

**AERTiCKET**  
Austria

www.aer.at  
INN ( 0512/551 888  
VIE ( 01/710 51 88  
info@aer.at



**PREMIUM ECONOMY SPECIAL**  
**REISEZEIT: 6.3.-22.6. & 27.8.-20.12.2018**  
**NEW YORK AB EUR 759**

Alle Details auf [cockpit.aerticket.at](http://cockpit.aerticket.at)

**tip**  
travel industry professional

ET 05.03. KW 10 - Nr. 05/18 (1233) - Profi Reisen Verlag Ges.m.b.H. • A-1030 Wien,  
Seidlgasse 22 - WZ - 02-Z032784W - Österreichische Post AG • [www.tip-online.at](http://www.tip-online.at)



Foto: Africa Studio / shutterstock.com, Lukasz Stefanski / shutterstock.com

Buchungsverhalten  
der Österreicher

Versicherungsvertriebs-  
richtlinie kommt im Herbst

Laudamotion:  
Starten auf Raten

**MAGIC.**  
**VOLL UNSER**  
**URLAUB.**

Jetzt **AKTIONSCODE**  
**MAGIC100** einlösen  
und p.P. € 100 sparen.  
Details auf  
[www.tui-agent.at](http://www.tui-agent.at)



TUI MAGIC LIFE



**NEU**  
Premium  
Economy Class

**my GEMÜTLICHKEIT**

Es gibt viele Arten zu sitzen. Mit der myAustrian Premium Economy Class  
genieße ich die österreichische Art – und fliege so richtig gemütlich mit  
viel Platz, besonderem Genuss und jeder Menge Komfort.

the charming way to fly

A STAR ALLIANCE MEMBER Lufthansa Group

A STAR ALLIANCE MEMBER



20  
YEARS

WIDEN YOUR  
WORLD

TURKISH  
AIRLINES



ENTDECKEN SIE  
EXOTISCHE ZIELE  
MIT TURKISH AIRLINES

MAURITIUS | SEYCHELLEN | MALEDIVEN | COLOMBO | PHUKET

TURKISHAIRLINES.COM



## EDITORIAL

von Herausgeberin  
Elo Resch-Pilcik

### Montag

Eine Airline zu gründen, ist eine Sache von ein paar Tagen: Reichlich Kapital, ein paar Genehmigungen und Slots – und fertig. Sie dann aber in die Luft zu kriegen, geht einfach nicht von heute auf morgen. Diese Tatsache war dem mehrfachen Airline-Gründer Niki Lauda höchstwahrscheinlich bekannt. Der Start mit Condor ist ja – mit mehr als 50.000 verkauften Tickets in den ersten zwei Wochen – schon mal ganz gut angelaufen. Dennoch wollen Skeptiker nicht verstummen und ätzen über jeden Schritt. Manches – die Verlagerung zahlreicher Jobs nach Deutschland, das klägliche Einstiegsgehalt – ist zumindest teilweise berechtigt. Einiges – das streng kalkulierte (Nicht)Service-Schema der Condor auf den Laudamotion-Flügen etwa – hat jedenfalls noch Potential zur Verbesserung, dürfte aber auch noch nicht die Letztversion sein. Gutes Catering und ein charmantes Flugenerlebnis, wie Lauda es auf seinen früheren Airlines geboten und auch für Laudamotion angekündigt hat, muss, vor allem im Verbund mit einem Partner, auch logistisch erst auf die Reihe gebracht werden. Der Teufel liegt nun mal im Detail. Aber vermutlich liegen ätzende Bemerkungen und Negieren jeder Erfolgsaussicht im Naturell „des Österreichers“, der einem bekannten Klischee zufolge Neuem immer sehr skeptisch gegenüber steht.

### Mittwoch

Von Spezialisten für Spezialisten. Das ist der aktuelle Trend, der sich gleich in mehreren Themen dieser Ausgabe widerspiegelt: Dem Austrian Cruise Center wird dank Kreuzfahrtspezialistin Alexandra Tremmel neues Leben eingehaucht. AERTICKET bringt mit Axolot eine b2b-Plattform für Spezialveranstalter und Reisebüros auf den Markt. Das Berliner Start-up Select Luxury Travel, nur ein Beispiel von vielen, setzt u.a. auf White Label-Produkte, von Fachleuten nach individuellen Vorgaben geschnürt, im Reisebüro – egal ob stationär oder online – mit guter Marge verkauft, weil nicht vergleichbar. „Unique Content“ heißt das neue Zauberwort.

### In eigener Sache

Dass eine ernstzunehmende Fachzeitung über komplexe Hintergründe, Entwicklungen und Trends berichtet, ist selbstverständlich. Tun wir mit *tip* auch schon seit bald 26 Jahren. Weil es uns aber nicht nur um Information, sondern auch um Wohl und Weiterentwicklung der Agents aller Altersstufen geht, hat das Thema „Schulung“ einen hohen Stellenwert. In einem Gastartikel erklärt Unternehmensberater und Trainer Markus Ehrensberger, welche Vorteile die ÖRV-Akademie bringt. In der „Counterschulung“ widmen wir uns dem Thema Humor bei der Arbeit. Die neue Rubrik, „fit for life@work“ gibt Tipps, was man bei „Lust auf Neues“ im Job beachten sollte. Denn eines ist klar: Für Weiterbildung ist es nie zu spät. ☺

## INHALT

TITEL.....	Seite 4
So buchen die Österreicher Versicherungsvertriebsrichtlinie verschoben	
FLUG.....	Seite 8
Laudamotion: Start in Raten	
VERANSTALTER.....	Seite 10
Interview: Dirk Gowin, Geschäftsführer Select Luxury Travel	
VERTRIEB.....	Seite 12
BUSINESS TRAVEL.....	Seite 13
Geschäftsreisen als Erfolgsfaktor	
HOTEL.....	Seite 14
PRODUKT.....	Seite 15
TECHNOLOGIE.....	Seite 16
Travelport belohnt Datenqualität Neue B2B-Plattform Axolot TraSo startet in Österreich	
NACHHALTIGKEIT.....	Seite 19
Konzepte gegen Overtourism	
MICE.....	Seite 20
Südböhmen	
THEMA KREUZFAHRTEN.....	Seite 22
THEMA THEMENPARKS.....	Seite 34
THEMA STUDIENREISEN.....	Seite 37
REPORT EDINBURGH.....	Seite 40
REPORT MAURITIUS.....	Seite 42
AUSBILDUNG.....	Seite 44
COUNTERSCHULUNG.....	Seite 45
FIT FOR LIFE@WORK.....	Seite 46
HAPPY HOUR.....	Seite 47
AUFGETISCHT FÜR.....	Seite 48
Gregor Kadanka	



Sommer 2018

Austria  
**JAHN** REISEN

### TRAUMHAFTE MALEDIVEN

- Hundert kleine Insel, jede ein Paradies
- Türkisblaues Wasser
- Paradiesische Strände

JAHN REISEN, eine Marke der REWE Austria Touristik GmbH, 1070 Wien. [www.jahnreisen.at](http://www.jahnreisen.at)

URLAUB, WIE ICH IHN MAG.

## Buchungsverhalten

## So verreist Österreich

Österreichische Reisende zeigen unterschiedliche Vorlieben und Verhaltensweisen – je nachdem, ob sie im stationären Reisebüro oder online buchen. Das ergibt die Jahresauswertung der Flug-Pauschalreisen, die Travel-tainment und Amadeus im Jahr 2017 über ihre Beratungs- und Buchungsprodukte für stationäre und Online-Reisebüros abgewickelt haben.



**P**alma, Hurghada, Antalya und Kreta waren 2017 online wie stationär die beliebtesten Urlaubsziele der Österreicher, so die Auswertung des Technologie-Anbieters. Die Top 8 ist in beiden Vertriebskanälen fast identisch – nur Antalya und Kreta stehen auf vertauschten Plätzen und mit vertauschten Gewichtungen in der Liste: Die türkische Stadt ist online spürbar beliebter, die griechische Insel stationär. Die unterschiedliche Reihenfolge von Marsa Alam und Teneriffa (Plätze 7 und 8) dürfte auf minimale Unterschiede zurückgehen, da beide Ziele rund 6 bzw. 7%-Anteil an den Top-10-Buchungen erreichten. Auch, dass Larnaka und Burgas in den stationären Büros auf die Plätze 9 und 10 kamen, während online Kos und Fuerteventura diese Ränge einnahmen, geht auf geringe Unterschiede zurück. Deutlich hingegen: In beiden Vertriebskanälen erreichten die Top 3 rund 56%-Anteil der Top-10-Buchungen – das Interesse an den jeweils starken Zielen ist hier wie dort gleich.

**ONLINE: WENIGER REISENDE UND KÜRZERE DAUER**

Gruppen buchen eher im klassischen Reisebüro: Je mehr Personen miteinander verreisen, desto eher gehen sie in Österreich in stationäre Reisebüros. Im Jahr 2017 umfassten hier 29% der Buchungen drei und mehr Personen, in den Online-Reisebüros waren es 18%.

In einem waren sich österreichische stationäre und Online-Reisebüros 2017 gleich: Reisen mit sieben Tagen Dauer waren mit Abstand am beliebtesten – sie standen für rund die Hälfte der Buchungen (online 49%, stationär 53%). Rechnet man ein- und zweiwöchige Reisen zusammen (Reisen von 7 bis 13 Tagen Dauer), so dominieren sie mit jeweils 72% ganz klar beide Kanäle. Längere Reisen werden insgesamt eher stationär gebucht: Kurze Reisen von einem bis zu sechs Tagen Dauer sind tendenziell eher Sache der Onliner (14%) als der Stationären (9%); längere Reisen (14 Tage und mehr) entsprechend eher bei Stationären beliebt (20%) als bei Onlinern (14%).

**OFFLINE WERDEN MEHR STERNE GEBUCHT**

4-Sterne-Hotels waren 2017 die Favoriten in beiden Vertriebswegen – stationäre Reisebüros kamen 2017 auf einen Anteil von 60% in dieser Hotelkategorie, Online-Reisebüros auf 52%. Dass vier Sterne in klassischen Reisebüros besser vertreten waren, entspricht dem Gesamtbild: Onliner erzielten im Bereich 1 bis 3 Sterne einen deutlich höheren Anteil (34%) als die Stationären (24%), wo dafür Fünf-Sterne-Häuser etwas mehr ausmachten (16%, online 14%).

**STATIONÄRE KUNDEN GEBEN MEHR GELD AUS**

Kunden klassischer österreichischer Reisebüros buchten 2017 eher in Gruppen, eher mehr Sterne und dazu eher längere Reisen – das schlug sich deutlich im Reisepreis pro Buchung nieder. So gaben in stationären Büros 29% der Kunden bis zu 1.499 EUR pro Buchung aus, 71% 1.500 EUR und mehr. Online lag das Verhältnis bei 51% (bis 1.499 EUR) zu 49% (1.500 EUR und mehr). Anders gesagt: Online-Reisebüros machten 2017 ihr Hauptgeschäft mit Reisen unter 1.500 EUR, stationäre Büros mit Reisen über 1.500 Euro. Das zeigt sich auch in der höchsten Preiskategorie von 3.000 Euro und mehr pro Buchung: Sie kam 2017 in stationären Büros auf einen guten Viertel-Anteil (26%), online auf ein gutes Zehntel (11%).

**SPONTANE ONLINE-WELT**

Online-Kunden buchen kurzfristiger: 55% der Gäste in klassischen österreichischen Reisebüros legten 2017 ihre Reise elf Wochen vor Reisebeginn oder früher fest. Kürzere Vorausbuchungszeiten waren hier relativ gleichmäßig mit 3 bis 5% vertreten. Online aber machten nur 34% der Bucher elf Wochen oder früher Nägel mit Köpfen – dafür erreichten kürzere Vorausbuchungszeiten einen Anteil von bis zu 10% (Anteil der Buchungen eine Woche vor Reisebeginn). Wien ist eher der Abflughafen der Online-Bucher: Die Top-10-

► Fortsetzung auf Seite 6



# Austrian Airlines präsentiert Premium Economy Class

**A**ustrian Airlines stellt ihre neue Premium Economy Class vor. Die neue Reiseklasse ist ab sofort buchbar und wird bereits in den nächsten Tagen auf allen Langstreckenflugzeugen von Austrian Airlines zur Verfügung stehen. Somit können Fluggäste den neuen Komfort bereits in Kürze auf ihren Flügen zu den beliebten Austrian Langstreckenzielen genießen.

## DIE NEUE PREMIUM ECONOMY CLASS IM ÜBERBLICK

- Neuer Sitz mit breiter Sitzfläche und großzügigem Sitzabstand
- Fußstütze ab der zweiten Reihe bzw. Beinauflage mit integrierter Fußstütze in der 1. Reihe
- Immer eine eigene Mittelarmlehne mit ausklappbarem Tisch und Cocktaillischchen
- 12-Zoll-Monitor mit Fernbedienung für das Bordunterhaltungssystem
- Eigene Steckdose und USB-Anschluss am Sitz
- 2 x 23 kg Freigepäck
- Hochwertiges Speisenangebot mit Menükarte
- Welcome Drink
- Amenity Kit mit nützlichen Reise-Accessoires

## MEHR FREIRAUM MIT NEUEM SITZ

Herzstück der neuen Premium Economy Class ist ein neuer Sitz, der den Fluggästen im Vergleich zur Economy Class mehr Komfort auf ihrer Reise bietet. Den eigens für die Lufthansa Group angefertigten Premium Economy Sitz liefert der Flugsitz-Hersteller ZIM. Die Rückenlehne lässt sich bis zu 40 Grad weit nach hinten legen. Der großzügige Sitzabstand von bis zu 97 cm oder 38 Inch sorgt für mehr Beinfreiheit. Zusätzliche Fußstützen entlasten die Beine während eines langen Fluges. Verstellbare Kopfstützen und Ohrenklappen beschieren den Reisenden einen bequemen Halt während des Schlafs, und ergonomische Sitz- und Rückenkissen sorgen für den optimalen Sitzkomfort. Die Mittelarmlehne mit ausklappbarem Tisch zwischen den Sitzen mit einer persönlichen, breiten Armlehne für jeden Gast ermöglicht mehr Privatsphäre sowie mehr Platz zur Seite. Jeder Sitz ist darüber hinaus mit eigener Steckdose und USB-Anschluss ausgestattet.

## MEHR SERVICE IN DER NEUEN REISEKLASSE

Die neue Premium Economy Class bietet aber weit mehr als nur einen deutlich bequemeren Sitz. So können Fluggäste in der neuen Reiseklasse zwei Gepäckstücke mit jeweils bis zu 23 Kilogramm kostenlos einchecken. Die Sitzplatzreservierung im Vorfeld des Fluges ist kostenlos. An Bord stoßen die Passagiere der Premium Economy Class mit dem Welcome Drink auf ihre bevorstehende Reise an. Auch kulinarisch werden die Gäste in der Premium Economy Class verwöhnt: Sie wählen bequem aus der Menükarte ihr Lieblingsgericht, das auf Porzellangeschirr serviert wird. Für einen erholsamen Aufenthalt an Bord bekommt jeder Fluggast außerdem ein Amenity Kit mit nützlichen Reise-Accessoires. Das umfangreiche Unterhaltungsprogramm an Bord mit Kino-Highlights, Spielen sowie Audio und Video on Demand genießen die Premium Economy Passagiere auf großen 12-Zoll-Touchscreen-Bildschirmen. Mit der herausnehmbaren Fernbedienung wählen sie selbst aus, was sie sehen, hören oder spielen möchten.

## IN KÜRZE HEBT DIE PREMIUM ECONOMY CLASS AB

Austrian Airlines baut die neue Premium Economy Class in allen elf Langstreckenflugzeugen ein – sowohl in den fünf Boeing 777 als auch in den sechs Boeing 767. Auch die sechste Boeing 777, die im Mai 2018 zur Austrian Flotte stoßen wird, wird mit der neuen Reiseklasse ausgestattet sein. Die Premium Economy Class befindet sich in der Kabine optisch abgetrennt zwischen der Business und der Economy Class. Sie verfügt je nach Flugzeugtyp über 18 bis 24 Sitze und macht damit nach Abschluss des Umbaus rund 8% der Sitzplatzkapazität auf der Langstrecke und rund zwei Prozent der Gesamtflugzeugkapazität aus. Insgesamt werden 252 neue Premium Economy Sitze in alle Flugzeuge der Langstreckenflotte von Austrian Airlines eingebaut. Preislich liegt die neue Reiseklasse zwischen Business und Economy Class.

## INFO



**experts**

[www.austrian.com](http://www.austrian.com)

Als Mitarbeiter eines Reisebüros erhalten Sie weitere Informationen unter [www.lufthansaexperts.com](http://www.lufthansaexperts.com).

► Fortsetzung von Seite 4

Rangfolge der Abflughäfen österreichischer Urlauber war 2017 in beiden Vertriebskanälen nahezu identisch: Wien lag an der Spitze, gefolgt von München und Salzburg. Dass Linz und Graz online und stationär die Plätze tauschen, dürfte auf minimale Unterschiede zurückzuführen sein. Trotz aller Gemeinsamkeiten: Online-Bucher lieben Wien als Abflughafen, er kam 2017 auf 61%. Stationäre Bucher dagegen sind in ihrer Abflughafenwahl deutlich differenzierter. Verknüpft mit den anderen Ergebnissen liegt der Schluss nahe, dass die Bewohner Wiens und seiner Umgebung ihren Flughafen öfter nutzen, um online einen Kurztrip zu buchen. Unter 0,5% der Österreicher fahren übrigens bis nach Frankfurt am Main in Deutschland, um in den Urlaub zu fliegen – ein winziger Anteil, aber groß genug, um Frankfurt auf Platz 10 der Top-10-Abflughäfen 2017 zu heben.

## MEHR DYNAMIK AM ONLINE-MARKT

„Online- und stationäre Reisebüros greifen auf dieselben Angebotsdaten zurück, sprechen aber andere Kundengruppen an und richten sich daher verschieden aus. Das spiegelt sich in der Auswertung von Traveltainment Market Analytics zum Buchungsjahr 2017 wider – die Unterschiede zwischen den Vertriebskanälen sind deutlich“, sagt Bernhard Brauner, Geschäftsführer von Amadeus Austria. „Mit der Qualität der Angebotsdaten sind wir insgesamt zufrieden. Die Zahlen zeigen allerdings, dass die Preise im Online-

Reisevertrieb deutlich volatiler sind als in stationären Reisebüros, was sich in häufigeren Preisänderungen bemerkbar macht. Dafür gibt es mehrere Gründe. Beispielsweise verkaufen Online-Reisebüros einen höheren Anteil dynamisch pakettierter Reisen, die sich aus verschiedenen, sich rasch verändernden Leistungsträger-Datenbanken speisen. Dazu kommt sicher das Ertragsmanagement der Veranstalter, das im Online-Geschäft ausgeprägter zum Einsatz kommt als in klassischen Reisebüros.“

## ÜBER DIE ANALYSE

Die Top-10-Analyse ist eine Auswertung von Traveltainment Market Analytics, den Experten für Marktdaten bei Traveltainment. Traveltainment Market Analytics wertet im Kundenauftrag Buchungsdaten für die Entwicklung touristischer Strategien aus. Traveltainment Bistro Portal gehört in der Kombination mit Amadeus Tour Market zu den präferierten Lösungen klassischer stationärer Reisebüros, die Traveltainment IBE ist bei einer Vielzahl von großen österreichischen Online-Reiseportalen im Einsatz. Die Auswertung nimmt also Repräsentativität für sich in Anspruch. Sie berücksichtigt rund 300.000 Reisetilnehmer aus Österreich und sowohl Katalog- als auch Last-Minute-Angebote.

## TOP-10-ZIELE, GEBUCHT IN STATIONÄREN REISEBÜROS

Nr.	Zielflughafen	Anteil
1	PMI (Mallorca)	26 %
2	HRG (Hurghada)	20 %
3	HER (Kreta)	10 %
4	AYT (Antalya)	8 %
5	LPA (Gran Canaria)	8 %
6	RHO (Rhodos)	8 %
7	TFS (Teneriffa)	7 %
8	RMF (Marsa Alam)	7 %
9	LCA (Larnaka)	4 %
10	BOJ (Burgas)	4 %

Die Prozentzahlen in diesen Tabellen sind eine Gewichtung innerhalb der Top 10, KEINE Marktanteile.

## TOP-10-ZIELE, GEBUCHT IN ONLINE-REISEBÜROS

Nr.	Zielflughafen	Anteil
1	PMI (Mallorca)	22 %
2	HRG (Hurghada)	21 %
3	AYT (Antalya)	13 %
4	HER (Kreta)	9 %
5	LPA (Gran Canaria)	7 %
6	RHO (Rhodos)	7 %
7	RMF (Marsa Alam)	6 %
8	TFS (Teneriffa)	6 %
9	KGS (Kos)	4 %
10	FUE (Fuerteventura)	4 %

## AUSGABEN PRO BUCHUNG IN STATIONÄREN REISEBÜROS

EUR	Anteil
1 - 499	2 %
500 - 999	9 %
1.000 - 1.499	18 %
1.500 - 1.999	19 %
2.000 - 2.499	15 %
2.500 - 2.999	11 %
ab 3.000	26 %

## AUSGABEN PRO BUCHUNG IN ONLINE REISEBÜROS

EUR	Anteil
1 - 499	4 %
500 - 999	21 %
1.000 - 1.499	26 %
1.500 - 1.999	19 %
2.000 - 2.499	12 %
2.500 - 2.999	7 %
ab 3.000	11 %

# IDD -Versicherungsvertriebsrichtlinie Aufgeschoben, aber nicht aufgehoben

Foto: Draper / Generali



Wolfgang  
Lackner

**V**erhindern hat sich die neue Versicherungsvertriebsrichtlinie, die für alle Arten von Versicherungen, somit auch Reiseversicherungen, gilt, nicht lassen. Sieben Monate mehr Zeit zur Vorbereitung konnten in Österreich allerdings erreicht werden. Während in Deutschland die IDD – Insurance Distribution Directive bereits am 23. Feber in Kraft getreten ist, konnte in Österreich ein Aufschub auf 1. Oktober ausgehandelt werden. Ursprünglich war die Gesetzgebung für den 1. Juli 2018 vorgesehen. Die Entscheidung ist gefallen, die formelle Bestätigung werde für Mitte März erwartet, heißt es von Seiten der Wirtschaftskammer. Die Änderung des sachlichen Anwendungsbereichs hat einen neuen Namen erforderlich gemacht: So wurde aus der Versicherungsvermittler- die

Versicherungsvertriebsrichtlinie bzw. international gesprochen wurde IMD zu IDD.

## NEUE OBERGRENZEN

Ursprünglich war angedacht, die bisher gültige Ausnahmeregelung für nebenberufliche Versicherungsvermittlung gänzlich zu streichen. Das hätte in der Touristik bedeutet, dass keine Reiseversicherungen mehr verkauft werden hätten dürfen. Insofern muss das nun erzielte Ergebnis als Erfolg gewertet werden. Die IDD sieht vor, dass für kurzfristige Reisen eine Einmalversicherung pro Person den Betrag von 200 EUR nicht übersteigen darf, wenn sie im Reisebüro abgeschlossen wird. Für Jahresreiseversicherungen ist der Höchstwert bei 600 EUR angesetzt. Zusätzlich muss am Counter bei der Beratung die „vorvertragliche Informationspflicht“ erfüllt werden. Also mehr Aufwand und ein zusätzliches Formular.

## AGENT WIRD ZUM „TIPPGEBER“

Übersteigt die Prämie 200 bzw. 600 EUR, darf die Versicherung nicht mehr vom Reisebüro vermittelt werden. Vielmehr muss der Kunde sie dann direkt bei der Versicherung buchen. Um sicher zu gehen, dass Reisende nicht un- oder unterversichert

unterwegs sind, haben die Versicherungen ein neues Modell erdacht: Der Agent wird zum „Tippgeber“. In dieser Rolle kann er die Verbindung zwischen Kunden und Versicherung herstellen. „Dieser Prozess muss möglichst ‚smart‘ ablaufen. Mit der Fristverschiebung haben wir genug Zeit, um eine optimale technische Lösung auszuarbeiten, die auch in der Breite funktioniert“, erklärt Wolfgang Lackner, Vorstand der Europäischen Reiserversicherungs AG, im Gespräch mit *tip*. Die Provision erhält das Reisebüro auch in diesem Fall gutgeschrieben. Bei individuellen Anfragen für höhere Prämien hat dieses Modell schon in der Vergangenheit funktioniert.

## HERAUSFORDERUNGEN AN ZWEI FRONTEN

Der Mehraufwand an Bürokratie und in der technischen Abwicklung sorgt branchenweit für Kopfschütteln. „Für ein standardisiertes Geschäft wie eine Reiserversicherung ist das komplett überzogen. Hier wurde alles über einen Kamm geschoren. IDD bringt keinen Mehrwert, weder für Kunden, noch für Reisebüros, noch für uns“, fasst Lackner zusammen und fügt hinzu: „Wenn allerdings die Ausnahmeregelung ganz gefallen wäre, dann wäre das der Super-GAU gewesen.“ Wenigstens der ist nicht eingetreten. *ERP* ●



**EVA AIR**  
A STAR ALLIANCE MEMBER



Die beste Verbindung nach  
**Bangkok** und **Taipeh** mit **EVA AIR**

Bangkok ab € **575,-\*** Taipei ab € **588,-\***

NEU!! Ab 10. März 2018 erhöhen wir unsere Flugfrequenzen. Zusätzlich 3x wöchentlich jeden MO, DO, SA nonstop nach Taipei und zu weiteren Destinationen in Asien, Australien.

\* **Nach Bangkok jeden DI, MI, FR, SO :**

**BR062** VIE - BKK 19:25 - 11:30+1

**BR061** BKK - VIE 02:00 - 07:40

\* **Nach Taipei via Bangkok jeden DI, MI, FR, SO :**

**BR062** VIE - TPE 19:25 - 11:30+1

**BR061** TPE - VIE 21:50 - 07:40+1

\* **Nach Taipei nonstop MO, DO, SA :**

**BR066** VIE - TPE 12:30 - 06:30+1

**BR065** TPE - VIE 23:10 - 06:55+1

\* Der Preis unterliegt bestimmten Buchungsbedingungen und ist gültig gemäß Verfügbarkeit im Reisezeitraum 15.01.2018-23.06.2018. Buchbar bis 23.06.2018 auf der EVA AIR Website [www.evaair.com](http://www.evaair.com) und in Reisebüros in ganz Österreich. EVA Airways behält sich Änderungen vor.

Laudamotion

# Starten in Raten

Voll abgehoben hat Laudamotion bisher noch nicht, auch wenn die Kooperation mit Condor aus Deutschland heraus sichtlich gut angelaufen ist. Wann genau der Startschuss für Abflüge ab Wien erfolgen wird, war bei Redaktionsschluss noch ungewiss. Ende März, wie ursprünglich geplant, scheint nicht mehr realistisch.

Foto: ZBYzner / shutterstock.com



Niki Lauda

**D**ie Fakten sind schnell zusammengefasst: Die Kooperation mit Condor läuft seit 16. Feber. Drei Maschinen der Laudamotion werden derzeit über die Thomas Cook-Tochter vermarktet. Gebucht werden können die Flüge ab Düsseldorf, Frankfurt, Stuttgart und Basel zu den Balearenzielen Mallorca und Ibiza sowie nach Malaga. Sobald wie geplant weitere Laudamotion-Flugzeuge zum Einsatz kommen, sollen weitere Abflughäfen und Destinationen folgen. Gut informierte Kreise gehen davon aus, dass auch Verbindungen ab Zürich dieser Tage bekannt gegeben werden.

## WENIG VORFREUDE?

Der Vertrieb erfolgt über die Condor-Website, über Reisebüros, Reservierungssysteme und Call Center. Ebenfalls bei Condor angesiedelt sind Crew-Planung und Verkehrsleitstelle. Die drei Fluggeräte der Laudamotion fliegen unter OE-Flugnummern, mit Laudamotion-Bemalung und -Crew. Letzteres dürfte bei den Betroffenen jedoch auf wenig Euphorie stoßen, da, dem Vernehmen nach, Mitarbeiter künftig in Deutschland stationiert werden sollen. Niki Lauda hatte im Zuge des zweiten Übernahmeverfahrens zugesagt, allen rund 1.000 Mitarbeitern ein Angebot zu machen. Bieter-Konkurrent IAG wollte nur 750 übernehmen. Ein ehemaliger NIKI-Pilot (*Name der Redaktion bekannt*), der nun für Laudamotion arbeitet, geht davon aus, dass er nach München versetzt wird, weiß aber bisher noch keine Details über Wann und Wie: „Die Kommunikation von Firmen-seite ist aktuell nicht existent. Die Vorfreude der Belegschaft auf den neuen Arbeitgeber ist gleich null,“ sagt er gegenüber *tip*.

## GUTER START IN DEUTSCHLAND

Der Verkauf der Laudamotion-Tickets über Condor ist gut angelaufen. Niki Lauda habe vergangene Woche seine Mitarbeiter infor-

miert, dass bereits 40.000 Tickets verkauft seien. Insider sprechen derweil gar schon von etwas über 50.000. Darauf angesprochen, erklärt Condor-Kommunikationschef Johannes Winter: „Dazu äußern wir uns nicht.“

Preislich gesehen ist die Tarifstruktur der Condor als Standard auch für Laudamotion-Flüge definiert. Somit kommen drei Preisklassen – Economy Light, Economy Class und Premium Class – mit bzw. vielmehr ohne Serviceleistungen zur Anwendung.

## WO BLEIBT DER SERVICE?

Der ursprünglich von Niki Lauda angekündigte besondere Spirit und Service an Bord dürfte in der Einstiegsphase noch nicht realisiert sein. Die Tarifstruktur sieht nur bei Flex Option inkludierte Verpflegung vor. Eine dem Unternehmen nahestehende Person betont jedoch, dass Lauda sehr um ein erweitertes Catering bemüht sei, derzeit aber wegen der vielen gleichzeitigen Projekte noch nicht alles umgesetzt werden konnte.

## WAS WIRD AUS WIEN?

Auf die Anfrage bei Laudamotion, wann Flüge ab Wien geplant seien, heißt es lediglich: Der Flugplan ist in Ausarbeitung und wird in Kürze fertiggestellt. Dass die erste OE-Maschine mit österreichischem AOC, eine A320, tatsächlich schon Ende März abhebt, scheint nicht sehr wahrscheinlich. Dem Vernehmen nach könnte der Start auf Juni verschoben werden. Von Seiten des Flughafens Wien war zu erfahren, dass man für den Sommerflugplan mit zwei bis vier Maschinen von Laudamotion rechne. Wie viele von den verbleibenden sieben bis neun Flugzeugen aus der NIKI-Flotte zumindest vorübergehend für die Mitbewerber AUA, Lufthansa und Eurowings unterwegs sein werden, ist ebenso noch ungeklärt. Es bleibt spannend.

Auch vor dem Hintergrund, dass mit dem Wegfall von Air Berlin und NIKI in Wien viel Platz für neue Low Cost Airlines frei wurde. Einen Teil besetzt mittlerweile erfolgreich Easyjet. Der Einstieg von Wizz Air mit einer eigenen Basis mit drei Flugzeugen und 18 Destinationen ist ein klares Statement zum Standort Wien. Schon im kommenden Jahr sollen zwei weitere Maschinen des zentral- und osteuropäischen Billigfliegers folgen, die touristische Ziele wie Nizza, Reykjavik, Catania und Lissabon ansteuern werden. Schon in diesem Jahr stehen Bari, Malta, Varna, Rom, Valencia, Tel Aviv (ab Juni), Larnaca, Teneriffa und Thessaloniki (ab November) als Warmwasser-Destinationen am Flugplan.

Laut Flughafen Wien-Vorstand Julian Jäger, habe auch der – im Bieterverfahren um NIKI unterlegene - spanische Carrier Vueling die Pläne einer eigenen Basis in Wien noch nicht gänzlich ad acta gelegt.

ERP ●

## Flughafen Wien behält Steigflug bei

Trotz der Pleiten von NIKI und Air Berlin rechnet der Flughafen Wien 2018 mit höherem Gewinn und besseren Verkehrszahlen. Laut Flughafen-Vorstand Günther Ofner werde die Kapazität mit dem Sommerflugplan deutlich steigen, auch für 2019 sehe es gut aus. Der Umsatz der Flughafen Wien-Gruppe legte im Vorjahr um 1,6% auf 753,2 Mio. EUR zu, das Nettoergebnis kletterte um 12,7% auf 126,9 Mio. EUR. Heuer sollen die Erlöse auf über 760 Mio. EUR steigen, der Gewinn soll unterm Strich bei mindestens 140 Mio. EUR liegen. Air Berlin und NIKI hatten 15% des Verkehrs ausgemacht, dennoch konnte der Umsatz „praktisch gleich gehalten werden“. Die Erlöse in diesem Segment sanken um lediglich 0,7% auf 368,2 Mio. EUR. Das ist aber „nicht zum Nulltarif“ geschehen: Um neue Verbindungen an Land zu ziehen, gab es umfangreiche Anschubhilfen.

## Ancillary Fees: europäische Airlines sind kreativ

Europas Fluggesellschaften sind einer Studie von Idea Works im Auftrag von Cartrawler zufolge besonders kreativ, von ihren Fluggästen zusätzliche Entgelte zu kassieren. Im vergangenen Jahr erlösten die Airlines des alten Kontinents demnach 19,4 Mrd. USD (15,7 Mrd. EUR). Eine Summe, die nicht nur in absoluten Zahlen die höchste ist, sondern auch die Bedeutung der Zusatzgeschäfte ist in Europa größer als überall sonst. Knapp 10% steuern die Ancillary Fees bereits zum Umsatz bei. In Amerika sind es 7%, in Lateinamerika 6,7%, in Asien 6,5% und in Afrika 5,6%.

Die hohen Zusatzerlöse in Europa verwundern nicht, da hier der Anteil der Billigfluglinien, die das „Unbundling“ – also das Aufspalten der verschiedenen Leistungen – erfunden und salonfähig gemacht haben, besonders hoch ist. Um konkurrenzfähig zu bleiben, mussten die Netzwerk-Carrier reagieren und übernahmen das „à la carte“-Konzept oder gründeten eigene Billig-Töchter.

### KURZ NOTIERT

#### AUA FLIEGT ÖFTER NACH TEL AVIV

Mit Start des Sommerflugplans am 25. März 2018 fliegt Austrian Airlines 18 Mal pro Woche von Wien nach Tel Aviv. Das sind bis zu 4 zusätzliche Verbindungen pro Woche im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Im Winterflugplan 2018/19 erhöht der heimische Carrier die Kapazitäten noch weiter: Bis zu 21 Mal pro Woche wird Austrian Airlines von Wien in die israelische Metropole am Mittelmeer fliegen.

#### WIZZ AIR: WEITERE EXPANSION IN WIEN

Der Low-Cost Carrier Wizz Air gab heute erneute Expansionspläne für die Basis in Wien bekannt. Auf die bereits geplanten drei Flugzeuge im Jahr 2018 sollen bis März 2019 zwei weitere Airbus A321 folgen. Zusätzlich zu den angekündigten Routen werden künftig auch Verbindungen nach Nizza, Reykjavik, Catania, Lissabon, Madrid, Malmö und Kharkiv bedient. Die neuen Flugverbindungen starten mit Februar und März 2019, Tickets dafür stehen bereits zum Verkauf und sind ab 19,99 EUR buchbar.

#### QATAR AIRWAYS ERHÄLT DEN WELTWEIT ERSTEN A350-1000

Der A350-1000 ist das jüngste Mitglied im Airbus-Großraumflugzeug-Portfolio. Als Erstkunde wird Qatar Airways den A350-1000 in diesem Monat auf der Strecke von Doha nach London einsetzen. Im Vergleich zum A350-900 verfügt der A350-1000 über 44 zusätzliche Sitze und eine Zwei-Klassen-Konfiguration mit 46 Qsuite Business Class-Sitzen in einer 1-2-1-Sitzreihenkonfiguration mit zwei Meter langen, 180 Grad flachen Betten und 22-Zoll-HD-Bildschirmen.

#### EMIRATES: ÜBER BALI NACH AUCKLAND

Emirates plant, ab 14. Juni 2018 eine neue Verbindung von Dubai nach Auckland - mit einem Zwischenstopp auf Bali - in ihr Streckennetz aufzunehmen. Dieser neue Service bietet Reisenden zukünftig drei tägliche Verbindungen nach Neuseeland und ergänzt die beiden bereits bestehenden Verbindungen zwischen Dubai und Auckland nonstop sowie Dubai und Christchurch via Sydney. Geflogen wird mit einer Boeing 777-300ER in einer Drei-Klassen-Konfiguration.

Sicher. Entspannt. Unterwegs

Europäische   
Reiseversicherung

Immer dabei.  
Im Notfall für Sie da!



Noch heute unsere App laden!  
[europaeische.at/meine-urlauberia](http://europaeische.at/meine-urlauberia)

  
MEINE  
URLAUBERIA

[europaeische.at](http://europaeische.at)

Dirk Gowin, Geschäftsführer Select Luxury Travel

# Mehr als 210 Jahre Erfahrung mit Luxusreisen

Anfang des Jahres hat Dirk Gowin, vormals langjähriger Produktdirektor bei Windrose, gemeinsam mit dem Ticket Consolidator AERTICKET in Berlin einen neuen Veranstalter, Select Luxury Travel, ins Leben gerufen. Warum er überzeugt ist, dass ein kleines Unternehmen im Bereich Luxusreisen Erfolg haben kann, was ihn von anderen Anbietern unterscheidet und welche Rolle dabei AERTICKET spielt, erzählt Dirk Gowin im Telefoninterview mit *tip*.



**Dirk Gowin:** Ich bin von dem prognostizierten Wachstum im Luxussegment überzeugt, da die Kunden zwei bis drei Reisen pro Jahr buchen.

*Wodurch unterscheidet sich Ihr Produkt von dem der großen Konzerne, die ja auch alle im Luxussegment aktiv sind?*

**Dirk Gowin:** Wir können unabhängig im Einkauf agieren und freier entscheiden, konzernunabhängig. Unsere flache Hierarchie passt einfach besser zum Bereich Luxus. Außerdem bieten wir ein maßgeschneidertes Produkt und direkte Erreichbarkeit von der ersten Inspiration bis über die Rückkehr der Gäste hinaus, auch außerhalb der Geschäftszeiten. Der Mitarbeiter ist jederzeit mobil und direkt erreichbar. Wir kennen unsere Leistungsträger persönlich, haben Kontakte zu lokalen Top-Guides und Fahrern, achten auf jedes Detail und sind abseits des Mainstreams unterwegs.

**„Unsere flache Hierarchie passt einfach besser zum Bereich Luxus.“**

*Welche Rolle spielt dabei AERTICKET?*

**Dirk Gowin:** Wir beziehen unsere Tickets über den Consolidator AERTICKET. Zudem können wir auf die umfangreiche Technik zugreifen.

*Wieviel Prozent der Anteile hält AERTICKET?*

**Dirk Gowin:** AERTICKET ist Mehrheitsgesellschafter.

*Was ist Ihr Ziel für das erste Jahr?*

**Dirk Gowin:** 2018 wollen wir das Unternehmen aufbauen und festigen. Wir bauen den Content in Text und Bild auf, implementieren moderne Technik. Ab Ostern bieten wir Inspirationen auf unserer Website mit der

*tip: Select Luxury Travel ist ein sehr junges Unternehmen. Wie kam es zur Gründung Ihres Veranstalters?*

**Dirk Gowin:** Ich war 18 Jahre bei Windrose tätig, davor bei American Express. Zuletzt habe ich als Produktdirektor ein Team von 30 Mitarbeitern geführt. Als sich die Eigentumsverhältnisse bei Windrose verändert haben, nutzte ich die Gelegenheit, um mich selbstständig zu machen. Durch die Kontakte zu AERTICKET ergab sich die Möglichkeit, den kleinen Veranstalter Select - exklusives Reisen zu erwerben. Unter dem internationalen Markennamen Select Luxury Travel bieten wir nun eigene Luxusreisen an, die wir mit viel Liebe zum Detail individuell für unsere Gäste arrangieren. Unser Flagship Store in Berlin am Kurfürstendamm ist noch im Umbau und soll im Frühsommer eröffnet werden.

*Welche Zielgruppen sprechen Sie an?*

**Dirk Gowin:** Kunden, die pro Reise pro Person 5.000 bis 15.000 EUR ausgeben und gewohnt sind, höchste Ansprüche erfüllt zu bekommen. Diese sind vorwiegend in der

Gruppe der Best Ager, also zwischen 45 und 70 Jahren, und der Babyboomer.

**„Der Luxuskunde will Service und den findet er im Reisebüro viel eher als online.“**

*Wie groß ist Ihr Team?*

**Dirk Gowin:** Derzeit halten wir bei zehn Mitarbeitern. Mit fünf von ihnen arbeite ich schon viele Jahre zusammen. Alle gemeinsam verweisen wir auf mehr als 210 Jahre Erfahrung im Bereich Luxusreisen. Mit dieser Kompetenz können wir unseren Vertriebspartnern im Reisebüro die Sicherheit eines verlässlichen Partners geben. Der Luxuskunde will Service und den findet er im Reisebüro viel eher als online.

*Gibt es nicht schon genug Anbieter für Luxusreisen?*

Domain .travel, sodass wir von Anfang an in allen deutschsprachigen Märkten vertreten sind. Wir kurbeln das Geschäft an, schaffen langfristige Kooperationen und vertiefen die neuen und bestehenden B2B-Geschäftsbeziehungen. Österreich spielt dabei eine wichtige Rolle.

*Mit dem Berliner Unternehmen haben Sie ja eine paar Stammkunden übernommen. Wie wollen Sie den Vertrieb künftig anlegen?*

**Dirk Gowin:** Wir sind natürlich auf Vertriebspartner in Reisebüros angewiesen, über die der Großteil aller Reisen verkauft werden soll. Nur ein kleiner Teil erfolgt direkt über die übernommene Kundendatenbank mit geschlossenen Gruppen in der Umgebung von Berlin und Potsdam.

**„Wir bieten 10% oder eine variable Provision.“**

*Wie sieht es mit Provisionen aus?*

**Dirk Gowin:** Wir bieten 10% oder eine variable Provision. Sie kann also höher sein, wenn ein Reisebüro unsere Produkte als „White Label“ übernimmt oder unsere In-

dividualreisen verkauft. Dann kann mehr eingepreist werden.

*Welche Destinationen bieten Sie an?*

**Dirk Gowin:** Vorerst setzen wir auf Reiseziele, in denen „helping hands“ gefragt sind. Uganda, Ruanda, Südliches und Östliches Afrika, Indischer Ozean, Naher und Mittlerer Osten, Arabien, Fernost, Indischer Subkontinent und Südamerika, Europa und Südsee. Nordamerika, Neuseeland und Australien wollen wir schrittweise ausbauen. Dank unserer Erfahrung und der Agenturen vor Ort geben wir auch viele Tipps für die Zielgebiete.

**„Wir möchten mit den Reisebüros in Österreich eng zusammenarbeiten.“**

*Können Sie Ihr Produkt ein bisschen detaillierter beschreiben?*

**Dirk Gowin:** Unser Geschäftsmodell basiert auf drei Säulen. Mit der „Private Selection“ sprechen wir vor allem Individualgästen an. „Small Luxury Groups“ bieten wir als

„White Label“ an oder als Special Interest Touren mit erfahrener Reiseleitung und maximal 12 Teilnehmern. Die Themen reichen von Kulinarik über Lifestyle, Mode bis hin zu Architektur. Das kann für geschlossene Gruppen verkauft werden oder auch zum Dazubuchen für Einzelreisende unter Freunden. Die dritte Säule ist die Cruise Selection, bei der wir kleine, private Yachten samt Crew und Skipper anbieten mit Fahrtgebieten in Italien, Kroatien, den Balearen, den Seychellen, in der Südsee oder in der Karibik. Darüber hinaus haben wir die kleinen, eleganten Kreuzfahrtschiffe der bekannten Reedereien im Portfolio.

*Welche Pläne haben Sie für Österreich?*

**Dirk Gowin:** Mit dem österreichischen Markt und den Wünschen österreichischer Kunden sind wir vertraut. Wir möchten mit den Reisebüros in Österreich eng zusammenarbeiten. Die persönliche Bindung an Reisebüros ist mir sehr wichtig. Wir werden dazu Schulungen, Kundenveranstaltungen und kleine, feine Events anbieten.

*Die Fragen stellte Elo Resch-Pilcik*

# Wien à la carte!



**Vienna City Card online bestellen!**  
shop.wienerlinien.at

- Vienna City Card – die offizielle Wien-Karte
- Für alle öffentlichen Verkehrsmittel in Wien
- Mehr als 210 Vorteile und Vergünstigungen

- 24 h: € 13,90 / 48 h: € 21,90 / 72 h: € 24,90 (pro Ticket fährt ein Kind bis 15 Jahre gratis mit)
- Erhältlich bei allen Wiener Linien Ticketstellen, Tourist-Infos und online auf shop.wienerlinien.at



Die Stadt gehört Dir.

### TUI macht Fernreisen für Winter 2018/19 buchbar

Foto: TUI



TUI Sensimar Khaolak Beachfront Resort

TUI hat ab sofort zahlreiche Hotels und Flüge für den Winter 2018/19 zur Buchung freigeschaltet. Zu den buchbaren Fernreisezielen gehören die Karibik, der Indische Ozean und Thailand, inklusive aller Hotels der Marken RIU und TUI Sensimar sowie des beliebten Malediven-Resort Kuramathi. Zur Auswahl stehen außerdem Hotels in den Vereinigten Arabischen Emiraten, den USA und Kanada sowie in Australien, Neuseeland und dem südlichen Afrika. Urlauber, die es nicht ganz so weit in die Ferne zieht, können bereits heute unter 600 beliebten Hotels auf der Mittelstrecke wählen, zum Beispiel auf den Kanaren oder in Ägypten und Tunesien. In den kommenden Wochen werden weitere Hotels und Reiseziele buchbar sein. Das Adults-only-Hotel TUI Sensimar Khaolak Beachfront Resort ist das ideale Winterziel für Paare.

### Raiffeisen Reisen mit Gewinnerwartung

Das vergangene Geschäftsjahr wird Raiffeisen Reisen mit Gewinn nach Steuern abschließen, berichten die Geschäftsführer Patrik Weitzer und Bernd Knoflach und fügen hinzu: „Das Unternehmen ist definitiv saniert.“ Nach den jahrelangen Verlusten konnten die eingeleiteten Sanierungsschritte inzwischen voll umgesetzt werden. „Wir hätten uns für die Sanierung auch mehr Zeit gegeben. Das war eine harte Phase, aber Mitarbeiter und Management in Wien waren einfach großartig“, streut Weitzer seinem Team Rosen. Letztlich mussten 18 Mitarbeiter 2016/2017, ursprünglich hätten es noch mehr sein sollen, abgebaut werden. Statt früher mehr als 80 sind jetzt noch 63 Mitarbeiter an 14 Standorten in Wien und Niederösterreich tätig. Weitzer versichert, dass GEO Reisen und Raiffeisen Reisen, zwei 100%ige Schwesterunternehmen, auch langfristig als getrennte Marken geführt werden, aber Hand-in-Hand den Markt bearbeiten werden.

### Thomas Cook baut Luxusangebot in Italien aus

Für den Sommer 2018 erweitert Thomas Cook Signature Finest Selection das Angebot im Katalog „Europa, Nordafrika“ um 13 neue Hotels in Italien. Damit stehen im Luxussegment des Veranstalters fast 70 exquisite Häuser von den norditalienischen Seen bis nach Sizilien zur Auswahl. Besonders geeignet für Naturliebhaber, Kulturfreunde und Gastrofans ist beispielsweise das familiäre Boutiquehotel Relais Colombaro Spa & Wellness (vier Sterne plus) in Travo in der Emilia-Romagna. Das mittelalterliche Dorf und die sehenswerten Landschaften mit ihren Weinreben und historischen Burgen bilden den Rahmen für einen Aufenthalt in einem der nur 19 Zimmer.

### Allianz Global Assistance startet Bestellaktion für Partner

Die Allianz Global Assistance (AGA) Reiseversicherung bietet Partnern im Frühjahr 2018 wieder die Möglichkeit, sich an einer Vorteilsaktion zu beteiligen. Wer Katalogkleber (Mindestabnahmemenge 10.000 Stück), Kofferanhänger, Tickethüllen (Mindestabnahmemenge je 500 Stück) und/oder hochwertige Tragtaschen (Mindestabnahmemenge 100 Stück) bis zum 23. März 2018 bestellt, profitiert vom Sammelrabatt und spart ein Vielfaches an Kosten gegenüber einer Einzelbestellung. Da es sich um eine Sammelbestellung handelt, erfolgt der Druck gemeinsam nach Ablauf der Bestellfrist ab dem 23. März 2018. Die Auslieferung ist Mitte April möglich und erfolgt durch das Werbegraphikstudio Stangl.

**Bestellungen:** bis spätestens 23. März 2018 mit Angabe des Angebots, der Bestellmenge und druckfähigem Logo / Sujet (mind. 300dpi, Logo als JPG, TIF oder PDF) an [office@stangl-druck.at](mailto:office@stangl-druck.at) und an [katrin.kniendl@allianz-assistance.com](mailto:katrin.kniendl@allianz-assistance.com).

### Sunny Cars: Angebotserweiterung in Spanien

Ab sofort gibt es auch für die Flughafenstationen Alicante, Bilbao, Gerano, Santiago de Compostela und Valencia das Ohne-Kautions-Paket. Dabei muss vor Ort keine Kautions beim Fahrzeugflottenanbieter hinterlegt werden. Der weitere Ausbau des Ohne-Kautions-Mietwagenangebotes dagegen kommt Spanien-Urlaubern zugute, die keine Kreditkarte besitzen oder bei der Fahrzeugübernahme keine Kautions hinterlegen möchten. Die Buchung dieses Paketes muss mindestens fünf Tage vor der Anmietung erfolgen. Beim Premium-Service profitieren Kunden von zusätzlichen Leistungen zum allgemeinen Alles-Inklusive-Paket: Sie genießen beispielsweise eine Bevorzugung bei der Abholung und Rückgabe des Fahrzeugs und bekommen ein Fahrzeug gestellt, das nicht älter als ein Jahr ist bzw. maximal 25.000 Kilometer Laufleistung aufweist. Für Spanien ist beim Premium-Paket auch ein zweiter Fahrer kostenfrei.

### Holiday Extras: stilvoll abheben

Das Unternehmen Holiday Extras ([www.holidayextras.at](http://www.holidayextras.at)) vermittelt ab sofort neben vielen weiteren Standorten weltweit auch den Zugang zu drei Airport-Lounges am internationalen Flughafen Atatürk in Istanbul. Für Inlandsflüge lassen sich die PrimeClass Lounge für 39 EUR sowie die Comfort Lounge für 41 EUR nutzen. Im internationalen Bereich von Terminal 2 gibt es zudem die PrimeClass Lounge ebenfalls für 41 EUR. In allen exklusiven Wartebereichen können Fluggäste bis zu drei Stunden entspannen und profitieren von kostenfreiem WLAN, Getränken und Snacks. Auch für spanische Urlauber hält Holiday Extras neue Lounges bereit. So gibt es künftig erstmalig angenehme Wartebereiche an den Flughäfen von Alicante, Málaga und Valencia zu buchen. Sala VIP Salon Ifach in Alicante und Sala VIP in Terminal 3 in Málaga kosten jeweils 38 EUR – Sala Joan Olivert in Valencia ist für 37 EUR buchbar. Insgesamt bietet das Unternehmen derzeit 74 Lounges an 44 Airports weltweit an.

## Geschäftsreisen Baustein zum beruflichen Erfolg

**G**eschäftsreisen wirken sich nicht nur positiv auf den Unternehmenserfolg aus, sondern ermöglichen dem Angestellten, auch den eigenen Horizont zu erweitern und das persönliche Potenzial auszuschöpfen, sagt eine neue Umfrage im Auftrag von Booking.com for Business.

In der repräsentativen Umfrage des internationalen Meinungsforschungsinstituts Vitreous World unter 17.038 Geschäftsreisenden aus 24 Ländern gaben 60% der Befragten an, dass neue kulturelle Erfahrungen und Reiseziele ihren Job attraktiver machen. Auf die Frage, was sie auf ihren Dienstreisen erreichen möchten, antworteten 46%, dass ihr Ziel die Steigerung des Unternehmenserfolgs sei.

37% möchten aber auch etwas lernen, das sie beruflich voranbringt, und suchen nach neuer Inspiration für ihre Arbeit. 36% möchten sich mit Kollegen oder Kunden austauschen und berufliche Beziehungen stärken, bei 30% liegt der Fokus auf dem Verständnis für neue Kulturen und deren geschäftliche Einflüsse und für 36% ist das Erlernen einer neuen Fähigkeit, die sie in ihrem Beruf nutzen können, das Hauptziel auf Geschäftsreisen.

### DEUTSCHE GÖNNEN SICH KEINE PAUSE

Ein paar Stunden Freizeit während der Reise, um die Stadt oder den Ort kennenzulernen oder einfach mal abzuschalten, wirkt sich bei 51% der Befragten positiv auf anschließende Kundenmeetings aus. Einzig die deutschen Geschäftsreisenden konzentrieren sich anscheinend lieber voll auf das



Foto: dbunn / fotolia.com

l Geschäftsreisen dienen auch zur Erweiterung des persönlichen Erfolges

**Meeting:** Nur 30% denken, dass eine kleine Auszeit vor Ort sich positiv auf den Termin auswirkt.

Trotz technischer Möglichkeiten und moderner Kommunikation in Echtzeit gibt es weiterhin überzeugende Argumente für persönliche Meetings: Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit ist bei 66% der Geschäftsreisenden die persönliche Interaktion mit Kollegen und Kunden unverzichtbar. Auch 53% der deutschen Geschäftsreisenden halten ein persönliches Meeting für effektiver.

### BEQUEMES BETT, WLAN UND FRÜHSTÜCK

Für viele Geschäftsreisende ist laut der Umfrage eine passende Unterkunft unverzichtbar: 60% sind der Meinung, dass Reise- und Unterkunftsoptionen, die speziell

auf die Bedürfnisse von Geschäftsreisenden zugeschnitten sind, nicht mehr nur ein nettes Extra, sondern von ganz entscheidender Bedeutung sind. Ganz oben auf der Wunschliste stehen dabei ein bequemes Bett (52%) und schnelles WLAN (52%), gefolgt von einem reichhaltigen Frühstück (43%), einem geräumigen Zimmer (21%) und einem Zimmerservice (17%). Die richtige Unterkunft hängt bei den Geschäftsreisenden außerdem stark von der Lage ab: Besonders bei einem kurzen Aufenthalt ist für 47% der Befragten das bequeme Erreichen der Meetings und für 29% eine zentrale Lage der Unterkunft entscheidend. Nur 20% der Geschäftsreisenden wünschen sich gehobene oder luxuriöse Unterkünfte, 13% ein Boutique-Hotel, 18% eine Unterkunft mit vielen technischen Spielereien und 13% ein Hotel mit „lokalem Charme“.



**HanseMerkur**   
Reiseversicherung AG

**ITB 2018 Halle 25/164**

Wir freuen uns, Sie in Berlin zu treffen!

Kontaktieren Sie uns gerne unter

+43 1 710 48 40 oder

[reisepartner@hansemerkur.at](mailto:reisepartner@hansemerkur.at)

## Kuramathi Island Resort: Malediven für jede Zielgruppe

Foto: Kuramathi Island Resort



| Relaxen im Paradies

Gelegen im Rasdhoo Atoll, auf einer der fünf Inseln des kleinen Archipels, bietet das Kuramathi Island Resort ein natürlich maledivisches Urlaubserlebnis für jeden Geschmack. Egal ob Liebespaar, das sich eine romantische Erholung gönnen will, oder Familien, die im Urlaub mehr Zeit miteinander verbringen wollen: Im weitläufigen Resort kann jeder Gast seinen eigenen Interessen nachgehen. So werden neben Spa-Behandlungen auch Kinderbetreuung, Sportaktivitäten, weiße Sandstrände, ein Tauchriff und zahlreiche vielfältige Kulinarikkonzepte geboten. Ein großes Angebot an Villen (von Garden-Villen im üppigen Grün bis hin zu Watervillen mit direktem Meerzugang und den luxuriösen Honeymoon-Villen) ermöglicht einen Malediven-Urlaub sowohl für jene, die etwas sparsamer sind, als auch für alle, die sich ein Höchstmaß an Luxus gönnen möchten. Aufgrund der Größe und Aufteilung des Resorts, wird den Gästen darüber hinaus viel Privatsphäre geboten. Kuramathi liegt 56 Kilometer westlich des Male International Airports und ist via Wasserflugzeug oder Speedboot erreichbar. Die Insel ist über 1,8 km lang und umgeben von üppiger Vegetation und Stränden, die sich in einer Sandbank vereinen, von der aus traumhafte Sonnenuntergänge genossen werden können.

## Sandals & Beaches Resorts: noch mehr Luxus 2018

Die karibische Hotelgruppe setzt ihr Konzept mit zahlreichen Produktneuerungen und -verbesserungen konsequent fort. So genießen Paare beispielsweise im jamaikanischen Sandals South Coast in zwölf neuen Luxusdomizilen Butlerservice und ein Maximum an Privatsphäre direkt über dem Wasser. Mehr Annehmlichkeiten für Familien gibt es im kürzlich wiedereröffneten Beaches Turks & Caicos: Dort erwarten sie neue kulinarische Optionen, ein breiteres Unterhaltungsangebot und zusätzliche Wassersportarten. Auf Barbados wohnen Sandals-Gäste seit Jahresbeginn im neuen Sandals Royal Barbados in insgesamt 222 luxuriösen Butler- und Concierge-Suiten und genießen Innovationen wie den ersten Infinity-Poolkomplex in luftiger Höhe auf dem Hoteldach. Im Fokus steht außerdem die Insel Saint Lucia: Noch in diesem Frühjahr wird der erste Spatenstich für das vierte Resort „Sandals LaSource St. Lucia“ erfolgen. Zudem ist die Insel ein besonderer Tipp für Golfspieler: Bei Buchung eines der drei Sandals Resorts bis zum 1. Mai 2018 profitieren sie von Gratis-Greenfee auf dem neuen Sandals-Golfplatz „St. Lucia Golf & Country Club at Cap Estate“.

## B&B Hotels feiern Premiere in Österreich

Der Budgetanbieter B&B Hotels feiert in diesem Jahr Einzug in Österreich. Im November 2018 eröffnet das erste österreichische Hotel der Marke in Graz, Wien folgt im Herbst 2019. In unmittelbarer Nähe zur Brauerei in Puntigam, dem Bahnhof Graz Puntigam wird die Hotelkette ihren gewohnten Standard in der Steiermark anbieten. Das Markenversprechen lautet dabei moderne Unterkünfte zum kleinen Preis mit zahlreichen Zusatzleistungen. So bietet der Neubau mit 92 Zimmern freies WLAN und Sky-TV sowie ein Frühstück für einen kleinen Aufpreis. Am Standort Wien wird das Hotel in direkter Anbindung zum Hauptbahnhof entstehen. Im Gebäudekomplex mit 196 Zimmern können Besucher der Hauptstadt ein gutes Preis-Leistungsverhältnis genießen. „Mit jährlich mehr als 143 Mio. Hotelübernachtungen hält der österreichische Markt großes Potential für B&B Hotels bereit. Unser Ziel ist es, langfristig 25 bis 30 Häuser in Österreich zu führen“, erklärt Geschäftsführer Max C. Luscher.

## Hampton by Hilton: erstes Projekt in Wien

Im ersten Quartal 2020 wird auf dem sogenannten „Prater Glacis“ in unmittelbarer Nachbarschaft zur Messe Wien das erste Hotel der Marke „Hampton by Hilton“ in Österreich eröffnen. Geplant sind 194 Zimmer im Mid-market-Segment. Das Hampton by Hilton Vienna Messe wurde von IG Immobilien als Teil des „Prater Glacis“-Projekts entwickelt und wird als Franchise von der erst im April 2017 gegründeten tristar Austria GmbH betrieben - einer 100%igen Tochter der Berliner tristar GmbH, die als Franchisenehmerin von InterContinental, Hilton und Marriott ausschließlich internationale Markenhotels im „Focused Service“ und „Midscale“-Segment managt. Ganz der Marke entsprechend, soll sich das neue Hotel an preis- wie qualitätsbewusste Gäste wenden, für die Leistungen wie ein digitaler Check-in, Stammgast-Rabatte, der als „Hamptonality“ geschätzte Service sowie kostenfreies Frühstück und WLAN zum Standard gehören. Damit will man nicht nur für Gäste aus dem Leisure-Segment, sondern vor allem auch für Business Traveller, Tagungsgäste und Messebesucher eine attraktive Alternative bilden.

## AirBnb setzt in Zukunft auf Hotels und Luxus

Unterkunft-Vermittler AirBnb will sein Geschäft mit Hotelangeboten und Luxusreisen ausbauen. Damit nähert sich das Portal, das als Vermittlungsplattform für Schlafgelegenheiten 2008 gegründet wurde, den Geschäftsmodellen der großen Online-Reisefirmen wie Expedia oder Booking an. Für zahlungskräftigere Reisende soll es im Frühjahr die neue Rubrik „Beyond by AirBnb“ geben, in der Luxus-Unterkünfte wie Villen oder Penthouse-Wohnungen zu mieten sein werden. Bei „AirBnb Plus“ wird die Qualität durch den Besuch eines Prüfers der Firma garantiert. Das Angebot startet mit rund 2.000 überprüften Standorten. Zudem soll eine eigene Rubrik für Boutique-Hotels geschaffen werden, die nicht zu großen Ketten gehören.

## Dertour: Städtereisen auf Erfolgswelle

Dertour meldet ein deutliches Wachstum bei den Städtereisezielen. Die drei beliebtesten Metropolen beim Städtereisen-Marktführer sind in diesem Jahr die Klassiker Hamburg, London und Amsterdam. Die Top-Städte mit den stärksten Zuwächsen sind Dresden, Madrid, Prag, Kopenhagen, Stuttgart und München. Daneben steigen in der Gunst der Urlauber vor allem kleinere europäische Städte, die abseits großer Touristenströme liegen. Darauf hat sich der Veranstalter eingestellt und das Portfolio entsprechend erweitert: Dertour hat mit Montpellier sowie Jerez de la Frontera zwei südeuropäische Geheimtipps neu ins Programm aufgenommen. Das 4-Sterne-Hotel Tryp Jerez ist für zwei Nächte im Doppelzimmer ab 68 EUR pro Person buchbar. Auch Musicals sind und bleiben ein wichtiger Anlass für Städtereisen bei Dertour. Die Shows kurbeln die Nachfrage in den entsprechenden Städten zusätzlich an. Zu den neuen Produktionen im Programm von DERTOUR zählen „Kinky Boots“ in Hamburg seit Dezember 2017 sowie ab 2018 „Fack ju Göhte – Se Mjusicäl“ in München und Disneys „Der Glöckner von Notre Dame“ in Stuttgart.

## Jahn Reisen: 100 EUR Inselbonus

Mauritius gilt als unvergessliches Erlebnis: Weiße Sandstrände, türkisblaues Meerwasser und eine bunte Unterwasserwelt machen den afrikanischen Inselstaat zu einem Urlaubsparadies. Mit Jahn Reisen Austria bekommen Urlauber jetzt noch ein besonderes Zuckerl: Mit einem Inselbonus von 100 EUR pro Person reisen Sonnenhungrige bis Ende April noch günstiger. Eines dieser Hotels ist das 5-Sterne-Hotel Sugar Beach. In der Nähe des längsten und schönsten Strandes von Mauritius liegt das Resort im Stil eines kolonialen Herrenhauses mit 258 exklusiv eingerichteten Zimmern, die im weitläufigen Garten untergebracht sind. Für Abkühlung an besonders heißen Tagen sorgt die große Poolanlage mit Jacuzzi, sowie einem Ruhepool bei den Villengebäuden. Gourmethertzen schlagen bei der kulinarischen Verwöhnung höher: Zur Auswahl steht neben einem Hauptrestaurant auch ein À-la-carte Restaurant, das die mediterrane Küche der afrikanischen Insel anbietet. Die Sonderpreise von Jahn Reisen Austria gelten außerdem auch für folgende Resorts auf Mauritius: Constance Belle Mare und Sands Suites Resort & Spa

### KURZ NOTIERT

#### KOREAN AIR STARTET PREISSPECIAL

Korean Air bietet bis zum 31. März 2018 eine Sonderaktion für Flüge nach Ozeanien und Japan. So geht es bereits ab 743 EUR nach Seoul, oder ab 924 EUR nach Japan (Tokio, Osaka, Fukuoka und Sapporo) sowie nach Australien und Neuseeland. Die Aktion gilt für Abflüge ab 1. April bis 31. Dezember 2018. Korean Air stockt seine Verbindungen zwischen Wien und Seoul-Incheon International ab 25. März auf und bedient die Strecke dann viermal wöchentlich, ab 1. Juni fünfmal wöchentlich und ab 1. Juli sechsmal wöchentlich.

#### TUI MAGIC LIFE: BUCHEN & SPAREN

In den 13 Clubs warten spannende Thementage, kulinarische Trends und neue Sportangebote auf die Urlauber. Wer jetzt seinen TUI Magic Life Sommerurlaub bucht, spart mit dem Aktionscode MAGIC100 100 EUR pro Person. Gültig ist die Aktion bis 3. April 2018 bei Buchung einer einwöchigen Flugpauschale im Reisezeitraum von 7. April bis 5. November 2018: Alle 14 Tage gilt das Angebot für sechs andere Clubs aus dem TUI Magic Life-Programm.

#### QATAR AIRWAYS: BIS ZU 35 % RABATT

Die neue Verkaufsaktion „Einmalige Erlebnisse. Außergewöhnliche Angebote.“ der Fluggesellschaft bietet Reisenden Rabatte von bis zu 35 % in allen Kabinenklassen. Kunden profitieren bei Buchung bis 7. März 2018 von Ermäßigungen, die bis 10. Dezember 2018 gelten. Diese ermöglichen, zu günstigen Preisen neue Teile der Welt zu entdecken, wie zum Beispiel Bangkok ab 509 EUR, Colombo ab 679 EUR oder Bali ab 809 EUR in der Economy Class.

#### RHOMBERG REISEN-SONDERPREISE

Frühlings- statt Eisblumen, blühende Macchia statt Schneematsch: Wer dem Winter ein Schnippchen schlagen möchte, kann dies mit einem Reise-Schnäppchen des Vorarlberger Korsika-Spezialisten Rhomberg tun. Mit einer eigens kreierten Frühlingsaktion gelangen Winter-Flüchtlinge nonstop auf die Mittelmeerinsel. Wer bis zum 31. März bucht, kann zu Frühlings-Sonderpreisen ab 29. April bis Mitte Juni die Insel genießen. Eine Woche in der Ferienwohnung ist mit Flug und Transfer ab 529 EUR pro Person erhältlich.

ÖVT

## Die Vorteile einer ÖVT-Mitgliedschaft

Der ÖVT-Slogan „We care for you“ wird von den ÖVT-Vorstandsmitgliedern sehr ernst genommen. Heute hat der Verband mehr Bedeutung denn je und ein dynamischer und motivierter Vorstand arbeitet regelmäßig an einer Erweiterung der Leistungen. Dies sind nur einige der Vorteile einer ÖVT-Mitgliedschaft: Vernetzung innerhalb der ÖVT-Gemeinschaft, Seminare und Weiterbildung. Hilfestellung bei touristischen Problemen. Sonderkonditionen durch Rahmenverträge bei Veranstaltungen, Versicherungen, Kreditkarten. Rechtliche und steuerliche Unterstützung. Teilnahme an General-

versammlung im Inland und an Herbsttagung im Ausland. Jährlicher Zuschuss bis zu 50% des Mitgliedsbeitrages. Marketingaktivitäten für die Mitglieder. Teilnahme als Sub-Aussteller an der Ferienmesse Wien. Regelmäßiger Interessensaustausch.

**Der Poolbucher-Service für Mitglieder, welche keinen direkten Vertrag mit Großveranstaltern besitzen, findet seit Jahren großes Interesse: Bestkonditionen, kein Mindestumsatz.**

Aufnahmeantrag, Details und Informationen beim Generalsekretariat: [oevt@chello.at](mailto:oevt@chello.at)



Advertorial

Travelport Austria

# Daten-Qualität der Veranstalter wird belohnt

Um die Performance in CETS und PowerSearch zu optimieren, hat Travelport Austria mit Anfang des Jahres ein Qualitätssiegel für Veranstalter-Daten eingeführt. Daten-König im ersten Monat ist ITS Billa Reisen – Jahn Reisen.

Foto: tip/erp



V.l. Sabrina Schwab, Country Manager Austria Travelport, Markus Fritz, Direktor Touristik Rewe Austria Touristik, Dieter Rumpel, Managing Director DACH Travelport, und die beiden Initiatoren des Top Quality-Projekts, Ingrid H. Schuster und Thomas Zankel

**Z**iel des neuen Qualitätssiegels ist, Reisebüros bessere Beratung ihrer Kunden zu ermöglichen. Jeder am Counter hat schon die leidige Erfahrung gemacht, dass sich der Preis für das vom Kunden gewünschte Angebot kurzfristig geändert hat, die Verfügbarkeit nicht mehr gegeben ist oder die Anfrage so lange dauert, bis es zu einem Time Out kommt. Ärgerlich für den Agent, da seine Kompetenz vom Kunden in Frage gestellt wird, ärgerlich für den Veranstalter, weil eventuell seine Angebote nicht mehr angefragt werden und frustrierend für Travelport, weil seine Technik angezweifelt wird. Diese Ausgangssituation haben Ingrid Schuster und Thomas Zankel bei Travelport Austria als Basis für das nun eingeführte Qualitätssiegel herangezogen.

## GOLDENE STERNE

„Es geht nicht um Gute und Schlechte unter den Veranstaltern, sondern rein um die Qualität der Daten, denn ‚content is the new currency‘“, betont Sabrina Schwab, frisch gebackene Country Managerin Österreich. Das Ziel ist klar definiert: Bessere Beratung durch Reisebüros dank qualitativ hochwertiger Daten. Um die Veranstalter zur Datenwartung zu motivieren, vergibt Travelport Austria monatlich „Top Quality“-Sterne, die auf den Startmasken von CETS und PowerSearch zu sehen sind. Die Bewertung setzt

sich aus vier Kriterien zusammen: Preiswahrheit, Verfügbarkeit, Systemstabilität, Response Time. Pro Kategorie gibt es maximal 3 Punkte. Derzeit liegt das Kriterium für „Top Quality“ bei mindestens 5 Punkten über alle Bereiche. Möglicherweise werden die Werte ab 2019 adaptiert. Veranstalter erhalten monatliche Reports, damit die Daten weiter verbessert werden können. Derzeit haben von 40 Veranstalter-Marken, die in CETS und PowerSearch gelistet sind, zwölf einen goldenen Stern. Als bester Performer hat sich ITS Billa Reisen im Jänner mit zehn von zwölf Punkten bewährt. „Zwei Punkte haben wir bei der Verfügbarkeit und im Response-Bereich verloren. Da arbeiten wir jetzt intensiv daran“, erklärt Markus Fritz, Direktor Touristik Rewe Austria Touristik. Fritz sieht die Herausforderung wachsen, sobald die Kurzfristbuchungen starten.

## KRITERIEN

Die Anforderungen für die Qualifikation für einen Top Quality-Stern sind nicht sehr hoch: Neben regelmäßigen Requests in PowerSearch und CETS müssen Preis und Verfügbarkeit mindestens zu 50% der Realität im Veranstaltersystem entsprechen. Die Response Time muss unter 2,5 Sekunden liegen. Die Zahl der Time Outs muss naturgemäß möglichst niedrig sein. „Wir wollen eine Win – Win – Win-Situation für alle drei Seiten schaffen“, so Dieter Rumpel.

## VORREITER ÖSTERREICH

Vorerst nicht unter den Top Quality-gekürten Veranstaltern sind Marken von TUI und FTI, die, so Travelport Austria, jedoch schon demnächst mit einem Stern dabei sein könnten. Generell sei das Echo der Veranstalter auf das Qualitätssiegel sehr positiv ausgefallen, erklärt Thomas Zankel.

Auch in Deutschland und der Schweiz, so betont Dieter Rumpel, Managing Director DACH-Märkte, sei die Thematik aktuell, allerdings gäbe es noch kein Punktesystem. „Die Initiative dazu kam aus Wien. Das heißt aber nicht, dass wir die Punkte nicht zu einem späteren Zeitpunkt auch in den anderen Märkten einführen“, fasst Rumpel zusammen. **ERP ●**

## TRAVELPORT AUF DER ITB

Travelport ist selbstverständlich auch auf der diesjährigen ITB in Berlin vertreten. An den Ständen 139 und 140 in der Halle 6.1 beraten die IT-Spezialisten auch zu den Produkten CETS, Powersearch, Travelport Smartpoint, Zahlungslösungen und Hospitality Solutions

# Axolot – neue b2b-Plattform

Die AER-Kooperation wird auf der ITB eine neue b2b-Plattform präsentieren, die Spezialveranstalter und Reisebüros verbindet. Unter dem Titel „Axolot“ – benannt nach dem mexikanischen Schwanzlurch Axolotl – wurde ein Marktplatz für den b2b-Bereich entwickelt. Der Name eines außergewöhnlichen Tierchens für eine außergewöhnliche Plattform. Ob und wenn ja, in welcher Form, Axolot nach Österreich kommt, ist noch offen. AER-TICKET Österreich-Chef Rainer Wieser will darüber auf der ITB Gespräche mit Rainer Hageloch, Vorsitzender des Vorstands der AER Kooperationen, führen. Unter anderem müsse geklärt werden, ob für den heimischen Markt deutsche oder österreichische Veranstalter angeboten werden. Einer der Knackpunkte: Egal auf welcher Seite der Landesgrenzen, die aufwändige Datenpflege, die für kleine Unternehmen eine beträchtliche Hürde darstellen kann.

## MANUELL ODER AUTOMATISIERT

Der Datenimport erfolgt vorerst manuell oder via Schnittstelle Tour32. Ab 1. Mai 2018 soll der Datenimport auch über allgemeine, offene Schnittstellen zu Inventory-Systemen möglich sein. „Von der Idee her finde ich Axolot toll. Ich bin überzeugt, dass das auch für kleine Veranstalter Sinn macht. Ich freu mich sehr, wenn das für Österreich ein Thema wird“, wartet Wieser weitere Schritte ab. Die Kosten, voraussichtlich knapp unter 100 EUR, sollen monatlich abgerechnet werden.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Mehr Vielfalt im Angebot der Reisebüros, einfachere Distribution für Spezialveranstalter sowie passende Produkte für die steigende Nachfrage nach individuellen Reiseerlebnissen, gerade im Bereich Special Interest. **ERP ●**

**xRes**   
Ihr neues  
Veranstaltersystem

**xMid**   
Ihr neues flexibles  
Mid- & Backoffice

## Pauschalreiserichtlinie und Datenschutzgrundverordnung?

Informieren Sie sich jetzt und  
besuchen Sie uns auf der ITB Berlin.

Vereinbaren Sie Ihren Termin: 0720 815188



ITB BERLIN  
HALLE 6.1.  
STAND 132.

[www.traso.de](http://www.traso.de)

 **TraSo**  
Travel Solutions



## Sabre: neue Lösung für Unterkunftsbuchung

Der Technologiedienstleister Sabre bietet mit seinem neuen Service „Sabre Content Services for Lodging“ eine Technologie-Lösung, die Inhalte aus unterschiedlichen Quellen verbinden soll, um das Buchen von Unterkünften zu erleichtern. Dabei kooperiert der Spezialist mit Bedsonline, TravelBound und Expedia Affiliate Network. Für die Reise- und Tourismusbranche entsteht somit eine größere Auswahl an Hotels und umfassenden Angebotsoptionen. So bietet Bedsonline 170.000 Unterkünfte 120 Ländern, TravelBound steuert 50.000 Hotels bei und bedient Kunden in 190 Ländern. EAN ermöglicht den Zugriff auf 350.000 Unterkünfte. Die Markteinführung von Sabre Content Services soll später in diesem Jahr erfolgen und im ersten Schritt 900.000 Unterkünfte umfassen, die aus unterschiedlichen Quellen innerhalb und außerhalb des GDS aggregiert werden. Die neue Lösung wird über die Sabre APIs verfügbar gemacht und in die Produkte Sabre Red Workspace, GetThere und TripCase eingebunden werden.

## Amadeus bietet Hotel-Nettoraten für Reisebüros

Mit dem neuen Angebot „Amadeus Value Hotels“ eröffnet der Partner für Technologie-Lösungen österreichischen Reisebüros das Nettogeschäft mit Hotels. Zu mehr als 220.000 Hotels weltweit werden Nettoraten geboten, auf die Reisebüros ihre eigene, selbst festgelegte Marge erheben können. Das neue Angebot reicht von großen Kettenhotels bis zu kleinen Boutiquehotels, vor allem für Urlaubs-, aber auch für Geschäftsreisende und wird sukzessive erweitert. Die Netto-Angebote sind über Amadeus Hotels Plus oder Amadeus Web Services abrufbar und können auf die gleiche Weise genutzt werden wie klassische Raten. Um es den Reisebüros wie den Hotels einfach zu machen, gewährt Amadeus den Reisebüros eine Kreditlinie und übernimmt die Zahlungen an die Hoteliers. Anschließend stellt Amadeus den Reisebüros die Nettobeträge in Rechnung. Das bedeutet, dass die Kunden ihre Hotelübernachtungen direkt in ihrem Reisebüro oder bei einer Online-Buchung über den dort angegebenen Zahlungsweg begleichen, wobei die individuell festgelegten Margen vollständig beim Reisebüro bleiben.

## ISO Travel Solutions auf der ITB 2018

ISO Travel Solutions stellt auch in diesem Jahr auf der weltgrößten Touristikmesse aus. Am Stand des Nürnberger Touristik-IT Unternehmens steht das Thema Unterstützung der touristischen IT-Systeme durch Sprachassistenten im Vordergrund. Der ITB-Messestand der ISO Travel Solutions befindet sich in Halle 5.1, Stand 111. Auf der ITB zeigt ISO Travel Solutions seine neuesten Entwicklungen im Bereich der Sprachassistenten. Das Reservierungssystem Pacific und das CRM Emerald sind jetzt kompatibel mit Alexa. Mit weiteren Einsatzmöglichkeiten für Chatbots, Call Center Systeme und Sprachsteuerung von Webseiten zeigt ISO, wie Sprachassistenten künftig die tägliche Arbeit von Reiseprofis erleichtern und dabei individuelle Kundenprofile samt Reiserichtlinien unterstützen.

## TraSo Österreich-Premiere auf der ITB

TraSo hat Ende vergangenen Jahres die Software an die Bedürfnisse des österreichischen Marktes angepasst (Margensteuer, Reiserecht, etc.) und stellt auf der ITB nun erstmals offiziell xMid und xRes für den österreichischen Markt vor. Haiko Gerdes und sein Team freuen sich auf Ihren ITB Besuch in der Halle 6.1, Stand 132 und bieten all jenen österreichischen Reisebüros und Reiseveranstaltern, die sich kurzfristig entscheiden, auf xMid bzw. xRes umzusteigen, günstige Einstiegskonditionen und Messepreise zur ITB an. „Der Umstieg ist nicht schwierig, werden doch üblicherweise alle Daten von den Vorgängersystemen übernommen“, sagt der Branchenkenner Ernst Grafinger, der die Vertretung von TraSo in Österreich leitet, und sich auf die neue Herausforderung freut.

Der erfolgreiche Anbieter von Veranstaltersystemen TraSo, gegründet im Jahr 2005, wurde mit seinem Softwarepaket xRes, das speziell für dynamische Veranstalter konzipiert ist, am Markt bekannt. Es ist mit seinem modularen Aufbau und seiner Flexibilität bei zahlreichen Veranstaltern im Einsatz. Dazu gehören unter anderem LMX Touristik, Ferien Touristik, Tropo und JT Touristik.

### NEUES MIDOFFICE-PRODUKT

Vor zwei Jahren hat TraSo seine Produktpalette um ein Midoffice-System erweitert, das sowohl bei Reisebüros als auch im Veranstalterbereich eingesetzt werden kann. xMid wurde im November 2016 vorgestellt und ist mittlerweile bei mehr als 250 Reisebüros im Einsatz. Auch hier punktet die Software mit Modularität: So ist das System sowohl bei kleinen Reisebüros als auch bei Ketten- und Kooperationen im Einsatz. Alle Systeme von TraSo sind webbasiert und somit völlig standortunabhängig und durch automatische Updates stets am neuesten Stand. Größten Wert bei den Systemen wird auf eine hohe Benutzerfreundlichkeit und eine ebenso hohe Automation gelegt. So sind neben den verschiedenen Reservierungs- und Buchungssystemen auch Versicherungen direkt in das System integriert. Automatisierter Bestätigungs- und Rechnungsversand, direkt aus dem Vorgang heraus per Mail, und ein darauf aufbauendes Mahnwesen sind weitere Vorteile des Systems. Die dabei entstehenden Daten gehen direkt in die vorgangsbezogene, integrierte Finanzbuchhaltung sowie in ein umfangreiches Reportingtool. Das erlaubt dem User, die Buchhaltung einerseits in einem sehr hohen Grad zu automatisieren und andererseits auch die Provisionserträge zu optimieren, da jederzeit eingesehen werden kann, bei welchem Veranstalter welche Umsätze im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erzielt wurden. Ein absolutes Highlight ist die automatisierte Veranstalterabrechnung, die gemeinsam mit einem Partner realisiert wurde. Dadurch lassen sich Eingangsrechnungen der großen Veranstalter elektronisch in das System einlesen und ein Abgleich erfolgt auch in diesem Bereich automatisch. ●

## Overtourism

# Was tun gegen die Touristeninvasion?

Tourismusphobie, Overcrowding, Overtourism - die Bezeichnungen sind neu, die Herausforderung ist alt: Wie lassen sich Besucherströme so steuern, dass Touristen auf ihre Kosten kommen ohne die Welt der Anrainer zu stören? Die Demonstrationen im vergangenen Jahr und die rasch schwindende Geduld der ansässigen Bevölkerung in einigen Tourismuszentren zwingen die Branche, sich ernsthaft mit dem Thema auseinanderzusetzen.

**W**ahrscheinlich haben Sie es so oder so ähnlich schon selbst erlebt: stundenlanges Schlange stehen in der Hitze, um es in Rom auf den Hop-On-Hop-Off Bus zu schaffen, die Lawinen an Kreuzfahrttouristen, die in Stundenintervallen das kleine Dubrovnik überrollen oder Horden von asiatischen Gästen, die mit ihren Selfie-Sticks die amerikanischen Nationalparks stürmen. Die Welttourismusorganisation (UNWTO) rechnet damit, dass die Zahl der Reisenden weltweit von derzeit 1,2 Mrd. bis zum Jahr 2030 auf 1,8 Mrd. ansteigen wird.

Erdrückende Massen von Touristen sind kein neues Phänomen. Nicht mehr ganz so junge Semester mögen sich an die flächendeckenden Handtuch-Mosaik an den Stränden von Lignano, Jesolo oder Caorle erinnern oder an das Gedränge auf Mallorca oder Ibiza. Die früheste Erwähnung von Massentourismus in Europa liefert die Isle of Man, deren Einwohner sich bereits 1880 gegen den Run vom Festland wehrten. Damals brachten Dampfschiffe aus Liverpool pro Jahr 100.000 Besucher auf das Eiland.

## GENUG IST GENUG

Im vergangenen Sommer platze der angestammten Bevölkerung in vielen der europäischen Hot-Spots endgültig der Kragen. Kein Wunder, denn während die Zahl der Reisenden kontinuierlich steigt, verteilt sich die Touristenflut bei weitem nicht gleichmäßig über den Erdball. Amsterdam, Dubrovnik, Kuala Lumpur, Macau, Rom, Venedig und Warschau sind die Städte, die im vergangenen Dezember in einer Studie des World Travel and Tourism Council WTTC als die am meisten von Massentourismus belasteten definiert wurden. Der Report „Coping with Success: Managing Overcrowding in Tourist Destinations“ wurde in Zusammenarbeit mit dem renommierten McKinsey Institut verfasst und analysiert die individuelle Belastung der Destinationen nach verschiedenen Faktoren. Demnach haben 20 Länder 60% des Wachstums auf sich vereinigt. Wann das Gedränge unzumutbar wird, variiert von Destination zu Destination. Verschiedene Faktoren wurden in der Studie in Betracht gezogen, unter anderem das Gefühl der Entfremdung in der einheimischen Bevölkerung, die Überlastung der Infrastruktur, Schäden an der Natur, geminderte Reiseerfahrungen der Touristen oder etwa die Bedrohung von Kultur und Traditionen.

## GEGEN-STRATEGIEN GEFRAGT

Der Report empfiehlt den Destinationen, die Saison möglichst auf Frühling bis Herbst oder sogar auf das ganze Jahr auszudehnen, anstatt in den wenigen Hochsaison-Wochen mit riesigen Menschen-



Foto: M-SUR / Shutterstock.com

Es gilt, Lösungen gegen Overtourism zu finden

mengen zu kämpfen, wie das z.B. im europäischen Sommer der Fall ist. Gleichzeitig sollten die Besucher ermutigt werden, sich auch für weniger bekannte Sehenswürdigkeiten zu interessieren, denn viele Destinationen würden sich über mehr Besucher freuen und sie zweifellos mit offenen Armen empfangen.

Andere Gegenmaßnahmen von Ordnungshütern bis Touristensteuern sind vielerorts schon im Einsatz. So wurde in Amsterdam die Eröffnung neuer Touristenläden verboten. Dubrovnik will die Anzahl an Kreuzfahrtschiffen deckeln, Bhutan die Zahl an internationalen Besuchern. An vorderster Front in Europa versucht Barcelona mit einer limitierten Anzahl an Gäste-Unterkünften dem Problem der tourismusbedingten Wohnungsnot Herr zu werden und Mallorca macht die Sünden der 70er-Jahre mit Benimm-Regeln am Ballermann wett.

## NACHHALTIGER TOURISMUS ALS LÖSUNG

Patentrezept gibt es keines. Sinnhafte Lösungsansätze wurzeln mit hoher Wahrscheinlichkeit in langfristigen Planungen und Verhandlungen mit allen Beteiligten, politischen Interventionen, der Entwicklung von individuellen Modellen und vorsichtiger Abwägung von Für und Wider. Die Tatsache, dass die Anti-Tourismus-Proteste just im von der UNWTO ausgerufenen Jahr des Nachhaltigen Tourismus für Entwicklung 2017 starteten, könnte ein Zeichen sein. Schließlich predigen Verfechter eines verantwortlichen Tourismus seit Jahren, dass nur die Beteiligung und Einbeziehung der lokalen Bevölkerung zu einer langfristigen Win-Win-Situation führen kann. Im Schatten der Overtourism-Diskussion kann nicht oft genug betont werden, dass der Tourismus mit 292 Mio. Arbeitsplätzen einen der wichtigsten Arbeitgeber darstellt, der weltweit sehr viel mehr Positives als Negatives bewirkt. *Susanna Hagen* ●

## Südböhmen

Einmal prächtig,  
einmal bodenständig

Barocke Städte, schmucke Schlösser, Klöster und Golfen, Wandern, Bier und Schnaps – die Region rund um Budweis und Krumau in Südböhmen ist nicht nur eine attraktive und schnell erreichbare Urlaubsdestination, sie bietet auch im Meeting- und Incentive-Bereich zahlreiche gute Ideen und Möglichkeiten.



**C**eské Budějovice, Budweis, ist berühmt für Bier. Die größte Stadt in Südböhmen ist aber auch sonst sehr attraktiv. Sie hat einen sehr schönen historischen Kern bewahrt, mit einem großen, quadratischen Marktplatz, dem Přemysl-Ottokar-II.-Platz, im Mittelpunkt. Umgeben ist dieser von Bauwerken im Gotik-, Renaissance- und Barockstil, eines davon ist das blau getünchte Rathaus mit drei Türmen, Glockenspiel und Laubengang. In der Mitte des Platzes befindet sich außerdem der Samson-Brunnen. Auch rundherum in den Straßen und Gassen finden sich gut erhaltene historische Gebäude, Kirchen und Türme, z. B. der Schwarze Turm, der sich gut auch als Aussichtsturm macht, das markante, spätgotische Solnice (Salzhaus) oder die Überreste der ehemaligen Stadtbefestigung am Ufer des Zusammenflusses von Vltava (Moldau) und Malše (Maltisch).

Berüchtigt ist Budweis für die große Zahl an Wirtshäusern und Bierlokalen, die keine kulinarischen Wünsche – von deftig bis Haute Cuisine - offen lassen. Kein Wunder: Das Bierbrauen hat in der Gegend eine über 700-jährige Geschichte. Die Brauerei Budějovický Budvar (Budweiser Budvar) gibt es auch schon seit 1895 und sie hat zumindest in Europa das Recht auf die weltbekannte Marke „Budweiser“. Ein Besuch der Brauerei mit Verkostung gehört zum Pflichtprogramm in der Stadt. 2016 schauten 62.000 Besucher vorbei, die sich wohl vom Klirren der Flaschen, dem Geruch von Hefe und Malz und den Bergen an (vollen) Bierkisten beeindruckt ließen. Die Produktion läuft immer auf Hochtouren: „80.000 Flaschen werden pro Stunde abgefüllt“, heißt es bei der Führung, „1,2 Mio. Hektoliter Bier in sieben Sorten werden im Jahr produziert.“

## EDLE SCHLÖSSER UND BRÄNDE

Nur 12km von Budweis entfernt liegt Hluboká nad Vltavou, das mit dem Märchenschloss Hluboká (Frauenberg) und dem entsprechenden Garten punkten kann. 140 Räume und elf Türme verzeichnet das Schmuckstück für sich, ein Teil davon kann auch besichtigt werden: prunkvolle Säle mit geschnitzten Holzdecken und Wandverkleidungen, edlen Möbeln, Teppichen und Gobelins, Kristalllustern, Porzellan, Waffen usw. Auffallend im Hof sind auch die vielen Hirschgeweihe an der Außenwand. In der Schlossreithalle findet man zudem eine Ausstellung südböhmischer Gotik und holländischer Meister vor. Das Schloss an der Stelle der ehemaligen Wachburg aus dem 13. Jahrhundert war u. a. im Besitz des Fürsten Johann von Schwarzenberg und seiner Frau Eleonore, die das Schloss in der Mitte des 19. Jahrhunderts komplett – nach dem Vorbild des englischen Schloss Windsor – gestalten ließen.

Nicht nur Bier, sondern auch Schnaps gehört zu Svachova Lhotka, in der Nähe von Český Krumlov (Krumau). Das Hotel Svachov dvur, ursprünglich ein Bauernhof, mit 18-Loch-Golfplatz, einem umfangreichen Wellness-Angebot, Restaurant und Eventlocations beherbergt auch eine Brauerei und eine Brennerei. Die Brauerei Glokner stellt helles und halbdunkles Lager her, zum Teil auch z. B. Pale Ale und IPA, alles – im Vergleich zu Budweiser – in kleinen Mengen von ca. 1.000 Hektolitern im Jahr, wie der Braumeister erzählt. Die Menge zählt auch gar nicht, sondern der Geschmack. Das gilt auch für die diversen Brandys, Liköre und den Whisky (Single Malt), die in den Fässern und Flaschen der Destillerie Svach reifen. Bei einer Degustation erklärt er, was Glasform und Temperatur bei den Bränden für Unterschied machen.

## DIE WELTKULTURERBESTADT

Dass Český Krumlov UNESCO-Welterbestätte ist, verwundert nicht. Das Zentrum der Stadt an der Moldau wurde 1992 als solche ernannt. Das Schloss, Kloster, Kirchen, Bürgerhäuser, Höfe und Gärten präsentieren in aller Pracht unterschiedlichste Kunststile mehrerer Jahrhunderte. Jeder Schritt durch die Gassen, über Plätze und Brücken erzählt Geschichte. Das Schlossgelände, einst Sitz der Rosenberger und später der Adelsfamilie Schwarzenberg, umfasst eine Gesamtfläche von 10ha mit insgesamt vierzig Gebäuden und Palästen, zu denen Renaissancehof, das Rokoko Lustschloss, Barockes Schlosstheater, der Turm, Mantelbrücke, Bärengraben, Burgmuseum und Schlossgarten gehören. Ein Aufstieg auf den dekorativen Turm über die 162 steilen Stufen zahlt sich aus, gewährt er doch einen Blick über die gesamte Stadt, auf Straßen, Brücken, Dächer und Häuser - sogar auf die bekannten Motive des Malers Egon Schiele, nach dem auch das Egon Schiele Art Centrum benannt ist. Großzügig bemessen ist auch das Kloster Český Krumlov, ehemaliges Minoritenkloster, das nicht nur Museen sondern auch diverse Veranstaltungsräume und -theater bietet. Die Stadt ist quirlig, viele Touristen bummeln zwischen den Souvenirshops, Bierschenken und den Plätzen mit Straßenmusikern. Beschaulich ist hingegen eine abendliche Floßfahrt auf der Moldau, die die Stadt aus einem anderen Blickwinkel und in anderem Licht erscheinen lässt.

Südlich von Krumau befindet sich ein weiteres Kulturhighlight an der Moldau: das Kloster von Vyšší Brod (Hohenfurth), Zisterzienser-Abtei und seit dem 13. Jahrhundert geistiges und kulturelles Zentrum der Region Südböhmen. Der Legende nach soll Wok von Rosenberg das Kloster aus Dank für seine Rettung aus der Moldau errichten lassen haben. Bei einer Führung erhalten die Besucher Einblick in die wechselvolle Geschichte des Klosters und dessen Schätze, v. a. etwa in der Zeit des Zweiten Weltkrieges und des Kommunismus. Sehenswert ist auch die prächtige Bibliothek und das Zawisch-Kreuz, das, geschützt in einem Turm untergebracht, wertvollster Gegenstand im Kirchenschatz ist.

## ABENTEUER ÜBER DEN WIPFELN

Natur und Sport wiederum verbindet Lipno nad Vltavou (Lippen), am Ufer des Lipno-Stausees der Moldau. Die Region ist Paradies für alle, die sich gerne bewegen. Sämtliche Wassersportarten, ob Schwimmen, Segeln, Kajakfahren oder Raften, werden angeboten. Wanderrouten und Biker-Strecken gibt es ebenso wie einen Bikepark, (Sommer-) eine Bobbahn oder einen Seilpark. Wintersportler kommen beim Eislaufen, Langlaufen und Skifahren auf ihre Kosten. Hotels, Restaurants und Sportgeschäfte tragen ebenfalls zur guten Infrastruktur bei. Seit 2012 gibt es außerdem auch noch den Baumwipfelpfad auf dem Kramolinberg: Der Weg führt spiralförmig in eine Höhe von 40 Metern zwischen den Baumkronen und bietet dann einen traumhaften Weitblick auf die Landschaften Tschechiens und Österreichs. Mehrere Erlebnisstationen bringen Interessierten die Natur näher. Während die einen den gleichen Weg wieder hinunter nehmen, nutzen andere die Rutsche und sausen zurück auf den Erdboden.

*Christiane Reitshammer* ●

## MICE LOCATIONS

### Hotels und Restaurants

- Clarion Congress Hotel & Restaurant Benada in České Budějovice: 4-Sterne Konferenzhotel, 205 Zimmer, Bierkeller, Restaurant, für große Gruppen geeignet, [www.clarioncongresshotelceskebudejovice.com](http://www.clarioncongresshotelceskebudejovice.com)
- Wellness Hotel Diamant in Hluboká nad Vltavou: 5-Sterne Hotel mit 34 Zimmern und zwei Apartments, Veranstaltungsbereich, Spa-Bereich, angrenzender Golfplatz, [www.hoteldiamant.cz](http://www.hoteldiamant.cz)
- Hotel Bellevue in Český Krumlov: 66 Zimmer in verschiedenen Kategorien (auch Apartments) mitten in der Altstadt, Restaurant Le Jardin, Weinkeller, Meeting-Räume, [www.bellevuehotelkrumlov.cz](http://www.bellevuehotelkrumlov.cz), [www.lejardinrestaurant.cz](http://www.lejardinrestaurant.cz)
- Zentrum für Studienaufenthalte: einfache Unterkunft und Veranstaltungsräume [www.zamek-ceskykrumlov.eu/cs/informace-pro-navstevniky/Studijni-centrum-Česky-Krumlov](http://www.zamek-ceskykrumlov.eu/cs/informace-pro-navstevniky/Studijni-centrum-Česky-Krumlov)
- Abendessen z. B. in der Taverne Šatlava in Český Krumlov: deftige Küche (Ritteressen) und Bier in der Altstadt, [www.satlava.cz](http://www.satlava.cz)
- Hotel Svachov in Svachova Lhotka: 80 Betten in 3- und 4-Stern-Kategorie (Zimmer und Apartments), Wellness, Golfplatz, Restaurant, Brauerei, Brennerei, [www.svachovka.cz](http://www.svachovka.cz)
- Wellness Hotel Frymburg: 168 Zimmer und Appartements am Lipno-Stausee, Restaurant, Konferenzräume, Wellnessbereich, Hotelstrand und -hafen, Unterwasserweltausstellung,

### Erlebnisse und Besichtigungen

- Brauerei Budweiser Budvar: [www.budweiser.cz](http://www.budweiser.cz)
- Minibrauerei und Destillerie im Resort Svachova Lhotka: [www.svachovka.cz](http://www.svachovka.cz)
- Schloss Hluboká Zámek: [www.zamek-hluboka.eu/en](http://www.zamek-hluboka.eu/en)
- Kloster Krumau: [www.klasteryck.cz](http://www.klasteryck.cz)
- Kloster Vyšší Brod: [www.klastervyssibrod.cz](http://www.klastervyssibrod.cz)
- Floßfahrt Moldau: [www.malecek.cz/ois](http://www.malecek.cz/ois)
- Baumwipfelpfad in Lipno: [www.stezkakoronamistromu.cz/de/](http://www.stezkakoronamistromu.cz/de/)

### Links

[www.czechtourism.com](http://www.czechtourism.com),  
[www.jiznicechy.cz/de/](http://www.jiznicechy.cz/de/),  
[www.inbudejovice.cz/](http://www.inbudejovice.cz/),  
[www.ckrumlov.info](http://www.ckrumlov.info)



# Kreuzfahrten Die außergewöhnlichsten Reisen 2018

Ob es nun Abtanzen mit international bekannten DJs ist, eine Show des „Cirque du Soleil“ oder Kochen mit Tim Mälzer: Themenkreuzfahrten liegen im Trend. Auch in diesem Jahr haben sich die Reedereien dazu wieder einiges einfallen lassen. Wir haben ein paar Highlights für 2018 ausgewählt.

## TUI CRUISES: HEAVY METAL AUF SEE

Ein ganz besonderes Festival erwartet die Metal-Fans auch in diesem Jahr bei der „Full Metal Cruise“ von TUI Cruises – und aufgrund des großen Erfolgs der letzten Jahre und der starken Nachfrage gibt es 2018 erstmals sogar zwei Kreuzfahrten dieser Art. Zunächst stehen Luftgitarrespielen und Headbängen auf der Mein Schiff 2 auf der Tagesordnung, wenn diese von 15. bis 20. April 2018 auf der „Full Metal Cruise VI“ ab/bis Palma de Mallorca im Mittelmeer unterwegs ist. Von 2. bis 7. September 2018 findet dann die „Full Metal Cruise VII“ erstmals auf der Mein Schiff 3 statt, die von Bremerhaven nach Schottland und England fährt.

An Bord beider Schiffe spielen wieder hochkarätige Bands auf gleich drei Bühnen, es gibt Karaoke, Metal-Wellness, Musik-Workshops, Lesungen, Comedy-Auftritte und auch die Möglichkeit, sich bei einem Tätowierer ein Souvenir dieser Reise stechen zu lassen.

Auf der „Mein Schiff 2“ treten unter anderem „Mundstuhl“, „Dirkschneider“, „Rage“ und der griechische Gitarrist „GUS G“ auf, der schon für Ozzy Osbourne gespielt hat. Auf der „Mein Schiff 3“ können sich die Metal-Fans unter anderem auf „Grave Digger“, „Eisbrecher“ und „Versengold“ freuen.

## AIDA CRUISES: KOCHTIPPS VON TIM MÄLZER

Kulinarische Gaumenfreuden warten wiederum auf die Gäste von AIDA Cruises: Schon seit 2016 begeistert der beliebte TV-Koch Tim Mälzer große und kleine Gäste an Bord – und auch in diesem Jahr wird er sein Wissen wieder an interessierte Passagiere weitergeben. Dafür ist er bei Mittelmeer-Kreuzfahrten der AIDAprima von 9. bis 12. Juni 2018 und der AIDAperla von 20. bis 23. Oktober 2018

zu Gast. Im „Kochstudio by Tim Mälzer“ erfahren die Teilnehmer praktische Tipps und Tricks für Zuhause. Außerdem werden spezielle Kochkurse für Kinder sowie Live-Talks und Showcookings auf der großen Bühne im Theatrium angeboten.

### MSC CRUISES: DIE BESTEN ARTISTEN DER WELT

Mitreibende Musik, außergewöhnliche Projektionen und einzigartige Sinneseindrücke erwarten die Gäste auf der MSC Meraviglia: Für das Kreuzfahrtschiff hat der „Cirque du Soleil at Sea“ zwei verschiedene Shows kreiert, die zweimal pro Abend an sechs Tagen pro Woche gezeigt werden – jeweils mit eigenem Konzept, Look, Kostümen und Make-up. Schauplatz dieses weltweit einzigartigen Entertainment-Programms ist die 1.000 Quadratmeter große „Carousel Lounge“, in der 413 Gäste Platz finden.

Die langfristige Partnerschaft zwischen MSC und dem Cirque du Soleil umfasst insgesamt acht exklusive Shows für die vier Schiffe der Meraviglia-Generation. Die MSC Meraviglia, die im Juni 2017 getauft wurde, zeigt bereits die beiden Shows „Viaggio“ und „Sonor“. Bis 2020 folgen dann noch drei weitere Kreuzfahrtschiffe dieser Klasse mit sechs weiteren Shows.

### CUNARD: MODETRENDS AUF DER QUEEN MARY 2

Die alljährliche „Transatlantic Fashion Week“ von Cunard ist zwar noch relativ jung, aber bereits eine Erfolgsgeschichte: Von 2. bis 9. September 2018 werden die Gäste an Bord der Queen Mary 2 zum dritten Mal in Folge spektakuläre Catwalk Shows erleben und Experten der internationalen Modeszene kennenlernen, während sich der Oceanliner von Southampton zur traditionellen „Fashion Week“ in die Modemetropole New York begibt. Diesmal dürfen sich die Passagiere unter anderem auf die Fashion Show von Virginia Bates und Modeschöpfungen aufstrebender Designer der University of Westminster sowie auf Workshops und Fotoausstellungen freuen.

### HAPAG-LLOYD: MS EUROPA TRIFFT AUF 21 STERNE

In den letzten zwei Jahren ging „EUROPAs Beste“ vor Mallorca und Hamburg über die Bühne. 2018 wird das beliebte Gourmet-Festival von Hapag-Lloyd Cruises wieder in Antwerpen stattfinden, wo es einst auch seinen Anfang nahm. Gleich zehn Sterneköche

mit insgesamt 21 Michelin-Sternen werden dabei sein, wenn sich das Lido Deck der MS Europa am 24. Juni 2018 in eine Genussmeile verwandelt. Zudem werden Chocolatiers, Pâtisseries, Fromagers und Winzer erwartet – darunter auch Günther Jauch, der die Weine seines Weinguts von Othegraven vorstellt. Die Kreuzfahrt rund um das Gourmet-Festival führt von 12. bis 26. Juni 2018 von Bilbao nach Hamburg. Dabei steht neben den kulinarischen Genüssen auch das Klangvergnügen im Vordergrund, wenn beim Klassik-Gesangswettbewerb „Stella“ Maris internationale Opernhäuser ihren talentierten Nachwuchs präsentieren, der in drei Wettbewerbsrunden an Bord der MS Europa gegeneinander antritt.

### TUI CRUISES: MITTELMEER MIT INTERNATIONALEN DJS

Auch 2018 wird die Mein Schiff 2 von TUI Cruises wieder zum schwimmenden Club mit international bekannten DJs: Auf der „World Club Cruise 2“ geht es von 20. bis 24. April 2018 von Palma de Mallorca über Marseille und Barcelona wieder zurück nach Palma. Bei den spektakulären Bühnenshows treten unter anderem Robin Schulz, „Alle Farben“, „Gestört aber Geil“, Timmy Trumpet, Le Shuuk und der Techno-Artist Marek Hemmann auf. Bei der Premiere dieser Themenkreuzfahrt im Jahr 2017 feierten 2.000 begeisterte Gäste an Bord des Schiffes.

### OCEANIA CRUISES: WEINREISE ZU DEN WINZERN

Eine gepflegte Weinkultur gehört mittlerweile auf vielen Schiffen zum Standard. Kreuzfahrten zum Wein sind aber immer noch eine Seltenheit. Das Seereisen Center aus Wien hat nun für 2018 gemeinsam mit Oceania Cruises eine ganz spezielle Reise für vinophile Gäste auf der „Marina“ aufgelegt, die von 27. September bis 9. Oktober 2018 von Amsterdam nach Lissabon führt. Unter dem Motto „Vineyards & Castles“ werden dabei gleich drei Weinanbaugebiete in Frankreich, Spanien und Portugal besucht. Der aus Innsbruck stammende Diplom-Sommelier Bruno Simianer begleitet die deutschsprachigen Ausflüge zu typischen Weingütern mit Verkostungen, die im Bordprogramm so nicht angeboten werden, und erläutert die unterschiedlichen Produktionsmethoden und die regionalen Besonderheiten. Ein Vortrag an Bord und ein Gourmet-Abendessen mit Verkostung exklusiver Weine im Restaurant „La Reserve by Wine Spectator“ sind weitere Höhepunkte dieser Reise, die direkt beim Seereisen Center buchbar ist. ●

## Der neue Katalog kommt bald!

Im **Winterkatalog 2019/2020** können ihre Kunden auf 172 Seiten aus insgesamt 29 Routings wählen. Die Auslieferung ins Reisbüro erfolgt im Laufe des Monats März.

### NEUHEITEN WINTER 2019 / 2020 AUF EINEM BLICK:

#### Karibik/ Mittelamerika:

- Neue *Mein Schiff 1: Costa Maya in Mexiko* als neuen Hafen auf dem Mittelamerika-Routing erleben.
- Neue *Mein Schiff 2: Traumhafte Insel Antigua* neu im karibischen Insel-Routing entdecken.

#### Asien:

- *Mein Schiff 6: Unvergessliche Feiertage* auf der 15-tägigen **Weihnachtsreise von Singapur nach Hongkong** erleben und das neue Jahr auf der 13-tägigen **Silvesterreise von Hongkong nach Singapur** begrüßen.

### VERKAUFSTIPPS UND -UNTERSTÜTZUNG

- alle Informationen dazu finden Sie in der Wohlfühlüte KW 9
- Buchung sowie schnelle übersichtliche Vakanzabfragen mit der Wohlfühlpreis Übersicht im Infonet
- Erstellung von vakanzgeprüften Schaufensterflyern mit dem Angebotszettel-Konfigurator im TUI Cruises Infonet unter der Rubrik „Werben“
- Informationen und Katalogbestellungen unter [www.tuicruises.com/infonet](http://www.tuicruises.com/infonet)



Tina Kirfel, Geschäftsführerin der Kreuzfahrtinitiative

# Faire Partnerschaft ist gefordert

Der Vertriebsverband Kreuzfahrtinitiative (KI) hat sich mit Tina Kirfel einen Profi der Industrie in die Geschäftsführung geholt. Ihre langjährige Erfahrung bei Kreuzfahrtunternehmen wie Hapag-Lloyd oder Silversea soll der KI auf ihrem Weg zukunftsfit zu werden helfen. Auch für Österreich hat Tina interessante Nachrichten, wie sie den *tip*-Lesern verrät.



**tip:** Liebe Tina, willkommen zurück in der Kreuzfahrt-Branche. Wie hast du deine kurze Auszeit genützt?

**Tina Kirfel:** Vielen Dank, ich freue mich auch sehr, weiterhin in der KF-Branche tätig zu sein. Meine kleine Auszeit habe ich genutzt, um beruflich einen lange gehegten Wunsch in die Tat umzusetzen: Ich habe meine eigene Agentur für strategisches Marketing auf den Weg gebracht. Hier arbeite ich für einige namhafte Kunden, zu denen auch die Kreuzfahrtinitiative (KI) gehört. Gleichzeitig kann ich mich unternehmerisch stark miteinbringen und die Zukunft der KI strategisch mitgestalten.

*Du bist neue Geschäftsführerin der Kreuzfahrtinitiative. Kannst du unseren Lesern diesen Verband und die Ziele in kurzen Worten erklären?*

**T.K.:** Die Kreuzfahrtinitiative ist 2011 gegründet worden und ist ein Zusammenschluss von aktuell 33 Mitgliedern (Anm.: stetig wachsend). Ein starker Unternehmerverbund, der den konsequenten Dialog und die faire Partnerschaft mit den Reedereien verfolgt. Wir alle wissen, dass der Vertrieb hier eine starke und fokussierte Lobby benötigt. Durch das Eigenprodukt „Stars-del-Mar“, in diesem Jahr auf der „Mein Schiff 6“, haben die KI-Mitglieder zudem ein ex-

klusives, eigenes Produkt. Stars-del-Mar 2019 wird in diesem Sommer auf der 2018-Reise verkündet.

Unser USP ist die Zusammenstellung der Mitglieder. Diese bestehen Ketten- und Kooperations-übergreifend aus Partnern, die das Thema Kreuzfahrt ganz oben auf ihrer Agenda haben. Wir haben große Partner, kleine Büros, Direktvermarkter und Onliner. Allen geht es um die Sache und den Erfolg. Dies entfacht einen wirklich guten Spirit.

*Worin werden deine Hauptaufgaben als Geschäftsführerin liegen?*

**T.K.:** Bis dato hat der Vorstand die Geschäfte der KI neben dem eigenen Tagesgeschäft geführt. Daraus sind schon sehr gute Produkte und Ergebnisse entstanden. Der Vorstand kam allerdings zeitlich an seine Grenzen. Nun gilt es, die KI in die Zukunft zu führen. Ich werde stark den Dialog mit den Reedereien suchen um für die KI langfristige, partnerschaftliche Grundlagen zu sichern. Aber auch mit den Ketten- und Kooperationszentralen bin ich bereits im Gespräch. Wir sehen die KI als Ergänzung zu bestehenden Ketten- und Kooperationszugehörigkeiten. Durch die Konzentration auf die Kreuzfahrt, können wir hier wertvolle Unterstützung und Ergänzung bieten. Aktuell arbeite ich zudem an einigen Basisthemen. Wir werden die KI-Webseite überarbeiten und einen geschlossenen Mitgliederbereich schaffen, der den schnellen Austausch untereinander ermöglicht. Des Weiteren werden wir Stars-del-Mar als Endkundenmarke weiter ausbauen.

Ich hoffe sehr, dass wir schnell einige Kollegen aus Österreich in der KI begrüßen können

*In Österreich gibt es ebenfalls Reiseunternehmen, die auf die Vermittlung von Kreuzfahrten spezialisiert sind. Wird die Kreuzfahrtinitiative auch „unsere“ Richtung expandieren?*

**T.K.:** Unbedingt! Dies ist absolut der nächste Schritt. Ich habe all die Jahre sehr erfolgreich mit dem Vertrieb in Österreich gearbeitet und weiß um die Kompetenz und Expertise im Markt. Hier hoffe ich sehr, dass wir schnell einige Kollegen aus Österreich in der KI begrüßen können. Jeder, der Interesse hat, kann sich gerne an mich wenden.

*Du warst jahrelang für führende Reedereien tätig. War dein Wechsel auf die Vertriebsseite ein großer Spagat, den du vollziehen musstest?*

**T.K.:** Nein, im Gegenteil. Die langjährige Erfahrung auf Reedereiseite national und international sowie die vielen Insights in allen Bereichen einer Reederei kann ich nun auf der Vertriebsseite perfekt nutzen und allen Büros, Ketten- und Kooperationsübergreifend helfen.

*Was sind aus deiner – und aus Sicht der Kreuzfahrtinitiative – die größten Herausforderungen für den Vertrieb?*

**T.K.:** Da gibt es sicherlich viele, ich denke aber die Größte ist eigentlich ganz banal. Es ist die faire Partnerschaft zwischen Reedereien und Vertrieb in Zeiten, in denen sich alles wandelt. Es ist der Dialog und der Umgang auf Augenhöhe. Das vermisste ich oft. Wenn man den Vertrieb nicht fair behandelt, fehlt ihm auch die Motivation im Verkauf. Es geht um auskömmliche Provisionen für den Dienst am Kunden. Leider wird hier oft zu kurz gedacht. Auf Reedereiseite habe ich immer versucht, dies mit dem Vertrieb zu leben und das möchte ich nun gerne im Gespräch mit den Reedereien weiterführen.

## Wirklich zufrieden ist der Vertrieb nicht

Wie zufrieden ist der Vertrieb mit der Zusammenarbeit mit den Reedereien und Kreuzfahrtveranstaltern? Und wo siehst du Verbesserungspotenzial?

**T.K.:** Möchtest du eine ehrliche Antwort? Ich glaube, wirklich zufrieden ist der Vertrieb nicht. Die Kollegen im Außendienst der Reedereien sind meist wirklich engagiert und hier gibt es faire Partnerschaften auf lokaler Ebene. Die tiefgreifenden Entscheidungen können aber selten beeinflusst werden. Dies gilt natürlich besonders für die internationalen Kollegen. Der Vertrieb wird nicht wirklich einbezogen. Hier würde ich mir ein anderes Agieren wünschen, denn auf der Gegenseite wünschen sich die Reedereien die volle Unterstützung des Vertriebes.

Wird es auch in der Kreuzfahrt-Branche eine teilweise Verlagerung des Geschäfts in Richtung Online-Vertrieb geben?

**T.K.:** Das ist ja schon so, finde ich aber auch nicht schlimm. Jeder Kunde sucht sich seinen Weg, wie er seine Kreuzfahrt buchen

kann. Und jedes Reisebüro, ob stationär oder online, muss einen guten top Service bieten, um den Kunden zu halten.

Wenn wir dich schon einmal vor dem „Mikrofon“ haben, Tina, wollen wir auch ein paar deiner Expertisen zur Industrie wissen. Glaubst du, wird der Boom der Kreuzfahrten in der gleichen Geschwindigkeit anhalten?

**T.K.:** Tja, das ist eine gute Frage. Eine Weile noch, ja. Aber nicht unbegrenzt.

## Prozentual wird das Expeditionssegment am stärksten wachsen

Wird das Wachstum ein generelles sein, oder haben gewisse Segmente – zum Beispiel Luxus- oder Expeditionskreuzfahrten – besonders großes Potenzial?

**T.K.:** Ich denke, es wird ein generelles sein, allerdings prozentual gesehen wird das Expeditionssegment am stärksten wachsen.

Mit „Stars del Mar“ hat die Kreuzfahrtinitiative seit einigen Jahren ein eigenes Produkt

am Markt. Werden Themenreisen in Zukunft eine größere Rolle spielen?

**T.K.:** Absolut, der Kunde sucht immer mehr nach speziellen Themen und seinen Interessen. Hier kann der Vertrieb sich sehr gut profilieren und eigene USPs kommunizieren.

Abschließend noch die Frage: Würdest du heute einem Reisebüro noch empfehlen, sich verstärkt auf den Vertrieb von Kreuzfahrten zu spezialisieren?

**T.K.:** Unbedingt. Es gibt noch so viele Möglichkeiten im Kreuzfahrtvertrieb. Das Segment ist spannend, wächst, man kann als Büro gute Erlöse erwirtschaften und hat ein planbares Produkt. Wenn man noch keine Erfahrung hat, sollte man einfach mal mit einer Schiffsbesichtigung anfangen und sich von der Faszination Kreuzfahrt einfangen lassen. Dann geht es meistens leicht, dies bei der nächsten Beratung dem Kunden anzubieten. Wir unterstützen unsere Mitglieder hier auch immer gerne. Die ersten exklusiven Schiffsbesichtigungstermine für KI-Mitglieder stehen schon. Vielleicht genau der richtige Zeitpunkt, anzufangen.

Das Interview führte Dieter Putz

MARKTFÜHRER  
EXPEDITION CRUISES

## HANSEATIC nature & HANSEATIC inspiration

DIE NEUE EXPEDITIONSKLASSE

Besuchen Sie uns auf der  
ITB 2018 in Halle 25  
am Stand 120!

JETZT  
KATALOG  
BESTELLEN!



Unsere zwei neuen Expeditionsschiffe HANSEATIC nature und HANSEATIC inspiration stehen 2019 zum ersten Mal in See. Eröffnen Sie Ihren Kunden atemberaubende Erlebniswelten auf der Reise ihres Lebens, die Abenteuer und Komfort optimal in Einklang bringt.

Bestellen Sie jetzt kostenlos den neuen Katalog auf unserem Partnerportal ZEIT IST LUXUS in der Rubrik „Verkaufen“.

  
HAPAG <sup>18</sup>/<sub>91</sub> LLOYD  
CRUISES

Hapag-Lloyd Kreuzfahrten GmbH  
Ballindamm 25, 20095 Hamburg, Deutschland  
info@denn-zeit-ist-luxus.com  
denn-zeit-ist-luxus.com, hl-cruises.at

# Ponant Ziel: Marktführer für Expeditionsreisen

Stefanie Vollmuth huscht ein breites Lächeln über das Gesicht, wenn sie über die Expansion der Ponant-Flotte spricht. Die 36-Jährige ist seit fünf Jahren Leiterin des 2009 eröffneten Hamburger Büros der französischen Kreuzfahrtreederei, das für die Märkte in Deutschland, Österreich und der Deutsch-Schweiz zuständig ist.



**N**eben Hamburg ist Ponant mit Büros in New York, Sydney und Shanghai vertreten. In Paris und Brüssel entstanden Flagshipstores mit eigenem Reisebüro, weitere Städte sollen folgen.

Derzeit besitzt die in Marseille ansässige Reederei neben dem Großsegler Le Ponant vier baugleiche Superyachten mit je 132 Kabinen und ist Marktführer für Schiffsexpeditionen in Arktis und Antarktis. Seit 2015 gehört Ponant zum Luxus-Konzern Artémis des französischen Milliardärs François Pinault, Ehemann von Hollywoodstar Selma Hayek. Artémis, mit Marken wie Yves St. Laurent, Gucci oder Hermès, investierte kräftig und bestellte vier Schiffe einer neuen Baureihe. Die Ponant Explorer-Serie ist ausgestattet mit Features wie der ersten multisensorischen Unterwasserlounge. Die nach französischen Entdeckern benannten Yachten sollen vor allem in tropischen und subtropischen Destinationen eingesetzt werden.

### VIELE NEUE ZIELE

Mit den Warmwasserzielen will Ponant zum Marktführer für Luxus-Expeditionen auf dem Wasser werden. Die Le Lapérouse wird im Juni in Dienst gestellt, die Le Champlain kommt im Herbst. Die Le Bougainville und die Le Dumont-d'Urville, folgen 2019. Die Vorausbuchungen sind laut Stefanie Vollmuth hervorragend: „Die Nachfrage ist in den vergangenen Jahren stetig gewachsen, es fehlte aber an neuer Tonnage. Wir haben den Trend rechtzeitig erkannt und die neuen Explorer-Schiffe sind so klein, dass auch bislang unberührte Ziele angelaufen werden können.“ Allein 180 neue Häfen werden in den nächsten beiden Jahren angesteuert und mit den

Großen Seen, Inseln wie der Aldabra-Gruppe oder den Scattered Islands sowie regelmäßigen Fahrten in die australische Kimberley-Region kommen neue Zielgebiete hinzu.

### EISBRECHER ZUM NORDPOL

Für Aufsehen sorgte ein spektakuläres Projekt: Im Dezember 2017 wurde eine LNG-betriebene Eisbrecheryacht bestellt. Mit dem ICE-BREAKER, der 2021 in Dienst gestellt wird, sollen bis zu 270 Passagiere sogar bis zum geografischen Nordpol fahren. Auf der Seatrade in Miami wurde Anfang des Monats dann noch der Bau von zwei weiteren Schiffen der Explorer-Klasse bekanntgegeben. Mit den sieben Neubauten verdoppelt Ponant seine Kapazitäten von heute 30.000 Passagieren bis 2021. Trotz der gewaltigen Expansion freut sich Stefanie Vollmuth auf die anstehenden Aufgaben: „Die Nachfrage ist größer als das Angebot, wir könnten alleine für die Nord-West-Passage mehr als zehn Mal so viele Kabinen verkaufen. Mit dem Mix aus hochmodernen Schiffen, Expeditionen in außergewöhnliche Zielgebiete und einer internationalen Gästestruktur sind wir sehr gut gestellt.“

### EXPEDITIONEN STATT MITTELMEER

Obwohl viele Reedereien gerade massiv in das Segment investieren – derzeit sind rund 30 Expeditionsschiffe bestellt – glaubt Vollmuth nicht, dass der Markt übersättigt wird: „Es wird eine Verschiebung geben von klassischen Mittelmeer- oder Karibikkreuzfahrten zu Expeditionsreisen mit dem Schiff. Die Passagiere möchten Abenteuer und ausgefallene Destinationen, aber mit Komfort. Deswegen



Stefanie Vollmuth

wird es auch keinen Preisverfall geben.“ Das fünfköpfige Hamburger Team wird weiter wachsen: „Die Reisebüros siedeln uns noch zu oft im klassischen Luxusbereich an, dabei stehen wir ganz klar für komfortable Expeditionsreisen.“ Mit Schulungen, einem Verkaufsfaden, der zweimal pro Jahr aktualisiert wird, Kundenabenden und Schiffsbesichtigungen bei Deutschland-Anläufen (Le Soléal 16. Mai in Hamburg; Le Lapérouse 30. August in Lübeck-Travemünde) wird Agenturen das Produkt nähergebracht. Erstmals wird in diesem Jahr eine eigenständige Roadshow durchgeführt, gemeinsam mit Partnern gibt es auch B2B-Infoabende in Wien und Zürich.

### EIGENE BUCHUNGSZENTRALE

In Österreich arbeitet Ponant vor allem mit KUONI, Ruefa – Seetour Austria und Caravelle zusammen, außerdem gibt es Verträge mit Airtours, Dertour Deluxe, Windrose und LCC. Die Grundprovision ist mit 12% recht attraktiv, gilt aber nur für die reine Kreuz-

fahrt. Nebenleistungen wie Flüge oder Vor- und Nachprogramme werden mit 10 Prozent vergütet. Im Gegensatz zu Wettbewerbern hat das Hamburger Büro eine eigene, deutschsprachige Buchungszentrale – eine enorme Hilfe für Reisebüros. Der klare Fokus für die nächsten Jahre liegt darauf, mit zunehmender Kapazität auch das Einzelplatzgeschäft zu steigern. Wenn das überproportional gelänge, würde Stefanie Vollmuth nicht nur lächeln, sondern strahlen. ●

### i INFO

**Schiffe:** Le Ponant (32 Kabinen)

Le Boréal, L'Austral, Le Soléal (je 132 Kabinen), Le Lyrial (122 Kabinen)

Le Lapérouse (Juni), Le Champlain (Oktober), Le Bougainville und Le Dumont d'Urville (je 92 Kabinen / Frühjahr / Herbst 2019)

Icebreaker (135 Kabinen, Sommer 2021)

Zwei weitere Neubauten der Explorer-Klasse (je 92 Kabinen, Frühjahr/Herbst 2023)

Für Beratung, Vakanzabfragen, Optionen und Buchungen ist das Hamburger Büro unter der Telefonnummer +49 40 80 80 93 - 143 oder per E-Mail unter [reservierung@ponant.com](mailto:reservierung@ponant.com) erreichbar. Für Schulungen, Kundenabende oder Kooperationsvereinbarungen wenden sich Reisebüros aus Österreich an Andrea Hendel unter [ahendel@ponant.com](mailto:ahendel@ponant.com)

PREMIUM-ANGEBOT:  
INKLUSIVE  
FLUG,  
GETRÄNKE  
&  
INTERNET

DAS IST NICHT IRGEND EIN  
PREMIUM-ANGEBOT, BEI DEM FLUG,  
GETRÄNKE & INTERNET INKLUDIERT  
SIND. DENN DAS IST NICHT IRGEND EINE  
KREUZFAHRT.



DEUTSCHLAND -  
NORWEGEN

VON HAMBURG:

10.05.2018 > 31.05.2018 >  
19.07.2018

MSC MERAVIGLIA  
11 TAGE - 10 NÄCHTE

AB € 1.399,- p.P.\*



INKLUSIVE  
FLUG



MSC  
KREUZFAHRTEN

NOT JUST ANY CRUISE

Buchung, Information und weitere PREMIUM-ANGEBOTE  
in jedem österreichischen Reisebüro, telefonisch  
unter 01/267 52 63 und online

MSCKREUZFAHRTEN.AT



# MS Europa Reisehighlights zum Jubiläum

Foto: Hapag-Lloyd Cruises



Das 20-jährige Jubiläum der MS Europa im Jubiläumsjahr 2019 wird im Rahmen von 20 Reisen auf besondere Art gefeiert. Dabei werden auch nach 20 Jahren auf See noch Premierenhäfen angelaufen: beispielsweise Fredericia in Dänemark, Phu Quoc in Vietnam oder auch Sanary-sur-Mer in Frankreich. Der neue Hauptkatalog gilt von November 2018 bis Mai 2020.

Im Rahmen des Jubiläums überraschen die Gäste erlebnisreiche Landgänge, exklusive Veranstaltungen und besondere Momente an Bord. Die entsprechenden Reisen im neuen Katalog sind mit dem Icon „Jubeltag“ versehen. Die offizielle Geburtstagsreise der Europa führt im Oktober 2019 von Hamburg nach Monte-Carlo.

### WELTREISE IN VIER ETAPPEN

Ein Highlight des Europa-Kalenders ist die jährliche Weltreise. 2019/2020 führt diese in 210 Tagen von Hamburg nach Hamburg. Gäste, die nur einen Teil der Weltreise begleiten möchten, haben die Möglichkeit, flexibel bis zu vier aufeinanderfolgende Etappen zu buchen. Die einzelnen Etappen sind zwischen 47 und 64 Tage lang und bieten unterschiedliche Destinationsschwerpunkte. Bereits ab der Buchung von einer Etappe profitieren die Passagiere von Privilegien wie Kombinationsrabatten, Ausflugs Guthaben, Reisegepäckservice oder auch Wäschereiservice. Insgesamt besteht die Weltreise aus 14 Einzelreisen unterschiedlicher Längen, die alle einzeln gebucht oder auch kombiniert werden können.

### 32 FORMAT- UND EVENTREISEN UND KOSTENFREIES INTERNET

Zahlreiche Reisen finden unter einem bestimmten Format- oder Eventschwerpunkt statt und bieten den Gästen ein interessantes und abwechslungsreiches Zusatzprogramm. Themen dabei sind unter anderem Gourmet, klassische und Jazz-Musik, Well-Being und Gesundheit, aktuelles Zeitgeschehen oder auch Unterhaltung. Alle Formatreisen werden von Experten, spezialisierten Trainern und erfahrenen Akteuren begleitet. Auch beliebte Veranstaltungshighlights, wie der Promievent Europa meets Sansibar vor Sylt, finden wieder statt.

Ab April 2018 steht jedem Passagier an Bord der Europa pro Tag eine Stunde kostenfreie Internetnutzung zur Verfügung. Darüber hinaus können gegen Gebühr verschiedene Datenpakete oder ein Social Media Paket gebucht werden. ●

## Norwegian Bliss: erfolgreich ausgedockt

Der Countdown läuft für die Norwegian Bliss, das 16. Schiff von Norwegian Cruise Line (NCL): Mitte Februar feierte das speziell für Alaska-Kreuzfahrten gebaute Schiff einen weiteren Meilenstein mit dem Verlassen der überdachten Baudockhalle der Meyer Werft. Den Bug des Schiffs zieren Meerestiere wie ein lebensgroßer Wal, womit auch der jüngste NCL-Neubau ein beliebtes Fotomotiv zu werden verspricht. Neben der Bemalung werden die über zwei Decks verlaufende Kart-Bahn sowie zwei 180°-Observation Lounges für Aufsehen sorgen. Die Norwegian Bliss ist bereits das dritte Schiff der Breakaway Plus-Klasse, das in der MeyerWerft für NCL gebaut wird. Sie ist 334m lang, 41,4m breit und kann bis zu 3.998 Gäste fassen. In der kommenden Sommersaison legt das Schiff in Seattle wöchentlich zu siebentägigen Kreuzfahrten nach Alaska ab. Ab November 2018 wird sie Alaskas raue Küsten gegen die Sonnenuntergänge der Karibik eintauschen, die sie in siebentägigen Cruises ab / bis Miami befahren wird.

## MSC - neue Schiffe, neue Routen, neue Produkte

Das Jahr 2017 war für MSC Cruises mit der Indienstellung zweier neuer Schiffe rekordverdächtig: Mit der MSC Meraviglia und der MSC Seaside entwickelte die Schweizer Reederei zwei bahnbrechende Prototypen, die mit einem weiter optimierten MSC Yacht Club ausgestattet sind. Auch das Jahr 2018 wird mit der Taufe der MSC Seaview, eines Schwesterschiffs der MSC Seaside, ein Glanzlicht erhalten. Zugleich freut sich die Reederei, bereits die erste Buchung aus Österreich für die zweite Weltreise der MSC Magnifica erhalten zu haben, die ab Jänner 2020 in 117 Tagen die Weltmeere befahren wird. Für den Sommer 2018 präsentiert MSC eine neue Route der MSC Magnifica von Hamburg nach Bilbao und retour. Die kulturellen Highlights entlang der Küste wurden mit einem neuen „Art Lover Package“ zusammengefasst, das die drei wichtigsten „Must Sees“ inkludiert – die Klosterinsel Mont Saint-Michel in der Normandie, das Guggenheim-Museum in Bilbao und eine Tour zu van Goghs Meisterwerken in Amsterdam.

## Star Clippers Sommer-Specials unter weißen Segeln

Für alle Neubuchungen bis 30. 4. 2018 räumt Star Clippers Sonderkonditionen für sommerliche Fahrten des Viermasters Star Clipper durch die Inselwelt Indonesiens ein. Zu vielen Terminen wird für die Cruises kein Einzelkabinenzuschlag in den Kategorien 6 - 2 verrechnet. Für Buchungen von Doppelkabinen gibt es Preisabschläge in Höhe zwischen 500 und 650 EUR. Unter Berücksichtigung des Preisabschlages ist beispielsweise eine einwöchige Kreuzfahrt ab / bis Bali in der Innenkabine ab 1.495 EUR pro Person buchbar und in der Außenkabine ab 1.695 EUR. Inkludiert sind u. a. Vollpension, deutschsprachige Betreuung und Sportaktivitäten wie Windsurfen, Schnorcheln, Wasserski- und Kajakfahren.

# Neues Führungsteam in Europa

Norwegian Cruise Line Holdings hat eine Änderung des Managements bekannt gegeben. Christian Böll, bisher Managing Director Europe, verlässt ebenso wie Evelyn Ackermann, ehemals Director Marketing Europe, das Unternehmen. Kevin Bubolz folgt Böll als Vice President und Managing Director, Norwegian Cruise Line Europe.



Kevin Bubolz



Christian Böll

**B**ubolz blickt bereits auf eine lange Karriere in verschiedenen Finanz-, Vertriebs- und Marketingrollen im Unternehmen zurück. Mit seiner Erfahrung sei er ideal aufgestellt, Vertrieb, Marketing und Public Relations der Marke Norwegian Cruise Line in Kontinentaleuropa und Skandinavien zu verantworten. In seiner neuen Rolle berichtet er direkt an Harry Sommer, Executive Vice President, International Business Development, heißt es in der Aussendung zur Ernennung Bubolz.

## NEUE NAMEN UND BEFÖRDERUNGEN

Außerdem hat das Unternehmen die Ernennung von Todd Hamilton zum Sr. Director Commercial Planning bekanntgegeben. In seiner neuen Rolle wird Hamilton die Bereiche Strategie, Finanzanalyse, IT und Operations leiten sowie mit dem Revenue Management der gesamten internationalen Organisation zusammenarbeiten, die die Marken Norwegian Cruise Line, Oceania Cruises und Regent Seven Seas Cruises umfasst. Hamilton ist ebenfalls Harry Sommer

unterstellt. Im Zuge der Weiterentwicklungen gab das Unternehmen auch die Beförderung von zwei Teammitgliedern aus der Niederlassung Wiesbaden bekannt. Julia-Christin Wiencke wurde in die Rolle Director Marketing, Norwegian Cruise Line Europe und Tina Kunze in die Rolle Director Planning and Operations, Norwegian Cruise Line Europe befördert. Wiencke und Kunze sind beide direkt Kevin Bubolz unterstellt.

## BÖLL HOLTE FÜNFTES SCHIFF NACH EUROPA

Während seiner Zeit bei Norwegian Cruise Line hat Christian Böll mit der Norwegian Jade das fünfte Schiff von Norwegian Cruise Line nach Europa geholt und Premium All Inclusive im europäischen Markt eingeführt. „Wir danken Christian und Evelyn für ihren Beitrag und wünschen beiden viel Erfolg in der Zukunft“, so Sommer. ●

NORWEGIAN'S  
**2 JAHRE PREMIUM ALL INCLUSIVE**  
FEIERN SIE MIT UNS

Jetzt Buchen!

BORDGUTHABEN VON BIS ZU

**US\$ 500**

PRO KABINE

MEHR UNTER:  
[AGENTS.NCL.DE](https://agents.ncl.de)

**NCL NORWEGIAN Feel Free™**  
CRUISE LINE®

**INKLUSIVE**  
ALKOHOLISCHE  
PREMIUM GETRÄNKE

**INKLUSIVE**  
SOFTDRINKS &  
WASSER

**INKLUSIVE**  
TRINKGELDER

**INKLUSIVE**  
VIELFÄLTIGE  
RESTAURANTERLEBNISSE

**INKLUSIVE**  
PREISGEKRÖNTES  
ENTERTAINMENT

**INKLUSIVE**  
**NEU**  
INTERNETPAKET

# AIDA Cruises Neues Schiff bestellt

Foto: Meyer Werft



| AIDA-Neubau kommt 2023

**A**IDA Cruises wird 2023 ein weiteres Schiff der neuesten Generation in Dienst stellen. Das erste Schiff dieser Schiffsklasse, die AIDAnova geht bereits Anfang Dezember dieses Jahres auf Jungfernfahrt. Im Frühjahr 2021 und 2023 sollen die beiden Schwesterschiffe folgen. Auch das neueste Schiff wird in der Meyer Werft in Papenburg gebaut werden. Die Neubauten verfügen über eine Größe von über 180.000 Gross-Tonnage (GT) und rund 2.700 Kabinen.

Beginnend mit AIDAnova wird die nächste Schiffsgeneration Innovationen und weiterentwickelte Angebote der bestehenden Flotte vereinen. So finden sich an Bord über 40 verschiedene Restaurants und Bars, sowie Entertainmentangebote wie das weiterentwickelte Theatrium oder ein eigenes TV-Studio. Darüber hinaus werden den Gästen mehr als 20 verschiedene Kabinenvarianten zur Verfügung stehen – von der Penthouse Suite über Familienkabinen bis hin zu Einzelkabinen mit Balkon.

### AIDANOVA IN DEN STARTLÖCHERN

AIDA Cruises wird die AIDAnova am 15. November 2018 in Bremerhaven von der Meyer Werft übernehmen. Noch vor der Jungfernfahrt, die vom 2. Dezember 2018 von Hamburg aus in Richtung Kanaren führt, können Gäste auf exklusiven Vor-Premieren das neue Flaggschiff erleben. In ihrer Premiersaison bereist AIDAnova ab Mitte Dezember 2018 auf siebentägigen Kreuzfahrten die Inselwelt der Kanaren und Madeira.

### AIDA CRUISES IST BRANCHENCHAMPION

Die ÖGVs (Österreichische Gesellschaft für Verbraucherstudien) hat im letzten Herbst im Zuge einer Studie die 300 beliebtesten Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen ermittelt. AIDA Cruises darf sich dank einem Spitzenwert nun „Branchen-Champion“ nennen. In der Rubrik „Kunden-Champion“ liegt AIDA Cruises mit einem Wert von 7,32 auf Platz 259. Darüber hinaus findet sich das Unternehmen in der Rubrik „Branchen-Champion Reisen & Tourismus“ auf dem ersten Platz bei den Kreuzfahrtanbietern. „Die Zufriedenheit der Gäste hat bei AIDA höchste Priorität“, erklärt Ulrike Soukop, General Manager Austria AIDA Cruises, das Kundenmanagementsystem. ●

# Austrian Cruise Center Neustart mit Alexandra Tremmel

Foto: Austrian Cruise Center



Alexandra Tremmel

**R**eival für das 2008 bei Geo Reisen von Michael Pömer gegründete Austrian Cruise Center. Nach dem plötzlichen Tod des Kreuzfahrtspezialisten wurden die Pläne vor fast zehn Jahren auf Eis gelegt. Nun lassen Geo Reisen und Raiffeisen Reisen die Marke wieder neu aufleben. Mit Alexandra Tremmel konnte eine der Personen mit dem größten Kreuzfahrt-Know how in Österreich als Leiterin gewonnen werden. „Wir wollen mit allen Reedereien am österreichischen Markt kooperieren und so produzieren, dass wir als Veranstalter Reiseprobleme, die es in manchen Häfen gibt, lösen“, erklärt Patrik Weitzer, Geschäftsführer Geo Reisen und Raiffeisen Reisen im Gespräch mit *tip*. Einer der Schwerpunkte wird demnach auf die Anreise ab den Bundesländern gelegt, mit Abflügen ab Tirol, Salzburg und Oberösterreich sowie München. Weitzer sieht das ACC zwischen Direktvermittler und Mitbucherzentrale angesiedelt.

### VIEL POTENTIAL

Im ersten Jahr sollen über Postwurfsendungen rund eine Million Haushalte angesprochen werden. Ein Großteil des Vertriebs erfolgt über die Büros von Raiffeisen, Geo und ÖAMTC Reisen. Mitbucher sind jedenfalls auch willkommen, auch wenn Weitzer ACC nicht als Mitbucherzentrale sehen will. „Wir sind in unserer Grund-DNA reisebürofreundlich“, so Weitzer. Die Basisprovision beträgt 10%, für aktive Vermarktungspartner auch deutlich mehr. Bisher liegt bei Raiffeisen Reisen der Umsatzanteil aus Kreuzfahrten bei 10%. Weitzer hält 20% für durchaus realistisch. „Ich glaube, dass es in Österreich für dieses Segment noch viel Potential gibt“, erläutert Weitzer.

### DIE SPEZIALISTIN

Alexandra Tremmel ist nach ihrer Ausbildung am Fremdenverkehrskolleg in Bad Hofgastein im Jahr 2000 in die Kreuzfahrtbranche eingestiegen. Erste Erfahrung sammelte sie bei Festival Kreuzfahrten in Wien, bevor sie bei Papageno Touristik eine Niederlassung in Frankfurt aufbaute. Zuletzt war sie elf Jahre lang als Prokuristin in der Papageno Zentrale tätig. Für das ACC, das bei Raiffeisen Reisen in der Modecenterstraße angesiedelt ist, baut sie gerade ein Team auf. **ERP** ●

## Costa Venezia: Jungfernfahrt auf den Spuren Marco Polos



↑ Auf der Costa Venezia von Triest nach Japan

Die Costa Venezia, das neueste Schiff von Costa Kreuzfahrten, wird zurzeit in der Fincantieri-Werft in Monfalcone fertiggestellt. Tickets für die Jungfernfahrt sind ab sofort buchbar – sie führt in 53 Tagen, vom 8. März bis zum 29. April, vom italienischen Triest ins japanische Yokohama. Dabei verlässt der Neubau das Mittelmeer vor Ägypten und durchkreuzt sowohl den Suezkanal als auch das Rote Meer, bevor es in den Persischen Golf gelangt. Auf der Reise macht das Schiff unter anderem Halt in Kroatien (Dubrovnik), Griechenland, Israel, Jordanien und im Oman. Nach weiteren Stopps in Dubai und Abu Dhabi nimmt das Schiff Kurs auf Indien, Sri Lanka und Malaysia. Der letzte Abschnitt der Kreuzfahrt führt durch den Fernen Osten. Hier stehen Singapur, Thailand, Vietnam, Hongkong, Taiwan und zuletzt Japan am Programm. Die Jungfernfahrt ist für Gäste aus Österreich zurzeit die einzige Möglichkeit, um die Costa Venezia kennenzulernen, da sie nach der Jungfernfahrt exklusiv für den asiatischen Markt zur Verfügung steht.

## TUI Cruises mit Premium-Offensive

TUI Cruises hat im Winter eine neue Kampagne für die Mein Schiff-Flotte gestartet, um die Vorfreude auf die Urlaubs-Saison 2018 zu wecken. Der neue Auftritt stammt von der Hamburger Agentur Kolle Rebbe und wurde mit dem Ziel entwickelt, die Marke Mein Schiff konsequenter vom Wettbewerb zu differenzieren und als führenden Premiumanbieter auf dem Kreuzfahrtmarkt zu positionieren. Das Alleinstellungsmerkmal „Premium Alles Inklusiv“ bleibt ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation und wird nun noch greifbarer inszeniert. Die Strategie verdichtet sich in dem neuen Markenclaim: „Eine Klasse für mich.“ Die neue Inszenierung zeigt deutlich weniger Schiffsrömantik, thematisiert aber dafür umso mehr interessante Destinationen, die große Sport-, Wellness- und Kulinarikpalette und den exzellenten Service. Neben Print- und Plakatmotiven und einem vollständig überarbeiteten Katalog kommen auch ein Imagefilm und weitere Bewegtbildformate im Social Web zum Einsatz.

### KURZ NOTIERT

#### STA TRAVEL: INKLUSION AUF SEE

Auf einem Segelschiff die Weltmeere durchqueren und dabei anderen helfen – dieses Abenteuer bietet STA Travel in diesem Jahr erstmals Menschen mit und ohne Behinderung an. Dafür arbeitet der Anbieter für junges Reisen mit dem Jubilee Sailing Trust aus Southampton zusammen, einer von der UN anerkannten NGO, die behinderte und nichtbehinderte Passagiere auf Großseglern zusammenbringt und ihnen neben unvergesslichen Reiseerlebnissen auch eine Grundausbildung im Segeln ermöglicht.

#### PLANTOURS: NEUE ZIELE FÜR „HAMBURG“

Plantours Kreuzfahrten hat das neue Programm für die „Hamburg“, das kleinste Kreuzfahrtschiff Deutschlands, bis Frühjahr 2020 veröffentlicht. Darin nimmt das maximal 400 Gäste fassende Schiff Kurs auf neue Ziele wie Südgeorgien und Ostgrönland. Dank seiner geringen Größe kann das Schiff zudem Anker unter Londons Tower Bridge oder im Herzen von St. Petersburg werfen.

#### TRANSOCEAN-KATALOG 2018/19

Pünktlich zum Erscheinen des Katalogs 2018/19 von TransOcean Kreuzfahrten wurden auch der Markenauftritt der Reederei modernisiert und ein neues Logo eingeführt. Der 194-Seiten-Gesamtkatalog stellt abwechslungsreiche Routen der MS Astor, MS Columbus und MS Magellan vor, die von den Naturgewalten Islands über den Polarsommer in Grönland bis zum märchenhaften Marokko einen weiten Bogen spannen.

Denn auf dem Wasser  
sind wir zu Hause!

reisen  
**terra**

#### FLUSSKREUZFAHRTEN

A-rosa Flusskreuzfahrten  
Nicko Cruises  
Phönix Reisen GmbH  
Plantours Kreuzfahrten

#### LUXUSREEDEREIEN

Azamara Club Cruises  
Celebrity Cruises\*  
Crystal Cruises  
Cunard  
Oceania Cruises  
Paul Gauguin  
Ponant\*  
Princess Cruises  
Regent Seven Seas  
SilverSea\*

#### SPEZIALREEDEREIEN

Hurtigruten\*  
I.D. Riva Tours

#### SEGELKREUZFAHRTEN

Star Clippers  
Sea Cloud

#### HOCHSEEREEDEREIEN

Carnival Cruise Lines  
MSC Kreuzfahrten  
NCL-Norwegian Cruise Line  
Plantours Kreuzfahrten  
Phönix Reisen GmbH  
P & O Cruises  
Royal Caribbean Int'l  
Transocean Kreuzfahrten

Ihre Umsätze zählen zum WOT Umsatz!

\* auch Expeditionskreuzfahrten!

**TERRA SCHIFFSREISEN:**

050/884-8311, [terra.schiff@tui.co.at](mailto:terra.schiff@tui.co.at)

# GTA-Sky-Ways MS Nestroy in neuem Look

Fotos: GTA-Sky-Ways



**D**as Kreuzfahrtschiff MS Nestroy, das bereits seit zehn Jahren auf europäischen Flüssen kreuzt, wird in neuem Gewand in die Saison 2018 starten. Entsprechend den sich

verändernden Gästewünschen wurden bereits 2017 in der ersten Renovierungsphase die Kabinen neu gestaltet und ausgestattet und anstelle der Raucherlounge ein Fitnesscenter mit modernsten Geräten und Panoramablick durch deckenhohe Fenster eingerichtet. Derzeit werden auch die öffentlichen Bereiche wie Lobby, Bar und Restaurant restauriert. Ab April genießen die Passagiere somit bereits eine komplett neue MS Nestroy, die den heutigen Gästewünschen in vollem Umfang entgegenkommt. Um das frisch herausgeputzte Schiff – der ganze Stolz von GTA-Geschäftsführer Anton Aigner – entsprechend würdig zu präsentieren, bringt GTA-Sky-Ways im Frühjahr 2018 zum ersten Mal einen eigenen Flusskreuzfahrtenkatalog heraus. Die MS Nestroy ist jedes Jahr von Frühling bis Herbst auf der Donau, der Mosel, auf dem Rhein und Main unterwegs und hält für ihre Gäste sowohl in den berühmten Donaumetropolen wie Budapest und Belgrad als auch in weniger bekannten, historisch aber überaus interessanten Städten wie im bulgarischen Veliko Tarnovo. Das Schiff umfasst in Summe 113 komfortabel eingerichtete Kabinen, die durchgehend für zwei Personen ausgelegt sind, darunter vier großzügige Suiten. Als eines von wenigen Flusskreuzfahrtschiffen auf europäischen Gewässern verfügt die MS Nestroy über einen Aufzug, der die Gäste zwischen den Kabinendecks befördert. ●



## Auf der MS Nestroy entlang den Flüssen Europas

April bis  
Oktober 2018 ab  
**€ 999,-**

- ✓ Familiäres Ambiente
- ✓ Persönlicher Service
- ✓ Exklusivität an Bord



# GTA-Sky-Ways Aufwertung der Igor Strawinski

Die Modernisierungswelle wird im kommenden Jahr auch die MS Igor Strawinski erfassen, die seit vielen Jahren von GTA-Sky-Ways gechartert wird – erstmals im Jahr 2018 auf exklusiver Basis. Das mittlerweile in der Branche als feste Größe etablierte Schiff hat bereits zahlreiche Reisegäste durch Russland befördert und erfreut sich einer stetig wachsenden Nachfrage. Dieser wird GTA-Sky-Ways ab 2019 mit großen Veränderungen an Bord weiteren Auftrieb verschaffen; Details werden noch nicht verraten, doch wird in jedem Fall der Name beibehalten. Bei einer Reise mit der Strawinski zwischen Moskau und St. Petersburg entdecken die Passagiere auf den schönsten Wasserwegen Russlands die vielen Gesichter des Landes. Zwischen den beiden Zarenresidenzen liegen wunderbare Flusslandschaften und faszinierende Sehenswürdigkeiten. Zu den Highlights zählen der Ausblick auf unendliche Weiten, pittoreske Zwiebeltürmchen und goldene Kuppeln, Kunstwerke von unermesslichem Wert, Folklore und Trachten sowie Erlebnisse der legendären russischen Gastfreundschaft. Einstiegs- bzw. Ausstiegspunkte der Reise sind die Weltstadt Moskau mit dem gewaltigen Kreml, zahllosen Kuppelkirchen und exklusiven Einkaufspassagen, der das kosmopolitische St. Petersburg die Pracht seiner Zarenpaläste und die kostbaren Sammlungen der Eremitage entgegensetzt.



Fotos: GTA Skyways

Empfehlenswert ist auch der Ausflug zum Schloss Peterhof, der Sommerresidenz Peters des Großen, die als „russisches Versailles“ das UNESCO-Welterbesiegel trägt. ●



**GTA-SKY-WAYS**  
YOUR PARTNER IN TRAVEL WORLDWIDE

## Prunkvolles Russland per Schiff

Mit der MS Strawinski  
von St. Petersburg  
bis Moskau

Mai bis  
September 2018 ab  
**€ 1.199,-**



# Themenparks Vergnügen rund ums Jahr

Während die meisten Themenparks in Europa und teils auch im Norden der USA in der kalten Jahreszeit geschlossen werden, laden einige zu bestimmten Terminen auch zu winterlichen Vergnügungen ein. Ohnedies zählen Highlights wie saisonale Feste, Partys und Konzerte zum Fixprogramm vieler Anlagen.

## DIE WINTERFESTEN

**Europa-Park:** im Dreiländereck Deutschland - Frankreich - Schweiz gelegener Park, geöffnet von Advent (ausgenommen 24. & 25. 12.) bis in den Januar mit Attraktionen wie Weihnachtsmärkten, chinesischen Lichterspielen, Feuerwerken, Eisskulpturen, Eishows, Schlittschuhlaufen etc.; Hotels durchgehend geöffnet mit Specials wie Alemannischem Rittermahl und Dinner-Show

**Phantasialand:** in Brühl bei Köln gelegener Park, der von Advent bis etwa Mitte Januar (einige Feiertage ausgenommen) u. a. mit Lichter-, Musik- und Feuershows, Weihnachtsmarkt und Eislaufen aufwartet; Hotels durchgehend geöffnet mit speziellen kulinarischen Programmen

**Heide Park Resort:** Vergnügungspark bei Hamburg, der winters zu ausgewählten Terminen zum weihnachtlichen Treiben mit Markt, Varieté, Familien-Attraktionen und Keksebacken und zum Silvesterfest mit Glücksklee-Basteln, Dinner, Party und Feuerwerk einlädt

**Disneyland Paris:** Weihnachtszauber bis in den Jänner mit Paraden, Shows, Geschichten, Gesang, Treffen mit dem Weihnachtsmann und Silvesterfest; ebenfalls geöffnet zum Valentinstag

## FRÖHLICH IN DEN FRÜHLING

**Serengeti-Park:** Baby-Boom im Safaripark am Rand der Lüneburger Heide, da rund um den Start der neuen Saison viele der über 1.500 frei laufenden Wildtiere des Parks ihre Jungen zur Welt bringen – so im Vorjahr u. a. Arabische Oryx-Antilopen, Kattas, Husarenaffen und Steppenzebras

**Europa-Park:** „Osterdorf“, ein am 30. & 31. 3. im Themenbereich Frankreich aufgebautes Areal für Spiele und Mitmachaktionen für Kinder von vier bis zwölf Jahren mit Hasensuchen, Eierlaufen, einem Hasenschminkstudio, der Postaktion „Ostergrüße versenden“ und vielen Überraschungen

**Heide Park Resort:** Horror-Attraktion „Grand Hotel Morton“ für

Furchtlose (ab 16 Jahren) mit düsteren Zimmern, Geheimgängen und Live-Erschreckern der Hamburger Boo-Crew (14. & 21. 4.)

**SeaWorld Orlando:** „Seven Seas Food Festival“, noch bis 15. 4. laufendes, jeweils an Samstagen und Sonntagen anberaumtes Festival im Zeichen kulinarischer Streifzüge und hochkarätiger Live-Konzerte aus Sparten wie Country- und Rock-Musik

**Disneyland Paris:** am ersten Juniwochenende 2018 stattfindender „FanDaze“-Event mit Paraden, extravagant ausgestaffierten Figuren, speziellen kulinarischen Programmen, Rocknacht u. v. m.

### SCHWUNGVOLL IN DEN SOMMER

**SeaWorld San Diego:** „Electric Ocean“, eine Sommernachts-Extravaganza, die an den Wochenenden zwischen 16. 6. und 13. 9. mit phantasievollen Shows, inspiriert von maritimen Kreaturen, und magischem Lichter- und Farbenspiel sowie DJ-Musik über die Bühne geht

**Gardaland:** „Notte Bianca“, beste Gelegenheit, die Attraktionen des Parks bis ein Uhr nachts zu nutzen, zu Live- und DJ-Musik zu tanzen und ein buntes Feuerwerk zu erleben (16. 6.)

**Legoland Deutschland:** nahe dem bayerischen Günzburg gelegener Park, der mit der „Großen Lego-Bauaktion“ von 13. – 26. 8. Kinder aufruft, den „Lego Ninjago“-Helden beim Ausbau der gewaltigen asiatischen Klosteranlage zu helfen

**Fantasia Erlebnispark:** Sommerevents „Fantastica“ im Themenpark in Strasswalchen bei Salzburg, für die abendliche Show-Events

und kulinarische Leckereien vorbereitet werden (21. 7., 11. & 25. 8.)

**Europa-Park:** Sommernachtsparty am 21. 7., zu der viele Shows und Attraktionen bis Mitternacht geöffnet bleiben, kleine Gäste sich beim „Hansgrohe-Kinderfest“ vergnügen und Erwachsene in südländischer Atmosphäre zu Live-Klängen swingen

### HAARSTRÄUBEN IM HERBST

**SeaWorld San Diego:** „Halloween Spooktacular“ mit lustigen und schaurigen Shows im farbenfroh geschmückten Park, Tanzpartys, Trick-or-Treat-Stunden für kleine Gäste und singenden Kürbissen, jedes Wochenende von 22. 9. – 28. 10.

**Europa-Park:** mit Kürbissen, Maisstauden, Chrysanthemen und Strohhallen dekorierten Rahmen für das Treiben von Kürbiswichteln, Vampiren und Kobolden, Paraden, Kinder- und Showprogramme, flankiert von thematisch abgestimmter Gastronomie; besonderes Highlight: „Traumatica“, eine Inszenierung der Welt nach der Apokalypse (22. 9. bis 4. 11.; große Halloween-Party am 31. 10.)

**Legoland Deutschland:** von 13. – 31. 10. inszenierte Gruselzeit für die ganze Familie mit kindergerecht zugeschnittenen Dekorationen, freundlichen Gespenstern, Hexen und Feen sowie Anregungen für kreative Stunden

**Holiday Park Pfalz:** in Hassloch gelegener Park, der beinahe täglich zwischen 6. 10. und 4. 11. „Kids Halloween“ mit König Kürbis sowie „Halloween Fright Nights“ (13., 20, 27. & 31. 10. und 3. 11.) mit Spuk, Zombie-Invasion und Feuerwerk ausruft

**EUROPA PARK®**

**24.03.18 – 04.11.18**

**SPASS OHNE GRENZEN**

**im besten Freizeitpark der Welt!**

4 x GOLDEN TICKET AWARD  
2014-2017  
BESTER FREIZEITPARK DER WELT

**NEU**

**SOMMER 2018 – „VIVE LA FRANCE“**  
der neue Französische Themenbereich!



### KURZ NOTIERT

#### EUROPA-PARK: VIVE LA FRANCE!

Nach umfassender Modernisierung wartet der Französische Themenbereich des Europa-Parks mit neuen Attraktionen auf. Im Sommer geht die Dunkel-Achterbahn „Eurosat - CanCan Coaster“ mit neuen Zügen, komfortableren Fahrzeugen und einem zusätzlichen Virtual Reality-Erlebnis an den Start. Ein originalgetreuer Nachbau des „Moulin Rouge“ lädt zum Varieté im Stil des 19. Jhs. ein.

#### SEAWORLD SAN DIEGO: „ELECTRIC EEL“

In SeaWorld San Diego an der Südküste Kaliforniens wird 2018 eine Achterbahn eröffnet, die mit Drehungen und Loopings die Bewegungen von Zitteraalen nachzeichnet. Der höchste und schnellste Coaster in der Geschichte des Meerestier-Abenteurparks erreicht bis zu 100 km/h und lässt seine Gäste in einem Dreh-Looping den Zustand der Schwerelosigkeit erleben.

#### WARNER BROS. STUDIO: DER FEUERKELCH

Die Warner Bros. Studio Tour London widmet vom 30. 3. bis 23. 9. 2018 ein Feature dem Film „Harry Potter und der Feuerkelch“ und verrät dabei Produktionsgeheimnisse rund um den mysteriösen Kelch, der in zwei Original-Versionen – handgeschnitzt und als „Special Effects“-Variante – zu sehen sein wird. Darüber hinaus werden zahlreiche Kostüme und Requisiten aus dem Film gezeigt.

#### GARDALAND: „PEPPA PIG“

In einem großzügigen Themenareal wird der italienische Freizeitpark Gardaland mit Beginn der Saison 2018 das neue „Peppa Pig Land“ eröffnen: Fans des lustigen Ferkels können dort Peppa Wutz und ihren Bruder George treffen, Peppas Haus besuchen, eine Fahrt auf dem Piratenschiff und im Heißluftballon unternehmen und, ebenso wie ihre Heldin, in Schlammputzen planschen.

#### NEUES IM LEGOLAND DEUTSCHLAND

Zum Saisonstart 2018 wird mit dem „Großen Lego-Rennen“ die europaweit erste Lego-thematisierte Virtual Reality-Achterbahn ihre Fahrt aufnehmen. Die Lego-„Star Wars“-Modellausstellung im Miniland wird um weitere Schlüsselszenen des siebten Films der Saga ergänzt. In den Lego-Studios starten die „Lego Ninjago“-Helden zu einem neuen 4D-Filmabenteuer.

## Europa-Park Residenzen mit Flair



Besucher des Europa-Parks können zwischen Domizilen wählen, in denen sich die Atmosphäre des alten Rom („Colosseo“), des Mittelalters (Burghotel „Castillo Alcazar“), Neuenglands („Bell Rock“), einer spanischen Sommerfinca („El Andaluz“), eines portugiesischen Klosters („Santa Isabel“) oder des Wilden Westens (Camp Resort) widerspiegelt. Hotelgästen wird die kostenlose Nutzung aller vier Pool- und Saunalandschaften der Hotels eingeräumt. Für Tagesgäste sind die Saunalandschaft „Blue Lagoon“ im „Fitness & Spa New England“ des Hotels „Bell Rock“ gegen Gebühr zugänglich sowie die Wellness- und Spa-Bereiche der Hotels „Colosseo“ und „Santa Isabel“, in denen wohltuende und verschönernde Behandlungen aus aller Welt verabreicht werden.

#### LUXURIÖS BIS ABENTEUERLICH

Die Erlebnishotels und das Burghotel des Parks sind im 4-Sterne- und 4-Sterne-Superior-Segment angesiedelt und machen mit landestypischer Architektur, Einrichtung und Dekorationen

sowie Restaurants mit authentischer Küche die Gastlichkeit der jeweiligen Länder erlebbar. Bei der Konzeption der Hotels wurden insbesondere Familien berücksichtigt, die in Zimmern und Suiten mit Fassungsraum für bis zu sechs Personen – ggfs. in getrennten Räumen – unterkommen. Je nach Hotel finden sich auch kinderfreundliche Einrichtungen in den Anlagen, so etwa im „Colosseo“ eine Spielecke zum Klettern und Rutschen oder im Burghotel „Castillo Alcazar“ ein Wasserspielplatz mit Fontänen. Ein Kinderhit sind auch die Blockhütten (für bis zu 16 Personen), Planwagen und Tipis im Camp Resort, die pures Wildwest-Feeling versprühen. Auch ein Campingplatz mit modernen sanitären Einrichtungen, Kinderspielplatz und Badeseite steht in der Nähe des Haupteingangs zur Verfügung. Ab dem Frühjahr 2019 wird das Museumshotel „Krønasår“ die Palette unter dem Thema „Nordische Gewässer“ mit Fokus auf Naturkunde bereichern. Die beiden Veranstaltungsräume des neuen Hotels werden außerdem die Konferenzmöglichkeiten des Parks erweitern. ●

# Studienreisen Verkaufsschlager im Wandel

Studien-/Erlebnisreisen waren sogar im Krisenjahr 2016 erstaunlich erfolgreich, wie Elisabeth Kneissl-Neumayer, Geschäftsführerin Kneissl Touristik, auf Nachfrage bestätigt. Wahrscheinlich auch, weil die Anbieter stetig an der Ausrichtung des Produktes arbeiten und der steigenden Individualisierung der Kunden Rechnung tragen.



„Studien- und Erlebnisreisen hatten schon 2016, als fast die gesamte Reisewelt gejammert hat, den ersten Auftrieb gehabt – letztes Jahr hat es ebenfalls einen erfreulichen Aufschwung gegeben, ebenso dieses Jahr“, so Kneissl. Auch die anderen Spezialisten sind mit der Entwicklung sehr zufrieden: „Die Saison 2018 ist hervorragend angelaufen. Wir

stellen deutliche Zuwachsraten in vielen Destinationen fest. Dies ist umso erfreulicher, als wir auf ein extrem starkes Vorjahr aufbauen. Auf Basis der ersten Buchungswochen rechnen wir erneut mit einem Umsatzrekord“, so Guido Wiegand, Chief Marketing Officer von Studiosus. Ruefa Studienreisen konnte letztes Jahr das erfolgreichste in der Unternehmensgeschichte verbuchen, wie



**JUMBO**  
TOURISTIK

**Österreichs führender  
Veranstalter für Kultur-  
und Studienreisen!**

Wenden Sie sich an unsere  
Reiseberater:



Ralf Jauk



Luca  
Rossmannith

[studienreisen@ruefa.at](mailto:studienreisen@ruefa.at)  
01 58800 750

Veranstalter: Verkehrsbüro-Ruefa Reisen GmbH,  
Lassallestraße 3, 1020 Wien. Es kommen die AGB  
der Verkehrsbüro Ruefa Reisen GmbH – zu finden  
auf [www.jumbo.at](http://www.jumbo.at) – zur Anwendung.

## STUDIENREISEN

Reinhard Steiner, Produktleiter Studienreisen, verrät. Auch für 2018 sei man im Plus.

Diese Entwicklung ist – wie eingangs erwähnt – auch auf die Flexibilität der Veranstalter bei der sorgsam Auswahl der Destinationen geschuldet. Das persönliche Sicherheitsgefühl ist in der Gruppe größer, wie Bernd Knoflach, Geschäftsführer von Raiffeisen Reisen weiß. Die Palette der angesagtesten Destinationen ist breit gefächert: von Klassikern in Europa bis zu exotischen in Afrika. „Das südliche Afrika, Äthiopien, vor allem aber Marokko, sind am afrikanischen Kontinent am besten. Und Good Old Europe ist sowieso immer für tolle Überraschungen gut. Da reist man ja nur, wenn man für alles andere zu alt ist – hat es früher geheißt. Ich finde, dass es unwahrscheinlich viele reizvolle Landschaften und Städte gibt, die kaum bekannt sind und jetzt mehr und mehr entdeckt werden. Oder fantastische Feste, die zum Mitfeiern einladen, wie Fallas in Valencia oder das Antoniusfest in Lissabon. Nordeuropa ist immer ein Thema. Aber wir spüren ehrlich jede mediale Meinungsäußerung: Myanmar – das wurde touristisch für die Rohingya-Vertreibung massiv abgestraft bei uns“, erzählt Kneissl.

### GRUPPEN WERDEN KLEINER

Eine Entwicklung der letzten Jahre ist, dass die Gruppengröße für die Buchungsentscheidung wichtiger wird. Die Zeit der Busrundreisen im Konvoi scheint vorbei. Die Spezialisten nennen maximal 38 Teilnehmer (Kneissl), aber auch hier ist die Art der Reise bestimmend für die Gruppengröße: „Bin ich mit einem Bus unterwegs, oder mit einem Jeep“, so Kneissl. Frano Ilic, Pressesprecher von Studiosus, erklärt, dass auf den Reisen maximal 25 Personen Platz finden. Bei Ruefa sind es in Europa meistens zwischen 15 bis 20 Personen, auf den Fernstrecken sind die Gruppen mit 8 bis 12 Personen etwas kleiner. Auch Gabi Tomaschko, Reisestudio Ikarus, bestätigt den Trend zu kleineren Gruppen: „Die Gruppen werden immer kleiner; viele Ferndestinationen starten schon mit 6 Personen und haben ein Maximum von 12 bis 16.“ Kai Pardon, Geschäftsführer vom Spezialisten für nachhaltige Erlebnisreisen „Reisen mit Sinnen“ sieht die optimale Gruppengröße bei 6 bis 12 Personen. Elisabeth Kneissl will aber auch erwähnt wissen, dass die Qualität der Reiseleiter und auch das Preis-/Leistungsverhältnis wichtige Parameter für die Buchungsentscheidung sind.

### PRIVATE TOUREN IM KOMMEN

Beinahe alle Studien-/Erlebnisreisen-Veranstalter setzen auch auf die kleinstmögliche Gruppe (zwei Personen) und bieten Programme dafür an. „Bei Marco Polo gibt es ein spezielles Angebot für private Touren dieser Art: ‚Individuelle Reisen ohne Gruppen‘ nennt sich der Katalog. Darin bündeln wir Reisen in 80 Länder weltweit. Unterwegs ist man im Privatwagen mit eigenem Fahrer und einheimischem Reiseleiter, manchmal auch als Driver-Guide“, so Ilic. Gebeco bietet heuer 138 garantierte Reisen ab 2 Personen an. Auch bei

Ruefa Studienreisen ist der Trend zu Privaten Touren immer stärker, rund 20% aller Reisenden sind nur zu zweit unterwegs. „Das ist ein Trend, der immer stärker wird. Ikarus Tours hat erstmals einen eigenen Katalog dafür auf den Markt gebracht ‚Auf meine Tour‘. Das wird sehr gut angenommen, vor allem beim jüngeren Publikum“, so Tomaschko.

### VERJÜNGUNGSKUR

Apropos jüngeres Publikum: Schaut man in die Programme der Veranstalter, scheinen die Zeiten der altmodischen Besichtigungsreise vorbei zu sein. Spektakuläre Touren nehmen immer mehr Platz ein. „Wir haben spezielle Themenreisen: Für die ganz jungen Gäste ist etwa ‚Harry Potter in London und Umgebung‘ ein absolut attraktives Angebot, für Forschungsaffine sicherlich besonders spannend – eine Reise zum CERN nach Genf. Und bei Abenteurern und Naturliebhabern stehen die ‚Gorillas im Nebel‘ in Uganda ganz oben auf der Liste“, so Steiner. Raiffeisen lockt jüngeres Publikum zum Beispiel mit einer Bergtour auf den Kilimandscharo, Ikarus setzt auf ausgefallene Ziele wie Saudi-Arabien, den Sudan, Nordkorea oder Kamtschatka. Studiosus und Marco Polo Pressesprecher Ilic erklärt: „Wir vermarkten die Reisen unter Young Line Travel von Marco Polo ([www.younglinetravel.com](http://www.younglinetravel.com)). Die Reisen sind sehr beliebt und richten sich an 20 bis 35-Jährige, die gerne gemeinsam in einer Gruppe unterwegs sind. Der Anteil der Singles liegt bei circa 80%. Gefördert wird der Trend auch durch Facebook, da man sich hier vorab über die Mitreisenden informieren kann.“

### INHALTE BESTIMMEN

Immer wichtiger werden den Reisenden auch die speziellen Inhalte der Reisen. Und auch hier arbeiten die Spezialisten vielfältigste Programme aus. Sind bei „Reisen mit Sinnen“ Naturreisen mit Projektbesuchen, Ecovolunteering und VeggieReisen, beliebt, hat Ruefa Studienreisen mit Musikreisen großen Erfolg. Gebeco wiederum vereint die Kreuzfahrt mit dem Thema Studienreisen: „Besonders freut uns, dass wir unser Erlebnis-Kreuzfahrt-Segment weiter ausbauen konnten. Hervorzuheben ist hier vor allem, dass wir unseren Kunden passend zu unseren Rundreisen in Asien und im südpazifischen Raum alternativ im Winter 7- und 14-tägige Asien Kreuzfahrten anbieten können. Die Erlebnis-Kreuzfahrt mit 7-tägigem Kreuzfahrtanteil ab Singapur bis Vietnam oder umgekehrt ist exklusiv nur bei Gebeco buchbar. Der Kunde kann jede der 16 Seerouten von TUI Cruises mit einer Erlebnisreise von Gebeco kombinieren“, so Ury Steinweg, Geschäftsführer von Gebeco. Bei Kneissl verkaufen sich Fotoreisen sehr gut, wenn der begleitende Experte einen klingenden Namen hat. „Momentan am besten nachgefragt sind Reisen zu Festen und Festivals sowie Musikreisen mit sehr hochwertigen Opernhäusern oder -Sängern“, erklärt Kneissl.

DiPu ●



## Kneissl Touristik: von Irland bis Südafrika

Die Qualitätshandschrift von Kneissl Touristik zeigt sich auf der grünen Insel Irland wie auch im südlichen Afrika. Im Nordland-Sortiment spielen - neben der umsatzstarken Destination Island - Irland und Skandinavien eine dominante Rolle. Das südliche Afrika ist bei Kneissl mit Südafrika und Namibia (+Botswana und Simbabwe) bestens repräsentiert: Einzigartige Landschaften und Wildreservate stehen im Mittelpunkt der Namibia-Reisen, vielfach in Kombination mit dem schönsten und wildreichsten Nationalpark im südlichen Afrika - dem Chobe NP in Botswana - sowie den eindrucksvollen Viktoria Fällen (noch buchbare Termine im Mai, Juli und Oktober). Feste stehen bei Kneissl-Reisen hoch im Kurs. Sie führen hinein in das dichte soziale oder religiöse Leben, Traditionen, Geschichte und Selbstverständnis eines Landes, einer Region, einer Gemeinschaft werden besonders wirkmächtig erzählt und erlebt.

## Ruefa: im Jahr des Kulturerbes

2018 wird in ganz Europa gefeiert. Die EU hat das Europäische Jahr des Kulturerbes ausgerufen. Für Ruefa ist das ein Anlass, eine besonders breite Palette an Studienreisen zu präsentieren, die die Vielfalt der europäischen Kultur hervorheben. Besonders beliebt sind dabei Studienreisen nach Andalusien, Portugal, Sizilien aber auch nach Norwegen, in die baltischen Staaten und Griechenland. Neben den individuellen Destinationen macht sich auch der Trend zu Themenreisen bemerkbar. So etwa sind bei Ruefa Studienreisen zum Verdi-Festival nach Lyon oder zur Trüffelmesse nach Alba gefragt - nicht nur die Messe wird dabei besucht, sondern auch eine Trüffel-Werkstatt, eine Spumante-Kellerei und weitere Highlights für Feinschmecker. 2018 ist zudem eine besondere Reise gefragt: Die maltesische Hauptstadt ist eine der zwei Kulturhauptstädte 2018 (die andere ist Leeuwarden in der niederländischen Provinz Friesland).

## Studiosus nimmt Israel ins Programm auf

Bauhaus pur in einem ehemaligen Kino aus den 30er Jahren. Filmklassiker auf einer großen Leinwand in der Lobby, dazu gibt es Popcorn. Die Wände zieren Filmplakate, die Decken Original-Leuchter und in den Fluren stehen alte Projektoren und Theaterstühle. Neben dem liebevoll renovierten „Hotel Cinema“ im Zentrum von Tel Aviv übernachten die Gäste der neuen zehntägigen smart & small-Reise „Israel - vom Sandstrand bis zur Klagemauer“ außerdem in einer Templervilla von 1905 in Haifa und einem Boutiquehotel vor den Toren der Jerusalemer Altstadt. Sie entdecken mit ihrem Reiseleiter das Bauhaus- und das Szeneviertel Tel Avivs, fahren mit einem Holzboot über den See Genezareth und erklimmen den Ölberg mit seinem imposanten Blick auf die Kuppeln Jerusalems. Beim Mittagessen mit einer palästinensischen Familie in Bethlehem erhalten die Reisenden einen Einblick in den nicht immer leichten Alltag im Nahen Osten. Besuche von Klagemauer und der Geburtskirche Jesu sowie ein Bad im Toten Meer sind weitere Highlights der Reise, die am 25. März 2018 erstmals durchgeführt wird.

# smart & small: Auszeit mit Kultur

- ▶ Kleine Gruppe: Unterwegs mit maximal 15 Gästen
- ▶ Charmante Hotels mit besonderem Flair
- ▶ Begegnungen mit Land und Leuten
- ▶ Entspanntes Programm - viel Freizeit
- ▶ Rundum-sorglos-Paket mit erstklassigen Studiosus-Reiseleitern

# Studiosus

smart & small



# Edinburgh Sonne im Glas

Der Mann war ein Ire, wie es irischer nicht geht. Aber er hat diesen einen Satz geschrieben, für den sie ihn sich wohl ohne Zaudern hier in Schottland als einen der ihren einverleibt hätten. „Whisky“, sagte einst der Dichter George Bernhard Shaw, „Whisky ist flüssiges Sonnenlicht.“ Und es gibt niemanden auf der Welt, der ihn besser versteht als die Menschen hier in Edinburgh.

**W**er glaubt, Whisky sei nur ein alkoholisches Getränk, ist fehl am Platz in Schottlands Hauptstadt. Whisky ist Lebensgefühl, Philosophie, Emotion, manchmal auch Medizin. Und Whisky ist natürlich nicht gleich Whisky. Vielfältig ist er wie das Licht der Sonne, das er laut Shaw eingefangen hat. Und wie die Landschaften Schottlands, in denen er hergestellt wird. Fünf große Sorten unterscheiden sie: den Whisky aus den Highlands im Norden, den aus den Lowlands weiter im Südosten, dazu Speyside, Campbeltown und den Whisky von Islay, das „Eilahn“ ausgesprochen wird und dessen Whisky so ungehörig rauchig riecht und schmeckt, als habe gerade jemand eine kräftige Havanna darin gepafft.

Wer eintauchen will in die Geschichte und die Geheimnisse des schottischen Whiskys, der muss die „Scotch Whisky Experience“ besuchen, oben in Edinburghs Royal Mile, nur einen Steinwurf entfernt vom mittelalterlichen Castle, das herrschaftlich und gelassen über der Altstadt thronet. In der „Experience“ wissen sie alles über Schottlands Nationalgetränk, man darf riechen und verkosten, erfährt alles über Herstellung und Historie des Whiskys und darf einen Blick werfen in die wohl größte Sammlung ungeöffneter Whisky-Flaschen, die es jemals auf dieser Welt gegeben hat: knapp 3.400 Bouteillen, gesammelt seit 1970, aufgereiht hinter Glas und

laut Fachblatt „Whisky Advocate“ eines der sieben Weltwunder des Scotch Whisky. Zusammengetragen hat sie freilich kein Schotte, sondern ein Brasilianer namens Cláudio Vidiz, dessen Konterfei der Besucher ebenfalls bewundern kann. Und falls jemandem auffallen sollte, dass manche Flaschen nicht mehr voll sind, obwohl sie ja verschlossen sein sollen, erfährt er gleich noch etwas über die Geheimnisse des „angel's share“: Das nämlich ist die Menge, die auch aus verschlossenen Gebinden verdunstet - oder, wie die Schotten es sagen: Es ist der Teil des Whiskys, den sich die Engel holen. Denn es könne ja wohl kein Zweifel darüber herrschen, dass natürlich auch die Himmelswesen regelmäßig Whisky trinken. Schottischen Whisky.

## SCHMUCKKASTEN EDINBURGH

Aber es ist nicht nur der Whisky, der die Besucher nach Edinburgh lockt. Die schottische Hauptstadt rühmt sich, nach London die Stadt mit der zweithöchsten Besucherzahl Britanniens zu sein. Das liegt zum einen an der Vielzahl von Sehenswürdigkeiten, zum anderen an einer Festival-Fülle, die ihresgleichen sucht. Eigentlich ist in Edinburgh immer gerade irgendein Festival, egal ob es mit Musik, Literatur oder Theater zu hat. Das bekannteste ist wohl das

„Royal Edinburgh Military Tattoo“, das jedes Jahr für drei Wochen im August direkt vor dem Castle stattfindet. Höhepunkt der Militärmusik ist stets der Auftritt der „Massed Pipes and Drums“, einer eigens für das „Tattoo“, wie es die Edinburgher kurz nennen, aus mehreren Militärkapellen zusammengestellten Formation von etwa 180 Dudelsackspielern und Trommlern. Karten für das „Tattoo“, was so viel heißt wie „Zapfenstreich“, sind allerdings in der Regel schon Monate im Voraus vergriffen.

Doch auch ohne die Militärmusiker lohnt sich ein Abstecher an den „Firth of Fourth“, der die Stadt nach Norden hin von den Ausläufern der Highlands abgrenzt. Edinburgh spart nicht mit mittelalterlichen Reizen, gleichzeitig wirkt die Stadt modern, offen und tolerant. Dies gilt gleichermaßen für die Altstadt wie auch die Neustadt, die erst vor rund 250 Jahren im Stile der Aufklärung entstand, als sich die wohlhabenden Kaufleute eine „bessere“ Wohngegend schaffen wollten. In den Restaurants und Pubs, in denen man inzwischen auch sehr gut essen kann, trifft man Menschen aus aller Herren Ländern, und überraschend viele von ihnen leben und arbeiten hier. Der Umgangston ist freundlich, und man muss auch keine Angst haben, nicht verstanden zu werden oder nichts zu verstehen: Weiter im Norden mag man mit seinem Schulenglisch nicht weit kommen, in Edinburgh aber funktioniert es noch.

### WOLLIEFERANTEN UND KILTMAKER

Viel fragen aber muss man ohnehin nicht, wer durch die Stadt bummelt, kann sich eigentlich nicht verlaufen. Zum einen ist da die „Royal Mile“, die oben vom Castle hinunter führt zum neuen Parlament und dem Holyrood Palace, in dem einst die Stuarts regierten und der den Royals bis heute als Wohnsitz dient, wenn sie in Edinburgh weilen. Auf der „Mile“ reihen sich Geschäfte an Geschäfte, vor allem Woll-Produkte werden angeboten. Ein Wunder ist das nicht: Schottland hat 5,3 Mio. Einwohner, aber 6,9 Mio. Schafe. Auch viele Kiltmaker haben hier in der „Royal Mile“ ihr Domizil. Aber Vorsicht: Wer sich einen Schottenrock mit nach Hause nehmen möchte, sollte auf Qualität achten. Alles in allem kostet solch ein Kleidungsstück um die 1.000 Euro, wenn es etwas taugen soll. Dafür erwirbt man aber auch das Privileg, einen Dolch im Strumpf bei sich führen zu dürfen, was ansonsten in Schottland streng verboten ist.

Die zweite große Einkaufsstraße Edinburghs ist die Princess-Street, auf die man stößt, wenn man hinüber in die Neustadt wechselt, etwa über die Northern Bridge. Parallel hierzu verläuft die George-Street, benannt nach King George III. und heute vor allem bekannt für prachtvolle Hotels, Boutiquen und gute Restaurants. Als sie seinerzeit gebaut wurde, machte man zur Bedingung, dass eine Kutsche mit vier Pferden dort problemlos wenden können musste. Eine Vorgabe, dank derer St. George Street heute das Flair der großen europäischen Boulevards verstreut.

### VERRÜCKTE SCHÖNHEIT

Edinburghs Charme lässt sich leichthin in wenige Worte fassen. Es ist das Spiel zwischen Historie und Lebensfreude, zwischen dem Atem der Geschichte und kleinen Verrücktheiten. Überall trifft man auf Zeugen der Vergangenheit, seien es königliche Mauern oder eine der vielen alten Kirchen wie St. Mary's Cathedral. Manche dieser Zeugen der Geschichte sind greifbar, andere sind Legenden. Wie die von König Artus und seinen Rittern, die angeblich draußen vor der Stadt in „Arthur's Seat“, einem 250 Meter hohen Vulkanfelsen, schlafen – so lange, bis sie von den Bürgern von Edinburgh wieder gebraucht werden. Dass König Artus wirklich hier liegt, ist nicht einmal so unwahrscheinlich: Sein Gefährte, der Zauberer Merlin, lebte angeblich gar nicht weit entfernt, in Glasgow.

Greifbar hingegen sind die zahlreichen „Closes“, Hinterhöfe, in denen sich einst das Leben in Edinburgh abspielte. Der vielleicht schönste ist „White Horse“, eine ehemalige Wechselstation für Kutsch-Pferde, die von hier aus Reisende nach London brachten. 12 Tage brauchte man seinerzeit bis zur Stadt an der Themse.

Zeugen der Vergangenheit sind natürlich auch die zahllosen Denkmäler der Stadt, angefangen bei jenem für den Nationaldichter Sir Walter Scott im Park an der Princess Street, das wegen seiner Ähnlichkeit mit einer Rakete „the rocket“ genannt wird, oder jenem von General Wellington, der hoch zu Ross mit der ausgestreckten Hand nach Waterloo weist, wo er einst Napoleon besiegte. Gerne erzählt man sich übrigens, dass das Denkmal Wellingtons, der ja „Iron Duke“ genannt wurde, gar nicht aus Eisen, sondern aus Bronze ist – zudem erbaut von einem gewissen John Steel!

Die Schotten lieben solch skurrile Dinge, und sie verstehen es, über alles zu lachen, auch über sich selbst. So hört man immer wieder, dass in Schottland Hogmanay, das Silversterfest, so wild gefeiert wird, dass man sich hier zum Jahresbeginn gleich zwei Feiertage zum Ausruhen gönnt. Apropos Silvester: Das ist der einzige Tag, an dem die Uhr oben auf dem Turm des Balmoral-Bahnhofes richtig geht. An allen anderen Tagen geht sie ein paar Minuten vor, mit Absicht – damit die Schotten sicher sein können, ihren Zug zu erwischen. So bleibt ja noch ein Moment für einen schnellen Whisky zwischendurch.

Uwe Neseemann





# Beachcombing auf Mauritius

Fast schon Tradition hat das jährliche Beachcomber Tour Operator Weekend, das die renommierte mauritanische Hotelgruppe auch heuer wieder organisierte. Zu den rund zwanzig erlesenen Teilnehmern aus dem deutschsprachigen Markt zählten auch einige Product Manager aus Österreich, sowie *tip*-Redakteurin Martha Steszl.

**E**in Weekend wie ein Traum: Ende Jänner von heimischen Minusgraden direkt in hochsommerliche 30 Grad zu reisen, ist allein schon großartig, dazu empfängt uns eine wunderbare Landschaft mit saftigem Grün und üppiger Blütenpracht, türkisfarbenes Meer mit weißen Endlosstränden und on top das luxuriöse Ambiente in den Beachcomber Resorts & Hotels – besser geht's nicht! Es fühlt sich an wie Urlaub, obwohl wir nicht direkt zum Urlaubsmachen geladen sind. Unsere großzügigen Gastgeberinnen, Elisabeth Sulzenbacher und Sandra Ober vom Beachcomber Marketing Office in Deutschland, haben ein Programm voller Highlights erstellt. Im Fokus stehen die Hotels und etliche neue Features, wobei auch genügend Muße bleibt, um Sonne, Strand und Meer zu genießen.

## VICTORIA FOR 2 – ADULTS ONLY

Erste Novität ist der neue Oceanview-Zubau beim Victoria Beachcomber Resort & Spa, genannt „Victoria for 2“, der ausschließlich Erwachsenen vorbehalten ist und wo wir gleich einmal probewohnen dürfen. Was hier neben dem geschmackvoll gestalteten Interieur besonders gefällt: Die einstöckigen Trakte sind so gegliedert, dass die Terrassen sightgeschützt sind und so optimale Privatsphäre bieten. Die ebenerdigen Zimmer münden direkt in den geschwungenen Pool, die Liegen schweben gleichsam im Wasser, dazu der Ausblick auf den palmengesäumten Strand mit dem blau schimmernden Meer – das ist Entspannung pur. Relaxed geht es auch im Nautil Café und Morris Beef Restaurant zu, die ebenfalls zum „adults only“ Bereich gehören, hier gilt Dresscode „casual and ele-

gant barefoot“. Natürlich stehen den Gästen im Victoria for 2 auch sämtliche Restaurants und Einrichtungen im Haupthaus Le Victoria zur Verfügung. Neben einem riesigen Pool, weiteren Bars und Restaurants, werden hier vielfältige Sportmöglichkeiten geboten. Dazu zählt auch eine eigene zertifizierte Tauchbasis, die Beachcomber Scuba Diving Academy - im Vorjahr bereits zum zweiten Mal als „Indian Ocean Leading Dive Resort“ ausgezeichnet - wie Diving Instructor François Besson stolz anmerkt. Schnuppertauchen wird gratis angeboten und so nützen etliche unserer Teilnehmer die Gelegenheit, nach einer kurzen Einführung in die schillernde Unterwasserwelt des Indischen Ozeans einzutauchen.

### THE ART OF BEAUTIFUL

Unter diesem Titel hatte Beachcomber im Vorjahr ein neues Konzept erstellt - kleine Extras und Aufmerksamkeiten, die Herz und Auge erfreuen und den Gästen die herzliche Gastfreundschaft der Beachcomber Resorts & Hotels sowie landestypische Akzente vermitteln. So durften auch wir eine temperamentvolle Segel-Tanz-Show am Strand erleben, sowie das besinnliche Ritual der „beautiful lights“, bei dem alle Gäste den nächtlichen Pool mit kleinen Schwimmkerzen erleuchten und mit ihren geheimen Wünschen auf die Reise schicken. Ein stimmungsvoller Ausklang des ersten Tages auf Mauritius. Für den nächsten Tag stehen gleich drei Hotelbesichtigungen am Programm, was aber trotzdem keinen Stress bedeutet: Das 5-Sterne Trou aux Biches, das 4-Sterne Canonnier und das Luxushotel Royal Palm liegen alle an der Nordost-Küste der Insel, unweit vom Le Victoria. Ganz nach „Art of Beautiful“ ist auch der Empfang im Trou aux Biches Beachcomber Golf Resort & Spa: mit einem herzlichen „Welcome!“ coolen Drinks und köstlichen Häppchen, bevor es zum feinen Lunch auf der schattigen Poolterrasse, mit Blick auf Strand und Meer, geht. „Moment de Plaisir“ nennt sich der dazu krenzenzte Rosé-Wein – wie passend!

### GOLFERS' PARADISE

Mauritius gilt als eine der Top-Destinationen für Golfer: Mit dem Ende 2017 neu eröffneten Mont Choisy Le Golf stehen nunmehr ganze zehn 18-Loch Golfplätze zur Wahl. Der neue 18-Loch / 72 Par Championship Golfcourse Mont Choisy Le Golf ist wenige Fahrminuten von den Beachcomber Hotels Trou aux Biches, Canonnier und Royal Palm entfernt; so war es naheliegend, dass Beachcomber mit diesem neuen Golfplatz eine enge Partnerschaft vereinbart, wie François Venin, Beachcomber Sales & Marketing Manager, ausführt. Im Zuge der Vereinbarung und des vorjährigen Rebrandings wurden demnach auch die beiden Hotels umbenannt auf Trou aux Biches Beachcomber Golf Resort & Spa, sowie Canonnier Beachcomber Golf Resort & Spa. Golfer finden im Trou aux Biches nicht nur einen top ausgestatteten Pro-Shop sondern einen eigenen Golf Operations Manager. Aufgrund der Partnerschaft mit Mont Choisy le Golf genießen Hotelgäste privilegierten Zugang zu Abschlagzeiten, Transfers und weitere Vorteile. Passionierten Golfern bietet Trou aux Biches eigene Golf-Suiten, mit Inklusiv-Leistungen wie Green Fee, gratis Shuttle, Golf Cart, sowie optimale Tee Times.

### FEST FÜR DIE SINNE

Noch ein Highlight erwartet unsere kleine Gruppe an diesem Tag: Gregory Coquet, der smarte Generalmanager des Royal Palm Beachcomber Luxury, würdiges Mitglied der Leading Hotels, lädt zu Champagner-Cocktail samt folgendem Haubenkoch-Dinner unter Sternen am Strand – ein Fest für die Sinne. Während einige Ambitionierte unserer Gruppe sich am folgenden Morgen am Golfplatz tummeln, bleibt uns anderen Zeit, um die frisch restaurierten Zim-

mer samt Anlage im Canonnier Beachcomber zu erkunden. Besonders originell ist hier das Spa, dessen Pavillons in einem riesigen, uralten Banyan-Baum eingebettet sind. Der Abend steht bereits im Zeichen des Abschieds und unsere Gastgeber im Le Canonnier setzen alles daran, den vorherigen zu übertrumpfen: Mit einer stimmungsvollen Sunset-Cruise bei Cocktails und Fingerfood, gefolgt von einer privaten Strandparty mit Steaks sowie Lobster vom Grill und als finaler Höhepunkt eine tolle Afrika-Tanzshow samt fantastischen Feuerspielen. Wow - großartig - alles extra für uns?! „Nicht nur“, lacht Hotelmanager Kervyn Rayeroux „solche Abende bieten wir allen unseren Gästen.“

MS



### INFO

tip-Redakteurin Martha Steszl war auf Einladung von Beachcomber Resorts & Hotels in Mauritius.

ÖRV-Akademie 2018

# „Wie entwickeln wir die Branche weiter?“

Am 27. September 2018 startet die nächste ÖRV-Akademie - seit der Premiere 2007 nun bereits die 12. Auflage ohne Unterbrechung. Warum diese Akademie so wichtig für die Reisebranche ist und auch so erfolgreich läuft, erklärt Seminarleiter und Trainer Markus Ehrensberger in dem Gastbeitrag.

Foto: Markus Ehrensberger



Markus Ehrensberger

Die Anmeldungen erreichten uns schon vor Versand der Broschüren. Die stets top gebuchte Akademie beweist, dass wir einiges richtig machen. Reisebüros sind keine politischen, sondern auf Gewinn ausgerichtete Unternehmen: Wiederkehrende Kunden und nicht schöne Worte zeigen Qualitätslevels an. Für die Organisatoren der Akademie ist die Planungsphase auch immer Anlass, über Änderungen nachzudenken, um am aktuellsten Stand zu trainieren und zu entwickeln.

### FÜR ALLE ZUGÄNGLICH

Die Akademie ist für alle Touristiker zugänglich. Die Entscheidung, „ist das was für mich?“, können wir aber niemandem abnehmen. Wir können aber konkret festhalten, dass sich der Wissenserwerb vom Schalter bis zum Regionalleiter, vom kleinen Nischen-Büro bis zum Konzern und vom Retailer bis zum Veranstalter auszahlt. Die Motivation zur Teilnahme reicht vom Wissensdurst über die Karriereentwicklung bis hin zu sozialen Interessen. Die ursprüngliche Idee von ÖRV-Generalsekretär Dr. Walter Säckl wird konsequent weiterverfolgt: ein Netzwerk aus Outgoing-Touristikern und einem gesunden Mix aus Retailern, Veranstaltern, Airlines etc. zu schaffen, welche die Dynamik der Branche pflegen und ausbauen. Das einstige Kernziel der Akademie „Vorbereitung auf Füh-

rungsaufgaben“ wird schon lange durch „Wie entwickeln wir die Branche weiter?“ ergänzt. So unterstützen wir jeden Teilnehmer in seiner Karrierevorstellung individuell und erstellen für jeden Teilnehmer über Verhaltens- und Motivationsanalysen ein persönliches Stärkenprofil, das sowohl Leadership als auch Verkauf betrifft.

### AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN

Die Inhalte 2018 wurden auf folgender Frage weiterentwickelt: Wo haben wir im Moment die größten Herausforderungen der Branche? Und wo in den kommenden Jahren? Die Kunden sind da, die Mitarbeiter jedoch rar, und die Spannen wachsen auch nicht. Ob Employer Branding im Sinne der Absicherung von Beratungsqualität oder Einkommen - im stationären Vertrieb gibt es genug Themen, die einen Leader im Reisebüro fordern. Die Teilnehmer lernen durch die Vielfalt der Betriebe, vom kleinen, aber feinen Nischenveranstalter bis hin zum Konzernbüro, vom Regionalleiter bis zum Filialleiternachwuchs nicht nur miteinander, sondern vor allem auch voneinander.

### FÜNF MODULE DER AKADEMIE

**Modul 1:** Woher bekomme ich die besten Mitarbeiter, wie halte ich diese? Wie entwickle ich Beratungsqualität und damit Empfehlungsnetzwerke für ein profitables Wachstum?

**Modul 2:** Märkte und Absatzpotenziale, die kaum aktiv akquiriert werden. Welche Ziel- und Lifestyle-Gruppen warten auf ihr Reisebüro, wer sind die Stil-Gruppen-Inhaber und wie werden künftige Kunden konkret abgeholt? Märkte sind global, unsere Kunden aber bleiben lokal.

**Modul 3:** Betriebswirtschaft und die nachhaltige Umsetzung. Rotherträge reichen nicht, erst bei DB 4 klingelt die Kassa.

**Modul 4:** Ertragskrisen, Personalkrisen etc. Basteln an Early Warning Systemen und Fast Action.

**Modul 5:** Zusammenfassung und Entwicklung von Methoden, das Erlernte auch Mitarbeitern weiterzuvermitteln. Vorbildwirkung, Verkaufstechniken werden über Leistungsmanagement und strukturierte Einschulung nachhaltig korrigiert, bestätigt und verankert.

### GELEBTE DYNAMIK

Die in der Akademie gelebte Dynamik trägt maßgeblich zur Entwicklung der bestehenden und nächsten Generation im stationären Vertrieb bei. Kaminabende sowie Diskussionsrunden mit dem ÖRV-Präsidenten und -Generalsekretär runden nicht nur ab, sondern zeigen auf, wie sich Ideen konkret umsetzen lassen.

Wir theoretisieren nur zur Förderung der Kreativität, die Frage der nachhaltigen, konsequenten Umsetzung bestimmt die Methodik. Die Teilnehmer erhalten in der Folge auch einen vergünstigten, attraktiven Zugang zum ÖRV-Kongress und verschiedensten Fachveranstaltungen.

Natürlich ist die Teilnahme kein Garant für Karriere in der Branche, da muss jeder seinen eigenen Beitrag leisten, aber eine motivierende Perspektive für das so wichtige Halten von Talenten in der Branche stellt es allemal dar. Sätze wie „Das hätte ich schon vor 20 Jahren machen sollen“ hören wir in jeder Akademie. Aber wie schon Mark Twain sinngemäß wissen ließ: „In 20 Jahren wird dich das ärgern, was du nicht getan hast, und nicht das, was du getan hast!“ ●

*Markus Ehrensberger ist selbstständiger Unternehmensberater, Wirtschaftstrainer und Dozent an unterschiedlichen Institutionen, u. a. dem TTC und der FH Salzburg. ÖRV-Akademie: [www.ttc.at](http://www.ttc.at)*



# Mit Humor geht's besser

Humor & Verkauf – passt das zusammen? „Ja natürlich“, meint *tip*-Expertin Helga Steiner. Spontan, authentisch und in der richtigen Dosis eingesetzt hilft Humor in fast allen Lagen und v. a. Verkaufsphasen.

## TIPPS VOM EXPERTEN



**Helga Steiner** (Steiner Consulting) ist seit 1996 als selbstständige Vertriebsberaterin und Trainerin tätig und hat bereits unzählige Trainings für Reisevermittler geleitet. [helga.steiner@steinerconsulting.at](mailto:helga.steiner@steinerconsulting.at)

## DIE RICHTIGE DOSIS

Humor, Witz und SchmäÙ lockern Ihre Gespräche auf, verleihen der gesamten Situation im Reisebüro eine persönliche Note, verbreiten empathische Stimmung und tun auf diese Weise vielen Verkaufsgesprächen sicherlich sehr gut. Verkäufer und Käufer sind schließlich Menschen, und Menschen lachen gern und sehen auch gerne lachende Gesichter.

Aber Vorsicht: Übertriebenen und aufgesetzten Humor empfinden Kunden sehr schnell nervend und das kann die eigene Verkaufssituation (Verhandlung) in eine unerwünschte Richtung lenken. Kurz gesagt: Die Dosis macht es aus.

Angemessen eingesetzt kann Humor in jeder Verkaufsphase seinen Platz finden. Ihre persönliche Erfahrung, Fingerspitzengefühl und die soziale Kompetenz bzw. Intelligenz (soft skills) des Agents sind hier gefragt. Wichtig ist:

- Das Gegenüber wahrnehmen (Körpersprache, Gesichtsmimik)
- Blickkontakt halten
- Ein guter Zuhörer sein und dementsprechend agieren
- Authentisch sein

Authentizität ist ein wichtiges Stichwort. Nur durch Authentizität fühlen Sie sich im Verkauf wohl und haben dadurch eine sympathische und offene Wirkung auf den Kunden. Wie gesagt: Worte – Stimme und Körpersprache müssen EINS sein. Alles Gespielte wird schneller zum Verhängnis als man denkt.

## DEN EIGENEN WEG GEHEN

Es ist jedoch zwischen „Witze erzählen“ und „Humor“ zu unterscheiden. Wenn Sie als „Verkäufer“ Witze erst vorbereiten müssen,

sind Sie vielleicht nicht der Verkäufer, der Witze als Kommunikationsmöglichkeit in Gespräche einbringen sollte. **Spontanität und Originalität** siegen natürlich vor vorbereiteten Witzen. Nur weil die Kollegin oder der Kollege ad hoc zu jeder Situation einen Witz weiß, heißt es nicht, dass Sie selbst es tun müssen. Den eigenen Weg zu gehen, ist enorm wichtig und erfolgsversprechender als einen Stil zu kopieren.

- Aber: Nicht jedes Gespräch muss Humor haben, um als ein gutes Gespräch zu gelten. Sachlich, fachlich, zielorientierte Gespräche ohne laufenden SchmäÙ funktionieren auch bestens und führen zum gewünschten Erfolg.

## ARBEIT MIT DEM SPASSFAKTOR

Humor wirkt nicht nur nach außen. Auch unternehmensintern zeigt er seine angenehmen Facetten.

- Humor ist ein Faktor zur Stressreduzierung und unterstützt die kreative Arbeit.
- Druck wird durch lustige Situationen abgebaut.
- Angespannte Momente können durch eine heitere Art und durch ein Quäntchen Humor leicht aufgelöst werden.
- Ein mit Maß eingesetzter Humor wirkt sich auch auf die Gesamtmotivation jedes Einzelnen aus.

## AUFMERKSAMKEIT GENERIEREN

Ist Humor gleich Lachen? Humor ist definitiv mehr als nur ein lächelndes Gesicht. In den Führungsetagen wird Humor als ein strategisches Instrument eingesetzt, um zu überraschen, aufzulockern, bestimmte Dinge zu vereinfachen oder einfach einen anderen Blickwinkel zu bekommen. Durch Humor wird Aufmerksamkeit generiert.

Humor ist mitunter stark an eine Lebenseinstellung gekoppelt. Mit einer positiven Einstellung ist zwar das Glas noch immer halb voll oder eben halb leer. Lachen schüttet **Glückshormone** aus und suggeriert unserem Körper: „Ja, es geht mir gut.“ Mit einem Lachen im Gesicht ist einfach alles leichter zu bewerkstelligen. Humor ist weit mehr als nur einen Witz nach dem anderen zu erzählen.

§ Im beruflichen Bereich empfiehlt Helga Steiner ihre persönliche **D.A.S.S.-Formel**, die sie bei Workshops & Trainings immer wieder anspricht: **D**osiert, **A**uthentisch, **S**ontan, **S**ituationsbedingt.

# Lust auf Neues

Wenn Sie das Gefühl packt, es ist Zeit für etwas Neues in Ihrem Berufsleben, dann ist intensives Nachdenken statt plötzlichem Aktionismus gefragt. Karriereberaterin Sonja Rieder hilft Ihnen zu reflektieren und die richtigen Fragen zu stellen, für den nächsten Schritt im Arbeitsleben. Die Expertin eröffnet mit dem Thema zur Neuorientierung die neue Serie des *tip*: „fit for life @work“. Damit steht *tip* Ihnen künftig in allen Lebenslagen des Arbeitsalltags zur Seite. Für Ihren Erfolg.

## URSACHEN ERFORSCHEN

„Warum will ich etwas Neues?“ Diese Frage gilt es zuallererst zu beantworten. Denn: Schwierigkeiten mit dem/der Chef/in, Konflikte im Team oder ein unangenehmes Betriebsklima bedeuten nicht, dass man sofort seine Tätigkeit oder den erlernten Beruf wechseln muss. Ein Jobwechsel hilft auch nicht bei geringem Selbstwertgefühl oder mangelndem Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten. „In der Praxis schwimmt die Lage oft. Konflikte, Unausgesprochenes oder Unlösbares drücken aufs Gemüt. Und obwohl all das nicht am Inhalt der Tätigkeit liegt, wird genau daran gezweifelt“, sagt Rieder. „Hier heißt es wirklich genau hinsehen!“

### Hilfreiche Fragen zur Orientierung sind:

- Gibt es einen alten Berufswunsch aus Jugendtagen, den Sie nicht nachverfolgt haben?
- Was ist der Kern dieses Berufswunsches und wie könnten Sie diesen auch jetzt mehr ausleben?
- Gibt es Menschen, die Sie um ihren Job beneiden?
- Worauf sind Sie neidisch?
- Welche eigenen Wünsche verbergen sich dahinter?
- Wenn Sie in Ihrem Leben fünf Karrieren machen dürften, welche wären das?
- Haben Sie Ihren Beruf eventuell (auch) aus Rücksicht auf Ihre Eltern erlernt?
- Folgen Sie einem Muster Ihrer Familie?
- Ist es an der Zeit, dieses Muster zu verlassen?
- Wer ist Ihr Vorbild? Wer inspiriert Sie?

## JOB ERWEITERN

Wer die Fragen für sich beantwortet, hat in den meisten Fällen die Erkenntnis: Ein vollkommener Berufswechsel ist nicht notwendig. Wer nämlich etwas „ganz anderes“ macht, verzichtet auf alles, was er sich bisher angeeignet hat. „Oft geht es vielmehr darum, sich einen Job mit angenehmeren Umständen zu suchen oder den angestammten Tätigkeitsbereich zu verändern bzw. zu erweitern“, sagt Rieder. „Die Jobberweiterung ist die attraktive Schwester der kompletten Umorientierung.“

Ein interner Wechsel im Unternehmen ist auch wesentlich risikoärmer als ein externer Wechsel. „Lassen Sie sich bei einem Veränderungswunsch nicht vom ersten ‚Nein‘ verunsichern“, rät Rieder. Wer hartnäckig seine Wünsche und Forderungen formuliert, kommt ans Ziel. Auch wenn er den Arbeitgeber im Falle eines Stellenwechsels vor die Aufgabe stellt, Ersatz für die bisher besetzte Stelle zu finden.

## UMWELT MIT EINBEZIEHEN

„Unsere Umwelt spielt bei einer Neuorientierung eine ganz bedeutende Rolle“, weiß Rieder. Nur persönlich sehr gefestigte Personen schaffen, nach Rieders Erfahrung, eine komplette Umorientierung. Sie verlassen große Teile ihres sozialen Umfeldes, nicht nur Kolleg/innen aus Arbeit und Beruf, sondern oft auch einen Freundeskreis. „Wer sich von jedem Kommentar der besten Freundin verunsichern lässt, wird wesentliche Hürden nicht nehmen können“, sagt Rieder. Hat man vor, sich wirklich neu zu orientieren, ist davon auszugehen, dass

- Teile des privaten Umfeldes nicht begeistert sind. Aus unterschiedlichen Gründen (zeitweilig unsicheres Einkommen, Zeitmangel durch neue Ausbildung etc.). „Viele Menschen sind mit ihrer Lebenslage nicht zufrieden und jemand, der sich traut, etwas zu ändern, erinnert sie an ihren eigenen Widerstand Veränderungen gegenüber“, sagt Rieder.
- es von Ihrer Seite viel Erklärungsbedarf braucht, warum Sie sich neu orientieren. In der Familie, im Freundeskreis und letztendlich am Arbeitsplatz.

Rieder rät deshalb sich vorzubereiten:

- Mit Widerstand rechnen und sich Argumente zurechtlegen.
- Zeit für die Veränderung einplanen. Für sich selbst und für das Umfeld.

Veränderungspläne erst erwähnen, wenn Sie die ersten, konkreten Schritte selbst kennen. Damit vermeiden Sie Unsicherheiten, die zu Beginn vollkommen natürlich sind, und können positiv in Ihre neue Job-Zukunft starten.

## TIPPS VON DER EXPERTIN



Mag. Sonja Rieder, MSc, ist hauptberufliche Karriereberaterin und Psychotherapeutin. Sie studierte Jus mit Schwerpunkt Arbeitsrecht. Danach war sie mehrere Jahre im Personalmanagement privatwirtschaftlicher Unternehmen tätig. Seit 2008 ist sie mit ihrem Büro für Karriereberatung, Business & Life Coaching in Wien selbstständig. [www.sonja-rieder.at](http://www.sonja-rieder.at)

## ZAHL-STELLE

22,50 EUR

kostet das Wiener Schnitzel (jedoch vom Kalb) in Mayrhofen auf 2.250m Seehöhe. Hingegen lediglich 11 EUR müssen Wintersportgäste für ein Wiener Schnitzel (vom Schwein) in Ober-  
tauern berappen. Dies sind die Ergebnisse einer Untersuchung des Ski-Portals Snwoplaza. Im Schnitt kostet in diesem Winter das Lieblingsgericht der Skifahrer 14,80 EUR und somit um 0,60 EUR oder 4% mehr als noch im Vorjahr. Mit 14,50 EUR essen Skiurlauber den teuersten Germknödel in Lech am Arlberg. Der Durchschnittspreis für den Pistensnack lag zuletzt bei 6,95 EUR. Eine detaillierte Preisübersicht ist unter [www.snowplaza.de](http://www.snowplaza.de) veröffentlicht.

## Schlafen im Fass



Foto: Schlaffassdorf.de

Eine wirklich runde Sache zum Übernachten befindet sich auf dem Campingplatz am Nationalpark Bayerischer Wald. Hier haben sich die Besitzer nämlich etwas ganz Besonderes ausgedacht: das Schlaffassdorf. Was zunächst lustig klingt, ist ein Übernachtungserlebnis der ganz besonderen Art, denn in den kuschelig warmen Holzkokons lässt es sich wunderbar behütet schlafen und entspannen. Bis zu vier Personen finden in einem Fass Platz. Zum Dorf gehören neben den Schlaffässern auch eine Grillkota zum „Indoor Grillen“, zwei beheizbare Badebottiche sowie eine Fasssauna.

ganz persönlich  
Michaela Gruber

## MEIN LEBENSMOTTO:

You never get a second chance for a first impression

## DRAUF STEH ICH:

gutes Essen

**GEHT GAR NICHT:** gibt's nicht – es geht immer etwas :-)

## SO STARTE ICH IN DEN TAG:

mit einem klitzekleinen Pilates-You Tube Video

## WENN ICH NICHT ARBEITE, FINDET IHR MICH?

unterwegs mit meiner „Gang“

## MEINE LIEBLINGSSPEISE?

Mamas Faschierter Braten mit Erdäpfelpüree

## MEIN LIEBLINGSHOTEL:

Hotel Semeli auf Mykonos

## MEINE LIEBLINGSDESTINATION:

Havanna, Rio de Janeiro, Kapstadt



## STECKBRIEF:

**ALTER:** 43

**STERNZEICHEN:** Fisch

**FAMILIENSTAND:** it's complicated

**IN DER BRANCHE SEIT:** 23 Jahren als: verschiedenste Positionen im In- und Ausland bei Ground-operation Austrian Airlines und seit 2013 Key Account Manager Leisures Sales Lufthansa Group

## KONTAKTDATEN:

Michaela Gruber  
Austrian Airlines  
Key Account Manager Leisure Sales  
Office Park 2, 1130 Wien  
[michaela.gruber@austrian.com](mailto:michaela.gruber@austrian.com)



Hier gibt's  
Erholung!  
Versprochen

**W**ir treffen uns in der Mondial-Zentrale in der Wiener Operngasse. Die knallgelben Wände verleihen dem schmalen Chefbüro eine gewisse Entspanntheit. Die strahlt auch Gregor Kadanka aus, obwohl er seinen linken Arm – er ist Linkshänder – in einer Schlinge trägt. „Ein kleiner Unfall mit dem Lenkdrachen meines Sohnes. Eigentlich ein Spielzeug, aber bei Sturm ist es was anderes“, lacht er. Im Februar urlaubte die Familie in Südafrika. Am Strand von Kapstadt war der Wind sehr stark und da ist es dann passiert: Sohn Kyrill (16) versuchte, seinen Vater festzuhalten, doch vergeblich. Der Sturz endete mit einem gebrochenen Schlüsselbein. Alles festgehalten auf einem Video. Eindrucksvoll. Und ja, auch ein bisschen lustig. Inzwischen kann Gregor aber trotz Schlinge die meisten Tätigkeiten selbst machen: Sogar die dünnen, selbstgedrehten Zigaretten gelingen ihm ganz gerade.

### TOURISTISCHE VERSEUCHUNG

Der groß gewachsene Unternehmer hat die Mondial GmbH & Co KG Anfang der 2000-er Jahre von seinem Vater, dem Firmengründer Rudi Kadanka, übernommen. 2007 wurde der 1970 Geborene Geschäftsführer und erweiterte seine Zuständigkeit Schritt für Schritt. Sein Vater ist bis heute aktiv. An einer Karriere in der Touristik konnte er fast nicht vorbei. „Meine Familie ist schwer touristisch verseucht“, lacht er. Der Vater ein Pionier und Grand Seigneur in der heimischen Reisebranche, die Mutter Stewardess – die damals korrekte Berufsbezeichnung – bei der AUA, der Onkel Adi, der zeitweise bei ihnen gewohnt hat. Auch seine beiden Schwestern, Sofie und Valerie, sind in der Touristik tätig und sogar seine Lebenspartnerin Claudia stammt aus einer Hoteliersfamilie.

### K.K. – NAMEN MIT SYSTEM

Für Gregor war nicht immer klar, dass er ins Familienunternehmen einsteigen würde. Ursprünglich träumte er davon, Architekt zu werden. Was ihn davon abhielt, waren Bedenken, von Auftragsarbeiten abhängig zu sein. Aufgewachsen ist er in Baden, als ältestes von drei Kindern. Heute leben alle drei mit ihren Familien in Wien. Alle haben je zwei Kinder. „Wie die Orgelpfeifen, im Abstand von zwei bis drei Jahren, abwechselnd Bub und Mädchen“, beschreibt Gregor eine symmetrische Großfamilie. Seit dem Jahr 2000 ist er mit Claudia in einer „Wilden Ehe“ zusammen. „Das funktioniert super. Never change a running system.“ Für die Namensgebung seiner beiden gemeinsamen Kinder hatte sich das Paar klare Attribute zurechtgelegt: Sie sollten mit K beginnen, kurz sein, zu Kadanka passen. So einigten sie sich für den ältesten Sohn auf Kyrill, für die Tochter (13,5 Jahre) auf Kinga.

### UMWEGE

„Ich war ein relativ müheloser Schüler“, erzählt Gregor über die Anfänge seiner Ausbildung. Den größten Teil seiner Zeit als Gymnasiast absolvierte er auf dem Theresianum in Wien. Als er in der siebten Klasse einen Mopedunfall hatte und er länger ausgefallen war, legte man ihm nahe, die Klasse zu wiederholen. Das war aber nicht, was Gregor wollte. Also wechselte er nach Baden, wo er gleich in die achte aufsteigen konnte. Seiner Zeit beim Militär kann er nichts Positives abgewinnen: „Das war eine unglaubliche Zeitverschwendung. Acht Stunden am Tag Papierln hin- und herschieben.“ Da fühlte er sich auf der Uni deutlich wohler. Anfangs inskribierte er eine Fächerkombination aus Philosophie, Politikwissenschaft, Ökonomie und Jus. Dazwischen verbrachte er ein Jahr in der Dominikanischen Republik. Die Mutter eines Freundes hatte dort ein Hotel und war auf der Suche nach einem Geschäftsführer. Gregor sagte zu.



## Gregor Kadanka

### FRECHHEIT SIEGT

Als die Touropa die Karibikinsel ins Programm genommen hatte, bewarben sich Gregor und sein Freund als Reiseleiter. „Wir haben uns zwar auf der Insel überhaupt nicht ausgekannt und konnten auch kein Spanisch. Aber dafür Deutsch“, beschreibt er die Ausgangslage lakonisch. Gelernt haben sie dann natürlich schnell. Mit dem verdienten Geld ging es nach einigen Monaten nach Miami. Dass ihnen Pass und Reisekasse gestohlen wurden, hat den Aufenthalt dort drastisch verkürzt. Zurück in Wien entschied Gregor sich schließlich für ein Jusstudium. Gegen Ende des Studiums, das er erfolgreich abgeschlossen hat, stieg er in ein Kulturprojekt seines Vaters ein. Mitte der 90er übernahm er den IT-Bereich. „Das war der Anfang des Internets. Wir waren das erste Reisebüro mit einer Website.“ Dazwischen hatte er noch mit einem Partner eine eigene IT-Firma gegründet. Der damalige Partner, Wolfgang Grimm, ist heute Leiter der IT-Abteilung bei Mondial.

### KOMMT ANDERS, ALS MAN DENKT

Unnötig zu sagen, dass Gregor schon von Klein auf viel auf Reisen war. Selten besucht er eine Destination zweimal. Gefallen hat es ihm an vielen Orten, im Moment fasziniert ihn der Norden besonders: Island, Schweden, Dänemark, Estland haben ihm alle gut gefallen. Er sieht sich nicht als klassischer Badetourist. „Ich fahr gern viel herum, ich muss mich bewegen können.“ Das ist ihm auch an Wochenenden wichtig. Die verbringt er oft auf Wanderungen, allein, mit der Familie oder mit Freunden. Gar nicht ausstehen kann er, wenn ihm jemand aggressiv kommt. Und Ungerechtigkeit. „Damit find ich mich schlecht ab.“ Langfristige Ziele hat er „eher nicht.“ „Denn es kommt eh alles anders, als man denkt.“ ERP

## TERMINE

## NEPALABEND IN WIEN

Das Fremdenverkehrsamt Nepal lädt gemeinsam mit zahlreichen nepalesischen Vertretern der Tourismusbranche zu einem informativen Abend in Wien ein. Für Speisen und Getränke ist gesorgt, zudem findet eine Gewinnverlosung statt.

**Datum:** 15. März 2018

**Beginn:** 18:00 Uhr

**Ort:** Austria Trend Hotel Savoyen Vienna, Rennweg16, 1030 Wien  
Anmeldung per Mail an [marketing@bz-comm.de](mailto:marketing@bz-comm.de), für Fragen steht Bianca Kolić unter der Telefonnummer +4969 / 256 28 88-16 zur Verfügung.

Thai Airways International PCL  
sucht Verstärkung im Verkaufsbüro  
Wien-Flughafen, Office Park 3



## Reservation/Ticketing Agent (m/w)

## AUFGABEN

- Telefonische und persönliche Beratung von Privatkunden, Reisebüros und Veranstaltern
- Reservierung, Umbuchung, Ticketausstellung und Umschreibung von Flugtickets
- Bearbeitung von Erstattungen, Ansprechpartner für das Vielfliegerprogramm.

## ANFORDERUNGEN

- Mehrjährige Erfahrung im IATA Bereich (Reisebüro oder Airline)
- Sehr gute Amadeus und MS Office Kenntnisse
- Perfektes Deutsch und sehr gutes Englisch

Sie mögen den Kontakt zum Kunden und sind serviceorientiert?  
Sie arbeiten eigenständig, sind begeisterungsfähig und flexibel?

Mindestentgelt € 2.400 brutto monatlich  
Überzahlung je nach Qualifikation und Berufserfahrung möglich.

Wir freuen uns auf Ihre detaillierte Bewerbung in englischer Sprache bis zum 19. März 2018 an

Email: [salesvie@thaiairways.at](mailto:salesvie@thaiairways.at)  
Ms. Chonnakarn Akrapreedee  
Thai Airways International PCL  
Office Park 3, 1300 Wien-Flughafen

## IMPRESSUM

## tip - travel industry professional

**Medieninhaber:** Profi Reisen Verlagsgesellschaft m.b.H. IA-1030 Wien, Seidlgasse 22, Tel.: +43/1/714 24 14, Fax: 714 24 14-4 | **Gründer:** Rainer Pilcik †, Mag. Elo Resch-Pilcik | **Chefredakteurin/Herausgeberin:** Mag. Elo Resch-Pilcik (ERP) | **Chefvom Dienst:** Dieter Putz | **Redaktion:** Dr. Maria Hohenau (MH), Dieter Putz (DIPU), Michaela Trpin (MT), Tina Milacek (TM), Michaela Siebenhaar (MiSi), Mag. Christiane Reitshammer (CR), Martha Stesz (MS), Susanna Hagen (SH) | **Lektorat:** Christl Resch | **Redaktionsassistentin:** Karin Raab | **Geschf. Gesellschafterin:** Mag. Elo Resch-Pilcik | **Layout, Grafik & Bildbearbeitung:** Michael Demetler | **Web-Master:** Franz Paul (FP) | **Druck & Versand:** Druckerei Berger, Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn | **tip** erscheint 14-tägig (26x/Jahr) ausschließlich im Abonnement | **Internet:** [www.profireisen.at](http://www.profireisen.at), [www.tip-online.at](http://www.tip-online.at), [www.facebook.com/tip.magazine](http://www.facebook.com/tip.magazine) | **e-mail:** [news@profireisen.at](mailto:news@profireisen.at), [office@profireisen.at](mailto:office@profireisen.at)

## Einzelne Texte beinhalten Informationen aus Pressemeldungen folgender Agenturen:

APA, DPA, sda und AFP. **Gender Hinweis:** Auf das Hinzufügen der jeweiligen weiblichen Formulierungen wurde bei geschlecht-spezifischen Hinweisen im Sinne der flüssigen Lesbarkeit verzichtet. Alle personalen Begriffe sind sinngemäß geschlechtsneutral, also weiblich und männlich, zu lesen.

## KARRIERE



Foto: Sunny Cars



Foto: Costa Kreuzfahrten / AIDA Cruises

| Mareen Lipkow

| Melanie Kristina Bazez

## MAREEN LIPKOW,

bisherige B2B-Marketingleiterin, wurde von Sunny Cars zur Bereichsleiterin Marketing für die DACH-Region ernannt. Damit übernimmt sie die Gesamtverantwortung für den Bereich Marketing (Offline, Online, B2B und B2C). Im Rahmen ihrer neuen Funktion und Position will Mareen Lipkow die Marktstellung von Sunny Cars und des Schwesterunternehmens autobooker.com weiter festigen und ausbauen. „Die Neustrukturierung ist ein konsequenter Schritt, um die Strukturen von Sunny Cars zukunftsorientiert zu gestalten“, bekräftigt Sunny Cars Geschäftsführer Thorsten Lehmann. Als Bereichsleiterin Marketing führt Mareen Lipkow ein fünfköpfiges Team, das noch um einen Senior Marketing Manager für den B2B-Bereich von Sunny Cars ergänzt werden soll.

## MELANIE KRISTINA BAZEZ

ist ab sofort als neue Mitarbeiterin im Bereich Trade Marketing und Accounting tätig und verstärkt das Team um Ulli Soukop von Costa Kreuzfahrten und AIDA Cruises in Wien. Ihre Ausbildung absolvierte die 29-Jährige bei Club Magic Life, wo sie nach ihrer Lehre als Bürokauffrau in der Marketingabteilung tätig war. Zuletzt war Melanie bei einem Start-up für Telekommunikation beschäftigt. Hier war sie unter anderem für das Beschwerde- und Office-Management sowie für die Bereiche Cash Management und Human Resources verantwortlich. Nach sechs Jahren im Start-up-Bereich freut sich die gebürtige Wienerin über ihre Rückkehr in die Reisebranche.

FCM TRAVEL SOLUTIONS,  
in Österreich exklusiver  
Partner der COLUMBUS  
Reisebüro-Gruppe.

## Wir suchen SIE zur Verstärkung unseres Teams.

Das KV-Mindestgehalt beträgt auf Basis von 38,5 Stunden € 1.650,-, die Höhe einer möglichen Überzahlung ist abhängig von Qualifikation und Erfahrung.

FCM TRAVEL SOLUTIONS  
COLUMBUS  
Business Travel GmbH  
Dr. Auner Straße 20  
8074 Raaba-Grambach

Herr Ralf Detitscheg freut sich auf Ihre aussagekräftigen Unterlagen per E-Mail: [ralf.detitscheg@at.fcm.travel](mailto:ralf.detitscheg@at.fcm.travel)

## Werden Sie unser neuer Business Travel Consultant m/w

## Sie bieten:

- gute AMA Kenntnisse
- gute MS Office-Kenntnisse
- hohe Service- und Kundenorientierung
- Teamfähigkeit
- gute Englisch-Kenntnisse, perfekte Deutsch-Kenntnisse

## Was wir bieten:

- ein unbefristetes Dienstverhältnis in einem erfolgreichen Geschäftsreisebüro
- laufende Weiterbildungsmöglichkeiten
- Arbeitsplatz im gut strukturierten Technopark inkl. Mitarbeiterparkplatz
- ausgezeichnetes Betriebsklima
- die Sicherheit des größten österreichischen Reiseunternehmens in privater Hand

[www.at.fcm.travel](http://www.at.fcm.travel)



## Wärmende Olimar Roadshow

Foto: Tina Mlilacek



Trotz klirrender Temperaturen in Wien ging im „Club der Keller“ am Wiener Laurenzerberg die Sonne auf. Die Agents lauschten gespannt den lebhaften Erzählungen von Michael Kahlau, Vertriebsleiter von Olimar Reisen, über die Warmwasserziele Portugal, Madeira, Porto Santo und die Inselgruppe der Azoren. Auch die Neuigkeiten der Hanse Merkur Versicherung und Sunny Cars kamen nicht zu kurz. Eine Verlosung zahlreicher Preise und ein köstliches Abendessen rundeten den gelungenen Abend ab

## DER Norden lässt grüßen

Foto: Dertour Austria



Dertour Austria nahm den Boom im Norden zum Anlass, bei der Regional Veranstaltungsreihe in Wr. Neustadt, St. Pölten, Wels und Brixlegg auf die beiden Destinationen Sylt und Irland einzugehen. Der Einladung folgten trotz Hochsaison viele Agents: Spannende Beiträge und Inputs lieferten das FVA Irland (Simon Bopp), Aer Lingus (Katerina Lamacova), Sylt Marketing (Lina Flohr) und die extra aus der DER Touristik Zentrale eingeflogene Insiderin Nastasja Vatter (Produktmanagerin Nordische Länder)

## China Airlines tanzt ins neue Jahr

Foto: China Airlines



Anlässlich des Chinesischen Neujahres wurde der diesjährige - mittlerweile traditionelle - Chinesische Neujahrsball vom Verband Taiwanesischer Unternehmer in den geschichtsträchtigen Sofiensälen in Wien veranstaltet. Mit der Eintrittskarte hatte jeder Besucher die Chance auf eines von zahlreichen Geschenken, unter anderem auch auf ein Flugticket Wien-Taipeh-Wien mit China Airlines

## Nicko Cruises Roadshow

Foto: Tina Mlilacek



Zu einer besonderen Abendveranstaltung lud der Kreuzfahrtspezialist ins Wiener Restaurant LE´O Der informative Abend stand ganz im Zeichen des neuesten Produktes der Reederei, dem Expeditionsschiff World Explorer. Nach einer kurzen Begrüßung erfuhren die anwesenden Agents alle Highlights des innovativen Neubaus - mit einer umfassenden kulinarischen Begleitung

## alltours überrascht mit Krapfen

Fotos: alltours



Mit einer köstlich-informativen Vertriebsaktion hat alltours zahlreiche Reisebüros in Wien angenehm überrascht. alltours Verkaufsleiter Günther Gross besuchte in Kooperation mit dem Branchenportal clubvision.at spontan ausgewählte Partner, um sie mit Produktneuigkeiten aus dem eigenen ebenso wie mit frischen und herrlich schmeckenden Schlemmerkrapfen aus dem Hause Groissböck zu versorgen

## EVA AIR: Xinnian kuaile!

Fotos: David Pan



Chinesisches Neujahr ist das wichtigste Fest in diesem Teil der Welt und wird traditionell mit der Familie gefeiert. EVA AIR nahm den Jahreswechsel – am 16. Februar begann das Jahr des Hundes – zum Anlass, rund 100 Partner aus Reisebüros und Frachtunternehmen zu einem opulenten Mahl in das Sichuan China Restaurant in Wien 22 zu laden. Doch nicht nur der Hund bot Grund zum Feiern, sondern auch die drei neuen Nonstop-Flüge Wien – Taipei, die am 10. März aufgenommen werden. Mit den dann täglichen Verbindungen in die taiwanische Hauptstadt bietet EVA AIR optimale Anschlussmöglichkeiten in zahlreiche fernöstliche Metropolen.



## AUA: Auf nach Kapstadt!

Fotos: tip/ERP



Die Promotion für die neuen Nonstop-Flüge nach Kapstadt, die Austrian ab 27. Oktober bis zu zweimal pro Woche mit einer B 777 durchführt, ist voll angelaufen. Gleich auf mehreren stimmigen Events machte das AUA Sales Team Lust auf Südafrika. Im Ludwig Van wurden die Gäste mit einem fast stilechten „Braai“, dem klassischen Barbecue am Grill, verwöhnt. Eine Woche später konnten Agents im Weinplateau Südafrika köstliche Weine vom Kap verkosten. Beide Male sorgte die charmante Sängerin Marjorie Etukudo mit ihrer Musik für tolle Stimmung.



# Kneissl-Reisende erleben Feste weltweit ...



**Kneissl**  
**touristik**  
Studien Erlebnis Reisen

## Andalusien - Feria Sevilla u. Granada

**Einzigartige Städte und Landschaften im Süden Spaniens**

14. - 21.4. (Feria in Sevilla), 26.5. - 2.6.2018 (Feria in Granada)  
Flug ab Wien, Bus, meist \*\*\*\*Hotels/tw. HP, Eintritte, RL  
**ab € 1.600,-**

## Portugal Rundreise - Antoniusfest

**Natur und Kultur von Porto bis zur Algarve**

9. - 16.6.2018 (Antoniusfest in Lissabon) Flug ab Wien, Bus,  
\*\*\*\*Hotels/meist HP, Eintritte, RL  
**€ 1.290,-**

## Höhepunkte Irlands - Bloomsday

**Von Dublin bis zur Connemara**

9. - 16.6., 16. - 23.6.2018 Flug ab Wien, Bus, \*\*\*\*Hotels/  
meist HP, Eintritte, RL  
**ab € 1.520,-**

## Ghana - Togo - Benin

**+ Akwasidae-Fest am Hof der Ashanti**

11. - 24.5., 3. - 16.8., 14. - 27.9., 26.10. - 8.11.2018, 22.12. - 4.1.2019,  
7. - 20.1.2019 (Voodoo-Festival statt Akwasidae-Fest) Flug  
ab Wien, Kleinbus, Hotels/HP, Eintritte, RL  
**ab € 3.290,-**

## Kulturschätze Äthiopiens

**Reise zu den Höhepunkten am Blauen Nil**

25.9. - 6.10. (Meskal-Fest), 21.11. - 2.12.2018 (Hidar Zion Fest)  
Flug ab Wien, Kleinbus, Hotels/VP, Bootsfahrt, Eintritte, RL  
**ab € 2.750,-**

## Indien: Rajasthan

**+ Pushkar-Fest mit dem größten Viehmarkt Indiens**

10. - 22.11.2018 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, \*\*\*\* u.  
\*\*\*\*Hotels und 1x Heritage-Hotel/HP, Bootsfahrt, Ricksaw-  
Fahrt, Elefantenritt, Eintritte, RL  
**€ 2.660,-**

## Indien: Ladakh/Kleintibet

**+ Klosterfest in Phyang**

6. - 21.7.2018 Flug ab Wien, Kleinbus/Bus und Gelände-  
wagen, meist \*\*\*\*Hotels, 1x Heritage-Hotel sowie 3x Zelt-  
camps/meist VP, Eintritte, RL  
**€ 3.390,-**

## Buthan - Sikkim mit Klosterfest

**Alte Königreiche im Schatten des Himalaya**

**+ Jambay Lhakhang-Fest im Bumthang-Tal**

15. - 30.10.2018 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, meist  
\*\*\*Hotels/meist VP, Eintritte, RL  
**€ 4.720,-**

## Sri Lanka intensiv - Kandy Perahera

**+ Wildtierbeobachtungen in den schönsten Nationalparks**

14. - 29.8.2018 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus,  
\*\*\* u. \*\*\*\*Hotels/HP, Zugfahrt, Eintritte, RL  
**€ 3.490,-**

## Naturerlebnis Mongolei

**+ Naadam-Nationalfest der Mongolen**

9. - 24.7.2018 Flug ab Wien, Kleinbus, Geländewagen,  
\*\*\*Hotel u. Jurten camps/meist VP, Eintritte, RL  
**€ 3.650,-**

## Höhepunkte Mexikos

**Von den Pyramiden im Hochland bis ins Reich der Maya**

21.10. - 4.11.2018 (Dia de los Muertos) Flug ab Wien, Bus/  
Kleinbus, meist \*\*\*\*Hotels/NF, Bootsfahrten, Eintritte, RL  
**€ 2.990,-**

## Faszination Peru - Land der Inka

12.6. - 29.6.2018 (Inti Raymi-Fest in Cusco) Flug ab Wien,  
Bus, \*\*\* u. \*\*\*\*Hotels/NF und 2x HP, 2 Nächte in der Lodge/  
VP, Bootsfahrten, Eintritte, RL  
**€ 4.680,-**