



ZITAT DER WOCHE

»Gerade in Zeiten von Mitarbeiter-Mangel ist es unerlässlich, die Möglichkeiten durch Künstliche Intelligenz frühzeitig in vielen Bereichen einzusetzen.«

MICHAEL BULLER,
VIR-Vorstand zum Thema Künstliche Intelligenz auf den Innovationstagen

Zum Rückblick der Tagung 2022

Für Einsteiger werben

ASR Der ASR hat zusammen mit einer Gruppe Hamburger Berufsschülern auf Mallorca ein Video gedreht, das für den Einstieg in die Reisebranche werben soll. Unter dem Motto »Tourismus Deine Zukunft« werden in dem rund fünfminütigen Clip sowohl Azubis als auch Studierende angesprochen. Unterstützt wurde die Aktion unter anderem von Eurowings, TSS und LMX Touristik. Unternehmen der Branche können den Film kostenlos nutzen, um die Werbetrommel für den Berufsstart in den unterschiedlichen Bereichen der Touristik zu rühren. Zum Einsatz kommen kann er zum Beispiel auf Social Media-Kanälen oder in Newslettern. [Hier gibt es](#) eine komprimierte Datei zum Download. In hoher Auflösung kann der Clip unter info@asr-berlin.de angefordert werden.

Schulung zu Japan

JAPAN Zum touristischen Restart Japans launcht die japanische Fremdenverkehrszentrale in Frankfurt ein neues E-Learning mit aktuellen Inhalten, neuen Reiseinspirationen und zahlreichen Argumenten, die den Verkauf von Japan-Reisen fördern sollen. In sechs Lektionen und 30 Kapiteln werden die Teilnehmer auf die Reise nach Japan eingestimmt und finden nützliche Informationen und Verkaufsargumente. [Hier geht es zum E-Learning](#)

Maskenpflicht abgeschafft

COSTA Passagiere von Costa müssen an Bord künftig keine medizinischen Masken mehr tragen. Damit unterliegt das Bordleben keinen Einschränkungen mehr. Selbst Tanzen in den Bars und Clubs ist wieder erlaubt. Die Kinderbereiche und Wellness-Einrichtungen sind ebenso geöffnet wie alle Theater und Spezialitätenrestaurants. Auch Landausflüge – sowohl in Gruppen als auch individuell – sind wieder möglich. Dabei gelten die jeweiligen aktuellen Ländervorschriften. Voraussetzung für die Mitreise ist weiterhin ein vollständiger Impfschutz für alle Passagiere ab zwölf Jahren oder der Genesenenstatus. Darüber hinaus ist ein zertifizierter Antigentest für alle Gäste ab zwei Jahren notwendig, der maximal 48 Stunden vor Reisebeginn durchgeführt wurde. Auch andere Kreuzfahrt-Reedereien wie Hapag-Lloyd, TUI Cruises und AIDA haben die Maskenpflicht an Bord aufgehoben.



Foto: iStock

TOP-NEWS DER WOCHE

DER CHAOTISCHE NEUSTART

Gestrichene Flüge, Warteschlangen, verlorenes Gepäck: Personalmangel hat zum Chaos an vielen Flughäfen geführt. Das lässt Schlimmes für Sommerurlauber befürchten.

Eigentlich könnte die Branche jubeln: Die Buchungen ziehen an, die Deutschen wollen verreisen, die Zielgebiete melden steigenden Besucherzahlen, und Airlines machen eine Route nach der anderen auf. Doch jetzt ist Sand im Getriebe. Lufthansa hat für Juli 900 Deutschland- und Europa-Flüge ab Frankfurt und München abgesagt. Betroffen sind Verbindungen am Wochenende. Auch bei Eurowings fallen im Juli mehrere Hundert Flüge aus. Bei Swiss werden die Frequenzen zwischen Deutschland

und Zürich reduziert. Der Personalmangel führt schon seit Wochen zu langen Wartezeiten und Ausfällen an den Flughäfen. Betroffen sind auch Amsterdam-Schiphol und die Airports in Großbritannien. Auf der anderen Seite kündigt Marktführer TUI diese Woche an, über eine Million Gäste aus elf europäischen Märkten diesen Sommer auf Mallorca zu bringen. »Wir fliegen in der Hochsaison bis zu 27 Mal täglich nach Mallorca und sind mit 36 TUI Markenhotels und Clubs stark aufgestellt«, schwärmt Thomas

Ellerbeck, Mitglied des Group Executive Committees der TUI Group. Auch die Kapazität in die Türkei soll steigen: Als Reaktion auf die hohe Nachfrage baut die Anex Gruppe Deutschland ihr Türkeiflugprogramm für den Sommer 2022 aus. Die Veranstaltermarken Anex Tour, Bucher Reisen, Neckermann Reisen und Öger Tours können somit rund 30.000 zusätzliche Flugsitze nach Antalya kurzfristig in den Buchungssystemen bereitstellen. Fragt sich bloß, wie die Abfertigung funktionieren soll? ⚓

Was diese Woche noch wichtig war



Foto: iStock

Nordic Workshop

LIVE-EVENT Am 13. September dreht sich in Hamburg alles um die nordischen Länder. Während des geplanten Live-Events von 10 bis 16.30 Uhr werden Tourismus-Fachleute aus Norwegen, Finnland, Island und Dänemark mit Vertretern von deutschen Reisebüros und Veranstaltern zusammengebracht. [Infos und Anmeldung](#)



Foto: iStock

Partnerschaft auf Augenhöhe

BEST-REISEN zieht zusammen mit den Partnern schauinsland-reisen, Olimar, Bentour und Chamäleon eine Bilanz der Zusammenarbeit im neuen Sortiments-Label »B4C- Best for Customer«. »Alle vier Partner stehen in unserem Sortiment mit ihrer Entwicklung an der Spitze und melden eine überdurchschnittliche Performance der Best-Reisen-Reisebüros«, sagt Vorstand Cornelius Meyer. Die Zusammenarbeit basiert auf einem 26 Punkte umfassenden Positionspapier, das den Reisebüros eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe und eine zweistellige Provision ab der ersten Buchung garantiert. Es enthält etwa Regelungen mit Blick auf Kundendaten, Provisionen, Informationspflichten, Reiseunterlagen, Produktwerbung und Preisgestaltung. Meyer: »Keine Kundenansprache am Reisebüro vorbei, keine eigenmächtige Kundendatenverwendung durch den Veranstalter, keine tendenziösen Preisvorteile, keine versteckten Provisionskürzungen sowie Respekt gegenüber den Kunden und Wertschätzung gegenüber den Vermittlern.« [Mehr](#)



Foto: iStock

Treffpunkt der Jungen

FTI Nach zwei Jahren Pause bringt FTI das Event-Wochenende für junge Touristiker zurück. Vom 5. bis zum 7. August lädt der Veranstalter mehr als hundert FTI Young-Mitglieder in die Firmenzentrale nach München ein. Neben den Seminaren gehören eine Fahrrad- oder Schmäckerltour durch München sowie ein Barista-Kurs zu den Highlights. Und wie jedes Jahr stehen eine Fahrt mit der Party-Tram und eine Grillparty mit DJ in der FTI-Zentrale auf dem Programm. Zu den Partnern der Veranstaltung gehören Hanse Merkur, AMR Collection, Melia Hotels und Zell am See Kaprun. Voraussetzung für die Teilnahme ist eine FTI Young-Mitgliedschaft. Im Preis ab 39 Euro sind Verpflegung sowie das gesamte Programm enthalten. Zwei Hotelübernachtungen können hinzugebucht werden. [Anmeldung hier](#)

Reif für die Insel

BOOMERANG REISEN hat neue Angebote für die Südsee aufgelegt und zur Buchung freigegeben. Auf Fiji, zum Beispiel, ist das Matanivusi Beach Eco Resort als Location für Paare und Singles im Programm. In Französisch Polynesien steht das Gästehaus Vaitumu Village auf Rurutu zur Wahl. [Mehr](#)

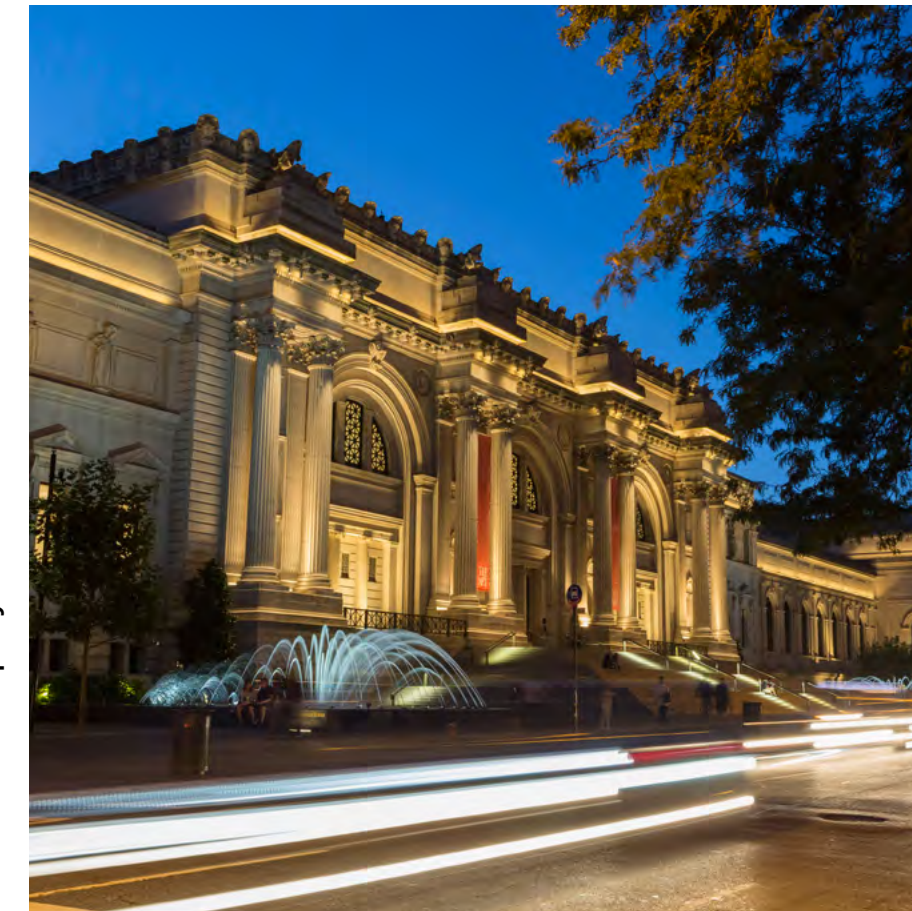


Foto: NYC+ Company

Get Local

NYC & COMPANY lädt Besucher von New York im Rahmen der neuen Initiative »Get Local NYC« dazu ein, »Manhattan Like a New Yorker« zu erleben. Dabei wird die Aufmerksamkeit nicht nur auf Hauptattraktionen gelenkt, sondern auch auf die kulinarische und kulturelle Vielfalt. [Mehr](#)

Gut durchstarten

SOLAMENTO Der mobile Vertrieb Solamento will noch vor dem Ende des zweiten Quartals den Umsatzmeilenstein von 2019 erreichen. Laut CDO Thomas Kloss schnellen die gebuchten Umsätze durch Nachholeffekte und erhöhte Reisepreise hoch auf aktuell über 34 Millionen Euro. [Mehr](#)



IMPRESSUM

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

HERAUSGEBERIN
Irena Roth

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

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.

ANZEIGE

Chamäleon
DIE REISE IHRES LEBENS.



*Nachhaltigkeit
ist unsere DNA*

Die nachhaltigen Erlebnis-Reisen in kleinen Gruppen mit individuellem CO₂-Ausgleich für die gesamte Reise durch unseren Chamäleon-Regenwald in Ecuador.

Jetzt
alle Reisen
buchbar bis
Ende 2023

Was diese Woche noch wichtig war



Foto: iStock

Garantie für Europa

CHAMÄLEON Was für die Fernreisen von Chamäleon gilt, wird im nächsten Jahr auch flächendeckend für Europa-reisen eingeführt. Ab 2023 garantiert der Berliner Veranstalter die Durch-führung aller Reisen aus dem Europa-Programm. Chamäleon bietet in Euro-pa 20 Reisen in 20 Länder an.

In 150 Nächten um die Welt

REGENT SEVEN SEAS Am 7. Januar startet die Seven Seas Mariner zur 150-Nächte-Kreuzfahrt um die Welt. Von Miami geht es nach San Francis-co. Danach steuert das Schiff Ziele in Südamerika, dem Südpazifik, Austra-lien und Neuseeland, Asien und Alas-ka an. Dabei wird es 97 Häfen in 25 Ländern anlaufen. Neu im Fahrplan sind die abgelegene Robinson-Cru-soe-Insel vor der chilenischen Küste und Muroran auf der japanischen In-sel Hokkaido. Außerdem wird auch eine besondere dreitägige Rundfahrt durch die Antarktis unternommen.



Foto: Regent Seven Seas Cruises



Foto: VIR

»Wir müssen uns mit KI beschäftigen«

VIR-INNOVATIONSTAGE Vorstand Michael Buller zeigte sich zum Ab-schluss der Online-Innovationstage 2022 in Berlin überzeugt davon, dass sich in der Tourismus-Branche durch die Nutzung von Künstlicher Intelli-genz und Blockchain zahlreiche neue Geschäftsmodelle bieten. »Der Ein-satz von KI wird in vielen Bereichen wichtig«, betonte er. Blockchain wie-derum sei noch in einem frühen Sta-dium seiner Entwicklung ähnlich dem Internet Anfang der 90er Jahre. Die Technologie hat jedoch das Potenzial, Prozesse zu vereinfachen und ganze Systemlandschaften zu revolutionie-ren. Vorher hatte Ralf Usbeck (Foto oben), Gründer und Vorstandsvorsit-zender von Peakwork, anhand der Ini-tiative Chain4Travel, an der sich be-reits über 50 Unternehmen aus dem Tourismus engagieren, die Block-chain-Lösung Camino vorgestellt. Er-ste Anwendungen sind bereits auf der Test-Umgebung live. Anhand von konkreten Beispielen zeigte er, wie Blockchain in der Touristik eingesetzt werden kann.



Foto: iWien Tourismus

»Gemeinsam stark«

WIEN-KAMPAGNE »Mit Tag eins der Pandemie haben wir unseren euro-päischen Binnenmarkt aufgegeben und damit etwas riskiert, was wir jahrzehntelang aufgebaut haben. Es ist an der Zeit, nicht nur physische, sondern auch gedankliche Barrieren zu überwinden und Europa wieder als das zu sehen, was es ist: eine gemein-same Idee, ein gemeinsamer Markt.« [Zum Videointerview](#) mit Norbert Kett-ner, Direktor Wien Tourismus.

Neuer Katalog ist da

A-ROSA hat die gedruckte Version des Katalogs »Neue Ära, schöne Zeit – Erlebnisreisen 2023« an seine Ver-triebspartner verschickt. Er umfasst das Gesamtprogramm aller 13 Schiffe für die kommende Saison in den Fahrtgebieten Rhein/Main/Mosel, Do-nau, Douro, Rhône/Saône und Seine. Der neue Katalog erscheint erstmals im Magalog-Stil und enthält einen re-daktionellen Teil mit Reiseinspiratio-nen, Tipps und Beiträgen zu Fitness und Wellbeing. Der klassische Kata-logteil enthält Informationen zu den Fahrtgebieten, zur Ausstattung der Schiffe sowie zu den Familien-, Fest-tags- und Gourmetreisen. Die Routen sind detailliert dargestellt. Reisebüros können den Katalog über Infox oder das A-ROSA-Extranet nachbestellen.

AWARD FÜR NICO CRUISES Der neue Markenauftritt von Nicko Crui-ses hat beim »Golden City Gate Award« in der Kategorie »Print Adver-tising National« den ersten Platz be-legt. Eine internationale Fachjury zeichnet besonders gelungene Kom-munikation im Tourismusbereich aus.

CANUSA TOURISTIK verzeichnet eine große Nachfrage und hat bereits jetzt Wohnmobil- und Autoreisen in den USA und Kanada für 2023 buch-bar gemacht. Im April und Mai, zum Beispiel, stehen das »Frühlingserwa-chen in den Rockies« sowie »Las Ve-gas und die Nationalparks« auf dem Programm. [Mehr](#)

TSS Bis Juli läuft eine neue Marketing-Kampagne der Kooperation. Unter dem Motto »Urlaub vor der Haustür« werden nahegelegene Urlaubsziele in den Fokus gerückt. Aus Themenbere-ichen wie Aktiv-Urlaub, Kulinarik, Kul-tur-Urlaub und Urlaub am Wasser stehen Angebote zur Wahl. [Mehr](#)

HAUSBOOT-SPEZIAL Le Boat nimmt das Thronjubiläum von Queen Eliza-beth zum Anlass für ein Sonderange-bot. Auf Hausboot-Abfahrten in Eng-land im Juni gibt es 20 Prozent Nach-lass. Im Juli und August können Kun-den 15 Prozent sparen. Das Special gilt für Buchungen bis zum 30. Juni.

SPECIALS In diesem Jahr feiert die Blaue Lagune ihr 30-jähriges Jubilä-um. Aus diesem Anlass gibt es eine Reihe von Sonderveranstaltungen. So können die Besucher am 21. und 28. Juni sowie am 5. Juli die Lagune beim Midnight Floating erleben. [Mehr](#)

TV-TIPPS FÜR TOURISTIKER



Foto: iStock

IM HERZEN ITALIENS - VON LIGURIEN NACH UMBRIEN

SONNTAG, 12. JUNI, 20:15 UHR, 45 MIN., SWR/SR FERNSEHEN

Eine Reise durch den nördlichen Apennin führt durch schroffe Felsfor-mationen, dichte Eichen- und Kastani-enwälder und malerische Hügelland-schaften. Die Menschen hier leben abgeschieden vom hektischen Trei-ben der Großstädte. Sie sind tief ver-bunden mit ihrer Region. Viele haben sich hier ihren Lebenstraum erfüllt. Im Anschluss um 21 Uhr folgt »Von den Abruzzen nach Kalabrien«



RUGBY, KOKOS, KLIMA-WANDEL - UNTERWEGS IN FIJI

Schwer vorzustellen, dass Deutsch-lands Fußballnationalmannschaft mal so schön singen kann wie die Rugby-spieler von Fiji. Aber die begeistern nicht nur mit ihrem Harmoniegesang, sondern auch mit ihren schnellen, überschäumenden Aktionen auf dem Rugbyfeld. Die kleine Pazifiknation ist ein Rugby-Riese. Angeblich stärkt die Spielerinnen und Spieler auch die gute Küche mit viel Kokoscreme.

[Hörenswerter Podcast vom NDR](#)

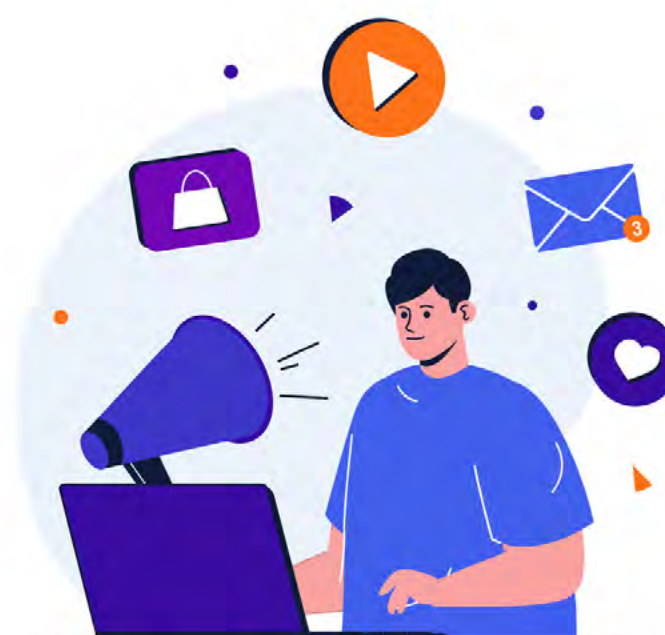
Was diese Woche noch wichtig war



Foto: SunExpress

Besucherzahlen steigen auf Rekordniveau

GALAPAGOS Der Tourismus auf den Galapagos-Inseln erholt sich. Laut Veranstalter Galapagos Pro reisten im April rund 26.500 Touristen auf den Archipel und damit sieben Prozent mehr als im April 2019. Auch im Mai setzt sich dieser Trend mit 22.972 Besuchern fort. [Mehr](#)



Kampagne für Kunden

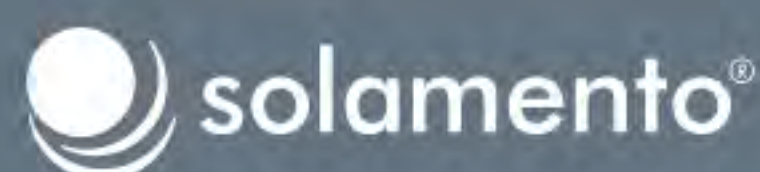
DERTOURISTIK Unter dem Motto »Sonne to go. Schnelle Urlaubsideen für den Sommer 2022« hat der DER Touristik Partner-Service (DTPS) eine Marketingkampagne gestartet. Ange-schlossenen Reisebüros können mit Schaufensterdekos, Mailings und Social Media-Vorlagen Kunden ein Urlaubsangebot unterbreiten. [Mehr](#)



Foto: iStock

Ameropa staffelt die Flex-Rate neu

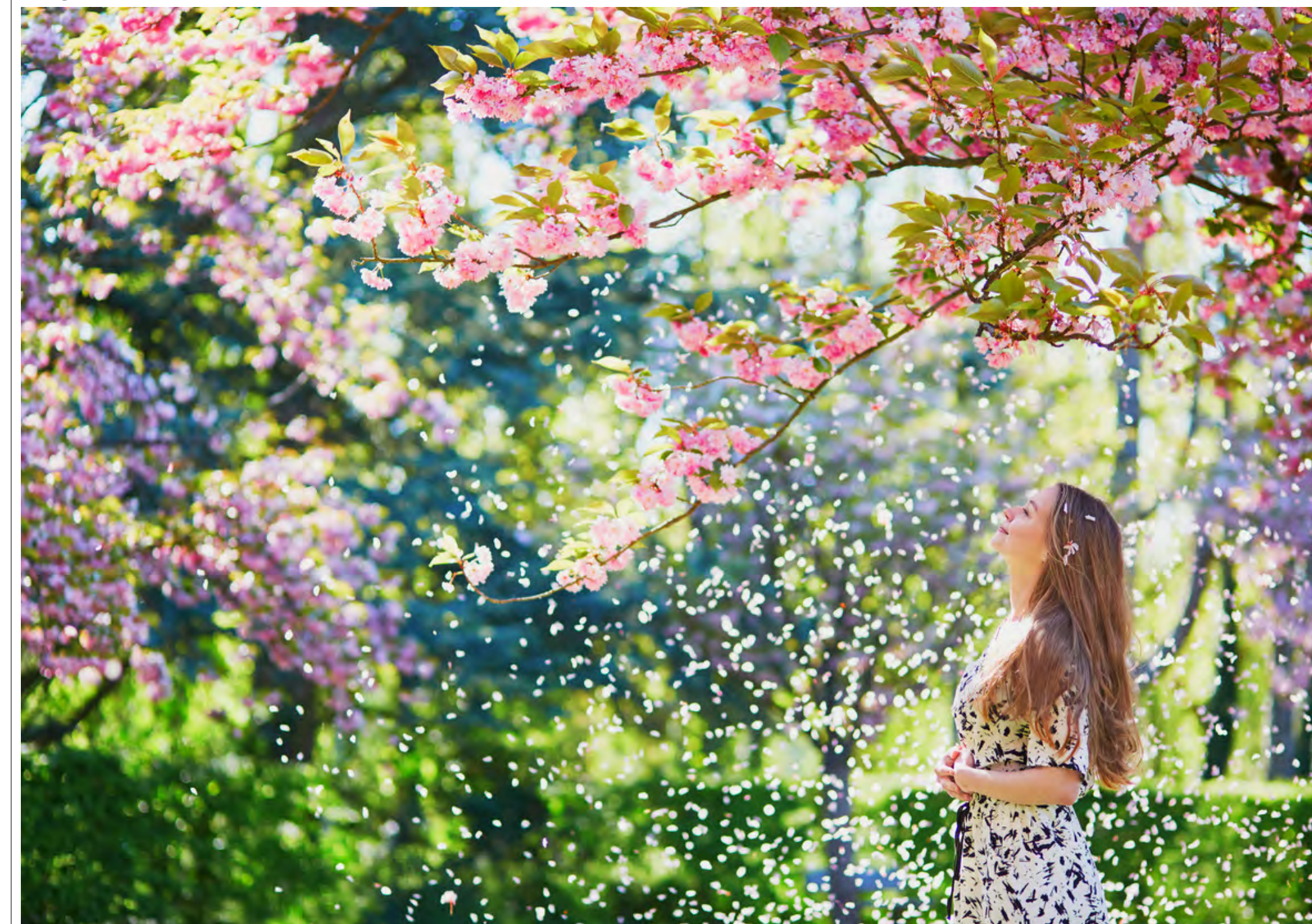
AMEROPA Trotz sinkender Corona-Zahlen und weniger pandemiebeding-ter Beschränkungen sieht Ameropa das Thema Flex-Rate weiterhin als Priorität für Reisende. In den letzten Jahren habe sich gezeigt, dass Stornierungen und Umbuchungen aus dem Reiseall-tag nicht mehr wegzudenken seien. Seit dem 1. Juni gilt bei dem Veranstalter eine neue Staffelfung für die flexible Rate. Bei Reisen bis 250 Euro ist sie für neun Euro buchbar. Bei Reisen zwi-schen 251 und 500 Euro kostet sie 29 Euro. Jeweils zehn Euro teurer ist sie bei Reisen zwischen 501 und 750 Euro sowie zwischen 751 und 1.200 Euro. Wer eine Reise zwischen 1.201 und 2.000 Euro bucht, zahlt für die Flex-Rate 79 Euro. Für alle teureren Reisen liegt der Tarif bei 129 Euro. Die Flex-Rate von Ameropa gilt für Buchungen bis zum 31. Oktober mit flexiblem Reiseda-tum. Stornierungen sind jetzt bis sieben Tage vor Anreise möglich. Von der Flex-Rate ausgeschlossen sind Rad- und Wanderreisen, Schnittstellenhotels und Bahnwandern. [Mehr](#)



Der flotte Dreier.
Sicheres Einkommen, flexibel
arbeiten, Zusatzverdienst.
Die sola Job-Kombi.

jobs.solamento.com

ANZEIGE



STELLENMARKT

SOMMER, SPASS UND NEUE JOBS!

Und so geht's! Schalten Sie Ihre Stellenanzeige für nur 300 Euro bei sechs Wochen Laufzeit.

Sie bekommen von uns das Komplettpaket:

- Versenden Ihres Jobangebotes mit unserem täglichen Newsletter an rund 30.000 Abonnenten aus der Tourismus- und Reisebranche.
- Veröffentlichung Ihrer Anzeige in unserem TRVL Counter Weekly (<https://trvlcounter.de/weekly/>)

- Zusätzliche Promo durch die Veröffentlichung auf unseren Social-Media-Kanälen im Rahmen unseres Job Tuesday's (Aufstockung gegen Aufpreis möglich).

Also zögern Sie nicht, senden Sie mir einfach Ihre Stellenausschreibung und Ihr Logo zu. Alles Weitere über-nehmen wir für Sie! Ihre Anzeige wird innerhalb von 24 Stunden geschaltet.

Ich freue mich auf Ihre Anzeige/n!

SARAH LEU:
sarah.leu@lifestyleverlag.de

jobs@trvlcounter.de oder Tel: +49 (40) 38 90 40-0

TRVL COUNTER Weekly

ADVERTORIAL
MALTA HIGHLIGHTS

FÜR SPORT-FANS,
FÜR FAMILIEN UND
MUSIK-FANS

Malta Sommer-Highlights

Für jeden, der im Urlaub aktive Erholung sucht, ist Malta eine ideale Urlaubsdestination: Ob Wandern, Klettern, Golfen, Mountainbiking oder Tauchen – die drei Inseln Malta, Gozo und Comino sind dank ihrer vielfältigen Landschaft ganzjährig großartige Reiseziele für sportbegeisterte Urlauber. Im Sommer locken zudem hochkarätige Musik-Events mit internationalem Renomeé.



Dank Herdenimmunität, Hygieneprotokoll und vielen Direktflügen ab Frankfurt, Berlin, Köln, Düsseldorf und München eignet sich das Mittelmeerziel bestens für eine Auszeit in der Sonne. Vollständig Geimpfte reisen ohne Einschränkungen.

[Weitere Infos](#)

**ADVERTORIAL
MALTA HIGHLIGHTS**

FÜR SPORT-FANS,
FÜR FAMILIEN UND
MUSIK-FANS

Infos zu Malta

Weitere Infos und der Versand von kostenfreien Broschüren: 069-24750310 oder info@urlaubmalta.com sowie malta.reise

Für Expedienten und Reisebüros:
www.malta.reise/reisebranche

Dank Herdenimmunität, Hygieneprotokoll und vielen Direktflügen ab Frankfurt, Berlin, Köln, Düsseldorf und München eignet sich das Mittelmeerziel bestens für eine kleine Auszeit in der Sonne.

Mehr Informationen zu den Einreisebestimmungen: www.malta.reise/staysafe

MALTA FÜR AKTIVURLAUBER

Mit rund 300 Sonnentagen im Jahr lockt Malta viele Aktivurlauber auf gleich drei Inseln. Im Sommer gibt es noch internationale Musik- und Kulturevents.

Auf Malta und Gozo locken zahlreiche Naturstrände. An vielen der malerischen Buchten werden Wassersportarten wie Windsurfen oder Jetski angeboten, wobei die Touren eine faszinierende Sicht auf einsame Sandstrände und spektakuläre Küsten ermöglichen. Abenteuerliebhaber können Wasserski, Wake Boarding oder Gleitschirmfliegen ausprobieren. Auch Wassersport, Kanufahren, Angeln und Segeln sind möglich. Auf keinen Fall verpassen sollte man eine Kajaktour über das offene Meer

von der Insel Gozo zum kleinen Eiland Comino – mit einem Abstecher zur Blue Lagoon mit ihrem türkisfarbenen Wasser.

Doch auch zu Fuß lassen sich die Inseln mit ihren beeindruckenden Kulissen erkunden. Urlauber haben die Wahl zwischen zahlreichen Wanderwegen. Die gut ausgebauten Wege führen zu urigen und ursprünglichen Dörfern fernab vom Tourismus und entlang schroffer Felsen und steilen Klippen: Hier werden Wanderer mit einem atemberau-

benden Ausblick auf das Mittelmeer belohnt. Auch in den Herbst- und Wintermonaten können Wanderer auf Malta, Gozo und Comino dank des milden Klimas die grüne Landschaft genießen.

Tipp: Mit gut ausgebauten Wegen und Straßen sind die Inseln für Radreisen wie geschaffen. Auch für Mountainbiker ist das Terrain ideal, und wer die Herausforderung sucht, findet steile Downhill-Strecken und Kurven im Norden.



Isle of MTV Malta kehrt zurück

Nach zwei Jahren Pause kehrt Europas größtes Sommerfestival am **19. Juli 2022** zurück. Marshmello, international gefeierter DJ, ist der Headliner des diesjährigen Festivals. Das kostenlose Festival findet auf dem Il-Fosos-Square in Floriana statt. [Infos](#)



Open-Air-Konzert mit Joseph Calleja

Mit einem Gala-Event feiert der maltesische Star Tenor Joseph Calleja am 26. Juli sein 25-jähriges Bühnenjubiläum. Stargast des Abends ist Plácido Domingo, der mit einer musikalischen Hommage seinen jüngeren Kollegen ehrt. [Mehr Infos](#)



WORLD CLUB DOME im Sommer

Vom 5. bis zum 7. August können Fans elektronischer Musik auf Pool- und Bootspartys sowie abendlichen Raves abtanzen. Mit den Headlinern Steve Aoki, Lost Frequencies und Robin Schulz geben internationale Star-DJs den Beat vor. [Mehr Infos](#)

ADVERTORIAL
MALTA HIGHLIGHTS
FÜR SPORT-FANS,
FÜR FAMILIEN UND
MUSIK-FANS

St John's Co Cathedral

Malta hat so viele Kirchen, wie das Jahr Tage hat: 365 an der Zahl. Deren bekannteste ist die St. John's Co-Cathedral in Valletta. Das mitten im Stadtzentrum gelegene Gotteshaus wurde von 1573 bis 1578 errichtet. Besucher werden vom eindrucksvollen Innenraum und den zahlreichen Skulpturen, Gemälden und Wandteppichen begeistert sein.

CITY-BREAK VALLETTA

Es kommt nicht von ungefähr, dass Maltas Hauptstadt Valletta ins UNESCO-Welterbe aufgenommen wurde. Die kleinste Hauptstadt Europas hat Großes in Sachen Kultur zu bieten, denn in keiner anderen Stadt gibt es so viele kulturelle Schätze auf so kleinem Raum wie hier.

Bei einer Erkundungstour durch die verwinkelten Gassen von Valletta ist überall sichtbar, dass Malta ein Schmelztiegel unterschiedlicher Kulturen ist. Die verschiedenen Nationen, die den Archipel, bestehend aus Malta, Gozo und Comino, über die Zeiten einnahmen, haben im Laufe von 7.000 Jahren ihre Spuren hinterlassen. So gleicht Valletta mit ihren vielen Baudenkmälern, barocken Palästen und Kathedralen einem belebten Freilichtmuseum. Besucher können auf den Spuren der Malteser-Ritter wandeln, deren Großmeister Jean Parisot de la Valette, im Jahr 1566 den Grundstein für Val-

letta legte. Jedes Haus steht hier unter Denkmalschutz, und der Stadtkern stellt ein einzigartiges Gesamtkunstwerk dar – gesäumt von Festungsmauern, nostalgischen Hausfassaden und fröhlich-bunten Holzbalkonen. Die verwinkelten Gassen tragen mit einem Mix aus mediterranen, orientalischen sowie britischen Einflüssen zu einer einzigartigen Gesamtkulisse bei.

Die Gastro-Szene in Malta erfährt aktuell eine Renaissance und macht den Mittelmeerarchipel zu einer sehr beliebten Destination für Feinschmecker und Gourmets.

Tipp: Ein Städtetrip nach Valletta lässt sich wunderbar kombinieren mit einem Besuch der alten Hauptstadt Mdina im Landesinneren, nur zwölf Kilometer von der heutigen Hauptstadt entfernt. Wer Filme und Film-tourismus liebt, wird in beiden Städten so manche Location aus Hollywood-Produktionen wie »Der Graf von Monte Christo« wiedererkennen. Und Fans des Jahrhundert-epos »Game of Thrones« tauchen in Mdina ein in die Welt von Königsmund im fiktiven Westeros. Die Malta Film Studios in Kalkara haben maßgeblich zum Ruf des Archipels als »Hollywood im Mittelmeer« beigetragen.



Genusstour in Valletta

Die Hauptstadt wurde nach ihrem Gründer »Jean Parisot de la Valette« benannt und ist eine prachtvolle Festungsstadt. Mit zwei Michelin-besternten Neuzugängen verfügt Malta über fünf Restaurants mit Stern, davon drei in Valletta.



Grandmasters Palace

Der Grandmaster's Palace (Großmeisterpalast) ist eines der ältesten Gebäude der Stadt und ist Amtssitz des Präsidenten. Im Inneren befinden sich Portraits, Ritterrüstungen und Male-reien. Lohnenswert ist die Waffenkammer, die eine der größten Sammlungen des 16. bis 18. Jahrhunderts bereithält.



Upper Barrakka Gardens

Beliebt ist der Blick vom Park Upper Barrakka Gardens auf den Grand Harbour und die »Three Cities« mit ihren Festungsanlagen. Three Cities ging einst aus den Hafenstädtchen Vittoriosa, Cospicua und Senglea hervor.

**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.



FREMD GELESEN: WAS ANDERE MEDIEN ZU BERICHTEN HABEN

Mühsame Erholung: Der Tourismus kehrt nach Nordafrika zurück

DEUTSCHE WELLE Nach zwei Jahren Pandemie verzeichnen Länder wie Tunesien, Ägypten und Marokko wieder steigende Besucherzahlen. Doch die Krise hat Spuren hinterlassen. Nun bringt der Ukraine-Krieg neue Unsicherheiten. [> Zum Artikel](#)

Verkehrsminister Wissing: Bahn muss besser werden

WELT Seit einem halben Jahr ist Volker Wissing im Amt, nun will er die Probleme bei der Bahn anpacken. Eine Forderung: Zuverlässigkeit. [> Artikel](#)

Das Napalm Girl, das kein Opfer mehr sein will

DER STANDARD Das Foto aus dem Vietnamkrieg, das Thị Kim Phúc Phan weltweit zur Ikone machte, ist 50 Jahre alt. Heute hilft ihre Stiftung anderen Kindern, die zu Kriegsopfern wurden. [> Artikel](#)

»Warum sind ausge- rechnet wir berühmt geworden?«

SPIEGEL Millionen Menschen folgen Lisa und Lena auf TikTok und Instagram. Mit den Kinderreporterinnen sprachen die Zwillinge darüber, wie sie mit 13 Jahren zu Stars wurden – und was sie nie posten würden. [> Artikel](#)

„Die Kreuzfahrtbran- che wird zur alten Stärke zurückkehren“

TAGESSPIEGEL Wybcke Meier verteidigt die Kreuzfahrt gegen Klimakritiker. Die Branche sei Vorreiter bei der nachhaltigen Schifffahrt. [> Zum Artikel](#)

Militärjunta in Myan- mar hofft wieder auf Touristen

SÜDDEUTSCHE Die Militärjunta in Myanmar will trotz der anhaltenden Gewalt im Land wieder Urlauber aus aller Welt anlocken. Seit kurzem können Interessenten aus 100 Ländern wieder online ein Touristenvisum beantragen, darunter aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. [> Zum Artikel](#)

Swiss streicht mehrere Flüge nach Deutsch- land

STUTTGARTER NACHRICHTEN Wegen Personalmangels im eigenen Haus und bei Boden- und Flughafendienstleistungen streicht Swiss mehrere Flüge nach Deutschland. Welche Verbindungen betroffen sind. [> Zum Artikel](#)

Lufthansa-Tochter Swiss zahlt Corona- Kredit vorzeitig zurück

FINANZEN.NET Die Lufthansa-Tochter Swiss hat ihren von der Schweiz verbürgten Milliardenkredit vor dem Ende der Laufzeit zurückgezahlt. [> Zum Artikel](#)

ZITAT DER WOCHE

»Wir werden nicht nur zur alten Stärke zurückkehren, sondern das Potenzial ist noch viel größer als die knapp drei Millionen Gäste, die wir noch 2019 hatten.«



WYBCKE MEYER,
TUI-Cruises-Chefin im »Fast-Lane«-
Podcasts des Tagespiegel.
[Hier zum Podcast](#)

Foto: TUI Cruises

GEWINNSPIEL: TRAU DICH AUF CURAÇÃO!

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.

Der TRVL COUNTER Stellenmarkt: Ihr nächster Karriereschritt

Tourismuskauffrau/-mann (m/w/d) Voll-/Teilzeit

HAPAG-LLOYD REISEBÜRO, ULM Für den Bereich Reisebüro suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine(n) Tourismuskauflmann/-frau (m/w/d) in Voll- oder Teilzeit. [> Zur Stellenausschreibung](#)

Mitarbeiter/in (m/w/d) Online Marketing (Touristik)

HAPAG-LLOYD REISEBÜRO, ULM Für den Bereich Reisebüro suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine(n) Tourismuskauflmann/-frau (m/w/d) in Voll- oder Teilzeit. [> Zur Stellenausschreibung](#)

Mitarbeiter (m/w/d) im Eventmanagement

HAPAG-LLOYD REISEBÜRO, ULM Für den Bereich Reisebüro suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine(n) Tourismuskauflmann/-frau (m/w/d) in Voll- oder Teilzeit. [> Zur Stellenausschreibung](#)

(Junior) Product & Content Manager (m/w/d) gesucht

FTI Touristik GmbH, München Wir sind der drittgrößte Reiseveranstalter in Deutschland und Europa und bieten die ganze Bandbreite an Reisen und Reisebausteinen an – für jeden Anspruch und zu 120 Destinationen der Welt. [> Zur Stellenausschreibung](#)

(Junior) Pricing & Revenue Manager (m/w/d)

FTI Touristik GmbH, München Wir sind der drittgrößte Reiseveranstalter in Deutschland und Europa und bieten die ganze Bandbreite an Reisen und Reisebausteinen an – für jeden Anspruch und zu 120 Destinationen der Welt. [> Zur Stellenausschreibung](#)

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](#)

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](#)

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 Tourismuskauflfrau /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](#)



DRV
DIE SERVICE GMBH

**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

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](#)

Operations Manager Cruises

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

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](#)