

AERTiCKET
Austria

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

**GRATIS ZWISCHENSTOPP
IN ABU DHABI
GENIESSEN**

Buchbar bis 29.02.2020 für Reisen
im Zeitraum bis 31.07.2020

Nähere Infos auf cockpit.aerticket.at

الخط
ETIHAD
AIRWAYS

tip
travel industry professional

Österreichische Post AG WZ 02Z032784 W
ET 06.01. KW 02 - Nr. 01/20 (1281) • Profi Reisen Verlag Ges.m.b.H.
A-1030 Wien, Seidlgasse 22 • www.tip-online.at

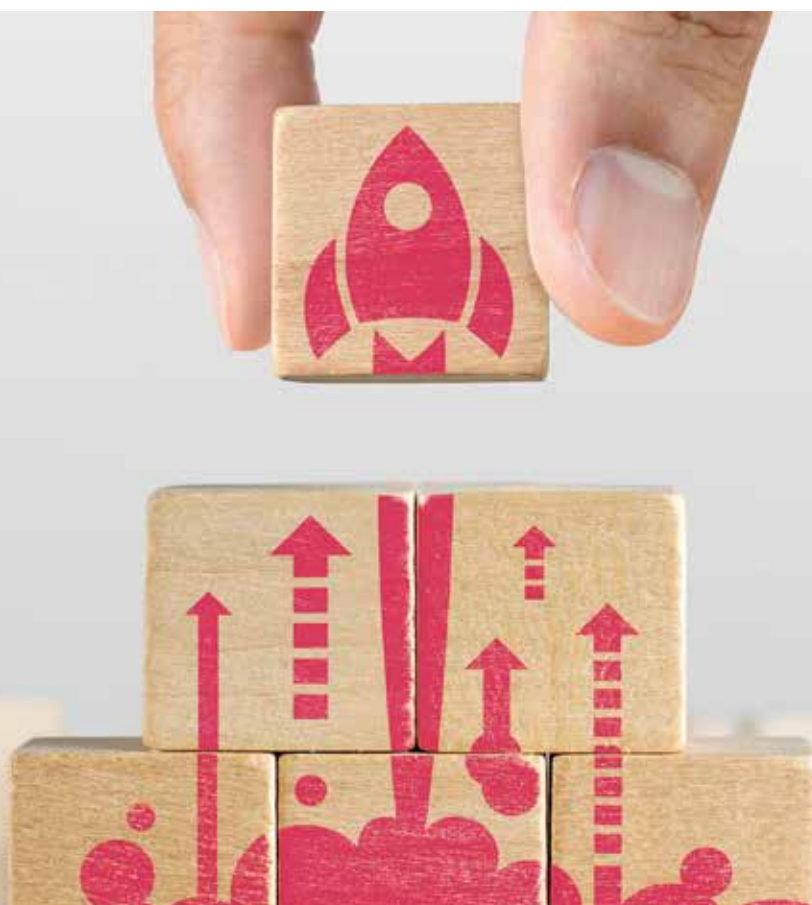


Foto: Costello77 / shutterstock.com

TUI Österreich setzt Fokus auf
vier Flugpartner

oruvision startet in das
zweite Jahrzehnt

Beilage:
Dominikanische Republik

IM URLAUB WILL ICH...
OFFLINE SURFEN.

TUI
Discover your smile

**SMILE
DEALS**
FÜR FRÜHBÜCHER

%
JETZT BUCHEN
UND SPAREN!

**Wir. Staaten.
Jetzt.**

#FeelsLikeAustrian

Austrian 

Boston
NEU AB MÄRZ

reisetipps # 23

das urlaubsmagazin für dich und deine kunden!



ihr könnt aus reisetipps...

- * ... 50 papierflieger,
- * ... 30 schwäne,
- * ... 16 papierstanitzel für die kirschenernte
- * ... 15 malerhüte basteln oder
- * ... 2 mal den grill anheizen

oder

ihr könnt reisetipps auch sinnvoller nutzen und

- * ... bei euren kundenevents auflegen
- * ... euren kunden per mail ankündigen und sie dabei zu einem besuch in eurem büro einladen
- * ... neukunden mit einem kleinen geschenk beeindrucken
- * ... stammkunden für ihre treue belohnen
- * ... natürlich auch selbst lesen, am strand, in der u-bahn oder in der mittagspause

nachbestellen leicht gemacht

- * einfach eine mail an office@profireisen.at und ihr erhaltet 50 stück gratis gegen 10 euro versandgebühr



EDITORIAL

von Herausgeberin
Elo Resch-Pilcik

Montag

Auf ins neue Jahrzehnt. Was genau es bringen wird, können wir selbst mit der schillerndsten Kristallkugel nicht sagen. Die braucht es auch gar nicht, um einige Themen, die die Zukunft unserer Branche prägen werden, zu definieren: Technik, Vertrieb, Beratung zählen da jedenfalls dazu. Wie Raiffeisen Reisen-Geschäftsführer Patrik Weitzer, der sich wie nur wenige andere Gedanken um den stationären Vertrieb macht, die aktuelle und künftige Lage einschätzt, lesen Sie im Interview auf Seite 6.

Auch Oruvison-Gründer Mahmut Orucoglu setzt sich intensiv mit der Entwicklung der Touristik auseinander. Vor genau

zehn Jahren, im Dezember 2009, besuchte er erstmals die Redaktion, um sein neues Konzept rund um Digital Signage vorzustellen. Das der technisch nur teilversierten Chefredakteurin verständlich zu machen, bedurfte vieler Worte. Was für Mahmut bekanntlich kein Hindernis darstellt. Und ebenso wie er *tip* damals von seiner kreativen Idee überzeugen konnte, gelang es ihm auch bei zahlreichen Partnern. Nach einer vollen Dekade am Markt wurde sein Unternehmen vergangenen November schließlich vom Corps Touristique mit dem „Innovations-Award“ geehrt. Da war Mahmut auf der Bühne dann kurz sprachlos. Bis zum Jubiläums-Interview mit *tip* hatte er seine Worte allerdings längst wiedergefunden. Diese lesen Sie auf Seite 8.

Jänner - Dezember

Die Themen der beiden Interviews sollen exemplarisch für die kommenden 25 Ausgaben des Jahres 2020 stehen. Wie schon in den vergangenen Jahren werden wir auch in der neuen Dekade aktuelle Entwicklungen in der Touristik aufgreifen und leicht verständlich aufbereiten, ebenso wie innovative Technologien, künftige Trends und natürlich alles, was es braucht, um die Beratung am Counter – Stichwort Destinationswissen – einfacher und effizienter zu gestalten. Und das regelmäßig alle 14 Tage mit *tip* im Print und täglich von Montag bis Freitag digital mit *tip*-daily. Bleiben Sie dran! Auf dass es für uns alle ein gutes, erfolgreiches, gesundes und fröhliches Jahr werde! 🍷

Mein Schiff.

DIE NEUEN *Mein Schiff*® TARIFE.

	JEDERZEIT BUCHBAR	NUR BEI VERFÜGBARKEIT	NUR BEI VERFÜGBARKEIT
	PRO	PLUS	PUR
PREMIUM ALLES INKLUSIVE*	✓	✓	✓
KABINE	Kategorie und Nummer frei wählbar	Innen-, Aussen-, Balkon- oder Balkonkabine Plus	Innen-, Aussen- oder Balkonkabine
ANZAHLUNG	25 %	30 %	35 %
LANDAUSFLÜGE	20 % Vorteil	10 % Vorteil	
INTERNET AN BORD	350 MB p. P. und Reise	350 MB p. P. und Reise	
REISE MIT FLUG	Zug zum Flug ohne Aufpreis	Zug zum Flug ohne Aufpreis	
UMBUCHUNG**	0 €	150 €	
FRÜHBUCHER-VORTEILE	Frühbucher-Ermässigung oder VIP-Tarifoption		
OPTIONSBUCHUNG	3 Tage kostenfrei reservierbar		
TERMINÄNDERUNG**	Einmal umbuchbar		
PREISGARANTIE***	Inklusive		

DER PLUS- & PUR-TARIF SIND BEREITS FÜR DIE REISEN IM SOMMER 2020 BUCHBAR

DAS WICHTIGSTE AUF EINEN BLICK

- **PRO-Tarif, PLUS-Tarif und PUR-Tarif** statt Wohlfühlpreis und Flex-Preis
- **VIP-Tarifoption** oder Frühbucher-Ermässigung
- **Premium Alles Inklusive**-Konzept weiterhin bei allen Tarifen enthalten

Jetzt informieren:

www.tuicruises.com/infonet/meinschiffstarif



TUI Österreich

Fokus auf vier Flugpartner

Die Österreicher sind reisefreudig und setzen weiterhin auf die Pauschalreise. TUI erwartet für 2020 ein gutes Reisejahr und setzt den Wachstumskurs fort: mit neuen Hotels, einem Schwerpunkt auf TUI Blue und vielen neuen Aktivitäten in den Programmen. In den Sommer startet der Veranstalter mit 230 wöchentlichen Charterflügen.

Foto: TUI / Florian Albert



| Gottfried Math und David Szabo präsentieren die Sommer Trends 2020

Das Sommergeschäft 2019 hat TUI Österreich über dem Rekordniveau des Vorjahres abgeschlossen. Das laufende Wintergeschäft entwickelt sich ebenfalls hervorragend, vor allem die fernen Länder haben Hochkonjunktur“, freut sich Gottfried Math, Geschäftsführer TUI Österreich. Gerettet hat die Sommersaison ein kräftiger Schluss-Spurt, sodass ein hoch einstelliges Plus erreicht werden konnte. Große Zuwächse verzeichnet TUI demnach z. B. auf den Malediven, in Thailand und der Dominikanischen Republik, auf der Mittelstrecke in der Türkei, in Ägypten und den Kapverden. Auch Auto- und Bahnreisen innerhalb Österreichs liegen im Plus.

Trotz des Wachstums im Bausteinsegment bleibe die Pauschalreise als Reiseform gefragt – vor allem aufgrund ihres Mehrwerts als Rundum-Sorglos-Paket. „TUI hat 150.000 Hotels im Programm, dazu Flüge, Ausflüge, Mietwagenangebote und vieles mehr. Daraus lassen sich unzählige individuelle Pakete schnüren. Der Begriff Pauschalreise ist antiquiert, die Leistung dahinter nicht“, so Math.

TUI BLUE EXPANDIERT WELTWEIT

Unter allen TUI-Hotelmarken habe TUI Blue mit 98% die höchste Weiterempfehlungsquote. Im Sommer stehen rund 100 Hotels zur Wahl. Möglich werde dieses Wachstum durch die Integration von TUI Sensimar und TUI Family Life. Unter der Marke TUI Blue wird es drei zielgruppengerechte Produktgruppen geben: „For All“, „For Two“ und „For Families“. Insgesamt elf Neueröffnungen warten im Sommer auf die Urlauber, darunter mit dem TUI Blue Nam Hoi An in Vietnam und dem TUI Blue Bahari auf Sansibar auch zwei Häuser in der Ferne. Zudem eröffnet in Kreta der dritte Robinson Club in Griechenland und ein RIU-Strandresort in Dubai.

MEHR ANGEBOTE FÜR FAMILIEN

Das Angebot für die wichtige Zielgruppe Familie werde für den Sommer weiter ausgebaut. Die Best Family Hotels heißen ab Sommer 2020 TUI Kids Club. Das bewährte Konzept bleibe: All-Inclusive-Verpflegung, deutschsprachige Kinderbetreuung an sechs Tagen pro Woche und Angebote für Teenager. Mit fünf Neueröffnungen auf den Kanaren, in der Türkei, Deutschland und Österreich haben Familien die Wahl zwischen insgesamt 40 TUI Kids Clubs, die gezielt ein deutschsprachiges Publikum ansprechen. Bei preisbewussten Familien will der Veranstalter mit vier neuen TUI Suneo Hotels in Ägypten, auf dem spanischen Festland, in Kroatien und Österreich punkten.

WACHSTUM IN DER TÜRKEI, GRIECHENLAND BESTGEBUCHT

Im Sommer 2019 sei der markanteste Trend die Verschiebung von West nach Ost gewesen, wie David Szabo, Leiter Flug- und Produktmanagement TUI Österreich, erklärte. „Die Türkei nachfrage ist steil nach oben gegangen. Für den Sommer 2020 erwarten wir die Fortsetzung des Trends.“ Das bestgebuchte Reiseziel der österreichischen Gäste bleibe aber Griechenland. Als Marktführer baue TUI auch hier eigene Marken und Konzepte weiter aus. Im Sommer 2020 kommen viele neue Hotels dazu, darunter der Robinson Club Ierapetra auf Kreta oder das ehemalige Sentido Hotel Atlantica Mikri Poli Crete auf Kreta und der frühere Cook's Club Crete – jetzt The Z Club Crete.

230 WÖCHENTLICHE CHARTERFLÜGE

Für die Sommersaison legt TUI Österreich 230 wöchentliche Charterflüge, davon 35 exklusiv, ab Österreich und Ungarn auf. Das sei etwas weniger als im Vorjahr, allerdings werde die Trennung zwischen Charter und Linie immer schwieriger, unterstreicht David Szabo. Insgesamt steht eine sechsstellige Zahl an Sitzplätzen im Charterbereich zur Verfügung, von denen 90% auf vier große Flugpartner entfallen. Ab Wien kommen fast ausschließlich Austrian und Level zum Einsatz, ab den Bundesländern Eurowings – mit drei stationierten Maschinen in Salzburg – sowie Bulgarian Air Charter, ebenfalls mit eigenem Fluggerät in Graz und Linz. Bei Austrian ist die wichtigste Destination weiterhin Griechenland mit 54 Verbindungen pro Woche. Elf Charterflüge führt Level für TUI Österreich ab Wien durch, zwei ab Innsbruck. Da sich TUI Österreich durch die Insolvenz von Thomas Cook aus Österreich und den benachbarten Staaten rund 50.000 zusätzliche Passagiere erwartet, werden im Sommer ab Budapest acht Charterflüge pro Woche, davon zwei Vollcharter, aufgelegt.

TUI fly-Langstrecke hebt von Düsseldorf ab

Im Winter wird TUI fly ihre zwei Boeing 787-8 Dreamliner am Düsseldorfer Airport stationieren und von dort ferne Sonnen-destinationen anfliegen. Ab November werden Reisende die Dominikanische Republik und Mexiko mit den jeweiligen Hotelangeboten direkt und bequem erreichen. Gäste von Kreuzfahrtschiffen werden nonstop in die Karibik reisen können. Der genaue Flugplan werde zurzeit ausgearbeitet und in den nächsten Wochen buchbar sein, heißt es in einer Presseaus-sendung der Airline. Strategisch bringe die Langstrecke gleich mehrere Vorteile für den TUI Konzern: Die Zubringerflüge für Kreuzfahrten der „Mein Schiff“-Flotte von TUI Cruises werden unter eigener Flagge bedient. Darüber hinaus ist die TUI Group stark bei Fernzielen und besitzt ein umfangreiches eigenes Hotelportfolio in der Karibik, schreibt TUI fly weiter. „Seit der Ankündigung, mit einem eigenen Langstreckenprodukt zu starten, haben wir viel positive Resonanz bekommen. Natürlich haben wir uns zum Ziel gesetzt, den Ausbau im übernächsten Winter weiter voran zu treiben. Sollten sich also durch weitere Marktveränderungen die Kapazitäten in den nächsten Monaten reduzieren, können wir unseren geplanten Flottenaufbau auch zügiger umsetzen. In Deutschland werden wir übrigens die erste Fluggesellschaft sein, die den modernen Boeing 787 Dreamliner einsetzen wird“, so Oliver Lackmann, Geschäftsführer der TUIfly GmbH.

KURZ NOTIERT

TÜRKEI: 35 USD FÜR E-VISUM

Die Türkei hat die Gebühren für österreichische Staatsbürger auf 35 USD angehoben. Der Antrag für ein E-Visum kann bis zum Anreisetag gestellt werden. Die Behörden empfehlen jedoch, den Antrag mindestens 48 Stunden vor Reisebeginn zu stellen. Das Visum ist über einen Zeitraum von 180 Tagen gültig (ab dem Tag der Beantragung) und erlaubt eine gesamte Aufenthaltsdauer von 90 Tagen; mehrmalige Einreisen sind möglich. Voraussetzung ist ein Reisepass, der 60 Tage über die Visumsdauer gültig ist. Kreuzfahrtpassagiere, die in türkischen Häfen ankommen und nicht länger als 72 Stunden bleiben, sind von der Visa-Pflicht befreit.

EX-ÖGER CHEFIN WECHSELT ZU BENTOUR

Bentour Reisen holt sich mit Songül Göktaş-Rosati zusätzliche Expertise ins Haus. Ab 1. März 2020 wird die ehemalige Öger-Tours Geschäftsführerin die bisher fünfköpfige Geschäftsleitung des Veranstalters ergänzen. Göktaş-Rosati wird sich dabei in der Funktion als Geschäftsführerin von Bentour Reisen Deutschland primär um den weiteren Ausbau des deutschen Quellmarktes kümmern. Songül Göktaş-Rosati war seit 2001 bei Öger Tours und hat unter anderem die Servicecenter-Einheiten, die Airport-Büros des Veranstalters und das Produkt-Management für die Westtürkei, Städte und Spezialprodukte verantwortet. 2015 wurde sie zur Geschäftsführung des Veranstalters berufen.

URLAUB MIT SICHERHEIT

Urlaub bei den Veranstaltermarken der DER Touristik buchen und sich dabei auf die Sicherheit der REWE Group verlassen.

Als einer der führenden Reisekonzerne Europas und Tochter der REWE Group sind wir uns unserer Verantwortung für jeden bei uns gebuchten Urlaub mehr als bewusst. Dank der Zuverlässigkeit und der Stabilität des Konzerns sorgen wir dafür, dass Reisen der Veranstaltermarken **DERTOUR**, **JAHN REISEN**, **ITS**, **MEIERS WELTREISEN**, **BILLA REISEN** und **ADAC Reisen** wie gewünscht stattfinden. Und sollte dies aus Gründen Dritter einmal nicht möglich sein, wird der Reisepreis erstattet, ohne jeden Zweifel.

Zu Recht können unsere gemeinsamen Kunden daher auch in Zukunft auf den Wert und die Sicherheit einer organisierten Veranstalterreise vertrauen. Wir geben unser Wort für einen Urlaub mit dem „Sicher-Super-Sorglos-Gefühl“.



REWE
GROUP

DER
Touristik

Mag. Patrik Weitzer, Geschäftsführer Raiffeisen Reisen, GEO Reisen, ACC

„Der Veranstalter muss erkennen, was der Vertrieb leistet“

Dass Patrik Weitzer mit ganzem Herzen Touristiker ist, ist längst bekannt. Gerade deswegen übt er immer wieder – konstruktive - Kritik. Was die Branche von der Auto-Industrie lernen kann, was für „Touristikkaufmann bzw – frau“ spricht, warum mittelfristig 14% Provision erforderlich sind und warum die Counterkraft nicht aussterben darf. Über diese und andere Themen unterhielt sich der mehrfache Geschäftsführer mit *tip*.

Foto: Geo Reisen



Patrik Weitzer

tip: Dein Rückblick auf das Jahr 2019 – wie fällt er aus?

Patrik Weitzer: Durchwachsen. Überschattet wurde das Jahr durch die Pleite von Thomas Cook. Wirtschaftlich sind wir mit dem Jahr zufrieden. Durch die Cook-Insolvenz hatten wir zwar Einbußen, aber wir waren immer schon stark TUI- und FTI-fokussiert. Dennoch schauen wir jetzt, wie wir Thomas Cook kompensieren können.

Wie ist das Jahr 2020 buchungsmäßig angefallen?

Weitzer: Die Vorausbuchungen sind gut, aber wir sind vorsichtig. Letztes Jahr war das auch so und ab April setzte – wie bei allen - die Flaute ein. Im Kurzfristbereich hat die Pauschalreise wenig hergegeben. Ab April waren wir jeden Monat hinterher. Dann konnten wir mit dem Eigenprodukt stark aufholen. ACC hat uns viel beschert, durch das GEO und Raiffeisen Reisen Eigenprodukt haben wir dann ein kleines Plus erzielt.

Ihr habt angekündigt, in Standorte investieren zu wollen...

Weitzer: Ja, wir wollen uns bei den Reisebüros breiter aufstellen. Letztes Jahr haben wir Standorte in Graz und Schladming eröffnet. Derzeit sind wir an weiteren Projek-

ten dran, die sich eventuell bis Herbst realisieren können. Aber das ist immer auch eine Personalfrage.

Was tut ihr, um den Personalmangel zu entschärfen?

Weitzer: Wir wollen einen Ausbildungsschwerpunkt ausrufen und suchen verstärkt Lehrlinge. Trotz der Thomas Cook-Insolvenz ist der Personalmarkt immer noch sehr angespannt. Das hat schon vor Jahren begonnen und ist ein hausgemachtes Problem. Wir alle bilden zu wenig aus. Bei GEO und Raiffeisen Reisen haben wir geplant, jedes Jahr fünf Lehrstellen zu schaffen. Es ist auch vorstellbar, das auf zehn zu erweitern. Wir alle sollten uns verpflichten!

Die Reisebranche ist doch attraktiv - warum ist es so schwer, gute Leute zu finden?

Weitzer: Wir müssen das Berufsbild dringend überarbeiten. Die derzeitige Ausbildung zum „Reisebüro-Assistenten“ ist nicht attraktiv. „Touristikkaufmann bzw. -frau“ wäre passend und auch einfach umzusetzen. Auch beim AMS und in den Schulen wird vom Reisebüro abgeraten. Das müssen wir ändern. Wir haben in der Touristik viel zu bieten. Es ist ein Handwerksberuf, der sehr interessant und vielschichtig ist. Es gibt zu wenig Junge die das erkennen und die im Reisebüro bleiben. Ich sehe die Gefahr, dass es Reisebüros in dieser Qualität irgendwann nur mehr in Großstädten auf Grund des Personalmanagements gibt.

Ihr habt aber gerade ein Büro in Schladming eröffnet...

Weitzer: Ja, da haben wir lange überlegt. Das performt super, aber die Personalsuche war schwierig. Wir suchen nach Standorten auch in Bezirksstädten, wo gute Reiseberatung fehlt. Es gibt sicher noch ca. zehn Orte, wo ein Raiffeisen- oder GEO Reisen-Büro Sinn machen würde. Aber, wie er-

wähnt, es geht um das Personal. Daher auch unser Ausbildungsschwerpunkt. Das muss man langfristig sehen. Lehrlinge wechseln, gehen ins Ausland oder schließen ein Studium an, sodass es eine bestimmte Anzahl braucht, damit eine gewisse Quote bleibt. Das wäre die Aufgabe der ganzen Branche. Es ist ein schöner Beruf!

In welche Richtung sollte die Ausbildung gehen?

Weitzer: Es gibt Kooperationen mit Tourismusschulen. Das ist fein. Aber die klassische Ausbildung mit Lehre oder Lehre mit Matura müssen wir als Betriebe forcieren. Nur „wünsch dir was“ kann nicht sein, wir sind gefordert, das zu lösen. Es geht um die Counterkraft, die nicht aussterben darf. Es gibt eindeutig Bedarf an klassischen Reiseberatern. Wir müssen den Leuten Perspektiven zeigen, das Schöne am Beruf und ordentlich entlohnen.

"Fairere Provisionen sind wichtig. À la longue brauchen wir um die 14%"

Reisebüros leisten sehr viel, verdienen aber wenig. Wie kann sich das ändern?

Weitzer: Die Frage ist, wie wird ein komplexer Job wie der des Reiseberaters entlohnt, um gute Leute zu motivieren. Es geht auch um das Verhältnis Reisebüro und Veranstalter. Fairere Provisionen sind wichtig. À la longue brauchen wir um die 14%.

Ist das realistisch?

Weitzer: Warum nicht? Das Reisebüro wickelt immer mehr Aufgaben für den Veranstalter ab. Da sollte es einen stärkeren Pakt geben und das eine oder andere Prozent auch ohne Umsatzsteigerung möglich sein. Wir sind ein treuer Partner, aber die Zusatzaufgaben müssen entlohnt werden.

Umsatzsteigerungen sind schwierig, der Wettbewerb ist groß...

Weitzer: Die Konkurrenz sind nicht andere Reisebüros, sondern die Onlineplattformen, die Kunden einsammeln und Rabatte bieten und nichts ins Personal investieren. Qualität in der Beratung muss auch Provisionsvorteile genießen. Es ist nicht realistisch, mehr und mehr zu liefern. Man muss Steigerungen vereinbaren, aber es muss eine vernünftige Basisentlohnung geben, auf die man sich langfristig verlassen kann.

Wie sieht es da mit der Bereitschaft auf Seiten der Veranstalter aus?

Weitzer: Wir brauchen uns gegenseitig. Das Reisebüro braucht das Produkt, der Veranstalter den qualitativen Vertrieb. Wir müssen uns auf Augenhöhe einigen, weil die Leistung des jeweils anderen anerkannt werden muss. Der Veranstalter muss erkennen, was der Vertrieb leistet. Wir bilden aus und investieren. Große Onliner haben teils schon eine zu hohe Macht über den Veranstalter. Man muss differenzieren, ob ein Vertriebskanal Rabatte gewährt. Online-Anbieter haben keine oder nur niedrige Fixkosten, sie investieren aber auch nicht in Personal, Standorte und Beratungsqualität. Daher sollten Onliner niedrigere Provisionen erhalten und der qualitative stationäre Vertrieb höhere. Das Modell mit dem stationären Vertrieb funktioniert seit Jahrzehnten, ist in Krisen verlässlich und an der Seite des Veranstalters und kann auch seine Ziele besser steuern und umsetzen. Das wird auch oft gelebt, aber wir müssen noch mutiger werden, ein JA für das Reisebüro auszusprechen.

"Ich würde mir wünschen, dass sich der Veranstalter noch mehr für den stationären Vertrieb engagiert"

Was kann der stationäre Vertrieb dem Veranstalter noch bieten?

Weitzer: Ich kann mich für Weiterbildung committen, für die Umsetzung gewisser Bereiche, die für den Veranstalter wichtig sind. Ich würde mir wünschen, dass sich der Veranstalter noch mehr für den stationären Vertrieb engagiert. Niemand weiß mehr über den Kunden als der stationäre Vertrieb. Wir übernehmen gerne Aufgaben des Veranstalters, das muss aber entlohnt werden. Vieles würden die Veranstalter selbst gar nicht schaffen. Das haben wir in einigen Krisen schon erlebt und diesen Mehrauf-

wand würden Veranstalter ohne Reisebüros nicht in dieser Qualität stemmen.

Gibt es noch weitere konkrete Forderungen an die Veranstalter?

Weitzer: Ja, bei den Stornos sollte es die volle Provision geben. Die Beratungsleistung ist ja schon erfolgt. Das ist die falsche Logik, wenn es dafür keine oder eine verminderte Provision gibt. Ich denke, das könnten wir aber lösen und bei manchen Veranstaltern gibt es hier auch ein großes Verständnis. Mehr Mut!

Die Margen in den Reisebüros sind konstant niedrig. Wie lässt sich das ändern?

Weitzer: Wir müssen den Teufelskreis durchbrechen, indem der Kunde ordentliche Preise zahlt und der Veranstalter bei den Vertriebskanälen differenziert und die Vorteile des stationären Reisebüros monetär wieder schätzt. Wir reden bei der Provision von nur 1,5% bis 2 % mehr um gut wirtschaften zu können. Es gäbe durchaus Maßnahmen, die Keinem wehtun. Das sind alles hausgemachte Probleme und treiben alle in die Preisspirale. Gebühren und Entgelte sind auf Dauer nicht die Lösung – eine Vertriebsleistung gehört ordentlich entlohnt.

Ist der Direktvertrieb für Veranstalter die preiswertere Lösung?

Weitzer: Viele drängen in den Direktvertrieb, das ist zu kurz gedacht. Ich bin mir sicher, dass der Reisebürovertrieb noch modern ist und wir ein unverzichtbarer Partner sind. Das muss erneut mit Leben gefüllt werden. Es gibt auch viele Positivbeispiele. Ich würde sagen der Direktvertrieb ist nur die Versuchung, keine Lösung.

Gibt es andere Branchen, die es besser machen?

Weitzer: Man muss nur einen Blick auf die Auto-Branche werfen. Der Kunde kann online konfigurieren, aber der Abschluss wird mit dem Verkäufer seiner Wahl getätigt. Da wurden On- und Offline gut zusammengebracht. Wir müssen mehr in die Technik investieren und weniger in die Verwaltung. Wir brauchen mehr Zeit für den Kunden.

"Man müsste das Gesetz anpassen und Reisebüros gehören administrativ entlastet"

Stimmt, aber im Moment geht die Entwicklung in Richtung immer mehr Bürokratie...

Weitzer: Ich sehe uns als Fachhandel. Und der gehört stärker entlastet. Mit der Pauschalreiseverordnung ist noch mehr bürokratischer Aufwand entstanden. Im Grund genommen ist sie nicht schlecht, aber sie wurde zu pauschal umgesetzt. Es gibt keine Differenzierung zwischen Fachhandel und Nicht-Fachhandel. Man müsste das Gesetz anpassen und Reisebüros gehören administrativ entlastet.

Die ersten Nachadjustierungen der PRV sollen ja bereits Anfang 2020 erfolgen. Wird das eine Entlastung bringen?

Weitzer: Ich befürchte, dass das eher eine Nachschärfung wird, weil manche Konsumentenschützer bereits darauf warten. Das würde aber manche Dinge unmöglich machen. Da müssen sich die Interessensvertretungen einbringen. Es müsste eine Art positive Evaluierung geben. Was kann man im Reisebüro einfacher haben, weil Fachkräfte es machen? Die Formblätter für Kunden sind nicht nachvollziehbar. Sie sind rechtlich zwar korrekt, aber die Umsetzung ist fragwürdig und nicht verständlich. Da braucht es eine Erleichterung, weniger Papier, einfachere Wege. Ich befürchte, dass es noch mehr negative Veränderungen geben wird. Und dann sind bestimmte Bereiche, wie etwa der Fernabsatz, nicht mehr möglich. Wir bekommen aber ca. 50% der Kunden gar nicht mehr zu Gesicht. Für Online ist das einfach zu lösen mit einer zusätzlichen Check-Box. Es kann doch nicht die Intuition sein, dass das Reisebüro mit ausgebildeten Fachkräften blockiert wird und eine Website, die im Ausland sitzt, bevorzugen. Da braucht es einen gewissen Branchenschutz.

Worin siehst du die größten Herausforderungen in nächster Zeit?

Weitzer: Langfristig gesehen ist die größte Herausforderung definitiv die Ausbildung. Mit Raiffeisen und GEO Reisen werden wir Ausbildungsbetriebe werden müssen. Für die gesamte Branche ist es die Technik und das Personal. Mit den Veranstaltern müssen wir uns auf faire Provisionen verständigen. 2% mehr kann doch kein Thema sein!

Was möchtest du der Branche aussprechen?

Weitzer: Wir müssen selbstbewusster sein. Die Herausforderungen sind lösbar, wir haben ein gutes Einverständnis mit den Veranstaltern und es fehlt nur Mut. Ich glaube, dass das Reisebüro zeitgemäß ist und wir dringend alle Lehrstellen schaffen müssen, sonst wird es bald keine fähigen Verkäufer mehr geben und wir sägen am eigenen Ast!

Das Gespräch führte Elo Resch-Pilcik

Mahmut Orucoglu, Gründer und Geschäftsführer oruvision

„Ich koche eine köstliche Suppe für die gesamte Branche“

Vor genau zehn Jahren besuchte Mahmut Orucoglu erstmals die *tip*-Redaktion, um mit oruvision eine innovative Digital Signage-Lösung zu präsentieren. Eine Dekade später zieht er eine Zwischenbilanz, blickt auf überwundene Hürden zurück und erklärt seine Grundzutaten für eine umfassende Branchenlösung im Bereich der digitalen Außenwerbung.

Foto: Elio Resch-Pilcik



Wie wirken sich die technologischen Entwicklungen auf das Angebot von oruvision aus?

Orucoglu: Damit sich der Blick in die Auslage lohnt, braucht es aktuelle, echtzeitnahe Angebote. So wie es Online-Nutzer von buchbaren Angeboten in Reiseportalen erwarten. Eine professionelle Digital Signage-Umsetzung muss in der Lage sein, stets die neuesten Angebote auf den Screens in der Auslage zu zeigen und diese schnell zu aktualisieren.

"Geschwindigkeit ist entscheidend"

Was sind die nächsten Schritte?

Orucoglu: Big Data und künstliche Intelligenz sind bald keine Schlagworte mehr. Die technischen Entwicklungen werden es möglich machen, jedem Standort personalisierte Angebote als maßgeschneiderten Service anzubieten und für den Passanten als potenziellen Kunden noch bessere Empfehlungen in der Auslage darzustellen. Dazu führen wir bereits konkrete Gespräche. Es geht darum mit seinen Angeboten zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein zu können. Das tollste Angebot bringt nichts, wenn es zu spät gesehen wird - Geschwindigkeit ist daher entscheidend. Hier möchten wir den Takt mit oruvision noch mehr erhöhen.

Wie kommt es, dass du immer noch der einzige Anbieter dieses Geschäftsmodells bist?

Orucoglu: Die Herausforderungen für die Schaffung einer Branchenlösung waren bzw. sind nach wie vor sehr umfangreich. Unerlässlich ist es, die Konstellationen und Mechanismen der Branche genau zu kennen und zu verstehen. Da helfen mir meine Vergangenheit in der Tourismusbranche und die Begeisterung dafür. Mir geht es

tip: oruvision gibt es nun bereits seit zehn Jahren. Was hat zum Erfolg bei der Umsetzung der Idee beigetragen?

Mahmut Orucoglu: Meine Überzeugung, dass durch die Bündelung der Kräfte immer etwas Größeres entsteht und alle Beteiligten davon profitieren können. Mit dieser Vision habe ich mich vor zehn Jahren auf die Reise gemacht, die erste Branchenlösung für Digital Signage in österreichischen Reisebüros zu verwirklichen.

Was genau bietet oruvision heute an?

Orucoglu: Digital Signage ist der Fachbegriff für Werbung auf Screens in der Auslage. Vereinfacht ausgedrückt bietet oruvision Flatscreens in den Auslagen hochfrequenzierter Hot-Spot Reisebüro-Standorte mit aktuellen Angeboten und emotionalisierenden, dynamischen Contents. Diese sollen die Aufmerksamkeit der Passanten auf das Reisebüro lenken. oruvision ist immer noch das einzige Digital out of Home-Werbemedium im öffentlichen Raum mit Bezug auf Reisen.

"Ohne Bilder kann man nicht denken"

Welche Wirkung haben die Screens auf Passanten?

Orucoglu: Die Inhalte werden von den Passanten nicht als Werbung, sondern als Empfehlung wahrgenommen. Bewegte Bilder sind für sie nicht nur optisch ein Hingucker, sondern sie berühren auch emotional. Bereits Aristoteles wusste, dass man „ohne Bilder nicht denken kann“. Bilder unterstützen nicht nur unsere Gedächtnisleistung, sie sind ganz entscheidend für die Emotionalisierung der Empfänger. Werbung, die seit Dekaden mit bewegten Bildern bewegt, hat mit oruvision in den Auslagen der Reisebüros eine weitere Bühne bekommen.

Zehn Jahre sind eine lange Zeit. Was hat sich seit Beginn von oruvision geändert?

Orucoglu: Von der Vision bis zur Umsetzung war es eine aufregende Reise. Am Geschäftsmodell hat sich gar nichts geändert, genau das ist das Fantastische! Mein klares Ziel war, eine Branchenlösung zu entwickeln. Die Anforderungen dazu habe ich im Vorfeld genau evaluiert. Welche technischen Möglichkeiten sich ergeben haben und wie schnell die Digitalisierung die Reaktionszeit, am Markt zu reüssieren, verändert hat, ist eine Tatsache, mit der sich jeder auseinandersetzen muss.

darum, das Urlaubsfeeling in den Auslagen der Reisebüros noch attraktiver und aktueller zu vermitteln und dies österreichweit. Ich glaube, dass es wichtig ist, hier immer wieder Innovationen anzubieten, die die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in den Reisebüros unterstützen und allen beteiligten Unternehmen Vorteile bringen.

Was hat dich konkret auf die Idee zu dieser Lösung gebracht?

Orucoglu: Keine andere Branche übt so einen Reiz auf mich aus wie der Tourismus. Im Vertrieb eines Touristikonzerns habe ich zudem sehr viel mit Reisebüros zu tun gehabt. Vor 20 Jahren hatte ich eine Vorstellung, wie Angebote und Markenbilder in der Auslage von Reisebüros aussehen sollten. Ich erinnere mich noch, wie ich mit meinem Arbeitgeber in einer Einkaufsstraße stand und wir dabei nachdenklich in die Auslage eines Reisebüros blickten. Er sagte zu mir: „Wir brauchen Bildschirme mit emotionalisierenden, bewegten Bildern und aktuellen Angeboten.“

Damals war das leider in technischer und vor allem finanzieller Hinsicht noch in weiter Ferne. Aber ich habe gewusst, dass ich mich mit dieser Idee einmal selbstständig machen werde. Von da an hat mich alles interessiert, was mit dem Thema Point-of-Sale-Kommunikation und Bildschirmen zu tun hatte. Die enormen technischen Entwicklungen haben in der Kommunikations- und Werbebranche neue Möglichkeiten geschaffen.

Wie ließ sich die Idee dann nach deinen Vorstellungen umsetzen?

Orucoglu: Mit der Idee im Kopf entschloss ich mich zum Studium der Unternehmensführung, um das Rüstzeug für die Umsetzung zu erwerben. Berufsbegleitend zu studieren war schon sehr anspruchsvoll, jedoch konnte ich so das Geschäfts- und Finanzierungsmodell von oruvision entwickeln. Damit es auch praxisingerecht wird, habe ich von Anfang an die Entscheidungsträger der heimischen Tourismusbranche gezielt mit einbezogen. Die Anfangsphase erforderte sehr viel Geduld. Als es mir gelang, die Branchenprimusse ins Boot zu holen, konnten wir einen unglaublich tollen Start hinlegen.

"Win-Win-Situation für alle Beteiligten"

Aber du konntest neue Partner überzeugen...

Orucoglu: Ein gesamtheitliches Modell bringt im Gegensatz zu Insellösungen eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten.

Und so ist die Nachfrage heute groß. Die Auslage des Reisebüros ist ein strategisch bedeutender Kommunikationskanal für die Kundengewinnung geworden. Dieser Platz an der Sonne war immer schon knapp, doch nun standardisieren immer mehr Reisebüroketten ihre Auslagenkonzepte und richten sich auf die Nutzung eines Screens aus. Wir sind auch die einzigen Anbieter, die ihren Kunden Auslagenpräsenz bei attraktiven Hot-Spots tatsächlich garantieren können.

Was ist so einzigartig an oruvision?

Orucoglu: Die Auslage ist und bleibt einfach die Visitenkarte des Reisebüros. Und hier möchten wir unsere Partner bestmöglich unterstützen. Die gesamte Branche greift auf EIN System zu, anstatt dass jeder seine eigene Suppe kocht. Denn wenn, sagen wir, 20 Leute jeweils eine eigene Suppe kochen, ist das sehr aufwändig. Die eine Suppe gelingt, die andere nicht. Es werden viel zu viele Ressourcen verbraucht. Ich hingegen koche mit besten Zutaten eine köstliche und bekömmliche Suppe für die gesamte Branche - oruvision schafft mit seinem Modell Vorteile für alle Beteiligten.

Wie wird die Idee nach zehn Jahren Marktpräsenz angenommen?

Orucoglu: Es ist schön zu sehen, dass die Bemühung von oruvision eine Branchenlösung für Digital Signage im Tourismus zu schaffen, Früchte zu tragen beginnt. Ohne ein Bindeglied zwischen Reiseveranstaltern, Reisebüros und System Providern gibt es nur teure, kleine Insellösungen. Darauf müssen wir immer wieder hinweisen. oruvision ist diese Schnittstelle.

Welche Vorteile bringt das konkret für die Beteiligten, die Reisebüros und Contentbereitsteller?

Orucoglu: Für Reisebüros ist die Inszenierung der Angebote ein ganz wesentliches Thema. Der stationäre Vertrieb benötigt eine zeitgemäße Darstellung von Angeboten und gleichzeitig ein emotionalisierendes Erlebnis im Schaufenster. Wir unterstützen sie mit einer State of the Art-Lösung, wobei sie sich nicht um den laufenden aufwändigen Betrieb kümmern müssen. Das Feedback der Agents ist sehr gut.

Die Veranstalter, Reedereien, Airlines uvm freuen sich über ein Medium, mit dem sie ihre Positionierung am POS stärken können. Die Angebote können in beliebiger Form, lebendig, flexibel und individuell, dargestellt werden.

Wir wissen, dass neben einer längeren Verweildauer auch die Wahrscheinlichkeit höher ist, dass sich Kunden über die dargestellten Angebote informieren. Unsere

Veranstalterpartner erzielen dadurch laut eigenen Angaben etwa 10% mehr Umsatz bei Standorten mit oruvision-Screens.

"Wichtig, dass es für jeden leistbar ist"

Mit welchen Kosten muss ein Reisebüro kalkulieren, wenn es einen oruvision-Screen haben möchte?

Orucoglu: Es ist schwierig, einen konkreten Preis anzugeben. Das hängt von der Anzahl der Screens ab, von der Helligkeit am Standort usw. 50% der Erstinvestition werden vom Reisebüro übernommen, die restlichen 50% und die laufenden Kosten werden über die Content-Anbieter finanziert. Uns ist wichtig, dass es für jeden leistbar ist.

Was ist dein persönliches Motto?

Orucoglu: All you need is vision! Das ist gleichzeitig auch unser Firmenmotto. Denken wir ganzheitlich und bündeln wir unsere Kräfte, damit Innovationen in unserer Branche auch umsetzbar und leistbar sind. Meine treibende Kraft ist das Ziel, alle ins Boot zu holen.

Apropos Innovationen: Du hast auch den Innovationsaward von Corps Touristique Austria bekommen. Gratulation! Gibt es für dich, wenn wir wieder bei der Suppenallegorie bleiben, ein Erfolgsrezept für Innovation?

Orucoglu: Ja, das gibt es tatsächlich, es sind die „4 Gs“, die als Innovationstreiber gelten und mich sicher auch beeinflusst haben. 1. Geist: Mich motivieren Herausforderungen, mich mit ihnen intensiv zu beschäftigen. 2. Geld - braucht man - und da bin ich dankbar, dass ich mit meiner Idee von Beginn an Partner fand, die bereit waren, die Erstinvestitionen mitzutragen. 3. Geduld - ist ebenso notwendig und ein Lackmustest dafür, wie fest man an seine Idee glaubt. Und letztendlich Glück - davon braucht man auch eine Portion. Fehlt nur eines dieser vier Gs, ist es wahrscheinlich noch schwieriger, seine Vision als Innovation umzusetzen.

Was wünschst du dir?

Orucoglu: Ich wünsche mir den nötigen Willen zur Veränderung, damit Innovationen mit vereinten Kräften viel schneller und professioneller umgesetzt werden können. Von A wie Auslage bis Z wie zeitgemäß. Die Unternehmen, die noch nicht dabei sind, sind eingeladen, Fahne zu zeigen!

Das Gespräch führte Elo Resch-Pilcik

Costa Smeralda

Willkommen in der Zukunft!

Die kürzlich vom Stapel gelaufene „Costa Smeralda“, das neueste Flaggschiff von Costa Crociere, ist nicht nur optisch eine Augenweide, sondern setzt vor allem mit ihrer innovativen Flüssiggas-Technologie zukunftsweisende Maßstäbe für nachhaltige Kreuzfahrtindustrie. Ein Lokalausweis der „Floating Smart City“ anlässlich der Erstpräsentation in Barcelona:

Foto: Costa Crociere



„This is the most beautiful ship in the world, everything is designed to wow!“ begeistert sich Neil Palomba, Präsident von Costa Crociere, bei der Pressekonferenz vor Fachpublikum. Mit der „Costa Smeralda“ als erstes Schiff der Costa Flotte, das mit LNG-Antrieb (Liquefied Natural Gas) erbaut wurde, eröffnet Costa Crociere ein neues Kapitel in ihrer Geschichte. Als Pionier der Branche setzt sich die Costa Gruppe für nachhaltigen Tourismus ein, die Costa Smeralda ist nun der Prototyp der neuen Generation von LNG-betriebenen Schiffen. In Folge werden bis 2023 vier weitere Costa-Schiffe mit der zukunftsweisenden LNG-Technologie entstehen, erbaut von der Meyer-Werft in Turku. Das Schwesterschiff „Costa Toscana“ soll bereits 2021 ausgeliefert werden.

UMWELTSCHONENDE LNG-TECHNOLOGIE

Der Einsatz von LNG ist eine wichtige Entwicklung zur Minimierung der Umweltbelastung und zur signifikanten Verbesserung der Luftqualität: Der Ausstoß von Schwefeldioxid ist praktisch eliminiert, Partikel fast auf Null, Stickoxide sind um 85% reduziert und die CO₂ Emission um 20% geringer. Der Aufwand an Technologie und spezialisierten Ingenieuren ist allerdings um einiges höher, im Vergleich zum herkömmlichen MGO (Marine Gas Oil) kommt LNG doppelt so teuer, weil der Kraftantrieb geringer ist, wie Kapitän Massimo Garbarino erklärt. Auch die Manöver gestalten sich anders. Der erforderliche Treibstoff wird vom LNG-Tankschiff in Barcelona geliefert: „Einmal Volltanken macht ganze 1.100 Tonnen

LNG“, sagt Sebastiano La Guzza, verantwortlicher LNG-Ingenieur auf der Costa Smeralda, der fachkundig durch den Raumschiff-ähnlichen Technikraum führt.

NACHHALTIGES „SMART-CITY SCHIFF“

Neben der großen Innovation des LNG-Antriebs verfügt das Schiff über eine Reihe modernster technischer Details, die die Umweltbelastung weiter reduzieren sollen: Der tägliche Wasserbedarf wird dank der Entsalzungsanlagen des Schiffes direkt aus dem Meer gedeckt, gleichzeitig der Wasserverbrauch technisch gedrosselt. Der Energieverbrauch wird durch Einsatz von LED-Leuchten, die Rückgewinnung der von den Motoren erzeugten Wärme und energierückgewinnende Aufzüge der neuen Generation auf ein Minimum reduziert. Bisher übliche Einweg-Kunststoffe in der Gastronomie werden durch alternative Materialien ersetzt, alle Kosmetik- und Reinigungsartikel sind frei von Mikroplastik. Sämtlicher Abfall wird sorgfältig getrennt und weitestgehend Recycling-Prozessen zugeführt. Dank der neuen Maßnahmen an Bord der Costa Smeralda, die 2020 schrittweise auf den Rest der Flotte ausgedehnt werden, erwartet die Reederei, den Verbrauch von Kunststoff um mehr als 50 Tonnen pro Jahr zu senken. Besondere Aufmerksamkeit wird dem Essen auf der Costa Smeralda zuteil: Einerseits wird reiche und vielfältige Auswahl geboten, mit Akzent auf „Italianità“, gleichzeitig wird auf größtmögliche Reduzierung von Lebensmittelabfällen geachtet. Im neuen LAB – Laboratorio del Gusto können Gäste sogar Ideen für Nachhaltigkeit im Umgang mit Lebensmitteln verwirklichen. Unvermeidlicher Überschuss an genießbaren Speisen wird an soziale Einrichtungen gespendet. ●

Martha Steszl

FACTS & FIGURES

Die brandneue Costa Smeralda ist 337 Meter lang, 42 Meter breit und hat 19 Decks. In 2.612 Kabinen der verschiedensten Kategorien können bis zu 6.554 Passagiere untergebracht werden. 15 Restaurants und 17 Bars lassen keinen Wunsch offen, dazu gibt es vier Pools, eine riesige Wellness-Welt, Shopping-Arkaden, ein Casino und jede Menge Entertainment. Ein Unikat ist das italienische Design-Museum an Bord. Mit jeweils altersgerechten Kids- und Teens-Clubs, sowie beaufsichtigter Baby-Krabbeltube zeigt sich Costa besonders familienfreundlich. Seit Ende Dezember 2019 kreuzt die Costa Smeralda auf einwöchigen Routen im westlichen Mittelmeer.

TUI Cruises: Kaffeegenuss mit Sales-Post

Foto: TUI Cruises



| TUI Cruises kooperiert mit Julius Meinl

Mit einem neuen „Highlight-Werbemittel“ bringt TUI Cruises zu Jahresbeginn Kaffeegenuss in die Reisebüros. Viele Gäste an Bord der Mein Schiff-Flotte genießen den ersten Kaffee des Tages am liebsten aus der Espresso-Maschine, die in jeder Kabine zur Verfügung steht. Um dieses Gefühl auch für die Verkaufsprofis im Beratungsgespräch mit den Kunden erlebbar zu machen, hat sich die Hamburger Reederei etwas ausgedacht: Im kostenlosen Mein Schiff Highlight-Paket ist eine hochwertige Julius Meinl Inpresso Kapselmaschine in der exklusiven Mein Schiff Edition sowie zehn Kaffee-Kapseln und zwei Mein Schiff Tassen für das Verkaufsgespräch enthalten. „Wir freuen uns mit unserem Partner Julius Meinl den Reisebüros sowie den Kunden mit diesem Paket den Genuss ins Büro holen zu dürfen“, so Udo Lutz, Director Sales bei TUI Cruises. Das neue Mein Schiff Highlight-Paket ist in einer limitierten Auflage von 2.000 Stück über das TUI Cruises Infonet bestellbar. Passend dazu liefert die beiliegende Broschüre direkt Argumente für das Verkaufsgespräch für eine Kreuzfahrt mit Mein Schiff und Premium Alles Inklusive. Die Bestellung der Mein Schiff Highlight-Pakete erfolgt über das Infonet (www.tuicruises.com/infonet/sales-post).

Polaris Tours: Amazonas & Galapagos - Seychellen

Polaris Tours, Spezialist für Expeditionskreuzfahrten, startet mit zahlreichen Neuigkeiten in die Reisesaison 2020/2021 und präsentiert einen eigenen Katalog, der sich ausschließlich den Warmwassergebieten Amazonas und Galápagos widmet. Neu kommen jetzt Reisen zur einmaligen Inselwelt der Seychellen hinzu, die in einer separaten Broschüre präsentiert werden. Bei allen Zieldestinationen liegt der Fokus neben außergewöhnlichen Naturerlebnissen weiterhin auf der ganz bewusst ausgewählten Schiffsflotte. Polaris setzt ausschließlich auf Expeditionsschiffe, die maximal 200 Passagiere aufnehmen und außerdem auf Schweröl verzichten. Sowohl im Regenwald des Amazonas wie auch in der Inselwelt von Galapagos legt der Veranstalter zwei Vollcharter-Reisen auf, die unter der Leitung deutschsprachiger Experten unvergessliche Naturerlebnisse versprechen. Mit drei neuen Expeditionsreisen nimmt Polaris Tours auch Kurs auf die Inselgruppe der Seychellen. Im Programm ist eine Tour, die gezielt die Höhepunkte ansteuert, eine Weitere, die in südliche Richtung zum Aldabra Atoll führt, sowie eine dritte Variante, die in Madagaskar endet.

Star Clippers: Neue Segel- Kreuzfahrten im Sommer 2021

Die Vorschau für die Sommersaison 2021 führt das größte Vollschiiff der Welt, den Fünfmaster „Royal Clipper“, zur Segelregatta Les Voiles de St. Tropez und zu einer viertägigen Schnupper-Kreuzfahrt unter weißen Segeln ab und bis Venedig. Die Lagunenstadt ist im Sommer 2021 auch Starthafen für verschiedene Törns entlang der Küsten Kroatiens und Montenegros. Nach einer spektakulären, 20-tägigen Atlantiküberquerung unter Segeln ab dem karibischen St. Marten bis in das spanische Malaga kreuzt auch der Viermaster „Star Flyer“ im Sommer 2021 durch das Mittelmeer: Hier führen die Routen ab Piräus zu den südlichen und den nördlichen Kykladen Griechenlands oder in Kombination mit Kroatien ebenfalls nach Venedig. Das Schwesterschiff „Star Clipper“ befährt ganzjährig unterschiedliche Routen in Asien: Ko Samui, Singapur, Bali, Kambodscha und Java sind die Traumziele für die maximal 170 Passagiere. Bis Ende Jänner 2021 gewährt Star Clippers Frühbucher-Vorteile bis zu 20%.

Ponant: Neue Expedition

Der neue Katalog der Luxus-Reederei Ponant vereint ausschließlich die Expeditionskreuzfahrten in die polaren, tropischen und subtropischen Regionen in der Saison 2020/2021. Auf über 130 Seiten finden Interessierte mehr als 100 Abfahrten in die Arktis oder Antarktis sowie nach Ozeanien oder Lateinamerika. Die Expeditionskreuzfahrten mit Ponant versprechen ausgefeilte Routings und Erlebnisse mit ungewöhnlichen und authentischen Begegnungen. Im Rahmen einer Kooperation bieten die Reederei und National Geographic Expeditions seit 2019 exklusive Expeditionskreuzfahrten für Naturfreunde und Abenteuerlustige an. Auch in der Saison 2020/2021 stehen viele weitere gemeinsame Reisen auf dem Fahrplan. Im neuen Expeditions katalog befindet sich ergänzend ein eigener Part mit allen National Geographic Expeditions Abfahrten. Mit ihrer gemeinsamen Vision von Premium-Erlebnissen und verantwortungsvollem Reisen bieten Ponant und National Geographic zusammen eine Auswahl an neuen Expeditionskreuzfahrten in die entlegensten, unberührtesten Regionen der Welt an. Auf diesen speziellen Reisen erwarten die Gäste neben den Ponant-Expeditionsteams auch National Geographic Experten und Fotografen, die ihre Leidenschaft und ihr umfangreiches Wissen über diese faszinierenden Orte mit den Reisenden teilen.

Phoenix Reisen präsentiert neuen Seereisen Katalog

Der neue Katalog von Phoenix Reisen beinhaltet auf rund 260 Seiten zahlreiche Klassiker sowie einige Neuheiten für den Reisezeitraum Winter 2020 bis Frühjahr 2022: mehr als 60 Reiseternine ab/bis Deutschland, Kreuzfahrten nach Nordamerika und in die Karibik, Weltreisen, Kreuzfahrten rund um Südamerika und Afrika sowie eine Vielzahl Schiffsreisen in europäischen Gewässern. Neben beliebten, klassischen Destinationen werden auch neue, sehr wenig frequentierte Ziele, wie z.B. Sandane/Norwegen, Örnköldswik/Schweden, Tristan da Cunha/Großbritannien, Guaymas/Mexiko, Chuuk/Mikronesien, Beppu/Japan und Dalian/China angesteuert. Sparmöglichkeiten für Jubilare und Einzelreisende gehören ebenso zum Angebot wie ein attraktiver Frühbucherrabatt.

Aerticket Verdienen mit MyCockpit

Foto: dizain / shutterstock.com



MyCockpit, der digitale Reisebegleiter von Aerticket, bietet Reisebüro-Kunden zahlreiche Serviceleistungen und einen umfassenden Überblick zum kompletten Reiseplan. Über die Website www.mycockpit.com können sie vor der Abreise ihre Buchung verwalten und einsehen. So übernimmt zum Beispiel der kostenpflichtige Service „Automatischer Check-in“ für Ihre Kunden das Check-in und erleichtert so den weiteren Ablauf. Mit MyCockpit hat der Reisende seinen Flugplan stets im Blick, kann Änderungen nachverfolgen, Zusatzleistungen buchen und sogar automatisch einchecken. Das responsive Tool passt sich der Displaygröße an und kann auf dem Desktop, Tablet oder Smartphone verwendet werden. Über die Plattform kann der Kunde selbstständig eine Sitzplatzreservierung vornehmen, eine Vielfliegerkarte hinzufügen, einen Gepäcksschutz abschließen, zusätzliches Gepäck buchen, Sonder-Mahlzeiten bestellen und einen Flughafen-Transfer buchen. Vielflieger können sich auch ein eigenes Profil anlegen.

ZUSATZVERDIENSTE LEICHT GEMACHT

Sobald der Check-in geöffnet ist, checkt das Tool von Aerticket den Passagier automatisch ein. Dieser Service ist für Kunden kostenpflichtig, wird jedoch von Aerticket verprovisioniert. Der Boardingpass wird per E-Mail in einem PDF-Format an den Kunden versendet. Dabei kommt es nicht darauf an, in welchem System die Flüge gebucht wurden, denn MyCockpit unterstützt Amadeus, Farelogix, Galileo, Sabre Worldspan und LowCost-Buchungen. Bereits 50% der Flugpassagiere nutzen den Online Direktvertrieb der Airlines über deren eigens gestaltete Apps. Mit MyCockpit haben Reisebüros nun die Chance, eine eigene, ähnliche Anwendung den Kunden anzubieten. Für geringe Kosten kann MyCockpit individuell an die CI des Reisebüros angepasst werden. Die Nutzung von MyCockpit ermöglicht zudem weitere Verdienstmöglichkeiten rund um die Uhr, denn beim Verkauf von buchbaren Zusatzleistungen erhalten Aerticket-Reisebüros Provisionen. ●

Aldiana verlängert Frühbucher-Vorteil

Noch bis Ende Jänner 2020 profitieren Aldiana-Kunden von den attraktiven Frühbucherpreisen des Veranstalters. Die Frist für den Frühbucher-Vorteil wurde bis zum 31. Jänner 2020 verlängert. Kunden, die bis dahin ihren Sommerurlaub im Aldiana Club Djerba Atlantide, im Aldiana Club Fuerteventura, im Aldiana Club Kreta und im Aldiana Club Costa del Sol buchten, sparen somit 20% vom Hotelpreis pro vollzahlender Person bei einem Aufenthalt ab sieben Nächten. In den drei österreichischen Bergclubs – Aldiana Club Ampfwang, Aldiana Club Hochkönig und Aldiana Club Salzkammergut – gilt der um 20% reduzierte Preis bereits ab vier Übernachtungen. Ebenfalls verlängert wurde der Frühbucher-Vorteil für Kinder. Bei Buchung bis Ende Jänner 2020 zahlt jedes Kind nur 50% vom Kinder-Hotelpreis in den sieben genannten Clubs. Auch dieses Angebot gilt in den Strandclubs ab einer Aufenthaltsdauer von sieben und in den Bergclubs ab vier Nächten. Im Aldiana Club Andalusien, im Aldiana Club Calabria und im Aldiana Club Zypern erhalten Gäste, die ihren Urlaub bis zum 31. Jänner 2020 buchen, einen Frühbucher-Vorteil von 10% auf den Hotelpreis.

Studiosus: Kulturhauptstädte 2020 erleben

Studiosus hat im aktuellen kultimer Kurztrips in die beiden europäischen Kulturhauptstädte 2020, Galway und Rijeka, aufgelegt. Mit Kunstausstellungen, Konzerten und Lesungen feiert die frischgebackene Kulturhauptstadt Galway das Jahr 2020. Studiosus-Gäste entdecken auf der neuen kultimer-Reise die bunte Universitätsstadt am Atlantik ebenso wie ihre wildschöne Umgebung – den Burren-Nationalpark und die Connemara, wo den Gästen ein singender Torfstecher begegnet. Zum Auftakt der Reise geht es drei Tage nach Dublin. Rijeka, die Kulturhauptstadt 2020 an der einstigen Kaiserriviera, steht im Mittelpunkt der siebentägigen kultimer-Reise nach Kroatien. Die Studiosus-Gäste sind bei Kulturevents live dabei, von Popmusik bis zu traditioneller Kunst. Außerdem sammeln sie Hauptstadtimpressionen in Zagreb, wandern durch das Naturwunder der Plitwitzer Seen, erleben Istriens Kulturstätten und entdecken die goldene Insel Krk.

ANEX Tour übernimmt die Marke Neckermann Reisen

Nach Bucher Reisen und Öger Tours wurde nun auch die traditionsreiche Tourismusmarke Neckermann Reisen an den türkischen Reisekonzern ANEX Tour verkauft. Der türkische Reisekonzern ANEX Tour habe die Markenrechte sowie diverse Internet-Domains aus der Insolvenzmasse der deutschen Thomas Cook erworben, teilte die Kanzlei hww als Insolvenzverwaltung mit. Der Deal steht noch unter dem Vorbehalt einer wettbewerbsrechtlichen Kartellprüfung. ANEX Tour hatte zuvor bereits das Reiseveranstaltergeschäft der Bucher Reisen & Öger Tours GmbH übernommen.

DER Touristik DER Campus 2020 mit neuen Events

Foto: Dertour



! Viele Programme auch 2020

Seit Juni 2019 arbeitet das Team der Verkaufsförderung in der Dertour Austria-Zentrale auf Hochtouren, um das umfangreiche Angebot mit allen Partnern und Leistungsträgern zu verhandeln bzw. umzusetzen, wie Dertour mitteilt. Die Palette reicht von Kanada Workshops und Asien Seminaren über Japan Talk & Dines bis hin zu den Dertour | Regional Abenden abseits der Landeshauptstädte. 18 Seiten umfasst das Programm 2020 im Moment und sei damit das umfangreichste Schulungsangebot, das es bei Dertour Austria jemals gegeben habe. Alleine 50 Veranstaltungsabende sind demnach im nächsten Jahr in Österreich und Südtirol geplant – Tagesseminare und Workshops noch nicht eingerechnet.

EINE VERANSTALTUNG PRO WOCHE

„Das ist im Schnitt eine Veranstaltung pro Woche. Wir zeigen nächstes Jahr eine gute Präsenz in allen Teilen Österreichs und in Südtirol und setzen bei unseren Veranstaltungen weiterhin auf gute Partner, bei denen die Ausbildung im Vordergrund steht. Nur das hilft der Branche, sich weiterzuentwickeln und den hohen Kundenanforderungen gerecht zu werden“, so Jörg Fermüller, Leitung Verkaufsförderung.

2020 werden auch eine Vielzahl an „schrägen“ Events geboten. Im Februar geht es in der Nacht durch den Tiergarten Schönbrunn, im Mai auf die Seegrube bei Innsbruck auf über 1.900m zu einem „Tafelberg“-Frühstück, im Sommer per Schiff auf den Wörthersee und Attersee und im September gibt es wieder in Wien und Salzburg die beliebte Tagesveranstaltung „Werde Experte an einem Tag“ zum Thema Orient.

FAM-TRIPS IN ALLE HIMMELSRICHTUNGEN

Beliebt sind natürlich auch die FAM-Trips unter dem Titel Campus LIVE. 2020 geht es in alle Himmelsrichtungen: von Mexiko bis Malaga, von Kreta bis Südafrika, von Paris bis Seattle, zu klassischen Destinationen sowie zu neuen Fernzielen. Veranstaltungen findet man ca. zwei bis drei Monate vor Veranstaltungsbeginn auf der Homepage dertouristik.info. Bei Campus LIVE müssen diverse Kriterien pro Destination erfüllt werden und daher geht der Veranstalter gezielt auf die Büros zu. ●

TUI verkauft Wolters Reisen

Kurz vor Weihnachten wurde bekannt, dass sich TUI von seinem Ferienhaus-Anbieter Wolters Reisen trennt. Das Unternehmen mit rund 250 Mitarbeitern soll bis Ende Februar 2020 an das Ferienwohnungsportal e-Domizil verkauft werden, teilte TUI mit. Mit dem Verkauf werde „die Abhängigkeit vom traditionellen Veranstaltergeschäft“ verringert, hieß es seitens der TUI. Wolters Reisen habe kaum Überschneidungen mit TUIs Kerngeschäft gehabt. „Mit dem neuen Eigentümer bieten sich künftig mehr Zukunftsperspektiven für das Unternehmen und zusätzliche Entwicklungsmöglichkeiten für die Mitarbeiter“, hieß es weiter. Wolters Reisen ist Spezialist für Ferienhäuser und für Rundreisen nach Nordeuropa. Der Käufer e-domizil ist eine Tochter der e-hoi Gruppe, die circa 350 Mitarbeiter beschäftigt.

vtours: Rundreisen jetzt individualisierbar

Im Juni 2019 hat vtours sein Portfolio erweitert und mittlerweile über 100 Rundreisen-Angebote entwickelt. Die fixen Hauptreisepakete sind ab sofort durch ein optionales Vor- und/oder Nachprogramm erweiterbar. Überzeugen könnten die Angebote, wie der Veranstalter mitteilt, mittels kundenfreundlicher Reisedarstellung wie einer virtuellen Karte, Detailangaben zum Tagesverlauf, hochwertigem Bildmaterial sowie übersichtlicher Darstellung der inkludierten Leistungen. Des Weiteren bietet das neue Tool vielfältige Filtermöglichkeiten bei der Flugsuche - wie die Bestimmung des Abflughafens, der Buchungsklasse, von Zwischenstopps und Preisklassen. Für jede individuell zusammengestellte Rundreise kann dem Kunden direkt am Counter ein übersichtliches PDF ausgehändigt werden. Die Technik basiert auf der Datenlogik und dem Design des Travel-Tech Unternehmens Nezasa und ist buchbar über Amadeus TOMA (ab Version „Amadeus Selling Platform CONNECT“). Hier ist die manuelle Eingabe folgender Codes erforderlich: Aktion: KW; Veranstalter: VTO; Reiseart: NAVI. Alle Details inklusive einer Buchungsanleitung sind auf der vtours-Expeditenseite vfit.de hinterlegt.

AUSTRALIEN, NEUSEELAND, SÜDSEE
NEUER LOOK - NOCH MEHR REISEIDEEN

Höhepunkte Down Under
18 Tage Rundreise ab/bis Wien inkl. der wichtigsten Highlights
ab 4.816 EUR p. Pers.

Neuseeland intensiv
25 Tage Mietwagenreise ab Christchurch bis Auckland
ab 2.968 EUR p. Pers.

Pauschalreise Südseeträume
24 Tage ab/bis Wien; Französisch Polynesien kombiniert mit Cook Islands und Fiji
ab 7.703 EUR p. Pers.



BEST4TRAVEL
AUSTRALIEN, NEUSEELAND & SÜDSEE

Unsere Fernreise-Experten freuen sich auf Ihre Buchungen:
BUZE Ebreichsdorf: 02254 / 20 999-0 | office@best4travel.at
BUZE Innsbruck: 0512 / 365 791 | innsbruck@best4travel.at



Marokko

Ein Fest für die Sinne

Marokko erfüllt alle Klischees von „1001 Nacht“, besonders die „Rote Stadt“ Marrakesch, malerisch gelegen am Fuße des Atlasgebirges, bezaubert mit orientalischem Flair, prunkvollen Palästen und überraschenden Gärten inmitten einer geschäftigen Medina, wo sich Aromen von exotischen Gewürzen und Parfums mengen.

Mit Austrian ist das zauberhafte Marrakesch in rund vier Flugstunden zu erreichen; dank der angenehmen Flugzeiten kann der Tag optimal genutzt werden: Schon am Nachmittag genießen wir die milde Wintersonne im wunderbaren Garten des frisch renovierten Hotels Riu Tikida Palmeraie. Unser Guide Hassan motiviert zum Aufbruch ins unweit gelegene Zentrum: „Kurz vor Sonnenuntergang ist Marrakesch besonders fotogen“ - und wie! Das Abendrot verleiht der roten Stadt ein magisches Leuchten, wie eine Fata Morgana erscheint das Stadtbild vor der Kulisse der schneebedeckten Gipfel des Hohen Atlas, ein Meer von Palmen krönt die mächtige Stadtmauer, dazu ertönt der Ruf des Muezzins zum Abendgebet – eine magische Szenerie.

MAGISCHES MARRAKESCH

Das pralle orientalische Leben offenbart sich in der Medina von Marrakesch, der pittoresken Altstadt. Größte Attraktion und Treffpunkt sowohl für Einheimische als auch Touristen ist der zentrale Hauptplatz, Djemaa el-Fna, wo auch der weitläufige Souk anschließt. Eintauchen in die bunte Welt der Händler und Handwerker ist ein Gesamterlebnis, das Angebot an Waren aller Art ist schier unendlich, von bunter Keramik und kunstvoller Silberware, edlen Stoffen und glänzendem Goldschmuck, exotischen Gewür-

zen und Schönheitsmitteln, bis hin zu wertvollen Raritäten. Im Gedränge kommt man kaum zum Schauen, knatternde Mopeds schlängeln sich geschickt durch die Menge, sogar Esselfuhrwerke zwingen sich in die schmalen Passagen – jede Menge Fotomotive. Allerdings ist zu respektieren, dass die Menschen nicht fotografiert werden wollen, ausgenommen die traditionell gewandeten Wasserträger am Gauklerplatz, die allerdings ordentlich Bakschisch – Trinkgeld - verlangen. Zur Abendstunde leert sich der Souk, umso voller ist nun der riesige Marktplatz, der berühmte Djemaa el-Fna. Hier schlägt das „Herz“ Marrakeschs, ein fulminantes Spektakel, das sich allabendlich wiederholt: Gaukler, Schlangenbeschwörer, Geschichtenerzähler, Wahrsager, Feuerschlucker, Tänzer, Musikgruppen mit Trommeln und Lauten sowie Akrobaten bieten ihre Künste dar. Eine Ecke des Platzes ist der Gastronomie gewidmet, unzählige Garküchen bereiten frische Speisen zu, es dampft und duftet - manchmal auch etwas eigenartig - neben Fisch, Fleisch und Gemüse werden hier auch lokale Spezialitäten wie Schnecken, Schafsköpfe und Euter aufgetischt.

VERBORGENE SCHÄTZE

Tagsüber offenbart Marrakesch andere Perspektiven, mitten im Trubel öffnen sich bisweilen unerwartete Oasen. Hassan führt uns

Fotos: Martha Szeszi

zum größten der vielen verborgenen Schätze inmitten der Stadt, zum märchenhaften Bahia-Palast. Die riesige Anlage im maurisch-andalusischen Stil besteht aus über hundert Räumen und unzähligen Patios. „Der Großwesir lebte damals hier mit seinen vier Frauen, zahlreichen Konkubinen und allen seinen Kindern, das braucht Platz“, schmunzelt Hassan. Für den Filmklassiker „Lawrence von Arabien“ diente der Bahia Palast als ideale Kulisse. Typisch für Marokko sind die sogenannten Riads, traditionelle Wohnhäuser meist wohlhabender Leute, äußerlich unscheinbar, doch im Inneren mit prächtigen Patios und Mosaiken ausgestattet. Heute sind viele davon zu stilvollen Hotels umgestaltet, erzählt Hassan und zeigt uns ein Beispiel: Hinter einer schlichten Pforte öffnet sich ein wunderbares Refugium, ein kleines Palais und ein orientalischer Garten mit Wasserspielen, der „Jardin Secret“. Ebenso mitten in der Stadt, liegt der botanische Garten „Jardin Majorelle“, den der französische Modeschöpfer Yves St. Laurent gestaltete. Zu den verborgenen Schätzen zählt auch das neue „Musée de l'Art Culinaire“, wo die marokkanische Küche zur Kunst erhoben wird. Hier kann man nicht nur hervorragend speisen, sondern sogar in einer top-ausgestatteten Workshop-Küche unter Anleitung die Spezialitäten selbst zubereiten.



WÜSTE HAUTNAH ERLEBEN

Wiederum eine völlig andere Seite zeigt ein Ausflug in die Umgebung von Marrakesch: eine karge Wüstenlandschaft, hier herrscht das Gesetz der Natur. Bevor wir unsere Tour starten, zeigt uns Hassan das „Pikala“ Center, ein von der TUI Care Foundation unterstütztes Sozialprojekt, das jungen Menschen eine Ausbildung zum Fahrradmechaniker ermöglicht und auch Transportdienste anbietet. Ausgestattet mit geländetauglichen Rädern und Sonnenhut radeln wir sodann durch die Palmeraie in die trockene Wüstenlandschaft. Unsere engagierten Begleiter vom Pikala-Projekt, Salim und Asil, wissen dabei viel über die Natur und die Lebensbedingungen in der Wüste zu erzählen. Auch Umweltschutz ist ihnen ein großes Anliegen, aktiv unterstützen die beiden das Aufforstungsprogramm mit Dattelpalmen in der Region. Dass Plastiksackerln in Marokko bereits seit Jahren verboten sind, sei nebenbei erwähnt.

BERGE UND MEER

Badefreuden auch im Winter bietet die südlich gelegene Küstenstadt Agadir. Die dreistündige Fahrt ist abwechslungsreich, es geht in Richtung Atlasgebirge und mit jedem Kilometer ändert sich die Landschaft, ab der Passhöhe in 1.500 Metern zeigt sich eine Hügelandschaft mit struppigen Büschen: „Das sind die Argan-Bäume, aus denen wir das kostbare Öl gewinnen“, erklärt Hassan. Dank der feuchten Strömung vom Atlantik gedeihen hier diese genügsamen Pflanzen, auch die Landschaft ist grün angehaucht. Agadir ist nicht mit Marrakesch vergleichbar, die Stadt ist relativ neu, wieder entstanden nach dem verheerenden Erdbeben von 1960. Dafür kann Agadir mit einer sieben Kilometer langen Strandpromenade aufwarten, einer schicken Marina, bester Hotellerie und Infrastruktur. Etwas außerhalb ist die neue touristische Zone von Taghazout, bekannt als Surf-Hotspot. Hier wurde kürzlich das brandneue Riu Palace Tikida Taghazout eröffnet, ein elegantes Resort direkt am flach abfallenden Endlos-Strand. Der absolut beste Platz ist die weite Hotelterrasse mit Blick über Pools und Meer, besonders stimmungsvoll am Abend, wenn die untergehende Sonne ein spektakuläres Farbenspiel liefert.

Martha Steszl

INFO

Austrian Airlines fliegt in der Wintersaison bis inklusive Mai dreibis viermal wöchentlich Wien-Marrakesch; Flüge Wien-Agadir bietet derzeit auch Laudamotion

TUI offeriert ein breites Hotelangebot, vom 2-Sterne Surfcamps über 5-Sterne Adults-only-Hotels bis zu luxuriösen Riads mit 1001-Nacht-Flair. Weiters sind noch vier verschiedene Rundreisen im Programm.

Preisbeispiel Marrakesch: Eine Woche im 4-Sterne-Hotel Riu Tikida Palmeraie, Basis DZ/AI, inkl. Flug mit Austrian, Abflug am 4. März ab 869 EUR p.P.

Preisbeispiel Agadir: Eine Woche Hotel only im 5-Sterne-Hotel Riu Palace Tikida Taghazout, Basis DZ/AI z.B. am 21. Februar ab 490 EUR p.P.

Die **TUI Care Foundation** unterstützt gemeinsam mit Urlaubern Projekte, die jungen Menschen neue Zukunftsperspektiven eröffnen, Natur und Tierwelt erhalten, sowie nachhaltige Entwicklung und Wohlstand in Destinationen auf der ganzen Welt fördern.

tip-Redakteurin Martha Steszl war auf Einladung von **TUI** und **Austrian Airlines** Ende November 2019 in Marrakesch und Agadir unterwegs.



Paros

wo noch echte Griechen wohnen

Weißblaue Dörfer erinnern an Santorin, das grüne Hinterland und die antiken Schätze an Naxos, die verlockenden Sandstrände an Milos – gewürzt mit einem Schuss Mykonos-Hipster-Feeling und mehreren lässigen Surf- und Tauchspots ergibt das einen perfekten Mix aus allen Schönheiten der Kykladen. Ab Sommer 2020 ist die Insel Paros bei DK-Touristik buchbar.

Die Insel Paros – unter Griechenlandkennern immer noch als Geheimtipp gewertet – war bisher mit dem Flugzeug nur mit hohem Zeitaufwand via Athen erreichbar. Dank der neuen Flug-Bootscharter-Verbindung mit DK-Touristik rückt sie ab Ende Mai ein Stück näher an Wien heran. „Paros ist es wert, entdeckt zu werden“, verrät DK-Touristik-Chef Daniel Kummerer, „auch wenn man die Insel innerhalb von einer guten Stunde umrunden kann, gibt es jede Menge zu sehen und zu erleben.“ Rund um die Insel reihen sich mehr als 20 tolle Sandstrände, die sich mit Mietauto, Moped oder Vespa ebenso erkunden lassen wie die malerischen Dörfer an der Küste und im hügeligen Innenland. Wer alternative Transportmöglichkeiten sucht und näher bei den Menschen sein möchte, wird das gut ausgebaute Busnetz schätzen, das die Insel umspannt. Kleine Hotels, viele gute Restaurants, Cafés und Tavernen für jede Brieftasche und jede Art von Wassersport von Tauchen bis Surfen oder Kitesurfen sind weitere Pluspunkte. Für eine angenehme Brise sorgt im Sommer der Meltemi, ein erfrischender Nordwind, der stets heiteres Wetter und klare Sicht bringt.

MITTEN IN DER ÄGÄIS

In der Mitte des Kykladen-Archipels gelegen, ist Paros per Fähre gut mit den Kykladen-Klassikern verbunden. So lassen sich z.B. das

mondäne Mykonos oder Santorin im Rahmen eines Tagesausflugs besuchen. Antiparos und die Schwesterinsel Naxos sind überhaupt nur einen Katzensprung entfernt. „Besonders wenn man nicht auf allzu großen Trubel steht, wie er auf den trendigeren Inseln herrscht, ist man mit Paros gut beraten“, weiß Klaus Schillinger von DK-Touristik: „Es ist sehr angenehm, sich nach einem aufregenden Ausflug wieder auf die vergleichsweise ruhige Insel zurückziehen zu können.“

KEINE SPUR VON MASSENTOURISMUS

Die Zahl der 13.500 Einwohner, die Paros im Winter hat, wächst während der Sommermonate auf bis zu 100.000 an. Neben Gästen aus Frankreich, Italien, Skandinavien, Deutschland und Österreich, sind da freilich auch die vielen wohlhabenden Griechen mitgezählt, die in ihren Ferienhäusern urlauben. Die touristische Geschichte der Insel geht auf die 70er-Jahre zurück. 1977 wurde der erste Flughafen gebaut, davor kamen Besucher mit derselben Fähre wie die Einheimischen. Der Airport konnte aufgrund seiner Dimensionen nur kleine Flugzeuge aufnehmen. In den 80er-Jahren wurde an anderer Stelle ein größerer Flughafen gebaut, der 2016 erweitert wurde. Weitere Ausbaupläne sollen in den nächsten Jahren umgesetzt werden. „Massentourismus wollen wir dennoch keinen“, beteuert Georges Bafitis, der Präsident der lokalen Hotelier-Vereinigung,

„maximal noch 20 Prozent mehr Besucher, dann ist es genug.“ Das schöpft auch die Wasser- und Energiemöglichkeiten der Insel aus. Im Sinne der Nachhaltigkeit werden immer mehr Solaranlagen gebaut. Derzeit stehen vier Windkraftträder in Betrieb, der Rest des Strombedarfs wird via Kabel aus Athen geliefert.

KLEINE HOTELS – GROSSE GASTFREUNDSCHAFT

Unter den insgesamt 128 Hotels gibt es keine mit mehr als 100 Zimmern, denn die Baugesetze schreiben vor, dass kein Haus mehr als zwei Stockwerke und acht Meter Höhe haben darf. Pro 8.000 m² Grund dürfen maximal 300 m² verbaut werden. Es gibt drei Fünfsternhotels und 15 Viersternhotels, alle anderen haben den Dreistern-Standard, sind aber teilweise so schön renoviert, dass sie durchaus einen Stern mehr verdienen würden. Allmählich wächst auch das Angebot an Apartments und Villen. „Und doch“, meint Costas Vakirtzis, Vizepräsident der Hotelier-Vereinigung und Besitzer zweier Hotels auf Paros, zu dem auch das malerisch gelegene Pyrgaki Hotel mit Blick auf die Hauptstadt Parikia zählt, „bei uns leben noch die echten, gastfreundlichen Griechen“.

● *Susanna Hagen*

Insel-Highlights

- **Parikia:** Hauptort mit kykladischer Architektur im Kastroviertel, einzigartiger Burgwall aus antiken Quadern und Säulenteilen, verwinkelte Gassen, Hafen mit Windmühle und belebter Promenade, Archäologisches Museum mit Exponaten aus der Jungsteinzeit bis zum frühen Christentum. Interessant ist die Ekatontapiliani (100-Pforten-Kirche), eines der ältesten und wichtigsten sakralen Bauwerke der Ägäis.

- **Lefkes:** hübsches Bergstädtchen am Fuße des 771 m hohen Agios Pantas, eingebettet in Hügel und Terrassenfelder, Ausgangspunkt für schöne Wandertouren. Die dreischiffige Basilika Agias Trias, die 1830 im Stil der Neorenaissance errichtet wurde, gilt als Wahrzeichen der Stadt.

- **Naoussa:** zweitgrößte Stadt im Norden mit malerischem venezianischen Hafen und vielen Fischerbooten; typische kykladische Architektur in weiß und blau, besonders viele Kirchen und gute Restaurants und Tavernen

- **Piso Livadi:** ruhiger Urlaubsort im Osten an einem schönen Strand, gut für Familien geeignet.

- **Aliki:** malerisches Dörfchen an der Südwest-Küste, Bucht mit Strand und Fischerhafen

- **Schmetterlingstal:** Tal mit Quellen und Laubwäldern, südlich von Parikia. In den Sommermonaten feiern dort die schwarz-weiß-orangen Jersey Tiger Motten ihren Hochzeitsurlaub.

- **Marmor:** Paros ist seit jeher für besonders lichtdurchlässigen Marmor bekannt, aus dem z.B. die berühmte Venus von Milo oder der Apollontempel in Delphi erschaffen wurden.

- **Weingut Moraitis:** Familienbetrieb bei Naoussa, Kellerbesichtigungen mit Weinverkostung, Lunch & Dinner. Produziert werden 150.000 Flaschen pro Jahr. Neben den Rotweinen sind die Trockenbeerenauslese (Malvasia) und der Tresterschnaps (Souma) des Weinguts besonders beliebt.



PAROS MIT DK-TOURISTIK

Der österreichische Veranstalter DK-Touristik hat ab kommendem Sommer die Kykladen-Insel Paros im Programm. Die ursprünglich geplante Charterrotation ab Wien konnte aufgrund eines Ausfalls beim Vertragspartner Astra Airlines leider nicht umgesetzt werden. Geflogen wird nun von 31.05. bis 21.09.20 jeden Sonntag bzw. Montag mit Austrian ab/bis Wien nach Mykonos. Die Flugzeit beträgt 2:15 Stunden. Die Gäste werden von der Reiseleitung empfangen und mit dem Bus zum Hafen gebracht, wo ein Charterbootstransfer (ca. 45 Min.) bereitsteht. Auf der Insel hat der Veranstalter ausgewählte Hotels der Drei- bis Fünfstern-Kategorie auf Basis Nächtigung/Frühstück bzw. Halbpension im Programm. Informationen und Buchung: www.dktouristik.at



Thailand Land des Lächelns

Vor meiner ersten Fernreise war ich so gespannt und neugierig wie noch nie vor einer Reise. Aber so viel kann ich vorab schon mal verraten: Die lange Anreise hat sich gelohnt und das Land des Lächelns hat mich mehr als nur einmal zum Strahlen gebracht.

Auf Einladung von Robinson ging es Ende November für elf Agents und mich in den Robinson Club Khao Lak. Die Anreise mit Thai Airways verging im wahrsten Sinne des Wortes wie im Flug: Das Unterhaltungsprogramm ließ keine Wünsche offen und das Servicepersonal war so freundlich und zuvorkommend wie ich es selten erlebte. Nach gut zwanzig Stunden war es dann fast geschafft und wir landeten müde aber freudig gespannt am Flughafen Phuket. Auf der Fahrt in den Club schon der erste Kulturschock: Links neben unserem Shuttlebus wird ein Elefant auf einem LKW transportiert – Willkommen in Thailand.

WILLKOMMEN IN KHAO LAK

Nach einer herzlichen Begrüßung mit kühlen Tüchern und Getränken zur Erfrischung, im wunderschönen, offen gestalteten Empfangsbereich, ging es auch schon zur Bar an den Strand. Vor meiner Reise informierte ich mich natürlich über Khao Lak und den Robinson Club, sah mir Bilder und Videos an, aber was soll ich sagen: Live war es nochmal eine ganz andere Sache – so schön hatte ich es mir nicht vorgestellt. Die Bucht reicht weiter als man sehen kann, gesäumt von unzähligen Palmen und davor das türkisblaue Meer –

ich dachte sofort „Wahnsinn, wie idyllisch ein Club liegen kann.“ Während wir noch alle ganz hin und weg von der Anlage waren, präsentierte uns Silvi Redo, Robinson Regional Manager Sales & Marketing Austria/Switzerland, die erste große Überraschung: Auf jeden von uns wartete ein eigener Superior Bungalow mit Pool.

In der eigenen Villa angekommen, kam ich aus dem Strahlen nicht heraus. Ich ging direkt am Bett vorbei, auf dem ein Handtuch zu einem Elefanten geformt über dem Wort Welcome saß, zur offenen Glastür und streckte die Füße in den Pool. Selten habe ich mich in einem „Hotelzimmer“ so wohlgefühlt. Nach einer ersten kleinen Erkundungstour durch die großzügige Clubanlage, die sich inmitten der Natur befindet, trafen wir uns zum Sundowner erneut an der Strandbar. Die Freude über die Poolbungalows war immer noch groß und jeder berichtete, was er bereits entdeckt und erlebt hatte. Nach dem gemeinsamen Abendessen im Hauptrestaurant ließen wir den ersten Abend an der Hauptbar bei 90ies-Musik ausklingen.

GROSSZÜGIGE ANLAGE INMITTEN DER NATUR

Die großzügige Clubanlage befindet sich inmitten der Natur, wird als „For All“ Club geführt und verfügt über insgesamt 320 Zim-

mer in den Kategorien Doppelzimmer, Bungalows, Villen, Suiten und Familienzimmer. Alle Zimmer bestechen dabei durch den thailändischen Charme und eine traditionelle Inneneinrichtung in gedeckten Farben. Zur Clubanlage gehören außerdem: großzügige Sauna-, Spa- und Fitness-Bereiche, ein Roby-Club, das Hauptrestaurant und drei Spezialitäten-Restaurants sowie das Terrace Restaurant inklusive Rooftop-Bar. Das Besondere: Das Terrace inklusive Rooftop Bar liegt direkt am Strand und dient Gästen der Bungalows und Villen als exklusiver Frühstücksbereich. Gäste der anderen Zimmerkategorien können dieses exklusive Frühstück ab 10 EUR pro Person hinzubuchen.

ELEFANTEN BADEN UND FLOSSFAHRT

Gemeinsam mit unserer Reiseführerin Margit, einer gebürtigen Steirerin, die bereits seit 10 Jahren gemeinsam mit ihrem Mann in Khao Lak lebt, starteten wir am dritten Tag zu unserer Tagestour. Zuerst besuchten wir den lokalen Markt Takuapa, um die riesige Auswahl der angebotenen Waren zu entdecken. Die verschiedenen Gerüche und der Anblick der offen liegenden Lebensmittel war für mich als Europäerin jedoch etwas ungewohnt. Danach fuhren wir auch schon zu meinem persönlichen Highlight des Tages: dem Thongsuk Elephant Park. Erst war ich etwas nervös, denn Elefanten gelten zwar allgemein als gutmütige Tiere, aber trotzdem sind es Tiere, und sehr große noch dazu. Doch schon beim Füttern der Dickhäuter spürte ich ihre sanftmütige und freundliche Art und meine Angst verflog. Nach der Fütterung und dem Schlammern der Elefanten ging es zum Abschluss in den Fluss zum gemeinsamen Baden. In einem örtlichen Restaurant am Flussufer kochten wir dann unser Mittagessen, um dann direkt im National Park unsere Floßfahrt am Fluss Sok zu starten. Die gemütliche Fahrt endete bei einem kleinen Camp, wo wir Kaffee, Tee und thailändische Spezialitäten verkosteten. Den Abschluss des Tages bildete der Besuch des Affentempels mit Segnung durch den Mönch.

INFO

Robinson Forever - Jubiläumstour

Vor 50 Jahren eröffnete auf Fuerteventura der erste Robinson Club. Um diesen Meilenstein gebührend zu feiern, startet am 14. März 2020 eine einjährige Jubiläumstour. Der Startschuss fällt mit der Robinson Opening Night in Düsseldorf unter dem Motto „Robinson Forever“. Anschließend geht die Geburtstagsfeier auf Tour durch alle Robinson Clubs. Dabei werden den Gästen zahlreiche musikalische, kulinarische und sportliche Highlights geboten. SASHA, ein deutscher Sänger, Jurycoach und Entertainer, wird in allen Clubs für atemberaubende Stimmung sorgen. Weitere VIP's wie Schlagerstar Vanessa Mai, ROBY-Songsänger Volker Rosin und Profitänzer Christian Polanc werden in ausgewählten Clubs dabei sein. Kunden, die ihren Urlaub zu einem anderen Zeitpunkt geplant haben, dürfen sich auf einen wöchentlich in allen Clubs stattfindenden „Robinson Forever Tag“ freuen. Somit wird jeder Gast Teil des Jubiläums.

Frühbuchervorteil bis Ende Jänner

Bei Buchung bis 31. Jänner 2020 profitieren Stammkunden und Neubucher von bis zu 20% auf den Clubpreis. Die Auswahl an Angeboten umfasst alle drei Clubformate: For Family, For Adults Only und For all und sind für die Sommersaison 2020 gültig.

tip-Redakteurin Julia Trillsam war auf Einladung von Robinson in Thailand unterwegs

KOCHKURS IM BAAN THAI RESTAURANT

Gutes Essen und Trinken gehört zu jedem Robinson Cluburlaub dazu. Die Vollpension made by Robinson beinhaltet abwechslungsreiche Buffets zum Frühstück, Mittag und Abendessen inklusive Getränke, einem Langschläferfrühstück sowie die BistroLine. Um die Vielfalt der thailändischen Küche noch etwas besser kennen zu lernen und selbst auszuprobieren stand am vierten Tag ein umfangreicher Kochkurs auf dem Programm.

Die Tage im Club Robinson Khao Lak waren so ereignisreich und voller toller Momente, dass es schwer fiel die Koffer zu packen doch bei der traditionellen Verabschiedung vor dem Hotel hatten wir alle ein Lächeln auf den Lippen und blickten auf tolle Erlebnisse zurück.

Julia Trillsam



Gruber Reisen: Thailand erleben

Foto: Gruber Reisen



Thailand ist mit prachtvollen Tempelanlagen, exotischer Natur und spektakulären Traumstränden ein faszinierendes Reiseziel im Fernreisen-Programm von Gruber Reisen, dessen einzigartige Kultur jedes Jahr Reisende aus aller Welt begeistert. Weltberühmt sind auch die Vielfalt der nördlichen Region und des Hinterlandes, die pulsierende Metropole Bangkok, die gesunde und spannende Küche und vor allem die Herzlichkeit der Thais, die dem Königreich den Beinamen „Land des Lächelns“ einbrachte. Gruber Reisen kombiniert zum Beispiel die beliebten Inseln Koh Samui und Koh Phangan zu einem siebentägigen Traumurlaub. Die Reise ab/bis Koh Samui kostet inklusive Transfers (mit Speedbooten), sechs Nächten in 4-Sterne-Hotels auf Basis Halbpension ab 703 EUR pro Person im Doppelzimmer. Noch exotischer ist die dreitägige Reise in den Norden Thailands – nach Chiang Mai. Am Programm stehen spannende Besichtigungen, wie zum Beispiel die Tempel Wat Phra Singh oder Wat Doi Suthep und ein Ausflug in ein Elefanten-Waisenhaus. Die Tour ab bis Chiang Mai inkludiert neben den Ausflügen zwei Nächte in einem 4-SterneHotel (z. B.: Empress Chiang Mai Hotel) auf Basis Halbpension, unter anderem die Eintrittsgebühren, eine deutschsprachige Reiseleitung und kostet pro Person im Doppelzimmer ab 410 EUR. Auch in der Hauptstadt Bangkok hat Gruber Reisen spannende Hotels für die Gäste ausgesucht, zum Beispiel das Siam @ Siam Design Hotel. Das Hotel liegt in unmittelbarer Nähe von zahlreichen Shopping-Möglichkeiten und Sehenswürdigkeiten. Alle Hotels aus dem Fernreisen-Programm wurden von den Spezialistinnen Tanja Schaller und Kathrin Krug persönlich ausgewählt und unter die Lupe genommen. Mit den Traumzielen Mauritius, Seychellen, Sri Lanka, Malediven, Thailand und den V.A.E. hat der Fernreisen-Katalog 2019/2020 jede Menge Top-Adressen und Neuheiten zu bieten.

FTI: Ins Land des Lächelns

Thailand, das „Land des Lächelns“, heißt seine Besucher genau auf diese Art und Weise willkommen, denn die Thais sind bekannt für ihre herzliche Gastfreundschaft. Diese kombiniert mit den schönen, weißen Sandstränden im Süden, den kulturellen Schätzen im Norden des Landes mit seinen farbenfrohen schillernden Tempeln und geheimnisvollen Bergvölkern und die pulsierende Millionenmetropole Bangkok, bieten einen faszinierenden Mix aus Tradition und Moderne sowie einer der besten Küchen der Welt. Atemberaubende Landschaften sind in allen Teilen des Landes zu finden: zartgrüne Reisfelder im Norden und palmengesäumte, idyllische Sandstrände, fast unberührte Riffe, oder auch einzigartige, dicht bewachsene Kalksteinhöhenzüge, Felsen mit ihren bizarren Steilwänden sowie der immergrüne Regenwald des Khao Sok Nationalparks versprechen bleibende Erinnerungen. Hautnah erleben können FTI-Gäste diese Vielfalt zum Beispiel im 5-Sterne Kalima Resort & Villas Khao Lak. Die im Dezember 2018 eröffnete Anlage liegt idyllisch umgeben von Mangrovenwäldern und Flussmündungen. Auf der bekannten Ferieninsel Phuket bietet das 5-Sterne Pullman Phuket Panwa Beach Resort neben einer schönen Poollandschaft auch einen privaten Sandstrand. Auf Koh Samui empfiehlt der Veranstalter zum Beispiel das 4-Sterne Samui Buri Beach Resort, das im Thai-Stil erbaut ist und über einen ruhigen Strandabschnitt verfügt.

EVA Air: Nonstop nach Phuket

Die private taiwanesische Fluggesellschaft wird die neue Strecke mit einem Airbus A330-200, konfiguriert für 252 Passagiere, davon 24 in der Royal Laurel Class und 228 in der Economy Class, bedienen. Die Maschine soll künftig jeden Dienstag, Donnerstag und Samstag um 11:05 Uhr von Taipeh abheben und um 14:20 Uhr Ortszeit in Phuket landen. Der Rückflug von Phuket nach Taipeh erfolgt an denselben Tagen um 15:30 Uhr, mit Ankunft in Taipeh um 21:00 Uhr. Phuket, die größte Insel vor der Südküste Thailands, kann mit einigen der schönsten Strände der Welt punkten. Abseits des Trubels der modernen Städte können Reisende die entspannende tropische Atmosphäre mit feinem, weißem Sand, sanft schwingenden Palmen, glitzerndem Meer und atemberaubender Landschaft genießen. Mit einer Vielzahl von Wassersport-Möglichkeiten und einer großen Auswahl an Restaurants und Hotels bietet Phuket für jeden Geschmack und Geldbeutel etwas.

THAILAND | ISLAND HOPPING IM KOH SAMUI ARCHIPEL

Termin: bis 12.05. - 26.05.20

Flug ab/bis Wien mit Eva Air, Transfer und Fähre ab/bis Flughafen Koh Samui

8 Nächte im 4* **Paradise Beach Resort Koh Samui** mit Frühstück
4 Nächte im 4* **Buri Rasa Koh Phangan** mit Frühstück

Pauschalpreis
p.P im DZ ab
€ 1.829,-



THAILAND | KHAO LAK KHAOLAK LAGUNA RESORT****

Termin: 09. -21.03.20

Flüge ab/bis Wien mit Thai Airways, Economy Class
Transfer ab/bis Flughafen Phuket

10 Nächte in einem Siam Chalet mit Frühstück

INKL. 6% RABATT BEI BUCHUNG BIS 60 TAGE VOR ANREISE

Pauschalpreis
p.P im DZ ab
€ 2.149,-



TERMINE

PRÄSENTATION DER-TRENDS 2020

Ende März präsentiert Dertour Austria Reisebüros die Trends der DER Touristik Welt an einem Abend.

Präsentiert werden einige der schönsten Ecken der Welt. Mit an Bord sind u.a. die 5-Sterne-Airline Qatar Airways, The St. Regis Mauritius Resort, The Westin Turtle Bay Resort & Spa und Le Meridien Ile Maurice, die eleganten Myconian Collection Hotels auf Mykonos und das Abaton Island Resort auf Kreta.

Termine und Orte

23. März. Bregenz
24. März. Bozen
25. März. Brixlegg
26. März. Graz

Beginn: jeweils um 18:30 Uhr bzw. 19:00 Uhr in Bozen

Anmeldungen: ab Mitte Jänner auf www.dertouristik.info



Reisebürofachkräfte (Teil- und Vollzeit) mit Erfahrung in Graz gesucht

Wir bieten einen eigenverantwortlichen Aufgabenbereich, ein herzliches Team, attraktive Arbeitsbedingungen und ein Gehalt von mind. 2.100,- Brutto bei Vollbeschäftigung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung unter jobs@weltweitwandern.com

IMPRESSUM

tip - travel industry professional

Medieninhaber: Profi Reisen Verlagsgesellschaft m.b.H. | A-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) | **Chef vom Dienst:** Dieter Putz | **Redaktion:** Dr. Maria Hohenau (MH), Dieter Putz (DiPu), Julia Trillsam (JT), Tina Milacek (TM), Mag. Christiane Reitschammer (CR), Martha Steszl (MS), Susanna Hagen (SH), Mag. Claudia Hilmbauer (Chil), Dr. Maria Schoiswohl (SAM), Wolfgang Tropf (WT) | **Lektorat:** Christl Resch | **Redaktionsassistentin:** Karin Raab | **Geschf. Gesellschafterin:** Mag. Elo Resch-Pilcik | **Layout, Grafik & Bildbearbeitung:** Mag. Niko Manikas | **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.profreisen.at, www.tip-online.at, www.facebook.com/tip.magazine | **e-mail:** news@profreisen.at, office@profreisen.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 geschlechtsspezifischen Hinweisen im Sinne der flüssigen Lesbarkeit verzichtet. Alle personalen Begriffe sind sinngemäß geschlechtsneutral, also weiblich und männlich, zu lesen.

TIP-HITS

AIR MALTA: PEP-ANGEBOTE FÜR DEN WINTER

Air Malta und zahlreiche maltesische Hotelpartner bieten Agents auch heuer wieder attraktive Winter-PEPs. Mitarbeiter von IATA und NON-IATA Reisebüros, Veranstalter, Incentive/MICE-Agenturen und maximal einer Begleitperson können Flugtickets ab Wien und München um 50 EUR erwerben. Das Angebot ist für Abflüge bis 28. März 2020 gültig, umfasst Hin- und Rückflug zusätzlich anwendbarer Steuern und Gebühren und ist 21 Tage vor Abflug buchbar. Zudem hält das Fremdenverkehrsamt Malta eine Liste mit Hotels zu PEP-Preisen bereit (www.mta.com.mt/en/pepoffers) und stellt die Malta Discount Card kostenlos zur Verfügung: wien@urlaubmalta.com

MSC-PEPS FÜR 2020

MSC Kreuzfahrten bietet ab sofort exklusiv für Reisebüromitarbeiter 50% PEP-Rabatt auf alle Balkonkabinen in der Bella und Fantastica Erlebniswelt, für das ganze Jahr 2020. Im PEP unter anderem inkludiert: Vollpension, Buffet-Restaurant 20 Stunden täglich, Pool, Fitnesscenter, Open-Air-Sportanlagen, ganztägiges Freizeitprogramm, Theatershows u.v.m. Nicht eingeschlossene Leistungen: sind u.a. 15% Service-Zuschlag, Getränke, Minibar, medizinische Leistungen, Telefon, Internet, Zeitungen, Wäscherei, Versicherungen, Visum, optionales Trinkgeld/Service-Entgelt. Infos und Buchung: reservierung@msckreuzfahrten.at möglich.



FÜR UNSERE GRUPPEN- UND KATALOGABTEILUNG SUCHEN WIR ZUM NÄCHSTMÖGLICHEN TERMIN VERSTÄRKUNG!

Neben Studien- und Pilgerreisen für tausende Gäste pro Jahr aus Kirche und Gesellschaft werden hochwertige Studien- und Themenreisen zur Zubuchung produziert. Biblische Reisen ist der offizielle ökumenische Reisedienst der Bibelgesellschaft und des Katholischen Bibelwerkes.

Wenn Sie eine abgeschlossene touristische Berufsausbildung oder ein Touristik-Studium vorweisen können, gut Englisch sprechen, Länderkenntnisse erworben haben und die üblichen MS Office Programme beherrschen, haben Sie die erste Einstiegschürde schon geschafft.

Wenn Sie dann noch organisatorisches Geschick besitzen, in Stresssituationen kühlen Kopf bewahren und sich für die Religion und Kultur unserer Reiseländer interessieren, sollten Sie sich gleich bei uns bewerben! Denn wir bieten Ihnen eine 38,5-Stundenwoche, eine faire Vergütung und Sozialleistungen.

Aus gesetzlichen Gründen weisen wir auf das kollektivvertragliche Mindestgehalt von EUR 1.710,- brutto pro Monat hin, eine Überzahlung – je nach Erfahrung und Qualifikation – ist möglich.

Ihre aussagekräftige Bewerbung – gerne per E-Mail und mit Gehaltsvorstellung – senden Sie bitte an Mag. Andreas Kickinger.
E-Mail: Andreas.Kickinger@biblische-reisen.at



Biblische Reisen GmbH

Stiftsplatz 8, 3400 Klosterneuburg, Tel. 02243 35377 0

Winteropening im Aldiana Club Hochkönig

Rund 140 Agents aus Österreich und Deutschland läuteten Mitte Dezember die Wintersaison 2019/2020 im Aldiana Club Hochkönig beim traditionellen Gipfelglück ein. Gleich nach der Ankunft in der winterlich verschneiten Traumkulisse wurde bei Punsch und Glühwein auf die kommenden Tage und die bevorstehende Saison angestoßen. Der weitere Abend stand ganz im Zeichen von Kulinarik und Entertainment: Nach dem ersten Kennenlernen ging es zum gemeinsamen Abendessen in gemütlicher Atmosphäre. Dann hieß es auch schon: It's Show-Time! Das Entertainment-Team von Aldiana präsentierte einige Neuheiten und Highlights der kommenden Saison und performte schließlich gemeinsam mit allen Mitarbeitern zum neuen Aldiana Tanz.

Am nächsten Tag standen dann die spannenden Workshops der Veranstalter und Leistungsträger HanseMercur, Holiday Extras, Zypern, MSC Kreuzfahrten, Star Clippers, SMS, Sunny Cars, Condor und G Adventures auf dem Programm.

Den letzten Tag konnten die Teilnehmer dann entweder auf der Piste, mit stimmungsvollem Verweilen auf der Zapferalm oder am Salzburger Christkindlmarkt verbringen. Die gemeinsame Après Ski-Party mit den allseits bekannten Hütten-Hits vor dem Aldiana Club mit deftigen Schmanckerln sowie Schnaps- und Punschbar bildete den krönenden Abschluss eines gelungenen Auftakts.



Fotos: Julia Trillsam



schauinsland reisen 

Experten-Tipp

UNSERE ÖSTERREICHISCHE
VERTRIEBSEXPERTIN
NATALIE DOCEKAL EMPFIEHLT



Varna · Kranevo
Effect Algara Beach ***

WARUM DURCH ITALIEN STIEFELN?

Lieber mit Mietwagen
von Sunny Cars fahren.

Buchen Sie ganz einfach über CRS, Veranstaltungscodes: SCAR; www.sunnycars.at/buchung
oder unter 0800 / 50 10 25.

