

CT-INDUSTRY REPORT – July 2021

AKTUELLES

Neue CT-Mitglieder und Ansprechpartner

Wir freuen uns folgende neue Mitglieder bei Corps Touristique willkommen zu heißen: Qatar National Tourism Council repräsentiert durch Andreas Wiehn; Kenia Tourism repräsentiert durch KPRN-Präsidentin Hanna Kleber und Türkei Tourism repräsentiert durch Fulya Fatma Durgut. Martin Pohl ist neuer Ansprechpartner für die Destination Holland. Andreas Gici neuer Ansprechpartner für die Messe Stuttgart.

[CT](#)

Änderung des Ablaufs hybrider CT-Meetings

Um Leerlaufzeiten für die per Zoom zugeschalteten CT-Mitglieder möglichst zu minimieren wird der Ablauf der hybriden CT-Veranstaltungen entsprechend angepasst. Wir werden zunächst mit den Vorträgen beginnen und im Anschluss das Essen für die Mitglieder vor Ort servieren. So werden Störungen durch klapperndes Geschirr und Wartezeiten für Online-Teilnehmende reduziert.

ITB plant für 2022 hybride Veranstaltung

Die klassische Präsenzmesse soll im März nächsten Jahres um eine digitale Komponente ergänzt werden. Das Messekonzept sehe im Vorfeld vor allem Matchmaking und Terminfindung vor, heißt es. Während der Live-Messe sollen wie gehabt Business, Networking und Austausch im Mittelpunkt stehen, während im Nachgang die digitalen Business Days das Konzept abrunden. [Hotel vor9](#)

CT-Präsidentin Kleber hat bereits bei Hr. David Reutz für ein Update im Bezug auf die ITB 2022 im 4. Quartal angefragt.

Wo geht's denn hier zur Zukunft?

Eine bessere Welt schaffen und die Welt von morgen gestalten: Die Expo 2020 Dubai hat sich große Ziele gesteckt. Wie die Weltausstellung ab 1. Oktober 2021 Lust auf Innovation und Fortschritt macht und die Zukunft mitgestalten will. [Expo 2020 Dubai](#)

CORONA

Weltkarte zeigt nun Risiko-Einstufungen der Länder

Auf der Karte ist nun unter dem neuen Reiter "RKI-Status" ersichtlich, welche Länder als Risikogebiete, Hochinzidenzgebiete oder Virusvariantengebiete gelten. Die Liste wird in der Regel vom Robert-Koch-Institut einmal pro Woche aktualisiert. Die Einstufung hat Auswirkungen auf die Einreise zurück nach Deutschland, zum Beispiel, inwieweit sich Reisende danach in Quarantäne begeben müssen. [fvw](#)

Zwei Drittel gegen Urlaub in Corona-Risikogebieten

Zwei Drittel der Deutschen halten es nicht für vertretbar, in einer von der Bundesregierung als Corona-Risikogebiet eingestuften Region wie beispielsweise Spanien Urlaub zu machen. Laut YouGov-Umfrage

CT-INDUSTRY REPORT – July 2021

unterstützt eine große Mehrheit von 73 Prozent die Quarantänepflichten. 39 sind dafür, dass sie so beibehalten werden, wie sie sind. Weitere 34 Prozent sind sogar für eine Verschärfung. Nur 22 Prozent sind für eine Lockerung oder Abschaffung der Quarantänepflicht. [fvw](#)

CONSUMER

Im Internet tobt ein Bewertungskrieg

Laut Untersuchungen sollen 20 bis 42 Prozent der Bewertungen im Internet gefälscht sein. Negative Bewertungen spielen eine zunehmend größere Rolle. Die Urheber bleiben fast immer im Dunkeln. Die britische Marketingagentur Reboot Online befragte 1.672 Geschäftsinhaber. 18 Prozent davon würden Online-Sabotage anwenden, um Wettbewerber zu ruinieren. Aber nur, wenn sie dabei nicht erwischt werden könnten. Eine Handvoll hat es bereits getan. [Brandeins](#)

TRADE

Kunden schätzen Reisebüros weniger, als die Branche glaubt

Touristiker schätzen den Wert persönlicher Beratung im Reisebüro und auch den Status von Pauschalreisen deutlich höher ein als die Kunden, hat eine Befragung der Hochschule München für den Travel Industry Club ergeben. Demnach beurteilen Reiseprofis die Präferenzen ihrer Kundschaft offenbar bisweilen falsch. [Counter vor9](#)

Was die Werbekanäle Google und Facebook unterscheidet

Alle gängigen Suchmaschinen (auch Pinterest) zählen zu den sogenannten Pull-Kanälen mit dem Platzhirsch Google Search. Es macht Sinn dort zu werben, wenn bereits Interesse für ein Produkt oder Service vorhanden ist, also User gezielt danach suchen. Um Anfragevolumen, Begriffe und Kosten abzuklopfen, eignet sich der Google Keyword Planner. Anders sieht es bei Push-Kanälen wie Facebook oder Instagram aus, hier sind Nutzer privat unterwegs und lassen sich inspirieren. [Unternehmer.de](#)

Die sieben größten Mythen über Außenwerbung

Außenwerbung legt kräftig zu, doch das Medium kämpft mit Vorurteilen wie: Die Deutschen sitzen alle im Home Office – keiner ist mehr draußen. In seinem Gastbeitrag für HORIZONT nimmt sich Gerd Himmels von Planus Media die sieben größten Mythen rund um das Medium vor. [HORIZONT](#)

Social-Media-Atlas: Einfluss der Influencer auf Kaufentscheidungen wächst

Nie zuvor übten Influencer in den Sozialen Medien einen stärkeren Einfluss auf Kaufentscheidungen aus: Innerhalb eines Jahres haben 21 Prozent der deutschen Internet-Nutzer ab 16 Jahren mindestens einmal ein Produkt gekauft, weil es von einem YouTuber beworben wurde. 18 Prozent hörten bei der Auswahl von Anschaffungen und Dienstleistungen nach eigenen Angaben auf den Rat von Instagrammern. Auch Blogger und andere Social-Media-Promis verleiten kräftig und mehr denn je zum Geldausgeben. Das zeigt

CT-INDUSTRY REPORT – July 2021

der aktuelle Social-Media-Atlas 2021 der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna, für den 3.500 Internet-Nutzer repräsentativ befragt wurden. [PR-Journal](#)

Gegenwind für TUI schlägt auf den Börsenkurs durch

Um sieben Prozent notierten die Papiere des Konzerns am frühen Mittwochabend unter den Vortageskursen. Die steigenden Corona-Infektionszahlen in wichtigen Reiseländern und fortgesetzte Reiseabsagen im britischen Quellmarkt bereiten den Anlegern Sorgen. [Reise vor9](#)

DESTINATION

Schweiz Tourismus geht neue Wege in der Vermarktung

Die Schweiz präsentiert sich mit einem Pop-up House. Bis Oktober gibt es in Stuttgart Ausstellungen und interaktive Installationen, "die Schweizer Innovationskraft und Unterhaltung" verbinden sollen. Besucher können beispielsweise im Coworking Space mit Bibliothek verweilen, die neuesten Schweizer Games testen und die kulinarische Seite der Eidgenossen entdecken. [fww](#)

Sicherheit ist Urlaubern wichtiger als Umweltqualität

Bei der Auswahl ihrer Reiseziele achten die Deutschen einer neuen Umfrage zufolge ganz besonders auf die Sicherheit. Umweltaspekte verlieren dagegen an Bedeutung. "Pandemien, Terroranschläge und Naturkatastrophen haben ihre Spuren hinterlassen", erklärte der wissenschaftliche Leiter der BAT-Stiftung, Professor Ulrich Reinhardt. Auf die Frage des Instituts GfK, was das künftige Urlaubsverhalten am besten beschreibe, sagten 89 Prozent: "Sicheren Regionen gehört die Zukunft." [fww](#)

AVIATION

Eurowings Discover Einblicke

Am vergangenen Dienstag hob die neue Airline der Lufthansa – Eurowings Discover – erstmals für Air Dolomiti ab. Auf der Veranstaltung zur Vorstellung der neuen Airline Eurowings Discover wurde direkt klar: die Lufthansa-Tochter möchte klassische Urlaubsreisende ansprechen. Bei einer Rede brachte es der Airline-Chef Wolfgang Raebiger auf den Punkt, als er sagte, dass die Airline – im Gegensatz zur Lufthansa – "die Wenigflieger zelebrieren" möchte. Dafür werkelte das Team der Fluggesellschaft rund ein Jahr an einem Produkt, das zwar der Eurowings stark ähnelt, jedoch auch Elemente der Lufthansa mit einfließen lässt. [Reisetopia](#)

Lufthansa startet Kompensations-Plattform

Mit „Squake“ startet Lufthansa eine CO2-Kompensationsplattform, die sich an Unternehmen aus der gesamten Reise-, Mobilitäts- und Transportbranche richtet. Durch eine spezielle Schnittstelle können die Unternehmen die Plattform in ihre eigenen Online-Portale integrieren und die CO2-Emissionen ihrer angebotenen Leistungen dort berechnen und ausgleichen. Planen die Kunden eine Reise mit verschiedenen Verkehrsmitteln, wie Mietwagen, Flug, Fähre oder Bus, berechnet die Plattform

CT-INDUSTRY REPORT – July 2021

automatisch die CO2-Emissionen der gesamten Reise. Bei der Buchung können die Kunden dann direkt die kalkulierten Emissionen kompensieren: www.squake.earth

Luftverkehrsverband sieht sich vor "Herkulesaufgaben"

Klimaschutz und Luftverkehrswirtschaft – wie kann das in Zukunft gestaltet werden? Das ist laut BDL-Verbandspräsident Gerber eine der größten Herausforderungen, vor der die Luftfahrt-Branche in Zukunft steht. Zu diesen Aufgaben zählen neben der Erholung von der Corona-Krise insbesondere auch die Investitionen in einen wirksamen und umfangreichen Klimaschutz. Dabei sei die Branche durchaus bereit, ihren Teil für wirksame Maßnahmen beizutragen, wie sowohl Gerber als auch BDL-Geschäftsführer Matthias von Randow betonten. Beispiel für das Engagement der Branche sei die Mitten in der Corona-Krise getroffene Vereinbarung eines gemeinsamen "Masterplan Klimaschutz im Luftverkehr", so Gerber und von Randow. [fvw](#)

EU-Kommission fordert europaweite Kerosinsteuer

Die EU-Kommission hat Pläne für die Einführung einer Kerosinsteuer für innereuropäische Flüge bestätigt. Die bestehende Ausnahme der Flugindustrie von der Kraftstoffsteuer solle über zehn Jahre hinweg schrittweise aufgeweicht werden, teilte die Behörde mit. [Reise vor9](#)

WIRTSCHAFT

"Spiegel" ist Nummer eins bei Entscheidern

Zur Gruppe der Entscheider zählen rund drei Millionen Menschen in Deutschland, so die jährliche Leseranlyse Entscheidungsträger (LAE). Nimmt man Print, Internet und Apps zusammen, erreicht der "Spiegel" davon monatlich 1,87 Millionen. Danach folgen "Focus", "Süddeutsche" und "Welt". Großer Gewinner ist das "Handelsblatt"; dessen Leserschaft wächst um satte 20 Prozent auf 951.000. [Meedia](#)

In Tourismus und Gastgewerbe herrscht weiter Existenzangst

Trotz wirtschaftlicher Erholung bereiten die Folgen der Pandemie dem Tourismus, der Event-Branche und dem Gastgewerbe noch große Sorgen, so das Ifo-Institut. In der Mice-Branche fürchteten im Juni 70 Prozent der Betriebe um ihre Existenz, bei den Reisebüros waren es 68 Prozent. Auch im Gastgewerbe ist für mehr als die Hälfte der Betriebe die Lage weiter angespannt. [Ifo](#)

Persönliche Meetings bringen bessere Geschäftsabschlüsse

Face-to-Face-Kommunikation liefert im Vergleich zu Telefonaten oder Videokonferenzen ein Umsatzplus von geschätzt 25 Prozent, so das Ergebnis einer Studie von Accor mit 2.000 Befragten. Die unmittelbare Interaktion führe überdies zu 23 Prozent mehr Geschäftsabschlüssen. [Reise vor9](#)

CT-INDUSTRY REPORT – July 2021

DATUM, UHRZEIT	ORT	LOCATION	Gäste & KEYNOTE
Do, 05.08.2021	WineBank	Informelles CT-Treffen	
Di, 10.08.2021	Skyline Lounge	CT – Sommerfest	Antenne Frankfurt / Skyline Lounge
Di, 24.08.2021	Villa Merton + Zoom	CT – Meeting	Sponsor: Outdooractive, Speaker vom Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft
Di, 07.09.2021	Villa Merton + Zoom	CT – Meeting	Frankfurter Buchmesse tbd, IMEX angefragt
Di, 05.10.2021	Berlin	CT – Meeting bei der FAS	Vortrag der FAZ + FAS
Di, 09.11.2021	Villa Merton + Zoom	CT – Meeting	Messe Stuttgart
Di, 07.12.2021	Villa Merton	CT – Weihnachtsfeier	Sponsor: FUNKE Media und Gast Reiner Meutsch, Gründer Flying Help