

# TRVL COUNTER *Digital*

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

# DANKE



## GETRAGEN VON HERZBLUT

20 Jahre TLT Urlaubsreisen: Die Jubiläumstagung an Bord der Mein Schiff 7 wird zur emotionalen Standortbestimmung einer starken Gemeinschaft im mobilen Reisevertrieb.

### Young Community

Die QTA will beim nächsten Reisesommer unter anderem den touristischen Nachwuchs in den Mittelpunkt der Tagung stellen. **SEITE 7**

### Staatssekretär für Tourismus

ASR und DTV fordern von der neuen Bundesregierung die Ernennung eines Staatssekretärs.



Jean-Marc Göttert  
Chefredakteur

## Moin aus Kopenhagen!

TLT Urlaubsreisen feierte sein 20-jähriges Bestehen mit der größten Jahrestagung der Unternehmensgeschichte.

**R**und 330 mobile Reiseprofis reisten gemeinsam mit Familienmitgliedern an Bord der Mein Schiff 7 von Hamburg über Oslo nach Kopenhagen. Unter dem Motto „Family & Friends“ standen Gemeinschaft, Wertschätzung und Weiterentwicklung im Fokus der TLTU-Jahrestagung 2025.

TUI-Topmanager wie Sebastian Ebel, Benjamin Jacobi und Wybcke Meier würdigten TLTU als Erfolgsgeschichte mit Vorbildcharakter. Geschäftsführer André Repschinski betonte: „Unsere Reiseprofis sind das Herz der TLTU – wir investieren

in ihre Kompetenz und Persönlichkeit.“ Workshops, Vorträge und ein emotionales Rahmenprogramm stärkten das Netzwerk spürbar.

Höhepunkt war der Launch der neuen Dachmarke „ReiseBeratung – powered by TUI“, die die Marken „TakeOff“, „FERIA“ und „holidayprofis“ vereint. Kurz gefasst: Eine Tagung mit Weitblick – und mit Kurs auf eine erfolgreiche Zukunft im mobilen Reisevertrieb.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre! Bleiben Sie uns gewogen. 📍

## Inhalt

### TOP-NEWS

- 03 Check-in Fotoseite
- 04 TLTU startet mit neuer Marke durch
- 05 Jahrestagung: „Menschlich, ehrlich, kompetent“ – das war die TLTU-Jahrestagung 2025
- 08 Bildergalerie des Events

### COUNTER

- 13 Best-Reisen treibt das Thema Blockchain voran

- 14 TUI Franchise „Young Stars Academy“ gestartet
- 15 TUI Travel Star feiert 25. Jubiläum mit Rekord

### PRODUKT

- 16 Princess Cruises präsentiert eine 129-Nächte-Weltreise

### DESTINATION

- 17 Verbände fordern Staatssekretär für Tourismus
- 18 Galapagos-Event in Frankfurt

# DER FRÜHLING IST DA!

FRISCH WIE EINE TULPE:  
DIE NEUE AUSGABE HIER GRATIS LESEN



JETZT REINSCHNUPPERN





## „Es braucht mehr denn je echte Nähe“

Die Marken TakeOff, FERIA und holidayprofis verschwinden – stattdessen startet TLT Urlaubsreisen mit einem neuen Auftritt: „ReiseBeratung – powered by TUI“. Im Zentrum stehen künftig nicht Logos, sondern Menschen.

**E**rfolge feiern ist schön – aber wir müssen weiterdenken.“ Mit diesen Worten eröffnete André Repschinski, Geschäftsführer von TLT Urlaubsreisen, den Markenrelaunch auf der TLTU-Jahrestagung an Bord der Mein Schiff 7.

Rund 330 mobile Reiseberaterinnen und -berater waren dabei, als die neue Marke offiziell vorgestellt wurde: „ReiseBeratung – powered by TUI“ ersetzt künftig die bisherigen Submarken TakeOff, FERIA und holidayprofis.

Ziel der Neuausrichtung ist es, die Markenidentität zu vereinheitlichen und die Beratungsleistung in den Mittelpunkt zu rücken. Denn, so Repschinski: „Mehr denn je braucht es persönliche Beratung, echte Nähe und individuelle Betreuung bei der Urlaubsbuchung.“

### Neue Marke, klares Gesicht

Mit dem neuen Auftritt verschwindet nicht nur die bisherige Dreiteilung der Markenlandschaft – sie wird ersetzt durch ein durchgängiges Erscheinungsbild, das sich sowohl digital als auch analog wiederfindet. Eine einheitliche Farbwelt, eigens entwickelte Icons, eine lizenzierte Typografie und ein klarer Bildstil sollen die neue Marke visuell prägen. Entscheidend dabei: Die mobilen Reiseberaterinnen und -berater selbst sind künftig

„das Gesicht der Marke“. Ihre Persönlichkeit, Kompetenz und Kundenbindung stehen im Mittelpunkt der Kommunikation.

### Vom Baukasten zur Marke mit Haltung

„Aus Kundensicht war zuletzt nicht mehr klar, wofür diese drei Marken stehen“, erklärt Repschinski die Entscheidung. Auch intern habe die Mehrmarkenstrategie für Unsicherheit gesorgt – etwa bei Marketingaktionen, im Social Media-Auftritt oder in der Kundenkommunikation. Mit dem neuen Markennamen wolle man ein Versprechen abgeben, sagte Repschinski: „360-Grad-Kundenservice statt Click&Go – das ist der Anspruch der neuen Marke.“ Der Markenprozess habe über eineinhalb Jahre gedauert und sei eng mit den Vertriebspartnern abgestimmt worden.

Der Rollout erfolgte nicht nur mit einem emotionalen Launch auf See, sondern auch mit konkretem Fahrplan: Alle Beraterinnen und Berater erhalten Umstellungshilfen, Mailing-Vorlagen und Social Media-Beiträge zur Ankündigung des Markenwechsels. Auch digitale Inhalte wie Filme und Präsentationen stehen zur Verfügung. Noch in diesem Jahr soll die Umstellung abgeschlossen sein, rechtzeitig zum Jahresendgeschäft. Infos folgen in den kommenden Wochen.♫



**Zusammen sind wir stark:**  
André Repschinski prägt die TLTU mit seiner wertschätzender Führung. Heute sind die „Mobilen“ mehr denn je eine Community.“



**Gute Stimmung in der Arena:**  
Wo sonst Musicals und Shows stattfinden, fand die Jahrestagung an Bord der Mein Schiff 7 statt mit 330 Beraterinnen und Beratern.

Fotos: TLTU // Sascha Pierro

## „Menschlich, ehrlich, kompetent“

Ein Jubiläum mit Symbolkraft: TLT Urlaubsreisen, die mobile Vertriebsorganisation der TUI, feiert ihr 20-jähriges Bestehen – und richtet auf hoher See den Blick nach vorn. An Bord: über 330 Beraterinnen und Berater, 40 Partnerunternehmen und prominente Vertreterinnen und Vertreter der TUI-Spitze. Der Tenor: Persönlichkeit, Partnerschaft und Professionalität machen auch in digitalen Zeiten den entscheidenden Unterschied.

**E**in klarer, frischer Morgen auf der Ostsee. Während die Mein Schiff 7 von Hamburg aus Kurs auf Oslo nahm, war das Außendeck bereits voller Leben. Doch diesmal waren es nicht nur Urlauber, die sich auf die Nordtour freuten, es waren über 330 mobile Reiseprofis, die gemeinsam mit Familienmitgliedern und Freunden das 20-jährige Bestehen von TLT Urlaubsreisen feierten. Insgesamt rund 700 Teilnehmende haben die Jahrestagung 2025 zur größten in der Unternehmensgeschichte gemacht – und zugleich zu einem emotionalen Wendepunkt für das TUI-Tochterunternehmen.

### Wertschätzung in der Partnerschaft

„TLT Urlaubsreisen ist seit 20 Jahren ein herausragendes Beispiel für gelebte Partnerschaft, Innovationskraft und Kundennähe“, sagte Benjamin Jacobi, Vorsitzender der Geschäftsführung von TUI Deutschland, im Eröffnungsplenum an Bord. Es gab viel Lob für die TLTU-Führung: „Mit hoher Dynamik, klarer Vision und konsequenter Kundenorientierung hat André Repschinski den mobilen Vertrieb exzellent aufgestellt.“ Seit zwei

Jahrzehnten ist TLTU eine tragende Säule im Vertrieb der TUI – mit einem Jahresumsatz von über 170 Millionen Euro und einem stetig wachsenden Netzwerk.

Geschäftsführer André Repschinski blickte in seiner Eröffnungsrede in Oslo auf die Vergangenheit zurück und richtete den Blick nach vorne: „Wir feiern nicht nur unser Jubiläum, sondern treiben auch während der Tagung die Weiterentwicklung unserer Organisation voran.“

Er erinnerte daran, wie sich die Branche verändert hat – und wie TLTU darauf reagiert hat: „Wir haben viele Dinge angestoßen, die sich nun auszahlen.“ Digitalisierung, neue Markenstrategie, intensive Schulungen – das alles sei kein Selbstzweck, sondern diene einem zentralen Ziel: „Wir wollen das beste Beratungsangebot im mobilen Vertrieb bieten – menschlich, ehrlich, kompetent.“

### Ein starkes Netzwerk

Neben Repschinski und Jacobi begrüßten die Teilnehmenden auch TUI CEO Sebastian Ebel sowie TUI Cruises-Chefin Wybcke Meier. Sie betonte die besondere Nähe zwischen den mobilen Beratern und der Kreuzfahrtmarke: „Mit ihrer



**Lob von allen Seiten:** TUI Cruises-Chefin Wybcke Meier lobte die Kompetenz der Beraterinnen und Berater sowie die gute Zusammenarbeit im Vertrieb.



**Pioniere unter sich:** Von der ersten Stunde an dabei und heute noch aktiv sind (von links) Andrea Neckening (Marienrachdorf), Ina Schirmmacher (Hamburg) und Christina Schnur (Versmold). Auf dem Podium berichteten die Pioniere der ersten Stunde von ihrem beruflichen und privaten Werdegang.

Vertriebskompetenz trägt TLTU dazu bei, unseren Wachstumskurs mit rund 40 Prozent mehr Kapazität in den Jahren 2025 und 2026 erfolgreich weiterzuführen. Dieses starke Netzwerk ist ein echter Mehrwert – für uns als Reederei und für unsere Gäste.“

Die Wahl des Tagungsortes – die Mein Schiff 7 – war kein Zufall, sondern ein Statement. Die Reise nach Oslo und Kopenhagen wurde von Landausflügen nach Oslo und Kopenhagen begleitet und bot genug Gelegenheiten für persönlichen Austausch, Beratungsgespräche und Fortbildung in ungezwungener Atmosphäre.

### Gelebte Unternehmenskultur

Unter dem Motto „Family & Friends“

wurde die Tagung zu einer Plattform, die das Menschliche ins Zentrum stellte. Zum ersten Mal waren Familienmitglieder der Beraterinnen und Berater offiziell eingeladen. Für Repschinski ein Zeichen der Anerkennung: „Sie erleben hier hautnah, was TLTU ausmacht – und sie sollen den verdienten Dank erhalten für ihre Unterstützung im Alltag.“

Diese Kultur der Wertschätzung zeigte sich auch in den Angeboten an Bord: Workshops zu persönlichen Entwicklungsthemen, Impulsvorträge zu Zukunftstrends im Vertrieb, eine digitale Eventplattform zur Vorbereitung und zahlreiche Momente des gemeinsamen Feierns machten die Tagung zu einem ganzheitlichen Erlebnis. „Unsere

Reiseprofis sind das Herz der TLTU“, sagte Repschinski. „Und wir wollen ihnen Raum geben – für Selbstreflexion, für Inspiration, für echte Begegnung.“

Auch organisatorisch setzte die Veranstaltung neue Maßstäbe: Über 40 Veranstalter- und Dienstleistungspartner waren an Bord. Eine speziell entwickelte App begleitete die Teilnehmer schon im Vorfeld und lieferte Infos, Vernetzungsmöglichkeiten und individuelle Tagespläne.

### Zufriedenheit, die messbar ist

Dass sich diese Unternehmenskultur auszahlt, zeigt eine aktuelle Umfrage unter den rund 700 TLTU-Reiseprofis: Mit einer Bewertung von 4,7 von 5 Punkten ist die Zufriedenheit auf



**Zeit zum Austausch:** Andrea Neckening und Ina Schirmmacher



**Klar wiedererkannt:** Wie so viele kommt auch der Chef auch aus dem stationären Vertrieb. André Repschinski gab einen amüsanten Rückblick auf Zeiten im Reisebüro, als die Kunden damals zum Abholen des Katalogs vorbeischaute.



„Es ist schön, hier zu sein, in Zeiten, die sich stark verändern.“ Auch TUI-Chef Sebastian Ebel fand viele anerkennende Worte für die TLTU als Vertriebsgemeinschaft, berichtete über die geopolitischen Herausforderungen und rief dazu auf, die Werte Europas zu verteidigen. „Das sind auch die Werte der TUI“, betonte er.

einem konstant hohen Niveau. Die regelmäßige Feedbackkultur ist ein fester Bestandteil der TLTU-DNA – und Grundlage für ihre Weiterentwicklung. „Wir hören zu – und wir handeln“, betonte Repschinski. „Diese Nähe zu unseren Reiseprofis ist nicht nur Teil unseres Erfolgs, sie ist unser Erfolg.“

### Neue Dachmarke

Zum Schluss der Jubiläumstagung präsentierte TLTU auch ihre neue Markenstrategie: „ReiseBeratung – powered by TUI“. Sie ersetzt die bisherigen Marken „TakeOff“, „FERIA“ und „holidayprofis“.

Der neue Auftritt stellt die Persönlichkeit der Beraterinnen und Berater in den Mittelpunkt – mit einer einheitlichen Bildsprache, modernen Farben, klarer Typografie und einem Fokus auf individuelle Beratung statt anonymer Plattformlogik. Ziel ist es, Kundenorientierung, Kompetenz und Authentizität sichtbar zu machen, sagte Repschinski. TUI Deutschlandchef Benjamin Jacobi unterstützt diesen Kurs: „Aus Kundensicht war zuletzt nicht mehr

klar, wofür diese Marken stehen. Die Neupositionierung bringt Klarheit und stärkt das Vertrauen.“

### Ausblick: Kurs auf die Zukunft

Ob Markenauftritt, Tagungskonzept oder persönliches Miteinander – TLTU sendet ein deutliches Signal: Die mobile Reiseberatung hat Zukunft. Die Digitalisierung wird dabei nicht als Ersatz, sondern als Ergänzung verstanden. Das zeigt auch der hybride Ansatz der Tagung – mit digitalen Formaten vor, während und nach der Reise. Repschinski ist überzeugt: „Wir sind nicht nur gekommen, um zu bleiben – wir sind gekommen, um zu führen. Und wir tun das mit einem Netzwerk, das auf Haltung, Herz und Kompetenz baut.“ So gesehen war die Jahrestagung weit mehr als ein Jubiläum – sie war Standortbestimmung, Aufbruchsignal und Gemeinschaftserlebnis zugleich. Wer dabei war, nahm neue Impulse nach Hause, aber auch das Gefühl: Hier passiert etwas Besonderes – und das mit Rückenwind. ⚓



**André Repschinski und das TLTU-Team:** Vor und hinter den Kulissen sorgten die Mitarbeiterinnen für einen reibungslosen Ablauf der Tagung.



**Reisemesse:** In der umfunktionierten Sportarena auf Deck 12 fand die Reisemesse mit den Partnern statt.



**Promi-Unterstützung:** TUI-Chef Sebastian Ebel und TUI Cruises-Chefin Wybcke Meier nahmen an der Tagung teil.



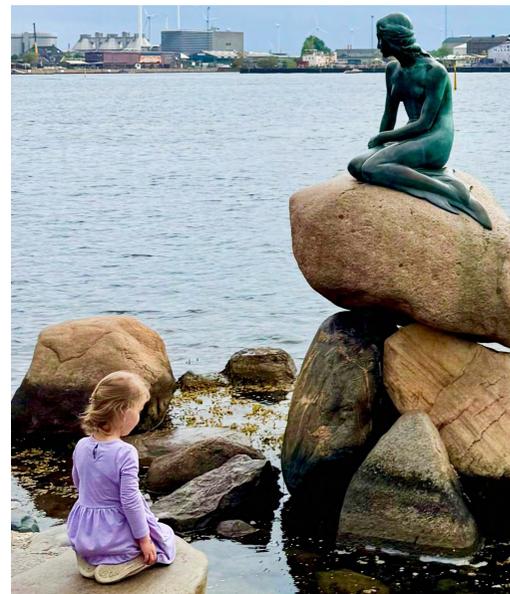
**Rückendeckung:** TUI-Deutschlandchef Benjamin Jacobi (links) und TLTU-Chef André Repschinski freuten sich über die gute Arbeit der Mobilien.



**Stadtrundgang:** Einige der Teilnehmer hatten sich für die Tour zu Fuß durch Kopenhagen entschieden.



**Partnerfoto:** (von links) Mirja Albers und Uwe Mohr (beide AIDA), Songül Göktas-Rosati (Bentour Reisen) und Elvir Johic, Director Sales Hapag-Lloyd Cruises.



**Wahrzeichen:** Die Kleine Meerjungfrau ist zum Wahrzeichen Kopenhagens geworden und schaut wehmütig über die Gewässer des Hafens.





**Gutes Team:** Mirja Albers, Head of Sales Operation und Uwe Mohr (Vice President Sales) waren für AIDA Cruises an Bord.



**TUI Cruises-Team:** (von links) Angelique Borys, Sandra Pfüzenreuter und Doris Wille



**Nachhaltig:** (von links) Eirin Missiridis (Reisebüro Fulda), Julia Ulrike Burkhard (Chamäleon), Steffi Könes (TLTU Harxheim) und Michaela Genuit (TLTU Rietberg)



**Meister im Selfiemachen:** Christos Tassakos von Dalos Cove Luxury Resort glänzte mit seiner unnachahmlich charmanten Art.



**RIU Hotels:** Jane Stümpert und Kathrin Scupin stellten die Hotelmarke und Resorts vor.



**Griechischer Charme:** Vangelis Vassiliou von Grecotel Hotels und Resorts



**TUI 4U:** Moritz Escher von TUI mit den Reiseberater kollegen Claudia Brandt (Garbsen) und Bernd Scheele (TLTU Hildesheim)



**Fröhlich:** Thomas Mertin und Andrea Werthmann (TLTU Orga-Team) sowie rechts Svenja Wendtland von Palladium Hotels.

**Unten:** Juliette Thronberens (Sandals Resorts) und Renate Kinkel (TLTU Moos)





**Vater und Sohn:** André hatte Sohn Anton und Ehefrau Ute mitgebracht.

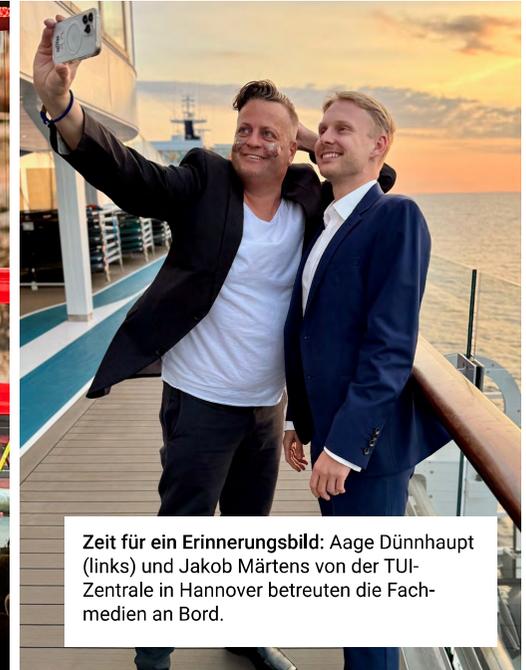
**Ameropa:** (rechts) Christophe Aßmann erklärte Produkte und Angebote.



**Insta-fertig:** Eifrig wurden die Passepartouts genutzt, inklusive #Reiseberatungontour.



**Da kommt noch ein Dach drauf:** TLТУ-Chef André Repschinski zeigte eine beachtliche Schauspielerei als Bauarbeiter, der die TLТУ-Dachmarken renovieren will.



**Zeit für ein Erinnerungsbild:** Aage Dünnhaupt (links) und Jakob Märten von der TUI-Zentrale in Hannover betreuten die Fachmedien an Bord.



**TUI-Teamwork:** Sandra Pützenreuter (TUI Cruises), Ivi Johic, Hapag-Lloyd Cruises und Clas Eckholt (TUI Cruises).



**Hapag-Lloyd Cruises:** Sandra Birke und Sarah Hartmann-Kruse vertreten die Luxus-Reederei.



**Chefbesuch:** TUI-Chef Sebastian Ebel im Gespräch mit den Fachmedien.



**Mit Frack und Frau:** Reiseberaterprofi Fritz Peter Bender (TLТУ Saarbrücken) und seine Frau Gundula



**Abschlussabend:** Im feinen Glitzerlook kamen alle am letzten Abend feierlich zusammen.



**Doppelrot:** Ina Schirmmacher und Bianca Bleher (TLТУ Hamburg und Ludwigsburg)