytilini, Ephesus, Rhodos, Chania, Santorin und Syros. Die siebentägige Kreuzfahrt von Stockholm nach Kopenhagen mit Abfahrt am 17. August ist für Expedienten in der Balkonkabine ab 1.224 Euro und in der Suite ab 1.820 Euro pro Person zu haben. Die Preise verstehen sich inklusive aller Standard-Leistungen an Bord. Die Raten können über Vacation at Sea gebucht werden.

LUXEMBURG Am 22. Juni stellt sich Luxemburg in der zweiten Ausgabe von Luci TV Touristikern und Pressevertretern vor. Neben kurzen Reportagen sind auch Live-Diskussionen mit Experten geplant. Der Live-Stream soll es Reiseveranstaltern, Expedienten und Journalisten ermöglichen, mit verschiedenen Akteuren, den regionalen Tourismusverbänden, aber auch mit Visit Luxembourg im Allgemeinen ins Gespräch zu kommen. Die Veranstaltung beginnt um 11 Uhr und dauert rund 45 Minuten. Interessierte können sich [hier anmelden](#).

ISRAEL Das israelische Tourismusministerium nimmt sein Förderprogramm für Direktflüge nach Eilat wieder auf. Airlines, die Direktflüge von Europa in die Küstenstadt anbieten, werden mit 60 Euro pro Passagier bezuschusst. Das gilt für Flüge zwischen dem 1. September und 31. Mai 2023.

GELOCKERTE TESTPFLICHT Für fünf französische Überseegebiete, die von Air France angefliegen werden, wurde die Testpflicht für Geimpfte aufgehoben. Reisende, die nach Französisch-Guayana, Französisch-Polynesien, Guadeloupe, Martinique, Neukaledonien und La Réunion fliegen, müssen keinen wichtigen Reisegrund mehr angeben. Hier entfällt außerdem die Testpflicht für vollständig Geimpfte ab zwölf Jahren. Die niederländischen ABC-Inseln in der Karibik haben ihre Restriktionen in Bezug auf Covid-19 komplett abgeschafft. Dasselbe gilt für vollständig geimpfte Passagiere bei der Einreise in Sint Maarten.

NAMIBIA Der Tourismus in Namibia erholt sich zusehends von der Corona-Krise. Im April wurden am Hosea Kutako International Airport 13.047 Ankünfte verzeichnet. Im Vergleich zum Vormonat ist das ein Anstieg von 60 Prozent. Gegenüber dem Vorjahr mit 4.549 Ankünften hat sich die Zahl fast verdreifacht. Die meisten Besucher kamen im April aus der DACH-Region (30,3 Prozent), gefolgt von Südafrika (8,5 Prozent), Frankreich (5,7 Prozent) und Benelux (5,3 Prozent). Bei der positiven Entwicklung profitiert Namibia von den erweiterten Flugplänen verschiedener internationaler Fluggesellschaften. Dazu gehört auch Eurowings Discover. Seit dem 27. März heben die Flugzeuge ganzjährig sieben statt fünf Mal pro Woche von Frankfurt in Richtung Windhoek ab. »Wir freuen uns über diese Entwicklung und sind zuversichtlich, dass sich der Trend zur Erholung des Tourismussektors weiter fortsetzt«, sagt Matthias Lemcke, Acting Area Manager Europe des Namibia Tourism Board.

IMPRESSUM

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

HERAUSGEBERIN
Irena Roth

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

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

MORNING NEWS ABONNIEREN
www.trvlcounter.de/newsletter

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

Yvonne Popall
Telefon: +49 (0)176 48 15 92 78
yvonne.popall@lifeverlag.de

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

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 4/2022 (01.01.2022)
trvlcounter.de/mediadaten

©2022 Life! Verlag GmbH & Co. KG.

FREMD GELESEN: WAS ANDERE MEDIEN ZU BERICHTEN HABEN

Teurer reisen in Krisenzeiten

TAGESSCHAU Mit Schwung wollte die Reisebranche in diesem Jahr aus der Corona-Krise herauswachsen. Doch dann kam der Krieg in der Ukraine – und die Preise stiegen deutlich. Ein Ende der Verteuerung bei Reisen ist nicht abzusehen. [> Zum Artikel](#)

Gäste von TUIfly müssen bis zu zwei Tage auf Abflug warten

AERO-TELEGRAPH Ungeplante Wartungen und Probleme bei Flughäfen machen TUIfly derzeit das Leben schwer. Fluggäste müssen mitunter sehr lange auf ihren Abflug warten. [> Zum Artikel](#)

Mallorca und Ibiza: Drastische Personalnot auf den Urlaubsinselfn

DER STANDARD Endlich ist sie da – die erste Sommersaison, die verspricht, so zu werden wie vor der Pandemie. Doch es gibt ein Problem. Es fehlt das Personal. Vor allem in den Hotels, Kneipen und Restaurants wissen viele Unternehmerinnen und Unternehmer nicht, wie sie den Touristenansturm bewältigen sollen. [> Zum Artikel](#)

Wenn die Kreditkarte nicht mehr geht

ZEIT. Wer im Urlaub Mietwagen oder ein Hotelzimmer bucht, muss meist seine Kreditkarte als Sicherheit hinterlegen. Das kann aber Probleme machen [> Artikel](#)

Kanaren: Tourismus nimmt Fahrt auf – doch es drohen Probleme

TENERIFFA NEWS Die Tourismus-Zahlen der Kanarischen Inseln übertreffen alle Erwartungen. Allerdings bedrohen die enormen Treibstoff-Preisanstiege und die Inflation den Erfolg des Archipels. [> Zum Artikel](#)

Erste Impffertifikate laufen ab: Wann Urlauber handeln müssen

MERKUR Mit dem Nachweis einer Corona-Impfung lässt sich aktuell in die meisten Urlaubsländer recht unkompliziert einreisen. Doch die ersten Impffertifikate laufen demnächst ab. [> Zum Artikel](#)

Senat: Tourismus und Kultur mit acht Millionen Euro fördern

SÜDDEUTSCHE Hamburgs rot-grüner Senat will den von der Pandemie besonders betroffenen Tourismus sowie die ebenfalls stark gebeutelte Kultur letztmalig aus Corona-Mitteln fördern. [> Zum Artikel](#)

USA: Weiterhin Tests bei der Einreise

AERO Die US-Regierung hält weiterhin an verpflichtenden Coronavirus-Tests für Reisende aus dem Ausland in die Vereinigten Staaten unabhängig von deren Impfstatus fest. [> Zum Artikel](#)

ZITAT DER WOCHE

»Nichts gegen die Klimaerwärmung zu tun wird mittelfristig und langfristig noch teurer, vielleicht sogar irgendwann unbezahlbar.«



ROBERT HABECK,
Bundeswirtschaftsminister zum
Auftritt des diesjährigen
Tourismuskongresses in Berlin

Foto: MWK / Dominik Butzmann

GEWINNSPIEL: TRAU DICH AUF CURAÇAO!

Verliebt, verlobt... und immer noch nicht verheiratet? Dann nimm an unserem „Say Yes“-Gewinnspiel teil und gewinne sieben Nächte für zwei Personen im brandneuen Sandals Royal Curaçao inklusive Hochzeit und zwei Flugtickets (Economy) mit KLM Royal Dutch Airlines nach Curaçao ab/bis Deutschland.

Und so nimmst du am Gewinnspiel teil: Bewirb dich um deine Traumhochzeit inklusive Flitterwoche im Sandals Royal Curaçao sowie zwei Flugtickets (Economy) mit KLM Royal Dutch Airlines nach Curaçao ab/bis Deutschland mithilfe eines kreativen Antrags an die beteiligten Partner der Aktion und erläutere, warum genau du die Reise gewinnen solltest.

Dies kann in Form einer Liebeserklärung inklusive Kniefall per Video, im Rahmen eines Gedichts, per Liebeslied oder jeder anderen dir naheliegenden Kunstform geschehen. Viel-

leicht möchtest du die Gunst der Stunde nutzen und deiner Liebsten/deinem Liebsten im Juni einen Heiratsantrag machen und uns daran teilhaben lassen? Poste das Ergebnis auf deinem eigenen Instagram-Account oder dem deines Reisebüros und verwende #TRVLCounterGoesCuracao und markiere die folgenden Accounts: @trvlcounter; @curacaotb; @klm

Teilnahme möglich bis 30.06.2022 23.59 Uhr. Die Jury wird den glücklichen Gewinner bis zum 06.07.2022 bekanntgeben. Die Reise sollte im Zeitraum 01.08.2022 bis 31.03.2023 angetreten werden können.

STÄDTEMARKETING
UNITED CITIES OF TOURISM

EUROPA-METROPOLEN
WERBEN FÜR
EINANDER

Anchor-Man mit Wiener Blut:
Der grantige Kaffeehaus-
Genießer Karl ist Protagonist
der neuen Wien-Offensive.
[Zum Video](#)

UNITED CITIES OF TOURISM

Neue Kampagne für Wien

»Help your City. Travel to Vienna.« lautet die Kernbotschaft einer neuen Kampagne, die seit Anfang Mai bis zum 30. Juni 2022 auf sechs europäischen Märkten ausgerollt und über digitales Video-Seeding gezielt in Ballungszentren ausgespielt wird.

**STÄDTEMARKETING
UNITED CITIES OF TOURISM**

EUROPA-METROPOLEN
WERBEN FÜR
EINANDER

UNITED CITIES

WIEN-KAMPAGNE STÄRKT EUROPÄISCHE ALLIANZ IM STÄDTETOURISMUS

Das Leben spielt sich in den Städten ab. Sie sind Treffpunkt, Kulturdrehscheibe, Mobilitätsknotenpunkt, Gemengelage aus lokalen wie internationalen Einflüssen und Treiber von Innovationen. Vor Covid-19 waren Städtereisen die Triebfeder im Tourismus – in Österreich und ganz Europa.

Wien setzt nach zwei Jahren zur postpandemischen Trendwende an und bei seiner neuesten Kampagne »United Cities of Tourism« auf länderübergreifenden Zusammenhalt und starke Partner. Die Botschaft an Reisende in sechs Nahmärkten: Reise nach Wien – und hilf damit auch deiner Stadt! Austrian und der Österreichischen Bundesbahn (ÖBB) sind als

Home Carrier bei der neuesten Wien-Tourismus-Kampagne an Bord und ermöglichen eine Premiere: Bei »United Cities of Tourism« wird nicht nur um Wien-Reisende geworben – auch Wiener:innen können bei der Kampagne mitmachen und werden in ausgewählte europäische Städte geschickt, um auch deren Tourismus zu stärken.

Die Tourist Boards von London, Paris, Berlin, Mailand und Barcelona haben sich am 15. Mai im Rahmen eines »Social Media Swap« der gemeinsamen Botschaft angeschlossen und demonstrieren Zusammenhalt, indem sie jeweils Bilder der anderen Städte auf deren Instagram-Kanälen teilen. →



Präsentieren die neue Wien-Kampagne „United Cities of Tourism“ (v.l.n.r.):
Wirtschaftsstadtrat Peter Hanke, Vorstand der ÖBB-Personenverkehr AG Klaus Garstenauer, Austrian Airlines Chief Commercial Officer Michael Trestl und Tourismusdirektor Norbert Kettner.

— ⚓ —

»Aufbruchstimmung in Wien!«

WIRTSCHAFTSSTADTRAT PETER HANKE:

»Auf dem Weg aus der Pandemie eint Städte-destinationen vor allem eines: Optimismus, Mut und die Bereitschaft, den Restart voranzutreiben. Es geht darum, die Resilienz der urbanen Tourismuswirtschaft für die Zukunft zu stärken. Die Zeichen stehen auf Wachstum. Wiens Tourismusbranche weiß, mit den aktuellen geopolitischen Herausforderungen umzugehen und verspürt Aufbruchstimmung. Die neue Kampagne von WienTourismus, ÖBB und Austrian Airlines birgt außerdem die Botschaft des Zusammenhalts. Gemeinsam im europäischen Netzwerk, lassen sich künftige Herausforderungen und die Weiterentwicklung des Qualitätstourismus besser entwickeln.

„Klares Zeichen für Europa!«

TOURISMUSDIREKTOR NORBERT KETTNER:

»Mit der lebendigen Kampagne United Cities of Tourism, sendet Wien ein klares Signal zur Unterstützung des Städtetourismus. In Partnerschaft mit Austrian Airlines und der österreichischen Bundesbahn (ÖBB), laden wir Reisende aus ganz Europa nach Wien ein. Im Gegenzug dazu schicken wir Wiener auf Reisen in andere europäische Destinationen. Wir haben andere Tourismusverbände zur Partnerschaft auf den Flügeln dieser Kampagne eingeladen. So können wir eine noch stärkere Botschaft senden: Die Städte stehen im Kampf um ihr Comeback als Tourismus-Motoren Seite an Seite. Und vergessen wir niemals: Alle großen Dinge beginnen in den Städten!«



INTERVIEW

»GEMEINSAM SIND WIR STARK«

Ein Gespräch mit Norbert Kettner, Direktor Wien Tourismus, über die Idee hinter der Kampagne und warum Zusammenhalt besser ist als Konkurrenz.

Herr Kettner, WienTourismus hat eine spannende Offensive gestartet und dazu mehrere europäischen Metropolen als Kampagnen-Partner an Bord genommen. Was ist die Idee dahinter?

Vor Covid-19 waren Städtereisen die Triebfeder des Tourismus, sowohl in Österreich, als auch in ganz Europa. Nach zwei Jahren Pandemie, in denen besonders der Städtetourismus gelitten hat, haben wir mit »United Cities of Tourism« eine im wahrsten Sinne grenzüberschreitende Kampagne lanciert, die stark auf den Zusammenhalt mit anderen europäischen Städten setzt.

Die Idee ist also auch das Motto: »Hilf Deiner Stadt und reise nach Wien«. Das klingt wie ein Widerspruch?

Die Botschaft an Reisende auf sechs Nahmärkten ist: Reise nach Wien – und hilf damit auch deiner eigenen Stadt! Austrian Airlines und die ÖBB sind als Home Carrier an Bord und ermöglichen eine Premiere: Bei United Cities of Tourism wird nicht nur um Gäste für Wien geworben – auch die Wiener:innen selbst können bei der Kampagne mitmachen. Bis Ende



Norbert Kettner
Direktor WienTourismus

Juni schicken wir für jeden 100. Gast, der in Wien ankommt, eine Wienerin oder einen Wiener auf Reisen in andere europäische Städte.

Sie arbeiten zusammen, obwohl Sie im Kampf um die Gunst von Touristen auch Wettbewerber sind?

Ja genau. Wir sind zwar Konkurrenten, aber wir zeigen auch, dass wir zusammenhal-

UNITED CITIES OF TOURISM
An initiative by VIENNA

Hilf der Clubkultur Berlins.
In einem Kaffeehaus in Wien.

Je mehr Deutsche nach Wien reisen, desto mehr Wiener:innen schicken wir nach Berlin.
unitedcities.vienna.info

ten. Alle Städte standen in diesen zwei Jahren vor ähnlichen Herausforderungen mit drastischen Einbrüchen bei den Übernachtungen. Kongresse, Messen, internationale Gäste, Geschäftsreisende und auch Transfergäste fielen aus. Die vollständige Erholung wird noch eine Zeit in Anspruch nehmen. Wir werden auch in Zukunft gemeinsam Herausforderungen begegnen.

Sie werben leidenschaftlich für Wien, aber übergreifend auch für das Comeback der Lust auf Städtetrips?

Ja, unsere Kampagne ist auch als starkes Zeichen für den Städtetourismus an sich zu sehen. Denn der befindet sich schon mitten im erfolgreichen Restart. Hier sagt „United Cities of Tourism“ klar: United we stand, divided we fall.

Welche Trends sehen Sie für Städtereisen nach Wien?

Die Sehnsucht nach Live-Erlebnissen ist wieder gewachsen. Und fantastisch ist: Die Erlebnisqualität der Gäste bleibt unverändert hoch. Neun von zehn Besucher:innen würden Wien als Destination sicher weiterempfehlen.

STÄDTEMARKETING
UNITED CITIES OF TOURISM
EUROPA-METROPOLEN
WERBEN FÜR
EINANDER



Wiens Zukunft der Visitor Economy

WIEN VERFOLGT EHRGEIZIGE ZIELE: Bis spätestens 2025 soll in der Kernbranche der Übernachtungsumsatz das Vorkrisenniveau von 900 Millionen Euro im Jahr erreichen. Dazu wünscht sich Wien eine Umkehr der Prozentzahlen der Menschen, die mit dem Auto (26 %) und mit der Bahn (21 %) nach Wien reisen.

PREMIUM TROTZ PANDEMIE: Wien hat seinen Ruf als Premiumdestination auch während der Pandemie verteidigt. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des globalen Marktforschungsunternehmens TCI Research Travel sat im Auftrag von WienTourismus. Analysiert wurden 1,8 Millionen Gästebewertungen, die von Januar 2019 bis Oktober 2021 auf den international wichtigsten Bewertungsplattformen (Google, booking.com, TripAdvisor etc.) veröffentlicht wurden. Die Destination und ihre Betriebe erzielten in den Bereichen Beherbergung, Gastronomie und Freizeitangebote ausgezeichnete Ergebnisse. Mit einem Zufriedenheitswert von 8,8 von 10 Punkten schnitt Wien besser ab als die europäischen Benchmark-Städte (Schnitt: 8.65).

VIENNA CALLING: Bis Ende Juni läuft die neue Kampagne »Help your city. Travel to Vienna« in sechs Märkten (Deutschland, Schweiz, Italien, Großbritannien, Spanien, Frankreich) und 17 europäischen Metropolen. Das Angebot: Für jeden 100. Gast, der in Wien ankommt, werden eine Wienerin oder ein Wiener in eine andere europäische Stadt geschickt. Nach dem Motto »Hilf der Clubkultur in Berlin. In einem Kaffeehaus in Wien« werden City-Reisende zu Botschaftern ihrer Heimatstädte. **Weitere Infos und [hier zur Startseite der Kampagne](#)**

Typisch Wien: Von Grant bis Schmäh

Was kennzeichnet Wiener und Wienerinnen? Ist das Wiener Lebensgefühl mehr als nur die Essenz von Sachertorte, Wiener Schnitzel, Marillenknödel Sisi, Opernball und Fiaker? Wiener nörgeln nicht, sie raunzen. Im Wienerischen stecken reichlich Grant und noch mehr Schmäh. Begrüßt wird mit »Servus« oder »Grüß Gott«, Verabschiedungen sind gerne von einem lässigen »Baba« begleitet.

Was Wiener wenig leiden können, ist die Nachahmung ihres Dialekts. Den sollte man ihnen selbst überlassen. Es gibt genügend kulturelle und kulinarische Gipfel, mit deren Bewunderung man Hochachtung zum Ausdruck bringen kann. Und natürlich Kaffeehäuser, in denen es sich trefflich über alles parlieren lässt. Oder doch lieber alleine und grantelnd wie Karl genießen? WienTourismus-Direktor Norbert Kettner hat gleich mehrere Antworten auf die Frage nach typischen Wienern: »Mit Karl aus dem Video haben wir natürlich einen stark überzeichneten, aber auch sehr wienerischen Zugang gewählt. Wir sind da aber sehr selbstbewusst und gehen mit unseren Abgründen gut um. Ich würde sagen, die Wiener:innen haben ihren eigenen Zugang, die Welt zu sehen, die Wiener Art sozusagen. Das reicht vom Wiener Grant bis zum Wiener Charme. Die Wiener Gastfreundschaft und Servicequalität zeigt perfekt, dass die Menschen hier großartige Gastgeber sind, freundlich und offen. Und eines können die Wiener besonders gut: das Leben genießen.«

Weitere Links

Hier der **Zugang zum Gewinnspiel**
Video **mit »Herr Karl«**
Video **„United Cities of Tourism“**
Kampagnenseite **Deutschland**

**STÄDTEMARKETING
UNITED CITIES OF TOURISM**

EUROPA-METROPOLEN
WERBEN FÜR
EINANDER



Der Kaffeehaus-Grantler Karl
ist das Klischee-Gesicht und
Protagonist der neuen Wien-
Offensive. [Zum Video](#)



In der Luft

AUSTRIAN AIRLINES: Um 20 Prozent ist das Austrian-Airlines-Angebot an Flügen zu europäischen Destinationen im Vergleich zu Vor-Pandemiezeiten gewachsen. Nonstop-Verbindungen zwischen Wien und Berlin, London, Barcelona, Nizza, Zürich und vielen weiteren Zielen bezeugen die Offensive eindrucksvoll. CCO Michael Trestl: »Wir sehen, dass vor allem Städtereisen über das Wochenende wieder an Beliebtheit gewinnen und fliegen daher mehrmals täglich die schönsten Metropolen Europas an.« Auch von deutschen Flughäfen wie Hamburg, Frankfurt, München, Stuttgart, Nürnberg, Köln, Leipzig/Halle, Düsseldorf und Hannover geht es direkt nach Wien.

Von grantig bis glücklich

KARL IM KAFFEEHAUS: »Ins Wiener Kaffeehaus geht man, wenn man alleine sein will, dazu aber Gesellschaft braucht.« Das hat der österreichische Schriftsteller Alfred Polgar bei seinen Beobachtungen der heimischen Lebenskultur festgestellt. Wer könnte sich da besser als Protagonist für die Wiener Tourismus-Offensive eignen als Karl? Der sitzt in seinem Lieblingscafé in seiner Lieblingsstadt und sinniert von grantig bis glücklich über Wiens Werben um Besucher. Den Must-See-Clip mit ganz viel Wiener Charme [zeigt YouTube](#).

DEINE WONNEZEIT IN WIEN: Wo eine Postsparkasse ein architektonisches Meisterwerk ist, wo die Heidi Horton Collection als eine der schillerndsten und größten Privatsammlungen der Welt lockt und wo Blockbuster-Ausstellungen wie von Ai Weiwei in der Albertina oder das Multimedia-Spektakel »Klimt – The Immersive Experience«, da schlägt das Wiener Kulturherz ganz laut. Wen die österreichische Küchenkunst hierher lockt, der darf sich auf viel mehr als originale Wiener Schnitzel freuen.

Die Stadt der schönen Künste, Kaffeehäuser, Sterneküchen und Märkte mit regionalen Leckereien hat Gaumengenüsse ohne Grenzen zu bieten. Beim Bummel durch Wiens Parks

und kleine grüne Stadtparadiese oder entlang des Donaukanals finden sich die schönsten Picknickplätze und versteckte Bars. Wer lange Spaziergänge und Weinkultur schätzt, der geht Weinwandern auf den Stadtwanderwegen und kehrt beim Heurigen ein.

Nachhaltige City-Reisen

STÄDTETOURISMUS zählt zu den nachhaltigsten Reiseformen. Urbanität und bedachtes Urlauben passen im pulsierenden Leben in großen Metropolen gut zusammen. Hier können Gäste auf dieselbe Infrastruktur zurückgreifen wie die Bevölkerung. Umgekehrt, finanzieren die Besucher die Infrastruktur mit. Zum Beispiel im öffentlichen Verkehr oder auch kulturell: Transportnetz und Kulturinstitutionen wurden nicht für Touristen errichtet, aber alle profitieren davon. [Hier geht es zur Kampagne](#)



Und auf der Schiene

ÖSTERREICHISCHS BUNDESBahn: Kennt Ihr schon das Nachtfahrvergnügen der Österreichischen Bundesbahn (ÖBB)? Falls nicht, unbedingt testen: Der ÖBB Nightjet bringt seine Gäste an Bord bequem und klimaschonend ans Ziel, etwa nach Berlin, Hamburg oder Köln. Nach München und Frankfurt geht es schnell und nachhaltig mit dem Railjet oder dem ICE. Klaus Garstenauer, Vorstand der ÖBB-Personenverkehr AG: »Wer mit dem Zug in den Urlaub fährt, leistet einen echten Beitrag zum Klimaschutz: Mit der Bahn ist man 30-mal umweltfreundlicher als mit dem Auto unterwegs.« Fakt ist: Keine andere Bahn bietet so viele internationale Direktverbindungen in Europa wie die ÖBB. »Mit uns als Europas größtem Anbieter von Nachtreisezügen ist Wien in den vergangenen Jahren zu DEM Nightjet-Hub in Europa geworden«, so Garstenauer.



Der TRVL COUNTER Stellenmarkt: Ihr nächster Karriereschritt

Produktmanager gesucht (m/w/d)

BIBLISCHE REISEN GMBH, STUTTGART
Biblische Reisen gibt es seit 60 Jahren und wir führen jährlich Hunderte von Reisen für ein anspruchsvolles Publikum aus Kirche und Gesellschaft durch. Hier het es zur [Stellenausschreibung](#)

TRADE/MARKETING-EXECUTIVE (M/W/D)

GLOBAL COMMUNICATION EXPERTS GMBH, Frankfurt Wir arbeiten an den Standorten Frankfurt und München mit einem internationalen Team von insgesamt 25 Leuten. GCE ist außerdem Partner der International Tourism Group mit sechs Agenturen und 150 Mitarbeitern in Europa. Für unser Büro in Frankfurt suchen wir nun einen Trade/MarketingExecutive. [> Zur Stellenausschreibung](#)

chen wir nun einen Trade/MarketingExecutive. [> Zur Stellenausschreibung](#)

Operations Manager Cruises

PLANTOURS KREUZFAHRTEN, BREMEN
Wir stellen ab sofort ein: Operations Manager Cruises in Vollzeit oder Teilzeit für unser Büro in Bremen. [> Ausschreibung](#)

Cabin Crew Member (m/w/d), FRA

DISCOVER Discover ist eine neue Tochtergesellschaft der Lufthansa Group mit Hauptsitz in Frankfurt. Du hast eine persönliche Superpower die jeden Moment für unsere Gäste zu einem einzigartigen und unvergesslichen Erlebnis macht?

Dann bewirb dich jetzt und heb gemeinsam mit uns ab! [> Hier bewerben](#)

Cabin Crew Member (m/w/d), MUC

DISCOVER Discover ist eine neue Tochtergesellschaft der Lufthansa Group mit Hauptsitz in Frankfurt. Du hast eine persönliche Superpower die jeden Moment für unsere Gäste zu einem einzigartigen und unvergesslichen Erlebnis macht? Dann bewirb dich jetzt und heb gemeinsam mit uns ab! [> Hier bewerben](#)

Touristiker/ Kundenservice (m/w/d)

AMEROPA-REISEN Die Ameropa-Reisen GmbH genießt mit ca. 100 Mitarbeitern sowie rund 500.000 Gästen im Jahr einen hervorragenden Ruf als zuverlässiger Reiseveranstalter im Deutschlandtourismus und gehört zu den führenden Experten für Städtereisen und Bahnurlaub. Zur Verstärkung unseres Service-Teams suchen wir zum nächstmöglichen Termin qualifizierte Touristiker mit Leidenschaft für den Verkauf. [> Stellenbeschreibung](#)

Produktmanager/in Sondergruppen

INTERCONTACT Seit 50 Jahren ist INTERCONTACT in Remagen einer der führenden Reiseveranstalter für individuelle Sondergruppen-Reisen – weltweit. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab sofort eine/n: Produktmanager/in Sondergruppen. [> Zur Stellenbeschreibung](#)

Reiseprofis (Vollzeit oder Teilzeit)

MÖCKEL REISEN GMBH, MÜNCHEN
Wir suchen leidenschaftliche Reiseprofis in Voll- oder Teilzeit für den Verkauf von insbesondere hochwertigen Reisen. [> Stellenbeschreibung als PDF](#)

Tourismuskauffrau/ Reiseverkehrskauffrau (m/w/d)

TUI REISECENTER, KARLSRUHE Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir zum nächstmöglichen Termin in Teil- oder Vollzeitstellung zwei bis drei Tourismuskauffrau /Reiseverkehrskauffrau (m/w/d) 20 bis 40 Std pro Woche [> Stellenbeschreibung](#)

Tourismus-/Reiseverkehrskaufleute (m/w/d)

DERPART, Hamburg zur Verstärkung unseres Privatkunden in Hamburg gesucht. Ein motiviertes, aufgeschlossenes und kollegiales Team erwartet Sie. [> Hier bewerben](#)

Verkaufstalent (m/w/d) - Tourismusfachkraft

BOOMERANG REISEN GMBH, TRIER
Verstärkung für unser Team in Trier oder für Mobiles Arbeiten gesucht! [> Zur Stellenausschreibung](#)

Wir suchen Verstärkung!

• Spezialist für Verkaufsteam

Wir bieten Ihnen:

- eigenverantwortliches Arbeiten in einem familiären Umfeld
- ein sympathisches Team & offene Führungskultur
- leistungsgerechte Vergütung mit guten Sozialleistungen
- Möglichkeit zur Altersvorsorge
- Kreativität, Flexibilität und Entwicklungsmöglichkeiten sind selbstverständlich
- Teilnahme an Inforeisen

IPT Island ProTravel GmbH
Theodorstraße 41 A
22761 Hamburg

Island ProTravel



Wir suchen Verstärkung!

• Spezialist für Verkaufsteam

Der hohe Norden ist unsere Leidenschaft. Wir sind ein Online-Veranstalter mit dem Schwerpunkt Winter-Reisen nach Lappland. Wir gehören zu den führenden Anbietern von Individual- und Gruppenreisen und erstellen maßgeschneiderte Angebote für unsere Direktkunden. Für unseren Standort in Hamburg suchen wir ab sofort, unbefristet in Vollzeit Sie für unser Verkaufsteam.

nordic holidays gmbh
Theodorstraße 41A
22761 Hamburg

nordic holidays



PROJEKTMANAGER EVENTS & MARKETING

(Vollzeit | M/W/D)

Events und Marketing sind genau dein Ding? Dein Herz schlägt für die **Reisebranche** und die Hauptstadt **Berlin**? **Dann komm in unser Team!** Wir suchen ab sofort einen Projektmanager (w/m/d) in Vollzeit. Die Stellenausschreibung mit deinen Aufgaben und unserem Angebot findest du hier: www.driv.de/wir/jobs.html

Wir freuen uns auf die Zusendung deiner **Bewerbung inkl. Lebenslauf und Angaben zum Eintrittstermin und deiner Gehaltsvorstellung** an verena.grossjohann@drv-service.de

DRV Service GmbH Lietzenburger Str. 99 10707 Berlin
T +49 30 3002300-73