

Shoppingg, – in Mailand.

redticket: Hinflug, Rückflug und alle Gebühren inklusive.



Nähere Infos unter www.agentnet.at. ☎ 05 1766-1040 oder in Ihrem Reservierungssystem.
Komplettpreis ab Wien. Inkl. Online-TSC. Bes. Anwendungsbest.

www.agentnet.at



Montag, 21. 04. 2008 - Nr. 17/08 (802) - Profi Reisen Verlag Ges.m.b.H.
A-1030 Wien, Seidlgasse 22 - P.b.b. - 02-Z032784W - Verlagspostamt 1030
www.tip-online.at

ÖRV-Kongress: Der Mensch im Mittelpunkt Seite 2

LH-Vorzug: keiner will ihn Seite 4

Amadeus: Auftakt Zukunftswerkstatt mit tip Seite 6

Robin Hood profiliert sich Seite 8

Delta wird größte Airline Seite 9

serien: zukunftswerkstatt, technologie

specials: portugal, indischer ozean

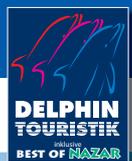
städtetipp: mailand



Ob ÖRV, DRV, VDR oder abta – das Lufthansa-„Vorzugspreismodell“ ist bei sämtlichen Diskussionsveranstaltungen heißes Thema. Die Interessensvertreter der Reisebüros sind sich aber einig, was sie von dem neuen System halten...

5★ Pegasos Roulette /TÜRKEI

Unterbringung erfolgt entweder im **Pegasos WORLD** in Side oder im **Planet Pegasos RESORT** in Incekum.



Abflug 3. Mai ab Wien, Linz und Salzburg mit Sun Express (+15,-) und Pegasus Airlines

1 Woche Alles Inklusiv p.P. im DZ / FZ ab € 499,-

Verlängerungswoche € 280,- / Kinder 2-16 Jahre ab € 299,-
Preise gültig im Doppel- und Familienzimmer, bereits inklusive Kerosinzuschlag!

Veranstalter: 2006/0057 First Choice Austria GmbH, 1206 Wien

TLR TOURS

... we take care of your flights!



Schnell buchen – nur noch kurze Zeit verkaufbar!

EMIRATES SPECIALS AB VIE:	
BANGKOK	EUR 620,-
MAHE	EUR 650,-
JOHANNESBURG	EUR 550,-
COLOMBO	EUR 650,-

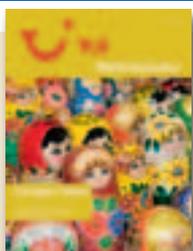
Diese und viele weitere Top-Tarife finden Sie online in unserer Datenbank. Preise inkl. Kerosin! IT-Ticketing; Verkauf nur noch bis 30.04.08, Abreise bis 30.06.08

Info & Buchung

Innsbruck:
Tel. 0512/21 10-0
Fax 0512/21 10-90
tlr-tours@tlr.at

Wien
Tel. 01/98 142-555
Fax 01/98 142-924
ticketcenter@gtt.at

www.tlr-tours.at



TUI Weltentdecker Europas Osten.

Neben 188 ausgewählten Hotelanlagen mit umfangreichem Service in **Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Baltikum und Russland** überzeugt TUI Weltentdecker mit flexibel kombinierbaren Angeboten von Rundreisen über Tagesausflüge, Mietwagen, Kreuzfahrten und vieles mehr. Empfehlen Sie Ihren Kunden TUI. Ein TUI Urlaub hält länger.



Weltentdecker

ÖRV

„Menschen machen den Unterschied“

Von 24. bis 25. April findet in Zell am See der 48. Kongress des Österreichischen Reiseverbands ÖRV statt, der heuer unter dem Motto „Menschen machen den Unterschied“ steht.

Am ersten Tag des Kongresses, am Donnerstag, stehen Vorstandssitzung und Generalversammlung mit Neuwahl des Präsidiums am Programm. Gunther Holzschuh, Vorsitzender der Geschäftsführung

OTTO Freizeit & Touristik GmbH wird einen Vortrag zum Thema „Menschen machen den Unterschied - Kriterien und Trends der touristischen Dienstleistung“ halten, danach heißt es bei Mag. Ferry Fischer, Coaching Institut Workshop „Typisch Stresssss“ - betrachten Sie das Thema Stress von der lustigen Seite - unterschiedliche Kommunikationstypen - unterschiedliche Bedürfnisse - erfahren Sie mehr über Ihr Kommunikationsverhalten. Am zweiten Tag hält Univ.-Prof. Dr. Rudolf Taschner, Wissenschaftler des

Jahres 2004, das Hauptreferat „Menschen machen den Unterschied – Eine Reise in ein mathematisches Land“. Danach spricht Dir. Leo Bauernberger, Geschäftsführer von Salzburg Land Tourismus GmbH, zu „Kooperation statt Konfrontation / Fairplay zwischen Incomern und



Annemarie Richard

editorial



Elo Resch-Pilcik

Montag

Mit der „Zukunftswerkstatt - Amadeus & tip“ greifen wir einmal mehr ein aktuelles Thema auf, dessen Tragweite sichtlich in der Touristik noch weitgehend unterschätzt - oder einfach auch gar nicht realisiert - wird: „Shop Design“ - welche Gestaltungsmöglichkeiten

haben Reisebüros, um sich ihrer Zielgruppe ansprechend, adäquat, einzigartig und innovativ zu präsentieren? Amadeus Austria-Chef Kropp, bekannt für seine Vorliebe für Branchen übergreifende Lösungsansätze, greift damit - gemeinsam mit tip - einen Aspekt auf, der für die wichtigste Zielgruppe des Technologie-Anbieters überlebensnotwendig sein könnte. In Zeiten, in denen ständig neue Vertriebskanäle genutzt werden, müssen Reisebüros sich ihrer Kernkompetenz, der Beratung, besinnen. Und diese kann in an-

genehmem Ambiente, das schon auf die bevorstehende Reise einstimmt, eben effektiver vorgenommen werden als an einem Counter, zwischen wechselnder Laufkundschaft und klingelnden Telefonen. Als Auftakt zur Serie, die in den nächsten Monaten in loser Reihenfolge im tip erscheint, präsentieren wir vier Filialen in der Schweiz, die mit gänzlich unterschiedlichen Konzepten an den Start gehen. Beachtenswert dabei erscheint, dass zwei davon dank eines innovativen Designs neue, branchen-externe Verdienstmöglichkeiten mit dem Verkauf von Reisen - sichtlich erfolgreich - kombinieren. Auch wenn durch die intensiven Beratungsgespräche der Zeitaufwand pro Buchung steigt, hat sich in den Filialen gezeigt, dass auch der Umsatz entsprechend gewachsen ist. Mehr dazu lesen Sie bitte in der „Zukunftswerkstatt“ auf Seite 6 und 7!

Mittwoch

Der IATA-Agententag in Frankfurt bringt es - wenig überraschend - an den Tag: Auch wenn in Deutschland bereits einige große Büros „auf Wunsch ihrer Kunden“, wie es

heißt, die Verträge für das Lufthansa Vorzugspreismodell unterzeichnet haben, die Ablehnung bleibt groß. Dabei zeichnet sich immer klarer ab, dass die weiterverrechneten GDS Gebühren nicht das Hauptproblem darstellen, sondern vielmehr die Lawine der daraus erwachsenden höheren Prozesskosten. Zarte Hoffnung ruht nun auf der Anrufung des Kartellgerichts in Deutschland. In der Schweiz indes, wo paradiesische Zustände in Bezug auf Beratungs- und Ticketausstellungsgebühren herrschen, belasten findige Büros Lufthansa-Tickets mit einem „Malus“, der „die unfreundlichen chanel fees ausgleichen“ soll, wie ein Filialeiter in Zürich gegenüber tip berichtet. Dieses Vorgehen könnte ja vielleicht einen Anstoß für weitere kreative Maßnahmen im Umgang mit Vorzugspreisen liefern, wenn beim ÖRV Kongress in Zell am See das Thema „Flug aktuell“ podiumsdiskutiert wird. Die künftige „Vertriebsstrategie der Austrian“ sollte zu diesem Zeitpunkt bereits aus dem Sack sein. Für Spannung dürfte somit bis zum letzten Programmpunkt gesorgt sein. ☺

Der perfekte Ort, um die Schönheit der Natur zu erleben. Und die eigene.

„Urlaub, wie ich ihn mag“ erwartet Ihre Kunden bei allen Urlaubsangeboten von JAHN REISEN. Alle, die darüber hinaus etwas für ihre Gesundheit tun möchten, finden an ausgesuchten Zielen von Kreta bis Nordafrika dafür beste Voraussetzungen. Mit vielen neuen Angeboten von Wellness bis Thalasso-Therapie. Und der Gewissheit, genau den Urlaub zu bekommen, den sie gebucht haben.

Nutzen Sie unsere Buchungszentralen in Wien, Telefon 01 58955.

Tunesien, wie ich es mag.

z.B. LTI-Thalassa Sousse ●●●

1 Woche, Doppelzimmer, Ultra Alles inklusive

pro Person ab € **469,-**

Sommer 2008 ab Wien, Salzburg, Linz und Graz

Diese und andere in Österreich beliebte Anlagen finden Sie in den Katalogen von JAHN REISEN.

JAHN REISEN, eine Marke der REWE Austria Touristik GmbH, 1060 Wien.



Tourismusverbänden“. Im Anschluss steht die Luftfahrt am Programm: Dr. Andreas Bierwirth, CCO Austrian Airlines (angefragt) bzw. Mag. Rudolf Mertl, Vice-President Netzmanagement Austrian Airlines, sprechen zur „Vertriebsstrategie von Austrian Airlines“, danach folgt die Podiumsdiskussion „Flug Aktuell“ mit Vertretern von Airlines, ABTA, GDS und Reisebüros.

„Die Qualität unserer Dienstleistung hängt von den Menschen ab, die sie erbringen. Wer seine Kunden und deren Wünsche kennt, kann gute Dienstleistung

bieten“, erklärt ÖRV-Präsidentin KR Annemarie Richard in der Ankündigung zum Event. „Das Motto unseres Kongresses ‚Menschen machen den Unterschied‘ ist zugleich auch der Leitsatz für die wesentlichen Themen unserer Branche: Qualität des Services und damit die Fähigkeit, den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen sowie Qualität der Mitarbeiter und damit die Notwendigkeit einer permanenten qualitativ hochwertigen Aus- und Weiterbildung.“

Eine Aufgabe des Verbandes sieht Richard, die ihr Amt als ÖRV-

Präsidentin ablegen wird, darin, die heuer gestartete Imagekampagne professionell weiterzuführen und damit verstärkt die Aufmerksamkeit der Kunden auf das Reisebüro zu lenken. Im Zusammenhang mit der Ausbildung sei auch auf die ÖRV-Akademie I hingewiesen, die laut Richard bei den angehenden Nachwuchsführungskräften großen Anklang gefunden habe. „Ich hoffe, dass sich diese Begeisterung auch auf das Management überträgt und möglichst viele Teilnehmer für die im Herbst startende ÖRV-Akademie II nominiert werden.“

Für sich selber sieht es Richard nach 66 Monaten im Dienste des ÖRV an der Zeit, ihre Agenden an eine neue Mannschaft zu übergeben. „In einer schnelllebigen Zeit, in der es so viele Veränderungen gibt, ist es auch notwendig das Team zu verjüngern und zu verändern“. Ihrem Nachfolger – den Branchenkenner zufolge voraussichtlich und je nach Abstimmungsergebnis ÖRV-Vizepräsident Mag. Norbert Draskovits – und seinem Team wünscht sie „schon jetzt alles Gute bei der Lösung der anstehenden Branchenprobleme“.

CR ■

Fredriksen verdoppelt TUI-Beteiligung

Kurz vor der Hauptversammlung beim Reise- und Schifffahrtskonzern TUI verschärft sich der Machtkampf der Aktionäre. Der norwegische Reeder und Milliardär John Fredriksen hat sein Aktienpaket von bisher gut 5% auf jetzt über 11% aufgestockt und zugleich eigene Machtansprüche unterstrichen. Fredriksens Gesellschaft Monterey Enterprises habe 29,515 Mio. TUI-Aktien erworben, teilte das Unternehmen mit. Sie halte nun 11,747% der Stimmrechte. Damit ist Fredriksen der größte Einzelaktionär bei TUI und überrundet den russischen Stahlmilliardär Alexej Mordaschow, der seine Beteiligung vor wenigen Tagen auf 10,03% verdoppelt hatte. Zugleich veröffentlichte „Welt Online“ Auszüge aus einem Brief des Norwegers, in dem er den Aufsichtsrat angreift und zwei eigene Sitze verlangt.

China verschiebt Öffnung Tibets

Rund einen Monat nach Beginn der anti-chinesischen Proteste in Tibet hat die chinesische Regierung die Wiederöffnung der Provinz für Touristen verschoben. Die Situation sei noch nicht „reif“, sagte ein Vertreter der Tourismusbehörde. Wann die Himalayaregion wieder für Touristen geöffnet werde, sei noch nicht entschieden. Eine der Reiseagenturen in der Stadt Chengdu, von wo viele Gruppenreisen nach Tibet starten, bestätigte die neue Anweisung. Anfang April hatte Peking noch mitgeteilt, ab Anfang Mai könne die Region wieder bereist werden.



Gordon „Butch“ Stewart, Chairman Sandals & Beaches Resorts

„All-inclusive Urlaub in der Karibik auf höchstem Niveau. Das wollen wir unseren Gästen bieten.“

„Unsere Gäste einfach nur zufrieden zu stellen reicht uns nicht. Wir wollen ihren Wünschen stets einen Schritt voraus sein. Schließlich legen sie immer größeren Wert auf perfekten Service, gehobene Küche, auf Lage und Ausstattung der Zimmer. Deshalb verbessern wir konsequent unser Angebot, setzen Maßstäbe in puncto Standard, Service und Innovation. In den 13 Sandals Resorts für den Urlaub zu Zweit genauso wie in den 4 Beaches Resorts für die ganze Familie. Urlaub ohne Nebenkosten. Eben **ALL-INCLUSIVE URLAUB AUF HÖCHSTEM NIVEAU.**“

Sandals & Beaches Resorts | An St. Swibert 11 | D-40489 Düsseldorf | Tel: +49(0)211-4057700
Fax: +49(0)211-4057702 | info@sandals.de | www.sandals.com | www.beaches.com



Sandals



LH-VORZUGSMODELL

Jetzt hofft man auf das Kartellamt

Der Deutsche Reiseverband (DRV) lud am 16. April IATA-Agenturen und Verbände aus Deutschland, Österreich und der Schweiz nach Frankfurt - 240 Büros folgten der Einladung - um über die Zukunft im Vertrieb und konkret über das Lufthansa-Vorzugspreisprogramm zu diskutieren. Während in Österreich mittlerweile angeblich zwei bis drei Büros unterschrieben haben, ist die Zahl der Agenturen in Deutschland ungleich höher. Lichtblicke soll es nur wenige gegeben haben, eine neue Hoffnung aber ist der Kontakt zum Kartellamt.

Dem DRV zufolge hat die Lufthansa zwar ihr neues Tarifkonzept der Wettbewerbsbehörde vorgelegt, doch damals nur unzureichend informiert. Der DRV will dem Kartellamt nun am 9. Mai die Sicht des Vertriebes darstellen. Gleichzeitig will der Verband Internet Reisevertrieb (VIR) eine Missbrauchsbeschwerde gegen die Airline einreichen. Ziel der Beschwerde ist, auf „Ausbeutung und Behinderung der Agenturen wie auch weiterer Marktteilnehmer“ hinzuweisen und einen fairen Wettbewerb herzustellen, wie es hieß. Laut Christine Hafner, Präsidentin der abta - Austrian Business Travel Association (und eine von nur 2 Vertreterinnen aus Österreich auf der IATA-Büro Konferenz), ist diskutiert worden, in wieweit die Lufthansa eine marktbeherrschende Stellung einnehme.

Gemischte Gefühle habe man auf der Veranstaltung den Reisebüros, die bereits unterschrieben haben, entgegen gebracht. Zwar zeigte man durchaus Verständnis - die betroffenen Reisebüros erklärten, sie hätten auf Grund des Drucks von Firmenkunden reagieren müssen -, dennoch hätte man sich ein gemein-

sames Vorgehen gewünscht, um so wiederum Druck auf die Lufthansa auszuüben. „Der Tenor ist unverändert“, so Hafner gegenüber *tip*. „Das Modell treibt die Prozesskosten in die Höhe. Und wir – die Reisebüros – wurden nicht gefragt.“ In UK und in den USA hätten die Airlines zumindest offene Gespräche mit allen Beteiligten, den GDS und den Riesebüros, gesucht und nicht den Alleingang. „Die Lufthansa hingegen wälzt ein Thema zwischen GDS und Airlines auf uns ab.“ Zugleich wolle die Lufthansa den Eigenvertrieb forcieren, „das ist vielen ein Dorn im Auge“, so beschreibt Hafner die Stimmung. Die Akzeptanz des Modells führe laut DRV-Vorstand Otto Schweisgut zur Wettbewerbsverzerrung in den CRSs, zu teureren Prozessen, zu mehr Reisebürokosten, die Ablehnung des Modells wiederum zu einem hohen preislichen Nachteil im Vertrieb. Gleichzeitig sei man gezwungen, vermehrt andere Airlines zu offerieren, um den Kunden wettbewerbsfähige Preise anbieten zu können. Die Anwendung des LH-Agent.com sei insbesondere im Firmengeschäft auf Grund von Funktionsmängeln keine praktikable Lösung.



Christine Hafner ● Hannes Schwarz ● Norbert Draskovits ● Anja Meier

Unmut beim VDR

Das Lufthansa „Vorzugspreismodell“ war auch schon heißes Thema bei der Tagung des VDR, Verband deutsches Reisemanagement, wo LH-Senior Vice President Josef Bogdanski das Modell pries. Doch VDR-Präsident Michael Kirnberger konnte bisher nicht überzeugt werden: „Wo ist da der Vorzug?“, gab er seinem Unmut Ausdruck: „Die Lufthansa stellt Reisebüros und TMCs einfach vor vollendete Tatsachen.“ Die Angebote würden dadurch verzerrt dargestellt und der VDR fordere Chancengleichheit, so Kirnberger. „Das vorgelegte Modell ist in dieser Form nicht akzeptabel“, konstatierte hier auch DRV-Vorstandsmitglied Otto A. Schweisgut. Die Verbände hatten wiederholt aufgerufen, den Vertrag nicht zu unterschreiben, dennoch hatten viele große Reisebüroketten dem Druck nachgegeben. „Wir verpflichten uns dazu, unseren Kunden die besten Serviceleistungen zu bieten, so auch die Vorzugspreise nutzen zu können“, verteidigt CWT Marketingleiterin Martina Eggel das Vorgehen, während Bogdanski erklärte, man sei „sicher gewesen, dass es bis 31. März viele Unterschriften geben wird“ und

mahnte „unsere Entschlossenheit nicht zu unterschätzen.“ „Unter dem Strich ergibt das eine Preiserhöhung von 9%“, rechnete Achim Schmitz, Head of Travel Management bei adidas, vor und fragt: „Wie sollen wir das dem Kunden beibringen?“ Bogdanski sieht das folgendermaßen: „Es geht darum, dass wir mit diesen GDS-Kosten nicht mehr leben wollen und im Sinne der Transparenz diese Kosten an Kunden weitergeben.“

Von technischer Seite meinte Frank Palapies von Amadeus eTravel, man würde eine Lösung anbieten, aber dazu brauche man mehr Zeit. Das „Lufthansa-Vorzugspreismodell“ soll ja schon ab 1. Juli 2008 in Kraft treten, ist aber zurzeit noch eine „ ganz, ganz große Baustelle“, gab Martina Eggler von CWT zu bedenken. „Letztlich entscheidet der Kunde, ob etwas angenommen wird“, stellte Anne Rösener, Vice President Sabre Travel Network, fest, wobei auch Bogdanski zustimmte und abschließend versprach: „Wir werden dem Markt Full Content geben“, während Kirnberger trocken ergänzte: „Und am Ende haben doch wieder wir die Zeche zu zahlen...!“

MAGIC LIFE® PARTNERBONUS exklusiv bei BENTOUR AUSTRIA bis 30. April 2008.

Die zweite Person im Doppelzimmer spart bis zu € 300,-

Gültig in folgenden MAGIC LIFE® Clubs: Marmaris, Kemer Imperial, Bodrum Imperial, Kiotari Imperial, Africana Imperial & Djerba Mare Imperial

Besser als
Alles inklusive.



BUCHUNGEN: Reservierungszentrale: 01/24 110-800, reservierung@bentour.at, www.bentour.at

„Wir müssen reden“

In diesem Sinne geht es auch auf dem österreichischen Markt weiter: „Wir sollten nichts Neues beginnen, was von vornherein schlecht ist“, so Hannes Schwarz, General Manager CWT Austria. „Wir müssen reden - LH und ÖRV, auch andere Geschäftsreisenanbieter und Kunden einbeziehen -, um gemeinsam Druck zu machen“. Bei der kommenden ÖRV-Tagung werde man auch sehen, wie Austrian Airlines gedenkt sich zu verhalten. Schwarz glaubt, dass Lufthansa Druck auf die AUA ausübt, ebenfalls dieses Modell einzuführen. Die Lufthansa selbst zeige wenig Entgegenkommen. So wie es sich derzeit darstelle, werden ab 1. Juli die LH-Tickets teurer. CWT in Österreich stelle Überlegungen an, hinkünftig Lufthansa-Buchungen zu vermeiden und mehr AUA und Air Berlin u.a. zu nutzen. Der LH-Anteil bei Flugbuchungen von CWT Austria beträgt derzeit 20%.

Gefordert ist auch Mag. Norbert Draskovits, ÖVB-Vorstand und Leiter Geschäftsreisen wie auch derzeitiger ÖRV-Vizepräsident. „Ich bin nicht glücklich damit, weil wir seit Jahren an den Prozessen gearbeitet und Benchmarks gemacht haben“, erklärte er in einem Interview mit *tip*. Jetzt komme ein Tarifmodell auf den Markt, das einen eindeutigen Rückschritt bedeute. Auch wenn das Modell rein theoretisch durchdacht wäre, sei es in Österreich damit nicht möglich, die GDS-Kosten zu beeinflussen. „Es ärgert mich maßlos, weil es eine Verkomplizierung der Abläufe darstellt. Ein zweites Thema ist, was passiert mit den anderen Airlines - werden die andere Modelle anwenden? Drei bis vier verschiedene Systeme wären eine totale Katastrophe. Da hätten wir EDV-technisch das volle Chaos.“

Wie die anderen Airlines in Europa reagieren ist nicht vollends durchsichtig. Bei der IATA-Büro Konferenz wurden Vertreter von Air France/KLM und Iberia befragt, ob das Thema ruckbar sei. Diese zeigten sich „unwissend“ erklärten aber, dass man beobachte. Sollte sich das Lufthansa Modell durchsetzen und positiv angenommen werden, dann würde man auch darüber „nachdenken“...

Kompliziert für Kunden

Auch BTU Business Travel Unlimited veranstaltete jüngst einen Informationsabend in Wien, auf dem Business Kunden über die neuen Modelle der Lufthansa informiert wurden. Dr. Anja Meier, Key Account und Sales Manager bei BTU, fasst die Reaktionen zusammen: „Die Unternehmen fragen sich durch die Bank, warum das neue Modell so kompliziert ist, und auch wie es am Markt platziert wurde. Dass die Sache teurer werden kann, wird nicht in Frage gestellt.“ Stark kritisiert wurde die Komplexität der Mate-

rie, da viele zusätzliche Prozesse auf das Reisebüro und auf den Kunden zukommen. Diese verursachen Kosten, und werden auf ihrem Rücken ausgetragen.“ Laut Meier gehe es überhaupt nicht um die 4,90 EUR, sondern um die hohen Prozessfolgekosten. Die BTCs sieht Meier in einer schwierigen Situation, da sie neutral agieren müssen und Vorbereitungen treffen, Systeme entwickeln müssen, um den Kunden die Wahlmöglichkeit zu bieten: „Der Prozess ist wesentlich komplexer als die ominösen 4,90 EUR, das muss der Kunde erst verstehen. Es beginnt

mit der Preisauskunft, reicht über die Informationsverarbeitung bis zur Verrechnung. Es besteht erhöhter Auskunftsbedarf. Darum haben wir diese Veranstaltung organisiert.“ Aus heutiger Sicht könne BTU noch gar nicht abschätzen zu welchem der von der Lufthansa vorgeschlagenen Systeme sie tendiere. „Die Lufthansa hat jetzt wieder mal eine Lawine losgetreten. Was sind die Folgen? Wie werden die anderen Airlines reagieren? Und reagiert im speziellen die AUA?“, stellt sich Meier die entscheidenden Fragen.

CR/DIPU/MS/ERP ■

UNSERE AUFSTELLUNG FÜR ÖSTERREICH



Unsere Sturmspitzen

Schöne Hotels und Clubanlagen

Club alltours Für Singles, Paare, Familien

Holiday Club Für Familien

ACTISUN Für Aktive und Sportbegeisterte

DeLuxe Hotels Für anspruchsvolle Gäste



Unsere Spielmacher

Traumziele weltweit

Mittelmeer und Ägäis

Balearen und Kanaren

Asien und Karibik



Unser Libero

Erhöhte Flugkapazitäten
für Österreich

Abflüge ab: Wien, Salzburg, Graz, Linz,
Innsbruck, München, Memmingen,
Friedrichshafen, Zürich



Unser Coach

Verkaufstipps/Service

0049 (0) 203-36 36 777

0800-291-289

www.alltours.info

alltours

alles - aber günstig

INNOVATIVES REISEBÜRO-DESIGN IN ZÜRICH

Von Dschungelfieber bis Chill out-Lounge

Auch wenn Zürich nicht als das Mekka des Raumdesigns gehandelt wird, an innovativen Konzepten für die Gestaltung von Reisebüros fehlt es dennoch nicht. Amadeus Austria nahm das zum Anlass, eine Gruppe erfahrener Reisebüro-Leiter in die Schweiz einzuladen, um dort vor Ort gleich mehrere originell gestaltete Büros zu inspizieren. Diese Tour stellte den Auftakt zur „Zukunftswerkstatt Amadeus & tip“ dar.

Flippiges bis urcooles Ladendesign - nicht gerade Begriffe, die man vorrangig mit der Schweizer Bankenmetropole in Verbindung bringen würde. Die Gestaltungs-Palette der

Filialeiter Sandro Lindner das ungewöhnliche Konzept.

Event-Location und Reisebüro in einem

Der Flagship-Store von Kuoni liegt in dem ehemaligen Industriegebiet City West, das, so Lindner, in zwei Jahren zum „absoluten Trendviertel“ mutieren werde. Dann soll eine Straßenbahnstation direkt gegenüber dem Büro in Ecklage für zusätzliche Laufkundschaft sorgen. Gestaltet wurde die 120 m² große Location vom renommierten Schweizer Architekten Adrian Schweizer. Der vordere Bereich ist als großzügige Lounge mit Lederhockern und -sofas, Couchtischen und einem Barbereich konzipiert. Eine „Videowall“, zusammengesetzt aus Flatscreens, vermittelt Reise-Impressionen aus aller Welt. Aber auch eigene Fotos von Mitarbeitern können hier präsentiert werden. Untermalt wird die dezente Vorführung mit auf den Inhalt abgestimmter Musik. Noch subtiler, da nicht bewusst wahrnehmbar, ist der Einsatz von Duftsäulen, die die Annäherung an ein bestimmtes Thema unbewusst verstärken. Tischchen und Bar sind mit Touch Screens ausgestattet, auf denen der Kunde auch selbst seine Reise buchen kann. Gleichzeitig ist immer ein Reiseberater in der Lounge präsent. Das Back-Office ist auf schmalem Raum untergebracht, der durch eine verschiebbare Glaswand von Bar und Lounge getrennt werden kann. Bei den Öffnungszeiten geht Kuoni ebenfalls neue Wege: Am Donnerstag und Freitag ist bis 21:00 Uhr Betrieb, ab 16:30 Uhr soll eine Happy Hour zusätzlich Kunden anziehen. „Letztes Jahr haben wir bis Mitternacht offen gehalten, aber das wurde nicht so angenommen“, erläutert Lindner, und fügt an: „Jetzt denken wir über einen langen Samstag-Abend nach. In



Auf Fact-Finding-Mission in Zürich: zehn Reisebüro-Leiter aus ganz Österreich mit Gastgeber Wilfrid Kropp, GF Amadeus Austria

der Umgebung sind viele Lokale.“ Ein wesentlicher Zusatzaspekt bei Kuoni ist die Vermietung der Filiale an Dritte als Event-Location. „Pro Abend verlangen wir 2.000 Franken Miete, das machen wir im Schnitt zwei bis dreimal pro Woche“, so Lindner. „Dieses Konzept würde nicht überall funktionieren, aber wir sehen uns als eine Art kleineres Labor und probieren vieles aus. Eventuell werden wir auch weitere Filialen in diesem Stil einrichten.“ Für die Mitarbeiter bedeutet dieses innovative Konzept vor allem eines: Flexibilität ist Grundvoraussetzung, denn: „Bei uns muss ein Reiseberater gleichzeitig auch Gastgeber und Verkäufer sein und die Dienstleistungen weiter ausbauen wollen“, erläutert Lindner die vielfältigen Anforderungen.

Kolonialstil für Premium Kunden

Einen ganz anderen Weg beschreibt das TUI Premium Travel-Büro in der Zürcher Altstadt: Die Lage im ersten Stock sowie ein kleines, dezent gestaltetes Schaufenster in Augenhöhe zeigen, dass Stamm-

kunden die Hauptklientel stellen. „Wir haben ganz bewusst die Laufkundschaft reduziert, um mehr Zeit für die Beratung aufwenden zu können“, erläutert Filialeiterin Ricarda Lietha die Firmenphilosophie des ersten TUI Premium-Büros in der Schweiz. Ein weiteres in Bern ist derzeit im Gespräch. „Da wir der Vorreiter waren, gab es bei der Gestaltung nur wenige Vorgaben der TUI. Die ‚Smileys‘ hätten einfach nicht zum Design gepasst. Wir haben eine Kompromiss-Lösung gefunden“, weiß Lietha um die Herausforderungen bei der Einrichtung von Kettenbüros Bescheid. Der Kunde betritt das Büro im Arbeitsbereich mit Arbeitsplätzen für sechs Mitarbeiter. Die Kataloge sind in einem Hinterzimmer in einem Schrank geordnet. Am Empfangscounter vorbei gelangt man zur „Beratungsoase“, die etwa die Hälfte der 120m² einnimmt. Hier kann der Kunde unter drei Sitzgruppen wählen: Sofa im tropischen Stil mit weißem Leinen, dunklem Holz und Baldachin oder schwere Leder-couch mit Fauteuil oder Bar mit Hockern. Alles sehr gediegen, passend zum Produkt. Beratungsgespräche



Kuoni Flagship-Store in Zürich-West

vier besichtigten Reisebüros reicht von gediegenem Kolonialstil über Themenpark-ähnliche Reisewelt bis hin zur schnörkellosen Lounge mit Video-Wall und Touch Screens. Entsprechend unterschiedlich sind auch die Ansprüche, die die Betreiber an ihre Büros stellen. Allen gemeinsam ist die Möglichkeit, die Beratung mit Hilfe von Laptops, abseits von Telefonen und Tagesgeschäft, im jeweils dafür vorgesehenen Bereich abzuwickeln. Ausufernde Katalogwände finden in der Gestaltung ebenso wenig Berücksichtigung wie Zettel-Friedhöfe oder Papier- und Aktenberge auf den Schreibtischen. Natürlich zählt - in den meisten Fällen - die individuelle Reiseberatung. Eine Ausnahme stellt dabei lediglich das neue Büro von Kuoni in Zürich West dar. „Bei diesem Pilotprojekt muss Reisen nicht im Vordergrund stehen. Der Kunde soll sich inspirieren lassen und kann auch nur zum Zeitungslesen und auf einen gratis Kaffee vorbeischaun“, erläutert



„Beratungsoase“ bei TUI Premium Travel



bta „Scenery Set“ Büro

Grundidee ist jeweils ein Thema, das halbjährlich gewechselt wird. Nach dem Indischen Ozean dreht sich derzeit alles um Afrika. So zieht ein ausgestopfter Löwe in afrikanischer Landschaft das Schaufenster und gleichzeitig einen großen Teil des Büros. Über Holzstege erreicht der Kunde die Beratungsinsel, ein Hüttchen mit Schilfdach und bequemen Rattanstühlen. Wichtiger Bestandteil des Konzepts sind Werbepartner, die kleine Werbeflächen für jeweils ein Jahr buchen können. Das Wandbild, eine tropische Inselandschaft, wurde vom Fremdenverkehrsamt der Seychellen gesponsert. Auch eine der Außenflächen des Büros wurde vermietet, an den Flughafen Zürich.

Die vier Arbeitsplätze der Mitarbeiter sind, für Kunden nicht einsehbar, in einen Check-in Schalter bzw. einen Hoteldesks integriert. „Die Kosten für so ein Design sind in etwa zwei- bis dreimal so hoch wie für ein traditionelles Büro. Aber in zwei bis drei Jahren haben sich die Kosten amortisiert“, erklärt Reto Bucher, Geschäftsleiter bta Holding AG, und fügt schmunzelnd hinzu: „Bei den Kunden hat das voll eingeschlagen. Am Anfang mussten wir die Reinigungskraft extra zum zusätzlichen Scheiben Putzen dabehalten.“

können auf Wunsch auch außerhalb der Geschäftszeiten (Mo - Fr 9:00 - 18:30 Uhr) geführt werden, im Büro, im Restaurant oder beim Kunden zu Hause.

Dschungelfieber in der Kleinstadt

„Lebendige Vielfalt der Reise-Welt“ könnte das Motto der bta Filiale in der 20.000 Einwohner-Stadt Baar im Kanton Zug lauten. bta Travel AG, ein Unternehmen mit elf Filialen, hat das neue „Scenery Set“ Büro, also Landschaft im Büro, mit dem Designerpaar Rita und Hanspeter Scheller realisiert.

DIPL. VW. WILFRIED KROPP,
GESCHÄFTSFÜHRER AMADEUS AUSTRIA

„Innovative Konzepte fallen nicht vom Himmel“

Wilfried Kropp, Geschäftsführer von Amadeus Austria erklärt, warum er gemeinsam mit tip die Zukunftswerkstatt initiiert hat.

tip: Wann waren Sie eigentlich zum letzten Mal in einem Reisebüro und wie hat es Ihnen dort gefallen?

Kropp: Gerade letzte Woche in Wien. Die Einrichtung war OK, aber sonderlich wohl gefühlt habe ich mich dort nicht: Überall Zettel, Kataloge, Stapel auf den Counter-Plätzen, dauernd klingelte das Telefon.

tip: Sie starten mit tip jetzt eine Serie unter dem Titel „Zukunftswerkstatt“. Will Amadeus jetzt auch Reisebüro-Einrichtungen verkaufen?

Kropp: Nein, überhaupt nicht. Wir bleiben ein Technologie-Unternehmen. Aber wir wollen selbstverständlich unserer wich-

tigsten Kundengruppen, den stationären Reisebüros, helfen, sich im Einrichtungsstil gegenüber dem Direktvertrieb und den Internet-Portalen positiv abzuheben. Verglichen mit modernen Buchhandlungen oder Modegeschäften sind Reisebüro-Einrichtungen häufig nicht mehr zeitgemäß.

tip: In den letzten Jahren wurde in der Branche überwiegend über Kostensenkungen debattiert. Dreht sich jetzt der Wind?

Kropp: Ja, ich glaube, dass wir in den letzten Jahren alle zu sehr auf Kosten und Produktivität fixiert waren. Diese Bereiche sind und bleiben wichtig, aber wir sollten mehr Aufmerksamkeit den Dingen widmen, die der Kunde

Schnörkellos und praktisch

Ohne große Design-Kapriolen kommt das schnörkellos und praktisch gestaltete STA Büro in Zürich Stadelhofen aus. „In der Filiale steht die Beratung im Vordergrund. Reine Point to Point-Reisen wollen wir nicht verkaufen“, führt Jean-Philippe Spinas, Geschäftsführung STA Schweiz, aus. Kern-Element ist ein der Kundschaft entsprechendes jungendlich-frisches Panel-Konzept: Die einzelnen Panele werden jeweils mit Katalogen einer bestimmten Angebotsgruppe - Nordamerika, Sprachreisen, Working Travel etc. - bestückt. Bei den Arbeitsplätzen gilt ein Rotationsprinzip, bei dem die Mitarbeiter Laptop, Ordner

und Unterlagen mitnehmen. Der obere Stock des Ecklokals wird größtenteils vom „Language Corner“ eingenommen. Highlight ist ein Großbildschirm auf dem über Google Earth die Reiserouten mit verfolgt werden können.

Fazit: So unterschiedlich die Ansätze im Shop-Design der besuchten Zürcher Büros sind, so ist doch allen Filialen eines gemeinsam: Die Umsätze konnten durch die innovativen Ideen deutlich gesteigert werden. Design sells! **ERP** ■

Welche Wege kreative Reisebüro-Chefs in Österreich gehen, stellen wir Ihnen in der nächsten Folge der „Zukunftswerkstatt Amadeus & tip“ vor.



STA-Filiale in Zürich-Stadelhofen



Wilfried Kropp

um neue Reisebüros kennen zu lernen. Was hat Sie persönlich am meisten bei diesen Reisebüros beeindruckt?

Kropp: Mir hat am besten die Konzentration auf das ungestörte Kundengespräch gefallen. Die Reisebüros ermöglichen dies durch die strikte Trennung einer Beratungszone vom Arbeitsbereich der Mitarbeiter: Nichts lenkt mehr ab, kein Telefon stört, es geht nur um den Kunden und seine Wünsche.

tip: Wem nützen eigentlich die schönen Reisebüros?

Kropp: Ganz klar: Erstens fühlen sich Kunden wohl, zweitens geben

wahrnimmt. Kunden sollen sich im Reisebüro wohlfühlen.

tip: Sie haben kürzlich zehn Reisebüro-Leiter nach Zürich eingeladen,

sie mehr Geld aus. Design sells. Alle besuchten Reisebüros haben nach der Umgestaltung kräftige Umsatzsteigerungen erzielt.

tip: Gibt es ein Muster-Reisebüro?

Kropp: Nein. Reisebüros müssen sich an ihren Standort und die Kundenerwartungen anpassen. Ein Reisebüro in der Großstadt kann und muss anders gestaltet sein als ein Allround-Reisebüro in einer kleineren Stadt oder auf dem Land.

tip: Wie geht es jetzt in Österreich weiter? Sehen Sie interessante Projekte?

Kropp: Ja, durchaus. In erster Linie sind es die großen Ketten, die eine Vorreiter-Rolle spielen müssen – und auch durchaus können. Externe Berater aus dem Bereich Marketing, Architektur und Farbgestaltung sollten hinzugezogen werden. Eines sollte man akzeptieren: Innovative Konzepte fallen nicht vom Himmel, sondern sind das Ergebnis harter Arbeit. Dazu wollen wir von Amadeus einen Beitrag leisten. **■**

ROBIN HOOD AVIATION

Ganz auf Linie in die Zukunft

Die Robin Hood Aviation GmbH feiert das erste Jahr ihres Bestehens und blickt zuversichtlich in die Zukunft: Im Jahr 2005 gegründet hat sie – nach Erteilung des AOC im Frühjahr 2007 - im Sommer den Lini-enflugbetrieb von Graz nach Zürich aufgenommen. Seit März fliegt die steirische Airline auch zwischen Linz und der Schweiz.

Seit Herbst letzten Jahres wird die Wartung der Flugzeuge eigenständig betrieben, was sich insbesondere auf die hohe technische Performance der Flotte positiv auswirkt, wie Georg Pommer, Gründer und CEO von Robin Hood mitteilt. Darüber hinaus können mit der CAT II Zulassung Starts und Landungen auch bei erschwerten Sichtbedingungen, wie sie in Graz, Linz und Zürich vorkommen, problemlos durchgeführt werden. Nahezu 800 Flüge wurden – ganz nach dem Motto „in line with your business“ - bisher zwischen den beiden österreichischen Bundesländern und der Schweizer Wirtschaftsmetropole mit einer Verlässlichkeit von nahezu 100% durchgeführt. Nach erfolgreicher Etablierung der Graz - Zürich-Verbindung wurde im März 2008 die Strecke Linz - Zürich ins Streckennetz aufgenommen. Robin Hood beschäftigt 33 Mitarbeiter aus insgesamt 12 Nationen. Derzeit sind zwei Saab 340 (33 Sitze) auf 38 Frequenzen im Einsatz.

Konzentration auf Business Traveller

Die Konzentration des Unternehmens besteht besonders in der Bedienung des Businessverkehrs re-

gionaler Unternehmen, so zählen laut Pommer die TOP 50 Unternehmen der Steiermark bereits zu den Stammkunden. Auch immer mehr Schweizer Geschäftsreisende nutzen die Verbindungen. Auf der Graz-Strecke verzeichnet man bereits eine durchschnittliche Auslastung von knapp 50%. In Oberösterreich rechnet Robin Hood mit einer im Vergleich zu Graz kürzeren Anlaufphase und peilt in Linz einen ähnlichen Erfolg bis Herbst an.

Noch mehr Reisebüros

Bemerkenswert sei allerdings die Tatsache, dass Robin Hood mit mehr Schweizer Reisebüros Vertragsabschlüsse für den Wiederverkauf tätigen konnte als mit heimischen Retailern. „Hier haben wir noch Nachholbedarf und bauen darauf, dass heimische Reisebüros ihren Kunden unsere optimalen Nonstop-Flugverbindungen - 2.000 Flüge jährlich zwischen Österreich und der Schweiz - als das beste Produkt anbieten möchten“, so Pommer. „Wir treten laufend an die Entscheidungsträger der businessorientierten Büros heran.“ Er habe aber auch Verständnis, wenn es Nachdenkprozesse gebe, da das Internet als einzige Vertriebsch-



Seit einem Jahr in der Luft – Robin Hood Gründer Georg Pommer mit Crew

ne angeboten werde. Robin Hood ist nicht in GDS buchbar. Für Reisebüros könnten aber attraktive Konditionen geboten werden, wie Pommer betont.

Keine Schlangen mehr

Das für Herbst zum Einsatz vorgesehene Payment- und Abfertigungssystem soll diesbezügliche Entscheidungen vorantreiben: „Immerhin verfügen wir dann über das weltweit schnellste und komfortabelste Check-In-System, welches insbesondere Businesspassagiere überzeugen wird“, so Pommer. Die EFKON AG hat für Robin Hood ein vollelektronisches, integriertes e-Ticketing, Check-In & Departure Control System realisiert. Das Herzstück der Anwendung ist die „Smart Card“, die sowohl das Papierticket als auch die Bordkarte ersetzt. Einmal über Internet oder das Service Center gebucht ist die Reservierung elektronisch registriert und alle Abfertigungsprozesse laufen nun beschleunigt über die Smart Card ab. Mit dieser Chip-Karte durchläuft der Passagier dann die unterschiedlichen Stationen am Flughafen bequem und kontaktlos. Über einen Bildschirm wird dem Passagier in Echtzeit der erfolgreiche Check-In mit allen relevanten

Zusatzinformationen angezeigt. Die Smart Card wird vor dem ersten Flug an einem Kiosk (Card-Dispenser) ausgegeben und bleibt danach als „elektronischer Airline Ausweis“ im Besitz des Passagiers. Der Kunde zahlt seine Flüge außerdem erst nach tatsächlicher Abfertigung. Pommer ist nicht nur von der Qualität und Verlässlichkeit seines Produktes überzeugt, sondern auch vom Preis: „Wir sind weit weg von Low Fare Carriern, aber wir bieten ein passables und pünktliches Produkt. Und die Passagiere zahlen alle ziemlich gleich viel, egal wann sie fliegen. Denn die ‚Ware‘ ist ja immer dieselbe – auch am Wochenende.“ Und Lisa Schalk, verantwortlich für Reservations & Sales erklärt: „Neben der großen Zeitersparnis bietet Robin Hood ausgewogene Tarif-Niveaus, alleine aufgrund der nicht anfallenden Taxen für Umsteige Flüge können wir sehr attraktive Preise für optimale Tagesrandverbindungen offerieren.“ Die naturnahe Cateringausrichtung „Biolinea“ komme bei den Passagieren bestens an. „Wir verwenden fast ausschließlich Fruchtsäfte und Nahrungsmittel heimischer Landwirtschaftsbetriebe und verzichten weitgehend auf Verpackungsmaterialien.“ ■

www.blaguss.com **BLAGUSS** Leben in Bewegung

ISLAND

Insel aus Feuer und Eis

Direktflüge ab Wien jeden Dienstag von 10. Juni bis 27. August
1 Woche ab 878,-

geführte Rundreisen, Autotouren, Fly & Drive, Wohnmobile, Reittouren

Kataloge unter <http://katalogbestellung.blaguss.at>
 Buchungen: 01/ 501 80 800 oder touropervisor@blaguss.at
 oder über CETS und START

AUA: Customer Service Center in Lemberg

Austrian Airlines eröffnen mit Ende April das erste Customer Service Center in Lemberg (Lviv), um den ukrainischen und russischen Markt bestmöglich zu betreuen. Damit werde ein weiterer starker Akzent beim Ausbau der erfolgreichen Focus East Strategie gesetzt, wie das Unternehmen mitteilt. Austrian

bietet mit Kiev, Lemberg, Dnepropetrovsk, Donetsk, Kharkov und Odessa sechs Destinationen in der Ukraine an und mit Moskau, Krasnodar, Rostov, St. Petersburg, Ekaterinburg, Sochi und Nizhny Novgorod sieben Destinationen in Russland. Die Austrian Airlines fliegen 63 Frequenzen pro Woche in die Ukraine und 50 Frequenzen pro Woche nach Russland.



● Fliegen unter neuem Logo Delta Airlines und Northwest

DELTA/NORTHWEST

Neuer Luftfahrtriese in den USA

Die beiden US-Fluggesellschaften Delta und Northwest schließen sich nach mehreren vergeblichen Anläufen zum weltgrößten Anbieter nach Passagierzahlen zusammen. Die Fusion soll über einen Aktientausch im Wert von mehr als 3 Mrd. USD (2 Mrd. EUR) erfolgen und pro Jahr Kosten von mindestens 1 Mrd. USD einsparen. Die Branche erwartet weitere Fusionen, möglicherweise auch unter europäischer Beteiligung.

Die Wettbewerbschüter und die Aktionäre beider Seiten müssen der neuen Gesellschaft mit dem Namen Delta noch grünes Licht geben. Die Überschneidungen der Netze sind relativ gering. Die Einmalkosten der Fusion liegen bei 1 Mrd. USD, teilten die Unternehmen in Atlanta mit. Die kombinierte Flotte soll 800 Flugzeuge zählen mit 390 Zielen in 67 Ländern. Mit den beiden Airlines flogen 2006 laut IATA mehr als 129 Millionen Menschen. Die neue Delta wird

75.000 Beschäftigte haben. Die Aktionäre von Northwest sollen je Anteilsschein 1,25 Delta-Papiere bekommen - ein Plus von 17% auf den Schlusskurs vom 14. April. An der Spitze des Luftfahrtriesen soll der seit Herbst 2007 amtierende Delta-Chef Richard Anderson (52) stehen. Er war von 2001 bis 2004 bereits Chef von Northwest. „Delta und Northwest passen perfekt zusammen“, sagte Anderson. In der Vergangenheit waren mehrere Fusions-Versuche abgebrochen worden. Beide Anbieter sind über das Skyteam-Bündnis auch Partner der europäischen Air France-KLM. Die US-Gesellschaften stehen wegen Rekord-Treibstoffpreisen und Überkapazitäten unter massivem Druck. Zusätzlich zu schaffen macht ihnen die Konjunkturkrise. Die nächsten Fusionskandidaten verhandeln schon miteinander: der Lufthansa-Partner United Airlines, bisher Nummer zwei in Amerika, und die viertgrößte Continental. Sie hätten gemeinsam noch mehr Passagiere als die fusionierte Delta, bisher auf Rang drei, und Northwest auf Platz fünf. Der nach Umsatz weltgrößte Anbieter ist Air France-KLM. Die Europäer wollten sich ursprünglich an der neuen Delta-Northwest beteiligen. Ein Streit der Piloten beider

Delta Air Lines

ist das drittgrößte Luftfahrtunternehmen weltweit. Laut Branchenverband IATA reisten 2006 rund 73,6 Millionen Fluggäste mit Delta, mehr Passagiere beförderten lediglich American Airlines und Southwest. Delta erzielte 2006 im Passagiergeschäft einen Umsatz von 15,6 Mrd. USD (9,8 Mrd. EUR). Der Gesamtumsatz lag bei 17,1 Mrd. USD. Die Fluglinie existiert seit 1928. Sitz der Firmenzentrale ist Atlanta im US-Staat Georgia. Delta beschäftigt weltweit rund 47.000 Mitarbeiter. Die Flotte besteht aus 578 Flugzeugen. Der Konzern ist Mitglied von SkyTeam. Gemeinsam mit Partnern fliegt Delta 841 Ziele in 162 Ländern an. In Europa fliegt Delta 37 Zielflughäfen an.

Seiten droht die Umsetzung der Fusion allerdings zu erschweren. Sie konnten sich nicht auf ein gemeinsames Vergütungssystem einigen. Die zwei Unternehmen erwarten einen kombinierten Jahresumsatz von rund 35 Mrd. USD. In Insolvenzverfahren warfen sie bis 2007 Milliardenlasten ab. Im vergangenen Jahr flogen sie zwar insgesamt jeweils Gewinne ein, drehten aber im Schlussquartal wieder in die roten Zahlen. Eine Fusion soll Rettung bringen. Statt einer „Liebesheirat“ sprechen dennoch viele Experten im Fall Delta-Northwest eher von einer „Problem-Ehe“. Größe allein sei kein Erfolgsgarant.

Insolvenz der Kleinen

Die Krise der kleinen US-Fluggesellschaften hingegen nimmt kein Ende: Als jüngstes Opfer meldete der Billigflieger Frontier Airlines Insolvenz an. Der Flugbetrieb soll allerdings unter Gläubigerschutz weitergehen, gab der Anbieter mit Heimatflughafen Denver (Colorado) bekannt. Binnen eines Monats gingen damit vier kleine Fluggesellschaften in den USA Pleite. Vor kurzem haben die Fluggesellschaften Aloha Airgroup (Hawaii), ATA Airlines (Indiana) und Skybus (Ohio) aufgegeben. Zudem kündigte die Charter-Fluglinie Champion Air (Minnesota) die Einstellung ihrer Flüge zum 31. Mai an, allerdings ohne Insolvenz anzumelden.

Northwest Airlines

Das Unternehmen mit Drehkreuzen in Detroit, Minneapolis/St. Paul, Memphis, Tokio und Amsterdam wurde 1926 gegründet. Northwest ist mit 55,9 Millionen Passagieren 2006 laut IATA die fünftgrößte Airline der Welt. Der Umsatz im Passagiergeschäft lag 2006 bei 9,2 Mrd. USD (5,8 Mrd. EUR). Der Gesamtumsatz betrug 12,6 Mrd. USD. Die Airline beschäftigt nach eigenen Angaben weltweit rund 31.000 Mitarbeiter. Northwest Airlines verfügt über 519 Jets und ist Mitglied der globalen Luftfahrtallianz SkyTeam. Das Streckennetz von Northwest und seinen Partnern umfasst rund 1.000 Städte in 160 Ländern.

in line with your
business

LINZ GRA ZÜRICH
nonstop

www.robinhood.aero
+43 316 292966

CARLSON WAGONLIT TRAVEL

Durchstarten nach Abschwächung

„Wir sind heuer gut unterwegs“, begann CWT Austria Geschäftsführer Hannes Schwarz die Präsentation der Zahlen des vergangenen Jahres sowie die ersten Quartalsergebnisse 2008. Demnach schloss CWT in Österreich das Jahr 2007 mit einem vermittelten Umsatz von 63,2 Mio. EUR ab, was einem Rückgang von 5% gegenüber dem Vorjahr (66,6 Mio. EUR) entspricht. Die Transaktionen lagen insgesamt 6% unter denen von 2006. Für 2008 hingegen zeichnen sich sehr positive Tendenzen ab: Das erste Quartal konnte mit einer Umsatzsteigerung von 11,6% abgeschlossen werden, so Schwarz.

Gründe für die Rückgänge des Vorjahres waren der Verlust von insgesamt vier Großkunden. Durch Gewinnung von Neukunden und Zuwachs im Basisgeschäft konnte CWT den Verlust des größten Key Accounts in Österreich fast kompensieren. Starke Zuwächse wurden hingegen bei den Hotelbuchungen verzeichnet: 2007 stiegen diese bei CWT um 19%, im Umsatz sogar noch deutlicher mit einem Plus von 68% auf 2,7 Mio. EUR (gegenüber

1,6 Mio. EUR im Jahr 2006). Die über CWT angebotenen Hotelraten liegen den Angaben zufolge durchwegs deutlich unter denen der Internetportale und Hotels.

LCC und Langstrecke gewinnen

Bei den Flugtransaktionen verzeichnet CWT deutliche Veränderungen: einerseits rückläufige Tendenzen bei Flügen im Domestik- (-20%) und Europa-Verkehr (-9%), hingegen



Hannes Schwarz und Martina Egger berichten über die durchwegs positiven Tendenzen bei Geschäftsreisen

signifikante Zuwächse bei Intercontinental-Flügen (+21%). Begründet sei dies durch die vermehrte Nutzung von Low Cost Carriern bei Geschäftsreisen, vor allem in Richtung Deutschland, wo die Verbindungen ständig erweitert werden, andererseits habe der Geschäftsreiseverkehr im Langstreckenbereich deutlich zugenommen, wobei vermehrt Business Class Flüge gebucht werden. Überdurchschnittliche Steigerungen werden dabei im Verkehr in Richtung Osteuropa verzeichnet (Polen +18,9%, Russland +21,2%, Ukraine +58,3%), da viele in Österreich ansässige Firmen auch für die osteuropäischen Länder zustän-

dig zeichnen. Zum leidigen Thema „Lufthansa Vorzugspreismodell“ meint Schwarz, dies sei ein Rückschritt und er hoffe noch auf Klärung im Rahmen der ÖRV-Tagung. Insgesamt könne Carlson Wagonlit Travel weltweit ein signifikantes Wachstum verzeichnen, wie CWT Marketing Managerin Martina Egger stolz anführt: Demnach habe CWT 2007 eine Umsatzsteigerung von satten 30% gegenüber dem Vorjahr eingefahren und damit die Schallmauer von über 25 Mrd. USD überschritten. „Mit diesen Zahlen müsste CWT nun weltweit die Nummer 1 sein“, freuen sich Egger und Schwarz. MS ■



Heißes Thema „Lufthansa-Vorzugspreismodell“ bei der Podiumsdiskussion mit (v.l.): VDR-Präsident Michael Kimberger, Achim Schmitz (adidas), Josef Bogdanski (Lufthansa), Martina Egger (CWT), Otto A. Schweisgut (DRV), Anne Rösener (Sabre), Frank Palapies (Amadeus).

VDR FRÜHJAHRSTAGUNG

„Travel Management auf dem richtigen Weg?“

Von 8. bis 10. April trafen sich Geschäftsreiseexperten zur alljährlichen Frühjahrstagung des Verbands Deutsches Reisemanagement (VDR) im Maritim Hotel & Congress Center Dresden. Am Programm standen wieder eine Reihe von Fachdiskussionen mit prominent besetzter Referentenliste, wobei aktuelle Entwicklungen im Business Travel Management hinterfragt wurden. Heiß aber ergebnislos diskutiert wurde auch das umstrittene „Lufthansa Vorzugspreismodell“.

„Die Weichen für die Zukunft stellen“, proklamierte VDR-(Noch)-Präsident Michael Kimberger und eröffnete die Tagung mit einer Vorschau der Aktivitäten des Verbandes. Am Programm stehen u.a. „Praxistage“ für den Mittelstand und Fachforen für die Zukunftstrends, erstellt wurde ein „Leitfaden für nachhaltiges Travel Management“, beauftragt eine Geschäftsreisen-Analyse.

„Welcome to the Future“

Unter dieser Headline präsentierte Martin Cowley, Senior Vice President EMEA, Sabre Travel Network, die zukünftigen Trends und Technologien im Travel Management. Für erfolgreiches Travel Management sei die Technologie unerlässlich, entsprechend den Trends müssten Änderungen wahrgenommen werden. Airlines ändern ihre Preispolitik, aber die Angebote müssten Kundenwünschen entspre-

chend geformt werden. Zum Thema GDS-Deregulierung meint Cowley, die GDS seien immer noch die beste Vermarktungsform, und er appellierte an den „Sense of Fair Play“ der Airlines. In diesem Sinne befinde sich Sabre mit Lufthansa in aktiven Verhandlungen, um eine allgemeingültige und befriedigende Lösung für beide Seiten zu finden, verkündete Cowley.

Verzerrter Wettbewerb durch GDS?

Zentrales Thema war das vielzitierte „Lufthansa Vorzugspreismodell“, das LH-Senior Vice President Josef Bogdanski im Rahmen einer heißen Podiumsdiskussion zu verteidigen hatte. „Wo ist da der Vorzug?“, stellte VDR-Präsident Kimberger die ganze Aktion in Frage und gab seinem Unmut Ausdruck: „Die Lufthansa stellt Reisebüros und TMCs einfach vor vollendete Tatsachen.“ Mehr dazu auf Seite 4 MS ■



Reise-Tipp
von Mehrzad Steyrer



Tel: 0662 93711-327
mehrzad.steyrer@gco.at
www.gco.at

OMAN - Die Legende am Golf
Wie im tiefsten Mittelalter wurden die Stadttore von Muscat, der Hauptstadt des Omans, bis ins Jahr 1970 bei Sonnenuntergang geschlossen und erst mit Beginn des neuen Tages wieder geöffnet. Was einerseits dieses Land weltabgewandt erscheinen ließ, wirkte sich andererseits durchaus positiv auf die zahlreichen Legenden die rund um den Orient kursieren aus. Beginnend mit einer Bootsfahrt in den Sonnenuntergang und einem Besuch des ältesten Souq in Mutrah startet die 8-tägige GEO Rundreise durch den Oman. Mit der Grand Moschee wird ein architektonisches Highlight in Muscat besichtigt. Eine Nächtigung im Beduinen Stil erwartet die Reisenden bei Wahiba Sands. Durch die bezaubernde Bergwelt führt die Route über das größte Lehmfort des Landes weiter zum Palast von Jabrin in die Oasenstadt Nizwa. Wieder zurück in Muscat erwartet den GEO Gast noch ein entzückender Ausflug entlang der Küste in die Region Bahrah und zur mächtigen Festung von Nakhl. Abreisen von Anfang September bis Ende Oktober möglich.
Reisepreis ab/bis Muscat 960 EUR

GRUBER REISEN

Bretanide geht in die siebente Saison

Am 19. April 2008 startet das Bretanide Sport & Wellness Resort auf der kroatischen Insel Brac in eine neue Sommersaison und hält viele Neuerungen für seine Gäste bereit.

Das Haus, welches sich seit 2001 im Besitz des Reiseveranstalters Gruber Reisen befindet, gehört laut Michael Schlögl, Geschäftsführer Gruber, zu den besten Hotels an der kroatischen Küste. Schlögl bewertet das Bretanide darüber hinaus als bestes deutschsprachiges Vier-Sterne Strandhotel der Destination. Zu den Neuigkeiten in diesem Sommer zählen neben einem neuen Ruhe-

pool und zusätzlichen Sportanlagen sechs neue Pavillons mit Rezeption, Lobby, 27 Suiten, zwei Seminarräume, Fitnessmöglichkeiten und zwei Restaurants. Weitere Investitionen tätigte das Unternehmen im Ausbau der internen Logistik. Für Abwechslung werden neuerlich verschiedene Programm-Highlights, unter anderem Wochencamps und Intensivkurse der Tennisschule Dr. Hannes



v.l.n.r. Willi Haider, Michael Schlögl, Kelly und Andy Kainz, Ranko Vlatkovic und Hannes Zischka

Zischka, Tanzwochen mit dem beliebten Dancing Stars Pärchen Kelly und Andy Kainz und kulinarische Ausflüge mit der Kochschule Willi Haider, sorgen. Nach einem Rückgang der Nächtigungszahlen in den vergangenen zwei Jahren erwartet sich das Unternehmen heuer wie-

der ein deutliches Plus. Bereits jetzt kann sich das Bretanide über 21% mehr Buchungen gegenüber dem Vorjahr freuen. Schlögl zeigt sich überzeugt, 2008 die angestrebten 82.000 Nächtigungen - 2007 wurden 73.020 Nächtigungen gezählt - erreichen zu können. JN ■

Auszeichnungen für Magic Life

Hohe Anforderungskriterien setzen sich die General Manager von Club Magic Life mit ihren Teams, um das Wohlbefinden der Gäste zu erreichen. Dazu gehören die stetige Mitarbeiterweiterbildung über perfekte Küchenhygiene bis hin zu umweltfreundliche Abfalltrennung und exzellente Strand- und Wasserqualität. In diesem Zusammenhang erhalten zahlreiche Anlagen regelmäßig unterschiedliche Auszeichnungen. Genannt seien unter anderem

ISO- und HACCP-Zertifizierungen, Tourismuspreise, Umweltauszeichnungen und zusätzlich freiwillige soziale Engagements. Im März 2008 gab es da den begehrten HolidayCheck-Award für den Club Magic Life Waterworld Imperial, Türkei. Dem Club Magic Life Sirene Imperial, Türkei, wurden der Umweltpreis „3-Pines-Award“ und die „Blue Flag“ für ausgezeichnete Wasser- und Strandqualität verliehen. Ebenfalls über eine „Blue Flag“ durfte sich der renovierte Club Magic Life Kos in Griechenland freuen.



Der Club Magic Life Kos wurde ebenfalls ausgezeichnet

Costa-Angebot: Kein Zuschlag für Alleinreisende

Von 8. bis 18. Mai bietet Costa Mediterranea eine elftägige Reise von Savona bis Kopenhagen speziell für Alleinreisende: Diese zahlen keinen Einzelkabinenzuschlag. Eine Innenkabine zur Alleinbelegung kostet 899 EUR, Außenkabine 1.199 EUR, Balkonkabine 1.299 EUR, Kinder bis 18 Jahre (bei Belegung von Oberbetten) zahlen 150 EUR. Die Anreise nach Savona erfolgt entweder per Flug ab Österreich zu 200 EUR oder ab München zu 170 EUR bzw. per Bus um 47,50 EUR (München od. Innsbruck), 89,50 EUR (ab/ bis Linz oder Salzburg Shuttle zum Bus) bzw. 99,50 EUR (Wien, Wr. Neustadt,

Bruck/Mur, Graz, Klagenfurt, Villach). Die Rückreise kostet per Flug ab Kopenhagen nach Österreich 200 EUR oder nach München 170 EUR.

Vietnam Airlines legt neue Specials auf

Vietnam Airlines hat neue Frühlings-Specials aufgelegt. So können z. B. Kunden für Abflüge bis zum 15. Juni in der Deluxe Economy Class (Premium Economy Kabine) wahlweise zwei einfache Weiterflüge oder einen Hin- und Rück-Anschlussflug kostenfrei kombinieren. Auch in der Economy Class fallen für die zusätzlichen Flüge bei gemeinsamer Buchung mit der Langstrecke lediglich die Steuern und Gebühren an. Die kostenlosen

Weiterflüge gelten für das gesamte Vietnam-, Asien- oder Australien-Streckennetz der Fluggesellschaft.

Condor Travel Xtra: Günstiges Servicepaket

Im neuen Servicepaket „Travel Xtra“ sind bei Condor häufig nachgefragte Zusatzleistungen wie Vorab-Sitzplatzreservierung und eine höhere Freigepäckmenge in einem günstigen Paket zusammengefasst. Wer Travel Xtra bucht, kann statt 20 Kilogramm 30 Kilogramm Gepäck aufgeben. Darüber hinaus erhalten Gäste Vergünstigungen bei Rail & Fly und bei Condor-Park & Fly-Angeboten. Das Travel Xtra-Paket kostet 29 EUR für kürzere Flüge (pro Strecke), 39 EUR für

mittlere Strecken und 49 EUR für Fernziele. Wer im Paket statt einzeln bucht, kann sparen.

Jahn Reisen: Neuland entdecken auf Rhodos

Neuland zu entdecken gibt es für Gäste von Jahn Reisen auf Rhodos: Die Ferienregion Afandou, im Osten der Insel gelegen und mit einem der schönsten Strände der Insel versehen, ist jetzt im Sommer buchbar. Hier steht auch das ruhige 4-Sterne-Hotel Afandou Bay & Suites. Die Appartement-Anlage wurde 2007 erbaut, liegt eingebettet in einem schönen und gepflegten Garten und ist nur 400 Meter vom Dorf Afandou entfernt. 1 Woche im Studio mit Halbpension, Flug ab/bis Österreich ist p. P. ab 679 EUR buchbar.

Frohe Nachricht von den Inseln

Unisono berichten die Eilande des Indischen Ozeans von einer guten Saison 2007, in der allenthalben neue Zuwächse erzielt wurden. Auf Grund der steigenden Nachfrage wird die Hotellandschaft der Inseln mit neuen Projekten erweitert.

Mauritius legte 2007 mit einem Plus von 15 Prozent auf insgesamt 907.000 Besucher ein beeindruckendes Comeback nach dem Einbruch durch die Virus-Krise im Jahr 2006 aufs Parkett. Der wachsenden Beliebtheit der Insel wird im Jahr 2008 mit der Eröffnung mehrerer neuer Hotels Rechnung getragen. Mit

einem Plus von zehn Prozent auf 344.000 Reisende im Jahr 2007 kann Madagaskar sehr zufrieden sein; für 2008 wird ein weiteres zehnprozentiges Plus erwartet. Einen Zuwachs von 15 Prozent auf 162.000 Besucher erzielte auch der Inselstaat der Seychellen, der derzeit Pläne schmiedet, weitere Inseln touristisch zu erschließen. Nach



dem mageren Jahr 2006 hat sich auch das französische Überseedepartement La Réunion glänzend erholt und konnte seine Besucherzahlen um 22 Prozent auf 800.000 steigern. Durch die Verschmelzung der Organisation Maison de la Montagne et de la Mer mit dem neu gegründeten Fremdenverkehrsamt soll das Wachstum künftig gezielter ge-

fördert werden. Die Malediven haben mit einem Plus von zwölf Prozent die veranschlagten acht Prozent Zuwachs für 2007 deutlich übertroffen und zählten mit 676.000 Besuchern einen neuen Rekordstand. Nach der Eröffnung des zweiten internationalen Flughafens auf der Insel Gan steht 2008 ein weiterer Ausbau der Hotelpalette bevor. ■

JEBEL ALI INTERNATIONAL HOTELS

„Enchanted“ - neue Luxusmarke auf den Seychellen

Unter dem neuen Markennamen „Enchanted“ engagieren sich Jebel Ali Hotels erstmals im Indischen Ozean. Die ersten beiden Projekte auf den Seychellen sind bereits in Bau.

Jebel Ali International Hotels, die in Dubai angesiedelte Nobelhotelmarke, verlassen erstmals ihr angestammtes Gebiet und engagieren sich auf den Seychellen. Unter der Marke „Enchanted“ entstehen derzeit zwei luxuriöse Resort-Anlagen auf den Inseln im Indischen Ozean, berichtet David Thomson, General

Manager Jebel Ali Golf Resort & Spa. Das „Round Island Resort“ umfasst eine ganze kleine Insel mit knapp 2 ha Größe und liegt inmitten des National Marine Parks, nur etwa vier Meilen östlich von Port Victoria. Die Insel verspricht traumhafte Strände, eines der schönsten Schnorchelgebiete der Seychellen

und eine üppige tropische Vegetation im Innern. Das Resort besteht aus zehn Châteaux, davon zwei mit zwei Schlafzimmern, der Rest mit einem. Jedes Häuschen verfügt über einen privaten Pool und direkten Zugang zum Strand. „Die Eröffnung ist für den 1. März 2009 vorgesehen“, kündigt Thomson an. Das zweite Projekt von „Enchanted“ ist das „Waterfront Resort Spa & Village“ an der Ostküste von Mahé. Das „Waterfront“ ist als elegantes Boutique Spa-Resort mit authentisch kreolischer Architektur angelegt. Die neue Anlage besteht aus 30 Zimmern, neun großzügi-

gen Luxus-Appartments, Restaurant, Gärten, Geschäften, einem weitläufigen Spa & Wellness Bereich sowie einem Konferenzraum. Fertig gestellt werden soll das neue Prestige-Objekt bis Anfang 2010. Derzeit ist der Markenname in Besitz einer Familie auf den Seychellen, die Zusammenarbeit mit Jebel Ali erfolgt in Form einer Management-Partnerschaft. „Diese wollen wir aber in ein richtiges Joint Venture umwandeln“, streicht Thomson hervor, und fügt hinzu: „Dann könnten wir ‚Enchanted‘ eventuell auch auf Mauritius, den Malediven und in Indien positionieren.“ ■

La Réunion: UNESCO-Titel beantragt

Der im Frühling des Vorjahres gewidmete Nationalpark von La Réunion hat zu Jahresbeginn die Aufnahme in die Liste des UNESCO-Weltnaturerbes beantragt. Nach der kürzlich erfolgten Genehmigung des Antrags in Paris werden auf der Insel in Kürze die ersten Experten des Ausschusses erwartet, der bis spätestens 2009 über den Antrag entscheiden soll. Näheres zu La Réunion unter www.insel-la-reunion.com.

Qatar: Malediven & Seychellen

Qatar Airways fliegt mit bequemen Anschlussverbindungen

viermal pro Woche die Malediven und ebenso oft die Seychellen an. Trotz Zwischenstopp in Doha, der Hauptstadt von Qatar beträgt die Gesamtflugzeit nur 13 Stunden, womit die Verbindung von Qatar Airways zu den kürzesten Gesamtreisezeiten ab Wien zählt.

Inselwärts mit Emirates

Mit ihren täglichen Flügen ab Wien - schon bald mit einer Boeing 777 - stellt Emirates Airline ausgezeichnete Verbindungen zu den Traumdestinationen im Indischen Ozean her. Viermal wöchentlich fliegt die Airline auf die Seychellen, auf die Malediven geht es an fünf Tagen der Woche und nach Mauritius und Sri Lanka jeweils täglich.

Costa: Paradiesische Aussichten

In der Wintersaison 2008/2009 läuft Costa Kreuzfahrten erneut traumhafte Ziele im Indischen Ozean wie die Seychellen, Madagaskar und La Réunion an. Mauritius ist Ausgangspunkt für sechs 14-tägige Reisen zwischen Dezember 2008 und Februar 2009, die mit der klassischen Costa Europa durchgeführt werden.

Shangri-La: Neues Luxus-Resort auf den Malediven

Die Shangri-La Hotels and Resorts werden im vierten Quartal 2008 das Shangri-La Villingili Resort and Spa im Addu-Atoll der Malediven eröffnen. Die drei

Kilometer lange Insel besticht mit drei Süßwasserlagunen und einer nahezu unberührten Unterwasserwelt. Die Anlage wird u. a. 142 großzügige Villen, die teils über eigene Pools verfügen, und ein Spa-Dorf umfassen.

Constance: Neueröffnung auf den Malediven

Ende 2008 wird das Constance Halaveli Resort auf einer Privatinsel im Nord-Ari-Atoll mit Fünf-Sterne-Niveau eröffnet. Die erste Constance-Niederlassung der Malediven wird 86 Villen mit eigenem Pool sowie drei Restaurants umfassen. Ebenfalls eingerichtet wird ein „Le Spa de Constance“ mit Jacuzzi, Friseursalon und hochwertigen Produkten.

BEACHCOMBER HOTELS

Renovierungen und neue Projekte

Nach der Wiedereröffnung des Le Mauricia forcieren Beachcomber Hotels nun die Renovierung der anderen Anlagen. Aber auch Neueröffnungen stehen an: ein Luxus-Resort in Côte d'Or auf den Seychellen sowie das Royal Palm in Marrakesch. Über diese und andere Projekte berichtet Marketing Manager Mikael Le Luron im Gespräch mit tip.

Aufgrund des Erfolges des Sainte Anne Resort & Spa werden Beachcomber Hotels ihre Präsenz auf den Seychellen erweitern: Das neue 5-Sterne plus Resort in Côte d'Or, an der Nordküste von Praslin, etwa 20 Minuten vom Airport entfernt, soll voraussichtlich Ende 2009 seine Tore öffnen. „Damit wird Insel-Hüpfen auf ein neues Niveau gehoben werden, da die Gäste zwischen den luxuriösen Anlagen in Sainte Anne und Praslin wechseln können,“ beschreibt Mikael Le Luron eine der verlockenden Besonderheiten in seinem Portfolio. Das neue Resort soll eine Kombination von Beachcomber-Luxus und der landschaftlichen Schönheit der Insel widerspiegeln. Geplant sind 121 Zimmer, drei Restaurants, Fitness, Spa, Sportangebot und ein Bob Marlin Mini-Club. Aber auch für Sainte Anne sind Neuerungen vorgesehen: In der Zeit von 1. Mai bis 1. August 2008 wird die Anlage komplett renoviert: „Der Spa Bereich erweitert, zwei weitere Restaurants und neue Pools errichtet sowie die 27 Villen in Pool-Villen umgewandelt“, berichtet Le Luron.

Renovierung aufgeschoben

Das legendäre Trou aux Biches in Mauritius, das ab dem 5. Mai 2008 umfassenden Umbauarbeiten unterzogen werden sollte, bleibt nun doch bis zum 15. Januar 2009 geöffnet. Die Änderung des Plans ergab sich auf Grund von administrativen Verzögerungen. „Die komplett neu errichtete Anlage im Bungalow-Stil wird auch nach der Renovierung das authentische Flair beibehalten, jedoch mit einem neue Standard an Komfort punkten“, kündigt Le

Nebensaison-Extras der Sun Resorts

Im Sechs-Sterne-Hotel Le Touessrok auf Mauritius heißt es ab sofort bis 30. 9.2008 „Dinner inklusive“ statt Bed & Breakfast. Für Brautleute gibt es bis 17. 10. bei einem Aufenthalt ab fünf Nächten



Mikael Le Luron

Luron an. Die Wiedereröffnung als eines der Glanzlichter der Beachcomber-Palette ist für Mitte 2010 angepeilt. Während der aktuellen Saison unterstützt das Management den Verkauf mit außerordentlich günstigen Arrangements.

All Inclusive auf höchstem Niveau

Ein knappes halbes Jahr nach Einführung des neuen Fully All Inclusive-Konzepts „Serenity Plus“ im Shandrani Resort & Spa zeigen die Gäste uneingeschränkt positive Reaktionen auf dieses erste 5-Sterne AI-Angebot, das sogar Champagner inkludiert. „Wir beobachten das jetzt ungefähr eineinhalb Jahre und dann können wir entscheiden, ob wir diese Idee auch in anderen Anlagen realisieren werden“, deutet Le Luron eine künftige Gangrichtung an.

Neues Zielgebiet Marokko

Mit dem Royal Palm Hotel Golf & Spa Marrakech verlassen die Beachcomber Hotels erstmals ihren Heimatmarkt im Indischen Ozean. Schon Ende 2009 soll die Anlage, die im süd-maghrebinischen Stil gestaltet wird, mit 150 Suiten und Villen, eröffnet werden. „Das Royal Palm ist das einzige Hotel in Marokko, das direkt auf einen Golfplatz führt“, hält Le Luron fest. Aber auch in Mauritius sieht Le Luron noch verborgenes Potential. „Dort gibt es noch viel zu tun. Wir rechnen mit einem Investitionsvolumen

Gratis-Urlaub für einen Partner. Von 1. 7. bis 30. 9. winkt zudem ein Golf- und Wellness-Special für Paare. Das Sugar Beach Resort in Flic en Flac auf Mauritius wird von April bis 1. August einer Renovierung unterzogen, mit einem Spa erweitert und zur Fünf-Sterne-Residenz erhoben.



Die Renovierung des Le Mauricia machte den Auftakt für zahlreiche weitere Neuerungen bei den Beachcomber Hotels

von 80 Mio. EUR für zwei mögliche Projekte“, fügt der Marketing Manager hinzu. Die Philosophie von Beachcomber sei, Anlagen sowohl zu besitzen als auch zu managen. Den wichtigsten Markt für die Hotelgruppe stelle Frankreich mit rund 25%, gefolgt von UK, Deutschland und Südafrika. Mehr als 80% würden über Reisebüros und Veranstalter verkauft, der Internet-Anteil liege unter 1%, so Le Luron weiter. „Aus Österreich haben wir 2007 sehr gute Zahlen erzielt. 2008 läuft ganz

gut an, aber wir müssen stärker mit der Mauritius Tourism Authority und Air Mauritius kooperieren“, weiß Le Luron um die knappe Flugkapazität ab Österreich Bescheid. ERP ■

Beachcomber World B2C & B2B

Beachcomber World Broschüre neu aufgelegt für Endkunden wie auch eine für die Branche. Download auf www.beachcomber-b2b.com



TRAVEL AGENT SPECIAL MAURITIUS & SEYCHELLEN AB 59 € PRO PERSON UND NACHT IM DOPPELZIMMER, GÜLTIG BIS 01.11.2008 GÜLTIG FÜR MITARBEITER VON REISEBÜROS UND REISEVERANSTALTERN



BEACHCOMBER HOTELS MAURITIUS • SEYCHELLEN

WWW.BEACHCOMBER-HOTELS.COM

TEL. ++4989629849-0 • FAX ++49896096811 E-MAIL: INFO@BEACHCOMBER.DE

Naiade: Neueröffnung & Nebensaisonpakete

Am 1. 5. 2008 wird das Fünf-Sterne-Deluxe-Diva Island Resort & Spa der Naiade Resorts auf dem Süd-Ari-Atoll eröffnet, das 117 Villen und Suiten sowie zwei Restaurants, drei Bars und einen Well-

ness-Bereich umfassen wird. Bis 1. 9. werden 52 Wasservillen und vier weitere Restaurants die Anlage erweitern. Das Vier-Sterne-Haus Tamassa auf Mauritius räumt bis 30. 9. All inclusive-Verpflegung statt Halbpension und zwei Gratisnächte ab fünf Übernachtungen ein.

veranstalter ticker

Preisgünstig gestaltet **Ruefa Tropic** den Sommerurlaub auf Mauritius mit großzügigen Honeymoon-Specials, Paketen für Familien und Frühbuchervorteilen. La Réunion punktet neu mit dem ersten Spa-Hotel, dem Palm Hotel & Spa.

Auf den neu im **TUI**-Programm vertretenen Malediven gibt es für Genießer einen siebentägigen Segeltörn, bei dem die Gäste die schönsten Tauchgebiete erkunden können – buchbar bis Ende Juli ab/bis Hulule um 959 EUR.

Jahn Reisen lädt mit der Kombination „Dubai & Malediven“ zu drei Tagen Vier-Sterne-Aufenthalt in Dubai und zehn Tagen Drei-Sterne-Badeaufenthalt auf den Malediven ein: Buchbar mit Flug ab/bis München ab 1.678 EUR.

Dertour bittet zum fünftägigen Segeltörn mit der kleinen, feinen „Charming Lady“ rund um die Seychellen, der ab/bis Anse Bois mit Vollpension ab 1.394 EUR zu genießen ist. Gäste des Hotels Coco de Mer oder der Black Parrot Suites erhalten eine Ermäßigung von 125 EUR.

Flexibel kombinierbar ist das Inselprogramm von **Gruber Reisen**, das u. a. perfekt organisierte Hochzeiten auf Mauritius, Drive & Sleep-Pakete für Réunion, eine erweiterte Malediven-Auswahl und Stopover-Arrangements in Dubai umfasst.



Bildverweis: © 2004 Seychelles Tourism Marketing Authority

● Lebensfreude pur auf den Seychellen

One&Only: Genießer-Special auf den Malediven

Das Luxusresort im One&Only Reethi Rah auf den Malediven räumt bei Buchung von sechs Nächten eine Gratisnächtigung ein und bei Buchung von zehn Nächten zwei weitere Übernachtungen. Beide Arrangements beinhalten außerdem täglich ein Dinner für zwei. Das Special gilt für neu gebuchte Aufenthalte vom 12. 5. bis 15. 10. 08 in einer Beach oder Water Villa.

Maia: Gratisnächte und Brautleute-Specials

Von 1. 9. – 24. 12. 08 gibt es im Maia Luxury Resort and Spa auf den Seychellen bei Buchung von fünf Nächten eine sechste Nacht zum Nulltarif sowie von 15. 5. – 31. 7. eine Gratisnacht bei Buchung von vier Nchtigungen. Bei einem achttägigen Aufenthalt im Juni werden als Extras zudem ein viergängiges Dinner und eine Massage kostenlos ins Paket verschnürt. Für Hochzeitsreisende gibt es zusätzliche Leistungen kulinarischer Art.

Neues Segel-Dhoni von Baros Maldives

Honeymooner und Romantiker lädt das Fünf-Sterne-Resort Baros Maldives zum außergewöhnlichen Segelerlebnis ein: Im luxu-

riösen neuen Dhoni „Nooma“, einem traditionellen maledivischen Holz-Segelboot, segeln Gäste des Resorts in höchstem Komfort dem Sonnenuntergang entgegen. Das Package „Sunset Sailing“ mit Champagner und Canapés kostet für zwei Personen 345 US-Dollar.

Startours: Hochzeit im Paradies

Auf Mauritius führt Startours elegante Adressen wie das Hotel Le Prince Maurice und sein Schwesterhotel Belle Mare Plage im Programm. Für Gäste beider Häuser sind die beiden 18-Loch-Golfplätze des Hotels Belle Mare Plage kostenlos zu nutzen. Hervorragend mit Mauritius zu kombinieren ist eine Erkundungsreise durch die nahe gelegene Insel La Réunion. Auf den Seychellen führt Startours mit dem Constance-Hotel Lemuria eine Luxusadresse im Sortiment, die mit einem gratis bespielbaren 18-Loch-Golfplatz und herrlichen Tauchgründen begeistert. Für Hochzeitspaare übernimmt Startours die Organisation der Feier und hilft bei den Formalitäten; als Bonbon winkt von 1. 5. – 30. 9. 08 ein „Honeymoon Special“ im Fünf-Sterne-Hotel The Residence: Sechs Nächte kosten einschließlich Flug und Halbpension für einen Partner ab 2.486 EUR und für den zweiten Partner 1.646 EUR.



● Das 5-Sterne Hotel The Residence erwartet frisch getraute Ehepaare

jumbo GRUPPE
Österreichs Fernreisespezialisten

Indischer Ozean

1.5.-8.9. (letztmögl. Rückflug)
Belle Mare Plage Resort Prestige
6 N/HP ab € 1.851,-
Frühbucher (60 Tage vor Ankunft im Hotel) € 100,-

Le Prince Maurice Junior Suite
6 N/FR ab € 2.097,-
Frühbucher (60 Tage vor Ankunft im Hotel) € 120,-

21.4.-23.6. (letztmögl. Rückflug)
Lemuria Resort Junior Suite
6 N/FR ab € 2.674,-

Leistungen:

- Mauritius: Flüge mit Emirates in Eco
- Seychellen: Flüge mit Air France in Eco
- Flughafentaxen und Kerosinsteuern
- Transfers, Betreuung
- Unterbringung auf Basis DZ
- Verpflegung wie angegeben
- **star Offer 6=5** berücksichtigt

Informationen und Buchungen in jedem Reisebüro www.jumbo.at

star tours

CONSTANCE HOTELS EXPERIENCE
elegance comes naturally!

CONSTANCE Belle Mare Plage
CONSTANCE Le Prince Maurice
CONSTANCE Lemuria Resort

Wo die Sonne Europa verlässt

Zwischen der Region Lisboa im Norden und der Algarve im Süden erstreckt sich der Alentejo („Jenseits des Tejo“), eine dünn besiedelte Region, die exakt ein Drittel der Landesfläche ausmacht, touristisch aber erst wenig ins Rampenlicht gerückt wurde. Ihre unberührten Landschaften und ihr beachtlicher historischer Tiefgang machen sie zu einem Geheimtipp für Individualisten, die abseits des Trubels die authentischen Seiten des äußersten Südwestzipfels Europas erkunden können.

Die Landschaften des Alentejo weisen von schroffen Bergen im nördlichen Hinterland über weitläufige Korkeichenwälder, goldgelbe Weizenfelder und duftende Weidewiesen im sanften Hügelland bis zu lang gestreckten Stränden und bizarren Felsformationen an der Küste alle denkbaren Varianten auf und erfüllen damit den Traum von Naturliebhabern, denen sich von Menschenhand kaum veränderte Szenarien erschließen. Dass der Mensch in Einklang mit der Natur leben kann, wird in den sieben Naturparks und Naturschutzgebieten der Region bewiesen, dort sind zwar verstreute Siedlungen zu finden, in denen die menschliche Präsenz aber kaum ins Gleichgewicht der Natur eingreift und auch die

Gebäude harmonisch an die Umgebung angepasst sind. Bewässert wird der Alentejo von einer Vielzahl von Flüssen mit sauberen Wassern, die von hübschen Stränden gesäumt werden und ebenso wie die zahlreichen Stauseen den Lebensraum von vielen Wasservogelarten bilden. Wo sich die Flüsse ins Meer ergießen, erwartet ein ganz alltägliches, aber deshalb nicht weniger staunenswertes Naturschauspiel die Besucher, wenn sich allabendlich die Sonne mit einem extravaganten Farbenspiel vom Kontinent verabschiedet.

Augenschmaus & Gaumenfreuden

Von prähistorischen Felszeichnungen und Hügelgräbern reicht der Bogen von kulturellen Erbstü-

cken des Alentejo über römische Zisternen, Foren und Mosaik bis zu Burgen und Kirchen des Mittelalters und der Renaissance, die in steinalten Städten die Jahrhunderte überdauert haben. Wer sich für sakrale Kunst interessiert, wird an reich geschmückten Kirchenschiffen mit geschnitzten, vergoldeten Altären, farbfreschen Fresken und kunstvoll bemalten Kacheln seine Freude haben. Die Herrschaft der Mauren hat den Fundus mit Ziehbrunnen, schattigen Innenhöfen und orientalischen Ornamenten bereichert, ebenso hat die jüdische Kultur bleibende architektonische Elemente beigesteuert. Ein Paradebeispiel für die kulturelle Vielfalt der Region ist Évora, wo römi-

sche Thermen, gotische Portale, orientalisches angehauchte Paläste und Renaissancebrunnen sich zu einem Bilderbuch der Geschichte zusammenschließen. Weitere Leckerbissen für Kulturfreunde sind das antike Hippodrom von Miróbriga und das im Schutz einer gewaltigen Burg aus dem 14. Jahrhundert entstandene Freiluftmuseum Monsaraz. Als fixer Bestandteil jeder Kultur verdient sich das Thema Küche & Keller das letzte Wort: Damit ist es im Alentejo bestens bestellt, es tragen Kräutergärten und Olivenbäume, fangfrische Fische und glückliches Freilandvieh zu phantasievoll komponierten Gerichten bei, begleitet von lokalen Weinen von hoher Qualität. ■



Foto: alentejoadventures

Warum wählen, wenn Sie alles haben können? Das ist der Vorteil, wenn Sie Ihren Urlaub in einem **Riu ClubHotel** verbringen. Ein Urlaubsziel, das die Animation eines Clubs mit dem Service und dem Komfort eines Hotels vereint, das zum Entspannen gedacht ist. Während einige sich an der Pool-Bar oder in der Disco vergnügen, Sport treiben oder es sie ins Kinderschwimmbaden zieht, genießen andere die exquisite Gastronomie, ein Entspannungsbad oder einfach eine verdiente Auszeit.

- Amüsieren
- Entspannen

ClubHotels Riu



© 2007

I want to go to RIU !



www.riu.com

World of  TUI

MALLORCA • FORMENTERA • KANAREN • ANDALUSIEN • ALGARVE • MADEIRA • MEXIKO
DOMINIKANISCHE REPUBLIK • JAMAICA • FLORIDA • BAHAMAS • ARUBA • TUNESIEN
ZYPERN • BULGARIEN • MAROKKO • KROATIEN • KAPVERDEN • MALTA

Lassen Sie sich verwöhnen

Neuer Museums- und Schlösser-Pass

Um Touristen die Erkundung von Portugals Kulturgütern noch einfacher zu gestalten, hat das portugiesische Institut für Museen und Konservierung IMC einen Pass eingeführt, mit dem man bequem und günstig ohne Einschränkung Museen und Schlösser im ganzen Land besuchen kann. Für zwei Tage kostet der Pass 7 EUR, für fünf Tage 11 EUR und für sieben Tage 14 EUR. Erhältlich ist der Pass in den jeweiligen Museen und Schlössern sowie in den Geschäften des IMC und in der FNAC.



Fangfrische Fische zählen in Alentejo zu den regionalen Spezialitäten

Event-Sommer „Allgarve 08“

Von 4. Mai bis 28. September 2008 sorgt das Eventprogramm „Allgarve“ ein weiteres Mal für viel Abwechslung: Die einzigartigen Strände, die hervorragenden Golfplätze und die historischen Bauwerke an der Algarve dienen erneut als Schauplätze für Ausstellungen zeitgenössischer Kunst, Konzerte, internationale Sportveranstaltungen und glamouröse Sommerfeste. Derzeit in Vorbereitung ist die Homepage www.allgarve.pt, die in Kürze über die Detailprogramme informieren wird.

Lissabon: „Rock in Rio“

Von 30. – 31. 5. und von 6. – 8. 6. ist Lissabon erneut Schauplatz des „Rock in Rio“-Festivals, das als weltweit größtes Open Air-Musikfestival im Park Bela Vista stattfindet.

den wird. Auf mehreren über das Gelände verteilten Bühnen wird ein über zwölf Stunden dauerndes Programm für jeden Musikgeschmack und jedes Alter gegeben, wobei sowohl Auftritte großer Stars der Musikszene als auch bekannter Alternativkünstler und junger Talente angesetzt sind. Infos unter <http://rockinrio-lisboa.sapo.pt/>.

„Unforgettable Lisboa“

Unter diesem Titel hat Turismo de Lisboa eine neue Incentive-Broschüre herausgegeben, die sowohl die hochqualitative Infrastruktur der Hauptstadt als auch das Spektrum von relevanten Dienstleistungen präsentiert. Die Broschüre enthält aktuelle und wissenswerte Informationen zu einer Vielzahl von Themen wie Transport und Telekommunikation sowie generelle Auskünfte zum Reiseland Portugal.

Madeira: Drei Hotels ausgezeichnet

Drei Hotelanlagen auf Madeira wurden von der Webseite TripAdvisor unter die „Top 100 Best Luxury World“-Liste gewählt. Das Fünf-Sterne-Hotel Quinta da Casa Branca belegte den 36. Platz, auf den Plätzen 97 und 98 landeten das Vier-Sterne-Apartmenthotel Eden Mar und das Fünf-Sterne-Hotel Cliff Bay.

Niki: Kurs auf drei Städte

Niki steuert aktuell von Wien, Salzburg und Linz über Palma nach Faro, Lissabon und Porto. Die Flüge nach Lissabon werden von Niki durchgeführt, die Flüge nach Porto und Faro mit dem Niki-Partner Air Berlin. Wer seinen Flug gebucht hat, kann bis drei Tage vor Abflug via Internet Demel-Spezialitäten bestellen.

Lauda: Faro & Funchal

Im Sommerflugplan der Lauda Air geht es zum kleinen Abstecher oder großen Urlaub nach Faro und Funchal. Funchal wird jeden Montag und Mittwoch ab Wien angesteuert sowie im Vollcharter montags ab Linz und Graz. Am Mittwoch wird zudem ab Wien die Kulturstadt Faro angefliegen.

RIU: Neues ClubHotel an der Algarve

Das ClubHotel RIU Guaraná wird im Juni als drittes Hotel der Gruppe in Portugal an der Algarve eröffnet und vorrangig Familien sowie



Sport- und Aktivurlauber ansprechen. Das neu gebaute Vier-Sterne-Hotel, das seine Gäste mit bewährten „All inclusive by RIU“-Leistungen verwöhnt, liegt gleich neben dem Riu Palace Algarve in Olhos d'Água und umfasst 500 Zimmer, die auf zwei moderne zwei- bzw. sechsstöckige Gebäude verteilt sind. Gelegen ist das Haus an einem spektakulären felsigen Küstenabschnitt, der von 30 Meter hohen Steilklippen geschützt wird. Der Ausrichtung der ClubHotels entsprechend wird den Gästen ein

besonders breites Spektrum von Sport- und Unterhaltungsmöglichkeiten bereitgestellt, flankiert von einer großen gastronomischen Auswahl in drei Restaurants und zwei Bars. Zudem stehen den Gästen zwei Pools mit Hydromassage, ein Kinder-Pool sowie ein geheizter Pool zur Verfügung, ein komplettes Spa mit Sauna und Dampfbad sowie ein Fitness-Studio, eine Diskothek und ein Kinderclub. Für Golf-Fans gibt es einen Neun- und einen 18-Loch-Golfplatz ganz in der Nähe des Hotels.

veranstalter ticker

Von 7. – 15. Juni 2008 bittet **Blaguss** zur „Klassischen Portugal-Rundreise“, die mit Halbpension, Unterbringung in guten Drei-Sterne-Hotels, Flügen, Taxen und Reiseleitung um 999 EUR ausgeschrieben ist.

Vom 17. 4. bis 31. 10. 2008 lädt **Prima Reisen** mit Sky Europe-Flügen zum Lissabon-Arrangement ab 399 EUR ein, bei dem neben dem Flug auch die Nächtigung mit Frühstück im Vier-Sterne-Hotel Mondial inkludiert ist.

Neckermann stellt in Portugal neben einer erweiterten Hotelauswahl sowie Bus- und Mietwagenrundreisen auch Aktiv-Programme vor: Mit dem Wanderpartner Krauland Naturerlebnis geht es etwa zu den Naturlandschaften der Algarve und Madeiras.

Ein **TUI**-Highlight des Sommers 2008 ist der neue Robinson Club Quinta da Ria an der Algarve. Mit zwei nahe gelegenen, gepflegten Greens, einer breiten Sportpalette und einem Spa stehen alle Möglichkeiten zum Genuss- und Aktivurlaub bereit.

Das 1-2-FLY-Sommerprogramm 2008 für Portugal umfasst 18 Hotels, von denen drei „Solino“-Kinderclubs umfassen. Die Häuser an der Algarve stellen ein großes Sport- und Animationsprogramm sowie Kinderbetreuung bereit.

Bei der Vergabe der „Goldenen Palme“ der Reisezeitschrift Geo Saison konnte **Wikinger Reisen** mit einem Trip zu den touristisch kaum erschlossenen Schieferdörfern des Pinhal den zweiten Platz belegen.

Olimar geht mit drei Bus- und zwölf Mietwagen-Rundreisen sowie einem stark erweiterten Hotelformfolio in den Sommer 2008. Neu dabei sind u. a. eine Mietwagenrundreise und Kochkurse im Alentejo.

Zu mehreren Terminen angesetzt ist die beliebte achttägige „Portugal-Rundreise“ von **Kneissl Touristik**, die zum Preis ab 1.190 EUR bekannte Highlights und Geheimtipps wie das faszinierende Alentejo kombiniert.

Aktiv im Alentejo

Die Füße sollen übers Brett hinausragen, die Arme sind bereit den Oberkörper aus der Bauchlage nach oben zu stemmen, aber vorher heißt es kralen. Das rechte Bein hin zum linken Knie, jetzt schwungvoll aufstehen, dabei den linken Fuß noch vor den rechten setzen und die Balance halten.

Beim Trockentraining am Strand klappt das tadellos. In den Fluten des Atlantiks gestaltet sich das Vorhaben etwas schwieriger. Ich stehe zwar am Brett - recht wackelig, aber doch irgendwie. Die Welle, die ich reiten sollte ist allerdings längst an mir vorbeigerollt. Da kommt aber schon die nächste und befördert mich erbarmungslos runter vom Brett. Ich stelle fest, dass neben der Balance auch der Zeitfaktor bei der Umsetzung des Bewegungsablaufes eine entsprechend große Rolle spielt. Gut zwei Stunden kämpfe ich mit den Fluten des Atlantiks, um schließlich für wenige Sekunden die Faszination des Wellenreitens zu begreifen.

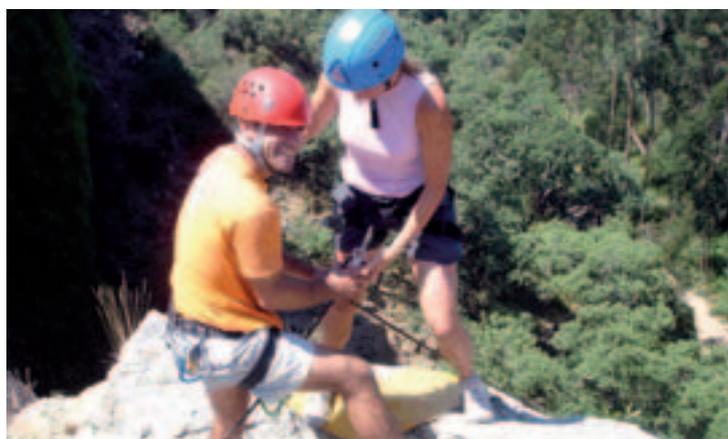
Sportlich unterwegs

Leider unterliegt auch unser Aufenthalt in Portugals verborgenem Urlaubsparadies dem Faktor Zeit. Auf zwei Tage begrenzt, dürfen wir in das umfassende Angebot von Alentejo Adventures reinschnuppern. Neben dem Surfkurs wird uns eine Bootstour mit anschließendem Picknick geboten. Eine Radtour von Cabo Sardao nach Zambujeira führt uns entlang der Steilküste durch die herrliche Natur der Region. Mit Abseiling und dem Zip Wire, wo wir uns wage-

mutig von einem Felsen stürzen wird die sportliche Komponente des Programms abgerundet.

Bestens untergebracht

Bei all der Action sind wir dankbar in unserer Unterkunft Tres Marias einen ruhigen Rückzugsort, in-



Abseiling: Höhenangst kann dieses Abenteuer stark beeinträchtigen

mitten ländlichen Idylls zu haben. Gastlichkeit und Ambiente sind den beiden Besitzern Balz und Cláudia besonders wichtig, was sich in den durchgestylten Gästezimmern wie auch im liebevoll zubereiteten Frühstück niederschlägt. Der Hausherr selbst - halb Portugiese, halb Schweizer - stellt sich gerne an den Herd, um ein viergängiges Abend-



Die Mountainbike Tour von Cabo Sardao nach Zambujeira führt ausschließlich entlang der Küste



essen zu zaubern und umorgt seine Gäste in jeglicher Hinsicht mit uneingeschränkter Hilfsbereitschaft und viel Hingabe. Nach kürzester Zeit fühlt man sich als Familienmitglied und wird sogleich in die Geheimnisse und Besonderheiten der Gegend eingeweiht.

Bestens verköstigt

Auch kulinarisch bietet die Gegend rund um Vila Nova de Milfontes etliche Schmankerln. So werden wir mit lokalen Spezialitäten, wie dem iberischen oder schwarzen Schwein verwöhnt. Fisch und Meeresfrüchte in diversen Varianten, sowie reichlich Wein dürfen mittags und abends nicht fehlen. Von der geräucherten Hauswurst und den lokalen Käsespezialitäten kann ich persönlich gar nicht genug bekommen. Tatsächlich ist es ratsam sich ein entsprechendes Aktivprogramm in dieser Gegend zurechtzulegen, um die zugeführte Energie wieder vernünftig umzusetzen. Gut, dass das Team von Alentejo Adventures sich in unserem Fall darum gekümmert hat und wir ohne „Übergepack“ den Heimflug antreten können. PTM ■



Meeresfrüchte aus dem Atlantik sind eine Spezialität der Region

Das Wichtigste im Überblick

Anreise: Mit NIKI ab Wien, Salzburg und Linz über Palma nach Lissabon, Mehr Infos unter www.flyniki.com

Unterkunft: Inmitten einer weiten Landschaft umgeben von Feldern und Korkeichenwäldern liegt das Gästehaus Tres Marias. Weitere Infos unter: www.casasbrancas.pt

Essen: Lokale Spezialitäten und auserlesene Weine genießt der Gast im Tasca do Celso; ausgezeichnete Fischgerichte werden im A Fateixa serviert und - wie der Name verspricht - bekommt man im Pátio das Pizzas neben Salaten, Pasta und Fleischgerichten auch Pizza.

Farbenfroh, familiär und einladend präsentiert sich Casa da Eira, das von Alentejo Adventures geführte Gästehaus direkt in Vila Nova de Milfontes.

Aktivitäten: Die auf Aktivurlaub und Naturerlebnisse spezialisierte Agentur Alentejo Adventures garantiert abwechslungsreiche Urlaubstage. Mehr Infos unter: www.alentejoadventures.com

Epitom des guten Geschmacks

Schlicht zum Verlieben ist das Stadtzentrum der Modemetropole Mailand, wo in Gehdistanz von nur wenigen Minuten eine Fülle von Attraktionen aufgefädelt liegt: Vom alles dominierenden Dom, der von einer goldenen Madonna überragt wird, bummeln Kulturfreunde die Via Dante hinunter bis zum Castello Sforzesco, das eine der hochkarätigsten Gemäldesammlungen des Landes beherbergt. Shoppingfans kommen in den todschicken Geschäften in den Gassen rings um den „Duomo“ ebenso auf ihre Kosten wie Flaneure, die das Flair einer traditionsreichen, zugleich topmodernen bis avantgardistischen italienischen Metropole genießen. Ob man nun den historischen Fassaden oder den Schaufenstern mehr Augemerkschenkt oder sich von den eleganten Mailänderinnen die neuesten Trends im Styling abguckt – der gewinnbringende Bummel endet jedenfalls in einem der einladenden Cafés und Restaurants, in denen ebenfalls die typisch mailändische Mischung von Gediegenheit und Raffinesse gepflegt wird.

● | sights to see

Der **Mailänder Dom**, ein Paradebeispiel spätgotischer Baukunst mit zahllosen Türmen, Statuen, Säulen und Strebebögen, besticht mit seiner in zartrosa Candoglia-Marmor gestalteten Fassade aus dem 17. Jahrhundert, seinem prachtvollen Bronzealtar und den leuchtenden Farben seiner Apsisfenster.

Vom Reißbrett Leonardo da Vincis stammt die Befestigung des **Castello Sforzesco**, das in der Mitte des 15. Jahrhunderts erbaut wurde und heute hochkarätige Gemäldesammlungen zeigt, darunter Michelangelos Pietà Rondanini und Werke von Bellini, Tiepolo und Van Dyck.

Auf dem Gelände des 47 Hektar großen **Parco Sempione** finden sich kunstvoll komponierte Gärten ebenso wie historische Gebäude und Denkmäler, darunter der Triumphbogen Arco della Pace, sowie das erst jüngst eröffnete **Triennale Design Museum**.

● | dining out

Einfache, aber exzellent zubereitete Gerichte begleiten in der **Viola Vineria**, Via Pavia 2, Tel.: 02 89 42 15 29, eine Auswahl von 250 italienischen Weinen.

Drei Michelinsterne machen das in Nähe des Doms gelegene Restaurant **Cracco**, Via Victor Hugo 4, Tel.: 02 87 67 74, zur nicht gerade billigen, aber für Gourmets allemal empfehlenswerten Adresse.

Wesentlich weniger kostet ein wohlschmeckendes Dinner im **L'Incoronata**, Corso Garibaldi 127, Tel.: 02 65 70 651, das in gemütlichem Ambiente landestypische Menüs serviert.



Im mittleren Preissegment angesiedelt ist das Restaurant **Utz Food & Motion**, Via Solferino 48, Tel.: 02 6 55 11 80, das köstliche Pasta und Pizza kredenzt und sommers zum Kerzenlichtdinner im Garten einlädt.

● | going out

Eines der exklusivsten Lokale der Stadt ist das **Roialto**, 55 Via Piero della Francesca, wo man das Abendprogramm bei Aperitifs in hipper Gesellschaft startet.

Tagsüber stöbert man in den Shops des **10 Corso Como** nach schicken Dressen und neuesten Büchern, abends relaxt man in der Bar und bei schönem Wetter im lichter geschmückten Innenhof.

In der traditionsreichen **Enoteca Cotti**, Via Solferino 42, wartet eine gigantische Auswahl an edlen Weinen und Spirituosen auf ihre Verkostung.

Das **Blanco Cafe**, Via Milano 25/d, ist eine hervorragende Adresse, um Live-Musik unterschiedlicher Richtungen zu hören und zu Latino-Klängen zu tanzen.

● | shopping

Auf dem **Corso Buenos Aires** und dem **Corso Vittorio Emanuele** ist das Einkaufsvergnügen in Shops wie H&M und Zara auch für kleinere Budgets erschwinglich.

Schicke, aber nicht ruinös teure Adressen finden sich auf dem **Corso Vercelli**; zu vernünftigen Preisen kauft man auch im **La Rinascente** am Corso Vittoria Manuele ein.

Wer größere Sprünge ins Auge fasst, findet auf der **Via Montenapoleone** und der **Via della Spiga** prestigereiche Marken wie Dolce & Gabbana, Moschino, Versace und Prada sowie Design-Schmuck von Damiani, Bulgari etc.

● | Dertour: Elegante Residenz

Nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof entfernt in der Mitte der Einkaufsstraße Corso Buenos Aires liegt das Vier-Sterne-Best Western-Hotel Felice Casati. Bei Buchung bis 30 Tage vor Anreise wird den Gästen ein Frühbucherbonus von zehn Prozent eingeräumt. Zu buchen ist eine Nächtigung mit Frühstück im Doppelzimmer ab 47 EUR pro Person.



WENN SIE
LEONARDO NUR
VON DER TITANIC
KENNEN.

MAILAND
AB 29 €

All inclusive. Preise one way ab Wien, von Verfügbarkeit abhängig.



SKYEUROPE

Mit Hahn Air nahtloser GDS-Zugang

SkyEurope Airlines wird durch eine Kooperation mit Hahn Air der erste von „New Skies“ von Navitaire unterstützte Low Cost Carrier mit IATA-konformem E-Ticketing auf ihren über 70 Flugstrecken in 100 Ländern weltweit. Durch die Kooperation mit Hahn Air ist SkyEurope wie ein Netzwerkcarrier in GDS buchbar.

Die Low Cost Fluglinie erreichte den nahtlosen GDS-Zugang über die e-alliance® von Hahn Air nicht nur für Reservierungen, sondern jetzt auch für E-Ticketing, einschließlich der Option für Interline E-Ticketing (IET). Nach fast 18-monatiger Zusammenarbeit mit seinem E-Ticket-Provider Hahn Air kann SkyEurope Tickets von über 60.000 IATA-Reisebüros bei normaler E-Ticket-Abwicklung mit dem HR 169-Dokument (Dokument, das in fast allen DCS-Systemen verwendet werden kann) verkaufen. „Fast zwei Drittel unseres weltweiten Verkaufs über das BSP-Dokument sind noch Barverkäufe, d.h. Einnahmen kommen nicht über Kreditkarten“, erklärt Hans Nolte, CEO von Hahn Air. Die GDS-Teilnahme von Low Cost Carriern sei in den letzten zwei Jahren ganz normal geworden. Allerdings hätten die meisten der weltweit führenden LCC von der wirklichen Stärke der GDS-Anbieter nicht profitieren können. Mangels technischer Verknüpfung zwischen den von den LCC oft verwendeten Inventory Solutions von Navitaire und den führen-

den Electronic Ticket Servers sollten Billigfluglinien so genannte „Ticketless“-Verkaufsprozesse im GDS verwenden, mit Kreditkarten als einzig zulässiger Zahlungsform. „Sie hatten nicht die Möglichkeit des vollen, IATA-konformen BSP E-Ticketing. Nun, da diese Lücke geschlossen ist, erhalten Billigfluglinien Zugang zur letzten Hochburg der traditionellen Carrier: dem globalen Netzwerk der IATA BSPs mit seinen tausenden Geschäftsreiseagenturen.“ Gleichzeitig könne Interline E-Ticketing (IET) nicht nur als Verknüpfung von LCC und traditionellen Airlines sondern auch für Kooperationen zwischen zwei oder mehr Low Cost Carriern eingesetzt werden. Der Low Cost Carrier kann sich nun noch mehr dem klassischen Fluggastmarkt, der den Angaben der Airlines zufolge zu 80% im Reisebüro gebucht wird, öffnen und ist nicht nur von Kreditkartenzahlungen abhängig. Wie Steven Greenway, COO von SkyEurope Airlines, meint, führe der Start der e-alliance® Lösung von Hahn Air in Partnerschaft mit SkyEurope zu einer starken Steigerung der Ver-



• SkyEurope fliegt mit Hahn Air im Team: ganz wie die Großen

kaufs- und Vertriebskapazität und Marktdurchdringung. „Zum ersten Mal haben Reiseveranstalter und Reisebüros, sowohl für Geschäfts- als auch für Urlaubsreisen, Zugang zu Echtzeitpreisbildung und -inventur bei SkyEurope-Flügen, zusammen mit den Vorteilen des IATA-konformen BSP E-Ticketing.“ Die gesamte Lösung sei dabei zur Gänze an Hahn Air ausgelagert worden und verkompliziere daher nicht den SkyEurope Ansatz einer kostengünstigen Airline, wie es heißt.

Unbegrenzter Zugang

Hahn Air ist eine deutsche Fluglinie, deren Hauptgeschäft darauf basiert, Airlines den Zugang zu dem weltweiten Vertriebskanal GDS/IATA BSP zu ermöglichen. Durch Abschluss eines Vertrages mit Hahn Air können die Fluggesellschaften Tickets unter ihren eigenen Flugnummern verkaufen, ohne dass ihnen dabei Kosten für GDS, BSP, Kreditkartenvorgänge oder Fare Filing entstehen, einzig behält sich Hahn Air Provisionen ein. Es können verschiedene Modelle mit Hahn Air abgeschlossen werden. HR/169 E-Tickets können in je-

dem GDS unter Verwendung jeder Zahlungsform ausgestellt und in fast jedem DCS verarbeitet werden und bieten praktisch unbegrenzt E-Interlining. Für kleinere Airlines ist es oft zu teuer, vollständiges BSP-Mitglied zu werden. Hahn Air stellt den Fluglinien ihren Ticketstock zur Verfügung. Die Fluglinie kann unter ihrer eigenen Flugnummer Tickets ausstellen, Hahn Air macht die BSP-Abrechnungen und übernimmt auch die GDS Kosten.

Kleines Glossar

- DCS: Departure Control Services
- IET: Interline E-Ticketing
- BSP: Billing Settlement Plan - System zur Ticket-Abwicklung. Die zugelassenen Verkaufsgagenten der IATA drucken die Flugscheine auf Blankscheine, welche sie vom BSP zur Verfügung gestellt bekommen. Die Verkaufsdaten werden durch das jeweilige CRS/GDS direkt an den BSP weitergeleitet, der wiederum sämtliche Verkäufe an die Airlines meldet.
- IATA: International Air Transport Association
- HR: 2-Letter Code von Hahn Air
- NE: 2-Letter Code von SkyEurope

Transhotel: neue Hotels in Spanien

In den ersten drei Monaten dieses Jahres nahm Transhotel Global Travel Services Provider insgesamt 260 neue Hotels aus Spanien in seine Online-Reservierungsplattform TOR System® (www.transhotel.com) auf. 71 dieser Hotels befinden sich auf den Balearischen Inseln. 13 der neuen Unterkünfte sind Fünf-Sterne-Hotels und 83 sind Vier-Sterne- bzw. Vier-Sterne-Hotels der Superior-Kategorie. Bei den neu aufgenommenen Hotels handelt es sich sowohl um Stadt- als auch um Ferienhotels. Darunter befinden sich mehrere Hotels der Hotelketten Starwood, Intercontinental, Hospes, Room Mate,

Barceló, NH, Vincci, Ayre, Mac, Grupo Foxá, Interrías-Fisterra und „Ola y Marina“.

TravelSumo: neue Funktionalitäten für Profis

Die Plattform TravelSumo baut ihr Netzwerk durch neue Funktionalitäten und ein Empfehlungssystem aus. Reisebüros zum Beispiel können ihr Produkt aktiv durch eigene Reisetipps bewerben. Ihr Tipp erscheint mit dem Gütesiegel „Reisebüro geprüft“ in der Vorschlagsliste und ist mit ihrer Visitenkarte versehen. Möglich ist auch ein Online-Auftritt mit einem „Sumo it“-Button versehen, so dass zufriedene Kunden des Anbieters mit einem Click auf Travel Sumo posten.

Organisieren Sie jetzt die komplette Reise Ihres Kunden!

Wie helfen Ihnen Kunden bereits das Hotel zu buchen. Warum können Sie es nicht auch über weitere Reise-Dienstleistungen?

Transhotel ermöglicht Ihnen zusätzlich zu Hotelreservierungen, jetzt auch vom Kunden gewünschte Dienstleistungen, wie Transfer, Ausflüge und Besichtigungen am Reiseort zu buchen.

Probieren Sie von einer neuen Generation touristischer Dienstleistungen, bevor es andere tun. Erweitern Sie Ihren Kundenservice und bieten Sie unsere gesamte Produktpalette an.

transHotel
GLOBAL TRAVEL SERVICES PROVIDER

www.transhotel.com

TRANSHOTEL ÖSTERREICH | WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN VIENNA
TEL. 01 476 46 200 | EMAIL: office@transhotel.com



WILLKOMMEN! IN UNSEREM TEAM

Sie sind ein kompetenter und qualitätsbewusster Reisespezialist, der seine Fähigkeiten nutzen und in unserer Geschäftskundensparte erfolgreich unsere Kunden betreuen möchte? Für unser **Business Travel Center** in **GRAZ** suchen wir ab sofort eine

IATA-FACHKRAFT (M/W)

Ihre Aufgaben:

- Flugreservierungen und Ticketing sowie Refunds
- Hotel- und Mietwagenbuchungen
- Mündliche und schriftliche Angebotserstellung
- Sachbearbeitertätigkeiten im BTC-Bereich

Ihr Profil:

- sehr gute IATA-Kenntnisse sowie einschlägige Branchenerfahrung von Vorteil
- Verkaufskompetenz & Stressresistenz
- Teamfähigkeit, Begeisterung & Engagement

Wir bieten Ihnen einen modernst ausgestatteten, sicheren Arbeitsplatz und attraktive Incentivemöglichkeiten.

BUSINESS TRAVEL CENTER GRAZ
Fr. Gertrud Jud (Leiterin), Eggenberger Allee 49/2, 8020 Graz
Tel.: 0316/583 590-23 • E-Mail: g.jud@ruefa.at • www.ruefa.at



Andreas Neumann



Claudia Beermann



Wolfgang Lackner

Andreas Neumann,

seit August 2006 als Leiter Category Manager Fernreisen bei TUI Deutschland GmbH für die Marken TUI, Airtours und 1-2-Fly verantwortlich, verlässt das Unternehmen auf eigenen Wunsch und in bestem Einvernehmen. Seine Aufgaben werde er bis Juni wahrnehmen, um sich dann einer neuen beruflichen Herausforderung zu stellen, wie es in einer TUI-Mitteilung heißt. Neumann war vor seiner Rückkehr zur TUI als Bereichsleiter Fernreisen bei den Reiseveranstaltermarken Der-tour und ADAC Reisen tätig.

penreporting. Sie ergänzt damit den aus Erich Falkensteiner (CEO) und Otmar Michaeler (CEO) bestehenden Vorstand der Holding, unter deren Dach auch die Falkensteiner Hotels & Residences, Michaeler & Partner, REDS und andere touristische Beratungs- und Entwicklungsfirmen agieren. Beermann ist deutsche Staatsbürgerin und war bis 2007 Vorstand der Frauenthal Holding AG, Wien. Dort hatte sie auch die Position der CFO inne; verantwortlich für Finanzen, Controlling, Konzernreporting u.a.m.

Claudia Beermann

hat mit 1. April 2008 bei Falkensteiner Michaeler Tourism Group die neu geschaffene Position des Chief Financial Officers (CFO) übernommen. Ihr Aufgabenbereich umfasst Finanzen, Controlling und Grup-

Wolfgang Lackner

Norbert Reiter wird sein Vorstandsmandat per 30. Juni 2008 innerhalb der Europäischen Reiseversicherung zurücklegen. Sein Mandat wird Wolfgang Lackner, Vorstand der SK Versicherung Aktiengesellschaft, ab 1. Juli übernehmen.

„Ihre Fähigkeiten möchten wir haben!“

SIE SUCHEN EINE NEUE BERUFLICHE HERAUSFORDERUNG? WIR SUCHEN NEUE VERSICHERUNGSBERATER/INNEN!!

Konkret im Raum Wien:

Lehrlinge und VertriebsmitarbeiterInnen.
Wir bieten sehr gute Karrierechancen!

Anforderungen:

- Kommunikativ
- Gutes Auftreten
- Erfolgsorientiert

Möglichkeiten:

- Gute Verdienstmöglichkeit
- Aufstiegsmöglichkeiten
- Arbeiten beim Marktführer in Zentral- und Osteuropa

Übrigens, das gilt auch für Muttis nach der Babypause wenn sie wieder in einen Beruf einsteigen wollen.

Bei Interesse:

Schicken Sie mir gleich Bewerbungsunterlagen (am besten vorweg per Mail) an: Verkaufsdirektion Wien West, z.H. Herr ALEXANDER ZIEDLICKY
Thaliast. 44, 1160 Wien
Tel.: 050350-51120, e-mail: a.ziedlicky@staedtsche.co.at



Be our Leisure Sales Executive!

“We fly for your smile” - so lautet das Motto der Austrian Airlines Group. Top-Qualität und Pünktlichkeit, ein exzellentes Preis-/ Leistungsverhältnis, ein dichtes Netz an Flugverbindungen und der bewährte österreichische Touch sind nur einige der Merkmale, mit denen wir uns erfolgreich vom Wettbewerb abheben.

Wir suchen eine engagierte, kompetente und dynamische Persönlichkeit, die uns als Leisure Sales Executive verstärkt. In dieser Position sind Sie für die aktive Betreuung unserer Kunden aus dem Bereich Leisure Sales zuständig. Zusätzlich zählen Neukundenakquisition, zielgruppenspezifische Vertriebskooperationen sowie die aktive Mitgestaltung und Umsetzung der Verkaufsschwerpunkte im Bereich Leisure Sales zu Ihren Aufgabengebieten.

Sie sind unser/e Kandidat/in, wenn Sie:

- > Erfahrung aus der Tourismus- bzw. Reiseveranstalterbranche mitbringen
- > Kundenkontakt und Verkauf zu Ihren Leidenschaften zählen
- > begeistert auf Erfolge in Ihrer Verkaufstätigkeit zurückblicken können
- > neben selbstsicherem Auftreten auch das entscheidende Fingerspitzengefühl für unsere Kunden mitbringen
- > hohe Belastbarkeit und Einsatzbereitschaft mitbringen
- > Freude am selbstständigen und lösungsorientierten Arbeiten haben
- > gerne in einem Team arbeiten und
- > Sie einen Führerschein sowie ein Auto besitzen

Ready for take off?

Ja? Dann bewerben Sie sich auf unserer Homepage unter www.austrian.co.at unter Jobs & Karriere.

impresum

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 | **Chef vom Dienst:** Verena Kosnar | **Redaktion:** Mag. Christiane Reitshammer, Susanna Hagen, Dr. Maria Hohenau, Dieter Putz, Verena Kosnar, Eva Stummer, Petra Telebo-Mörth, Christian Pöchhacker, Franz Paul, Martha Steszl, Mag. Maria Schoiswohl, Maria Ramsauer, Janin Nachtweh, Richard Röder, Horst Schaller, Ilse Steipe, Dr. Hans-Jürgen Schindler, Margret Cepic, Nasch & Katz | **Redaktionsassistentin:** Maria Drake | **Korrespondenten:** Dr. Ortried Leeb, Günter Jaunig, Graz | **Geschf. Gesellschafterin:** Mag. Elo Resch-Pilcik | **Cartoons:** Murlasits | **Layout:** Michael Demetler | **Druck:** Druckerei Bösmüller, Wien-Stockerau
Versand: Schwölberger, Wolkersdorf | tip erscheint wöchentl. (50x/Jahr) ausschl. im Abonnement
Internet: <http://www.profireisen.at> | **e-mail:** news@profireisen.at, office@profireisen.at

Europäisches Reiserechtsforum erstmals in Wien

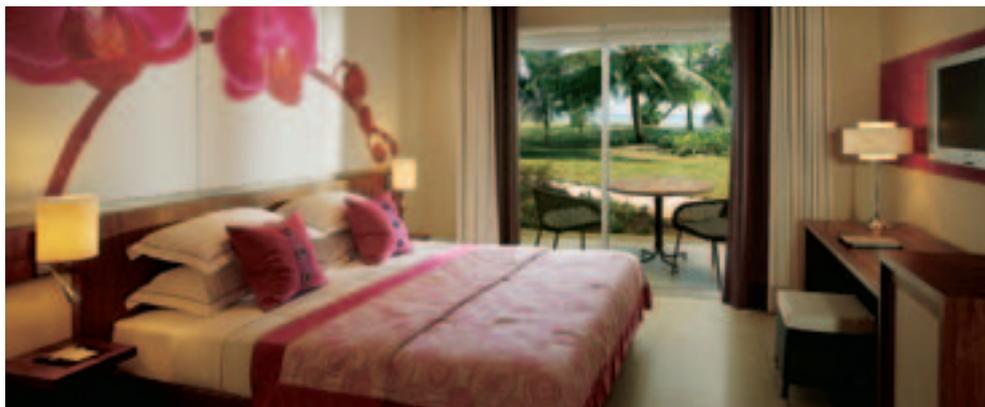
Themen wie Pauschalreiserrichtlinie, Fluggäste-VO, Überkreuzbuchungen, Fragen zu Haftung, Informationspflichten, Schadenersatzansprüchen und vielem mehr sollen am 3. und 4. Juli 2008 erstmalig an der WU im Rahmen des Europäischen Reiserechtsforums in Wien thematisiert werden. Ziel des Forums ist es, alle Beteiligten der Tourismus- und Reisepolitik zusammenzubringen und die faktischen Auswirkungen und Probleme der EU-Regelungen sowohl aus Sicht der Anbieter touristischer Dienstleistungen als auch der Nachfrager zu diskutieren. Die Veranstaltung richtet sich an Praktiker der Tourismusbranche, an Wissenschaftler und Interessierte. Hochkarätige Vortragende und Diskutanten aus ganz Europa konnten für die Veranstaltung gewonnen werden. Das aktuelle Programm ist unter www.reiserechtsforum.eu zu finden. Das Europäische Reiserechtsforum wird vom Europäisches Reiserechtsforum, dem Institut für Tourismus und Freizeitwirtschaft (ITF) und der Österreichischen Gesellschaft für Angewandte Forschung in der

Tourismus- und Freizeitwirtschaft (ÖGAF) organisiert und findet am 3. und 4. Juli 2008 an der Wirtschaftsuniversität Wien statt. Die Anmeldung ist ab sofort möglich.

Europäische: RB-Stammtisch in Neudörfel

Am 6. Mai 2008 veranstaltet die Europäische Reiseversicherung den 30. Niederösterreichischen Reisebüro-Stammtisch in Neudörfel bei Wiener Neustadt. Reisebüro-Agents sowie Mitarbeiter aller anderen Touristik-Bereiche sind herzlich eingeladen, ab 18 Uhr im Heurigen-Restaurant Knotzer ungezwungen mit folgenden Leistungsträgern zu plaudern: Susi Pfeiffenstein / AUA, Claudia Staindel / Der-tour, Helga Schmidt / Jahn Reisen, Anke Bernhart / Rail Tours, Klaus Wimmer / Splashline (Summersplash & Henry Village), Andreas Stanek oder Markus Illmeier / Taipan, Violeta Bubic / Transhotel und Andreas Humpolec / Europäische Reiseversicherung. Anmeldung an andreas.humpolec@europaeische.at mit Betreff „Stammtisch Neudörfel“

tiphits



● Tolle Peps noch bis Ende November im Naiade Resort Tamassa

Naiade Resorts: Special für Agents

Noch bis 30. 9. 08 wird im Vier-Sterne-Resort Tamassa auf Mauritius für Reisebüro-mitarbeiter ein Sondertarif von 70 EUR einschließlich All Inclusive-Verpflegung anstelle von Halbpension eingeräumt. Zu buchen ist das Schnäppchen über Lawson, More Pep, PepXpress und Sun Promotions.

PEPs von Beachcomber

Das ganze Jahr hindurch stellen die Beachcomber-Häuser für Airliner und Beschäftigte der Reisebranche nach Saison gestaffelte Sondertarife bereit. Im Oktober 2008 gibt es für Mitarbeiter von Reisebüros und -veranstaltern eine Nächtigung im Trou aux Biches einschließlich Vollpension ab 82 EUR. Infos unter Email: info@beachcomber.de.

alltours: Mallorca-Tour für Agents

„Let's join together together!“ heißt das Motto der Agenttour, die alltours von 30. Mai bis

1. Juni 08 offeriert. Der deutsche Veranstalter möchte sich für die gute Saison und Zusammenarbeit im laufenden Geschäftsjahr bedanken und bietet daher eine exklusives Wochenendreise mit Hotelbesichtigungen und Unterhaltungsprogramm auf Mallorca an. Abflüge sind ab Wien, Linz, Salzburg und München möglich. Kostenbeitrag: 50 EUR pro Person. Die Plätze sind begrenzt, rasche Anmeldung per E-Mail an: schulung@alltours.at (Name & Agenturnummer & bevorzugter Abflughafen).

PEPs für Almond

Neue PEPs für die 4-Sterne Almond AI Resorts auf St. Lucia und Barbados sind ab sofort buchbar und im Zeitraum 1. Mai bis 20. Dezember 2008 gültig. Eine Übernachtung im Doppelzimmer kostet p. P. ab 85 USD all inclusive. Buchbar ist das Angebot über alle renommierten PEP Anbieter oder direkt über Almond Beach Marketing, Tel. +49/211-940273, Fax: +49/211-4089301, Email: marketingeurope@almondresorts.com.



GEO Reisen expandiert – Bereit für eine neue Herausforderung?

Touristik Mitarbeiter/innen - Dienstort Salzburg, Linz & Innsbruck

Wir suchen Mitarbeiter/innen mit mindestens zweijähriger Erfahrung im Reisebüro. Sie sollten den direkten Umgang mit Kunden gewöhnt sein und Spaß an der Arbeit in der Reisebranche haben. Wenn Sie gerne in einem familiären Team arbeiten möchten und über einschlägige EDV-Kenntnisse, Flexibilität, gutes Allgemeinwissen, Engagement und Teamfähigkeit verfügen, dann zögern Sie nicht uns Ihre Bewerbung zukommen zu lassen.

Austrian Cruise Center - Dienstort Linz

Kreuzfahrten haben Sie immer schon fasziniert, Sie möchten diese aber nicht mehr aktiv am Front Desk verkaufen? Wir haben die passende Alternative für Sie. Das MS Office Paket (EDV), Englisch in Wort und Schrift sowie Zuverlässigkeit, gutes Allgemeinwissen, Höflichkeit und Freundlichkeit im Umgang mit Kunden und Mitarbeitern sind Ihnen nicht fremd, dann lassen Sie uns doch Ihre Bewerbung zukommen. Ihr Aufgabenbereich: Administration, Verwaltung von Kontingenten, Korrespondenz mit Partnern sowie die Zusammenstellung, Ausarbeitung und Begleitung von Kreuzfahrten.

Projektmanager/in Studien- und Erlebnisreisen - Dienstort Salzburg

Als optimale Besetzung für diese Position verfügen Sie bereits über Berufserfahrung im Gruppenreisen- bzw. Veranstalterbereich. Gute EDV-Kenntnisse, Englisch in Wort und Schrift sowie Kreativität und Selbstständigkeit zählen zu Ihren Fähigkeiten. Umfangreiche Destinationskenntnisse, Teamfähigkeit, Belastbarkeit und Verlässlichkeit runden ihr Profil ab. In Ihren Verantwortungsbereich fällt u.a.: Anfrage, Ausarbeitung, Kalkulation und Abwicklung von Gruppenreisen, Erstellung von Detailprogrammen, Katalogproduktion sowie etwaige Reklamationsbearbeitung.

Projektmanager/in für die GEO Spezialabteilung [GEO-Events] in Salzburg

mit fundierter Praxis gesucht. Wenn Eigeninitiative, Teamfähigkeit, Belastbarkeit, Verlässlichkeit, selbstständiges Arbeiten zu Ihren Eigenschaften zählen und Sie darüber hinaus bereit sind Verantwortung zu übernehmen und kundenorientiert und serviceorientiert arbeiten wollen, sollten wir uns rasch kennen lernen. Anforderungen: gute EDV-Kenntnisse, gutes Englisch in Wort und Schrift, Kreativität und Eigeninitiative

Bitte senden Sie Ihre detaillierten Bewerbungen an:

Touristik Mitarbeiter/innen & Austrian Cruise Center:
z. H. Herr Markus Bürger, Klosterstraße 4, 4010 Linz,
Mail: markus.buegger@geo.at, Tel: 0732/7625-127

Projektmanager/in Studien- und Erlebnisreisen:
z. H. Frau Monika Scheiber, Alpenstraße 48, 5020 Salzburg,
Mail: monika.scheiber@geo.at, Tel: 0662/63911-381

Projektmanager/in GEO-Events:
z. H. Frau Susanne Kroll, Alpenstraße 48, 5020 Salzburg,
Mail: susanne.kroll@geo.at, Tel: 0662/63911-372



● Sabine Katherl

Die Namen kennt man, auch die Stimme und vielleicht ein Foto. Aber welcher Mensch steckt dahinter?

In dieser Woche erlaubt **Sabine Katherl, Produktleitung „Tropic“ bei RUEFA Reisen**, Einblick in ihr Privates.

Wie sind Sie zur Reisebranche gekommen?

Kommend vom Schlosshotel Fuschl im Tostmann-Dirndl, wo ich ein Vorstellungsgespräch für ein Feriapraktikum hatte, ging ich durch die Rainerstraße in Salzburg. Vor dem RUEFA-Büro meinte mein Freund: „Schau, a Reisbüro – da könntest auch fragen...“ Ich hab's gemacht und bin seit 1985 dabei

Was fasziniert und erfreut Sie am meisten in der Branche?

Fremde Länder und Kulturen, Geschichte, Abwechslung, meine Kollegen

Was ärgert Sie in Ihrem Beruf?

Generell Arroganz und Ignoranz; Flugplätze in der Business Class für Weihnachten!!!

Wohin ging Ihre bisher schönste Reise?

Seychellen, Mayotte, Réunion, Venezuela, Bali und Mauritius - immer wieder!

Sie fahren auf Urlaub – welche drei Dinge haben Sie immer dabei?

Buch, Handcreme und ausreichend Schuhe

Was machen Sie in Ihrer Freizeit?

Ausgehen mit Freunden; gerne aber zu wenig: Theater und Sport, mein kleines Haus mit Garten am Attersee aufsuchen, Stadtspaziergänge und Wanderungen

Ob Schokolade, Ungeduld oder schnulzige TV-Serien – jeder Mensch hat eine kleine Schwäche. Was ist Ihre?

„Käfigret“ und Schaumrolle mit Schokolade drauf; „Grey's Anatomy“ und „Malcolm mittendrin“; das Büro nie verlassen, bevor alle Kastentüren geschlossen sind

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen bzw. welchen Film haben Sie zuletzt gesehen?

Daniel Glattauer: „Gut gegen Nordwind“
„Loriot - Papa ante portas“ - auch immer wieder

Welche Musik hören Sie?

Mockey, Shantel, Gotan Project

Wer ist Ihr ganz persönlicher Star?

Meine Mutter

Wofür würden Sie Ihr letztes Geld ausgeben?

Für eine neue Waschmaschine

Zur Person:

Geb. in Lenzing/OÖ, 42 Jahre, Löwe. Tochter Kathi, 12 Jahre.
Lebenslauf: HAK Vöcklabruck, 1 Jahr Uni Salzburg/Spanisch, Kongressmanagement und Fremdenverkehrswerbung; RUEFA Incoming Salzburg und Wien, Fernstudienreisen, Orient, Vorstandssekretariat, seit 1998 RUEFA Tropic



Teneriffa „at it's Best“ mit Gulet

Gulet Touristik hat sich vom 28. März bis 4. April gemeinsam mit 18 österreichischen Agents auf die Reise nach Teneriffa begeben: Die Kanareninsel „at it's Best“ stand am Programm der Reiseakademie. Hinzu kamen zahlreiche Hotelbesichtigungen, die die Bandbreite des Hotelangebotes - von RIU, Iberostar, H10 und vielen mehr - auf der Vulkaninsel eindrücklich zur Schau stellten. Gewohnt haben die Agents im Süden der Insel, in der Nähe der berühmten Strandbereiche Las Americas und Los Christianos. Ab Wien reisten Gabriele Peterlin und Venera Inmann / ÖBV, Judith Leu /

Judith's Reise Erlebnis Welt, Angeliqve Novotny / Verkehrsbüro Ruefa Reisen, Birgit Braun / Schenker, Katherine Suchodolska / Restplatzbörse, Mariella Plass / STA Travel und Silvia Dorkova / TUI RC Slovensko Avion an. Friederike Hirr / Telewings Reisen, Eva Rexeis / Meerblick Reisen, Theresa Hitzenhammer / Gruber Reisen, Doris Thaller / Springer Reisen, Alenka Samperl / ÖVB stießen aus Graz zum Trupp. Aus Linz kamen Renate Pallinger / P&K Reiseservice, Elke Lengauer / Mit Reisen, Katharina Kandlbinder / Sabtours, Karin Prinz / Pils Touristik sowie Nadine Hamberger / ÖBV



Bentour Sommer 2008

Im Rahmen von Workshops stellte Bentour an drei Vormittagen im April sein Programm für den Sommer 2008 vor. Im Vordergrund standen die Destinationen Türkei

und Griechenland. Gerne nahmen die Agents die Einladung in die Zentrale des Veranstalters an und verfolgten interessiert die rund dreistündigen Präsentationen.



● Interessiert verfolgten die Agents die Präsentation zum Sommerprogramm von Bentour

Auszeichnung für TUI ReiseCenter Mitarbeiter

Insgesamt 17 langjährige MitarbeiterInnen der TUI ReiseCenter wurden kürzlich von der Wirtschaftskammer Österreich in Salzburg für ihre Verdienste rund um das Unternehmen TUI sowie für

die heimische Wirtschaft geehrt. Im Rahmen einer offiziellen Feier wurden ihnen Anerkennungsurkunden und Verdienstmedaillen der Wirtschaftskammer Österreich überreicht.



Von links stehend: Erik Grötzmaier, Josef Meilinger, Martha Lindinger, Mag. Norbert Johnne, Karin Gassner, Johanna Wintersteller, Dr. Josef Peterleithner, Norbert Auer, Eva Kert, Anita King, KR Edward Gordon, Manfred Matzinger, KR Helmut Mayr. Von links sitzend: Mag. Nina Rauchenschwandtner, Carolina Dürhager. (Nicht im Bild: Stadlbauer-Stempf, Barbara Schwarzenbacher, Sandra Altenburger, Dagmar Sapciyan und Christine Woydt)

alltours: Mallorca Workshop

Zahlreiche interessierte Countermitarbeiter und Branchenprofis folgten der Einladung von alltours zu informativen Mallorca Workshops in Wien, Linz und Salzburg. Im Mittelpunkt des Vortrags von Erwin Huber, Verkaufsleiter all-

tours Österreich, standen Informationen rund um die beliebte Baleareninsel wie „Welche Ausflugsmöglichkeiten gibt es, wie sieht das Flugangebot aus und welche Hotels eignen sich für welche Zielgruppe?“.



Alles rund um Mallorca erfuhren zahlreiche Agents bei den alltours Workshops in Wien, Linz und Salzburg

Österliche Genüsse von Qatar Airways

Zu einem vollkommenen Osterfest gehört der klassische Schochase – daher überraschte Qatar Airways Reisebüromitarbeiter und Veranstalter mit einem österreichischen Präsent. Die Mitarbeiter der Luxus-Airline besuchten

ihre Geschäftspartner im Büro und brachten Ihnen edle Schokoladen-Osterhasen, die exklusiv für Qatar Airways hergestellt wurden. Diese besondere Geste ist Teil einer genussvollen Sales Blitz-Aktion.



Manfred Felbinger (4.v.l.) und sein Team von Inter Travel freuen sich über den österreichischen Besuch von Andrea Bauer, Qatar Airways Wien (1.v.l.)

Belgische Köstlichkeiten für österreichische Veranstalter

13 österreichische Reiseveranstalter folgten der Einladung der Tourismuswerbung Flandern-Brüssel Ende Februar zum alle 2 Jahre stattfindenden Destinationsworkshop FBTF nach Antwerpen. Gelegenheit gab es, die köstliche belgische

Küche und gutes Bier zu verkosten. Nach einer Stippvisite in Antwerpen, einem Schlemmer-Lunch in der Museumsbrasserie in Brüssel und einem gemütlichen Bummel durch die Brüsseler Innenstadt ließ es wieder Abschied nehmen.



v.l.n.r.: obere Reihe: Führerin der Bierbrauerei, Maria Mader / Mader Reisen, Elisabeth Kemetzhofner / Ifsec, Dr. Johannes Maier / Dr. Maier's Studienreisen, Andreas Mathis / Locker Tours, Christa Aichinger / Weiermair, Irmgard Busam / Busam Reisen, Rainer Edtbrustner / Edtbrustner Reisen, Karin Schwarz / Verkehrsbüro Reisen, Anita Abfalterer / Reisedienst Feldkirchen Pilgerreisen, Simone Manzl / Eurotours; v.l.n.r.: untere Reihe: Alexandra Raab-Frostl und Liesbet Vandebroek / Tourismuswerbung Flandern-Brüssel, Elisabeth Huemer / Terra Reisen, Alexandra Zigmund / Rail Tours Austria, Sabrina Wiesinger / Sabtours



photo: © gettyimages.com

**Wir bringen
Sie ins Bett!**



Gehen Sie auf's Ganze! Wir machen Ihre Kunden glücklich - in 225.000 Hotels weltweit mit zwei starken Partnern - TraviAustria und HRS (Hotel Reservation Service).