Міністерство освіти і науки України

**А. КоROL**

**DEUTSCH IN HOTELLERIE UND TOURISMUS**

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки України*

*як навчальний посібник для студентів*

*вищих навчальних закладів*

Чернівці

“Книги - ХХІ”

2012

ББК 81.432.4 – 944: 65.49

К 683

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки України*

*як навчальний посібник для студентів*

*вищих навчальних закладів*

*Лист від 04.02.2010 № 1/11 - 474*

**РЕЦЕНЗЕНТИ:**

***Козловський В. В.,*** доктор філологічних наук, професор кафедри германської філології Інституту філології Київського yаціонального університету імені Тараса Шевченка;

***Кияк Т. Р.,*** доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри теорії та практики перекладу з німецької мови Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

***Приходько А. М.,*** доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов Запорізького юридичного інституту Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ.

К 683 **Коrol А.** Deutsch in Hotellerie und Tourismus: Навч. посіб. для студентів туристичних спеціальностей та спеціалізацій. – 3-е вид., перероб. і доп. – Чернівці: Книги - ХХІ, 2012. – 240 с.

Навчальний посібник призначений для студентів туристичних спеціальностей та спеціалізацій, які мають базовий рівень володіння німецькою мовою. Мета посібника – сформувати у студента комунікативні навички у сфері професійного спілкування німецькою мовою в усній та письмовій формах. Посібник містить тексти з лексико-граматичними завданнями, що спрямовані на засвоєння базового словникового запасу туристичних термінів та дають загальне уявлення про сучасні тенденції в галузі туризму й готельного господарства.

**ББК 81.432.4 – 944: 65.49**

**К 683**

© “Король А.А., 2012

INHALTSverzeichnis

Передмова…..…….………………………………………………..5

**Lektion 1**……...……………………………………………………..7

Text: Der Tourismus – Wortentwicklung, Definitionen……...…..7

Aufgaben und Übungen ………………………………...…………8

**Lektion 2**………………………………………..……………...….15

Text: Der Tourismus – eine typische Dienstleistungsbranche .15

Aufgaben und Übungen ……….……………..…………………..16

**Lektion 3**……………………..…………………………...……….22

Text: Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus……..………..22

Aufgaben und Übungen ……………….……………..…………..23

**Lektion 4**……………………..…………………………………….29

Text: Das Reisebüro und seine Dienstleistungen für Kunden..29

Aufgaben und Übungen ………...………………………………..30

**Lektion 5**……………………..………...………………………….38

Text: Reisebüro - Vor- und Nachteile……………………………38

Aufgaben und Übungen ……………………...…………………..39

**Lektion 6**……………………………………..…………………….45

Text: die Berufsfelder in der Tourismuswirtschaft …………….45

Aufgaben und Übungen ……………………...…………………..46

**Lektion 7**………………………………………………………..….55

###### Text: Senioren sind die Besttouristen.......................................55

Aufgaben und Übungen ……………………...…………………..56

**Lektion 8**……………………………………………………..…….66

Text: Die Werbung….………………………..…………………...66

Aufgaben und Übungen ……………………...…………………..68

**Lektion 9**……………………………………..………...………….76

## Text: Trinkgeld…………………………………………..……...…76

Aufgaben und Übungen ………………………………...………..78

**Lektion 10**……………………………………………….………...87

Text: Ferienreisebuchung im Internet………………..……..…..87

Aufgaben und Übungen ………………………………..……......88

**Lektion 11**……………………………………………….………...97

Text: Hoteltypologie……………………….……………...……….97

Aufgaben und Übungen ………………………………..……......99

**Lektion 12**……………………………………………...………...109

Text: Deutsche Hotelklassifizierung……...…….…………..….109

Aufgaben und Übungen …………………..…………..………..110

**Lektion 13**…………..……………..…………….……………….123

# Text: Die Präsidentensuite im Berliner Hotel…..………….….123

Aufgaben und Übungen ………………………..………..……..124

**Lektion 14**……………………...……………………………..….135

Text: Urlaub und Reiserecht (Pauschalreisen)…...………..…135

Aufgaben und Übungen …………..…………………………....141

**Lektion 15**………………..…………...………………………….149

Text: Probleme vor Reiseantritt bei Pauschalreisen ….……..149

Aufgaben und Übungen …………………………..…………....156

**Texte zum Lesen und Referieren** …………...…………..…..163

**Glossar**…………………………...………...………………….…213

**Wortliste zur Fachsprache „Tourismus“**……...………...…226

**Qellenverzeichnis**………………………………………………239

**ПЕРЕДМОВА**

*Lehren ist ein Feuer entfachen*

*und nicht einen leeren Eimer füllen…*

*Konfuzius*

Навчальний посібник “Deutsch in Hotellerie und Tourismus” орієнтований насамперед на студентів вищих навчальних закладів, які здобувають професійну освіту за спеціальністю “Туризм”, а також може бути цікавий для всіх, хто бажає підвищити свій рівень знань німецької мови в туристичній галузі.

У композиції посібника – 15 лекцій, 50 статей з туристичних журналів для самостійного опрацювання (як завдання для домашнього читання або ІДЗ), глосарій, що містить тлумачення основних туристичних термінів німецькою мовою, а також обов’язковий (мінімальний) німецько-український словник, який нараховує 250 фахових лексичних одиниць.

Текстовому матеріалу притаманна актуальність та проблемне трактування питання. Посібник включає інформативні тексти про туризм як типову галузь сфери послуг; економічне значення туризму; туристичне бюро - його переваги й недоліки; роль реклами у туристичній галузі; бронювання туристичних подорожей в інтернеті; типологію та класифікацію готелів; аналіз мотивів та форм подорожей в Німеччині; проблеми, що можуть виникнути при “паушальних” подорожах та їх правові наслідки тощо.

Кожна лекція посібника містить базовий текст, що вводить у проблематику даного уроку, завдання та вправи до змісту тексту, які допомагають студентові систематизувати лексичний матеріал лекції, а також вправи на повторення основних граматичних тем. Кількість вправ та завдань у лекціях варіює від 10 до 20. Серед них є вправи, спрямовані на розвиток навичок діалогічного мовлення, ведення дискусій на запропоновану тему лекції та цікаві завдання, покликані пробудити інтерес у студента до вивчення іноземної мови. Поряд із традиційними завданнями у посібнику з метою заохочення студентів до самостійної та творчої роботи використано й такі популярні серед студентів форми навчання як інсценування діалогів, кросворди, підготовка та презентація рефератів/доповідей, опис та аналіз графіків, складання офіційних листів-запитів (напр. бронювання номерів для туристичної групи у готелі), а також створення власних рекламних текстів для туристичних каталогів.

Для успішного засвоєння матеріалу слід крок за кроком опрацьовувати кожну лекцію, використовувати в навчальному процесі різні засоби самостійної роботи: читати й перекладати тексти зі словником та без нього; поступово вивчати фахові слова та вирази, що зустрічаються у текстах; відповідати на запитання після тексту; виконувати усні та письмові завдання; використовувати технічні засоби навчання (аудіо-записи, комп’ютерні програми, компакт-диски); додатково читати фахові газетні та журнальні статті.

Перевірка та оцінювання виконання усних/письмових вправ до тексту, засвоєння лексичного матеріалу, творчих завдань та завдань для самостійного опрацювання може здійснюватись викладачем-консультантом у довільній формі (усне опитування, тестування, контрольна робота, словниковий диктант, твір, реферат тощо).

У кінці посібника розміщено словник, що нараховує 250 термінів з галузі туризму й готельного господарства, знання якого рекомендовано перевірити викладачеві наприкінці семестру: до/під час заліку чи екзамену.

Матеріали посібника підібрані з урахуванням того, що студент має базові знання (Grundstufe), набуті з курсу німецької мови у середній школі та на 1-2 курсах навчання у ВУЗі. У випадку недостатньої мовної підготовки студентів частину вправ та деякі складні для сприйняття тексти можна опрацьовувати рідною мовою.

Успіхів Вам у навчанні й пам’ятайте:

OHNE FLEISS KEIN PREIS!!!

Автор

|  |
| --- |
| **Lektion 1** |

**Text: Der Tourismus – Wortentwicklung, Definitionen**

Der Begriff Tourismus (*engl. tourism, frz. tourisme, ital. turismo, span. turismo, port. turismo, niederl. toerisme, schwed. turism, finn. turismi, norweg. turisme, slowen. turizem, dän. turisme*) geht zurück auf das französische Substantiv le tour (= Reise, auch Rundgang, Spaziergang), ist aber erstmals um 1800 im Englischen belegt; im Französischen taucht er 1816 auf.

Die französischen Worte tourisme und touriste wurden als offizielle Begriffe erstmals vom [Völkerbund](http://de.wikipedia.org/wiki/VÃ¶lkerbund) verwendet, um Reisende zu beschreiben, die mehr als 24 Stunden im [Ausland](http://de.wikipedia.org/wiki/Ausland) verbringen. Der Völkerbund hatte Französisch als Verkehrssprache.

Das Englische und das Französische kennen nur diesen Begriff für „Tourismus“, das Deutsche hingegen auch noch den älteren Begriff [Fremdenverkehr](http://de.wikipedia.org/wiki/Fremdenverkehr). Im deutschen Sprachgebrauch tauchte die Bezeichnung „Tourismus“ in den 1960er Jahren auf. Seit den 1980er Jahren wurden die Bezeichnungen vieler offizieller Fremdenverkehrsinstitutionen im deutschen Sprachraum auf den Begriff Tourismus umgestellt, da man Gäste nicht länger als Fremde bezeichnen wollte. Um 2000 tauchte der Tourismus in der Wortprägung Kriminaltourismus mit negativer Konnotation auf. Zwischen [Fremdenverkeh](http://de.wikipedia.org/wiki/Fremdenverkehr)r und Tourismus besteht heute kein Unterschied.

Tourismus kann folgendermaßen definiert werden: Die in einem bestimmten Ort bzw. Gebiet durch den Zustrom von Fremden bzw. nicht dort Ansässigen (Freizeitreisende, Geschäftsreisende, Tagestouristen) entstehende wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderung und die daraus dort und anderswo resultierende Industrie oder Tätigkeit. Aus beruflichen Gründen täglich in einen anderen Ort fahrende Unternehmer oder Arbeitskräfte („Pendler“) werden hier nicht erfasst.

Die [Welttourismusorganisation](http://de.wikipedia.org/wiki/Welttourismusorganisation) der Vereinten Nationen (UNWTO) definiert: „die Gesamtheit aller Bewegungen von Personen, die aus wirtschaftlichen, kulturellen Gründen, zu beruflichen, sportlichen, gesundheitlichen und vergnüglichen Zwecken ihren Wohnsitz, ohne Aufgabe der mit ihm verbundenen rechtlichen und wirtschaftlichen Beziehungen, zu vorübergehenden Aufenthalt verlassen.“

Das Bildungswesen bleibt bei diesen Definitionen weitgehend ausgeklammert. Befindet sich ein Student, der aus seinem Wohnort für zehn Monate in ein Studentenheim einer Universitätsstadt zieht, dort aus „geschäftlichen Motiven“? Bejaht man diese Frage, so kann man seine 300 Nächtigungen in diesem Heim ohne Weiteres in die Tourismusergebnisse der Universitätsstadt aufnehmen. In der praktischen Anwendung der Definitionen bestehen in Europa unterschiedliche Vorgangsweisen, soweit eine amtliche Tourismusstatistik überhaupt geführt wird.

|  |
| --- |
| **AUFGABEN UND ÜBUNGEN** |

**ÜBUNG 1.**

**Überlegen Sie zuerst: was verstehen Sie unter dem Begriff „Tourismus“? Berichten Sie über Ihre Vermutungen in der Gruppe.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Prüfen Sie danach, welche Ihrer Vermutungen richtig waren.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Wann ist der Begriff Tourismus erstmals belegt?
2. Was bezeichnete das Wort „Tourismus“ im Französischen?
3. Wann tauchte die Bezeichnung „Tourismus“ im deutschen Sprachgebrauch auf?
4. Besteht heute zwischen den Begriffen „[Fremdenverkehr](http://de.wikipedia.org/wiki/Fremdenverkehr)“ und „Tourismus“ ein Unterschied?
5. Wie kann „Tourismus“ definiert werden?
6. Was bedeutet die Abkürzung UNWTO?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über die Wortentwicklung und Definitionen des Begriffes „Tourismus“ erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Der* [*Fremdenverkehr*](http://de.wikipedia.org/wiki/Fremdenverkehr)*; die offizielle Fremdenverkehrs-institution; der Zustrom von Fremden; der/die Freizeitreisende; der/die Geschäftsreisende; der Tagestourist; der Pendler; die* [*Welttourismusorganisation*](http://de.wikipedia.org/wiki/Welttourismusorganisation) *der Vereinten Nationen (UNWTO); der vorübergehende Aufenthalt; die Nächtigung; eine amtliche Tourismusstatistik führen.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) Der Begriff Tourismus geht zurück auf, … .

2) Die französischen Worte „tourisme“ und „touriste“ wurden als offizielle Begriffe erstmals vom [Völkerbund](http://de.wikipedia.org/wiki/VÃ¶lkerbund) verwendet, um … .

3) Im deutschen Sprachgebrauch tauchte die Bezeichnung „Tourismus“… .

4) Seit den 1980er Jahren wurden die Bezeichnungen vieler offizieller Fremdenverkehrsinstitutionen im deutschen Sprachraum auf den Begriff Tourismus umgestellt, da … .

5) Der Tourismus ist die Gesamtheit aller Bewegungen von Personen, die … .

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) Ist - um 1800 - belegt - im Englischen - der Begriff - erstmals - Tourismus.

2) [Fremdenverkehr](http://de.wikipedia.org/wiki/Fremdenverkehr) - die Bezeichnung - in den 1960er Jahren -„Tourismus“ - im deutschen - tauchte - auf - Sprachgebrauch.

3) Und - Tourismus - heute - Unterschied - besteht - kein - Zwischen.

4) Kriminaltourismus - um 2000 - der Tourismus - tauchte - in der Wortprägung - auf - mit negativer Konnotation.

5) Anwendung - der Definitionen - in der praktischen - bestehen -unterschiedliche - in Europa - Vorgangsweisen.

**ÜBUNG 8.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1) Слово «туризм» походить від французького *le tour* (= подорож, прогулянка), але вперше це поняття документально підтверджене в англійській мові у 1800 році.

2) Французьські слова «tourisme» і «touriste» вживались як офіційні поняття для позначення мандрівників, які проводять за кордоном більше ніж 24 години.

3) У німецькому слововживанні термін «туризм» з`явився в 1960-ті роки.

4) Туризм – це діяльність осіб, які здійснюють поїздки і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їх звичайного середовища на термін від 24 годин до одного року, з будь-якою метою, але без здійснення діяльності, яка оплачується з джерел, що знаходяться у місці відвідання.

**ÜBUNG 9.**

**Welche Überschrift passt für diese Wortgruppen? Ergänzen Sie!**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Gepäck - Unterkunft - Urlaubszeit - Papiere -**  **Verkehrsmittel - Urlaubsart** | | |
| 1. \_\_\_\_\_\_\_  der Strand  die Berge  eine Stadt | 2. \_\_\_\_\_\_\_\_  der Koffer  die Tasche  der Rucksack | 3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  mit dem Schiff  mit dem Flugzeug  mit dem Zug | |

**ÜBUNG 10.**

**Grammatikwiederholung. Ergänzen Sie die Wechsel-präpositionen und Artikel bzw. Pronomen.**

**Ein Stadtstreicher in New York**

Frankfurt. Die Stewardessen *in der* Lufthansa-Maschine trauten ihren Augen nicht. … ihnen saß … Luxus-Sessel der Reihe 3 ein ärmlich gekleideter älterer Mann. „Eine Flasche Sekt bitte", verlangte der Fluggast … abgetragenen Mantel. Die Überprüfung ergab: Einern Stadtstreicher war es gelungen, sich als blin­der Passagier … Flugzeug zu schmuggeln. Hubert H. kannte sich gut aus … Frankfurter Flughafen. Wenn es … Straßen und Plätzen und … Parks der Stadt zu kalt wurde, fand er … Gebäuden des Flughafens eine warme Unterkunft. Jetzt packte ihn die Reiselust. Unerkannt spazier­te er … Großraum-Jet und setzte sich selbstbewusst … erste Klasse. Dort machte er es sich … eleganten Geschäftsleuten bequem. … New Yorker Kennedy Airport stellte sich heraus, dass sich … löcherigen Anzug des Obdachlosen weder ein Pass noch ein Pfennig Geld befanden. Nach sechsstündigem Aufenthalt wurde Hubert H. … seine Heimatstadt Frankfurt zurücktransportiert. Nach einer Vernehmung … dortigen Polizeistation durfte er gehen.

**ÜBUNG 11.**

**Grammatikwiederholung. Ergänzen Sie den Lückentext.**

**(am / ans / den / den / den / der / der / des / die / im / im)**

Sommer in München.

Radeln, schwimmen und dann ein Picknick an *den* Osterseen machen, barfuss durch … . Englischen Garten laufen, frühstücken in … Lenbachgalerie, lange spazieren gehen, … schönsten Sonnenuntergang … Sommers … Starnberger See beobachten, wenn's regnet, in … gemütliche Sauna … Zentrum gehen und … August vielleicht ein paar Tage … Mittelmeer fahren, … netteste Typ Münchens sucht eine Partnerin mit Geist und Lebensfreude zwischen 45 und 50.

**ÜBUNG 12.**

**Ergänzen Sie die richtigen Verbformen.**

**Urlaub ist die schönste Zeit des Jahres. Aber nicht immer. Mancher Urlaub wird schnell zum Pannen-Urlaub. Deshalb: Achten Sie auf das „Kleingedruckte“ und bitten Sie Ihr Reisebüro, alle wichtigen Angaben zum Urlaub schriftlich zu bestätigen – damit`s kein Pannen-Urlaub wird!**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| warten | abfliegen | verpassen | ankommen |

**a)** Uta aus Gießen wollte für drei Wochen nach Australien fliegen. Sie war schon im Flugzeug, da mussten alle wieder aussteigen: Maschinenschaden! Wir … 13 Stunden am Flughafen … , erst dann … wir … . In Bangkok … wir den Anschlussflug … und … einen Tag zu spät in Sydney … . Ich war fix und fertig.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| arbeiten | zurückfliegen | machen |

**b)** Manchmal ist das Hotel eine Baustelle. Ehepaar Wagner aus Trier: „Die Handwerker … von morgens bis abends … . Der Lärm war unerträglich. Wir … dann nach einer Woche wieder … und … zu Hause Urlaub … .“

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| fallen | schlafen | ausziehen |

**c)** Oder man hat ungebetene Gäste: „Überall im Bungalow waren Ameisen“, sagt Gerda P. aus Neustadt. „Und nachts … die Kakerlaken von der Decke auf mein Bett … . Es war furchtbar. Ich … zwei Nächte nicht … , dann … ich … .“

|  |  |
| --- | --- |
| finden | umziehen |

**d)** Oft stimmen die Angaben im Katalog nicht. Thorsten S. aus Hamburg: „Das Fünf-Sterne-Hotel war eine Bruchbude, da wollte ich nicht bleiben. Zum Glück … ich schnell ein neues Hotel … und … gleich am nächsten Tag … .“

**Übung 13.**

**Kursorisches Lesen. Lesen Sie nur den Titel des folgenden Artikels. Sammeln Sie vor dem Lesen Ideen in der Gruppe. Lesen Sie danach den Text einmal ohne Wörterbuch und besprechen Sie ihn mit Ihren Studienkollegen.**

**Outgoing-Tourismus in Deutschland**

2010 unternahmen Deutsche 63,3 Millionen Urlaubsreisen (Zweck: Erholung; Mindestdauer: 5 Übernachtungen), von denen 33 % ins [Inland](http://de.wikipedia.org/wiki/Inland-Tourismus) führten. Dabei buchten sie 1,4 Milliarden Übernachtungen und gaben 120 Milliarden Euro aus, von denen 61,4 Milliarden Euro auf Auslandsreisen entfielen. 48,7 Millionen Deutsche über 14 Jahre haben an mindestens einer Urlaubsreise teilgenommen, was einer Reiseintensität von 75,1 % entspricht. Das beliebteste Reiseziel hierbei war Deutschland selbst mit 33,0 %, wovon allein 6,3 Prozentpunkte auf [Bayern](http://de.wikipedia.org/wiki/Bayern) entfielen. Es folgten Spanien mit 13,0 %, Italien mit 7,7 %, die [Türkei](http://de.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkei) mit 7,0 % und Österreich mit 5,2 %. Bei 48 % der Reisen erfolgte die An- und Rückreise mit dem [PKW](http://de.wikipedia.org/wiki/Personenkraftwagen), bei 36 % mit dem [Flugzeug](http://de.wikipedia.org/wiki/Flugreise), bei 8 % mit dem [Bus](http://de.wikipedia.org/wiki/Omnibus) und bei 5 % mit der [Eisenbahn](http://de.wikipedia.org/wiki/Eisenbahn). Hauptreiseländer mit dem [PKW](http://de.wikipedia.org/wiki/PKW) sind Dänemark, Italien, Kroatien, Österreich, die Schweiz und Ungarn. Die Reisedauer betrug durchschnittlich 12,3 Tage, die Kosten 861 Euro pro Person. (Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.)

**Übung 14.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen. Um den Text logisch aufzubauen, ist es korrekt mehrere Redewendungen zu gebrauchen.** *Z.B.:*

*Dieser Artikel ist dem Thema ... gewidmet. / Dieser Artikel informiert den Leser zum Thema ... . Im vorliegenden Beitrag …/ Im Artikel ist die Rede von ... (Dat). / Es handelt sich (um Akk.)... . Der Autor befasst sich mit … / Der Korrespondent betrachtet das Problem …. Dieses Thema ist sehr aktuell … (wichtig, notwendig, interessant, amüsant, von großer Bedeutung).*

**Гірськолижні курорти Німеччини**

**Гарміш - Партенкірхен – н**айбільший і найвідоміший гірськолижний курорт Німеччини. Причому єдиний, що представляє цю країну в престижному клубі Best Of The Alps.

Зараз на курорті проживає 26 тисяч жителів. Він майже суцільно складається з прянішних будиночків і будинків у старовинному стилі, неначе вийшли з солодкої казки.

Дві зони катання **Гарміш-Партенкірхена - «Плато Цугшпітц» і Хаусберг/Кройцек/Альтшпітце** в цілому складають 60 км трас. Вони об'єднані єдиним скипасом і залізничним сполученням з австрійською стороною Цугшпітце. Найвідоміша траса «Кандахар» має довжину 3700 метрів і перепад висот 940 метрів. На ній проводяться етапи Кубка світу зі швидкісного спуску. На льодовику на плато Цугшпітце катання можливе з жовтня по травень.

Для апрески можливості курорту практично необмежені: більш ніж ста ресторанів, Олімпійський Льодовий палац, природні катки на озерах Ріссерзее і Пфлегерзее, освітлені санні траси, аквапарк, театр.

Доповнять різноманітну програму екскурсії в замки Нойшванштайн і Ліндерхоф, а також в мальовничу ущелину Партнахкламм.

**Urlaub- & Reisewitze**

☺☻☺Zwei Touristen sind auf einer Reise nach [Crikvenica](http://www.spar-mit.com/crikvenica/index.php). Als sie das Ortsschild sehen, beginnen sie zu streiten, wie man diesen Namen wohl ausspricht. So geht es die ganze Zeit, bis sie sich entschließen, anzuhalten und etwas zu essen. Als sie im Restaurant an der Kasse stehen, fragt einer der Touristen die blonde Kassiererin: "Entschuldigung, können Sie uns bitte mal ganz langsam und deutlich sagen, wo wir hier sind?" Die Blondine beugt sich über den Tresen und sagt: "Buuurrr-geerrr-kiiinggg!"

|  |
| --- |
| **Lektion 2** |

**Text: DER TOURISMUS – EINE TYPISCHE**

**DIENSTLEISTUNGSBRANCHE**

*„Ein Tourist ist ein Mensch, der auf Reisen geht,*

*um mal was anders zu sehen, und sich dann beklagt,*

*dass alles so ganz anders ist“*

*(Hans-Joachim Kullenkampf, deutscher*

*Schauspieler und Fernsehmoderator)*

Eine Ur­laubsreise setzt sich aus verschiedenen Einzelleistungen wie Information, Buchung, Transport, Unterbringung oder Betreuung vor Ort zusammen. In der Regel werden diese Einzelleistun­gen von verschiedenen Leistungsträgern übernommen. So spielen z.B. Reisebüro, Reiseveranstalter, Fluggesellschaft, Incoming-Agentur vor Ort und Hotelgesellschaft zusammen. Die touristischen Leistungen sind starken Nachfrageschwankungen unterworfen, weil die Bereit­schaft der Kunden zur Abnahme des Tourismusangebots zu verschiedenen Jahreszeiten unter­schiedlich ist, und man bezeichnet diese Erscheinung als Saisonalität.

Das touristische Produkt birgt dabei einen beson­deren emotionalen Gehalt in sich, indem die Menschen hohe Anforderungen und Hoffnungen in die Gestaltung ihrer Urlaubszeit setzen. Touristische Leistungen kön­nen im Wesentlichen nur über den direkten persön­lichen Kontakt erbracht werden. Daher hat die Qualität dieser Begegnungen auch einen hohen Einfluss auf den Erfolg eines Urlaubs. In diesem Zusammenhang spricht man von der Kundenorientierung in der Tourismus­branche.

Es ist offensichtlich, dass die Qualität der touristi­schen Leistungen zur Kundenzufriedenheit führt. Denn Kunden vergleichen ihre Erwartungen an die Qualität der Leistung stets mit der tatsächlich wahrgenommenen Leistung. Die Folge dieses Vergleichsprozesses ist ent­weder Zufriedenheit oder Unzufriedenheit.

Nicht erfüllte Erwartungen führen zur Unzu­friedenheit und somit entweder zur schweigsamen Abwanderung oder zur offenen Erörterung darüber bzw. zu einer Beschwerde*.* Erfüllte Erwartungen führen grundsätzlich nur zu einer moderaten Zufriedenheit und somit zu indifferentem Verhalten. Sie sind schließlich nichts besonderes, sie sind sozusagen das Mindeste. Übertroffene Erwartungen schlagen in Begeisterung um. Sie sollten das Ziel eines Unternehmens sein.

Begeisterte Kunden sind extrem loyal, bereit zum Wiederkauf, und was am wichtigsten ist, sie sind die preisgünstigsten Werbeträger. Sie empfehlen das Rei­seunternehmen weiter.

Die Entwicklungsphasen des Kundenservices umfas­sen folgende Aktivitäten: Bearbeitung, Beratung, Betreuung, Beziehung, Bindung.

Die Qualität der Kundenorientierung wird von zwei Faktoren bestimmt – der unternehmerischen Qualität und den persönlichen Kompetenzen der Mitarbeiter. Daraus ergeben sich die 7 A's: 1. Anziehung; 2. Auftritt; 3. Anfrage; 4. Angebot; 5. Abschluss; 6. Abwicklung; 7. „After-Sale“-Betreuung.

|  |
| --- |
| **AUFGABEN UND ÜBUNGEN** |

**ÜBUNG 1.**

**Überlegen Sie zuerst, was Sie vom Inhalt des Textes „Der Tourismus – eine typische Dienstleistungsbranche“ erwarten. Was fällt Ihnen spontan zu seinem Titel ein? Berichten Sie über Ihre Assoziationen und Vermutungen im Plenum.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Prüfen Sie danach, welche Ihrer Vermutungen richtig waren.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Aus welchen Einzelleistungen setzt sich eine Urlaubsreise zusammen?
2. Von welchen Leistungsträgern werden diese Einzelleistungen übernommen?
3. Warum sind die touristischen Leistungen starken Nachfrageschwankungen unterworfen?
4. Was bezeichnet man mit dem Begriff „Saisonalität“?
5. Kann man von der Kundenorientierung in der Tourismusbranche sprechen? Warum?
6. Was hat einen hohen Einfluss auf den Erfolg eines Urlaubs?
7. Was kann zur Kundenunzufriedenheit führen?
8. Wer kann ein Reiseunternehmen weiterempfehlen?
9. Welche Aktivitäten umfassen die Entwicklungsphasen des Kundenservices?
10. Von welchen Faktoren wird die Qualität der Kundenorientierung bestimmt?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über den Tourismus als eine typische Dienstleistungsbranche erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Die Buchung; die Unterbringung; die Betreuung; das Reisebüro; der Reiseveranstalter; die Incoming-Agentur; die touristischen Leistungen; den Nachfrageschwankungen unterworfen sein (D); die Abnahme des Tourismusangebots; hohe Anforderungen setzen; die Kundenorientierung in der Tourismusbranche; zur Kundenzufriedenheit führen; übertroffene Erwartungen; preisgünstig sein; die Anwanderung; die Anziehung.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) Die Einzelleistungen werden z.B. von Reisebüro, Reiseveranstalter, … übernommen.

2) Die touristische Leistungen sind … unterworfen.

3) Nicht erfühlte Erwartungen führen zur … .

4) Begeisterte Kunden sind … .

5) Die Qualität der Kundenorientierung wird von 2 Faktoren bestimmt: … .

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) Können – über – touristische – den – direkten – erbracht werden – Kontakt – Leistungen – persönlichen.

2) Der – die Qualität – zur – führt – touristischen – Kundenzufriedenheit – Leistungen.

3) Erwartungen – in – übertroffene – schlagen – um – Begeisterung.

4) Kunden – zum – begeisterte – sind – Wiederkauf – bereit.

5) Betreuung – umfassen – Bindung – des Kundenservices – Beziehung – die Entwicklungsphasen – Bearbeitung – Beratung.

**ÜBUNG 8.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1) Туристичні послуги залежать головним чином від коливання попиту в туристичній галузі.

2) Нездійснені очікування приводять до загального невдоволення клієнтів та їх втрати.

3) Люди покладають великі надії на організацію своєї відпустки туристичними агентствами.

4) Задоволені клієнти рекомендують своє туристичне агентство знайомим і стають таким чином безкоштовною рекламою для нього.

5) Туристичне бюро орієнтується на потреби своїх клієнтів і одним з головних факторів якості їх обслуговування вважається компетенція співробітників турфірми.

**ÜBUNG 9.**

**Ergänzen Sie den Dialog „Im Reisebüro“. Die Wörter in den Klammern sind nur Vorschläge.**

*Angestellte:* Sie möchten eine preiswerte Reise buchen.

Wann möchten Sie denn gern fahren?

*Kundin:* (Nebensaison / Hauptsaison / Schulferien /...)

*Angestellte:* Welche Art von Urlaub haben Sie sich denn vorgestellt?

*Kundin:* (etwas erleben / aktiv sein / exotisch/ erholsam /...)

*Angestellte:* Darf es auch eine Fernreise oder eine Pauschalreise sein?

*Kundin:* (nicht) gern fliegen / mit der Bahn / lieber allein organisieren / ...)

*Angestellte:* Dann wäre …………… genau das Richtige für Sie!

**ÜBUNG 10.**

**Hier sind 7 Fachwörter versteckt. Schreiben Sie die Substantive mit Artikel in die Liste.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **W** | **I** | **E** | **D** | **E** | **R** | **K** | **A** | **U** | **F** |
| **S** | **Q** | **B** | **U** | **C** | **H** | **U** | **N** | **G** | **I** |
| **L** | **E** | **I** | **S** | **T** | **U** | **N** | **G** | **D** | **A** |
| **D** | **R** | **Z** | **H** | **V** | **O** | **D** | **A** | **X** | **M** |
| **E** | **R** | **B** | **O** | **N** | **R** | **E** | **I** | **S** | **E** |
| **P** | **R** | **E** | **I** | **S** | **E** | **B** | **Ü** | **R** | **O** |
| **T** | **O** | **U** | **R** | **I** | **S** | **M** | **U** | **S** | **M** |

1. *die Reise .*

2. .

3. .

4. .

5. .

6. .

7. .

**ÜBUNG 11.**

**Spiel: Ich mache eine Reise**

1. Student: *Ich mache eine Reise nach A ... Afrika.*

*2.* Student: *Ich mache eine Reise nach Afrika mit einem Bett.*

3. Student: *Ich mache eine Reise nach Afrika mit einem Bett und einer* CD *usw.*

**Wer ein Wort in der Reihe vergisst oder wem keines einfällt, der scheidet aus.**

**Übung 12.**

**Informieren Sie sich über die meistbesuchten Länder laut einer Studie der** [**Welttourismusorganisation**](http://de.wikipedia.org/wiki/Welttourismusorganisation) **(Ankünfte von Übernachtungsgästen pro Jahr). Verfassen Sie Ihre Stellungnahme zu den Zahlen in der Tabelle.**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. [Frankreich](http://de.wikipedia.org/wiki/Frankreich) | 79,1 Millionen |
| 2. [Spanien](http://de.wikipedia.org/wiki/Spanien) | 58,5 Millionen |
| 3. [Vereinigte Staaten](http://de.wikipedia.org/wiki/Vereinigte_Staaten) | 51,1 Millionen |
| 4. [China](http://de.wikipedia.org/wiki/China) | 49,6 Millionen |
| 5. [Italien](http://de.wikipedia.org/wiki/Italien) | 41,1 Millionen |
| 6. [Russland](http://de.wikipedia.org/wiki/Russland) | 32,3 Millionen |
| 7. [Vereinigtes Königreich](http://de.wikipedia.org/wiki/Vereinigtes_KÃ¶nigreich) | 30,1 Millionen |
| 8. [Deutschland](http://de.wikipedia.org/wiki/Deutschland) | 23,6 Millionen |
| 9. [Mexiko](http://de.wikipedia.org/wiki/Mexiko) | 21,4 Millionen |
| 10. [Österreich](http://de.wikipedia.org/wiki/Ã–sterreich) | 20,8 Millionen |

**ÜBUNG 13.**

**Rollenspiel. Inszenieren Sie zu zweit ein Gespräch mit folgenden Rollen: ein Reporter und ein Reisebüroinhaber. Diskutieren Sie über das Überleben von kleinen unabhängigen Reisebüros im Konkurrenzkampf.**

**Übung 14.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen.**

Інсентив-туризм

Інсентив-туризм – вид [ділового туризму](http://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%94%D1%96%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC&action=edit&redlink=1); [туристичні поїздки](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC), що організовуються підприємствами та фірмами для своїх співробітників чи партнерів як винагорода за високі показники в роботі.

Інсентив-туризм зародився у 1960-ті роки у [США](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%A8%D0%90). В США щорічно витрачається близько 25 млрд. доларів на інсентив-програмии, з них більше 10 млрд. - на інсентив-тури.

На теперішній час у Великій Британії на інсентив-тури припадає 40 відсотків загальних витрат підприємств на стимулювання робітників, а у [Франції](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%8F) та [Німеччині](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D1%96%D0%BC%D0%B5%D1%87%D1%87%D0%B8%D0%BD%D0%B0) майже 50 відсотків. Тривалість поїздок 3–7 днів, вартість середня (за європейськими мірками) – 1000 доларів США.

Бурхливе зростання заохочувального туризму в світі привело до створення ряду асоціацій цього профілю, проведення конференцій, організації виставок і видання спеціальних каталогів.

Прогнозується, що у ХХІ ст. інсентив-туризм перетвориться на основну форму заохочення найманих працівників.

Інсентив-туризм, як правило, відрізняється від масового туристичного продукту певною специфікою, а то й екстравагантністю: прогулянка на повітряній кулі чи політ на бойовому [винищувачі](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%89%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%87), пікнік на альпійській вершині чи виживання у джунглях, спуск у морські глибини чи [навколосвітня подорож](http://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8F_%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6&action=edit&redlink=1), [дегустація](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%B3%D1%83%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F) екзотичних страв і спиртних напоїв чи участь у поліцейській спецоперації та інше.

На сьогодні сформувалося три напрямки розвитку інсентив-туризму: колективні поїздки на відпочинок, які суміщаються з діловими заходами; виїзди колективів фірм, спрямовані на створення працездатних команд, так званий «team building» – формування команди; заохочувальні туристичні поїздки.

Найвідоміші інсентив-тури проходять у: – Франції (слідами норманських завойовників); – Шотландії (в пошуках лох-неського чудовиська); – Туреччині (цивілізація); – Нідерландах (смак Голландії); – Італії (у вині істина).

У світі витрати на організацію інсентив-туризму становлять 5—6 млрд $ США.

|  |
| --- |
| **Lektion 3** |

**Text: Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus**

Der Tourismus zählt weltweit zu den größten [Wirtschaftszweigen](http://de.wikipedia.org/wiki/Wirtschaftszweig). 2004 erzielte er nach Angaben der [Welttourismusorganisation](http://de.wikipedia.org/wiki/Welttourismusorganisation) einen Gesamtumsatz von etwa 623 Milliarden US-Dollar. Er absorbiert 11 Prozent der Konsumausgaben der westlichen Industriestaaten. Mit weltweit rund 100 Millionen Beschäftigten ist er der größte Arbeitgeber unter den Branchen. Grenzüberschreitende Reisen machen 25 bis 30 Prozent des Welthandels im Dienstleistungsbereich aus. Höhere Umsätze werden allenfalls noch in der Auto- und der Mineralölindustrie erzielt. Für viele Regionen ist der Tourismus zur wichtigsten Beschäftigungsgrundlage geworden.

Gleichwohl sind die Einnahmen höchst ungleich verteilt, werden doch 50 Prozent davon in nur sieben Ländern ([USA](http://de.wikipedia.org/wiki/Vereinigte_Staaten), [Großbritannien](http://de.wikipedia.org/wiki/Vereinigtes_KÃ¶nigreich), [Frankreich](http://de.wikipedia.org/wiki/Frankreich), [Italien](http://de.wikipedia.org/wiki/Italien), [Spanien](http://de.wikipedia.org/wiki/Spanien), [Deutschland](http://de.wikipedia.org/wiki/Deutschland), [Österreich](http://de.wikipedia.org/wiki/Ã–sterreich)) erzielt, während sich der Rest der Welt (ohne [Ostasien](http://de.wikipedia.org/wiki/Ostasien)/[Pazifik](http://de.wikipedia.org/wiki/Pazifik)) mit fünf Prozent der Einnahmen begnügen muss.

Die wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus können in direkte, indirekte und induzierte Wirkungen unterteilt werden. Die direkten Wirkungen entstehen dort, wo touristische Ausgaben getätigt werden (also z. B. in der [Hotellerie](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotellerie) oder [Gastronomie](http://de.wikipedia.org/wiki/Gastronomie)). Die indirekten Wirkungen entstehen durch Vorleistungen (also z. B. Bau von touristischer [Infrastruktur](http://de.wikipedia.org/wiki/Infrastruktur), [Lebensmittel](http://de.wikipedia.org/wiki/Lebensmittel) für die Gastronomie). Die induzierten Wirkungen entstehen durch das Ausgeben der Einnahmen, die durch die direkten und indirekten Effekte geschaffen wurden.

Für nationale [Volkswirtschaften](http://de.wikipedia.org/wiki/Volkswirtschaft) ist auch von Bedeutung, inwiefern die Einnahmen aus dem Tourismus in dem jeweiligen Land verbleiben. Durch den Import von Gütern für den touristischen Konsum (z. B. Lebensmittel) oder durch Tätigkeiten von ausländischen Unternehmen entstehen Gewinnabflüsse ins Ausland.

Die [Internationale Arbeitsorganisation](http://de.wikipedia.org/wiki/Internationale_Arbeitsorganisation) (ILO) geht davon aus, dass eine Stelle im touristischen Kerngeschäft, 1,5 weitere Stellen schafft. Damit schafft die Tourismusindustrie (direkt und indirekt) über 230 Millionen Stellen. Dies stellt etwa 8 % der weltweiten Arbeitskraft dar. Zwischen 60 und 70 % der Arbeitskräfte sind Frauen und mehr als die Hälfte sind unter 25 Jahre alt.

Auch wenn es Rationalisierungsbestrebungen gibt, bleibt der Tourismus ein arbeitsintensiver Sektor, der vor allem in Entwicklungsländern wertvolle Beschäftigungsmöglichkeiten für Niedrigqualifizierte mit sich bringt.

Die Entwicklung des Fremdenverkehrs erfolgt über die wirtschaftliche Entwicklung, den Umweltschutz und der Wahrung der Identität der lokalen Bevölkerung. Eine enge Verbindung lässt sich auch zwischen der Entwicklung des Fremdenverkehrs und der Entwicklung des kulturellen Erbes herstellen: Der Fremdenverkehr schafft nicht nur Einkommen und Beschäftigung, sondern trägt auch zur Entwicklung einer lokalen und regionalen Identität bei. Der Fremdenverkehr bietet Beschäftigung und Einkommen für Personen, die in entwicklungsschwachen Regionen leben.

|  |
| --- |
| **AUFGABEN UND ÜBUNGEN** |

**ÜBUNG 1.**

**Überlegen Sie zuerst, was Sie vom Inhalt des Textes „Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus“ erwarten. Was fällt Ihnen spontan zu seinem Titel ein? Berichten Sie darüber in der Gruppe.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Prüfen Sie danach, welche Ihrer Vermutungen richtig waren.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Zählt der Tourismus weltweit zu den größten [Wirtschaftszweigen](http://de.wikipedia.org/wiki/Wirtschaftszweig)? Beweisen Sie das!
2. Wie können die wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus unterteilt werden?
3. Was können Sie über die direkten Wirkungen des Tourismus berichten?
4. Wodurch entstehen die induzierten Wirkungen des Tourismus?
5. Was ist für nationale [Volkswirtschaften](http://de.wikipedia.org/wiki/Volkswirtschaft) von besonderer Bedeutung?
6. Wie viel Arbeitsstellen schafft die Tourismusindustrie (direkt und indirekt)?
7. Warum bleibt der Tourismus ein arbeitsintensiver Sektor?
8. Wie kann man die Entwicklung des Fremdenverkehrs und des kulturellen Erbes miteinander verbinden?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Nach Angaben der* [*Welttourismusorganisation*](http://de.wikipedia.org/wiki/Welttourismusorganisation)*; die grenzüberschreitende Reise; die wirtschaftliche Wirkung des Tourismus; die touristischen Ausgaben; die Einnahmen aus dem Tourismus; der Import von Gütern für den touristischen Konsum; die Entwicklung des Fremdenverkehrs; Einkommen und Beschäftigung schaffen; über die wirtschaftliche Entwicklung erfolgen; die Entwicklung des kulturellen Erbes herstellen.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) Grenzüberschreitende Reisen machen … aus.

2) Die wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus können in … unterteilt werden.

3) Die indirekten Wirkungen entstehen durch … .

4) Wenn es Rationalisierungsbestrebungen gibt, bleibt der Tourismus … .

5) Eine enge Verbindung lässt sich auch zwischen der Entwicklung des Fremdenverkehrs und der Entwicklung des kulturellen Erbes herstellen: … .

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) Viele - der Tourismus – für – ist – Regionen – geworden – zur – Beschäftigungsgrundlage - wichtigsten.

2) Absorbiert – Industriestaaten - der Tourismus - 11 Prozent - der westlichen - der Konsumausgaben.

3) den Import – für - von Gütern – durch - den touristischen – entstehen – Konsum - ins Ausland - Gewinnabflüsse.

4) 230 Millionen Stellen - die Tourismusindustrie – schafft - über.

5) Trägt - einer lokalen und regionalen - bei - der Fremdenverkehr – Identität - zur Entwicklung.

**ÜBUNG 8.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1) У всьому світі туризм належить до найбільших галузей економіки.

2) За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО) загальний обіг у сфері туризму в 2004 році становив 623 млрд. американських доларів.

3) Проте прибутки від туризму розподілені нерівномірно – 50 % з них належать лише 7 країнам (США, Великобританії, Франції, Італії, Іспанії, Німеччині, Австрії).

4) Для національної економіки значення має також, наскільки доходи з туризму залишаються у цій країні.

5) Туризм дає гарні можливості для працевлаштування низькокваліфікованих робітників переважно в країнах, що розвиваються.

**ÜBUNG 9.**

**Was ist für die Leute im Urlaub wichtig?**

**Suchen Sie die Personen mit gleichen Interessen.**

|  |  |
| --- | --- |
| Ada / einfach nichts tun **>**  Eva / Menschen kennen lernen **>**  Alex / Sport treiben **>**  Rita / Sehenswürdigkeiten besichtigen**>**  Gerd / Zeit für die Familie haben **>**  Vito/gut essen und trinken**>**  Reza / fremde Länder kennen lernen **>**  Jim / etwas lernen **>**  Mari / in der Sonne liegen**>** | **<** Jörg / sich sonnen und braun werden  **<** Nina / faulenzen  **<** Claudia / kochen oder ins Restaurant gehen  **<** Rosa / einen Kurs machen  **<** Kay / Museen und alte Städte besuchen  **<** Eduard / ins Ausland reisen  **<** Lilly / sich viel bewegen  **<** Anna / viel mit den Kindern spielen  **<** Horst / neue Leute treffen |

**ÜBUNG 10.Grammatikwiederholung. Komposita. Bilden Sie die passenden Wörter mit „-reise“ oder „Reise-“.**

*Komposita = 1. Wort (Spezialwort) + 2. Wort (Grundwort)*

*(besondere Bedeutung) (allgemeine Bedeutung)*

|  |  |
| --- | --- |
| 1. das Gepäck für eine Reise  2. eine Reise durch Europa  3. der Preis einer Reise  4. der Leiter einer Reise  5. eine Reise um die Welt  6. die Versicherung für Reisegepäck  7. die Pläne für eine Reise | *das Reisegepäck*  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

**ÜBUNG 11.**

**Grammatikwiederholung. Komposita. Ergänzen Sie die Artikel. Bei zusammengesetzten Wörtern (Komposita: Nomen + Nomen) bestimmt das zweite Wort den Artikel.**

|  |  |
| --- | --- |
| *die*  Busreise  \_\_\_\_ Reisebüro  \_\_\_\_ Reisebeschreibung  \_\_\_\_ Geschäftsreise  \_\_\_\_ Gruppenreise | \_\_\_\_ Reiseziel  \_\_\_\_ Reisebericht  \_\_\_\_ Reiseprospekt  \_\_\_\_ Reiseveranstalter  \_\_\_\_ Reisegruppe |

**ÜBUNG 12.**

**Grammatikwiederholung. Gebrauch des Artikels.**

**Tokio hat das beste Preis-Leistungs-Verhältnis**

Weltweit gilt … Preis-Leistungs-Verhältnis von … Hotels im japanischen Tokio bei Hotelgästen als führend. Das geht aus … Analyse … Online-Reservervierungsportals hervor. Es verglich rund 600.000 Hotelbewertungen von hotel.de-Buchungskunden aus aller Welt zum Preis-Leistungs-Verhältnis in 3- und 4-Sterne-Hotels und leitete daraus … Hotel-Preis-Leistungs-Index zum Ende … Jahres 2008 ab. Während demnach Tokio vorn liegt, enttäuschen … Mega-Cities London, Moskau oder … New York und schaffen es nicht in die Top 20. Ein Vergleich … deutschen Großstädte weist nicht München oder Berlin, sondern … Augsburg als Sieger aus. Auf … vorderen Plätzen befinden sich auch Großstädte aus … Osten wie Chemnitz, Magdeburg und Leipzig. Ganz unten finden sich dagegen Hamburg, München und Köln. Insgesamt aber erwiesen sich … Hotels in … deutschen Metropolen in Sachen "Preis-Leistung" als international konkurrenzfähig.

**ÜBUNG 13.**

**Rollenspiel. Inszenieren Sie zu zweit ein Gespräch zum Thema dieser Lektion. Diskutieren Sie über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus.**

**Übung 14.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen.**

Екологічний туризм у часи боротьби зі змінами клімату стає дедалі популярнішим

На ярмарку туризму ITB у Берліні пропозицій "зеленого відпочинку" цього року не бракує. Відпустка вдома чи неподалік від дому, з точки зору збереження довкілля і захисту клімату, є найкращою, адже не потрібно долати величезні відстані літаком чи автомобілем, які продукують викиди СО2. Європейців приваблює також відпочинок у невеличких готелях у горах чи в лісі, зроблених з нешкідливих природних матеріалів, де немає кондиціонерів, використовується лише отриманий екологічним шляхом струм, а в меню – страви з продуктів із позначкою «біо». Bildunterschrift: [Großansicht des Bildes mit der Bildunterschrift:](http://www.dw-world.de/popups/popup_lupe/0,,5337850_ind_1,00.html)

Попит на «зелений туризм» у Німеччині є доволі високим. Наприклад, щороку близько 50 мільйонів людей відвідують німецькі національні парки.  Барбара Енгельс, відповідальна за туризм у федеральному відомстві з питань охорони довкілля, розповідає: «У багатьох проектах, пов'язаних із захистом навколишнього середовища, важливу роль відіграє екологічний туризм. Тобто, йдеться про дбайливе ставлення до природи, а також про отримання прибутків».

Домінік Россманн: «Туризм і довкілля дуже тісно пов'язані між собою, оскільки туризм функціонує лише у здоровому середовищі. Ніхто не хоче проводити відпустку на сміттєзвалищі або у зоні техногенної катастрофи. Люди хочуть насолоджуватися недоторканою природою».

|  |
| --- |
| **Lektion 4** |

**Text: DAS REISEBÜRO UND SEINE**

**DIENSTLEISTUNGEN FÜR KUNDEN**

Das Reisebüro ist ein Unternehmen, das als Mittler zwischen Reisenden und Verkehrsunternehmen, Ho­tels, Gaststätten u. a. tätig ist. Das Reisebüro organisiert und verkauft in der Regel Einzel- und Gesellschaftsreisen aller Art.

Die meisten Urlauber begin­nen ihre Reisevorbereitungen mit einem Besuch im Reisebüro. Dort finden sie verschiedene Einzelleis­tungen, wie Information, Beratung, Buchung, Transport usw. Reisebüros sind Handelsunternehmen, die touristische Leistungen von Reiseveranstaltern sowie Beförderungsleistungen von Verkehrsunternehmen verkaufen.

Der Reiseveranstalter ist der Organisator einer Pauschalreise, d.h. er arrangiert die Reise aus den einzelnen Leistungen und bietet sie zum Gesamtpreis dem Reisenden an. Der Reiseveran­stalter verkauft dem Kunden Pauschalreisen direkt oder über Reisebüros, Agenturen, Verkaufs- und Buchungs­stellen.

Pauschalreisen entstehen aus der Bündelung von mindestens zwei Hauptreiseleistungen, z.B. Beförderung und Unterkunft, Unterkunft und Hobbykurs, Kreuzfahrt mit Verpflegung usw. Der Reiseveranstalter übernimmt die Organisation von Reiseleistungen wie Beförderung, Unterbringung, Verpflegung, Transfer, Animation. Der Anteil der Pauschalreisen am Gesamtreiseaufkommen des deutschen Marktes lag laut der Statistik für 2000 bei 31%. Als standardisiertes, vorgefertigtes Programm eignen sich Pauschalreisen zum Angebot in Katalogen und lassen sich dadurch leichter vermarkten.

Also, die Tourismusbranche ist eine typische Dienstleitungsbranche. Touristische Leistun­gen können im Wesentlichen nur über den direkten persönlichen Kontakt erbracht werden. Deshalb hat die Qualität dieser persönlichen Begegnungen im Reisebüro einen hohen Einfluss auf den Erfolg eines Urlaubs. Es ist kein Geheimnis, dass im Jahre 2000 Individualreisen einen Anteil von 51% aller Haupturlaubsreisen ausmachten. Das waren Reisen, die von den Reisenden selbst organisiert und direkt beim Hotel gebucht wurden. Diese Urlaubsreisenden kamen also nicht zum Reisebüro.

In Deutschland waren im Jahre 2001 rund 20 000 Reisebüros registriert. So besuchten nur 49% der Reisenden ein Reisebüro. Das ist gerade der Grund, warum die Reisebüros die Palette ihrer Dienstleistungen möglichst attraktiver zu gestalten versuchen. Ver­schiedene Versicherungsleistungen, Visa- und Devisen­beschaffung, Geldwechsel und Eintrittskarten werden zusätzlich angeboten.

Zu einem kompletten Reise- und Urlaubsschutz bei Pauschalreisen gehören Reisegepäck-, Reiseunfall-, Reisehaftpflicht- und Reisekrankenversicherung. Der Komplettschutz wird von führenden Anbietern dem Kunden in einem Paket verkauft. Außer diesen vier Versicherungsarten gibt es noch eine Reiserücktrittskostenversicherung. Das ist eine Versicherung gegen die finanziellen Folgen eines Rücktrittes von der Reise. Es kann passieren, dass ein Reiseabbruch zustande gekommen ist. So kann sich der Reisende gegen die Mehrkosten absichern.

|  |
| --- |
| AUFGABEN UND ÜBUNGEN |

**ÜBUNG 1.**

**Was assoziieren Sie mit dem Titel des Textes? Überlegen Sie zuerst und berichten Sie darüber in der Gruppe.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text „Das Reisebüro und seine Dienstleistungen für Kunden“, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Prüfen Sie danach, welche Ihrer Vermutungen richtig waren.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Wie definiert man den Fachbegriff „das Reisebüro“ im Text?
2. Was organisiert und verkauft das Reisebüro?
3. Womit beginnen die meisten Urlauber ihre Reisevorbereitungen?
4. Was versteht man unter Begriff „Pauschalreise“?
5. Wer übernimmt die Organisation von Reiseleistungen wie Beförderung, Unterbringung, Verpflegung u.s.?
6. Wie groß ist das Interesse der Kunden für die Pauschalreise?
7. Können die Reisen von den Reisenden selbst organisiert werden?
8. Warum versuchen die Reisebüros die Palette ihrer Dienstleistungen möglichst attraktiver zu gestalten?
9. Was gehört zu einem kompletten Reise- und Urlaubsschutz bei Pauschalreise?
10. Wie wird der Komplettschutz von führenden Anbietern dem Kunden verkauft?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über das Reisebüro und seine Dienstleistungen für Kunden erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Der Reiseveranstalter; die Gesellschaftsreise; eine Einzel-/ Gesellschaftsreise verkaufen; eine Urlaubsreise planen; die Buchung; die Kreuzfahrt; die Pauschalreise; die Beförderungsleitungen; Visa- und Devisenbeschaffung; Versicherungsleistungen anbieten; die Unterkunft; das Gesamtreiseaufkommen; der komplette Reise- und Urlaubsschutz; etw. in einem Paket verkaufen; die Reisegepäck-, Reiseunfall-, Reisehaftpflicht- und Reisekrankenversicherung; die Reiserücktrittskostenversicherung; sich gegen die Mehrkosten absichern; die finanziellen Folgen eines Rücktrittes von der Reise.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) In einem Reisebüro findet man verschiedene Einzelleistungen wie Information, … .

2) Der Reiseveranstalter ist … .

3) Pauschalreisen entstehen aus der Bündelung von zwei Hauptreiseleistungen … .

4) Im Jahre 2000 machten Individualreisen … aus.

5) Zu einem kompletten Reise- und Urlaubsschutz gehören … .

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) Als – ist – tätig – und – das Reisebüro – Mittler – Verkehrsunternehmen – zwischen – Reisenden – Hotels – Gaststätten.

2) Im Reisebüro – mit einem Besuch – die meisten Urlauber – ihre – beginnen – Reisevorbereitungen.

3) Der Organisator – der Reiseveranstalter – einer Pauschalreise – ist.

4) Übernimmt – von Reiseleistungen – der Reiseveranstalter – die Organisation.

5) Waren – organisiert – in Deutschland – im Jahre 2001 – 20000 Reisebüros.

**ÜBUNG 8.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1. Коли я планую відпустку, я звертаюсь насамперед до туристичного бюро.
2. Туристичне бюро організовує та продає індивідуальні й групові туристичні подорожі різних видів.
3. Туроператор є організатором турподорожей з комплексним обслуговуванням.
4. Туроператор бере на себе організацію туристиних послуг: перевезення, розміщення, харчування, анімацію тощо.

5) У Німеччині в 2001 році зареєстровано 20 тис. туристичних фірм.

**ÜBUNG 9.**

**Ergänzen Sie die Fragen oder die Antworten der folgenden Dialoge. Simulieren Sie ein Telefongespräch in der Gruppe.**

* Ist bei Ihnen noch ein Zimmer frei?
* Ja. Möchten Sie ein Einzel- oder ein Doppelzimmer?
* Ein Einzelzimmer mit Dusche bitte.
* Gut. …?
* Ich bleibe nur eine Nacht. …?
* 40 Euro pro Nacht, inklusive Frühstücksbuffet.
* …?
* Nein, wir haben leider keinen Parkplatz. Aber es gibt ein Parkhaus ganz in der Nähe.
* …?
* Ja, das Hotel ist am Stadtpark, alle Zimmer sind sehr ruhig.
* …?
* Um 11 Uhr sollten Sie Ihr Zimmer verlassen. Aber Sie können Ihr Gepäck gerne noch bei uns an der Rezeption unterstellen.

**ÜBUNG 10.**

**Ordnen Sie die folgenden Definitionen zu:**

|  |
| --- |
| die Dienstreise - die Nostalgiereise - die Abenteuerreise –  die Exkursion / der Ausflug - die Bildungsreise /  die Studienreise - die Expedition |

a) …

- Man will etwas erforschen.

- Man ist der erste oder einer von wenigen, die dorthin reisen.

- Nicht zur Erholung gedacht.

b) …

- Man zahlt die Reise nicht privat.

- Die Reise bedeutet Arbeit.

- Man will einen bestimmen Auf­trag ausführen.

c) …

- Das Ziel ist nicht sehr weit entfernt.

- Es dauert nicht sehr lange.

- Mit der Schulklasse macht man solche Reisen.

d) …

- Man sucht sich ein unge­wöhnliches Ziel aus.

- Man möchte etwas Nicht­alltägliches erleben.

- Bequemlichkeit spielt keine Rolle.

e) …

- Man reist wie in alten Zeiten.

- Man fährt zum Beispiel mit dem alten Orient-Express.

- Das Ziel ist weniger wichtig als die Art zu reisen.

f) …

- Man sieht sich viel im Land an.

- Man möchte möglichst viel über Land und Leute erfahren.

- Man möchte den eigenen Horizont erweitern.

**ÜBUNG 11.**

**Grammatikwiederholung. Ergänzen Sie die Adjektive.**

Aktivurlaub

Sie wollen mal richtig raus aus dem Alltag? Sie mögen *gutes* (gut) Essen und … (exzellent) Wein, lieben … (klassisch) Musik und wünschen sich nebenbei auch noch … (sportlich) Aktivitäten? Dann buchen Sie für ein … (lang) Wochenende ein … (komfortabel) Doppel- oder Einzelzimmer in unserem Hotel! Sie werden hier ... (unvergesslich) Tage verbringen!

Bei … (frisch) Neuschnee können Sie auf allen Pisten Ski fahren oder in … (klar) Bergluft einmalige Wanderungen machen. Danach geht's in den Fitness-Raum: Mit … (gezielt) Muskeltraining gegen den Speck! Nach dem Sport in die Sauna und danach in … (eiskalt) Wasser schwimmen: Da vergessen Sie den Alltag bestimmt! Übrigens: Unsere Skikurse finden alle in … (klein) Gruppen statt.

Sie werden sich innerhalb … (kürzest) Zeit wie neu geboren fühlen! Auf der Basis … (individuell) Beratung wird Ihr ganz persönliches Fitness-Programm zusammengestellt: Anstelle … (untrainiert) Muskeln und … (trüb) Gedanken werden bald Waschbrettbauch und Optimismus ihr Leben bestimmen.

**ÜBUNG 12.**

**Setzen Sie die Sprüche zusammen und erklären Sie, was sie bedeuten.**

|  |  |
| --- | --- |
| Andere Länder, \*  Wenn einer eine Reise tut, \*  Wer rastet, \*  Warum denn in die Ferne schweifen, \* | \* der rostet.  \* andere Sitten.  \* wenn das Gute liegt so nah!  \* dann kann er was erzählen. |

**ÜBUNG 13.**

**Lesen Sie die folgenden Tipps für einen stressfreien Urlaub. So stressfrei kann Urlaub sein.**

## Tipps für den perfekten Urlaub

|  |  |
| --- | --- |
| Formalitäten | 2 Wochen vor dem Urlaub |

• *den Pass überprüfen und eventuell verlängern*

• *rechtzeitig eine Checkliste machen: Was muss ich mitnehmen?*

|  |  |
| --- | --- |
| An alles gedacht? | 1. Tag, 7 Uhr, vor der Abfahrt |

• *Taxi am Abend vorbestellen*

• *wichtige Dinge müssen ins Handgepäck*

• *den Schlüssel beim Hausmeister abgeben*

• *Licht und Herd ausschalten*

• *pünktlich erscheinen, 90 Minuten vor dem Start*

|  |  |
| --- | --- |
| Schon in Urlaubstimmung? | 1. Tag, 11 Uhr, im Flugzeug |

• *bequeme Kleidung anziehen*

• *nur leichte Kost essen*

|  |  |
| --- | --- |
| Der Urlaub beginnt! | 1. Tag, 14 Uhr, Ankunft |

• *ein* *bisschen Geld wechseln*

• *den Reiseleiter suchen oder ein Taxi bestellen die Lieben zu Hause anrufen*

• *Wertsachen in den Hotel-Safe einschließen*

**ÜBUNG 14.**

**Gedichte. Ergänzen Sie die fehlenden Präpositionen. Lernen Sie eines der Gedichte auswendig. Tragen Sie es mit Betonung in der Gruppe vor.**

|  |  |
| --- | --- |
| Die Ameisen … Hamburg lebten zwei Ameisen,  Die wollten … Australien reisen.  Bei Altona … der Chaussee,  Da taten ihnen die Beine weh,  Und da verzichteten sie weise  Dann … den letzten Teil der Reise.  Joachim Ringelnatz | **Er hatte zu viel Geld.**  Er hatte zu viel Geld,  drum reiste er … die Welt. Und knipste den Himalaya und was er sonst so sah, na ja.  Josef Guggenmos |

**ÜBUNG 15.**

**Rollenspiel. Bereiten Sie zu zweit einen Dialog zwischen dem Urlaubsreisenden und Reisemittler zu einer der fünf Situationen vor: a) die Urlaubsplanung für eine Familie mit 2 Kindern; b) ein junges Ehepaar ohne Kinder; c) eine geschiedene Frau; d) einen alleinstehenden Mann; e) ein Rentnerehepaar.**

**Übung 16.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen.**

Найбільше грошей у Львові витрачають туристи

з Німеччини та Росії

Центр розвитку туризму Львова провів восени 2011 року чергове опитування серед туристів. Про це 7 грудня під час прес-конференції повідомила директор Центру Надія Радіоненко.

Н. Радіоненко поінформувала, що серед відвідувачів 50% осіб віком від 18 до 30 років, 31% - віком від 31 до 45 років, і лише 29% – старші. Більшість відвідувачів – це люди з середнім рівнем доходів. За її словами, Львів притягує, перш за все, архітектурою та історією, на другому місці – культура і традиції. 20% опитаних відвідали Львів, тому що це для них нове місто, ще певна частка – оскільки це місто [безпечне для туристів](http://svitmandriv.info/Panama.htm).

Найбільше відвідувачів до Львова приїжджає з України, Німеччини, Польщі і Росії. У середньому на відпочинок до Львова туристи приїжджають на 3-4 дні. Найбільше витрачають туристи з Німеччини – 500 євро. Росіяни витрачають 432 євро, українці – 257, а поляки – значно менше.

Н. Радіоненко також зазначила, що гості дуже схвально відгукуються про ставлення мешканців Львова до себе. Оцінка рівня гостинності, а також володіння іноземними мовами – вище середнього.

**Urlaub- & Reisewitze**

☺☻☺ Fremdenführung in [Freiburg](http://www.spar-mit.com/freiburg/index.php). Ein Amerikaner nörgelt ständig, dass in seiner Heimat alles höher, breiter, länger und schöner sei. "Das Empire State Building wurde in drei Wochen gebaut", brüstet er sich schließlich, deutet auf das Freiburger Münster und fragt: "Wie lange war denn die Bauzeit hier?" Der Fremdenführer hat lange geduldig zugehört, aber nun platzt ihm der Kragen. "Huch", reißt er erstaunt die Augen auf, "das war gestern noch nicht da!"

|  |
| --- |
| **Lektion 5** |

**Text: Reisebüro - Vor- und Nachteile**

Die steigende Reiseerfahrung der Kunden und der schwindende Informationsvorsprung des Reisebüros stellen die Existenz vieler Reisebüros mittelfristig in Frage. Heute können sich Kunden selbst per Internet detailliert über Hotels, Sehenswürdigkeiten und Transportmöglichkeiten in aller Welt informieren, was einst eine klassische Kernfunktion des Reisebüros gewesen ist.

Das Vollreisebüro verkauft also neben den normalen Reisen/Pauschalreisen, auch Linienflugscheine und Bahnwerte. Das Vollreisebüro vertritt außerdem meist einen Großveranstalter wie TUI, REWE Touristik oder Thomas Cook, sowie viele kleinere Reiseveranstalter. Zahlreiche Vollreisebüros treten auch selbst als [Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) auf und haben manchmal einen eigenen Reisekatalog. Oft Kettenreisebüro, Jahresumsatz je nach Lage und Kettenzugehörigkeit ca.1,5 Mio €, kann auch hohen Umsatzanteil im Firmengeschäftsbereich haben.

Touristik-Reisebüro. Die Vermittlungsleistung beschränkt sich auf die Angebote der Reiseveranstalter und anderen Leistungsträgern wie Hotels, Fluglinien oder Reiseversicherungen. Sie können auch über eine [IATA](http://de.wikipedia.org/wiki/IATA) (Berechtigung zur eigenen Ausstellung von Flugscheinen) verfügen.

Reisebüroketten. Wie in anderen Bereichen der Wirtschaft hat vor Jahren die Kooperation auch in der Reisebranche begonnen. Der ursprüngliche Zweck dieser Zusammenschlüsse war es, bessere Einkaufsbedingungen bei den Leistungsträgern zu erhalten („Gemeinsam sind wir stark!“). Doch reichte bei vielen die finanziellen Reserven nicht für das Überleben aus und so wurde ein Teil der bestehenden Reisebüroketten von den großen Reiseveranstaltern aufgekauft und in deren Vertriebsnetz integriert und weiter ausgebaut.

Manche Leistungsanbieter bieten in ihrem direkten Vertriebskanälen manche günstigere Preise an, als sie ihren stationären Vertriebspartnern, den Reisebüros, anbieten.

Die großen Zukunftspotentiale der Reisebüros liegen jedoch in der vielfältigen Produktkenntnis und Beratungsmöglichkeiten. Während meist eine Internetseite nur das Produkt eines Leistungsträgers anbietet, oft auch keine detaillierten Landesinformationen zur Verfügung stellt und kaum Erfahrungswerte über diese Seiten vermittelt werden, haben Mitarbeiter in den Reisebüros aufgrund ihrer persönlichen Erfahrungen und Erfahrungsaustauschmöglichkeiten hier wesentliche bessere Informationen.

Wohl werden sich Reisebüros spezialisieren müssen, da die Kenntnis in allen Bereichen und Produkten heutzutage fast unmöglich ist. Doch auch hier beginnt eine Entwicklung in die Richtung, dass sich spezialisierte Unternehmen diese Beratung bezahlen lassen.

Insgesamt kann man sagen, dass jede Art von Vertrieb von Reisen seine Vor- und Nachteile und seinen Platz im Wirtschaftsleben hat. Auch zeigen die Zahlen, dass in manchen Teilen der Verkauf über Internet zunimmt (Flugtickets, nur Hotelübernachtungen) und in manchen Teilen der Verkauf über Reisebüros steigt (hochwertige Reisen, Studienreisen, Gruppenreisen).

|  |
| --- |
| **AUFGABEN UND ÜBUNGEN** |

**ÜBUNG 1.**

**Überlegen Sie zuerst, was Sie von Vor- und Nachteile eines Reisebüros wissen. Was fällt Ihnen spontan zum Titel des Textes ein? Berichten Sie über Ihre Vermutungen in der Gruppe.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Prüfen Sie danach, welche Ihrer Vermutungen richtig waren.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Können sich Kunden selbst detailliert über Hotels, Sehenswürdigkeiten und Transportmöglichkeiten informieren?
2. Was ist eine klassische Kernfunktion des Reisebüros?
3. Welche Arten von Reisebüros kennen Sie?
4. Was verkauft das Vollreisebüro neben den normalen Reisen/Pauschalreisen?
5. Was können Sie über das Touristik-Reisebüro berichten?
6. Worin liegen die großen Zukunftspotentiale der Reisebüros?
7. Stellt die Internetseite auch detaillierte Landesinformationen dem Kunden zur Verfügung?
8. Welche Vor- und Nachteile hat jede Art von Vertrieb der Reisen?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über Vor- und Nachteile der Reisebüros erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Die steigende Reiseerfahrung; die Existenz der Reisebüros in Frage stellen; sich per Internet über etw. informieren; die Kernfunktion des Reisebüros; der Leistungsanbieter; günstigere Preise anbieten; j-m detaillierte Landesinformationen zur Verfügung stellen; die Beratung bezahlen; die Hotelübernachtung; die hochwertige Reise; die Studienreise; die Gruppenreise; der Linienflugschein; als* [*Reiseveranstalter*](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) *auftreten; das Kettenreisebüro; der Umsatzanteil im Firmengeschäftsbereich; die Vermittlungs-leistung; der Verkauf über Internet / Reisebüros; die Beratung bezahlen.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) Heute können sich Kunden selbst per Internet detailliert über … informieren.

2) Zahlreiche Vollreisebüros treten auch selbst als … .

3) Der ursprüngliche Zweck der Zusammenschlüsse in der Reisebranche war es, … .

4) Die großen Zukunftspotentiale der Reisebüros liegen jedoch in … .

5) Auch zeigen die Zahlen, dass in manchen Teilen der Verkauf über Internet … .

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) Zahlreiche – selbst – treten – auch – als - auf - Vollreisebüros -[Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter).

2) Das Kettenreisebüro – Umsatzanteil - hohen – Firmengeschäftsbereich – haben - im - kann.

3) Die Vermittlungsleistung - sich - die Angebote - beschränkt - der Reiseveranstalter - auf.

4) Jahren – begonnen – vor - die Kooperation - auch – hat - in der Reisebranche.

5) Leistungsträgers - eine Internetseite - nur - das Produkt - eines -an – bietet.

6) Vor- und Nachteile - jede Art - hat - von Vertrieb - seine - von Reisen.

**ÜBUNG 8.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1) Сьогодні клієнти можуть самі отримати детальну інформацію в інтернеті про готелі, визначні місця та транспортні можливості у всьому світі.

2) Туристичне бюро може продавати також авіаквитки разом із звичайними чи паушальними подорожами.

3) Кожен з існуючих способів продажу турподорожей має свої переваги та недоліки.

**ÜBUNG 9.**

**Grammatikwiederholung. Das unbestimmte Pronomen „man“. Die Leute sprechen über die Urlaubs-Angebote.**

*Vera:* Man … (fahren) mit dem Schiff, man … (besichtigen) viele Sehenswürdigkeiten, man … … (schwimmen können), man … (essen) und … (trinken) gut, und abends … (können) man in die Disco gehen. Das finde ich interessant.

*Mateusz:* Für mich sind zwei Wochen Sport ideal. Man … (surfen) und … (schwimmen), man … (schlafen) in einem Drei-Sterne-Hotel.

*Andi:* Man … (wandern), … (fotografieren) und … (schwimmen) und … (lernen) dabei noch Sprachen. Das finde ich toll.

**ÜBUNG 10.**

**Reise in Deutschland. Wie geht das Gespräch weiter? Ordnen Sie die Sätze.**

A: Am Dienstagmittag bin ich in Frankfurt angekommen und gleich zum Hotel gefahren.

B: War das Hotel gut?

A: Ja, das war ganz okay, aber das Restaurant …

B: Und was hast du in Frankfurt gemacht?

A: …

\_\_\_\_ Und am Freitag in Weimar? Was hat dir da gefallen?

\_\_\_\_ Ich habe die Wartburg und das Lutherhaus besichtigt.

\_\_\_\_ Ich habe viel von der Stadt gesehen. Und am Abend war ich im Variete. Das war sehr lustig.

\_\_\_\_ Und was hast du am Mittwoch in Eisenach gemacht?

\_\_\_\_ Ich habe das Nationaltheater und das Goethehaus besichtigt. Der Früher hat langsam gesprochen und ich habe alles verstanden. Das war gut.

\_\_\_\_ Und was machst du morgen?

\_\_\_\_ Morgen fahre ich mit dem IC nach München.

\_\_\_\_ Dort habe ich die Porzellanmanufaktur besucht. Das war interessant. Ich habe eine Tasse gekauft.

\_\_\_\_ Und was hast du am Samstag in Dresden gemacht?

\_\_\_\_ Und wie findest du Meißen? Da warst du doch am Sonntag.

\_\_\_\_ Ich habe den Zwinger und die Semperoper besichtigt. Abends gab es ein Orgelkonzert – Bach, das war fantastisch!

**ÜBUNG 11.**

**Ordnen Sie die Sätze und lesen Sie die Geschichte zu Ende.**

Der Jet nach Sizilien ist pünktlich abgeflogen, am nächsten Morgen um 9.40 Uhr. Die Maschine war ziemlich voll.

\_\_\_\_ Isar im Gras gelegen – ganz ohne Schlangen – und eine Virginia geraucht. „Was für ein schönes Land“, sagte er zu …

\_\_\_\_ gefahren. Der Himmel war blau, es war angenehm: nicht zu heiß und nicht zu kalt. Sebastian hat an der …

\_\_\_\_ aber nicht ganz voll. Es gab einen leeren Platz. Sebastian war zufrieden. Er durfte jetzt für 700 Euro zu…

\_\_\_\_ Hause Urlaub machen. Er ist spät aufgestanden, hat Frühstück gemacht und ist dann mit dem Fahrrad an die Isar …

\_\_\_\_ sich selbst, „was für ein schöner Urlaub“.

**ÜBUNG 12.**

**Bericht. Ramon möchte einen Campingurlaub in der Bretagne machen. Was sagt Ramon? Was möchte er gerne im Urlaub machen?** Ramon: *Ich möchte gerne einmal … . Ich … schon immer einmal … . Da kann ich viel … . Im Urlaub will ich … .*

**ÜBNG 13.**

**Urlaubspost. Lesen Sie die Urlaubspost und schreiben Sie den Infinitiv ein.**

*Hallo!*

*Unsere Weltreise hat gut begonnen (beginnen). In Frankfurt sind wir mit Verspätung abgeflogen (…). Der Flug war ganz lang, aber wir haben gleich nette Leute kennen gelernt (…). Bangkok ist traumhaft schön! Wir haben schon eine Stadtrundfahrt gemacht (…), die Tempel angesehen (…) und eine Vorstellung mit thailändischen Tänzen besucht (…) – ganz toll! Jetzt geht`s gleich weiter nach Tokio. Arbeitet nicht zu viel!*

*Liebe Grüße*

*Inga und Ralf*

**Übung 14.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen.**

Готельні номери «збери сам» -

альтернатива ночівлям в наметах

Французька компанія abilmo розробила вельми цікаву альтернативу звичайним наметам – готельні номери, які будь-яка людина може... зібрати сама. Звучить сумнівно, але це лише на перший погляд, а якщо розібратися, річ дійсно вартісна, особливо для для тих, хто їде здалека на футбольний матч, який-небудь концерт або фестиваль, хоче залишитися з ночівлею, але не бажає особливо витрачатися на готель. Така готельна кімната має площу приблизно 12 кв. метрів і відповідає рівню кімнат 3-зіркових готелів, тобто в ній є електрика, кондиціонер і ванна кімната з раковиною, душем і туалетом, холодна і гаряча вода. Звичайно, все це не може порівнятися з ночівлею в наметах без всіх цих зручностей. Такі кімнати вже встановлюються в деяких країнах Європи під час різних суспільних заходів; вартість, на жаль, не відома, але по ідеї, зупинитися в такій кімнаті повинно коштувати значно дешевше, ніж в звичайному готелі, інакше все це губить сенс.

|  |
| --- |
| **Lektion 6** |

**Text: BERUFSFELDER IN TOURISMUSWIRTSCHAFT**

Europaweit betrachtet, finden in kaum einer anderen Branche so viele Menschen Arbeit und Beschäftigung wie in den Kern- und Randbereichen des Tourismus. Die Entwicklung unserer Gesellschaft von der klassischen Produktions- hin zur Dienstleistungsgesellschaft unterstützt diesen Trend. Schon heute arbeiten in Deutschland fast 2,8 Mio. direkt im Fremdenverkehr. Somit sind bereits mehr Menschen im Tourismus beschäftigt als in der Automobilindustrie. Betrachtet man die Reise- und Tourismuswirtschaft näher, so zeigt sich ein buntes Netzwerk von vielfältigen Dienstleistungsangeboten. Dabei ergeben sich für die Interessierten und Arbeitswilligen in vielen Bereichen Chancen sowohl im Inland als auch im Ausland. Dazu gehören z.B. Tätigkeiten bei:

\* Reisebüros und Reiseveranstaltern;

\* Transportunternehmen (Luft, Straße, Wasser, Schiene);

\* Flughafengesellschaften;

\* Hotels, Ferienanlagen, Gaststätten;

\* Kongress- und Messegesellschaften;

\* Kurbädern und Fremdenverkehrsämtern;

\* Freizeit-und Nationalparks.

Für eine erfolgreiche Karriere in der Tourismuswirtschaft sind allerdings einige, persönliche Voraussetzungen gefragt. Darunter fallen neben fundierten touristischen Fachkenntnissen vor allem: Mobilität, Flexibilität, Fremdsprachenkenntnisse, Servicebereitschaft, Spaß und Freude im Umgang mit Menschen und ein gewisses Maß an Allgemeinbildung. Anders als in anderen Dienstleistungsbereichen stehen im Fremdenverkehr die menschlichen Kontakte, die Gästebetreuung, das Vertrauen und die Beratung im Vordergrund. Auch in Zukunft kann und wird dies nicht vollständig durch die Technik ersetzt werden. Zwar stellt das Internet, der Web-Tourismus ganz allgemein, durch die umfangreichen Möglichkeiten von virtuellen Welten neue Herausforderungen für die Reisebranche dar, doch wird es den klassischen Arbeitsbereich in der Tourismusbranche nie verdrängen. Vielmehr wird es neue Chancen für innovative Mitarbeiter und Unternehmen bieten. Alle Anbieter touristischer Leistungen benötigen folglich qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die über die erforderliche betriebswirtschaftliche, sprachliche und geographische Fachkompetenz verfügen. Darüber hinaus sollten sie fähig sein, Kunden so zu beraten und zwischen Anbietern und Abnehmern der angebotenen Leistungen so zu vermitteln, dass optimale Kundenzufriedenheit sowie der damit verbundene optimale Umsatz Hand in Hand gehen.

|  |
| --- |
| AUFGABEN UND ÜBUNGEN |

**ÜBUNG 1.**

**Wie keine andere Branche bietet Ihnen die Tourismuswirtschaft die Chance, nicht nur für Unternehmen im Inland tätig zu sein, sondern Karrierephasen oder das gesamte Berufsleben an unterschiedlichen Stationen im Ausland zu verbringen. Überlegen Sie: Welche Karrierechancen erwarten Sie nach dem Studium im Tourismus? Berichten Sie darüber in der Gruppe.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Prüfen Sie danach, welche Ihrer Vermutungen richtig waren.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1) Warum findet man Arbeit und Beschäftigung in kaum einer anderen Branche wie in den Kern- und Randbereichen des Tourismus?

2) Wie viele Menschen sind heute in Deutschland im Fremdenverkehr beschäftigt?

3) Welche Tätigkeiten gehören heutzutage zur Reise- und Tourismuswirtschaft?

4) Welche Voraussetzungen sind für eine erfolgreiche Karriere in der Tourismuswirtschaft gefragt?

5) Was stellt neue Herausforderungen für die Reisebranche dar?

6) Über welche Fähigkeiten sollen qualifizierte Mitarbeiter in der Tourismusbranche verfügen?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über die Berufsfelder in der Tourismuswirtschaft erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Der Kern- und Randbereichen des Tourismus; Dienstleistungsgesellschaft; im Fremdenverkehr arbeiten; im Tourismus beschäftigt sein; die Reise- und Tourismuswirtschaft; vielfältige Dienstleistungsangebote; Reisebüros und Reiseveranstaltern; Transportunternehmen; Flughafen-gesellschaften; Kongress- und Messegesellschaften; Kurbädern und Fremdenverkehrsämtern; Freizeit-und Nationalparks; eine erfolgreiche Karriere in der Tourismuswirtschaft; die Gästebetreuung; der Web-Tourismus; die Herausforderungen für die Reisebranche; der Anbieter / der Abnehmer touristischer Leistungen; über geographische Fachkompetenz verfügen; die angebotenen Leistungen vermitteln.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) In kaum einer anderen Branche finden so viele Menschen Arbeit und Beschäftigung wie in … .

2) Betrachtet man die Reise- und Tourismuswirtschaft näher, so zeigt sich … .

3) Zu den Tätigkeiten in der Tuorismuswirtschaft gehören … .

4) Anders als in anderen Dienstleistungsbereichen stehen im Fremdenverkehr … im Vordergrund.

5) Alle Anbieter touristischer Leistungen benötigen … .

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) in - heute - im - Deutschland - 2,8 Mio. - arbeiten –Fremdenverkehr - schon - direkt - fast.

2) Karriere - in - erfolgreiche - der - Tourismuswirtschaft – einige - persönliche - für - Voraussetzungen - gefragt - sind - eine.

3) stellt - das Internet - durch - von - Welten - neue Herausforderungen - für - virtuellen - die Reisebranche - dar - die umfangreichen Möglichkeiten.

4) qualifizierte - sprachliche - Mitarbeiter - über - die – erforderliche - Fachkompetenz - betriebswirtschaftliche - und – geographische - verfügen.

**ÜBUNG 8.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1) Хороші шанси влаштуватися на роботу в солідну туристичну компанію мають випускники профільних вузів і професіонали з досвідом практичної роботи.

2) В обов'язки менеджера з туризму входять контакти з туристичними агенціями, маркетинг ринку; взаємодія з авіакомпаніями для придбання авіаквитків; контакти із страховим агентом; приймаючою стороною.

3) Він проводить розмови з клієнтами, бронює для них авіаквитки, готель, оформляє страховку та всі необхідні документи.

4) Менеджер по роботі з клієнтами розповідає відвідувачам про різні пропозиції і допомагає їм вибрати оптимальний варіант відпочинку, а також домовляється з приймаючою стороною.

5) Надзвичайно затребувані на ринку праці висококваліфіковані менеджери з бронювання квитків.

6) Турпредставник зобов'язаний вирішити будь-яку проблему клієнтів своєї компанії - з адміністрацією готелю, співробітниками авіакомпанії, організаторами екскурсій, власниками автопрокату.

**ÜBUNG 9.**

**Grammatikwiederholung. Ergänzen Sie die Possessiv-pronomen.**

**Kurz vor dem Abflug**

• Frau Haller, wo ist eigentlich mein Pass?

• Tut mir Leid, ich weiß nicht, wo Sie … Pass haben.

• Ich fliege nachher doch nach Zürich.

Wissen Sie vielleicht, wo ich …Ticket hingelegt habe?

• Nein, aber schauen Sie doch mal in … Büro nach.

Es könnte auf … Schreibtisch liegen.

• Ach, natürlich! Danke sehr!

• So, jetzt rufe ich Ihnen aber gleich ein Taxi! … Flugzeug geht nämlich in einer Stunde!

**ÜBUNG 10.**

**Grammatikwiederholung. Ergänzen Sie (wo nötig) die Präpositionen und die Endungen.**

**Einmal Urlaub machen**

Im letzten Frühjahr hatte Lisa sehr viel zu tun, sie musste in kurzer Zeit ein Buch *aus dem* Ukrainischen … Deutsche übersetzen. Als sie damit fertig war, war sie völlig erschöpft. Alle rieten ihr: Mach mal Urlaub und erhol dich … d… Stress. Schließlich hatten sie Lisa da… überzeugt, dass sie wirklich eine Pause machen mus­ste. Sie ging also in ein Reisebüro und informierte sich … mögliche Urlaubsziele. Zu Hause dachte sie … … verschiedenen Angebote nach und entschied sich … ein … kleines Hotel in Süditalien – sie träumte schon … Sonne, Meer und Strand. Sie würde sich … frisch… Fisch und Salat ernähren, abends würde sie Wein trinken und vielleicht würde sie sich sogar … ein… Italiener verlieben – wer weiß? Bei diesem Gedanken musste Lisa … sich selbst lachen, denn sie war glücklich verheiratet und hatte schon vier Enkelkinder.

**ÜBUNG 11.**

**Spiel: Was muss ich mitnehmen? Was packe ich in meinen Koffer? Bilden Sie zwei Gruppen. Jede Gruppe denkt sich zehn Gegenstände und jeweils eine Definition aus. Die andere Gruppe muss raten, um welchen Gegenstand es sich handelt. Für jede richtige Antwort bekommt sie einen Punkt.**

**Beispiel:** Das *brauche ich jeden Morgen und Abend, um die Zähne zu putzen.* Antwort: *Die Zahnbürste.*

**ÜBUNG 12.**

**Bedeutungswandel durch Vorsilben. Ergänzen Sie die Sätze.**

|  |  |
| --- | --- |
| a) **reisen**  **ab - ein - ver-** | 1. Ich muss leider schon morgen *abreisen*  Mein Chef braucht mich in der Firma.  2. Wenn Sie in dieses Land … wollen,  brauchen Sie ein Visum.  3. Ich möchte diesen Sommer für zwei Monate … . |
| b) **schlafen**  **aus - ein - ver -** | 1. Im Urlaub kann ich endlich mal … .  2. Stell den Wecker, damit wir nicht … .  3 Ich konnte gestern Nacht bis 3 Uhr nicht …. |
| c) **steigen**  **ab - aus - ein -** | 1. Komm schnell. Wir müssen … sonst fährt der Bus ohne uns los.  2. Ich bin noch nie auf einem Kamel geritten. Es war ganz schön schwer … *zu* … .  3. Ich muss an der nächsten Station … . |

**ÜBUNG 13.**

**Simulation: Familienurlaub. Lesen Sie die folgende Situation und verteilen Sie die Rollen.**

Familie Kunz möchte im Sommer zwei Wochen Urlaub machen. Die Familie setzt sich zusammen, um gemeinsam zu beschließen, wohin gefahren werden soll. Natürlich kommt es zu einer heftigen Diskussion, weil jeder einen anderen Wunsch hat.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Der Vater, 51 Jahre***  Er ist zur Zeit arbeitslos  und hat wenig Geld. Am liebsten sitzt er zu Hause vorm Fernseher. Er möchte in Deutschland Urlaub machen. | ***Die Mutter, 45 Jahre***  Sie leitet die Diskussion.  Sie möchte nicht in  Deutschland Urlaub machen. | ***Der Sohn, 21 Jahre***  Er möchte einen Abenteuer-  urlaub  machen und hat eigentlich keine Lust, mit der ganzen Familie zu fahren. |
| ***Die Tochter, 18 Jahre***  Sie will unbedingt  weit weg fahren. | ***Die Tochter, 12 Jahre***Sie liebt das Meer und Tiere. | ***Der Onkel, 45 Jahre***  Er liebt Kultur,  Sonne und Meer und die italienische Mode. |
| ***Der Großvater, 76***  Er sitzt im Rollstuhl und interessiert sich für Architektur. | ***Die Großmutter, 72***  Sie hat gerade angefan­gen, Japanisch zu lernen, und will ihre Sprachkenntnisse verbessern. | ***Der Hund***  Er ist tolerant, will aber  nicht zu Hause bleiben. Beim Autofahren wird  ihm schlecht. |

1) Machen Sie sich für Ihre Rolle Notizen zu folgenden Punkten:

• Wohin möchten Sie fahren? (in welches Land, in welche Region)

• Wie möchten Sie reisen? (mit der Bahn, dem Flugzeug usw.)

• Wo möchten Sie übernachten? (im Fünf-Sterne-Hotel, in einer Jugendherberge usw.)

2) Suchen Sie Argumente, die für Ihren Vorschlag sprechen.

3) Diskutieren Sie in der Gruppe. Sie müssen eine gemeinsame Lösung finden. Niemand darf zu Hause bleiben.

**ÜBUNG 14.**

**Kursorisches Lesen.**

**Lesen Sie nur Titel des folgenden Artikels aus einer Tageszeitung. Wohin wird man da wohl reisen? Mit welchen Verkehrsmitteln? Sammeln Sie vor dem Lesen Ideen in der Gruppe. Lesen Sie danach den Text einmal ohne Wörterbuch.**

URLAUB IM WELTRAUMHOTEL – IM JAHRE 2020 SOLL ES MÖGLICH SEIN

Barfuß durch die Sahara? Mit dem Schlauchboot über den Atlantik? Ohne Sauerstoff auf den Mount Everest? Alles Schnee von gestern. Das wahre Abenteuer beginnt in viel höheren Sphären, 400 Kilo­meter über der Erde. Wenn das All ruft, sind die Menschen nicht mehr zu halten. Diese Vision jedenfalls hegt Hartmut Müller, Geschäfts­führer der Bremer Reiseagentur *Space Tours.* Schon in gut 20 Jah­ren sollen Touristen zu einem Trip in den Orbit starten. „Die Konstruktionspläne für das erste Weltraumhotel sind bis ins Detail erarbeitet. Die High-Tech-Industrie wartet nur noch auf den Startschuss", sagte Müller bei einem Symposium in Bremen, an dem etwa hundert Fachleute teilnahmen. Die Technik ist also kein Problem. Und die Kosten? Schließlich ist Müller zu einer nicht unwichtigen Erkenntnis gelangt: „Der Weltraum als Pauschalabenteuer muss sich rechnen." Die Sache wird nicht bil­lig; allein das in Bremen als Licht­bild vorgestellte Weltraumhotel dürfte rund 75 Millionen Euro kosten. Über mangelndes Interesse der Extremurlauber jedenfalls machen sich die „Himmelsstürmer" - darunter NASA-Chefideologe Jesco von Puttkamer und Buzz Aldrin, der als zweiter Mensch nach Neu Armstrong auf dem Mond herumhüpfte - die gering­sten Gedanken.

Die Reiseveranstalter wollen herausgefunden haben, dass etwa 100000 Menschen nur darauf warten, endlich am Schalter eines Weltraumflughafens einzuchecken. Und wenn die erste Pauschalreise ins All startet, so um das Jahr 2020, wird das Geschäft boomen. „Die Analysen der Markt­forscher gehen von einem Poten­tial von rund 20 Millionen Weltraumtouristen aus", sagte Hartmut Müller. Für Rucksacktouristen er­scheint das Angebot aber nur bedingt geeignet. Der Preis für ein paar Tage Ferien in der Erdumlaufbahn dürfte bei 25000 Euro liegen. Dafür wird einiges geboten: ein Sportzentrum mit Tenniscourts, Basketballfeldern oder Schwimm­bädern zum Beispiel. Und weil sich die kosmische Luxusherberge lang­sam um ihre Achse drehen soll, werden die Gäste nicht einmal auf die Schwerkraft verzichten müssen.

**ÜBUNG 15.**

**Wortfelder. Suchen Sie alle Wörter aus dem Text „Urlaub im Weltraumhotel – im Jahre 2020 soll es möglich sein“, die zu den folgenden drei Themen gehören.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Reisen** | **Weltraum** | **Wirtschaft** |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | *Orbit*  *Schwerkraft* …  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

**ÜBUNG 16.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1) Туризм як активний відпочинок задовольняє низку потреб людини, а саме: зняття фізичної втоми, зміцнення здоров’я, фізичний та духовний розвиток, естетичне задоволення, пізнання навколишнього світу тощо.

2) Відпочинок поділяється на пасивний (стан повного спокою) та активний (такого роду діяльність, яка відновлює фі­­­зичні та психічні сили людини).

3) Головною вимогою до активного відпочинку є контрастність рекреаційної діяльності по відношенню до такого роду діяльності, внаслідок якої наступила втома.

**Übung 17.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen.**

Організація розвитку туризму в Абу-Дабі

отримала найвищі рейтинги трьох міжнародних агентств

Організація розвитку туризму в Абу-Дабі отримала найвищі рейтинги трьох міжнародних агентств. Компанія розвитку туризму і інвестицій (Tourism Development ''&'' Investment Company - TDIC), що займається розвитком туристичної і культурної інфраструктури емірату, оголосила, що їй привласнений статус АА2 рейніговим агентством Moody''s, АА - агентством Standard ''&'' Poor''s і АА - Fitch Ratings.

Цей статус відображає міцне фінансове положення TDIC і його міжнародний авторитет серед аналогічних організацій в країнах Близького Сходу. "Наша компанія грає важливу роль в диверсифікації економіки емірату Абу-Дабі, розвиває співпрацю з таким всесвітньо відомими інститутами, як Лувр і Музей Гуггенхайма. Високий статус дозволить Абу-Дабі стати туристичним, культурним і діловим центром регіону", - заявив генеральний директор TDIC Мубарак аль-Мухейрі.

**Urlaub- & Reisewitze**

☺☻☺ "Ich habe gehört, Ihr fahrt dieses Jahr doch nicht nach Argentinien?" "Das ist ganz falsch! Nicht nach Argentinien sind wir im letzten Jahr gefahren. Dieses Jahr fahren wir nicht nach Mallorca!"

☺☻☺ "Wie war's denn beim Wintersport?" wird Lustig gefragt. "Das Skigelände war ganz großartig, aber die Verpflegung...", sagt Lustig bekümmert." Ich wohnte bei einem Bauern ganz oben am Hang. Am ersten Tag gingen drei Hühner ein. Da gab es tagelang nur Brathuhn. Dann verendete ein Kalb. Die halbe Woche fütterte man mich mit Kalbfleisch. Schließlich wurde die Großmutter krank, da bekam ich es mit der Angst zu tun und reiste ab!"

|  |
| --- |
| Lektion 7 |

###### Text: SENIOREN SIND BESTTOURISTEN

Heutzutage sind 36% aller Bundesbürger über 50 Jahre alt. Der deutsche touristische Markt in Deutschland richtet sich auf Senioren. Deutsche Rentner haben es gern zu reisen. Sie haben ihr Leben lang gespart, jetzt können sie sich etwas leisten. Sie sind eigentlich rüstig, lebensfroh, wissbegierig. Ihr Geld reicht für die spannenden Reisen. Die deutschen Massenmedien geben folgende Informationen: Die Rentner sind heute aktiver denn je, reisen gern und häufig, übernachten am liebsten im Hotel und verfügen über eine enorme Kaufkraft. Die ältere Generation der Deutschen ist nicht verwöhnt, aber hat ihre Gewohnheiten. Der Weg zu ihnen liegt durch die Anerkennung und Förderung dieser Gewohnheiten. In der deutschen Presse steht darüber folgendes geschrieben. Die beliebteste Unterkunftsform ist für diese Leute Beherbergungsbetriebe von 50 bis auf 100 Zimmer. Sie haben Anonymität und persönliche Atmosphäre gern, deshalb bevorzugen sie einerseits ruhige Häuser, andererseits sollen Sehenswürdigkeiten, Kultur- und Freizeiteinrichtungen zu Fuß erreichbar sein. Die alten Deutschen lieben keine sehr einfachen Häuser ebenso wie Luxushotels. Sie legen Gewicht auf die Vielfalt des Angebotes. Ihr Wunsch ist nicht nur das hauseigen Restaurant, sondern auch Hallen- und Freibad, Garten mit Liegewiese, Sauna; und Solarium. Sie gehen gern zu Fuß, aber das Haus soll einen Fahrstuhl haben. Und wenn sie zum Essen gehen, so erwarten sie folgendes. Die Atmosphäre im Restaurant soll es weit zu ihrer Urlaubszufriedenheit bringen Es gibt natürlich keinen Garderobenzwang. Es besitzt abgetrennte Sitzecken für kleine Gruppen. Man kann Hauptgerichte in Babyportionen bestellen und gar nicht unter dem Namen "Seniorenteller". Die Beschriftung der Speisekarte soll deutlich und nicht zu klein sein. Die Küche erfüllt bei krankheitsbedingten Ernährungsvorschriften Sonderwünsche.

Die deutschen Senioren wollen genug Platz für ihr Gepäck haben. Ihr Wunsch ist ein eigener Balkon oder eine Terrasse. Eine bequeme Sitzgelegenheit wollen alte Leute im Zimmer tagsüber besitzen. Sehvermögen müssen berücksichtigt werden, es geht da um gute Beleuchtung und helle Farben. Im Zimmer werden Fernseher und Radio, Telefon, Minibar zur Verfügung gestellt. Sie finden es gut, wenn die Raumtemperatur individuell reguliert wird. Für den älteren Hotelgast ist das Bad so gut wie das Zimmer selbst. Die älteren Deutschen ziehen die Dusche als Kabine vor, eine Badewanne ist für sie mit Rutsch- und Sturzgefahren riskant. Sie brauchen zusätzliche Haltgriffe und rutschfeste Beläge. Die Hotelgäste bestehen im Bad auf viel Ablagefläche und auf eine helle blendfreie Beleuchtung. Die Armaturen im Bad sind leicht zu benutzen. Telefon und Notklingel sollen im Bad vorhanden sein. Die deutschen Gäste rechnen im Bad auf Fön, Vergrößerungsspiegel.

Alte Leute wissen es zu schätzen, wenn sie am Urlaubsort rundum betreut werden, wenn man sie mit Namen anspricht und sie von bewährtem Hotelpersonal umkreist werden. Ihnen sind wichtig Höflichkeit, Freundlichkeit, Aufmerksamkeit, Umgangskultur. Sie warten auf individuelle Programmvorschläge, auf gute Gestaltung der Ausflüge, Theater- und andere Karten. Deutsche Senioren können unter anderem mit Kreditkarte bezahlen.

|  |
| --- |
| AUFGABEN UND ÜBUNGEN |

**ÜBUNG 1.**

**Was erwarten Sie von diesem Text? Was wissen Sie über die „Senioren“? Diskutieren Sie: warum können Senioren die Besttouristen sein?**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text „Senioren sind Besttouristen“, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Was hat Sie in diesem Text überrascht? Berichten Sie darüber in der Gruppe.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Auf wen richtet sich der touristische Markt in Deutschland?
2. Warum verfügen deutsche Rentner heutzutage über eine enorme Kaufkraft?
3. Was ist die beliebteste Unterkunftsform für Senioren?
4. Welche Gewohnheiten beim Reisen hat die ältere Generation der Deutschen?
5. Was erwarten deutsche Rentner, wenn sie zum Essen gehen?
6. Warum ziehen die älteren Deutschen die Dusche als Kabine vor?
7. Worauf rechnen die deutschen Gäste im Bad eines Hotels?
8. Sind Ihnen wichtig Höflichkeit, Freundlichkeit, Aufmerksamkeit, Umgangskultur?
9. Wie bezahlen gewöhnlich die deutschen Hotelgäste?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über Senioren als Besttouristen erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*In einem Hotel übernachten; über eine enorme Kaufkraft verfügen; die Unterkunftsform; die Beherbergungsbetriebe; Kultur- und Freizeiteinrichtungen; zur Urlaubszufriedenheit bringen; von Hotelpersonal umkreist werden; individuelle Programmvorschläge; die Gestaltung der Ausflüge; mit Kreditkarte bezahlen.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) Deutsche Rentner haben ihr Leben lang gespart, jetzt … .

2) Ihr Wunsch ist nicht nur das hauseigen Restaurant, sondern auch … .

3) Die alten Deutschen gehen gern zu Fuß, aber … .

4) Die älteren Deutschen brauchen zusätzliche … im Bad.

5) Alte Leute wissen es zu schätzen, wenn … .

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1. Rentner – zu – es – gern – deutsche – haben – reisen.
2. Legen – Gewicht – Senioren – auf – des Angebotes – die Vielfalt.
3. Im – übernachten – sie – Hotel – am – liebsten.
4. Ist – Unterkunftsform - die beliebteste - von 50 – für – Beherbergungsbetriebe - bis auf 100 Zimmer - diese Leute.
5. Föhn – im – deutschen – rechnen – auf - die Gäste – Bad - Vergrößerungsspiegel.

**ÜBUNG 8.**

**Wie sagt man das? Schreiben Sie die Wörter mit ihrem Artikel.**

1. Zimmer für zwei Leute. *das Doppelzimmer .*
2. Zwei Mahlzeiten pro Tag sind inklusive. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
3. Ein kleines Hotel. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
4. Ein Zimmer für eine Person. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
5. Hier kann man ein Zimmer reservieren. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
6. Man kann das Frühstück individuell auswählen. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ÜBUNG 9.**

**Rollenspiel. Lesen Sie den Dialog in Rollen. Suchen Sie einen Titel für den nachstehenden Dialog.**

…\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• „Guten Tag. Wir suchen ein Zimmer für zwei Nächte - nicht zu teuer, wenn es geht! "

• „Ein Doppelzimmer mit Bad?"

• „Ja, bitte."

• „In der Pension ,Martin' ist noch ein Doppelzimmer frei - für 50 Euro pro Nacht".

• „Ist das Frühstück inklusive?"

• „Ja, es gibt ein Frühstücksbuffet."

• „Prima, das Zimmer nehmen wir."

**ÜBUNG 10.**

**Urlaubs-Test. Was für ein Urlaubs-Typ sind Sie?**

**Markieren Sie die richtige Antwort.**

***1. Welches Urlaubswetter mögen Sie?***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| A | Regen. Da kann ich den ganzen Tag in meinem kleinen Appartement sitzen und aus dem Fenster sehen. | 1 Punkt |
| B | Ich liege lieber am Strand in der Sonne. Da werde ich schön braun und erhole mich prima. | 2 Punkte |

***2. Möchten Sie Ihr Urlaubsland kennen lernen?***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| A | Nein. Ich will meine Ruhe haben und essen und trinken wie zu Hause – dann geht es mir gut. | 1 Punkt |
| B | Natürlich. Neue Kulturen entdecken, Land und Leute kennen lernen – das ist doch interessant. | 2 Punkte |

***3. Wollen Sie gerne einige Sehenswürdigkeiten besichtigen?***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| A | Ja sicher. Ich will doch nicht jeden Tag von morgens bis abends nur am Strand liegen oder im Hotel sitzen. Ich mache gerne mal Ausflüge an interessante Orte. | 2 Punkte |
| B | Schlösser, Kirchen, Museen, Wasserfälle, Höhlen – das ist doch sowieso überall das gleiche: teuer, langweilig und viel zu viele Touristen. | 1 Punkt |

***4. Treiben Sie im Urlaub auch gerne etwas Sport?***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| A | Sport? Um Gottes Willen! Ich treibe zu Hause ja auch keinen Sport – die Arbeit ist anstrengend genug. Im Urlaub will ich einfach mal nichts tun. | 1 Punkt |
| B | Ja klar. Schwimmen, Ball spielen am Strand, Rad fahren oder laufen, das gehört doch einfach dazu. Im nächsten Urlaub will ich vielleicht mal einen Tenniskurs machen. | 2 Punkte |

***5. Wie wichtig ist Ihnen ein guter Service?***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| A | Zu Hause muss ich das ganze Jahr im Haushalt arbeiten. Im Urlaub will ich mal Zeit für Familie und Hobbys haben – da muss der Service stimmen. | 2 Punkte |
| B | Service? Alles Quatsch. Ich kaufe selber ein, koche, spüle und putze – dann muss ich mich nicht dauernd ärgern. | 1 Punkt |

***6. Wie teuer darf Ihr Urlaub sein?***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| A | Möglichst billig, am besten Sonderangebote. Viel Geld ausgeben kann ich auch zu Hause, dazu muss ich nicht wegfahren. | 1 Punkt |
| B | Das kommt darauf an. Ich habe nur einmal im Jahr Urlaub, der darf dann schon etwas kosten. Ich suche halt gute Qualität zu einem möglichst günstigen Preis. | 2 Punkte |

**Auflösung:**

**6 Punkte – Der „Mir-ist-alles-egal“ – Typ**

*Gehen Sie auf Nummer sicher und bleiben Sie zu Hause! Da wissen Sie wenigstens, was Sie haben. Sie wollen aber wegfahren, weil alle anderen auch wegfahren? Na gut, dann schauen Sie doch mal bei Ihrem Reisebüro vorbei. Dort gibt es immer super-günstige Sonderangebote ohne Programms und Extras – das Urlaubsziel ist Ihnen sowieso nicht wichtig.*

**7-10 Punkte – Der „Heute-hier-morgen-dort“ – Typ**

*Sie haben keine festen Urlaubspläne und wollen immer ganz spontan und kurzfristig buchen. Schade, dann sind die besten Angebote oft schon nicht mehr da. Warum planen Sie nicht Ihren nächsten Urlaub schon jetzt zusammen mit Ihrem Reisebüro?*

**11-12 Punkte – Der „Ich möchte-immer-super-Urlaub“ – Typ**

*Urlaub ist Ihnen sehr wichtig. Da muss alles stimmen: der Urlaubsort, das Wetter, der Service, die Sportangebote, das Ausflugsprogramm usw. deshalb planen Sie seit Jahren Ihre Urlaube frühzeitig und sind Stammkunde in Ihrem Reisebüro. Weiter so!*

**ÜBUNG 11.**

**Grammatikwiederholung. Welcher Artikel? Schreiben Sie die Wörter zum passenden Artikel.**

der *Komfort, .*

das \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

die \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| Lage ~~Komfort~~ Preis Fernseher Hotel Pension Zimmer Atmosphäre Service Bad Frühstücksbuffet Verkehrsverbindung Frühstück Zimmervermittlung |

**ÜBUNG 12.**

**Grammatikwiederholung. Ergänzen Sie die Ausdrücke in Klammern.**

a) Wegen (seine schlechten Finanzen) *seiner schlechten Finanzen* kann sich Paul dieses Jahr keinen teuren Urlaub leisten. Aus (dieser Grund) … ist er ziemlich schlecht gelaunt. Zu (die Überraschung seiner Freunde) … plant er jetzt, mit (das Fahrrad) … quer durch Deutschland zu fahren.

b) Infolge (geringere Steuereinnahmen) … …droht nach (ein Bericht der „Süddeutschen Zeitung") … ein Haushaltsloch von vier Milliarden Euro. Aufgrund (die geplante Familienförderung) … wird für das nächste Jahr noch eine weitere Finanzlücke in Höhe von fünf Milliarden Euro erwartet. Angesichts (diese Belastungen) … plant die Regierung, zu (die Gegenfinan­zierung) die Steuern zu erhöhen.

**ÜBUNG 13.**

**Grammatikwiederholung. Ergänzen Sie *jemand* und *niemand* im Dialog „An der Hotelrezeption“.**

\* Hallo, hallo, ist da *jemand*? Wir möchten unser Zimmer bezahlen.

\* Ich kann … sehen. Aber du konntest unser Gepäck schon ins Auto laden.

\* Hier ist immer noch … gekommen. Ich gehe jetzt mal in die Küche, da ist sicher … .

\* Und? Hast du … gefunden?

\* Nein, das Hotel ist wie ausgestorben. In der Küche war auch … .

\* Also, wenn in fünf Minuten … hier ist, dann fahren wir einfach weiter, ohne zu bezahlen.

\* Aha, jetzt kommt … .

**ÜBUNG 14.**

**Grammatikwiederholung. Formulieren Sie Fragen und antworten Sie mit *erst als* und dem *Präteritum*.**

a) das Ticket - am Check-in Schalter sein

*Wann hast du das Ticket vermisst? Erst als ich am Check-in-Schalter war.*

1. den Schlüssel - die Wohnungstür aufschließen wollen;
2. die Brieftasche - den Ausweis rausnehmen wollen;
3. die Kamera - den Film einlegen wollen;
4. die Scheckkarte - an der Kasse sein;

**ÜBUNG 15.**

**Grammatikwiederholung. Reise mit Hindernissen. Formulieren Sie Sätze mit *„trotz“*.**

a) lange Anfahrt; unsere gute Laune nicht verloren

*Trotz der langen Anfahrt haben wir unsere gute Laune nicht verloren.*

1. geringes Freizeitangebot; uns nicht gelangweilt;
2. horrende Preise; unser Budget nicht überschritten;
3. kühles Wetter; im Meer gebadet;
4. miserables Essen; zugenommen.

**ÜBUNG 16.**

**Grammatikwiederholung. Wenn einer eine Reise tut. Formulieren Sie Sätze mit „als“ oder „wenn“.**

a) Ich kam gestern am Flughafen an. Ich hatte etwas Wichtiges vergessen. *Als ich gestern am Flughafen ankam, hatte ich etwas Wichtiges vergessen.*

1. Wir kamen gestern am Flughafen an. Die Maschine war schon weg.
2. Ich kam oft zu früh zum Flughafen. Das Flugzeug hatte Verspätung.
3. Frau Huber wollte ihren Pass vorzeigen. Sie fand ihn nicht in ihrer Handtasche.
4. Herr Martens kam in der Maschine zu seinem Platz. Jemand anderes saß dort.

**ÜBUNG 17.**

**Kursorisches Lesen.**

**Lesen Sie den Artikel ohne Wörterbuch. Besprechen Sie seinen Inhalt mit Studienkollegen in der Gruppe.**

Die futuristisch anmutenden Kunstwelten

sind keine neue Erfindung

Der „Crystal Palace“ wurde 1851 nach der Weltausstellung als Museumsquartier usf. benutzt. Das Besondere an ihm war, dass er einer der ersten Bauten einer reinen Eisen- und Glaskonstruktion war. In den 1950iger Jahren wurde in Tokio eine große künstliche Piste geschaffen. Mit der Eisenbahn wurde der Schnee aus den umliegenden Bergen in die Stadt transportiert. In einem Baseballstadion wurde dann eine Piste von 90m Länge und 30m Breite errichtet und man konnte dort so lange Ski laufen, bis die weiße Pracht dahingeschmolzen war. Erst 1961 wurde wiederum in Tokio eine künstliche Skipiste mit einer Streckenlänge von 150m und einem Sessellift gebaut. Vor ca. 30 Jahren begannen die Center Parks die Themenparks zu perfektionieren und schafften die künstlichen Badelandschaften „Aqua Mundo“.

**ÜBUNG 19.**

**Rollenspiel. Inszenieren Sie ein Gespräch zwischen dem Hotelgast (60-jährigen deutschen Rentner) und Hotelpersonal.**

**ÜBUNG 20.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen.**

Найдорожчі міста світу для туристів: Київ у ТОП-10

Один з найпопулярніших туристичних порталів світу TripAdvisor розробив власну методику оцінки вартості відпочинку в містах, так званий TripIndex. Новий рейтинг порталу, куди потрапили 50 міст з усього світу, складається на основі порівняння цін на послуги, необхідні (на думку укладачів списку) кожному мандрівникові.

Це добове проживання у чотиризірковому готелі в центрі міста, келих мартіні (вважається, що це найпопулярніший алкогольний напій туриста), піца (найпопулярніша їжа мандрівників) і 8-кілометрова поїздка на таксі.

Найдорожчим містом планети, якщо розраховувати відпочинок тільки за цим кошиком товарів і послуг, виявився Париж, де за добу турист витратить 303,99 євро. Левову частку цієї суми доведеться віддати за готель - у столиці Франції він обійдеться в середньому в 255 євро. Келих сухого мартіні коштуватиме мандрівникові 25 євро, приблизно 9 євро він віддасть за поїздку на таксі, і, відповідно, 15 євро залишиться на піцу.

Найдорожчими французькими містами після Парижа вважаються Ніцца (203,08 євро) та Бордо (200,28 євро). Менш дорогі напрямки - Лілль (155,97 євро), Монпельє (157,10 євро) і Тулуза (161,36 євро).

Після французької столиці в рейтингу слідують швейцарський Цюріх і італійська Венеція (середня вартість кошика 267,5 євро), Лондон (263,3 євро), Токіо (262 євро) і Нью-Йорк (258,44 євро).

Що стосується італійських міст, то TripIndex радить поїхати в Палермо (130,3 євро), Болоньї (132,64 євро) і Неаполь (135,32 євро). А ось Венеція, навпаки, найдорожче місто Італії, де вартість набору складає 267,32 євро.

У Німеччині найсприятливішим місцем для міських подорожей визнаний Берлін. Згідно з підрахунками TripAdvisor, турист, що приїжджає до німецької столиці, за одну ніч проживання в чотиризірковому готелі, з'їдену в центрі міста піцу, випитий в готельному барі коктейль і 8-кілометрову поїздку на таксі заплатить приблизно 115 євро. У Гамбурзі ці витрати обійдуться в 145 євро, а в Гейдельберзі - в 191 євро.

Охочим відпочити в Європі і не розоритися найкраще підійде болгарська Софія (95,56 євро). Також відносно дешевими містами виявилися Будапешт (100,99 євро), Варшава (104,53 євро), Прага (124,07 євро) та Лісабон (127,74 євро).

Щодо решти світу, то, наприклад, найдешевшим містом планети став Бангкок з середньою вартістю 78,89 євро.

**Urlaub- & Reisewitze**

☺☻☺"In meinem Hotel fühlte ich mich wie zu Hause." - "Ach, du Ärmster. Manchmal hat man eben viel Pech im Urlaub!"

|  |
| --- |
| **Lektion 8** |

**Text: DIE WERBUNG**

Die Tourismusbranche gibt immer mehr Geld für die Werbung aus. Die Werbung ist die zwangsfreie Form der Beeinflussung, die Kunden für Werbeziele gewinnen soll, indem sie die Produkte und Dienstleistungen der Unternehmen bekannt macht. Von großer Bedeutung für die Werbung sind Zeitungsannoncen. Wenige Kun­den werden ein Reisebüro allein wegen der Nachbar­schaft oder der günstigen Verkehrslage aufsuchen.

Oft lohnt es sich, eine Werbeagentur oder einen freien Werbegraphiker oder -berater zu beauftragen, denn bei der Planung von Werbestrategien sind mehrere Elemente zu berücksichtigen. Bei den Werbeaktionen muss man vom konkreten Personenkreis, von geeigneten Werbemitteln (Anzeigen, Plakaten, Filme) und Werbeträgern (Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunk, Fernsehen) ausgehen.

Bei den großen Reiseveranstaltern fließt etwa die Hälfte des Werbebudgets in die Katalogreklame. So errei­chen die Kataloge von TUI, die zweimal in Jahr er­scheinen, eine Auflage von 30 Millionen. Ganz zufrieden scheint die Tourismuswirtschaft nicht mit der Katalog­werbung zu sein, denn auf zehn Kataloge kommt eine gebuchte Reise. Das ist ein Verhältnis, das ist in den näch­sten Jahren verbessert werden soll.

Wer kennt das nicht: beim Öffnen des Briefkastens fällt einem haufenweise unpersönliche Massenpost entgegen. Doch keine Scheu: auf Mailings als Möglichkeit, Kunden Angebote zu unterbreiten oder Ihnen die neuesten Kataloge zukommen zu lassen, brauchen Reisebüros den­noch nicht zu verzichten. Vorausgesetzt, sie berück­sichtigen einige einfache Regeln. Individuell und interaktiv müssen Mailings sein, wenn sie sich aus der breiten Masse der Postsendungen abheben und den Kunden tatsächlich ins Reisebüro locken sollen. Erfolgreiche Mailings leben von guten Ideen, und die sind nicht unbedingt teuer. Ein Beispiel zur Veranschaulichung: Wer einmal im Reisebüro gebucht hat und dann zu seinem Geburtstag überraschenderweise von der Agentur Glückwünsche erhält, freut sich über die Aufmerksamkeit. Doch: „Wer Geburtstagsglückwün­sche verschickt, der muss jeden Tag die Todes­anzeigen lesen“. Wer professionell auftreten möchte, sollte sich daher eine detaillierte Adressdatenbank anlegen und diese auch ständig aktualisieren.

Wirklich erfolgreich sind Mailings erst dann, wenn sie Vorlieben und Hobbys des Kunden berücksichtigen. Nichts ist schließlich peinlicher, als einem Single Angebote für preiswerte Familien­urlaube zuzusenden, und wer gern zu Schnäpp­chen-Preisen urlaubt, den werden teure Luxus-Offerten vermutlich wenig ansprechen. Neben Sportinteressen, Hobbys oder künftigen Urlaubs­plänen gilt es, Alter, Familienstand, Geburts- oder Hochzeitstag und gesundheitliche Aspekte zu berücksichtigen, wenn ein Mailing gut ankommen soll.

Also, jede Werbung muss zunächst Aufmerksamkeit und Interesse hervorrufen, um auf diese Weise den Wunsch nach dem Besitz des Werbeobjekts zu wecken und zum Handeln, also zum Kauf auffordern. Um dies zu erreichen, verwenden Werbetexter bestimmte Stilmittel. Einige davon sind nachstehend abgedruckt:

\* Kurze und einprägsame Sätze knapp, klar und kontaktreich, keine Schachtelsätze;

\* Handlungen in Verben und möglichst keine En­dungen auf ...ung – nicht „Wir bitten um Beachtung“, sondern „Bitte beachten Sie“;

\* aktiver Schreibstil – nicht „Wir meinen, das ist das Richtige für Sie“, sondern „Das ist das Richtige für Sie“;

\* Gegenwartsstil übertrifft Zukunfts- und Vergan­genheitsstil;

\* Abkürzungen ausschreiben oder erklären;

\* negative Nachrichten positiv verpacken – nicht „Wir haben Silvesternachmittag geschlossen“, sondern „Silvester von 8.00 bis 12.00 Uhr geöffnet“;

\* den Sie-Stil verwenden – den Leser in den Mittel­punkt stellen, nicht die eigene Firma;

\* sich in die Lage des Angesprochenen versetzen – auf die Situation des Lesers eingehen;

\* die Vorteile für den Leser aufzeigen – Lebens­freude, Bequemlichkeit, Sicherheit, Prestige usw. ver­kaufen.

|  |
| --- |
| AUFGABEN UND ÜBUNGEN |

**ÜBUNG 1.**

**Was erwarten Sie vom Inhalt des Textes „Die Werbung“? Was fällt Ihnen spontan zu seinem Titel ein? Was wissen Sie über die Rolle der Werbung in der Tourismusbranche? Berichten Sie über Ihre Vermutungen im Plenum.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Prüfen Sie danach, welche Ihrer Vermutungen richtig waren.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Wofür gibt die Tourismusbranche immer mehr Geld aus?
2. Was versteht man unter Begriff „Werbung“?
3. Was ist für die Werbung von großer Bedeutung?
4. Welche Elemente sind bei der Planung von Werbestrategien zu berücksichtigen?
5. Wie oft erscheinen die Kataloge von TUI?
6. Warum ist die Tourismuswirtschaft mit der Katalogwerbung nicht ganz zufrieden?
7. Wovon leben erfolgreiche Mailings?
8. In welchem Fall sind Mailings erfolgreich?
9. Welche Stilmittel verwenden Werbetexter, um die Kunden zum Kauf des Werbeobjekts zu wecken.
10. Welche Werbemittel und Werbeträger sind Ihnen bekannt?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über die Werbung in der Tourismusbranche erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Die zwangsfreie Form der Beeinflussung; eine Werbeagentur beauftragen; das Werbemittel; der Werbeberater; die Angebote unterbreiten; die Anzeige; ins Reisebüro locken; der Werbeträger; die Zeitungsannoncen; die Adressdatenbank aktualisieren; zu Schnäppchen-Preisen urlauben; der Werbetexter.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) Bei der Werbeaktionen muss man vom … ausgehen.

2) Die Tourismuswirtschaft ist mit der Katalogwerbung nicht ganz zufrieden, denn … .

3) Erfolgreiche Mailings leben von … .

4) Neben Sportinteressen, Hobbys oder künftigen Urlaubsplänen gilt es, … zu berücksichtigen.

5) Jede Werbung muss zunächst Aufmerksamkeit und Interesse hervorrufen, um … .

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) Für – sind – die Werbung – großer – Zeitungsannoncen – von – Bedeutung.

2) Von – der Planung – zu – sind – bei – Werbestrategien – berücksichtigen – mehrere Elemente.

3) Erreichen – von TUI – eine Auflage – die Kataloge – von 30 Mio.

4) Aufmerksamkeit – jede – muss – Werbung – hervorrufen – Interesse – und.

5) Bestimmte – verwenden – Stilmittel – die Werbetexter.

**ÜBUNG 8.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1) Туристична галузь все більше коштів витрачає на рекламу.

2) Велике значення для реклами мають газетні анонси.

3) Носіями реклами можуть бути газети, журнали, радіо та телебачення.

4) Каталоги “ТУІ” виходять двічі на рік тиражем 30 млн.

5) Великі туроператори витрачають половину свого рекламного бюджету на рекламу в каталогах.

**ÜBUNG 9.**

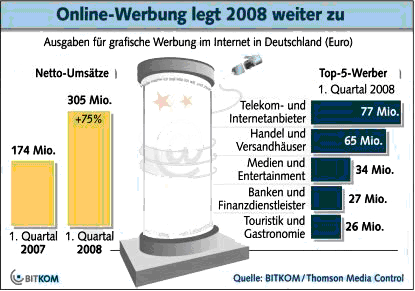
**Lesen Sie die Information zur Beschreibung der Grafik „Online-Werbung legt 2008 weiter zu“.**

Der Branchenverband Bitkom mitteilt:

“Im ersten Quartal 2008 stiegen die Umsätze auf 305 Millionen Euro – ein Zuwachs von 75 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahrs.”

“Am meisten investiert die Telekommunikations- und Internetbranche selbst in Online-Werbung. Sie gab im ersten Quartal 2008 rund 77 Millionen Euro aus, gefolgt von Handels- und Versandhäusern mit entsprechenden Ausgaben in Höhe von 65 Millionen Euro. Medien und Entertainment-Anbieter (34 Millionen Euro), Banken und Finanzdienstleister (27 Millionen Euro) sowie die Touristik- und Gastronomie-Branche (26 Millionen Euro) vervollständigen die Top 5.”

26 Millionen Euro Ausgaben der Tourismusbranche (grafische Werbemittel wie Banner, Pop-Ups und Streaming Ads; nicht berücksichtigt: Suchwort-Marketing und Affiliate-Marketing) hört sich nach viel an, ist aber im Vergleich zu anderen Werbeformen, auch im Internet, als gering zu bezeichnen - die Ausgaben steigen jedoch wirklich offensichtlich an, was auf eine hohe Wirksamkeit schließen lässt, oder?

****

**ÜBUNG 10.**

**Sammeln Sie Redemittel, mit denen man die Daten der Grafik zusammenfassen kann. Notieren Sie in Stichworten: wie ist die allgemeine Tendenz für die Touristik- und Gastronomie-Branche?**

**ÜBUNG 11.**

**Grammatikwiederholung. Reisepläne. Formulieren Sie Sätze mit Infinitiv + zu und dem Verb vorhaben.**

Fahrt ihr wieder ans Meer? - in die Berge

*Wir haben eigentlich vor, in die Berge zu fahren.*

1. Fahrt ihr mit dem Auto? - mit der Bahn;
2. Nehmt ihr wieder eine Freundin mit? - allein reisen;
3. Packt ihr wieder die Videokamera ein? - zu Hause lassen;
4. Nehmt ihr wieder das Boot mit? - vor Ort eins ausleihen.

**ÜBUNG 12.**

**Grammatikwiederholung. Urlaubserinnerungen. Formulieren Sie Sätze mit zu ... als dass.**

1) Das Essen war sehr fett. Ich konnte es gar nicht vertragen.

2) Die Diskos waren schrecklich laut. Ich konnte überhaupt nicht schlafen.

3) Das Meer dort ist sehr warm. Es erfrischt einen gar nicht.

4) Die Zimmer waren ausgesprochen klein. Man konnte sich gar nicht setzen.

5) Die Leute dort sind total unfreundlich. Ich möchte sie nicht wieder sehen.

6) Die Hitze war sehr groß. Ich habe mich nicht erholt.

7) Aber der Barkeeper war süß. Ich konnte ihm nicht widerstehen.

**ÜBUNG 13.**

**Lernprojekt. Lesen Sie die folgenden Beispiele der Katalogreklame weltbekannter Hotels. Schreiben Sie Ihren eigenen Werbetext für: a) Hotel Bukowina; b) Hotel Tscheremosch; c) Hotel Turyst; d) Hotel Mahnat.**

***Beispiele:***

**Deutschland** (6-tägig, inkl. Halbpension, ab 199 Euro)

**\*\*\*\* *Best Western Hotel Birkenhof***

Das Erzgebirge ist mit seinen verschneiten Bergen immer einen Besuch wert. Die höchst­gelegene Stadt Deutschlands, Oberwiesenthal, zählt zu den schönsten Wintersportgebieten. Ob Ski fahren, eine Pferdeschlit­tenfahrt durch die verschneite Winterlandschaft oder Rodel­spaß mit dem inkludierten Verleih – hier wird für Groß & Klein immer etwas geboten.

**Ägypten** (8-tägig, inkl. Halbpension, ab 499 Euro)

\*\*\*\*\* *Hotel Hurghada Marriott Beach Resort*

Hurghada – Genießen Sie sonnige Tage der Erholung und Entspan­nung am Roten Meer! Weitläufige Sandstrände, kristallklares Was­ser sowie eine einzigartige Unterwasserwelt mit farben­prächtigen Korallenriffen locken Sonnenanbeter und Wassersportler in diese Ferienregion. Diese Unterwasserwelt können Sie bei dem inkludierten Boots­ausflug ausgiebig kennen lernen!

**Bali** (9-tägig, inkl. Frühstück, ab 999 Euro pro Person)

\*\*\*\*\* *Hotel Bali Patra Resort*

Bali *–* das istFaszination pur, aber gleichzeitig auch ein Ort der Entspannung. Endlos lange Sandstrände, beeindruckende Vulkanlandschaften, malerische Reisterrassen und mystische Tempelanlagen werden Ihren Ur­laub unvergesslich machen. Las­sen Sie sich vom Mythos der Insel verzaubern und entdecken Sie während des fakultativen Aus­flugspakets die Vielfalt von Bali!

**Thailand** (10-tägig, inkl. Frühstück, ab 949 Euro pro Person)

\*\*\* *Hotel Surin Beach Resort*

Thailand ist eines der schönsten Reiseziele in Südostasien, voller Kontraste und reicher Kultur. Er­leben Sie Phuket mit schönen Stranden und tropischen Wäldern im Landesinneren. Auf Wunsch können Sie auch gleich das 4-Sterne-Hotel buchen und so noch mehr Komfort genießen. Egal für was Sie sich entscheiden, Ihr Traumurlaub in Thailand wird Ihnen unvergesslich bleiben.

**China** (21-tägig, inkl. Vollpension, ab 1.999 Euro)

\*\*\*\* *Schiff MS Victoria*

China – kaum ein anderes Land ist so facettenreich – hier treffen Tradition und Moderne aufeinan­der. Einige Highlights sind die Transrapidfahrt, die Flusskreuzfahrt auf dem Yangtze mit dem aus den Medien bekannte 3-Schluchten-Staudamm und natürlich die Große Mauer in Pe­king! Außerdem haben wir für Sie viele Ausflüge zu interessanten Sehenswürdigkeiten inkludiert.

**ÜBUNG 14.**

**Kursorisches Lesen.**

**Lesen Sie nur den Titel des folgenden Artikels aus einer Tageszeitung. Sammeln Sie vor dem Lesen Ideen in der Gruppe. Lesen Sie danach den Text einmal ohne Wörterbuch.**

**Die Kunstwelt in Dubai**

Mit dem Ski Dubai indoor Ressort eröffnete Dubai als Wüstenstaat ein künstliches Skicenter. Wohin der Weg der superlativen Kunstwelten geht, zeigt derzeit ebenfalls Dubai vor. The World Dubai schließt nahtlos an die gigantomanen Projekte The Palm Jumeirah und Jebel Ali, bei denen zwei künstliche Inseln vor der Küste Dubais in Form einer Palme aufgeschüttet wurden. Die ganze Welt soll als Inseln nachgebaut werden. Die Megainsel soll aus 300 kleinen Inseln bestehen, wo dann jede Insel ein Land darstellt. Auch soll das erste Unterwasserhotel der Welt entstehen. Geld spielt keine, der Drang zur exotischen Einzigartigkeit hingegen eine Riesenrolle. Damit setzt Dubai voll auf den Tourismus der Sonderklasse. Diese Kunstwelten werden mit Sicherheit nur den ganz Reichen zugänglich sein.

**ÜBUNG 15.**

**Urlaubspost. Lesen Sie die Urlaubspost und übersetzen Sie in die Muttersprache. Schreiben Sie Ihre Antwort an Ralf.**

*Hallo Sven!*

*Unsere Weltreise geht zu Ende. Las Vegas ist die letzte Station. In Bangkok und Tokio haben wir die üblichen Sehenswürdigkeiten besichtigt, auf Hawaii dann zwei Tage nur gefaulenzt: Strand, Meer, Sonne, kühle Drinks. Heute wollen wir eigentlich zum Grand Canyon fliegen, aber das hat nicht geklappt. Wir sind durch die Spielkasinos gezogen – wir haben zwar ein bisschen Geld verloren, aber wir hatten viel Spaß geht`s zum Flughafen.*

*Bis bald*

*Dein Ralf*

|  |
| --- |
| Tscherniwzi, den \_\_\_\_\_\_\_\_ 2012  *Hallo Ralf!*  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  *Bis bald* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  *Dein (e)* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

**ÜBUNG 16.**

**Rollenspiel.** **Inszenieren Sie ein Gespräch zwischen einem Reisebüroinhaber und Werbeberater. Thema des Gesprächs ist die Werbung für seine neue Reiseagentur.**

**Übung 17.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen.**

"Найсекретніший" готель Великобританії знову відкритий

Лондонський готель з 125-річною історією, Royal Horseguards, який під час Першої Світової війни служив резиденцією урядової служби охорони, відкритий після ремонту. Під час війни будівля готелю з'єднувалася підземними переходами з Уайтхоллом. На честь відкриття готелю Royal Horseguards на 280 номерів, що стоїть на річці Темзі, тут організовується добродійний захід. Новина, яка напевно порадує любителів історії: тепер вони зможуть взяти участь в екскурсійних турах, в ході яких можна буде ознайомитися з секретним минулим будівлі. У тури також включені відвідини Бібліотеки Гладстона (Gladstone Library), національно-ліберального клубу (National Liberal Club) і проходів, які використовували політики для секретного доступу в будівлю, повідомляє ВВС news. Будівля готелю побудована в 1884 році в стилі французького замку. Серед відомих осіб, що зупинялися тут, - прем'єр-міністри Уїнстон Черчиль і Уїльям Гладстон, письменники Герберт Уеллс і Бернард Шоу. Раніше тут також розташовувався улюблений паб Черчиля - Duck and Goose. Готель знаходиться поряд з Міністерством оборони, Даунінг-стріт і Парламентом. Готель Royal Horseguards можна також побачити у фільмі про Джеймса Бонда 1983 року - «Восьминіжка».

|  |
| --- |
| **Lektion 9** |

## Text: TRINKGELD

Ein Trinkgeld gilt heute im Dienstleistungsbereich in Deutschland als Lob beziehungsweise Dank für eine gute Leistung. Der Begriff „Trinkgeld“ stammt aus sehr alten Zeiten. Damals trauten die „Herrschaften“ dem «niederen» Personal nichts Besseres zu, als sich für die hingeworfenen Münzen zu betrinken. Ein Rest dieses diskriminierenden Denkens haftet dem Wort „Trinkgeld“ immer noch an, obwohl sich die Bedeutung grundlegend geändert hat. Es ist heute üblich, in den typischen Trinkgeld-Berufen (Gastronomie, Hotel- und Reisebranche, Schönheitssalons wie Friseur/Kosmetik und ähn­liche) ein Trinkgeld zu geben, wenn Sie mit der Leistung zufrieden waren.

Im Gegensatz zu den USA, wo das Trinkgeld im Restaurant ein Muss ist, bleibt es in Deutschland Ihre Entscheidung, ob Sie im Restaurant Trinkgeld geben oder nicht. Es ist jedoch üblich und wird in der Regel erwartet. Waren Sie mit dem Service zufrieden, halten Sie sich dabei an die Restaurant-Faustregel: 5 bis 10 Prozent vom Rechnungsbetrag sind hier angemessen. Legen Sie Trinkgeld, wenn immer es möglich ist, in bar zu einer Rechnung. Verzichten Sie in der Gastronomie darauf, das Trinkgeld quittieren zu lassen, falls Sie dies nicht für eine Geschäftsabrech­nung brauchen.

Wen aber sollten Sie im Hotel mit einem Trinkgeld bedanken?

\* Nimmt Ihnen etwa ein Wagenmeister bei der Ankunft die Arbeit des Autoparkens ab, ist dafür ein Trinkgeld zwischen l und 3 Euro üblich.

\* Gibt es einen Pagen, der vor dem Hotel steht und Ihnen ein Taxi ruft sowie beim Einsteigen hilft, ist ein Obolus von 1 Euro angebracht. Zeigen Sie sich für das Koffertragen 1 Euro pro schweres Gepäckstück erkenntlich.

\* Hilft Ihnen jemand von den an der Rezeption Tätigen beispielweise, Konzertkarten zu beschaffen, etwas Besonderes zu organisieren, sollten Sie ein Beitrag von 1 bis 3 Euro anmessen.

In den USA sowie ganz Nordamerika ist das Bedienungspersonal überwiegend auf die Zahlung eines vorgeschriebenen Trink­gelds angewiesen. Dienstleister wie u.a. Schiffsstewards, Hotelangestellte, Parkwächter erhalten nur einen gerin­gen Grundlohn, in vielen Fällen gar kein Fixum, so dass sie allein von diesen Tipps leben müssen. Nicht in die Preise der Dienstleistung einkalkuliert wie in den europäischen Ländern, wird hier die Zahlung eines entsprechenden Trinkgelds in Höhe von 10 bis 15 % des Endbetrages erwartet.

Bei Kreuzfahrten in den USA wird grundsätzlich vorgeschrieben, wie viel Trinkgeld Restaurantstewards, Bedienungshilfen und Kabinenstewards erwarten können. In der Regel sind es 3 bis 5 US-Dollar pro Person und Tag. Diese Informationen werden in Form von Richtli­nien bei den Buchungsunterlagen, über Kreuzfahrtkata­loge, vom Kreuzfahrtdirektor bzw. über das Videosystem in der Kabine mehr oder weniger bestimmend bekannt gegeben.

Bei Kreuzfahrten in Europa sind es im Gegensatz zu vorgegebenen Beträgen in den USA deutlich kleinere Summen ohne Prozentverhältnis zum Reisepreis. Am besten, Sie entscheiden so, wie Sie es aus Erfahrung in renommierten Hotels gewohnt sind.

Bei Busreisen passiert es häufig, dass die Gruppe dem Fahrer und dem Reiseleiter ein Geschenk macht oder eine Sammlung veranstaltet.

Bei Bahnreisen ist höchst unüblich, dem Zugbegleiter für Hilfestellung ein Trinkgeld zukommen zu lassen.

Bei Flügen – Linie oder Charter – sind Trinkgelder für besondere oder zusätzliche Leistung nicht vorgesehen. Stewards/Stewardessen fungieren als Gastgeber und dürfen im Falle der Lufthansa Trinkgelder nicht annehmen.

Bei Reisen in Europa werden die üblichen Dienstleistungen wie Bedienung im Hotel/Restaurant, Taxifahrt oder Friseur mit 10 bis 15 % honoriert. In südeuropäischen Ländern sind Aufrundungen im Service auf den nächsten Zehner/Hunderter/Tausender üblich.

In Malaysia, Singapur, Thailand oder Japan wird der Reisende mit guter Dienstleistung und einem natürlichen Lächeln verwöhnt. Beispiele aus dem Fernen Osten belegen, wie unterschiedlich auch in Asien die Gewohnheiten bezüglich einer Trinkgeldzahlung sind. In Japan gibt man kein Trinkgeld; hingegen wird in Hotels und Restaurants ein Bedienungszuschlag von bis zu 15 % erhoben. In Thailand wird ein Bedienungszuschlag in Hotels/Restaurants von 10 % erhoben und ein zusätzliches Trinkgeld erwartet. In China gibt man grundsätzlich kein Trinkgeld, es könnte als Beleidigung aufgefasst werden. Allerdings ist die Trinkgeldzahlung von Pauschaltouristen für Reiseleiter und Bedienstete von Hotels und Restaurants mit bis zu 5 Euro pro Tag inzwischen üblich.

|  |
| --- |
| AUFGABEN UND ÜBUNGEN |

**ÜBUNG 1.**

**Welche Information erwarten Sie vom Text mit dem Titel „Trinkgeld“? Was fällt Ihnen spontan zu diesem Wort ein? Unterhalten Sie sich darüber in Kleingruppen.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Prüfen Sie danach, welche Ihrer Vermutungen richtig waren.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Was bedeutete in alten Zeiten das Wort „Trinkgeld“?
2. Welche Trinkgeld-Berufe kennen Sie?
3. In welchem Fall würden Sie ein Trinkgeld geben?
4. Ist das Trinkgeld z.B. im Restaurant in Deutschland ein Muss?
5. Wen soll man im Hotel mit einem Trinkgeld bedanken?
6. Wie groß muss die Belohnung für das Koffertragen sein?
7. Welche Dienstleiter erhalten in den USA nur einen geringen Grundlohn?
8. Was wird bei Kreuzfahrten in den USA grundsätzlich vorgeschrieben?
9. Ist es üblich, bei Bahnreisen dem Zugbegleiter für Hilfestellung ein Trinkgeld zu geben?
10. Warum gibt man in Japan kein Trinkgeld?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über das Trinkgeld in der Tourismusbranche erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Ein Trinkgeld geben; mit der Leistung zufrieden sein; ein Trinkgeld in bar zur Rechnung legen; ein Beitrag von … bis … anmessen; das Bedingungspersonal; einen Grundlohn erhalten; ohne Prozentverhältnis; das Trinkgeld annehmen; die Trinkgeldzahlung; der Obolus; honorieren.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) Es ist heute üblich, in den typischen Trinkgeld-Berufen … .

2) Verzichten Sie in der Gastronomie darauf, … .

3) … , sollten Sie ein Beitrag von 1 bis 3 Euro anmessen.

4) Bei Busreisen passiert es häufig, dass … .

5) Beispiele aus dem Fernen Osten belegen, … .

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) Kein – gibt – Trinkgeld – in – man – Japan.

2) In – bei – Europa – werden – Reisen – die Dienstleistungen – honoriert – mit 15%.

3) Wie – erhalten – Dienstleister – einen – Schiffstewards – nur – geringen – Grundlohn.

4) Singapur – in – verwöhnt – der Reisende – wird – mit – Dienstleistung – guter.

5) Sich – für – zeigen – Sie – 1 Euro – das Koffertragen – pro – erkenntlich – schweres – Gepäckstück.

**ÜBUNG 8.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1) Поняття «чайові» походить з давніх давен.

2) У Німеччині, на відміну від США, де чайові в ресторані є обов’язковими, ви вирішуєте самі, винагороджувати офіціантів чайовими, чи ні.

3) Якщо вам хтось із працівників готелю допомагає організовувати що-небудь особливе, наприклад придбати квитки на концерт, ви повинні віддячити йому чайовими від 1 до 3 євро.

4) В Японії не прийнято давати чайові. В готелях та ресторанах там піднімають доплату на обслуговування до 15%.

5) Під час чартерних та регулярних авіа перельотів непередбачені чайові за особливі чи додаткові послуги.

**ÜBUNG 9.**

**Grammatikwiederholung. Stressfreie Reise. Unterstreichen Sie alle Imperative.**

1. Überprüfen Sie vor einer Reise Ihren Pass und lassen Sie ihn eventuell rechtzeitig verlängern.
2. Wenn Sie in Hauptreisezeiten fliegen wollen: Beeilen Sie sich mit der Buchung ihres Fluges oder Hotels.
3. Ziehen Sie bei einem längeren Flug bequeme Kleidung an.
4. Schließen Sie Ihre Wertsachen im Hotelsafe ein.
5. Rufen Sie Ihre Lieben zu Hause an, wenn Sie am Ziel angekommen sind.

**ÜBUNG 10.**

**Grammatikwiederholung. Ergänzen Sie ein passendes Verb in der richtigen Imperativform.**

1) Du arbeitest zu viel … doch mal Urlaub.

2) Hallo, ihr beiden … rein und … es euch bequem.

3) Ist der Platz noch frei?. - Ja, …. Sie sich doch.

4) Du siehst immer noch hungrig aus … doch ein bisschen mehr.

5) Tut mir Leid, Nicola, bitte … mir nicht böse.

6) Kinder, jetzt … endlich still.

7) Ich verstehe dich nicht … ein wenig lauter.

8) … auf jeden Fall einen Pullover mit. Man kann nie wissen, wie das Wetter wird.

9) Ich freue mich, euch bald wieder zu sehen … gut auf euch auf.

10) Mensch, …dich. Das Flugzeug startet gleich.

**ÜBUNG 11.**

**Grammatikwiederholung. Ein feiner Urlaub. Entscheiden Sie: Partizip l oder Partizip II.**

1) Hinter der Rezeption sitzt ein *unrasierter* Portier! (nicht rasieren).

2) Die billigsten Zimmer haben nicht einmal *fließendes* Wasser! (fließen).

3) Frisch … Brot gibt es nur einmal pro Woche! (backen).

4) Ein ständig … Paar im Nachbarzimmer! (streiten).

5) … Hunde vor dem Balkon! (bellen).

6) Die Zimmer haben schlecht … Türen! (schließen).

7) Kein ordentlich … Bad! (putzen).

8) Unter dem Bett eine … Maus! (vertrocknen).

**ÜBUNG 12.**

**Wortsalat. Wie heißen die Wörter richtig?**

1.Wir haben in einem **T-L-0-H-E** übernachtet.

2. Wir haben eine vierwöchige Reise mit **dem S-K-Z-U-F-H-E-R-F-T-A-F-R-H-C-I** auf dem Mittelmeer gemacht.

3. Als ich jung war, habe ich immer in **einer R-E-G-H-B-E-G-J-D-N-E-R-E-U** übernachtet, weil das billiger war.

4. Wir sind eine halbe Stunde über die Berge in einem **L-0-B-L-A-N** gefahren.

5. Die ganze Familie übernachtet auf dem **A-I-N-P-M-A-L-T-P-G-C-Z.**

6. Die Kinder im Zelt. Die Eltern im **G-W-N-A-E-N-W-H-O.**

7. Wir müssen mit der **R-E-Ä-F-H** auf die Insel übersetzen.

8. Opa ist mit seinem Kegelclub im **E-E-B-I-U-S-R-S** nach Südtirol gefahren.

**ÜBUNG 18.**

**Formeller Brief. Sie wollen Ihre Hochzeitsreise in einem ganz besonderen Hotel verbringen. Dazu haben Sie in einer deutschen Zeitschrift folgende Anzeigen gelesen. Wählen Sie ein Hotel aus, zu dem Sie weitere Informationen haben möchten. Schreiben Sie an das Reisebüro „Exklusivreisen" mit folgender Adresse: Kayagasse *2*,50676 Frankfurt.**

1. Hotel im Wasserturm, Köln

Der Gast wohnt in einem ehemaligen Wasser­turm. Moderne wohnliche Atmosphäre auf elf Etagen. Möbel, Fenster und Türen sind rund. Die vorherr­schenden Farben: Blau, Beige und Gelb. Elegantes Designerhotel mit gutem Service und persönlichem Charme. Claude Chabrol (berühmter französischer Regisseur) schrieb ins Gästebuch: „Einer der seltenen Orte, an dem die Schönheit wohnt..."

2. Ein Hotel ausEis und Schnee

Aus 3000 Tonnen Eis und Schnee wird jedes Jahr im September im Norden Schwedens das größte Iglu-Hotel derWelt gebaut. Der Eispavillon verfügt neben zehn Zimmern über Restaurant, Kunstgalerie, Kino, die Hotelbar „In the Rocks" sowie über eine Eissauna.

**ÜBUNG 13.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel aus einer deutschen Tageszeitung. Worüber informiert dieser Artikel? Wo erhalten Sie weitere Informationen?**

URLAUB AB 2015

Spätestens im Jahr 2025, vielleicht auch schon 2015, sollen die ersten Weltraumtouristen „Urlaub im All" verbringen. Das Erlebnis-Programm „Events" von TUI\* informiert darüber. Ein Eurospace-Programm gibt's bereits jetzt zu buchen - in den belgischen Ardennen. - Info im TUI-Reisebüro

("Touristik Union: Reiseveranstalter)

**ÜBUNG 14.**

**Anfrage. Sie möchten unbedingt unter den ersten Touristen im All sein und wollen sich daher rechtzeitig über alles informieren. Überlegen Sie, welche Informationen Sie für die Planung Ihrer Reise brauchen, und formulieren Sie zu jedem Punkt mindestens eine Frage:**

|  |  |
| --- | --- |
| • Dauer der Reise  • Preise  • Art der Unterkunft | • Buchungsformalitäten  • Gesundheitliche Voraussetzungen für die Teilnahme |

**ÜBUNG 15.**

**Formeller Brief. Schreiben Sie nun an das Reisebüro mit folgender Adresse: Adolf-Weber-Ring 10, 70334 Stuttgart.**

• Erklären Sie, warum Sie schreiben.

• Erkundigen Sie sich nach den oben genannten Aspekten.

• Fordern Sie weiteres Informationsmaterial an.

• Überprüfen Sie am Ende, ob Sie Betreff, Anrede, Gruß sowie alle Inhaltspunkte berücksichtigt haben.

**ÜBUNG 16.**

**Textpuzzle. Vergleichen Sie Ihre Anfrage mit dem Schreiben unten. Setzen Sie dazu vorher die durcheinander geratenen Stücke unten richtig zusammen.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | *Anfrage*  *Sehr geehrte Damen und Herren, aus der Zeitung habe ich von der Möglichkeit* |  | *oder ob es individuelle Zimmer gibt.* |
|  | *Ich wäre Ihnen dankbar,* |  | *kommt eine solche Reise für mich nicht in Frage.* |
|  | *Ich gehe davon aus, dass ich darin alle weiteren Informationen* |  | *über Termine, Reisedauer und Preise sowie Buchungsformalitäten finde.* |
|  | *Für meine Terminplanung müsste ich bereits jetzt wissen,* |  | *wenn Sie mir das Erlebnis-Programm „Events" an die oben angegebene Adresse schicken könnten.* |
|  | *Außerdem brauche ich Informationen darüber, ob eine Gemeinschaftsunter­kunft für Touristen geplant ist* |  | *wie lange die Weltraumreise dauern soll.* |
|  | *Falls Ersteres der Fall ist,* |  | *eines Weltraumurlaubs erfahren.* |
|  | *Da ich Diabetiker bin, ist für mich außerdem wichtig zu wissen,* |  | *ob es bestimmte gesundheitliche Voraussetzungen für die Teilnahme gibt.* |
|  |  | **15** | *Vielen Dank für Ihre Bemühungen. Mit freundlichen Grüßen* |

**ÜBUNG 17.**

**Vortrag.** **Außergewöhnliche Reisen.**

**Wenn Sie eine außergewöhnliche Reise machen könnten - was für eine Art Reise wäre das? Was für Reisen sind bei Ihren Landsleuten zur Zeit beliebt? Warum?**

*Vorbereitung eines Vortrags*

- Klären Sie in kleinen Gruppen folgende Fragen über eine außergewöhnliche Reise in Ihrer Heimat und machen Sie sich dazu Notizen.

- Sammeln Sie aus Büchern, Zeitschriften oder anderem Material große Fotos von dem Reiseziel, das Sie in der Gruppe präsentieren wollen.

*Typische Merkmale eines Vertrags*

Lesen Sie die folgenden Redemittel und wählen Sie passende Ausdrücke.

|  |  |
| --- | --- |
| **Anrede** | *Sehr geehrte Damen und Herren, Liebe Freunde,* |
| **Einleitung** | *Wir möchten Ihnen/euch heute eine ganz besondere Reise vorstellen. Das Besondere an dieser Reise ist:...* |
| **Hauptteil** | *Wir möchten Ihnen/euch die Reise kurz vorstellen.*  *Wir werden von hier aus zuerst mit dem Flugzeug/Zug/Bus/Auto nach*  *Wir haben Ihnen/euch einige Bilder mitgebracht.*  *Hier/Auf diesem Bild/Auf dem ersten Foto sehen Sie/seht ihr ...*  *Jetzt noch einige Worte zu Unterkunft und Ausrüstung.*  *Übernachten werden wir...*  *Folgende Ausrüstung Ist erforderlich:...* |
| **Schluss** | *Wir hoffen nun, dass Sie/ihr Lust bekommen haben/habt, diese Reise zu machen. Wir hoffen, unser Reisevorschlag hat Ihnen/euch gefallen.* |
| **Dank** | *Wir danken Ihnen/euch für Ihre/eure Aufmerksamkeit.*  *Vielen Dank fürs Zuhören. Vielen Dank. Haben Sie/Habt ihr noch Fragen?* |

**ÜBUNG 19.**

**Rollenspiel.** **Inszenieren Sie ein Gespräch im Hotel zwischen einem an der Rezeption Tätigen und dem Reisenden. Thema des Gesprächs ist Trinkgeld für gute Bedingung.**

**Übung 20.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen.**

«ALL INCLUSIVE»: чи реально це для України?

Учасники виставки UITT 2011 досить скептично ставляться до запровадження в Україні системи «all inclusive» («все включено»). Представниця готельного комплексу міста Алушти Вікторія вважає, що «система «all inclusive» є перспективною для українських курортів. Розробки ведуться, але актуальність в такій системі є лише для великих готелів, а маленькі можуть від неї і постраждати у фінансовому плані. Така програма реальна для туриста в Україні, але поки що не сьогодні».

Таку ж думку висловив ***Валерій Лебедченко*,** керівник донецького офісу туристичної фірми «Anex tour»: «У нас система «all inclusive» працювати не буде. І це не лише моя думка. Я багато спілкувався на цю тему з іншими туроператорами та бізнесменами, і всі вони відповіли одне: це – неможливо. На закордонні курорти націлена більш підготовлена аудиторія, а вітчизняні береги відвідує масовий турист, який морально буде не готовим, щоб сприйняти цю систему. Для нього це стане певного роду «дикістю».

**Urlaub- & Reisewitze**

☺☻☺ Zwei Freunde unterhalten sich über ihre Urlaubsziele.

"Ich war auf den Malediven. Strand, Sonne, alles super, und du?" "Ich war in Rio, bin überfallen worden, und meine Frau wurde vergewaltigt." Im nächsten Jahr treffen sie sich wieder. Der eine war auf den Seychellen. Der andere war wieder in Rio, ist überfallen und zusammengeschlagen worden, und die Frau wurde vergewaltigt. Im dritten Jahr treffen sie sich vor der Urlaubsreise: "Fährst Du wieder nach Rio?" "Ich nicht, aber meine Frau..."

|  |
| --- |
| **Lektion 10** |

**Text: FERIENREISENBUCHUNG IM INTERNET**

Das Internet gewinnt als Reisebörse immer mehr an Beliebtheit. Im Jahre 2006 haben die Deutschen auf dem Internet Reisemarkt schätzungsweise rund zehn Milliarden Euro ausgegeben. Bei der letzten Zählung tummelten sich be­reits 75 Online-Reisebüros im Internet und machten Jagd auf jene Hälfte der Deutschen, die über einen Internet­zugang verfügen.

Mit großem Eifer arbeitet die Branche daran, die letz­ten technischen Schwierigkeiten wie lange Ladezeiten oder eine umständliche Navigation in den Griff zu be­kommen. Um Vertrauen aufzubauen, bieten Veranstalter zum Internetauftritt häufig auch die Dienste eines Call Centers an. „Kunden, die ihren ersten Flug buchen, möchten oft noch mit jemandem sprechen“, sagt Jürgen Seiler, Marketingleiter von Expedia Deutschland. „Sie wollen wissen, ob alles geklappt hat“. Ein anderer Reiseexperte glaubt, dass sich das Verhalten der Ver­braucher grundsätzlich ändern wird: „Die meisten Kun­den, die mit einer Buchung im Internet zufrieden waren, werden nicht mehr ins klassische Reisebüro zurück­kehren“.

Das Stern-Magazin hat die neun wichtigsten deutsch­sprachigen Anbieter getestet: Bei jeweils drei fiktiven Reisen Städtetrip, Familienurlaub und Fernreise mussten die Reiseportale ihre Leistungsfähigkeit zeigen und natürlich auch einen attraktiven Preis finden. Dabei wird allerdings nicht immer das günstigste Angebot ausgesucht, besonders bei der Fernreise gibt es Unterschiede von mehreren hundert Euro.

Im Durchschnitt fahren Internetnutzer häufig billiger in Urlaub, weil viele Anbieter inzwischen besonders gün­stige Raten für Online-Bucher garantieren. Zumal das weltweite Netz als Informationsbörse ideal ist: Hier kön­nen Sie kontrollieren, ob Ihr Reisebüro wirklich die gün­stigsten Angebote gefunden hat. Reisebüros schlagen oft ein Serviceentgelt auf die Angebote auf und bieten zudem eine engere Auswahl an Reiseveranstaltern. Die persönliche Beratung ist aber gerade bei Pauschalreisen oder erstmals angesteuerten Zielen viel wert.

Der Anteil der Internetbuchungen bei Pauschalreisen liegt daher auch noch unter fünf Prozent, die Zahl derer allerdings, die sich vorher genau informieren und dann ins Reisebüro zum buchen gehen, schätzt man deutlich höher.

Die schöne neue Urlaubswelt hat heute einen Haken: Für die Kunden wird es unübersichtlicher. Die alte Regel: Früh buchen ist billiger als spät, gilt nicht mehr. Die etwas neuere Regel: Spät buchen ist billiger als früh, funktio­niert so simpel auch schon nicht mehr. Auch die Frage, wo gebucht wird, ist komplizierter geworden. Gab es Buchungsmöglichkeiten früher nur im Reisebüro, kann man heute auch bei Reiseportalen im Internet oder direkt beim Hotel buchen.

|  |
| --- |
| AUFGABEN UND ÜBUNGEN |

**ÜBUNG 1.**

**Was wissen Sie über die Ferienreisebuchung im Internet? Haben Sie schon einmal Ihre Reise im Internet gebucht? Berichten Sie über Ihre Erfahrung im Plenum.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text „Ferienreisebuchung im Internet“, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Welche Summe haben die Deutschen auf dem Internet Reisemarkt ausgegeben?
2. Was bieten die Veranstalter den Internetnutzern, um ihr Vertrauen aufzubauen?
3. Warum fahren die Internetnutzer im Durchschnitt häufig billiger in Urlaub?
4. Wie können wir kontrollieren, ob unser Reisebüro wirklich die günstigsten Angebote gefunden hat?
5. Was ist gerade bei Pauschalreise sehr wichtig?
6. Wie groß ist der Anteil der Internetbuchungen bei Pauschalreisen?
7. Welche Buchungsmöglichkeiten gibt es zur Zeit?
8. Ist das weltweite Netz als Informationsbörse ideal? Warum?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über die Ferienreisebuchung im Internet erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*An Beliebtheit gewinnen; das Online-Reisebüro; über einen Internet­zugang verfügen; die Ladezeit; eine umständliche Navigation; die Buchung im Internet; das günstigste Angebot aussuchen / finden; der Städtetrip; der Familienurlaub; die Fernreise; gün­stige Raten für Online-Bucher garantieren; bei Reiseportalen im Internet buchen; direkt beim Hotel buchen.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) Mit großem Eifer arbeitet die Branche daran, … .

2) Die meisten Kun­den, die mit einer Buchung im Internet zufrieden waren, werden … .

3) Reisebüros schlagen oft ein Serviceentgelt auf … .

4) Die alte Regel: … gilt nicht mehr.

5) Man kann heute auch bei Reiseportalen im Internet oder … buchen.

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) Ist – spät – früh – als – buchen - billiger.

2) Viele - Online-Bucher – Anbieter – garantieren – für - gün­stige - Raten.

3) Müssen – einen – finden - die Reiseportale – Preis – attraktiven.

4) In – billiger - die Internetnutzer – häufig – fahren - Urlaub.

5) Gab – früher – es – Reisebüro – im – Buchungsmöglichkeiten - nur.

**ÜBUNG 8.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1. На біржі туристичних подорожей все більше популярності набуває інтернет.
2. Клієнти, які були задоволені бронюванням подорожі в інтернеті, не повертаються за звичай до класичного турбюро.
3. Користувачі інтернету відпочивають в середньому дешевше, тому що вигідні пропозиції гарантуються саме для тих, хто бронює подорож «он-лайн».
4. Туристична галузь інтенсивно працює над тим, щоб усунути останні незначні технічні труднощі, що виникають у користувачів інтернету.

**ÜBUNG 9.**

**Grammatikwiederholung. Ergänzen Sie den Lückentext.**

|  |
| --- |
| zwischen vor im durch von zur aus vom in bei durch ins |

Es gibt viele und gute Gründe *online* zu buchen:

1. **Aktuell:** Ihnen stehen immer die aktuellen Angebote … Verfügung und Sie sehen sofort, was buchbar ist.
2. **Bequem:** Von zu Hause … können Sie sich im Netz informieren und Ihre Reise buchen.
3. **Individuell:** Sie können sich Ihre Reisen selbst zusammenstellen.
4. **Interaktiv:** … Reiseanbietern und Ihnen als Kunden wird ein ständiger Kommunikationsaustausch ermöglicht.
5. **Multimedial:** … Bilder, Animationen, Filme, Ton und vielen verlinkten Informationen erhalten Sie einen lebendigen realitätsnahen Eindruck … touristischen Angebot.
6. **Örtlich unabhängig:** Sie haben … das Internet Zugriff auf alle Angebote weltweit.
7. **Schnell und einfach:** Der Erwerb … Flugtickets, Hotelzimmer, Pauschalreisen und auch anderen Reisen ist für Sie als Kunde relativ schnell und einfach möglich.
8. **Sicher:** hohe technische und organisatorische Maßnahmen gewährleisten … der Regel Qualität … Datenschutz, Zahlung und Kundenservice.
9. **Spontan:** Sehr kurzfristig können Ihre Urlaubswünsche realisiert werden. E-Tickets können bspw. bis zu 4 Stunden … Abflug gebucht werden.
10. **Übersichtlich:** Die große Auswahl … Netz ermöglicht Ihnen einen transparenten Angebots- und Preisvergleich.
11. **Umfangreich:** Die Auswahl im Netz ist sehr vielfältig.
12. **Zeitlich unabhängig:** Der Zugang … Web ist 24h möglich.

**ÜBUNG 10.**

**Machen Sie ein Interview in der Gruppe. Sammeln Sie Argumente pro und contra Ferienreisebuchung im Internet. Ordnen Sie diese Argumente und berichten Sie kurz darüber.**

Ferienreisebuchung im Internet

|  |  |
| --- | --- |
| pro | contra |
| 1) …  2) … |  |

**ÜBUNG 11.**

**Versuchen Sie nun, eine Grafik zum Thema „Internetnutzung“ zu beschreiben. Formulieren Sie den Anfang Ihres Textes.**

*Beachten Sie dabei die folgende Reihenfolge:*

*1) Einleitung; 2) Überleitung zur Grafik; 3) Grafik*

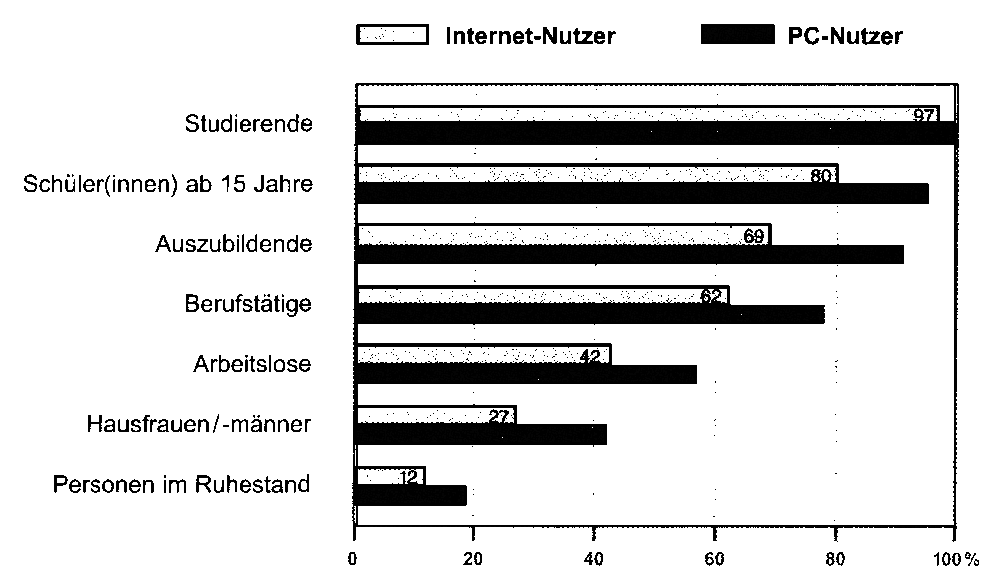
*Informationen zur Grafik: - Titel; - Quelle; - Parameter (Zeitraum, Maßeinheit)*

**Internetnutzung**

Rund 34 Mill. Menschen nutzten in Deutschland im ersten Quartal 2002 das Internet, das waren 46 % der Bevölkerung im Alter ab zehn Jahren. Der Anteil der Internet-Nutzer war dabei bei Männern mit 52% um 11 Prozentpunkte höher als bei Frauen (41%). Der überwiegende Teil der Nutzer sah im Internet vor allem ein Kommunikationsmittel, eine wichtige Informationsquelle zu Produkten und Dienstleistungen sowie eine Wissens­quelle für die allgemeine und berufliche Bildung.

**PC- und Internet-Nutzer in unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen in Deutschland**

Anteil in % im 1. Quartal 2002



**ÜBUNG 12.**

**Ergänzen Sie in den folgenden Lückentexten die Satzverbindungen und die Redemittel zur Grafikbeschreibung.**

**Satzverbindungen:** *aber – denn – denn – so - wenn*

**Redemittel**: *auffallend ist – etwa ein Fünftel – mehrheitlich – etwa die Hälfte – aus den Daten der Grafik kann man schließen – die meisten – seltener – vermutlich – nur 42%.*

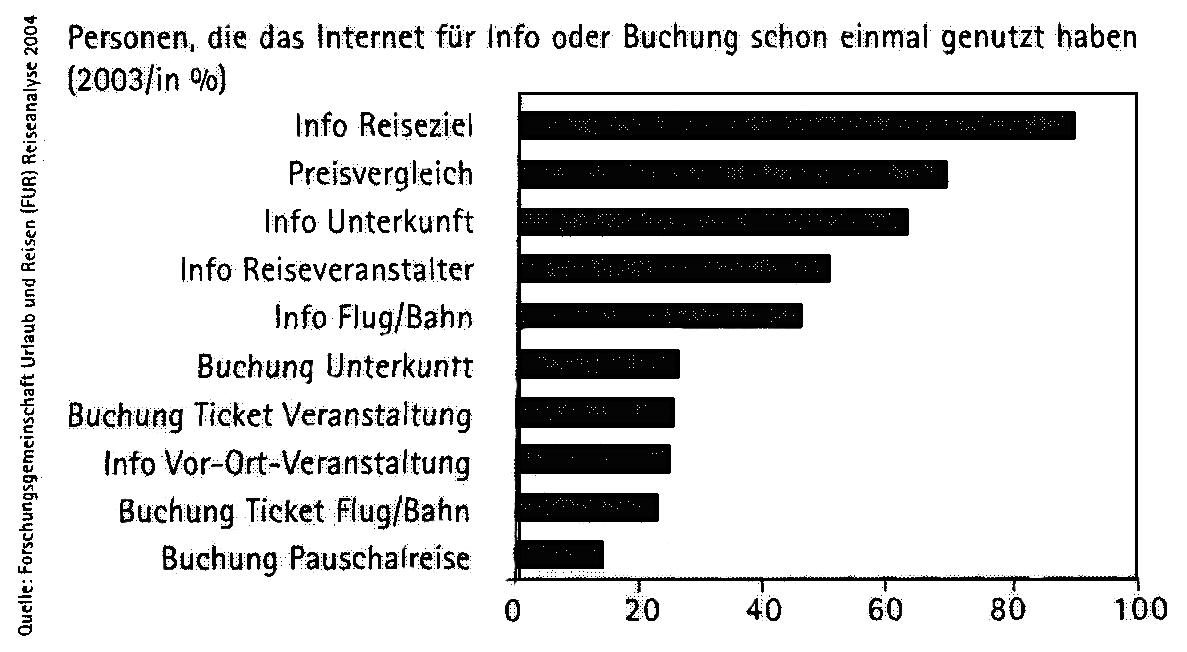
**Grafikbeschreibung**

… (1) man die Grafik betrachtet, fällt auf, dass … (2) PC-Nutzer jung sind und sich entweder in der Ausbildung oder im Berufsleben befinden. (3) … verwenden 100% der Studenten, 95% der Schüler, 91% der Auszubildenden und 78 % der Berufstätigen einen Computer. Die Menschen dieser Gruppen surfen … (4) auch im Internet (zwischen 62% und 97%). Bei den Menschen, die nicht mehr in der Ausbildung sind und keinen Beruf ausüben, sieht die Situation ganz anders aus. … (5) der Arbeitslosen verfügt über einen PC. Und … (6) der Hausfrauen /Hausmänner sowie … (7) der Rentner nutzen einen Computer zu Hause. … (8), dass diese Menschen auch … (9) im Internet surfen. (10) spielen sowohl das Alter als auch die Ausbildung eine Rolle bei der Internetnutzung. … (11) immerhin noch 42% der arbeitslosen Nutzer und 27% der Hausfrauen/Hausmänner benutzen das Internet, … (12) nur 12% der Rentner.

**ÜBUNG 13.**

**Versuchen Sie, eine Grafik zum Thema „Internetnutzung zur Buchung von Urlaubsreisen“ zu beschreiben. Fassen Sie in kurzen Sätzen die wichtigste Information zusammen und berichten Sie darüber in der Gruppe.**

**Internetnutzung zur Buchung von Urlaubsreisen**

****

**ÜBUNG 14.**

**Kursorisches Lesen.**

**Lesen Sie die folgende Information über „12-Punkte-Garantie für mehr Sicherheit im Netz“ ohne Wörterbuch. Markieren Sie die Wörter/Wortverbindungen, die mit Ihrem Fachgebiet „Tourismus“ in Zusammenhang stehen. Erzählen Sie danach in der Gruppe, was Sie verstanden haben.**

12-Punkte-Garantie für mehr Sicherheit im Netz

***Selbstverpflichtung der Mitglieder***

***des Verbandes Internet Reisevertrieb (VIR)***

Die Mitglieder des Verbandes Internet Reisevertrieb (VIR) verpflichten sich:

1. die maximale Sicherheit im Umgang mit sensiblen, persönlichen Daten bereitzustellen: Mittels der leistungsstarken Verschlüsselungstechnologien SSL (Secure Socket Layer) und TLS (Transport Layer Security) werden alle Transaktionen geschützt;

2. einen wirksamen Schutz vor Viren aktiv einzusetzen und ständig zu aktualisieren;

3. die ständige Optimierung effizienter Bestell- und Zahlungsvorgänge sicherzustellen;

4. zu einer engen Zusammenarbeit mit Institutionen zum Schutz der Verbraucher;

5. zur Zertifizierung der sicheren Übermittlung und Abwicklung von Buchungsvorgängen über das Internet durch eine neutrale Institution;

6. die volle „Geld-zurück-Garantie" bei Nichterhalt der Reisedokumente zu gewährleisten;

7. eine qualifizierte, persönliche Beratung vor und während der Buchung anzubieten;

8. keine unlautere Werbung zur Kundenakquisition einzusetzen;

9. eine Qualitätssicherung für alle Produkte und Partner sicherzustellen;

10. nur verfügbare Produkte anzuzeigen und gebuchte Produkte direkt verbindlich zu bestätigen;

11. auch nach der Reise bei Fragen, Anregungen und Rückmeldungen aus den Urlaubsgebieten als qualifizierte Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen;

12. den Bestimmungen der § 651a ff zu entsprechen, sofern sie als Veranstalter auftreten. Damit ist beispielsweise eine Insolvenzversicherung mit einem Sicherungsschein (§ 651 k BOB bei Pauschalreisen) nachzuweisen.

Die VIR-Partner gehen von einer gemeinsamen Basis aus: Alle Partner setzen auf ein geeignetes IT-Sicherheits­konzept. Die im VIR vertretenen Unternehmen haben sich ge­schlossen und als Erste ihrer Branche zu diesem 12-Punkte-Programm bekannt.

**ÜBUNG 15.**

**Fassen Sie die Information über den „Entwicklung von Wikinger Reisen im Internet“ zusammen. Stellen Sie dar, welche Tendenzen Sie für die Zukunft erwarten.**

* 1,5 Mio. Besucher / Visits in 2011
* 15 Mio. Page-Impressions (Seitenaufrufe)
* 11,6 Mio. Euro Online-Reise-Umsatz, dies entspricht 19 % vom Gesamtumsatz

**ÜBUNG 16.**

**Rollenspiel. Inszenieren Sie ein Gespräch zwischen einem Online-Bucher und seinem Bekannten. Thema des Gesprächs ist „Online-Reisebüro“.**

**Übung 17.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen.**

Турфірми прогнозують "бум електронного бронювання"

Група учених з edigitalresearch з'ясувала, що 53% респондентів не збираються нехтувати подорожжю під час відпустки. А 57% готові шукати найбільш вигідний для себе варіант саме на сайтах інтернет-операторів. На думку опитаних, там зручніше і найшвидше можна знайти інформацію про путівки, що "горять", знижки або спеціальні пропозиції для туристів. Отже, онлайн-агентствам залишається лише стежити за тим, щоб вміст їх веб-сайтів оновлювався регулярно, а відомості були достовірними.

Близько половини опитаних (47%) заявила, що мають намір звести свої витрати до мінімуму під час подорожей. А це означає, що клієнти прагнутимуть забронювати місце на круїзному лайнері або кімнату в готелі безпосередньо, не вдаючись до допомоги посередників. Або вибираючи тих, хто запропонує найменшу ціну. І в тому і в іншому випадку їм доведеться звернутися до електронних туристичних сервісів. Завдяки тому, що вартість турів в онлайн-операторів часто набагато нижче, ніж в звичайних агентствах, люди почнуть користуватися їх послугами не лише для того, щоб отримати основні відомості про той або інший напрям, але і щоб зробити замовлення.

**Urlaub- & Reisewitze**

☺☻☺ Unterhalten sich zwei Tramper auf ihrem Weg durch den [Harz](http://www.spar-mit.com/braunlage/index.php). Sagt der eine: "Du, es gibt total nette Autofahrer. Die nehmen dich nicht nur mit, die laden dich auch zum Essen ein, und bei denen kannst du sogar übernachten." "Echt, ey, hast du denn schon mal so einen getroffen?", fragt der andere. Der erste: "Ich nicht, aber meine Frau..."

☺☻☺ Ein deutscher Tourist fährt durch das Burgenland. Plötzlich wird er von einem am Straßenrand stehenden Polizisten angehalten. "Das macht 300 Schilling Bußgeld" sagt der Polizist. "Sie sind viel zu schnell gefahren!" "Mann, wie wollen Sie das denn überhaupt feststellen?" fragt der Tourist. "Sie haben doch gar kein Radargerät!" "Hugo!" ruft der Polizist. "Hugo, komm mal raus!" Aus dem Gebüsch am Straßenrand erscheint ein zweiter Polizist. "Sag, Hugo, wie schnell ist der Kerl gefahren?" "Ssssssst." "Und wie schnell hätte er fahren dürfen?" "Ssst!"

|  |
| --- |
| **Lektion 11** |

**Text: Hoteltypologie**

Die Hotellerie deckt unterschiedliche Gästebedürfnisse ab. Die Betriebsarten lassen sich hierbei nach verschiedenen Kriterien unterscheiden. Ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal unter Hotels ist die Verpflegung. Vollpension umfasst als Leistung Übernachtung, Frühstück, Mittag- und Abendessen. Halbpensionen bieten neben dem Frühstück nur eine weitere Mahlzeit. Hotels, die nur Frühstück anbieten, bezeichnet man als „Hotel garni”.

Bezüglich des Aufenthaltszwecks unterscheidet man Kur-, Wellness-, Studenten-, Ferien-, Sport-, Businesshotels und Kongress- oder Seminarhotels.

Nach Zielgruppe unterscheidet man beispielsweise [Kinder-](http://de.wikipedia.org/wiki/Kinderhotel) Radfahrer- und Nichtraucherhotels. Weiterhin gibt es Pilgerhotels (Herbergen). [Frauenhotels](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Frauenhotel&action=edit&redlink=1) sind exklusiv für Frauen, viele werden auch ausschließlich von Damen betrieben. Häufig nehmen alleinreisende Geschäftsfrauen und Urlauberinnen mit kleinen Kindern sie in Anspruch. In New York gibt es alte Dauergäste, die sie wie ein [Seniorenheim](http://de.wikipedia.org/wiki/Altenheim) nutzen (keineswegs nur hochpreisig).

Nach ihrer Verkehrsanbindung bezeichnet man [Bahnhofshotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Bahnhof) (z. B. Intercity-Hotels in [Deutschland](http://de.wikipedia.org/wiki/Deutschland)) und Flughafenhotels bzw. bezeichnete man in der Vergangenheit [Eisenbahnhotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Eisenbahnhotel). [Motels](http://de.wikipedia.org/wiki/Motel) liegen direkt oder in unmittelbarer Nähe von wichtigen Straßenverbindungen und Autobahnen. Pro Gästezimmer steht mindestens ein Parkplatz zur Verfügung, sowie 24 h [Check-in](http://de.wikipedia.org/wiki/Check-in)-Möglichkeit. Motels werden aufgrund ihrer verkehrstechnisch günstigen Lage auch vermehrt als Durchführungsort von Seminaren, Konferenzen und Tagungen gewählt. Die ersten Motels entstanden zu Beginn des 20. Jahrhunderts in den USA und sind dort am meisten verbreitet.

Nach ihrer Umgebung unterscheidet man Stadthotels, Berghotels, Seehotel, Strandhotels und Parkhotels.

Nach der Reiseform unterscheidet man Hotels für individuell reisende Gäste, Hotels für Gruppenreisende und Busreisehotels sowie Hotels für Geschäfts- und Messereisende.

Weiterhin unterscheidet man Hotels nach der Betriebsgröße. Man zählt 20–70 Betten in Kleinbetrieben und 71-150 in mittelgroßen Betrieben. Bei mehr als 150 Betten spricht man von einem Großbetrieb.

Nach Betriebsdauer unterscheidet man Ganzjahresbetriebe und Saisonbetriebe. Unter den Saisonbetrieben differenziert man zwischen Einsaisonbetrieb (Sommer oder Winter) und Zweisaisonbetrieb (Sommer und Winter, Zwischensaison geschlossen).

Nach Unternehmensform unterscheidet man Inhaber- und Pachtbetriebe sowie [Aktiengesellschaften](http://de.wikipedia.org/wiki/Aktiengesellschaft) und [GmbHs](http://de.wikipedia.org/wiki/GmbH). Hotels werden auch unter Franchise- oder Managementverträgen geführt. Genossenschaften sind ebenfalls vertreten.

Zudem betrachtet man Sonderformen von Hotels. Ein [Kapselhotel](http://de.wikipedia.org/wiki/Kapselhotel) ist eine relativ neue, besonders Platz sparende Hotelform in Japan. Dabei verzichtet man auf Gästezimmer, sondern bringt die Gäste in wabenförmigen, übereinander gestapelten Kapseln unter – jeweils nur liegend zu benutzen. Bäder oder Toiletten sind als Gemeinschaftseinrichtung vorhanden. In den meisten Kapselhotels gibt es darüber hinaus Gemeinschaftsräume zum Aufenthalt, ähnlich einem Fernsehzimmer. Trotzdem sind die Kapseln meist auch jeweils einzeln mit einem Fernseher in Augenhöhe ausgestattet, um ein Minimum an Beherbergungskomfort zu gewährleisten. Oft nutzen Geschäftsreisende oder Pendler Kapselhotels, die überwiegend – ähnlich einem [Motel](http://de.wikipedia.org/wiki/Motel) – an Verkehrsknotenpunkten liegen. Daneben gibt es schwimmende Hotels, z. B. [Kreuzfahrtschiffe](http://de.wikipedia.org/wiki/Kreuzfahrtschiff) und Flussschiffe, sowie fahrende Hotels wie [Schlafwagen](http://de.wikipedia.org/wiki/Schlafwagen) und [Hotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Rotel_Tours).

Ein Hotel, das in einem ehemaligen Gefängnis eingerichtet wird, ist als [Gefängnishotel](http://de.wikipedia.org/wiki/GefÃ¤ngnishotel) bekannt.

In [Stundenhotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Stundenhotel) sind Zimmer stundenweise mietbar. Sie werden in der Regel von Liebespaaren für den Geschlechtsverkehr genutzt. Eine besondere Form stellen die japanischen [Love Hotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Love_Hotel) dar, die dort Teil der modernen Alltagskultur sind. In Stundenhotels ist nicht unbedingt davon auszugehen, dass es auch ein Angebot an Speisen gibt.

|  |
| --- |
| **AUFGABEN UND ÜBUNGEN** |

**ÜBUNG 1.**

**Überlegen Sie zuerst, was Sie vom Inhalt des Textes „Hoteltypologie“ erwarten. Was fällt Ihnen spontan zu seinem Titel ein? Berichten Sie über Ihre Assoziationen und Vermutungen im Plenum.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Prüfen Sie danach, welche Ihrer Vermutungen richtig waren.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Nach welchen Kriterien lassen sich die Betriebsarten unterscheiden?
2. Was gilt als ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal unter Hotels?
3. Welche Leistungen umfasst Vollpension?
4. Wie bezeichnet man Hotels, die nur Frühstück anbieten?
5. Welche Hoteltypen unterscheidet man bezüglich des Aufenthaltszwecks?
6. Wann und wo entstanden die ersten Motels?
7. Welche Sonderformen von Hotels können Sie nennen?
8. Welche relativ neue, besonders Platz sparende Hotelform in Japan kennen Sie?
9. Nennen Sie Beispiele schwimmender Hotels!
10. Wodurch sind Stundenhotels gekennzeichnet?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über Hoteltypologie erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Unterschiedliche Gästebedürfnisse abdecken; die Verpflegung; die Voll-/Halbpension; unter Franchise- oder Managementverträgen geführt werden; die Gemeinschafts-einrichtung; stundenweise mietbar sein.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) Vollpension umfasst als Leistung … .

2) Hotels, die … , bezeichnet man als „Hotel garni”.

3) … liegen direkt oder in unmittelbarer Nähe von wichtigen Straßenverbindungen und Autobahnen.

4) Nach der Reiseform unterscheidet man Hotels … .

5) Man zählt … Betten in Kleinbetrieben und … in mittelgroßen Betrieben.

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) Ist - unter - ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal - Hotels -die Verpflegung.

2) Zielgruppe – man - beispielsweise - [Kinder-](http://de.wikipedia.org/wiki/Kinderhotel) und Nichtraucherhotels - nach - unterscheidet.

3) Steht - mindestens - pro – Gästezimmer - zur Verfügung - ein Parkplatz.

4) man - von - zudem - Sonderformen - betrachtet - Hotels.

5) Oder - oft - Geschäftsreisende - Pendler - nutzen - Kapselhotels.

6) Eine Form - japanischen - [Love Hotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Love_Hotel) - da - besondere - die -stellen.

**ÜBUNG 8.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1) Готелі з неповним пансіоном пропонують своїм гостям окрім сніданку ще один прийом їжі.

2) Перші мотелі з`явилися на початку 20 ст. в США та саме там найбільше поширені зараз.

3) За формою подорожі розрізняють готелі для туристів, які подорожують самі або ж із групою.

4) Готелі, що пропонують своїм гостям лише сніданок, називають «готелі garni».

5) Існують особливі, відносно нові типи готелів, такі як «готелі-капсули» в Японії. Гості розміщуються в таких готелях в капсулах один над одним у формі сот.

6) Готелі з погодинною формою оплати використовують за звичай закохані пари або ж туристи в аеропорту, які бажають відпочити, чекаючи на свій рейс.

**ÜBUNG 9.**

**Übersetzen Sie schriftlich den folgenden Text in Ihre Muttersprache.**

Ein Hotel verfügt mindestens über einen Empfang ([Rezeption](http://de.wikipedia.org/wiki/Rezeption_(Betreuung))), Zimmer zur [Beherbergung](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Beherbergung&action=edit&redlink=1), die mindestens mit einem Bett, einem Schrank, einem Tisch und einer Waschgelegenheit ausgestattet sind, und [Gastronomie](http://de.wikipedia.org/wiki/Gastronomie), die wenigstens ein [Frühstück](http://de.wikipedia.org/wiki/FrÃ¼hstÃ¼ck) anbietet.

Größere Hotels haben einen Empfangs- und Aufenthaltsbereich ([Lobby](http://de.wikipedia.org/wiki/Lobby)), mindestens ein [Restaurant](http://de.wikipedia.org/wiki/Restaurant), eine [Bar](http://de.wikipedia.org/wiki/Bar_(Lokal)) und, je nach Kategorie, Fitnessbereich mit oder ohne Schwimmbad, Garage und andere Einrichtungen. Auch die Ausstattung der Zimmer variiert. Oft sind Duschen, gelegentlich auch Vollbäder anzutreffen. Weitere Ausstattungsmerkmale können ein Fernseher, Internetanschluss und Minibar sein. Hotels verfügen im Gegensatz zu [Pensionen](http://de.wikipedia.org/wiki/Pension_(Tourismus)) über eine [Rezeption](http://de.wikipedia.org/wiki/Rezeption). Bei Hotels der gehobenen Kategorien (4 und 5 Sterne) ist die Rezeption rund um die Uhr besetzt.

Es gibt Hotels in den verschiedensten Preis- und Komfortklassen – je nach Land in eigenen Klassifizierungen für eine bestimmte Rubrik nach [Hotelsternen](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotelstern) kategorisiert. Einen weltweit einheitlichen Kriterienkatalog gibt es nicht. Grundsätzlich sind Ein-Sterne-Hotels sehr einfach ausgestattet, Fünf-Sterne-Hotels dagegen sind äußerst [luxuriös](http://de.wikipedia.org/wiki/Luxus), wobei sich die Bewertungsmaßstäbe von Land zu Land unterschieden. In Deutschland orientieren sich die Sterne an verschiedenen Leistungs- und Ausstattungs- und Qualitätsmerkmalen, die vom [Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA)](http://de.wikipedia.org/wiki/Deutscher_Hotel-_und_GaststÃ¤ttenverband) festgelegt werden.

Das an der Bettenzahl gemessene größte Hotel in [Deutschland](http://de.wikipedia.org/wiki/Deutschland) ist das [Estrel](http://de.wikipedia.org/wiki/Estrel) in [Berlin](http://de.wikipedia.org/wiki/Berlin) mit 1.125 Zimmern, das kleinste mit nur einem Zimmer ist das Hotel einschlaf in Wolfsburg. Das oft als luxuriösestes Hotel der Welt beschriebene ist das [Burj al Arab](http://de.wikipedia.org/wiki/Burj_al_Arab) in [Dubai](http://de.wikipedia.org/wiki/Dubai), [Vereinigte Arabische Emirate](http://de.wikipedia.org/wiki/Vereinigte_Arabische_Emirate). Das älteste Hotel Deutschlands ist das [Pilgrimhaus](http://de.wikipedia.org/wiki/Pilgrimhaus) in [Soest](http://de.wikipedia.org/wiki/Soest), gegründet 1304. Gleichzeitig ist es auch das zweitälteste Hotel in der ganzen Welt, älter ist nur das [Ryokan](http://de.wikipedia.org/wiki/Ryokan) [Hōshi](http://de.wikipedia.org/wiki/HÅshi) in Japan, gegründet 717.

**ÜBUNG 9.**

**Grammatikwiederholung. Ergänzen Sie die Regel zu der Zeitform Perfekt!**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Position I** | **Position II**  **Verb 1 (haben/sein)** | **…** | **Ende**  **Verb 2 (Partizip Perfekt)** |
| Unsere Weltreise  In Frankfurt  Wir  Ralf  Wir | hat  sind  sind  ist  haben | gut  wir mit Verspätung  todmüde in Bangkok  im Hotel  eine Stadtrundfahrt | begonnen.  abgeflogen.  angekommen.  geblieben.  gemacht. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| haben | Partizip Perfekt | sein |

Diese Zeitform nennt man Perfekt. So berichtet man über Vergangenes (vor fünf Minuten, gestern, vor einer Woche, letztes Jahr, …). Das Perfekt von Verben wie „beginnen“, „abfliegen“, „machen“ bildet man mit … oder … und dem Partizip Perfekt. Auf Position II stehen … oder …, das … steht am Ende.

**ÜBUNG 10.**

**Grammatikwiederholung. Bilden Sie Sätze. Beachten Sie den Gebrauch des Perfekts.**

1) Sind – nach zwei Tagen – angekommen – auf dem Campingplatz.

2) Gelegen – am Strand – haben – in der Sonne – wir – meistens.

3) Gespielt – Tischtennis und Volleyball – haben – manchmal – wir.

4) Aber – kaputtgegangen – unser – ist – Auto.

5) Einen Tagesausflug – einmal – mit dem Bus – haben – nach Florenz – gemacht – wir.

6) Wir – gemacht – eine Stadtrundfahrt – haben – dort.

7) Viele Sehenswürdigkeiten – haben – besichtigt – wir.

8) Haben – gut – wir – gegessen – getrunken – wir – und – dort – viel Wein.

9) Wir – um Mitternacht – zurückgefahren – dann – sind – zum Campingplatz.

10) Gekauft – wir – haben – Souvenirs.

**ÜBUNG 11.**

**Grammatikwiederholung. Schreiben Sie, dass schon alles fertig ist. Gebrauchen Sie dabei Perfekt.**

1. Du musst noch Geld wechseln. Aber ich … schon Geld … .

2. Du musst noch einkaufen. Aber ich … schon … . 3. Du musst noch deine Mutter besuchen. Aber ich … sie schon … . 4. Du musst noch den Pass nehmen. Aber ich … ihn schon … . 5. Du musst noch deine Koffer einpacken. Aber ich … sie schon … .

**ÜBUNG 12.**

**Was passt zusammen?**

|  |  |
| --- | --- |
| Besichtigung **>**  Gelegenheit zum **>**  Stadtrundfahrt **>**  Zeit zum Stadtbummel**>**  „Dinner Cruise“ auf dem Chao Phaya **>**  Tagesfahrt **>**  Nicht im Reisepreis enthalten **>**  Flugzeugwechsel **>**  Linienmaschine **>**  First Class Hotels **>**  Vorführung **>**  Transfer zum Hotel **>** | **>** Gehört nicht zum Programm, macht man alleine (ohne Reisegruppe)  **>** Mit dem Bus durch die Stadt fahren  **>** Abendessen auf einem Schiff  **>** Sehenswürdigkeiten anschauen  **>** Mit einer großen Fluglinie fliegen  **>** In ein anderes Flugzeug umsteigen  **>** Vom Flughafen ins Hotel fahren  **>** Sehr gute Hotels  **>** Eine kulturelle Veranstaltung  **>** Den ganzen Tag unterwegs sein  **>** Man muss dafür extra bezahlen  **>** Die Stadt ansehen und einkaufen |

**ÜBUNG 13.**

**Urlaubspost. Lesen Sie die Urlaubspost und setzen Sie die passenden Hilfsverben ein. Erklären Sie die Wahl der Hilfsverben!**

*Liebe Rosi,*

*Diese Reise ist wirklich ein Alptraum! Wir … todmüde in Bangkok angekommen. Dort … wir dann ewig auf den Bus zum Hotel gewartet. Ralf … im Hotel geblieben, … sich ins Bett gelegt und … sofort eingeschlafen. Ich war auch müde, aber wir hatten ja nur zwei Tage für Bangkok. Also … ich allein in die Stadt gegangen und … groß eingekauft.*

*Abends wollten wir einen „Dinner Cruise“ machen, aber wir … das Boot verpasst. Ralf … zu spät aufgewacht und … Stunden gebraucht, bis er fertig war. Wir … dann auf eigene Faust losgegangen und … ein Restaurant gesucht, aber wir … nichts Richtiges gefunden. Schließlich … wir ins Hotel zurückgefahren und … dort gegessen – ein paar Snacks, mehr gab`s nicht mehr. Später … wir dann Leute aus unserer Reisegruppe betroffen. Die … uns noch auf einen Drink eingeladen und uns von dem „Dinner Cruise“ erzählt. Da … wir wirklich was verpasst, ich war ganz schon sauer auf Ralf!*

*Am Montag … wir dann nach Tokio geflogen. Wir … Lust den ganzen Tag im Flugzeug gesessen. Morgen geht es weiter nach Honolulu – hoffentlich wird dort alles besser.*

*Alles Liebe*

*Deine Inga*

**ÜBUNG 14.**

**Grammatikwiederholung. Lesen (singen) Sie den Rep und beantworten Sie die Fragen.**

*Der Perfekt-Hamburg-Trip-Rep*

* Hey, du, wie war der Hamburg-Trip?
* Gottseidank, Gottseidank, bin ich jetzt zurück.
* Erzähl doch mal…
* Dann hilf mir mal, ich hab´s noch nicht gecheckt.
* Das mit dem Perfekt…
* Das geht noch nicht Perfekt!
* Fliegen?
* Geflogen. Ab, ab, ab, ab, abgeflogen.
* Kommen?
* Gekommen. An, an, an, an, angekommen.
* Schlafen?
* Geschlafen. Neunzehn Stunden nicht geschlafen, nur gesessen, viel gegessen.
* Warten?
* Gewartet. Lange aufs Gepäck gewartet.
* Fahren?
* Gefahren. Dann gleich ins Hotel gefahren.
* Nehmen?
* Genommen. Bad genommen, ausgeruht.
* Das mit dem Perfekt. Das geht doch schon sehr gut!
* Gehen?
* Gegangen. Bin dann in die Stadt gegangen.
* Kaufen?
* Gekauft. Ein, ein, ein, ein, eingekauft.
* Machen?
* Gemacht. Tour gemacht, Show besucht. Bus verpasst, Bar gesucht.
* Passieren?
* Passiert. Dann ist es passiert.
* Saufen?
* Gesoffen. Zwei, drei, vier – Schnaps und Bier.
* Einschlafen?
* Eingeschlafen. Aufgewacht. Geld weg, Pass weg.
* Was hast du gemacht? Zurückfliegen?
* Richtig: ich bin dann halt zurückgeflogen.
* Angekommen?
* Klar: gestern wieder angekommen. In Hamburg auf der Reeperbahn da war ich nicht ganz klar…
* Mensch, das mit dem Perfekt, das geht doch wunderbar.

Fragen:

1. Wo war der Mann? – a) in Hannover; b) in Hamburg.

2. Was ist „der Trip“? – a) Reise, Ausflug; b) Getränk.

3. Was lernt der Mann? – a) das Perfekt; b) defekt.

4. Wie lange hat er nicht geschlafen? – a) 9 Stunden; b) 19 Stunden.

5. Was hat er gemacht? – a) eingekauft; b) verkauft.

6. Was hat er später gemacht? – a) eine Bar besucht; b) Tante besucht.

7. Was ist passiert? – a) sei Geld und Pass waren weg; b) es war ein langer Weg.

**ÜBUNG 15.**

**Kursorisches Lesen.**

**Lesen Sie nur Titel des folgenden Artikels. Sammeln Sie vor dem Lesen Ideen in der Gruppe. Lesen Sie danach den Text einmal ohne Wörterbuch und erzählen Sie ihn nach.**

Weltreise und Waikikistrand

Heute haben viele Geschäftsleute wenig Zeit und können nicht viel länger als eine Woche verreisen. Ist auch Ihre Zeit knapp? Auf unserer „kurzen Nordroute“ reisen Sie 12 Tagen einmal um die ganze Welt. Die erste Station ist Bangkok (mit Stadtrundfahrt und Besichtigung der Tempel, Zeit zum Stadtbummel und „Dinner Cruise“ auf dem Chao Phaya). Weiter führt Sie die Reise nach Tokio (Stadtrundfahrt in Tokio, Tagesfahrt zum Hakone See). Das nächste Ziel ist Hawaii – genießen Sie den – von Waikikistrand von Honolulu (mit Inselrundfahrt und Gelegenheit zum Besuch einer „Polynesischen Show“ inkl. Abendessen). Weiter geht es nach San Francisco (mit Stadtrundfahrt über die Golden Gate – Brücke und Gelegenheit zum Einkaufen). Letzte Station ist das Spielerparadies Las Vegas (mit Rundfahrt „Las Vegas bei Nacht“ oder Besuch einer Show). Am letzten Tag Freizeit in Las Vegas oder Gelegenheit zum Besuch des Grand Conyon (Flug nicht im Reisepreis enthalten). Abends Rückflug nach Frankfurt. Am Freitagnachmittag reisen Sie ab, eine gute Woche später sind Sie bereits wieder zurück. Sie fliegen mit Linienmaschinen und wohnen in First Class Hotels. Alle Fahrten, Besichtigungen und Vorführungen sowie die Flughafengebühren und der Transfer zu den Hotels sind im Reisepreis enthalten. Diese Reise ist eine unserer beliebtesten Reisen: wir starten zweimal pro Monat. Wann möchten sie starten?

**Übung 16.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen.**

"Історія" круїзного флоту США стане готелем

82-річний річковий пароплав Delta Queen припиняє діяльність як круїзне судно і сподівається знайти нове життя в місті Чаттануга (Chattanooga), штат Теннесси. «Королева Дельти» перетвориться на плавучий готель, що розгойдується на водах річки Теннессі. У жовтні судну було заборонено здійснювати нічні річкові круїзи з 176 гостями на борту. По причинами пожежної безпеки федеральний закон не дозволяє річковим пароплавам такого плану перевозити на борту більше 50 пасажирів, пише usatoday. Менеджером плавучого готелю стане Сидні Слоум (Sydney Slome), в чиєму володінні знаходиться готель Stonefort Inn в тій же Чаттанузі. Готель відкриється в квітні. Планується організація історичних турів, джаз-бранчів і різних розважальних заходів. «Королева Дельти» колись подорожувала по річці Міссісіпі, місцем стоянки для судна служило місто Цинциннаті. Пароплав є Національним Історичним Пам'ятником США, на нім не раз подорожувала актриса Гелен Хейз, а в 1979 році круїз на пароплаві зробив колишній президент Джіммі Картер. У «Королеви Дельти» є «брат-близнюк» - «Король Дельти» (Delta King), побудований в 1927 році. Судно стоїть в Сакраменто і служить як готель і ресторан.

**Urlaub- & Reisewitze**

☺☻☺Ein Ehepaar will zum Karneval nach [Köln](http://www.spar-mit.com/koeln/index.php). Doch am betreffenden Abend hat die Frau Kopfschmerzen, nimmt Kopfschmerztabletten und legt sich zu Bett. Der Mann muss allein gehen. Nach wenigen Stunden erwacht seine Frau und fühlt sich pudelwohl. Sie beschließt, doch noch zum Karneval zu gehen. Da ihr Mann ihr Kostüm nicht kennt, will sie ihn heimlich beobachten. Er tanzt und flirtet mit vielen Frauen. Daraufhin beginnt sie, mit ihrem Mann zu flirten. Schließlich lädt sie ihn in ein benachbartes Schlafzimmer ein und sie verbringen wilde Stunden. Anschließend geht sie nach Hause, setzt sich ins Bett und liest ein Buch. Als ihr Mann kommt, fragt sie ihn, ob er sich amüsiert hätte. Er antwortet: "Nein, ohne Dich habe ich keinen Spaß auf Parties." "Hast Du getanzt?" "Nein, ich habe ein paar alte Freunde getroffen und wir haben gepokert. Aber der Freund, dem ich mein Kostüm geliehen habe, hat sich köstlich amüsiert..."

☺☻☺ Bauer Ruhl zu seinem Urlaubsgast: "Bei uns wird man morgens vom Hahn geweckt." Darauf der Gast: "Nicht schlecht. Dann stellen Sie ihn für mich doch bitte auf halb zehn!"

|  |
| --- |
| **Lektion 12** |

**Text: DEUTSCHE HOTELKLASSIFIZIERUNG**

1996 ist durch den Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) die Hotelklassifizierung eingeführt. Es werden ausschließlich objektive Kriterien wie Zimmerausstattung und Dienstleistungsangebot bewertet. Die deutschen Hotels haben die entsprechenden Zertifikate erhalten und danach können öffentlich mit ihren Sternen werben.

In der Gesellschaft entstehen darüber Diskussionen. Die Diskussionen sind mit der mangelnden internationalen Harmonisierung der Klassifizierung verbunden. Bis heute ist für die Verbraucher keine Vergleichbarkeit gesichert. Drei Sterne in den arabischen Ländern oder in Griechenland entsprechen zum Beispiel nicht unbedingt drei Sternen in der BRD. Sogar in Europa kann man nicht einmal Einigkeit über die Breite eines Doppelbettes im Hotelzimmer erzielen, oder was man unter Zimmer mit Dusche versteht. Die Deutschen erwarten die gleichwertige internationale Klassifizierung zu den Gunsten der Hotelgäste. Die Position der Dehoga-Leitung ist in einem Satz zum Ausdruck gebracht: "Wir wollen keine faulen Kompromisse zu Lasten unserer Gäste".

Bereits im Frühling 1999 hat es das Oberlandsgericht Schleswig Hoteliers verboten, mit eigenvergebenen Sternen zu werben. Das war der Grund für die Festigung der Dehoga-Klassifizierung. Den Erfolg der Klassifizierung ermöglicht eine aktive Öffentlichkeitsarbeit mit dem Hotelgast.

Nach mehreren Aktualisierungen werden heute 280 Kriterien in den Bereichen

• Gebäude/ Raumangebot

• Einrichtung/ Ausstattung

• Service

• Freizeit

• Angebotsgestaltung und

• hauseigener Tagungsbereich überprüft.

Mehr als 8.000 Betriebe nehmen an der freiwilligen Klassifizierung teil. Den Schwerpunkt der Klassifizierungen bilden erwartungsgemäß mit 4.615 Häusern die Drei-Sterne-Hotels. 1.978 Hotels sind mit vier Sternen ausgezeichnet worden, 1.045 Hotels können auf zwei Sterne, 116 auf einen Stern verweisen. Insgesamt gibt es in Deutschland 138 Hotels, die den allerhöchsten Anforderungen von fünf Sternen genügen; davon tragen 52 den Zusatz Superior. Alle Informationen zur Hotelklassifizierung sind im Internet unter <http://www.hotelsterne.de/> abzurufen.

Die Klassifizierung ist drei Jahre gültig, dann erfolgt eine erneute Überprüfung nach den dann aktuellen Kriterien. Der komplette Kriterienkatalog wird spätestens alle fünf Jahr anhand einer repräsentativen Gästebefragung den neuen Gästeerwartungen und -wünschen angepasst. Dadurch wird garantiert, dass bspw. technische Neuerungen und neue Urlaubstrends aufgegriffen und in die Anforderungen eingearbeitet werden.

Für die Einordnung in eine der fünf international gültigen Kategorien sind sowohl Mindestkriterien zu erfüllen (von 41 für 1 Stern bis zu 113 für 5 Sterne) wie auch Mindestpunktzahlen zu erreichen (von 90 Punkten für 1 Stern bis zu 570 Punkten für 5 Sterne).

|  |
| --- |
| AUFGABEN UND ÜBUNGEN |

**ÜBUNG 1.**

**Überlegen Sie zuerst, was Sie über die Hotelklassifizierung wissen. Welche Information erwarten Sie aus diesem Text zu bekommen? Berichten Sie über Ihre Assoziationen und Vermutungen in der Gruppe.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text „Deutsche Hotelklassifizierung“, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Prüfen Sie danach, welche Ihrer Vermutungen richtig waren.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Wann ist die Hotelklassifizierung eingeführt?
2. Wie heißt der Verband, der die Hotelklassifizierung eingeführt hat?
3. Welche objektiven Kriterien werden ausschließlich bewertet?
4. Worüber kann man in Europa nicht einmal Einigkeit erzielen?
5. Entsprechen drei Sterne in den arabischen Ländern zum Beispiel drei Sternen in der BRD? Warum?
6. Was hat das Oberlandsgericht Schleswig Hoteliers 1999 verboten?
7. Wie viel Mindeskriterien kennt die Deutsche Hotelklassifizierung?
8. Aus welchen Bereichen kommen entsprechende Mindestpunktzahlen?
9. Wie viel Betriebe nahmen an der freiwilligen Hotelklassifizierung teil?
10. Wie lange ist die Klassifizierung gültig?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über die deutsche Hotelklassifizierung erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Die Zimmerausstattung; das Einzel / Doppelbett; zu den Gunsten der Hotelgäste; das Raumangebot; die Drei-Sterne-Hotels; den Anforderungen von fünf Sternen genügen; die Überprüfung nach den aktuellen Kriterien; die Gästeerwartungen und –wünsche.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) … und danach können öffentlich mit ihren Sternen werben.

2) In Europa kann man nicht einmal Einigkeit über … erzielen.

3) 1999 hat es das Oberlandsgericht Schleswig Hoteliers verboten, … .

4) Heute werden 280 Kriterien in den Bereichen … überprüft.

5) Der komplette Kriterienkatalog wird spätestens alle fünf Jahre anhand … angepasst.

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1. 8.000 – nahmen – Betriebe – an – der freiwilligen – teil – Klassifizierung.
2. Erwarten – die – Deutschen – Klassifizierung – internationale – die – gleichwertige.
3. Mit – 1.978 – Hotels – sind – worden – ausgezeichnet – 4-Sternen.
4. Gültig – die – Klassifizierung – ist – 3 – Jahre.

5) Erhalten – mit – die Betriebe – der Sterneklassifizierung – einen Wettbewerbsvorteil – deutlichen.

**ÜBUNG 8**

**Lesen und übersetzen Sie** **die Sternekategorien der Deutschen Hotelklassifizierung. Vergleichen Sie die Informationen über 5 internationalgültige Kategorien. Welche Ähnlichkeiten und Unterschiede können Sie festlegen?**

Auszug aus dem Kriterienkatalog der Deutschen Hotelklassifizierung:

Tourist

• Einzelzimmer 8 m²,

• Doppelzimmer 12 m²

• Alle Zimmer mit Dusche/WC oder Bad/WC

• Alle Zimmer mit Farb-TV samt Fernbedienung

• Tägliche Zimmerreinigung

• Empfangsdienst

• Telefax am Empfang

• Dem Hotelgast zugängliches Telefon

• Restaurant

• Erweitertes Frühstücksangebot

• Ausgewiesener Nichtraucherbereich im Frühstücksraum

• Getränkeangebot im Betrieb

• Depotmöglichkeit

Standard

• Einzelzimmer 12 m², Doppelzimmer 16 m²

• Frühstücksbuffet

• Sitzgelegenheit pro Bett

• Nachttischlampe oder Leselicht am Bett

• Badetücher

• Wäschefächer

• Angebot von Hygieneartikeln (Zahnbürste, Zahncreme, Einmal-Rasierer etc.)

• Kartenzahlung möglich

Komfort

• Einzelzimmer 14 m², Doppelzimmer 18 m²

• 10% Nichtraucherzimmer

• 14 Stunden besetzte separate Rezeption, 24 Stunden erreichbar

• Zweisprachige Mitarbeiter, Sitzgruppe am Empfang, Gepäckservice

• Getränkeangebot auf dem Zimmer

• Telefon auf dem Zimmer, Internetzugang

• Heizmöglichkeit im Bad, Haartrockner, Papiergesichtstücher

• Ankleidespiegel, Kofferablage, Safe

• Nähzeug, Schuhputzutensilien, Waschen und Bügeln der Gästewäsche

• Zusatzkissen und -decke auf Wunsch

• Systematischer Umgang mit Gästebeschwerden

First Class

• Einzelzimmer 16 m², Doppelzimmer 22 m²

• 18 Stunden besetzte separate Rezeption, 24 Stunden erreichbar

• Lobby mit Sitzgelegenheiten und Getränkeservice, Hotelbar

• Frühstücksbuffet mit Roomservice

• Minibar oder 24 Stunden Getränke im Roomservice

• Sessel/ Couch mit Beistelltisch

• Bademantel, Hausschuhe auf Wunsch

• Kosmetikartikel (z.B. Duschhaube, Nagelfeile, Wattestäbchen), Kosmetikspiegel, großzügige Ablagefläche im Bad

• Internet-PC / Internet-Terminal

• À la carte-Restaurant

Luxus

• Einzelzimmer 18 m², Doppelzimmer 26 m², Suiten

• Stunden besetzte Rezeption mit Concierge, mehrsprachige Mitarbeiter

• Doorman- oder Wagenmeisterservice

• Empfangshalle mit Sitzgelegenheiten und Getränkeservice

• Personalisierte Begrüßung mit frischen Blumen oder Präsent auf dem Zimmer

• Minibar und 24 Stunden Speisen und Getränke im Roomservice

• Körperpflegeartikel in Einzelflacons

• Internet-PC auf dem Zimmer und qualifizierter IT-Supportservice

• Kopfkissenauswahl, zentrale Bedienbarkeit der Zimmerbeleuchtung vom Bett,

• Safe im Zimmer

• Bügelservice (innerhalb einer Stunde), Schuhputzservice

• Abendlicher Turndownservice

**ÜBUNG 9.**

**Lernen Sie die folgenden Definitionen der Betriebsarten und Zimmertypen.**

**Definitionen der Betriebsarten**

Die Definition der Betriebsarten erfolgt in enger Anlehnung an die internationale Terminologienorm DINENISO 18513 (<http://www.beuth.de/>) und die deutsche Touristische Informationsnorm des Deutschen Tourismusverbandes (DTV).

|  |  |
| --- | --- |
| Begriff | Definition |
| All-Suite-Hotel | Ein All-Suite-Hotel ist ein Hotel, in dem die Unterbringung nur in Suiten erfolgt. |
| Aparthotel; Apartment-hotel | Ein Aparthotel oder Apartment-Hotel ist ein Hotel, in dem die Unterbringung in Studios oder Apartments erfolgt. |
| Bauernhof | Ein Bauerhof ist ein aktiv bewirtschafteter landwirtschaftlicher Betrieb, der im Voll- oder Nebenerwerb geführt wird. |
| Boarding-house (Serviced Apartment) | Das Boardinghouse (Serviced Apartment) ist ein Beherbergungsbetrieb in städtischer Umgebung, in dem die Unterbringung für längere Zeit erfolgt. Der Service reicht von sehr geringem Angebot bis hin zu einem hotelmäßigen Roomservice. |
| Ferien-wohnung / Ferienhaus | Eine Ferienwohnung ist eine abgeschlossene Unterkunft innerhalb eines Hauses mit eigenem Sanitärbereich und Selbstverpflegungseinrichtung, in der zum vorübergehenden Aufenthalt Gäste aufgenommen werden. |
| Gästehaus | Siehe Pension. |
| Gasthof | Der Gasthof ist üblicherweise ein ländlicher Gastronomiebetrieb, der Speisen und Getränke anbietet und auch einige Unterkünfte bereithält. |
| Hotel | Ein Hotel ist ein Beherbergungsbetrieb, in dem eine Rezeption, Dienstleistungen, tägliche Zimmerreinigung, zusätzliche Einrichtungen und mind. ein Restaurant für Hausgäste und Passanten angeboten werden. Ein Hotel sollte über mehr als 20 Gästezimmer verfügen. |
| Hotel garni | Ein Hotel garni ist ein Hotelbetrieb, der Beherbergung, Frühstück, Getränke und höchstens kleine Speisen anbietet. |
| Jugendherberge | Eine Jugendherberge ist ein Beherbergungsbetrieb, in dem in erster Linie junge Leute zu meist kurzfristigem Aufenthalt aufgenommen und in dem Speisen und Getränke nur an Hausgäste abgegeben werden. Jugendherbergen bieten Programme und Aktivitäten für zwangslose pädagogische oder der Erholung dienende Zwecke an. |
| Kurheim | Das Kurheim ist ein in einem Heilbad oder Kurort gelegener Beherbergungsbetrieb. Es ist ausgerichtet an den indikationstypischen Bedürfnissen des Kurgastes. |
| Kurklinik | Eine Kurklinik ist ein Beherbergungsbetrieb mit Krankenhauscharakter, der gem. §30 Gewerbeverordnung als Krankenanstalt zugelassen ist. Die Kurklinik steht unter ärztlicher Leitung und bietet ständige medizinische Betreuung. Vorrangig werden ortsgebundene Heilmittel im Rahmen der Therapie genutzt. Das Beherbergungsangebot entspricht den indikationstypischen Anforderungen (z.B. Barrierefreiheit, Ernährungsangebot) und den Patientenbedürfnissen. |
| Kurhotel | Das Kurhotel ist ein in einem Heilbad oder Kurort gelegenes Hotel. Es ist ausgerichtet an den indikationstypischen Bedürfnissen eines Kurgastes und verfügt über ein eigenes Angebot an Gesundheitsbehandlungen. |
| Motel | Das Motel ist ein Hotel mit einem auf Kraftfahrer ausgerichteten Standort und nahe gelegener Parkmöglichkeit. |
| Pension | Eine Pension ist ein Beherbergungsbetrieb, in dem Unterkunft normalerweise für mehr als eine Nacht und Speisen überwiegend Hausgästen angeboten werden. |
| Privat-  unterkunft / Privatzimmer | Ein Privatzimmer ist eine Unterkunft in einem privaten Haus, die nicht erlaubnispflichtig und mit maximal 8 Betten ausgestattet ist. |

**Definitionen der Zimmertypen**

Die Definition der Betriebsarten erfolgt in enger Anlehnung an die internationale Terminologienorm DINENISO 18513 (<http://www.beuth.de/>) und die deutsche Touristische Informationsnorm des Deutschen Tourismusverbandes (DTV).

|  |  |
| --- | --- |
| **Begriff** | **Definition** |
| Apartment | Ein Apartment ist eine Unterkunft mit Schlaf- und Wohnräumen sowie einer Kochnische. |
| Doppelzimmer | Ein Doppelzimmer ist ein Zimmer mit Schlafgelegenheiten für zwei Personen in einem Doppelbett oder zwei längsseits aneinander gefügten Einzelbetten. |
| Einzelzimmer | Ein Einzelzimmer ist ein Zimmer mit Schlafgelegenheit für nur eine Person. |
| Familienzimmer | Ein Familienzimmer ist ein Zimmer mit Schlafgelegenheiten für drei oder mehr Personen, von denen mindestens zwei für Erwachsene geeignet sind. |
| Juniorsuite | Eine Juniorsuite ist eine Unterkunft in einem Raum mit zusätzlichem Platz für Sitzgelegenheiten. |
| Maisonette | Eine Maisonette ist eine Wohnung, die sich über mindestens zwei Etagen erstreckt, die intern miteinander verbunden sind. |
| Mehrbettzimmer | Ein Mehrbettzimmer ist ein Zimmer mit Schlafgelegenheiten für drei oder mehr Personen. |
| Schlafsaal | Ein Schlafsaal ist ein Zimmer mit mehreren Schlafgelegenheiten für Personen, die einer bestimmten Gruppe angehören oder nicht. |
| Studio | Ein Studio ist eine Unterkunft in einem Raum mit einer Kochnische. |
| Suite | Eine Suite ist eine Unterkunft mit separaten, verbundenen Schlaf- und Wohnräumen. |
| Zweibettzimmer | Ein Zweibettzimmer ist ein Zimmer mit Schlafgelegenheiten für zwei Personen in getrennten Betten. |
| Penthouse-wohnung | Eine Penthousewohnung ist eine Wohnung, die sich in der obersten Etage eines mehrgeschossigen Gebäudes befindet und über eine große Dachterrasse verfügt. |

**ÜBUNG 10.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text „Sterne“. Welche Information haben Sie über die deutsche Klassifizierung für Hotels / Gästehäuser, Gasthöfe, Pensionen / Ferienhäuser, Ferienwohnungen / Privatzimmer / Campingplatz bekommen? Fassen Sie zusammen, was Sie darüber erfahren haben.**

**Sterne**

Deutsche Hotelklassifizierung. Die Sterne der Deutschen Hotelklassifizierung leuchten am Eingangsbereich der Hotels, die sich in ein international übliches Raster mit bis zu fünf Sternen haben einstufen lassen. Der Zusatz "Superior" kennzeichnet jene Betriebe zusätzlich, die in ihrer Kategorie ein besonders hohes Maß an Dienstleistungen aufweisen. Durch repräsentative Gästebefragungen wird eine sichere Grundlage für regelmäßige Anpassungen der Kriterien an die sich stetig wandelnden Gästewünsche geschaffen. Die Sterne behalten maximal drei Jahre ihre Gültigkeit.

Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen. Die Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen wendet sich an kleinere, konzessionierte Beherbergungsbetriebe mit nicht mehr als 20 Gästezimmern, die keinen Hotelcharakter aufweisen. Wie bei ihrer "großen Schwester", der Deutschen Hotelklassifizierung, sorgt eine strenge und regelmäßige Überprüfung der Häuser und Kriterien für eine hohe Akzeptanz der neuen Sterne am Klassifizierungshimmel in Deutschland sorgen. Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen werden in Kategorien von einem bis zu vier Sternen eingestuft. Zur Unterscheidbarkeit der Klassifizierungssysteme für den Gast wird den Sternen stets ein "G" vorangestellt.

Klassifizierung für Ferienhäuser und Ferienwohnungen. Die Klassifizierung für Ferienhäuser und Ferienwohnungen bringt die vom Gast erwartete Transparenz auch in das Angebot von Ferienhäusern und -wohnungen in Deutschland. Um eine bessere Abgrenzung zu anderen Klassifizierungsergebnissen zu gewährleisten, werden den maximal fünf Sternen stets die Begriffe "Ferienhaus/Ferienwohnung" oder ein "F" vorangestellt

Klassifizierung für Privatzimmer. Die Klassifizierung für Privatzimmer richtet sich an nicht-konzessionierte Privatanbieter, die insgesamt über nicht mehr als acht Gästebetten verfügen. Zur Unterscheidbarkeit der Klassifizierungsresultate werden den maximal fünf Sternen stets der Begriff "Privatzimmer" oder ein "P" vorangestellt.

Campingplatz-Klassifizierung. Die Campingplatz-Klassifizierung wird vom Deutschen Tourismusverband (DTV) gemeinsam mit dem Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland (BVCD) und dem ADAC durchgeführt. Die Umsetzung erfolgt in den Ländern über die Campingunternehmerverbände. Sie dient den Campingplatzunternehmern als Anreiz für einen ständigen Qualitätsausbau und bietet den Campingurlaubern mehr Vergleichbarkeit und Transparenz in den Angeboten. Bewertet werden die Bereiche Rezeption und Service, Sanitäranlagen und Stellplätze.

Klassifizierung für Sportboothäfen/ Marinas. Die gemeinsame Klassifizierung von Sportboothäfen und Marinas durch den Deutschen Tourismusverband (DTV) und den Bundesverband Wassersportwirtschaft (BWVS) richtet sich an Hafenbetreiber und gibt den Wassertouristen schon bei der Törnplanung zuverlässige Hinweise auf Ausstattung und Angebote im Zielhafen. Voraussetzung für die freiwillige Klassifizierung ist die Teilnahme am bundesweit einheitlichen wassertouristischen Informationssystem "Gelbe Welle".

**ÜBUNG 11.**

**Suchen Sie im Text „Sterne“ die Fachwörter heraus. Tragen Sie sie in die Tabelle ein und schreiben Sie das entsprechende Wort in Ihrer Muttersprache dazu.**

|  |  |
| --- | --- |
|  | *in meiner Sprache* |
| 1. … |  |

**ÜBUNG 12.**

**Hier stimmt etwas nicht. Schreiben Sie den Text neu. Manchmal gibt es mehrere Möglichkeiten.**

Hotel Imperial: Luxus und Komfort!

\* freundliche Lage *zentrale Lage*

\* vernünftiger Komfort \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

~~\* zentrale~~  Atmosphäre \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\* gute Preise \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\* große Verkehrsanbindung \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ÜBUNG 13.**

**Grammatikwiederholung. Vor dem Urlaub. Ergänzen Sie die Präpositionalpronomen.**

a) Ich kann mich genau *daran,* erinnern, dass du die Tickets besorgen wolltest. b) Hast du denn schon … angefangen, deinen Koffer zu packen? c) Nein, ich denke gerade … nach, welche Kleider ich mitnehmen soll. d) Sag mal, du wolltest doch … denken, die Zeitung abzubestellen. e) Ach, ich freu mich schon richtig …, morgen Abend nur im T-Shirt auf einer Terrasse zu sitzen.

**ÜBUNG 14.**

**Lesen Sie den nachstehenden Fragebogen, der gewöhnlich von Hotelgästen ausgefüllt wird. Erzählen Sie in der Gruppe, was Sie darüber wissen.**

**Augenblick, bitte ...**

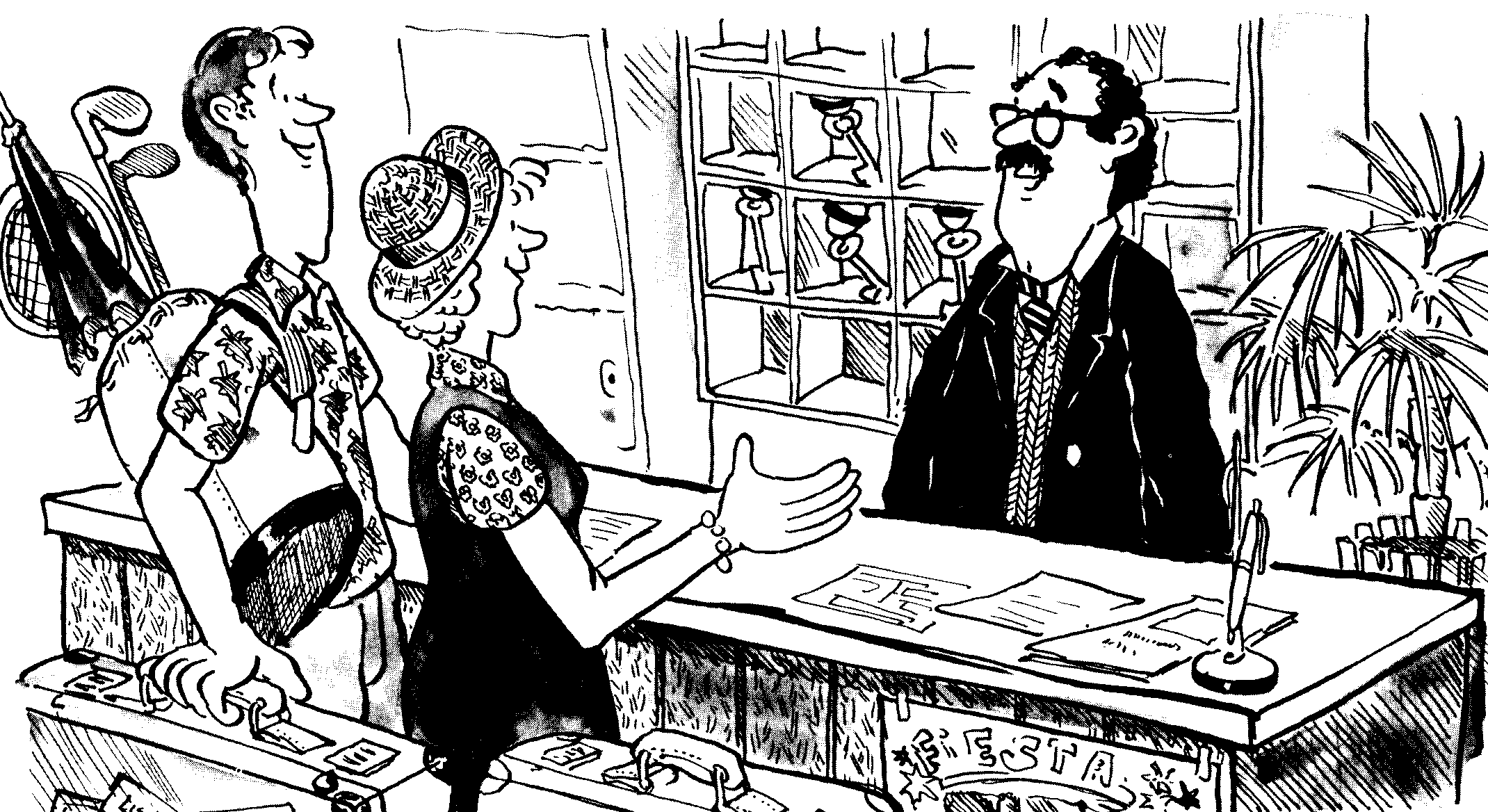
Sehr geehrter Gast,

wir freuen uns, Sie bei uns zu Gast zu haben, und hoffen, dass Sie sich in unserem Hause wohl fühlen. Wir sind stets bemüht, unseren Gästen den Aufenthalt so angenehm wie möglich zu machen. Dazu brauchen wir Ihre Hilfe. Wir möchten Sie daher freundlichst bitten, diesen Fragebogen auszufüllen und am Empfang abzugeben. Für Ihre Mühe danken wir Ihnen im Voraus.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **RESERVIERUNG**  Bei uns direkt  Bei einem Reisebüro  **EMPFANG**  freundlich  ja  nein  hilfsbereit  ja  nein  schnell  ja  nein  **ZIMMER**  sauber  ja  nein  gut eingerichtet  ja  nein  **RESTAURANT**  Küche  hervorragend  gut  mittelmäßig  Bedienung  freundlich  ja  nein  prompt  ja  nein  **FRÜHSTÜCK**  hervorragend  gut  mittelmäßig | |
| Lektion 13 | |

# Text: DIE PRÄSIDENTENSUITE IM BERLINER HOTEL

Das Hotel heißt das Steigenberger Berlin. Das Steigenberger Berlin wurde 1981 eröffnet. Es hat seine Renovierung bereits erlebt. Unter den Hotelgästen waren zum Beispiel die Filmschauspielerin Ciadia Cardinale, die weltbekannte Madonna, der italienische weltberühmte Sänger Pavarotti. Unter vielen VIPs war der Präsident von Coca- Cola.

Die Präsidentensuite ist schusssicher. Es ist aus dem Grund der Sicherheit der hochrangigen Hotelgäste gemacht. Die Eingangstür führt in ein Vorzimmer. Hier befindet sich die Gästetoilette. Im Wohn- und Arbeitszimmer gibt es edles Mobiliar aus Wurzelahorn. Die Wände harmonieren mit der Farbe des Teppichs. Ein Schreibtisch mit eingebautem Faxgerät und Telefon, Computer- und Internet-Anschluss ermöglicht die entsprechenden Büroarbeiten zu erledigen.

Neben dem Salon befindet sich ein Besprechungsraum. Im Besprechungsraum hat der Hotelgast einen Rundtisch. Er kann den Raum als Esszimmer benutzen. Die Suite hat eine kleine Küche mit Zugang von außen. Vom Schlafzimmer aus hat man eine schöne Aussicht auf den Los-Angeles-Platz zum Fenster hinaus. Im Bad mit italienischem grauem Marmor sind ein Doppelwaschbecken, eine Badewanne und eine Duschzelle. Die Gesamtfläche des Domizils beträgt 140 qm. Der Gast besitzt eine Chip-Karte für eigenen Fahrstuhl. Die Suite befindet sich im sechsten Stock. Eine Übernachtung kostet 1200 Euro. Wenn der Gast das zweite Schlafzimmer zu benutzen wünscht, so vergrößert sich das Platzangebot bei einem Preis von 1450 Euro auf 170 qm. Auf der ersten Etage befindet sich eine Piano-Bar. Die Küche ist gekürzt, um mehr Platz fürs Frühstücksrestaurant zu besitzen.

|  |
| --- |
| AUFGABEN UND ÜBUNGEN |

**ÜBUNG 1.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema.**

**ÜBUNG 2.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Wann wurde das Hotel „Steigenberger Berlin“ eröffnet?
2. Wen von den VIPs können Sie nennen, die unter den Hotelgästen in Steigenberger Berlin waren?
3. Warum ist die Präsidentensuite schusssicher?
4. Wie sieht die Präsidentensuite aus?
5. In welchem Stock befindet sich die Suite?
6. Wozu dient eine Chip-Karte des Hotelgastes?
7. Was kostet die Übernachtung in dieser Suite?
8. Warum ist die Küche dort gekürzt?
9. Möchten Sie einmal in der Präsidentensuite Ihren Urlaub verbringen? Warum?

**ÜBUNG 3.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über die Präsidentensuite im Berliner Hotel erfahren haben.**

**ÜBUNG 4.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Die Präsidentensuite; eine Renovierung erleben; ein hochrangiger Hotelgast; der Besprechungsraum; das Domizil; eine Chip-Karte besitzen; das Platzangebot; die Übernachtung; das Frühstücksrestaurant.*

**ÜBUNG 5.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1. Unter den Hotelgästen waren … .

2. Die Präsidentensuite ist schusssicher aus dem Grund … .

3. Die Suite hat … .

4. Wenn der Gast das zweite Schlafzimmer zu benutzen wünscht, … .

5. Auf der ersten Etage befindet sich … .

**ÜBUNG 6.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1. Hat – das Hotel – erlebt – Renovierung – seine.

2. In – führt – die Eingangstür – ein Vorzimmer.

3. Des Teppichs – die Wände – mit – harmonieren – der Farbe.

4. Dem Salon – nach – ein Besprechungsraum – befindet – sich.

5. Für – eine – besitzt – eigenen – der Gast – Fahrstuhl - Chip-Karte.

**ÜBUNG 7.**

**Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche:**

1. Серед гостей готелю були такі «VIP-особи» як відомий італійський співак Паваротті, Мадонна і навіть президент концерну «Кока-кола».

2. У вітальні та робочому кабінеті президентських апартаментів вас вразять своєю красою елітні меблі з клену.

3. Ванна кімната апартаментів оздоблена італійським сірим мармуром.

4. Ціна за ночівлю у президентських апартаментах сягає від 1200 євро.

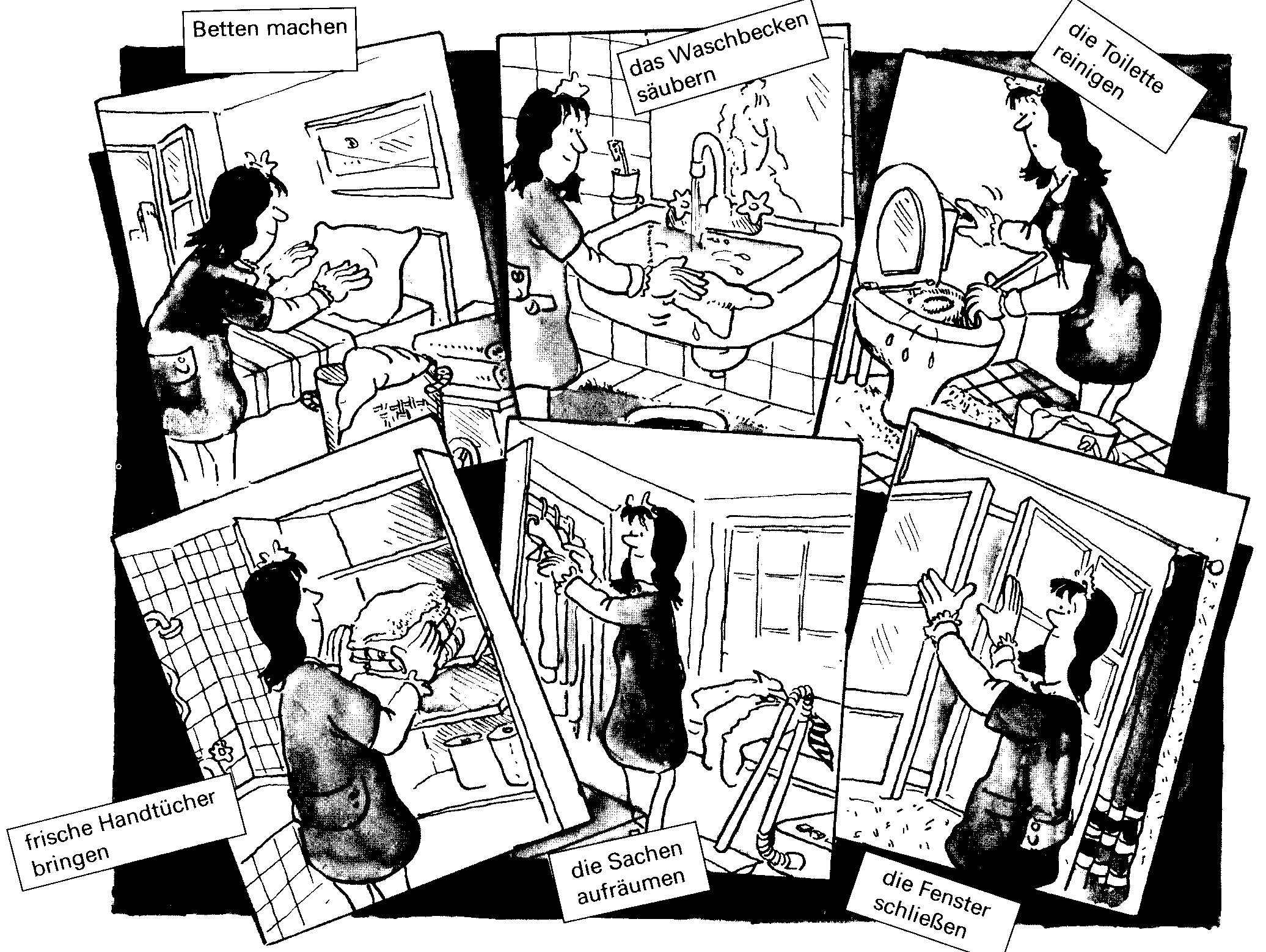
5. Зі спальні відкривається гарний вигляд на площу «Лос-Анджелес».

**ÜBUNG 8.**

**Schreiben Sie: Welche üblichen Aufgaben hat das Zimmermädchen in einem Hotel? Gebrauchen Sie dabei die Konstruktion „haben + zu + Infinitiv“ oder Modalverb „müssen“.**

*Beispiel 1: Das Zimmermädchen hat das Bett zu machen.*

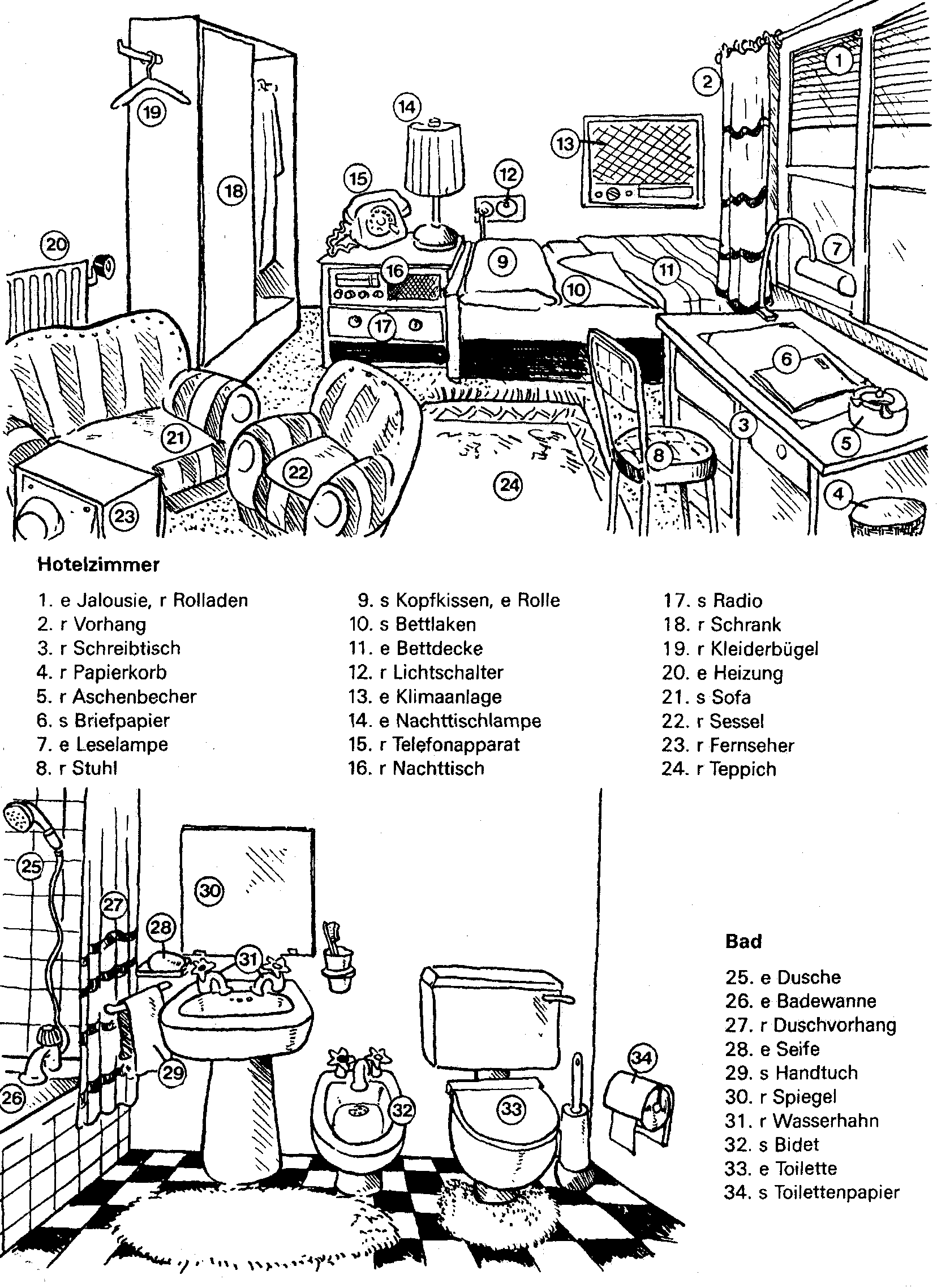
*Beispiel 2: Das Zimmermädchen muss das Bett machen.*



**ÜBUNG 9.**

**Schreiben Sie: Wie ist Ihr Hotelzimmer und Bad eingerichtet? Welche Möbel stehen im Zimmer? Wo stehen die Möbel? (in der Mitte / in der Ecke / an der Tür / am Fenster / an der Wand …).**

*Beispiel: In meinem Hotelzimmer gibt es einen Schrank. Der Schrank steht an der Wand neben dem Sofa...*



**ÜBUNG 10.**

**Ergänzen Sie den folgenden Dialog zwischen dem Empfangschef (E) und dem Gast (G).**

E: … ?

G: Haben Sie ein Zimmer frei?

E: … ?

G: Ein Doppelzimmer für mich und meine Frau.

E: … ?

G: Mit Bad bitte.

E: … ?

G: Für 10 Nächte.

E: … ?

G: Lieber Halbpension. Am Tage essen wir in der Stadt. Was kostet Halbpension?

E: … .

G: Prima! Wir nehmen das Zimmer.

**ÜBUNG 11.**

**Lesen und übersetzen Sie den Dialog zwischen dem Gast und der Empfangsdame.**

G.: Schmidt.

E.: Das Hotel „Die Sonne“. Frau Berg. Guten Tag, Herr Schmidt.

G.: Grüß Gott. Unsere Reisegruppe wünscht, in Ihrem Hotel abzusteigen. Wir brauchen 10 Einzelzimmer, ein Dreibettzimmer und ein Zweibettzimmer für den 30.8. bis 3.9., dieses Jahr gewiss. Klappt es?

E.: 30.8 bis 3.9. 10 Einbettzimmer, ein Dreibettzimmer und ein Zweibettzimmer. Mit Dusche oder Bad?

G.: Mit Dusche ohne Zweifel.

E.: Wie steht es mit Essen und Trinken?

G.: Wir brauchen keine Voll- oder Halbpension. Ein kräftiges Frühstück reicht. Wir reisen viel und essen in der Stadt.

E.: Super. Das macht 110 Euro pro Tag und Nacht für Singles und 180 Euro fürs Ehepaare ohne Kinder und 190 Euro fürs Ehepaar mit einem Kleinen. Frühstück ist in den Preis einbegriffen.

G.: Abgemacht. Darf ich alles schriftlich kriegen?

E.: Ja, wir faxen uns. Ihr Fax, Name, Adresse, Ort, Postleitzeit will ich haben.

G.: Kein Problem. Ich sende mein Fax mit dem Auftrag. Drinnen steht alles geschrieben. Danke.

E.: Auf Wiederhören.

**ÜBUNG 12.**

**Spielen Sie Ihr eigenes Gespräch im Hotel einmal durch und präsentieren Sie es anschließend in der Gruppe.**

**ÜBUNG 13.**

**Ein Verbpasst nicht. Bitte kreuzen Sie es an.**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Eine Rechnung kann man …  A) erstellen B) begleichen  2. Eine Reservierung kann man  A) bestätigen B) stornieren  3. Die Gäste kann man …  A) begrüßen B) erledigen  4. Das Gepäck kann man …  A) abholen B) betreuen C)  5. Eine Anmeldung kann man …  A) begleiten B) ausfüllen  6. Die Korrespondenz kann man  A) weiterleiten B) erledigen  7. Reisegruppen kann man …  A) unterbringen B) einquartieren  8. Hotelzimmer kann man …  A) buchen B) reservieren | C) vorlegen D) anbieten  …  C) begleichen D) vornehmen  C) empfangen D) betreuen  aufbewahren D) kennzeichnen  C) überprüfen D) bestätigen  …  C) ablegen D) absagen  C) beherbergen D) anbieten  C) unterbringen D) verteilen |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | 2. | 3. | 4. |
| 5. | 6. | 7. | 8. |

**ÜBUNG 14.**

**(Checkliste) Ordnen Sie die Satzteile einander zu:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Der Telefonanruf des Gastes wird ...  2. Für die Reservierungsab-teilung gibt es , …  3. Telefonische Reservierungen werden ...  4. Ankunfts- und Abreisedaten werden ...  5. Falls das Hotel ausgebucht ist...  6. Zusammen mit der Reservierung können auch ...  7. Reisegruppen werden separat eingecheckt, ohne ...  8. Reservierungen können ...  9. Zu jeder Tageszeit werden die Gäste …  10. Man ist den Gästen ... | A) ... in mehreren Fremdsprachen angenommen werden.  B) ... bei ihrem Gepäck behilflich.  C) ... Zusatzleistungen wie Mietwagen, Transfer etc. angeboten werden.  D)... die Einzelreisenden in der Empfangshalle zu stören.  E) ... bestätigt.  F) ... eine Durchwahlmöglichkeit.  G)... werden Ausweichmöglichkeiten vorgeschlagen.  H)... Tag und Nacht entgegengenommen.  I) ... vom Personal freundlich begrüßt und bedient.  J) ... schnell beantwortet. |

**ÜBUNG 15.**

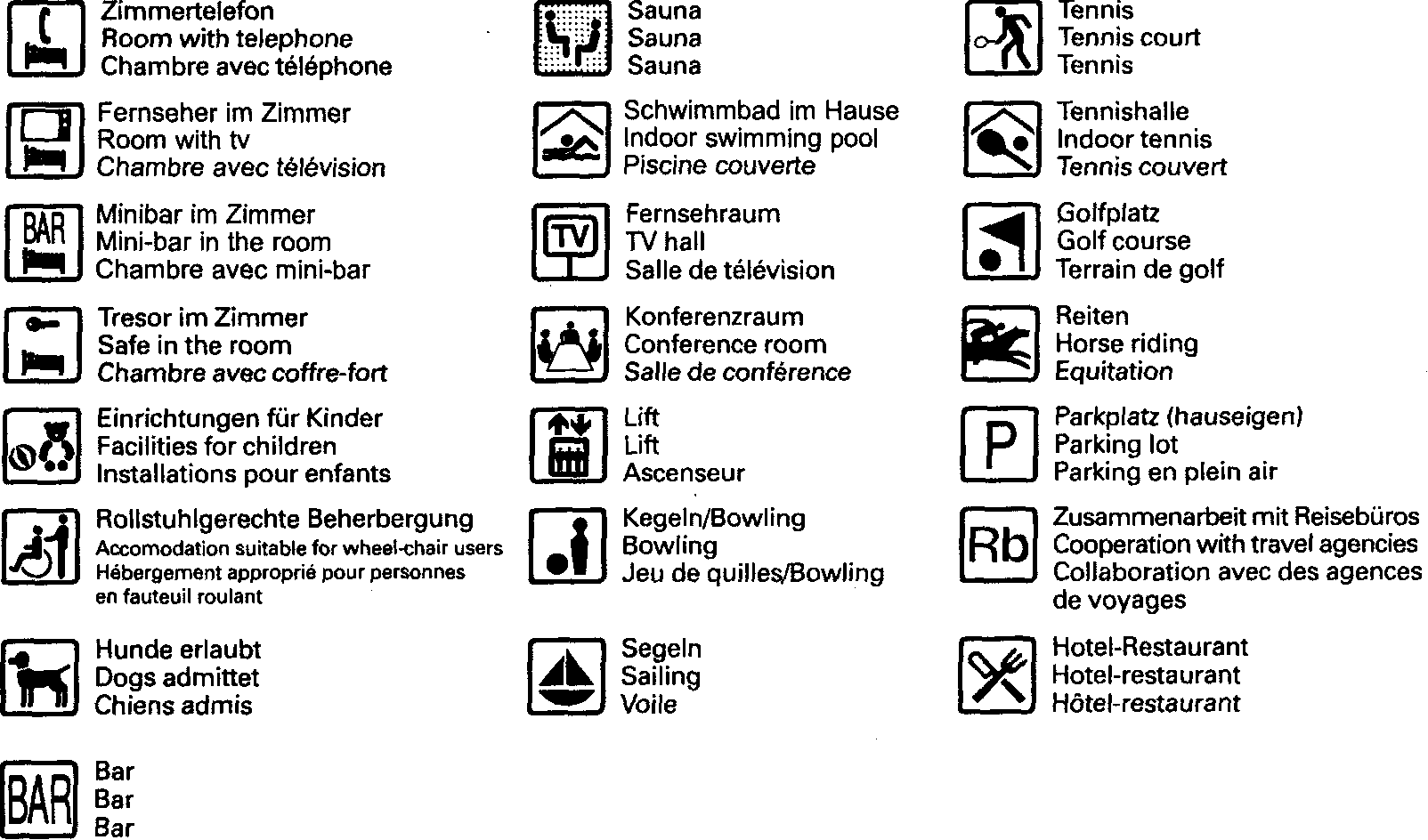
**Lesen und übersetzen Sie folgende Anfrage von Meredian-Reisen Tscherniwzi an HILTON HOTEL BERLIN.** **Stellen Sie im Anschluss daran auf der folgenden Seite aus den Bestandteilen im Kasten die Antwort des HILTON HOTELs BERLIN zusammen. Beachten Sie die allgemeine Form des deutschen Geschäftsbriefs.**

|  |
| --- |
| Tscherniwzi, den 10.02.2012  Meredian-Reisen Tscherniwzi  Holovna Str., 117/5  58001 Tscherniwzi  HILTON HOTEL BERLIN  Mohrenstraße, 30  10117 Berlin  Anfrage  Sehr geehrte Damen und Herren,  Wir benötigen für die Zeit vom 22.08 bis zum 29.08 des kommenden Monats 10 Doppelzimmer sowie zusätzlich 2 Einzelzimmer für die Reiseleiterin und den Busfahrer für eine unserer Reisegruppen. Die Anreise der Gruppe erfolgt mit dem Bus am 22.08. abends.  Wir bitten Sie deshalb um ein diesbezügliches Angebot. Auch bitten wir Sie um die Zusendung eines Hausprospekts.  Mit bestem Dank und freundlichen Grüßen  Meredian-Reisen Tscherniwzi  A.Tolpygina |

|  |
| --- |
| \* ( \_\_ ) verbindlichen Dank für Ihre Antrage und für Ihr freundliches Interesse am HILTON HOTEL BERLIN.  \* ( \_\_ ) Wir reservieren Ihnen gerne für den gewünschten Zeitraum 10 Doppelzimmer und zwei Einzelzimmer. Wir berechnen Ihnen pro Zimmer pro Nacht 73 Euro (incl. Frühstück).  \* ( \_\_ ) Zimmerreservierung  Ihre Anfrage vom 10.06.2010  \* ( \_\_ ) HILTON HOTEL BERLIN  Mohrenstraße, 30  10117 Berlin  \* ( \_\_ ) Bitte teilen Sie uns bald mit, ob wir fest für Sie buchen können. Wir würden uns freu­en, Ihre Gäste in unserem Hause begrüßen zu können.  \* ( \_\_ ) Mit freundlichen Grüßen  HILTON HOTEL  Menzel  \* ( \_\_ ) Mit der Bestätigung unseres Angebots erbitten wir eine Namensliste Ihrer Reisegruppe, damit wir die Einteilung in Doppelzimmer vorbereiten können.  \* ( \_\_ ) Den gewünschten Prospekt legen wir diesem Brief bei.  \* ( \_\_ ) Berlin, den 12.02.2012  \* ( \_\_ ) Meredian-Reisen Tscherniwzi  Holovna Str., 117/5  58001 Tscherniwzi  \* ( \_\_ ) Anlage: |

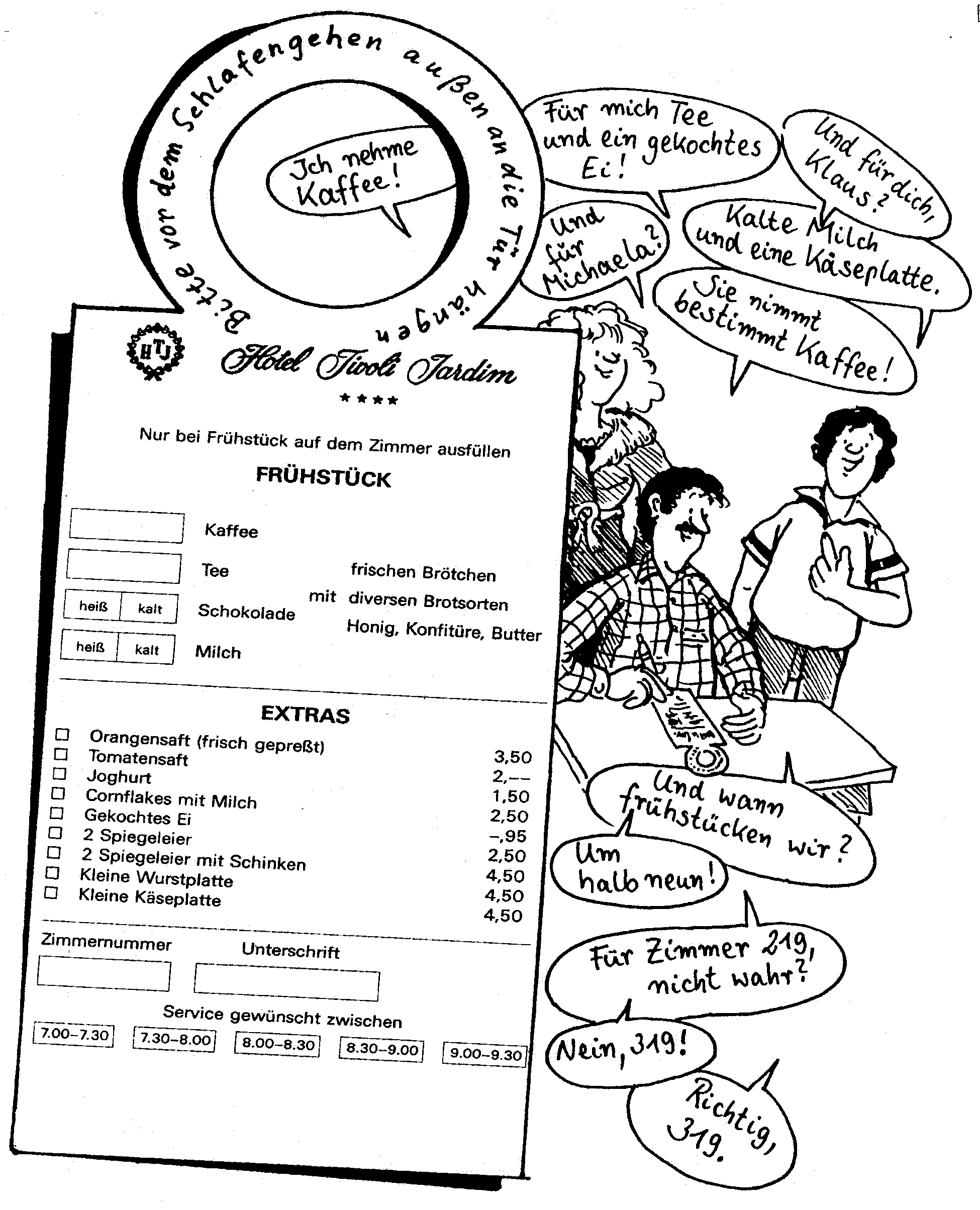
**ÜBUNG 16.**

**Erzählen Sie: Welche Angebote und Dienstleistungen stehen dem Gast im Hilton-Hotel zur Verfügung?**



**ÜBUNG 17.**

**Haben Sie schon einmal einen Türanhänger im Hotel ausgefüllt? Wie sieht er aus? Erzählen Sie Ihren Kollegen: wozu dient ein Türanhänger? Welche Arten von Türanhängern kennen Sie noch? Simulieren Sie ein Gespräch im Hotelzimmer. Spielen Sie Ihren Dialog „Und was möchtest du zum Frühstück?“ in der Gruppe vor.**



**Übung 18.**

**Lesen Sie folgende 2 Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (je 5-6 Sätze) ihren Inhalt in Deutsch zusammen.**

У Дубаї збудують перший у світі пляж з охолоджуванням

Десь люди страждають від холоду, а десь, навпаки, від спеки, і дубайці в черговий раз доводять, що готові на все ради багатих туристів. Саме у Дубаї буде побудований перший у світі пляж з охолоджуванням... піску. Необхідність в цьому диктує розжарений до 40-50 градусів пісок. Так ось, щоб його остудити і дозволити гостям готелю ходити по ньому босоніж і загаряти, під пляжем буде проведена система труб, поглинаючих тепло, а завдяки системі термостатів можна буде відстежувати і регулювати температуру піску, а також температуру води в басейні. Цей пляж належатиме новому супер-дорогому готелю Palazzo Versace.

Непотрібні нафтові вежі перетворюються...

у фешенебельні готелі!

Що робити з чотири тисячами списаних нафтових веж в Мексиканській затоці, з урахуванням того, що їх знищення (за допомогою вибуху) коштує дуже дорого і завдає серйозної шкоди морю? Morris Architects запропонували несподіване вирішення проблеми - переобладнати ці вежі в ексклюзивні курортні острівці для відпочинку, потрапити на які можна буде тільки на вертольоті або на катері. Готельні номери будуть підготовлені окремо, привезені на вантажних кораблях і вбудовані у вежі. Архітектори навіть називають цей проект «Американський Дубай».

**Urlaub- & Reisewitze**

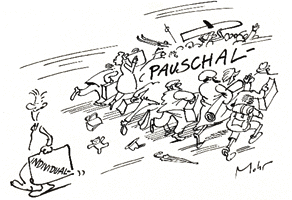
☺☻☺ Kopfschüttelnd betrachtet der texanische Tourist den Eiffelturm und sagt zu seiner Frau: "Liebes, nun komme ich schon zum sechsten Mal hierher, aber die Burschen scheinen immer noch kein Öl gefunden zu haben**!**"

|  |
| --- |
| **Lektion 14** |

**Text: URLAUB & REISERECHT (PAUSCHALREISEN)**

Urlaub ohne Reisen? Undenkbar! Diese Begriffe gehören für die meisten Menschen untrennbar zusammen. Deshalb zählen Urlaubsreisen in alle Welt mittlerweile zur Selbstverständlichkeit. Doch trotz aller Vorsorge kann es zu unangenehmen Überraschungen kommen, die den Urlaubswert erheblich einschränken. Wir leuchten für Sie die Schattenseiten der Reiseeuphorie aus und informieren Sie über das Reiserecht bei Pauschalreisen.

**10.1 Die Reisebuchung bei Pauschalreisen.**

Unterscheiden Sie zwischen Individualreisen und Pauschalreisen. Letztere werden nicht individuell nach Ihren Vorstellungen zusammengestellt; vielmehr schnüren Reiseveranstalter auf den Massengeschmack abgestimmte Gesamtpakete für die Urlaubswilligen. Der moderne Reisende "kauft" also die fertige Reise beim Reiseveranstalter. Bei Reklamationen ist der Veranstalter auch der Ansprechpartner und nicht wie bei der Individualreise die Fluggesellschaft oder der Hotelbetreiber im Ausland.

Bei einer Pauschalreise gehen Sie ein Dreiecksverhältnis ein: Reiseveranstalter – Reisebüro – und Sie als Reisender.

Der Reiseveranstalter. Mit dem Reiseveranstalter schließen Sie den Reisevertrag. Dabei muss es sich nicht nur um die Herausgeber prächtig-bunter Hochglanzprospekte handeln. Vielmehr ist jeder ein Reiseveranstalter, der Reiseleistungen in eigener Verantwortung auf den Markt bringt. Auf Häufigkeit oder Gewerbsmäßigkeit kommt es dabei gar nicht an. Ein Zeitungsverlag kann eine Leserreise veranstalten, die Schule eine Klassenfahrt (so genannte Gelegenheitsanbieter). Wer allerdings lediglich eine Reise organisiert und von den Reisenden keine Vergütung verlangt, ist in diesem Sinn kein Reiseveranstalter.

Das Reisebüro. Mit dem Reisebüro hingegen schließen Sie einen Reisevermittlungsvertrag. Reiseleistungen erhalten Sie dort nicht, sondern lediglich einen Marktüberblick und die Vermittlung an einen geeigneten Reiseveranstalter. Das Reisebüro hat folgende Aufgaben: a) beratend tätig zu werden und Informationen bereit zu halten; b) sich um den Vertragsabschluss zwischen Reisendem und Reiseveranstalter zu bemühen, die vermittelte Reiseleistung zu besorgen.

**10.2. Reisevertrag mit dem Reiseveranstalter...**

**individuell planen oder pauschal reisen?**

*„Fühle dich unterwegs nie sicher vor Räubern,*

*und sei vorsichtig auf deinen Pfaden“*

*(Altes Testament, Jesus Sirach 32, 21)*

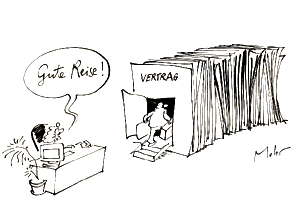
Der Reisevertrag kommt zwischen Ihnen und dem Reiseveranstalter zustande. Der Gesetzgeber macht dabei eine ganz wichtige Unterscheidung.

Die reiserechtlichen Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches lassen sich ausschließlich auf die Pauschalreise anwenden, nicht dagegen auf eine Individualreise.

Die Individualreise. Sie planen Ihren Urlaub in eigener Regie? Wer auf eigene Faust Flüge bucht und mit Hotels in Kontakt tritt, unternimmt eine Individualreise. Auch wenn diese verschiedenen Buchungen durch ein Reisebüro erfolgen, verreisen Sie trotzdem noch individuell. Denn dieses Paket haben Sie selbst geschnürt. Es war nicht als Gesamtangebot in einem Katalog enthalten.

Die Pauschalreise. Sie überlassen die Urlaubsplanung lieber hauptberuflichen Reiseexperten? Dann besuchen Sie ein Reisebüro und lassen sich einzelne Reisebestandteile zu einem Leistungspaket zusammenstellen. Dort erhalten Sie dann Transport, Unterkunft und Verpflegung zu einem Gesamtpreis und Ihr Urlaub besteht aus einer Pauschalreise.

Juristisch formuliert hört sich das Ganze so an: „Eine Pauschalreise ist die im voraus festgelegte Verbindung von mindestens zwei etwa gleichwertigen Dienstleistungen, die zu einem Gesamtpreis verkauft oder zum Verkauf angeboten werden, sofern diese Leistung länger als 24 Stunden dauert und wenigstens eine Übernachtung beinhaltet.“

Bei dieser Art der Urlaubsgestaltung müssen demnach mindestens zwei gleichwertige Dienstleistungen angeboten und zu einem Gesamtpreis verkauft werden. Buchen Sie also beispielsweise einen Hotelaufenthalt in Verbindung mit einem Sport- oder Sprachkurs, sind dies zwei gleichwertige Leistungen. Hingegen ist ein Bungalow-Urlaub mit einer Endreinigung durch Profis keine Pauschalreise. Denn die Reinigung ist dabei von untergeordneter Bedeutung.

Außerdem ist Voraussetzung, dass Sie entweder länger als 24 Stunden unterwegs sind oder wenigstens einmal übernachten werden.

Der Reisevertrag. Ein Vertrag erfordert zwei übereinstimmende Willenserklärungen, nämlich Angebot und Annahme.

Nun sind die "Angebote" in Reisekatalogen keine solchen im juristischen Sinne, sondern lediglich eine "Einladung zur Abgabe eines Angebotes". Dieses Angebot wird also erst durch Sie gegenüber Ihrem Reisebüro unterbreitet. Es wird dann für den Reiseveranstalter (nicht für Sie als Kunden!) tätig und nimmt das Angebot entgegen. Daran sind Sie gebunden, bis der Veranstalter sich nach etwa zwei Wochen bei Ihnen melden muss.

Die Annahme Ihres Angebotes erfolgt durch die Übersendung der Reisebestätigung seitens des Reiseveranstalters. Erst jetzt ist auch dieser gebunden.

Wichtige Vorschriften zum Thema:

*BGB § 651 a I, II, III Reisevertrag*

*Durch den Reisevertrag wird der Reiseveranstalter verpflichtet, dem Reisenden eine Gesamtheit von Reiseleistungen (Reise) zu erbringen. Der Reisende ist verpflichtet, dem Reiseveranstalter den vereinbarten Reisepreis zu zahlen.*

*(2) Die Erklärung, nur Verträge mit den Personen zu vermitteln, welche die einzelnen Reiseleistungen ausführen sollen (Leistungsträger), bleibt unberücksichtigt, wenn nach den sonstigen Umständen der Anschein begründet wird, dass der Erklärende vertraglich vorgesehene Reiseleistungen in eigener Verantwortung erbringt.*

*(3) Der Reiseveranstalter hat den Reisenden bei oder unverzüglich nach Vertragsschluss eine Urkunde über den Reisevertrag (Reisebestätigung) zur Verfügung zu stellen. Die Reisebestätigung und ein Prospekt, den der Reiseveranstalter zur Verfügung stellt, müssen die in der Rechtsverordnung nach Artikel 238 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuch bestimmten Angaben erfüllen.*

**10.3. Reisepreis und Preiserhöhung bei Pauschalreisen**

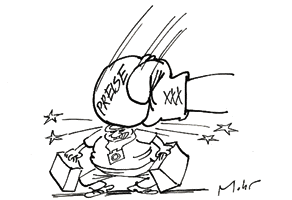
**... klingende Münze für karibisches Meer**

*„Die schlimmste Unfähigkeit ist die Zahlungsunfähigkeit“*

*(Curt Goetz, deutscher Theaterschriftsteller,*

*Schauspieler und Regisseur)*

Ganz ohne Pflichten geht es leider auch beim Urlaub nicht: Sie müssen für die schönsten Wochen des Jahres bezahlen. Voraussetzung für die Zahlungspflicht bei Pauschalreisen ist eine Reise- bzw. Buchungsbestätigung und das Aushändigen des Sicherungsscheins.

Die Höhe der Zahlung – Preiserhöhung. Für den Reiseveranstalter bindend ist der Preis, den er in der Reisebestätigung nennt. Nachträgliche Preisänderungen sind nur in Ausnahmefällen zulässig, nämlich bei einer a) Steigerung der Beförderungskosten (z.B. erhöhte Treibstoffkosten); b) Erhöhung der Abgaben für bestimmte Leistungen (z.B. Flughafengebühren); c) Änderung des Wechselkurses.

Voraussetzung ist aber immer, dass ein Änderungsvorbehalt im Vertrag vorgesehen ist und genaue Angaben zur Berechnung des neuen Preises gemacht werden. Dies geschieht meist im Kleingedruckten unter der Überschrift "Preisänderung". Darüber hinaus müssen zwischen dem Vertragsschluss – also dem Zugang der Reisebestätigung – und dem vereinbarten Reisetermin mehr als vier Monate liegen.

Bei einer Preiserhöhung von mehr als 5 Prozent haben Sie das Recht, vom Vertrag zurückzutreten und die bereits geleisteten Zahlungen zurückverlangen. Stornokosten müssen Sie keine bezahlen. Den Rücktritt sollten Sie sofort nach Zugang der Preiserhöhung am besten schriftlich erklären. Reagieren Sie nämlich nicht, wird die Preissteigerung wirksam.

Ab 20 Tage vor dem Reisetermin können Sie aufatmen - jetzt sind Preiserhöhungen absolut unzulässig und damit unwirksam. Sind Sie bis dahin von keiner Preiserhöhung unterrichtet worden, müssen Sie "nur" den alten Reisepreis bezahlen.

Der Zeitpunkt der Zahlung. Wann der Reisepreis fällig ist, lässt sich den Vorschriften des Reisevertragsrechts nicht entnehmen. Reiseveranstalter regeln die Zahlungsmodalitäten aber ohnehin in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Vorauszahlungsklauseln. Besonders gerne vereinbaren sie Vorauszahlungsklauseln im Kleingedruckten. Diese sind jedoch nur in Grenzen zulässig. Denn was passiert, wenn nach der Zahlung plötzlich Pleitegeier über Ihrem Reiseunternehmen kreisen? Deshalb ist Voraussetzung für die Wirksamkeit einer solchen Klausel:

Sicherungsschein und schriftliche Reisebestätigung: Der Reisende muss einen Sicherungsschein zum Nachweis einer Insolvenzsicherung erhalten haben. Sollten nämlich die Pleitegeier zum Angriff auf den Reiseveranstalter ansetzen, haben Reisende einen direkten Anspruch gegen dessen Insolvenzversicherung oder das Kreditinstitut.

Vorausleistung bis 20 Prozent: Die Vorauszahlung sollte einen Betrag von 20 Prozent des Reisepreises nicht übersteigen (vgl. auch BGH, Urteil vom 20.6.2006 Az.: X ZR 59/05)

Anzahlungsklauseln. Von Vorauszahlungsklauseln zu unterscheiden sind so genannte Anzahlungsklauseln im Kleingedruckten. Sollen Sie bereits bei Buchung anzahlen, ist das unzulässig. Erst wenn ein Vertrag besteht, also Ihr Angebot durch den Reiseveranstalter angenommen worden ist, können Zahlungsverpflichtungen auf Sie zukommen.

Wichtige Vorschriften zum Thema:

*BGB § 651a Abs. IV, V*

*Vertragstypische Pflichten beim Reisevertrag*

*(4) Der Reiseveranstalter kann den Reisepreis nur erhöhen, wenn dies mit genauen Angaben zur Berechnung des neuen Preises im Vertrag vorgesehen ist und damit einer Erhöhung der Beförderungskosten, der Abgaben für bestimmte Leistungen, wie Hafen- oder Flughafengebühren, oder einer Änderung der für die betreffende Reise geltenden Wechselkurse Rechnung getragen wird. Eine Preiserhöhung, die ab dem 20. Tage vor dem vereinbarten Abreisetermin verlangt wird, ist unwirksam. § 309 Nr. 1 bleibt unberührt.*

*(5) Der Reiseveranstalter hat eine Änderung des Reisepreises nach Absatz 4, eine zulässige Änderung einer wesentlichen Reiseleistung oder eine zulässige Absage der Reise dem Reisenden unverzüglich nach Kenntnis von dem Änderungs- oder Absagegrund zu erklären. Im Falle einer Erhöhung des Reisepreises um mehr als fünf vom Hundert oder einer erheblichen Änderung einer wesentlichen Reiseleistung kann der Reisende vom Vertrag zurücktreten. Er kann stattdessen, ebenso wie bei einer Absage der Reise durch den Reiseveranstalter, die Teilnahme an einer mindestens gleichwertigen anderen Reise verlangen, wenn der Reiseveranstalter in der Lage ist, eine solche Reise ohne Mehrpreis für den Reisenden aus seinem Angebot anzubieten. Der Reisende hat diese Rechte unverzüglich nach der Erklärung durch den Reiseveranstalter diesem gegenüber geltend zu machen.*

*BGB § 309 Nr. 1*

*Klauselverbote ohne Wertungsmöglichkeit*

*Auch soweit eine Abweichung von den gesetzlichen Vorschriften zulässig ist, ist in Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam (Kurzfristige Preiserhöhungen) eine Bestimmung, welche die Erhöhung des Entgelts für Waren oder Leistungen vorsieht, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsschluss geliefert oder erbracht werden sollen; dies gilt nicht bei Waren oder Leistungen, die im Rahmen von Dauerschuldverhältnissen geliefert oder erbracht werden;*

*BGB § 651k I, IV, VI*

*Sicherstellung, Zahlung*

*(1) Der Reiseveranstalter hat sicherzustellen, dass dem Reisenden erstattet werden*

*1. der gezahlte Reisepreis, soweit Reiseleistungen infolge Zahlungsunfähigkeit oder Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen des Reiseveranstalters ausfallen, und*

*2. notwendige Aufwendungen, die dem Reisenden infolge Zahlungsunfähigkeit oder Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen des Reiseveranstalters für die Rückreise entstehen.*

*Die Verpflichtungen nach Satz 1 kann der Reiseveranstalter nur erfüllen 1. durch eine Versicherung bei einem im Geltungsbereich dieses Gesetzes zum Geschäftsbetrieb befugten Versicherungsunternehmen oder 2. durch ein Zahlungsversprechen eines im Geltungsbereich dieses Gesetzes zum Geschäftsbetrieb befugten Kreditinstituts.....*

*(4) Reiseveranstalter und Reisevermittler dürfen Zahlungen des Reisenden auf den Reisepreis vor Beendigung der Reise nur fordern oder annehmen, wenn dem Reisenden ein Sicherungsschein übergeben wurde.*

*(6) Die Absätze 1 bis 5 gelten nicht, wenn*

*1. der Reiseveranstalter nur gelegentlich und außerhalb seiner gewerblichen Tätigkeit Reisen veranstaltet,*

*2. die Reise nicht länger als 24 Stunden dauert, keine Übernachtung einschließt und der Reisepreis 75 Euro nicht übersteigt,*

*3. der Reiseveranstalter eine juristische Person des öffentlichen Rechts ist, über deren Vermögen ein Insolvenzverfahren unzulässig ist.*

|  |
| --- |
| **AUFGABEN UND ÜBUNGEN** |

**ÜBUNG 1.**

**Überlegen Sie zuerst: was erwarten Sie vom Inhalt des Textes mit dem Titel „Urlaub und Reiserecht“. Berichten Sie kurz in der Gruppe.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Machen Sie einige Notizen zum Inhalt des Textes.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Welchen Unterschied gibt es zwischen den Individualreisen und Pauschalreisen?
2. Mit wem schließt man den Reisevertrag?
3. Was verstehen Sie unter Begriff der „Reisevermittlungsvertrag“?
4. Welche Aufgaben hat ein Reisebüro?
5. Definieren Sie den Begriff die „Pauschalreise“!
6. In welchen Fällen sind die nachträglichen Preisänderungen zulässig?
7. Hat der Reisende das Recht, bei einer Preiserhöhung vom Vertrag zurückzutreten?
8. Wann sind die Preiserhöhungen absolut unzulässig?
9. Was wissen Sie vom Zeitpunkt der Zahlung?
10. Wie groß soll Vorauszahlung für eine Pauschalreise sein?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über die Reisebuchung, den Reisevertrag, den Reisepreis und die Preiserhöhung bei Pauschalreisen erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Das Reiserecht; die Pauschalreise / Individualreise; einen Reisevertrag mit j-m schließen; eine Reise organisieren / gestalten; der Vertragsabschluss zwischen dem Reisenden und Reiseveranstalter; eine Individualreise unternehmen; durch ein Reisebüro buchen; einzelne Reisebestandteile zu einem Leistungspaket zusammenstellen; zum Gesamtpreis verkaufen; die Preiserhöhung / -änderung; die Buchungsbestätigung; die Stornokosten.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) Das Reisebüro hat folgende Aufgaben … .

2) Wer auf eigene Faust Flüge bucht und mit Hotels in Kontakt tritt, unternimmt … .

3) Eine Pauschalreise ist … .

4) Ein Vertrag erfordert zwei übereinstimmende Willenserklärungen … .

5) Bei einer Preiserhöhung von mehr als 5% haben die Reisenden Recht, ... .

6) Die Vorauszahlung sollte einen Betrag von … nicht übersteigen.

7) Nachträgliche Preisänderungen sind nur in Ausnahmefällen zulässig, nämlich … .

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) Kauft – fertige – der Reisende – Reise – die – beim - Reiseveranstalter.

2) Einen Reisevermittlungsvertrag – mit – schließt – dem Reisebüro – der der Reisende.

3) Reiseexperten – die meisten – die Urlaubsplanung – überlassen – hauptberuflichen.

4) Erhalten – Transport – die Reisenden – und – Unterkunft – zu – Verpflegung – einem – Gesamtpreis.

5) Und – zwischen – vereinbarten – dem Vertragsschluss – dem – Reisetermin – liegen – als – mehr – Monate – 4.

6) Erklären – sollte – den Rücktritt – man – nach – sofort – Zugang – schriftlich – der Preiserhöhung.

7) Unzulässig – ab – vor – 20 – dem Reisetermin – ist – Tage – absolut – die Preiserhöhung.

**ÜBUNG 8.**

**Finden Sie die entsprechende Übersetzung folgender Fachwörter:**

*Iндивідуальна / паушальна подорож; заключати договір з туроператором; планувати відпустку; отримувати послуги транспорту, розміщення тощо; продавати туристичні послуги за єдиною ціною; підвищення ціни; попередня оплата.*

**ÜBUNG 9.**

**Auf der nachfolgenden Checkliste finden Sie wesentliche Punkte, die für das Dienstleistungserlebnis des Gastes wichtig sind. Übersetzen Sie diese Sätze in Ihre Muttersprache.**

*Ein Hotel ist ein Dienstleistungsbetrieb. Die Aufmerksamkeit dem Gast gegenüber bei Ankunft und Abreise ist maßgebend für den Eindruck, den er vom Hotelservice gewinnt. Höfliches und fachkundiges Verhalten sollen dem Gast das Gefühl geben, dass er will­kommen ist. Dabei kommt es auf viele kleine Details an, die die Qualität eines Hotels ausmachen. Um diese Qualität zu sichern, bedienen sich die Unternehmen unterschiedli­cher Checklisten. So ist es möglich, die Qualitätsmerkmale in Hotellerie und Gastronomie zu überprüfen und fortlaufend zu verbessern.*

1. Anfragen der Gäste werden sofort beantwortet; für die Reservierungsabteilung gibt es eine Durchwahlmöglichkeit.

2. Telefonische Reservierungen werden jederzeit, auch nachts, angenommen.

3. Reisegruppen werden separat eingecheckt, ohne individuelle Gäste am Empfang zu stören.

4. Wenn in diesem Hotel kein Zimmer mehr frei ist, wird dem Gast eine Ausweich­möglichkeit vorgeschlagen.

5. Sobald die Identität eines Gastes bekannt ist, wird er vom Personal mit seinem Namen angesprochen.

6. Die Ankunfts- und Abreisedaten werden bestätigt.

7. Zu jeder Tageszeit werden die Gäste durch das Empfangspersonal freundlich begrüßt, und man ist den Gästen behilflich.

8. Alle Gäste werden am Ankunftstag auf ihre Zimmer begleitet und auf alle Einrichtungen des Hotels hingewiesen.

9. Bei der An- und Abreise der Gäste wird das Gepäck zur gewünschten Zeit vom Hoteldiener auf das Zimmer gebracht bzw. abgeholt.

10. Zusammen mit der Reservierung können auch Zusatzleistungen, wie Mietwagen, Transfer offeriert werden.

**ÜBUNG 10.**

**Machen Sie den folgenden Test. Kreuzen Sie an: welche Ergänzung passt. Für jede richtige Lösung gibt es einen Punkt.**

1. Mit dem Reisebüro schließen Sie einen …

a) Reisevertrag 

b) Reisevermittlungsvertrag 

c) Zusammenarbeitsvertrag 

2. Der Reisevertrag kommt zwischen Ihnen und … zustande.

a) Reiseveranstalter 

b) Reisebüro 

c) Hotel 

3. Bei der Pauschalreise müssen mindestens … gleichwertige Dienstleistungen angeboten und zu einem Gesamtpreis verkauft werden.

a) 4 

b) 2 

c) 3 

4. Bei einer Preiserhöhung von mehr als 5 Prozent hat man Recht, …

a) vom Vertrag zurückzutreten 

b) die geleisteten Zahlungen zurückzuverlangen 

c) Stornokosten zu bezahlen 

5. Ab … Tage vor dem Reisetermin sind Preiserhöhungen unzulässig und unwirksam.

a) 15 

b) 20 

c) 5 

6. Wer auf eigene Faust Flüge bucht und mit Hotels in Kontakt tritt, unternimmt eine …

a) Pauschalreise 

b) Individualreise 

c) Familienreise 

7. Wer die Urlaubsplanung lieber hauptberuflichen Reiseexperten überlässt, unternimmt eine …

a) Pauschalreise 

b) Individualreise 

c) Familienreise 

8. Für den Reiseveranstalter bindend ist der…

a) Reisepreis 

b) Reisevertrag 

c) Reisetermin 

9. Die Vorauszahlung bei Pauschalreisen soll einen Betrag von … des Reisepreises nicht übersteigen.

a) 20 Prozent 

b) 10 Prozent 

c) 50 Prozent 

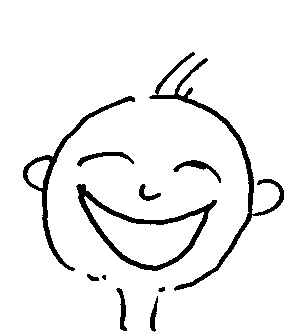
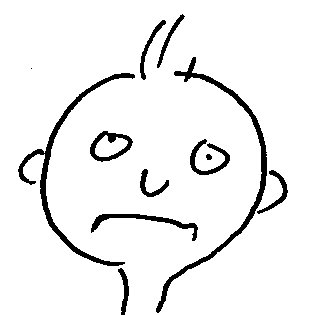
10. Der moderne Reisende „kauft“ die fertige Reise beim …

a) Reisebüro 

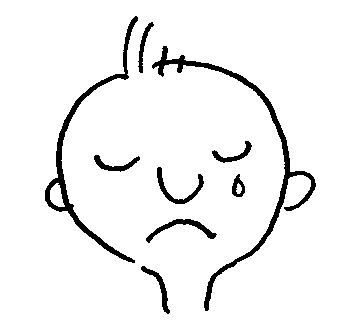
b) Reiseveranstalter 

c) Hotel 

**AUSWERTUNG**

**10-8: Sie sind ein wirklicher Kenner im Bereich „Urlaub und Reiserecht bei Pauschalreisen“.** Eigentlich müssten Sie keine Übungen zu diesem Thema mehr machen. Aber Sie wissen ja: „Übung macht den Meister!"

**7-5: Na ja - nicht schlecht. Aber Sie müssen noch üben!** Machen Sie Übungen 3,5,6,7,8 sehr aufmerksam. Ihr Motto: „Ohne Fleiß kein Preis!"

**4-1: Oh je! Mit dem Thema „Urlaub und Reiserecht“ klappt's noch nicht so gut.** Deshalb: Lesen Sie noch einmal den Text und machen Sie alle Übungen zu diesem Thema. Ein kleiner Trost: „Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen.“

**ÜBUNG 12.**

**Rollenspiel. Inszenieren Sie zu zweit ein Gespräch im Reisebüro. Diskutieren Sie über die Preiserhöhung für den gebuchten Urlaub nach Paraguay. Spielen Sie Ihren Dialog in der Gruppe vor.**

**Übung 13.**

**Lesen Sie folgende 2 Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (je 5-6 Sätze) ihren Inhalt in Deutsch zusammen.**

Безкоштовний квиток в паризький Діснейленд

Паризький Діснейленд залишається головною пам'яткою французької столиці для туристів, мандрівних з дітьми. Air France пропонує скоротити витрати на відвідини популярного парку розваг. Французька авіакомпанія Air France пропонує своїм клієнтам, що забронювали переліт до Парижа в лютому і березні на сайті перевізника, безкоштовний квиток в паризький Діснейленд. Безкоштовним квитком можна скористатися одноразово протягом 5 днів з дати польоту, вказаної в маршрутному аркуші. Квиток має бути використаний в день видачі. Безкоштовний квиток в Діснейленд можна отримати на вході в парк розваг, пред'явивши маршрутний аркуш, посвідчення особи і посадочний талон (на всіх документах має бути вказане те ж ім'я, що і в маршрутному аркуші). Якщо бронювання вироблялося одночасно на декількох чоловік, то спецпропозицією зможе скористатися лише один з них – перший в списку бронювання. Таким чином, дорослі пасажири, мандрівні разом, можуть забезпечити себе безкоштовними квитками в Діснейленд, забронювавши авіаквитки Air France окремо один від одного. Проте, за вхід дітей, що летять разом з дорослими, все-таки доведеться заплатити.

Світ туризму накрила хвиля грандіозних знижок

Туристичні й транспортні компанії по всьому світу почали знижувати ціни на авіаперевезення і відпустки, щоб залучити стомлених кризою відпочивальників. Експерти у сфері туризму говорять, що безпрецедентні знижки на початку туристичного сезону свідчать про нервозність туркомпаній. Наприклад, компанія Eurostar скоротила вартість своїх квитків майже на 40%, а багато авіаперевізників понизили ціни на 15 - 50 %. Тим часом 3-зіркові готелі в Корфу, Туреччині, Греції і Майорці пропонують помешкання в травні всього за 5 фунтів стерлінгів за ніч. Експерти відзначають, що зняти номер в готелі в червні за 10 фунтів завжди було просто, але щоб в лютому продавалися готельні номери за 5 фунтів, просто нечувано. Що бажають покататися на лижах в Альпах чекають знижки до 60 %. Не дивлячись на прекрасні погодні умови в Альпах вперше за 25 років, багато хто відзначає брак туристів з Великобританії і Росії цього року. Представники Діснейленда в Парижі минулого тижня також заявили, що всі діти до семи років з квітня цього року будуть проходити в парк і проживати в готелі безкоштовно.

**Urlaub- & Reisewitze**

☺☻☺ Herr Krause trägt sich in das Gästebuch des [Hotels](http://www.spar-mit.com/hohenstein/index.php) ein und bemerkt, dass hinter dem Namen eines Gastes die Abkürzung "MdB" steht. "Was bedeutet das?", fragt Krause den Portier. Dieser antwortet: "Mitglied des Bundestages, mein Herr." Krause greift zum Kugelschreiber und malt hinter seinen Namen die Buchstaben "MdO". "Und was bedeutet das?", möchte der Portier nun wissen. "Mitglied der Ortskrankenkasse."

☺☻☺"Wünscht der Herr jetzt noch etwas?" fragt der Hotelpage in [Wien](http://www.spar-mit.com/wien/index.php) sehr höflich, nachdem er dem Paar das Zimmer geöffnet hat. "Nein, danke!" - "Und für die Frau Gemahlin?" - "Oh, das hätte ich beinahe vergessen", antwortet der Herr, "bringen Sie mir bitte eine Ansichtskarte!"

|  |
| --- |
| **Lektion 15** |

**Text: PROBLEME VOR REISEANTRITT**

**BEI PAUSCHALREISEN**

Probleme können schon auftauchen, bevor Sie in den Urlaub abtauchen. Und Ihnen die Pauschalreise so vermiesen, dass Sie kurzerhand abwinken und zu Hause bleiben. Die Ursache kann erstens bei Ihnen selbst liegen – dann kommen eine Vertragsübertragung auf Dritte oder ein Rücktritt mit Stornogebühren in Betracht. Der Grund kann zweitens beim Reiseveranstalter zu finden sein – dann ist an einen Rücktritt wegen Preiserhöhung oder an eine Kündigung wegen Mangels zu denken. Und drittens mag keine Partei verantwortlich sein – dann besteht nur die Möglichkeit einer Kündigung wegen höherer Gewalt.

**11.1. Vertragsübertragung auf Dritten ...**

**Ihre Vertretung für den Cocktail am Pool.**

*„Auch eine Reise von tausend Meilen*

*beginnt mit einem Schritt“*

*(Laotse, chinesischer Philosoph)*

 Oft wird dies in der Reisepraxis zwar nicht vorkommen. Trotzdem kann die Vertragsübertragung für Sie durchaus interessant sein. Denn damit sparen Sie Stornogebühren für den Reiserücktritt. Sie könnten im Bekanntenkreis herumfragen oder per Kleinanzeige einen Ersatzreisenden finden. Dies widerspricht zwar dem Grundsatz, dass Verträge einzuhalten sind. Der Gesetzgeber hat jedoch zutreffend erkannt, dass es dem Reiseveranstalter meist gleichgültig ist, wer mitfährt. Hauptsache, seine Kapazitäten sind ausgelastet.

Voraussetzungen. Für den Eintritt eines Dritten in den Vertrag müssen folgende Bedingungen erfüllt sein:

Der Reisende muss es verlangen: Sollten Sie einen urlaubsreifen Reisewilligen gefunden haben, teilen Sie dies dem Veranstalter auch mit (am besten schriftlich). Keinesfalls reicht es aus, lediglich Ihrem "Reisevertreter" zu erklären, dass er sich auf den Weg in die Sonne machen könne.

Das Verlangen muss vor Reisebeginn erklärt werden: Ein Wechsel des Vertragspartners des Reiseveranstalters ist ausgeschlossen, wenn die Reise bereits angetreten wurde. Die Erklärung muss so rechtzeitig vor Beginn der Reise erfolgen, dass der Reiseveranstalter etwaige Widerspruchsgründe noch prüfen kann. Dafür sollten ein bis zwei Tage ausreichen.

Dem Veranstalter darf kein Widerspruchsrecht zustehen: Nur aus den im Gesetz abschließend aufgezählten Gründen darf der Reiseveranstalter widersprechen, nämlich wenn – der Dritte den besonderen Reiseerfordernissen nicht genügt (z. B. werden bei Abenteuerreisenden besondere körperliche Anforderungen vorausgesetzt, bei Tropenreisenden eine rechtzeitige Impfung) – der Teilnahme des Dritten gesetzliche Vorschriften entgegenstehen oder – der Teilnahme des Dritten behördliche Anordnungen im Wege sind.

Weitere Einschränkungen in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind nicht erlaubt. Es handelt sich um zwingendes Recht zum Schutz Ihrer Interessen.

Rechtsfolgen.

Ihre Reisevertretung hat die Koffer gepackt und freut sich auf Sonne und Strand. Für Sie ist die Sache damit erledigt. Tatsächlich?

Ihr Reiseveranstalter hat Anspruch auf den Reisepreis sowie die durch den Eintritt des Dritten entstehenden Mehrkosten. Und weil er keinen Einfluss darauf hat, wen Sie ihm als Ersatz präsentieren, muss er abgesichert werden. Deshalb haften Sie als ursprünglicher Reisepartner neben Ihrer Ersatzperson als so genannter Gesamtschuldner. Nach seiner Wahl kann der Veranstalter den Preis von Ihnen oder Ihrer "Aushilfe" fordern. Sie sollten also darauf achten, dass Ihr Vertreter gut bei Kasse ist. Denn sonst werden Sie ihm die Reise finanzieren. Zwar können Sie ihn in Regress nehmen. Aber das nützt Ihnen wenig, wenn er "blank" ist.

Wichtige Vorschriften zum Text:

*BGB § 651b Vertragsübertragung*

*(1) Bis zum Reisebeginn kann der Reisende verlangen, dass statt seiner ein Dritter in die Rechte und Pflichten aus dem Reisevertrag eintritt. Der Reiseveranstalter kann dem Eintritt des Dritten widersprechen, wenn dieser den besonderen Reiseerfordernissen nicht genügt oder seiner Teilnahme gesetzliche Vorschriften oder behördliche Anordnungen entgegenstehen.*

*(2) Tritt ein Dritter in den Vertrag ein, so haften er und der Reisende dem Reiseveranstalter als Gesamtschuldner für den Reisepreis und die durch den Eintritt des Dritten entstehenden Mehrkosten.*

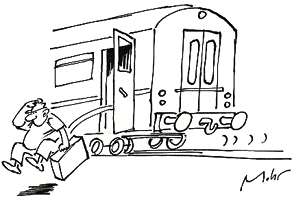
**11.2. Rücktritt ohne Begründung und Stornogebühren...**

**Notbremse für Wankelmütige**

*„Den bessern Gründen müssen gute weichen“*

*(William Shakespeare, englischer Dramatiker)*

Urlaubseuphorie verflogen? Umstände verändert? Finanzielle Polster geschmolzen? Es besteht kein Zwang, die einmal gebuchte Reise anzutreten.

Voraussetzungen. Vor Reisebeginn können Sie jederzeit zurücktreten. Einzige Voraussetzung ist eine entsprechende Mitteilung an den Reiseveranstalter (am besten schriftlich). Wahlweise können Sie sich auch an das Reisebüro wenden. Gründe brauchen Sie nicht zu nennen. Klauseln in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Ihnen den Rücktritt nur unter bestimmten Bedingungen gestatten, sind unzulässig.

Nach Reisebeginn können Sie dagegen nur in Ausnahmefällen zurücktreten, zum Beispiel wenn ein naher Angehöriger schwer erkrankt ist.

Rechtsfolgen: Stornogebühren. Sie werden von der Verpflichtung zur Zahlung des Reisepreises frei. Also Ende gut, alles gut? Längst nicht! Denn statt des vereinbarten Reisepreises kann der Reiseveranstalter eine angemessene Entschädigung verlangen, Ihnen besser bekannt als so genannte Stornogebühr.

Meist wird diese in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Reiseveranstalter pauschaliert. Deren maximale Höhe ist höchst umstritten. Die Gerichte überprüfen diese für jeden Einzelfall neu.

Tipp! Vor diesen Kosten können Sie sich mit einer Reiserücktrittsversicherung schützen. Diese zahlt aber nur, falls bestimmte im Versicherungsvertrag festgelegte Gründe vorliegen.

Wichtige Vorschriften zum Text:

*BGB § 651i Rücktritt vor Reisebeginn*

*(1) Vor Reisebeginn kann der Reisende jederzeit vom Vertrag zurücktreten.*

*(2) Tritt der Reisende vom Vertrag zurück, so verliert der Reiseveranstalter den Anspruch auf den vereinbarten Reisepreis. Er kann jedoch eine angemessene Entschädigung verlangen. Die Höhe der Entschädigung bestimmt sich nach dem Reisepreis unter Abzug des Wertes der vom Reiseveranstalter ersparten Aufwendungen sowie dessen, was er durch anderweitige Verwendung der Reiseleistungen erwerben kann.*

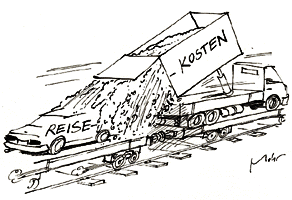
**11.3. Rücktritt wegen Preiserhöhung**

**... wenn das Reisebudget überschritten wird**

*„Ich bin so frei“ sagte der Markt und erhöhte die Preise“*

*(Werner Schneyder, österreichischer*

*Kabarettist und Sportreporter)*

Wann dem Reiseveranstalter eine Preiserhöhung gestattet ist, haben wir Ihnen bereits unter [Zahlungspflicht des Reisenden](http://www.das-rechtsportal.de/cms/recht/reiserecht/ratgeber/reisebuchung/6zahlungspflicht.htm) erläutert. Hier soll noch einmal daran erinnert werden, dass Ihnen bei einer Preiserhöhung von mehr als fünf Prozent ein gesetzliches Rücktrittsrecht zusteht.

Dasselbe gilt im Übrigen auch bei einer erheblichen Änderung einer wesentlichen Reiseleistung.

Wichtige Vorschriften zum Text:

*BGB § 651a Abs. IV, V Vertragstypische Pflichten beim Reisevertrag*

*(4) Der Reiseveranstalter kann den Reisepreis nur erhöhen, wenn dies mit genauen Angaben zur Berechnung des neuen Preises im Vertrag vorgesehen ist und damit einer Erhöhung der Beförderungskosten, der Abgaben für bestimmte Leistungen, wie Hafen- oder Flughafengebühren, oder einer Änderung der für die betreffende Reise geltenden Wechselkurse Rechnung getragen wird. Eine Preiserhöhung, die ab dem 20. Tage vor dem vereinbarten Abreisetermin verlangt wird, ist unwirksam. § 309 Nr. 1 bleibt unberührt.*

*(5) Der Reiseveranstalter hat eine Änderung des Reisepreises nach Absatz 4, eine zulässige Änderung einer wesentlichen Reiseleistung oder eine zulässige Absage der Reise dem Reisenden unverzüglich nach Kenntnis von dem Änderungs- oder Absagegrund zu erklären. Im Falle einer Erhöhung des Reisepreises um mehr als fünf vom Hundert oder einer erheblichen Änderung einer wesentlichen Reiseleistung kann der Reisende vom Vertrag zurücktreten. Er kann stattdessen, ebenso wie bei einer Absage der Reise durch den Reiseveranstalter, die Teilnahme an einer mindestens gleichwertigen anderen Reise verlangen, wenn der Reiseveranstalter in der Lage ist, eine solche Reise ohne Mehrpreis für den Reisenden aus seinem Angebot anzubieten. Der Reisende hat diese Rechte unverzüglich nach der Erklärung durch den Reiseveranstalter diesem gegenüber geltend zu machen.*

**11.4 Kündigung wegen höherer Gewalt …**

**„Apocalypse now“**

*„... kochend wie aus Ofens Rachen glühn die Lüfte, Balken krachen, Pfosten stürzen, Fenster klirren, Kinder jammern,*

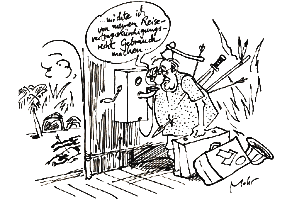
*Mütter wimmern unter Trümmern, Alles rennet,*

*rettet, flüchtet, taghell ist die Nacht gelichtet ...*

*“(Friedrich Schiller, deutscher Dichter)*

Der Urlaub ist längst gebucht und die Vorfreude auf unbeschwerte Tage voller Sonne, Strand und Meer ist riesig. Doch was ist, wenn sich die Situation in Ihrem Urlaubsland inzwischen verändert und Krieg, eine Epidemie oder Naturkatastrophen, wie zum Beispiel Erdbeben, ausbrechen? In diesem Fall können Sie wegen höherer Gewalt von Ihrem Reisevertrag zurücktreten, ohne hohe Stornokosten fürchten zu müssen. Sie haben schließlich Urlaub und kein Überlebenstraining gebucht! Eine Kündigung wegen höherer Gewalt setzt Folgendes voraus:

Höhere Gewalt ist ein von außen kommendes, unabwendbares, unvorhersehbares, unverschuldetes Ereignis. Entscheidend ist dabei, dass die Gründe für die Reisebeeinträchtigung weder aus der Sphäre des Reiseveranstalters noch aus der des Reisenden stammen dürfen. Übrigens: Das Kündigungsrecht steht nicht nur Ihnen, sondern auch dem Reiseveranstalter zu.

Terroranschläge. Immer wieder erschüttern Bombenanschläge die Touristenorte dieser Welt. Allein die Angst vor weiteren Terrorakten gibt Ihnen nicht das Recht, den Reisevertrag wegen höherer Gewalt zu kündigen. Dies ist nur möglich, wenn die Gefahr sehr hoch erscheint und ein Durchschnitts-Reisender die Reise nicht antreten würde. Ufern die Anschläge in allgemeine Unruhen aus oder drohen weitere Attentate gegen Touristen, so kann man von einer solchen Gefahr ausgehen. Die Rechtsprechung orientiert sich dabei an den Warnungen des Auswärtigen Amtes. Reisewarnungen werden ausgesprochen, wenn akute Gefahren für Leib und Leben in dem Urlaubsland oder Teile dieses Landes bestehen. Liegt eine solche vor, ist dies ein ganz klares Indiz für ein kostenloses Rücktrittsrecht. Den Umkehrschluss, also dass kein Rücktrittsrecht besteht, wenn keine Reisewarnung vorliegt, kann man übrigens nicht ziehen.

Tipp! Welche Reiseländer zu den gefährdeten Gebieten gehören erfahren Sie unter auf der Webseite des Auswärtigen Amtes unter <http://www.auswaertiges-amt.de/>.

Naturkatastrophen. Auch Naturkatastrophen wie ein Hurrikan, Erdrutsche, Erdbeben und Lawinen können eine Kündigung wegen höherer Gewalt rechtfertigen. Allerdings muss noch eine konkrete Gefahr für die Durchführung der Reise bei Reiseantritt vorliegen. Dies ist dann nicht der Fall, wenn voraussehbar ist, dass zu diesem Zeitpunkt die Gefahr nicht mehr vorhanden ist.

Schlechtes Wetter – zum Beispiel Dauerregen im Urlaubsgebiet, fehlender Schnee im Skigebiet – gehören zum allgemeinen Lebensrisiko und rechtfertigen keine Kündigung der Reise wegen höherer Gewalt.

Behördliche Eingriffe. Oft sind es auch behördliche Eingriffe, auf die der Begriff der höheren Gewalt zutrifft. Sie sind weder dem Reiseveranstalter, noch Ihnen zuzurechnen. Dazu gehören zum Beispiel Landeverbote für Flugzeuge, Einreiseverbote oder Badeverbote.

Streik. Auch ein plötzlicher Streik im Reiseland stellt höhere Gewalt dar, sofern er sich außerhalb des Einflussbereichs des Reiseveranstalters und seiner Leistungsträger abspielt. Dazu gehören Generalstreiks, Streiks der Fluglotsen oder des Sicherheitspersonals. Streiken dagegen die eigenen Mitarbeiter des Reiseveranstalters (z.B. Reiseleiter) oder seiner Leistungsträger (z.B. Flugbesatzung, Hotelpersonal), so berechtigt dies den Reiseveranstalter nicht zur Kündigung. Denn diese Ursachen stammen gerade aus seiner Sphäre.

Schließlich können auch Epidemien,  Naturkatastrophen und Kriege im Urlaubsland als höhere Gewalt gelten.

Kündigung und Folgen. Liegen die Voraussetzungen der höheren Gewalt vor, können Sie den Reisevertrag kündigen. Der Reiseveranstalter verliert den Anspruch auf den Reisepreis. Bereits gezahlte Leistungen können Sie zurückverlangen. Liegen die Voraussetzungen der höheren Gewalt nicht vor, müssen Sie eventuell eine Stornogebühr bezahlen. Wie viel, richtet sich nach den Geschäftsbedingungen des Veranstalters und dem bis zum Reisebeginn verbleibenden Zeitraum.

Wichtige Vorschriften zum Text:

*BGB § 651j Kündigung wegen höherer Gewalt*

*(1) Wird die Reise infolge bei Vertragsabschluss nicht voraussehbarer höherer Gewalt erheblich erschwert, gefährdet oder beeinträchtigt, so können sowohl der Reiseveranstalter als auch der Reisende den Vertrag allein nach Maßgabe dieser Vorschrift kündigen.*

*(2) Wird der Vertrag nach Absatz 1 gekündigt, so findet die Vorschrift des § 651e Abs. 3 Satz 1 und 2, Abs. 4 Satz 1 Anwendung. Die Mehrkosten für die Rückbeförderung sind von den Parteien je zur Hälfte zu tragen. Im Übrigen fallen die Mehrkosten dem Reisenden zur Last.*

*BGB § 651e III, IV Kündigung wegen Mangels*

*(3) Wird der Vertrag gekündigt, so verliert der Reiseveranstalter den Anspruch auf den vereinbarten Reisepreis. Er kann jedoch für die bereits erbrachten oder zur Beendigung der Reise noch zu erbringenden Reiseleistungen eine nach § 638 Abs. 3 zu bemessende Entschädigung verlangen. ...*

*(4) Der Reiseveranstalter ist verpflichtet, die infolge der Aufhebung des Vertrags notwendigen Maßnahmen zu treffen, insbesondere, falls der Vertrag die Rückbeförderung umfasste, den Reisenden zurückzubefördern. Die Mehrkosten fallen dem Reiseveranstalter zur Last.*

|  |
| --- |
| AUFGABEN UND ÜBUNGEN |

**ÜBUNG 1.**

**Überlegen Sie zuerst, welche Probleme vor Reiseantritt bei Pauschalreisen auftauchen können. Was fällt Ihnen spontan ein? Berichten Sie über Ihre Vermutungen in der Gruppe.**

**ÜBUNG 2.**

**Lesen und übersetzen Sie den Text, markieren Sie die Schlüsselwörter zum Thema. Machen Sie einige Notizen zum Inhalt des Textes.**

**ÜBUNG 3.**

**Textverständnis und –interpretation. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Wie kann man Stornogebühren für den Reiserücktritt sparen?
2. Welche Bedingungen müssen für den Eintritt eines Dritten in den Vertrag erfüllt sein?
3. Wann ist ein Wechsel des Vertragspartners ausgeschlossen?
4. Welche Rechtsfolgen hat die Vertragsübertragung auf Dritten?
5. Kann man nach Reisebeginn zurücktreten?
6. In welchem Fall kann der Reiseveranstalter eine angemessene Entschädigung verlangen?
7. Kann man wegen höherer Gewalt im Reiseland vom Reisevertrag zurücktreten?
8. Was verstehen Sie unter Begriff „höhere Gewalt“ im Urlaubsland?
9. Kann man bereits gezahlte Leistungen in diesem Fall zurückverlangen?

**ÜBUNG 4.**

**Fassen Sie mit Hilfe Ihrer Antworten auf die Fragen zusammen, was Sie über die Probleme vor Reiseantritt bei Pauschalreisen erfahren haben.**

**ÜBUNG 5.**

**Übersetzen Sie die Wörter und Wortverbindungen zur Fachsprache „Tourismus“. Bilden Sie mit jedem neuen Wort einen Satz. Das hilft Ihnen, die neuen Fachwörter im Kontext besser zu behalten:**

*Die Stornogebühren für den Reiserücktritt sparen; einen Ersatzreisenden finden; der Wechsel des Vertragspartners; der Rücktritt unter bestimmten Bedingungen; eine angemessene Entschädigung verlangen; sich mit einer Reiserücktritts-versicherung schützen; wegen höherer Gewalt vom Reisevertrag zurücktreten; die Kündigung der Reise.*

**ÜBUNG 6.**

**Ergänzen Sie die Lücken in den folgenden Sätzen:**

1) Ein Wechsel des Vertragspartners des Reiseveranstalters ist ausgeschlossen, wenn … .

2) Vor Reisebeginn können Sie jederzeit zurücktreten. Einzige Voraussetzung ist … .

3) Nach Reisebeginn können Sie dagegen nur in Ausnahmefällen zurücktreten, zum Beispiel wenn … .

4) Wenn sich die Situation in Ihrem Urlaubsland inzwischen verändert und Krieg, eine Epidemie oder Naturkatastrophen, wie zum Beispiel Erdbeben, ausbrechen, können Sie … .

5) Reisewarnungen werden ausgesprochen, wenn … .

6) Schlechtes Wetter – zum Beispiel Dauerregen im Urlaubsgebiet, fehlender Schnee im Skigebiet – gehören zum allgemeinen Lebensrisiko und rechtfertigen … .

**ÜBUNG 7.**

**Satzpuzzle. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern grammatisch korrekte Sätze:**

1) Müssen – eines Dritten – für – in – entsprechende – sein – den Reisevertrag – den Eintritt – erfüllt – Bedingungen.

2) Statt – Reisepreis – kann – des vereinbarten – eine – verlangen – angemessene – Entschädigung – der Reiseveranstalter.

3) Zu – bei – 5 % - einer Preiserhöhung – Ihnen – von mehr – ein – als – gesetzliches – steht - Rücktrittsrecht.

4) An – sich – die Rechtsprechung – den Warnungen – orientiert – Amtes – des Auswärtigen.

5) Können – eine Kündigung – die Naturkatastrophen – höherer – rechtfertigen – wegen – Gewalt.

**ÜBUNG 8.**

**Grammatikwiederholung (Präpositionen). Ergänzen Sie den Lückentext.**

|  |
| --- |
| während gegenüber an auf an innerhalb vom nach |

1. Planen Sie Ihre Reise, bereiten Sie sich … das Gespräch im Reisebüro gut vor!
2. Teilen Sie Ihrem Reisebüro genau mit, wenn und welche Sonderwünsche Sie bezüglich der Reise haben, halten Sie dies schriftlich fest!
3. Überprüfen Sie sofort die Ihnen ausgehändigten Reiseunterlagen (Tickets, Reisebestätigung, Reservierungen usw.)!
4. Denken Sie rechtzeitig … Pass- und Visabestimmungen sowie vorgeschriebene Impfungen!
5. Falls … der Reise Mängel auftreten, so teilen Sie diese sofort dem Reiseleiter (= Vertreter des Reiseveranstalters vor Ort)!
6. Lassen Sie sich eine … Reiseleiter unterschriebene Reklamation aushändigen (in der Regel gibt es hier Formblätter des jeweiligen Veranstalters)!
7. Dokumentieren Sie den/die aufgetretenen Mangel/Mängel (Photos, Videofilm, Adressen von Zeugen)!
8. … eines Monats … dem Ende der Reise (sogenannte Ausschlussfrist) muss die Reisebeschwerde … dem Reiseveranstalter (nicht: Reisebüro) angezeigt werden!
9. Wenn Sie sich Ihrer Sache unsicher sind: Wenden Sie sich bitte … einen kompetenten Rechtsanwalt!

**ÜBUNG 9.**

**Halten Sie ein Referat über die Kündigung einer Reise wegen … . Notieren Sie sich Stichworte aus Ihrem Referat. Ordnen Sie Ihre Stichworte den Gliederungspunkten zu. „Inszenieren" Sie Ihr Referat.**

Ein Referat wird immer dann interessant, wenn die Zuhörer auch etwas sehen, hören, schmecken oder fühlen können. Überlegen Sie sich, wie Sie Ihr Referat gestalten können. Beispiele: Bilder (Fotos, Dias), Land­karte mitbringen, an die Tafel zeichnen, typische Musik vorspielen.

Sprachliche Vorbereitung: Überlegen Sie sich, wie Sie Ihre Ideen formulieren wollen. Notieren Sie sich Redewendungen und Wörter. Die folgenden Rede­wendungen für Einleitung und Schluss können Ihnen helfen.

*Einleitung*

*Ich möchte heute / nun ... berichten. In Referat / Vortrag geht es um ... . Ich möchte euch / Ihnen über*... *erzählen.*

Halten Sie Ihr Referat vor der Gruppe.

Beachten Sie die folgenden Tipps.

• Entspannen Sie sich und sehen Sie Ihre Zuhörer an.

• Sprechen Sie frei. Lesen Sie nicht vor.

• Werden Sie nicht nervös, wenn Ihnen ein Wort nicht einfällt. Machen Sie eine kleine Pause und beginnen Sie den Satz neu.

**ÜBUNG 10.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel und fassen Sie die wichtigste Information zusammen. Berichten Sie kurz darüber in der Gruppe.**

**Ab in den Urlaub**

Immer mehr Leute buchen ihre Reise am Flughafen.

„Ich möchte für ein paar Tage weg. Haben Sie etwas Günstiges?" Diese Frage wird in den Reisebüros am Flughafen am häufigsten gestellt. Was früher kaum möglich war, ist heute fast schon selbstverständlich.

Zur Zeit gibt es am Flughafen Mün­chen insgesamt rund 40 Reisebüros und Reiseveranstalter. Die Nachfrage nach Büros und Countern ist groß. Heute werden 45,7 % mehr Reisen am Flughafen verkauft als vor zwei Jahren. Und: Reisen werden heutzu­tage immer spontaner gebucht.

„Last minute-Reisen laufen bei uns sehr gut", so die Filialleiterin eines Reisebüros. „Weil sich viele Leute spontan entscheiden wollen, fahren sie mit dem Koffer in der Hand zum Flughafen, um die nächstmögliche Chance zu nutzen, davonzufliegen. Unser Büro am Flughafen wird sowohl von Geschäftsreisenden als auch von Privatreisenden besucht. Die Auswahl ist sehr groß."

Die Zukunftspläne: „Wir wollen im Zentralbereich einen kundenfreund­lichen und attraktiven Reisemarkt mit vielen verschiedenen, preiswerten Angeboten schaffen", sagt der Geschäftsführer des Flughafens.

**ÜBUNG 11.**

**Inszenieren Sie ein Gespräch „Pro und Contra Pauschal- und Individualreisen“ mit folgenden Rollen:**

*• ein Moderator; • eine Person für die Pro-Position; • eine Person für die Contra-Position; • Unterstützer der Positionen aus dem Publikum.*

**ÜBUNG 12.**

**Rollenspiel. Simulieren Sie zu zweit das Telefongespräch: Sie sind der/die Reisende und möchten Ihre Reise nach Indien wegen der Terroranschläge kündigen. Spielen Sie Ihren Dialog in der Gruppe vor.**

**ÜBUNG 13.**

**Lesen Sie die Information zur Geschichte des Tourismus:**

**1827:** Erster Fachverlag für das Reisen

Der erste deutsche Verlag für Reisehandbücher wurde von K. Baedeker im Jahre 1827 gegründet.

**1841:** Erste touristische Gruppenreise

Die erste touristische Gruppenreise wurde 1841 von Thomas Cook organisiert.

**1845:** Gründung des ersten Reisebüros

Thomas Cook gründete das erste Reisebüro in Leicester, England.

**1863:** Erstes Reisebüro in Deutschland

Karl Stangen in Breslau eröffnet 1863 das erste Reisebüro in Deutschland. Dieses bot 1873 Reisen nach Ägypten an und 1878 sogar Weltreisen.

**1904:** Geburt des Reisejournalismus

Im Jahr 1904 erschien erstmals eine separate Beilage „Für Reise und Wanderung“ in der Berliner “Vossischen Zeitung“.

**1909:** Jugendherbergen ermöglichen günstige Reisen

Die erste Jugendherberge wurde 1909 auf Burg Altena im Sauerland durch Richard Schirrmann eröffnet.

**1938:** Kreuzfahrten für Jedermann Das Kreuzfahrtschiff “Wilhelm Gusthoff” wurde 1938 in Hamburg durch die NS-Organisation “Kraft durch Freude (KdF) ” vorgestellt. 1945 sank das Schiff mit 6.000 Ostflüchtlingen.

**1963:** “Neckermann macht’s möglich“

Neckermann gründete 1963 mit NUR-Touristik ein zweites Versandhaus, speziell für Pauschaltouristik.

**1970:** Welttourismus wird gefördert

Als Beitrag zur wirtschaftlich, gesellschaftlich und kulturelle Entwicklung wird 1970 in Genf die WTO “World Tourism Organisation” mit 108 Mitgliedsstaaten gegründet.

**1991:** Golfkrieg bringt Tourismuskrise

Aufgrund des ersten Golfkrieges 1991 wurde das gesamte östliche Mittelmeergebiet zum touristischen Krisengebiet, von dem es sich bis heute kaum erholt hat.

**Übung 14.**

**Lesen Sie den folgenden Artikel in Ihrer Muttersprache total und aufmerksam. Fassen Sie schriftlich (5-6 Sätze) seinen Inhalt in Deutsch zusammen.**

Страхування туристів на період поїздки

|  |  |
| --- | --- |
|  | Страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками. Туристи вправі самостійно укладати договори на таке страхування. У цьому випадку вони зобов'язані завчасно підтвердити туроператору чи турагенту наявність належним чином укладеного договору страхування.  Договором страхування повинні передбачатися надання медичної допомоги туристам і відшкодування їх витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні (місці) тимчасового перебування.  Інформація про умови обов'язкового страхування має бути доведена до відома туриста до укладення договору на туристичне обслуговування.  За вимогою туриста туроператор чи турагент забезпечують страхування інших ризиків, пов'язаних із здійсненням подорожі. За бажанням туриста з ним може бути укладено угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з анулюванням договору на туристичне обслуговування з ініціативи туриста, або угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з передчасним поверненням до місця постійного проживання при настанні нещасного випадку або хвороби. |
|  |  |

|  |
| --- |
| **TEXTE ZUM LESEN UND REFERIEREN** |

**Lesen und referieren Sie die folgenden Texte (Zeitschriften- und Zeitungsartikel). Benutzen Sie dabei folgende Ratschläge.**

1. Lesen Sie Ihren Artikel total, langsam und aufmerksam, um zu verstehen, wo Sie die Zitate oder Verweise benutzen können:

- bestimmen Sie, wie oft die Wörter aus dem Titel im Text vorkommen und thematische Linie entwickeln;

- analysieren Sie den Zusammenhang der Überschrift mit dem Inhalt des Textes.

2. Lesen Sie dann denselben Text selektiv:

- markieren Sie möglichst mehrere Termini im Text;

- bestimmen Sie und betiteln Sie die Unterthemen anhand der Absätze;

3. Paraphrasieren ist eine wichtige Handlung beim Reduzieren eines Textes. Das kann eine Umschreibung oder eine Definition sein. Paraphrasierung kann sowohl lexikalisch als auch grammatikalisch sein.

4. Beachten Sie folgendes: Die Einleitung behandelt die W-Fragen: was wollten Sie berichten; was Interessantes hat Ihr Thema… Das sind die Formulierungen der Frage/Problemstellung, Zielsetzungen, themenrelevante Begriffsdefinitionen. Hauptteil versucht alle Fragen zu beantworten. Das ist schrittweise Erläuterung. Schluss klärt, welche Folgen, Bedeutung Ihr Thema für Sie und die Leser hat. Das ist Zusammenfassung der maßgeblichen Ergebnisse: Schlussfolgerung.

5. Sie wissen schon, um den Text logisch aufzubauen, ist es korrekt mehrere Redewendungen zu gebrauchen. Z.B.:

*Dieser Artikel ist dem Thema ... gewidmet. / Dieser Artikel informiert den Leser zum Thema ...*

*Im vorliegenden Beitrag …/ Im Artikel ist die Rede von ... (Dat). / Es handelt sich (um Akk.)... / Es geht um folgendes:...*

*Der Autor befasst sich mit … / Der Korrespondent betrachtet das Problem … / schildert dieses Problem von zwei verschiedenen Seiten (Gesichtspunkten).*

*Dieses Thema ist sehr aktuell … (wichtig, notwendig, interessant, amüsant, von großer Bedeutung).*

6. Analysieren Sie Ihre Zusammenfassung:

* Ob sie genug wichtige Ergebnisse/ Informationen für den Leser hat?
* Ob Sie jeden Satz, jede Phrase gut verstehen?
* Ob es keine verheimliche Informationen für den Leser gibt?

**№ 1**

**FUR Reiseanalyse 2011 unterstreicht Erfolgskurs des Web: Urlaubsreisen werden verstärkt online gesucht und gebucht**

Rund die Hälfte der Deutschen informiert sich bereits online über Urlaubsreisen, und die Tendenz ist in allen soziodemographischen Gruppen steigend. Diesen Trend stellte der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) heute auf dem „Online Summit 2011“ im Rahmen der diesjährigen ITB Berlin vor und stützte sich dabei auf die aktuelle Reiseanalyse der Forschungsgesellschaft Urlaub und Reisen (FUR), die exklusiv auf der weltweit führenden Reisemesse veröffentlicht wurde. Auch das touristische Online-Buchungsverhalten ist einem gravierenden Wandel unterzogen: Rund 60 Prozent aller Deutschen mit Internetzugang reserviert den FUR-Ergebnissen zufolge Urlaubsreisen online.

„Der Zugang zum Internet ist kein lokales Thema mehr, sondern schon längst ein mobiles geworden“, betonte VIR-Vorstand Michael Buller. „Eine rasante technische Entwicklung macht Reisen über das Web nahezu überall buchbar, und längst haben Smartphones die breite Öffentlichkeit erreicht.“ Auch in der Touristik, so die Prognose von Michael Buller, werde sich die Angebotspalette an web-basierten Anwendungen deutlich erweitern.

Wie die FUR-Reiseanalyse 2011 zeigt, sind in allen soziodemographischen Gruppen Zuwächse bei der Internetnutzung zu verzeichnen. Vor allem bei Personen in höheren Altersgruppen nimmt die Zahl der Online-User stetig zu. Rund 80 Prozent der 40- bis 59-Jährigen und 31 Prozent der über 60-Jährigen haben mittlerweile Internetzugang. Mit Blick auf die Einkommensgruppen verlaufen die Wachstumskurven gleichmäßig: Ob untere, mittlere oder obere Einkommensklasse, in allen drei Gruppierungen werden Zuwachsraten in ähnlicher Größenordnung registriert. Nach wie vor sind Angaben zu Reisezielen, Preisen und Unterkünften die meist gesuchten Informationen im Netz.

Bei der Online-Buchung von Reiseleistungen sind durchgängige Steigerungen zu verzeichnen, Teilleistungen wie Unterkunft und Flugticket werden jedoch häufiger über das Web gebucht als Pauschalreisen.

Welche Rolle spielen die sozialen Netzwerke bei der Urlaubsplanung? Bei der Nutzung für die Urlaubsinformation, so das FUR-Ergebnis, liegen touristische Web 2.0 Seiten wie holidaycheck.de vor den Websites mit Web 2.0 Angeboten aus dem Alltagsbereich. Bereits zwölf Prozent gaben im Rahmen der Analyse an, sich in den vergangenen zwölf Monaten auf Facebook über Urlaubsreisen informiert zu haben, fünf Prozent haben bereits aktiv zum Thema Reisen in Facebook beigetragen. Darüber hinaus können sich vergleichsweise viele Online-Nutzer vorstellen, in Zukunft soziale Netzwerke zur Urlaubsinformation zu nutzen.

**№ 2**

## Wer nutzt wann den Bus für die Ferien

Busreisen sind eine beliebte Reiseform und Reisen mit dem Bus sind auch bequeme und sichere Transportleistungen zum und am Ferienort. Der RDA hat in der aktuellen Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen FUR untersucht wer und wann den Bus für die Reise nutzt.  Gegenstand der Untersuchung waren kombinierte Reisen bei denen mehrere Verkehrsmittel benutzt wurden. Mit der Befragung untersucht der RDA geänderte Verbrauchergewohnheiten.

Insgesamt fanden 25 Millionen Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer mit Reisebusnutzung statt, so die ersten Ergebnisse der Exklusivfrage des RDA. Für 5,6 Millionen Urlauber aus Deutschland war der Bus das Hauptverkehrsmittel ihrer Urlaubsreise und weitere 19,4 Millionen Touristen unternahmen Urlaubsreisen mit Busnutzung.

Dass der Bus ein wichtiger Partner des Flugtourismus ist, belegen die 1,4 Millionen Flugreisen ins Zielgebiet mit anschließender mehrtägiger Rundreise für die der Bus genutzt wurde. Der Flieger fördert den Ferntourismus und rückt exotische Länder in erreichbare Nähe, aber es ist der Bus, mit dem die Urlauber Land und Leute entdecken. Auch die RDA-eigenen Marktforschungsuntersuchungen belegen, dass kombinierte Reisen im Trend liegen.

Die Zahlen der Reiseanalyse zeigen, Halb- und ganztägige Ausflüge werden bei rund 5,9 Millionen Flugreisen mit dem Bus durchgeführt. Bei rund 11,4 Prozent aller Urlaubsreisen erleben Feriengäste im Bus die Reize und Vielfalt des Reisezieles. Über 20 Prozent der Transferleistungen zum Flughafen, Bahnhof oder Hotel finden bei Urlaubsreisen mit dem Bus statt. Bei Flugreisen nutzen 48 Prozent der Befragten den Bus für Transfers.

RDA-Präsident Richard Eberhardt: „Die Zahlen belegen eindeutig, dass die Pauschaltouristik ohne ein flexibles Verkehrsmittel wie den Bus nicht funktioniert und der Einsatz dieses modernen Beförderungsmittels während der Urlaubsreise notwendig und selbstverständlich ist.“

Die Urlauber, die laut aktueller Reiseanalyse in 2010 rund 70 Millionen Urlaubsreisen unternahmen, sind reiseerfahren und lieben Abwechslung und Qualität. Multioptionale Urlaubsbedürfnisse verlangen flexible Reiseprogramme und -ziele. Fazit: Die Menschen reisen gern und häufig im Urlaub mit dem Bus.

**№ 3**

**Alternative Ziele: Türkei und Spanien**

Die deutschen Urlauber nutzen bisher die kostenlosen Umbuchungsangebote der Reiseveranstalter und weichen auf andere Länder aus. Vor allem die Türkei und Spanien profitieren davon in den ersten Wochen des Jahres mit Zuwächsen zwischen 35 und 45 Prozent.

Weitere alternative Ferienziele sind Italien, Zypern sowie insbesondere Bulgarien und Kroatien. Die Buchungsumsätze für diese Destinationen steigen im Zeitraum zwischen der zweiten und fünften Kalenderwoche 2011 ebenfalls überdurchschnittlich.

Insgesamt ist die touristische Nachfrage in Deutschland derzeit außerordentlich gut. Die über Reisebüros gebuchten Umsätze legen in den ersten Wochen des Jahres 2011 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 24 Prozent zu.

**№ 4**

**Europas Touristen meiden Ägypten und Tunesien**

Die politischen Unruhen in Nordafrika haben weitreichende Folgen für den Tourismus. Viele Europäer, besonders die Deutschen, haben geplante Ägypten- und Tunesien-Reisen storniert, die Buchungsnachfrage bricht spürbar ein. EurActiv.de dokumentiert an Hand einer Studie von GfK Retail and Technology, welche Länder davon profitieren.

Die zeitweiligen Reisewarnungen des Auswärtigen Amtes und die noch bis Ende Februar andauernden Reisestopps der Veranstalter mit dem Angebot, Reisen mit Abflügen bis Mitte April kostenlos umbuchen zu können, haben dazu geführt, dass viele deutsche Urlauber in den ersten Wochen des Jahres ihre Reisen nach Ägypten und Tunesien storniert haben.

Für Tunesien werden nach der Anfang Januar einsetzenden großen Stornowelle kaum noch Neubuchungen verzeichnet.

Für Ägypten überwiegen derzeit die Reisestornos deutlich. Die über Reisebüros generierten Umsätze für Ägypten fielen von 28 Millionen Euro in der zweiten Januarwoche auf ein Minus von 11 Millionen Euro zum Ende der fünften Kalenderwoche Anfang Februar.

**№ 5**

**Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen**

Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen wurde im Sommer 1994 als Verein von Forschungsnutzern gegründet, um branchenübergreifend, neutral und kontinuierlich Untersuchungen zum Reiseverhalten zu ermöglichen. Mit der Weiterführung der Reiseanalyse, einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung zur Erfassung und Beschreibung des Urlaubs- und Reiseverhaltens der Deutschen und ihrer Urlaubsmotive und -interessen, trat F.U.R die Nachfolge des Studienkreises für Tourismus an, der über 23 Jahre lang jährlich die Reiseanalyse herausgegeben hatte.

Die Forschungsgemeinschaft ist weder ein Marktforschungsinstitut noch eine Unternehmensberatung. Sie ist vielmehr die neutrale Interessensgemeinschaft der Nutzer von Tourismusforschung in Deutschland und daher der größte nichtkommerzielle Organisator und Auftraggeber von Tourismusforschung. Die Neutralität der F.U.R ergibt sich sowohl aus der Zusammensetzung der Mitglieder als auch aus der Besetzung des Vorstandes, dem - wie in der Satzung gefordert - Vertreter aller im Tourismus tätigen Sparten angehören.

Mit der Reiseanalyse erbringt die Forschungsgemeinschaft jährlich Forschungsleistungen in Höhe von über EUR 500.000,-. F.U.R macht satzungsgemäß keine Gewinne, sondern reinvestiert etwaige Überschüsse vollständig in die Forschungsarbeit. Die ausführlichen Forschungsergebnisse stehen vor allem den Mitgliedern und Beziehern der RA zur Verfügung, ein breites Spektrum von Unternehmen und Verbänden der Reisebranche, u.a. (Spezial)reiseveranstalter, Hotelketten, regionale, nationale und internationale Tourismusorganisationen, Ministerien und Verlage.

Die Kosten für eine Grundbeteiligung an der RA 2008 mit Zugang zu allen Daten aus dem Grundfragenprogramm betragen EUR 8.900,- zzgl. Mwst. Darüber hinaus bietet die F.U.R Module (Fragenpakete) zu aktuellen Themen an sowie die Möglichkeit, Exklusivfragen in die Befragungen zu integrieren. Gerne erzählen wir Ihnen in einem persönlichen Gespräch mehr über das Projekt. Um die Forschungsergebnisse auch einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen, hat die F.U.R einige Publikationen zu häufig nachgefragten Themen herausgegeben.

**№ 6**

**Wellness und Frühstück bringen Umsatz**

[Wellness](http://www.ahgz.de/s/wellness) boomt. Nach wie vor fragen Gäste nach Spa-Angeboten. Daran wird sich nach Einschätzung von Experten auch in Zukunft nichts ändern. Aber: Investitionen werden künftig stärker in der Mittelklasse-Hotellerie getätigt. Und es werden mehr neue Projekte an der Küste entstehen als im Süden Deutschlands.

Entscheidend für Hoteliers ist die Profitabilität der Anlagen. Hier registrieren Experten ein Umdenken: Stand bisher die Profilierung des Hauses mittels Wellness im Vordergrund, rückt das wirtschaftliche Denken in den Fokus. Wellness-Anlagen werden zunehmend ergebnisorientiert geplant, entwickelt und geführt. Alles rund um die neuesten Trends gibt es am Samstag im AHGZ-Teil Der Hotelier.

Umsatz, Umsatz, Umsatz heißt es auch beim zweiten Schwerpunktthema: dem [Frühstück](http://www.ahgz.de/s/fruehstueck). Hoteliers und Gastronomen tun gut daran, ihr Angebot am Morgen effektvoll in Szene zu setzen. Dazu kann beispielsweise Frontcooking beitragen. To-go-Angebote für den eiligen Gast liegen ebenso im Trend wie eine große Vielfalt an Speisen und Getränken, die von  geschulten Mitarbeitern serviert werden.

**№ 7**

### [Eisklettersaison 2012 am Corn da Diavolezza eröffnet](http://www.reisenews-online.de/2012/01/05/eisklettersaison-2012-am-corn-da-diavolezza-eroeffnet/)

Auf Grund der warmen Temperaturen in den letzten Monaten sind die Eiskletterer in ganz Europa auf der Suche nach wirklich guten, eisigen Hotspots. Einen solchen finden sie seit gestern an der Nordostwand des Corn da Diavolezza und können dort ihre Leidenschaft voll ausleben: Die mit ca. 5.000 Kubikmeter Gletscherwasser kreierte, knapp 100 Meter hohe Eiswand ist ab sofort für das Eisklettern freigegeben. Wer sich den eisigen Herausforderungen auf 2.800 m ü. M. stellen will, kann am Corn da Diavolezza zwischen mehreren attraktiven Strecken-Varianten über vier Seillängen wählen. Dabei gilt es Neigungen von 70 bis 90 Grad zu überwinden und die Schwierigkeitsgrade liegen zwischen W3 und W7.

Egal ob Anfänger oder Profi, zunächst muss die Sprache des Eises verstanden werden, denn die glitzernde, kalte Masse erklärt sich jeden Tag neu. Wer erste Versuche an der Eiswand wagen oder auch seine Technik verbessern möchte, ist bei den erfahrenen Profis der Bergsteigerschule Pontresina genau richtig.

Die üblichen Aufwärmübungen vor dem Eisklettern können derzeit entfallen, denn bis zur Wiedereröffnung der Diavolezza Bahn, die derzeit umfassenden Modernisierungs- und Umbauarbeiten unterzogen wird, müssen die Eiskletterer den Aufstieg zum Corn da Diavolezza per Ski und/oder zu Fuß bewältigen.

**№ 8**

**Konvergenz der Medien – Gedanken**

**zur Vielfalt der Medien im Tourismus**

Mit dem Internet, welches beispielsweise TV und Onlineinhalte aggregiert, lässt sich ein für das zukünftige Tourismusmarketing wichtiger Trend ansprechen: die [Konvergenz von Medien](http://de.wikipedia.org/wiki/Medienkonvergenz). Was bedeutet das? Ursprünglich, [so IBM](http://www-935.ibm.com/services/de/bcs/html/konvergenz_divergenz.html), beschreibt der Begriff das pakethafte Anbieten von Fernsehen, Internet, Mobiltelefonie und Festnetztelefonie ([Quadruple Play](http://de.wikipedia.org/wiki/Quadruple_Play)) durch einen Anbieter. Solche Anbieter wären also potente Partner für umfassendes Tourismusmarketing. Aus meiner Sicht lässt sich der Begriff der „medialen Konvergenz“ noch weiter auslegen.

Die Anzahl der für einen Gast zur Reiseinformation verfügbaren Medien ist groß. Potenzielle Gäste und Kunden einer Destination können sich, je nach Interesse, über Printmedien (Reiseführer, Reisemagazine, Destinationsprospekte, Zeitungen), über das Radio (Reisesendungen, Reportagen, Lokalradio), über das Fernsehen (Reisesendungen, Reportage, Filme) oder über das Internet (Destinationswebseite, Reiseforen, Reiseportale, Reisecommunities, Blogs, [Podcasts](http://de.wikipedia.org/wiki/Podcasting), [Videocasts](http://de.wikipedia.org/wiki/Podcasting)) über eine Destination informieren. Je nach Verfügbarkeit und technischer Machbarkeit, können die Inhalte dabei oft auch über den Computer oder das Handy konsumiert werden (z.B. Onlineradio, elektronische PDF-Broschüre, Book, OnlineTV, etc.).

Es gibt also zahlreiche verschiedene touristische Medien mit unterschiedlichen Stilrichtungen und unterschiedlichen Prägungen: journalistische, nutzergenerierte oder werbende Medien stehen dem Informationssuchenden nebeneinander und bisher kaum miteinander verflochten als voneinander getrennte Medien zur Verfügung. Rein konsumierende Verbraucher (lean-back) werden also andere Medien nutzen als interaktionsbereite Verbraucher (lean-forward) und Nutzer die Content anderen Nutzern zur Verfügung stellen wollen (jump-in), werden sich wieder auf anderen Seiten aufhalten. Im traditionellen Tourismusmarketing werden von Seiten der Destinationen bisher aber fast ausschließlich lean-back-Verbraucher bedient.

Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass das Destinationsmarketing hier eine Lücke füllen sollte, die mit der zunehmenden Entwicklung von web2.0, web3.0 Angeboten und von mobiler Kommunikation über das Handy immer weiter aufklafft. Die mediale Strategie einer Destination muss also einerseits alle relevanten Medien einbeziehen und andererseits vor allem auch nutzergenerierte und destinationsgenerierte Informationen sowie Interaktion von Nutzern / von Nutzern und Destinationsakteuren stimulieren und beeinflussen.

Für den ersten Schritt wäre dies mit einem Internetauftritt zu verwirklichen, der nicht fein säuberlich zwischen Informationen in künstlicher Marketingsprache (Destinationswebseite) und echten, persönlichen, emotionalen und glaubhaften Informationen (von Gästen/ Kunden, von Personen und Leistungsträgern aus der Destination) unterscheidet, sondern beide Kommunikationsstränge geschickt miteinander verflechtet. Und ganz visionär für die Zukunft wäre es ein Ziel, die verschiedenen Medienkanäle zu bündeln und auf den verschiedenen Plattformen (PC, TV, Handy) zur Verfügung zu stellen…

**№ 9**

### [Mehr Sparangebote für Senioren bei TUI](http://www.reisenews-online.de/2012/01/12/mehr-sparangebote-fuer-senioren-bei-tui/)

TUI hat zur aktuellen Wintersaison 2011/2012 die Zahl der „55plus“ bzw. „60plus“-Angebote ausgebaut. Ältere Urlauber mit kleinerem Geldbeutel profitieren damit von einer großen Auswahl an Senioren- und Langzeitermäßigungen.

„Im Winter sind rund 50 Prozent der TUI Urlauber älter als 50 Jahre. Aufgrund der demographischen Entwicklung gehen wir davon aus, dass der Anteil älterer Urlauber in den nächsten Jahren weiter zunehmen wird“, sagt Stefan Baumert, Leiter Produkt & Pricing Mittelstrecke bei TUI Deutschland. Zur aktuellen Wintersaison 2011/2012 hat TUI bereits auf die steigende Nachfrage reagiert und das Angebot an Hotels mit Seniorenermäßigung um 39 Prozent ausgebaut. 107 Hotels in 16 Urlaubsregionen zum Beispiel auf den Kanaren, in Portugal und auf dem Spanischen Festland bieten Urlaubern ab 55 bzw. 60 Jahren eine Ersparnis von bis zu 20 Prozent auf den Hotelpreis.

Auch längere Aufenthalte in warmen Regionen liegen bei Senioren weiter im Trend. „Die Nachfrage nach Langzeiturlaub steigt jährlich“, so Baumert. „In der vergangenen Wintersaison haben wir in diesem Segment ein Plus von zehn Prozent erreicht.“

217 von insgesamt 750 Hotels auf der Flugmittelstrecke bieten spezielle Ermäßigungen für Langzeitreisende ab vier Wochen mit einer Ersparnis von bis zu 30 Prozent auf den Hotelpreis.

**№ 10**

## Wikipedia, wikivoyage oder Wikitravel,

**online Reiseführer fürs Marketing**

Der Blog [tourismus:markt](http://www.tourismusmarkt.org/reisefuehrer-wikipedia) hat in dieser Woche das Thema aufgebracht, Wikipedia für die Präsentation der eigenen Destination zu verwenden. Auch [tourino.talk](http://blog.tourino.biz/2008/04/wikipedia-als-reisefuehrer/) hat diese Idee aufgegriffen und diese Idee positiv bewertet. Grund genug, um das Thema auch noch mal aufzugreifen, zumal mir ein Bericht über [Wikivoyage](http://www.wikivoyage.org/) vorschwebte.

Was sind die Gründe für Wikipedia? Wie schon im tourismus:markt beschrieben, hat Wikipedia bei Google sehr gute Platzierungen, d.h. ein Suchender wird schnell auf die Beschreibung der Region aufmerksam und kann sich einen ersten Überblick verschaffen. Über die weiterführenden Links am Ende des Artikels kommt der Suchende leicht auf die Internetseite der Region. Ein Link auf Wikipedia bringt aber nicht nur Besucher auf die Seite, sondern wertet die eigene Internetseite für Google erheblich auf. d.h. Die Internetseite der Destination kann insgesamt besser über Google gefunden werden. Außer etwas Zeitaufwand ist diese Vermarktung kostenlos.

Es gibt aber auch Alternativen zu Wikipedia! In Deutschland gibt es zwei weitere Seiten, welche auf Basis eines Wikisystems (genauso wie bei Wikipedia) einen Online-Reiseführer erstellen wollen. Beide Projekte [Wikivoyage](http://www.wikivoyage.org/) und [Wikitravel](http://wikitravel.org/) entstammen der gleichen Wurzel, sind aber im Laufe der Zeit leicht unterschiedliche Wege gegangen. Der Unterschied beider Reiseführer zu Wikipedia liegt in der expliziten Bereitstellung von Reiseinformationen. Während bei Wikipedia die Sachinformationen über die Region im Vordergrund steht, beschreiben die Reiseführer auch Punkte wie Anreise, Nachtleben, Einkaufsmöglichkeiten etc. Zwar haben die Wiki-Reiseführer (noch) nicht die große Bedeutung wie Wikipedia, allerdings stellen sie für die Reisende zielgruppenspezifische Information dar. Auch Links auf diesen Seiten helfen wiederum die eigene Destinations-Seite für Google interessanter zu machen.

Wie können diese Seiten bearbeitet werden? Ganz einfach, entsprechende Seite aufrufen, auf “bearbeiten” klicken und in dem Editor die Informationen eingeben. Die 30 Minuten Arbeit zahlen sich für die Zukunft aus.

**№ 11**

[**Massentourismus zerstört Umwelt**](http://www.reisenews-online.de/2010/09/27/massentourismus-zerstoert-umwelt/)

Bettenburgen und Betonwüsten statt gesunder Küstenlandschaft am Mittelmeer, Golfplätze und Marinas statt artenreicher Feuchtgebiete und Mangrovenwälder – Massentourismus hinterlässt auf der ganzen Welt Narben in der Natur. Dabei ist der Wirtschaftszweig Tourismus direkt auf eine intakte Umwelt angewiesen. Für 80 Prozent der deutschen Urlauber ist das Erleben intakter Natur ein wichtiger Bestandteil der Ferien.

Der WWF fordert anlässlich des Welttourismustag den Ausbau nachhaltiger Tourismusangebote und ermahnt den Reisesektor seiner Verantwortung für die Umwelt gerecht zu werden.

„Die Auswirkungen des globalen Tourismus auf die Biodiversität und damit auf das größte Kapital der Branche sind offensichtlich“, sagt Birgit Weerts, Tourismusexpertin beim WWF. „Weltweit haben viele Meeres- und Küstenregionen mit den negativen Folgen einer verfehlten Entwicklung im Tourismus zu kämpfen. Aus diesen Fehlern muss die Branche lernen.“ Auch in der beliebtesten Tourismusdestination, dem Mittelmeer, scheint die Fehlentwicklung noch nicht gestoppt. An Marokkos Küsten sind nach WWF Angaben Investitionen geplant, um jährlich 10 Millionen Touristen zusätzlich ins Land zu locken. Notwendige Infrastrukturen wie Abwasserreinigung, Brauchwassernutzung und Müllentsorgung existieren dabei jedoch nicht. Verlierer dieses ungeregelten Wachstums könnte die vom Aussterben bedrohte Mönchsrobbe werden. Eine der Restpopulationen befindet sich vor Marokkos Atlantikküste. „Wir könnten eines der seltensten Säugetiere Europas verlieren, wenn die Betonwüste über das Mittelmeer hinaus wuchert und die spärlichen Lebensräume der Mönchsrobbe auch hier verbaut werden“ warnt Birgit Weerts. „Wir brauchen verbindliche Mindeststandards für Planung, Bebauung und Erschließung neuer Tourismusgebiete.“

Gerade Orte mit besonders hoher biologischer Vielfalt sind meist für touristische Aktivitäten attraktiv – etwa Korallenriffe für den Tauchtourismus. Ein intaktes Korallenriff ist gleichzeitig Kinderstube für zahlreiche Fischarten, Heimat für einzigartige marine Lebensgemeinschaften und Umsatzbringer durch begeisterte Tauchtouristen. Mit Walbeobachtungen z.B. werden allein in Lateinamerika ca. 225 Millionen Euro im Jahr erwirtschaftet. „Die Natur stellt unentgeltlich die Geschäftsgrundlage für den Tourismus bereit, da sollte ein rücksichtsvoller Umgang mit der ökologischen Infrastruktur als selbstverständliche Investition gesehen werden“ so Weerts weiter.

**№ 12**

[**Urlaub: Deutsche erkennen Deutsche**](http://www.reise-weblog.de/50226711/urlaub_deutsche_erkennen_deutsche.php)

Viel ist geschrieben worden über die Frage, woran uns unsere europäischen Nachbarn erkennen. Und vermutlich treffen die meisten Klischees über Deutsche im Ausland im Großen und Ganzen auch zu. Doch wie sieht es mit unserem Selbstbild aus? Woran erkennt der Deutsche einen anderen Deutschen? Die Sprache lassen wir einfach mal außen vor und wenden uns an die [BILD](http://www.bild.de/BILD/lifestyle/reise/2008/06/deutsche-touris-erkennen-sich/im-ausland-an-tennissocken.html), die dieser Frage einen Artikel gewidmet hat:

Deutsche im Ausland sind dafür bekannt, Liegen mit Handtüchern zu reservieren. Besonders interessant: Fast die Hälfte der Deutschen (47,4 Prozent) findet dieses Verhalten selbst unmöglich! 33 Prozent sehen darin kein Problem. Allerdings gaben nur 2,3 Prozent der Befragten zu, dies auch zu tun.

Als unverkennbares Indiz für Deutsch-sein wurden indes Bierbauch und die Kombination aus Socken und Sandalen genannt. Alles klar?

**№ 13**

[**Deutsche als Touristen beliebt**](http://www.reise-weblog.de/50226711/deutsche_als_touristen_beliebt.php)

Es gibt immer wieder Klischees über Deutsche im Ausland. Unfreundlich, aufdringlich, schlecht gekleidet - die Liste der negativen Attribute ließe sich beliebig fortschreiben. Doch interessanterweise scheint es sich bei vielen dieser Zuschreibungen um Vorurteile zu handeln. Wie ich darauf komme? Nun, eine Studie hat ergeben, dass Deutsche gemeinsam mit Japanern die beliebtesten Touristen der Welt sind. Kein Scherz, denn bei [OpenPR](http://www.openpr.de/news/216454/Japaner-und-Deutsche-sind-die-beliebtesten-Touristen-der-Welt.html) heißt es:

Mit ihrem guten Benehmen und ihrer Sauberkeit haben es die Deutschen bei den internationalen Hoteliers in die Top-Liste der beliebtesten Gäste geschafft. Auch ihr Ehrgeiz, die Landessprache vor Ort zu sprechen, erhielt Anerkennung. Kritik ernteten die Deutschen für ihre Knausrigkeit beim Trinkgeld.

Die Umfrage wurde von expedia.de initiiert und insgesamt wurden 4.000 Hotelmanager aus 31 Ländern befragt. Im Ranking liegen dabei die Japaner auf dem ersten Platz, gefolgt von Deutschen und Briten und dann den Kanadiern und Schweizern. Ganz unten liegen übrigens Chinesen, Inder und Franzosen.

**№ 14**

[**Deutsche versus Umwelt**](http://www.reise-weblog.de/50226711/urlaub_deutsche_versus_umwelt.php)

Im eigenen Land gelten die Deutschen meist als leuchtende Vorbilder in Sachen Umweltschutz. Mülltrennung, Ökostrom und Bioläden - wo sonst wird Ökologie so groß geschrieben wie hierzulande? Doch als Reise-Weltmeister belasten deutsche Urlauber in erheblichem Maße die Umwelt und hinterlassen "Klima-Fußabdrücke", die alles andere als klein sind. Das berichtet der [Spiegel](http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,564498,00.html) und beruft sich dabei auf eine Berechnung des Berliner "Öko-Instituts":

Jeder Bundesbürger produziert mit seinen Reisen im Durchschnitt rund eine Tonne Kohlendioxid im Jahr, die restliche Welt bringt es nur auf ein Viertel, teilte die Naturschutzorganisation WWF am Montag mit.

Interessant ist dabei der Blick auf die unterschiedlichen Formen des Reisens. Denn eine Pauschalreise nach Mexiko, die hier als Beispiel genannt wird, produziert 28mal so viel CO2 wie ein Urlaub auf Rügen:

Bei einem zweiwöchigen All-inclusive-Urlaub in Mexiko pusten die Urlauber 7218 Kilogramm CO2 pro Person in die Luft. Die Rügen-Reise mit dem Auto produziert nur 258 Kilogramm CO2 pro Person.

In dem Artikel werden noch zahlreiche andere Beispiele genannt aus denen man schließen kann, dass Bus und Bahn besser sind als Reisen mit dem Flugzeug oder dem eigenen pkw und das Kultur- und Gesundheitsreisen tendenziell weniger umweltschädlich sind als Pauschalreisen oder Strandurlaub.

Keine neuen Erkenntnisse aber durch die Studie lassen sich die Unterschiede nun auch quantifizieren und veranschaulichen.

**№ 15**

**Die beliebtesten Urlauber der Welt**

Touristen aus Japan sind einer Umfrage zufolge europäischen Hoteliers die liebsten Gäste - wegen ihres guten Benehmens und leisen Auftretens. Auch die als besonders spendabel und offen geltenden US-Reisenden sind in Europas Hotels gern gesehen, gefolgt von den ausnehmend höflichen Schweizern. Die Deutschen gelten als knauserigste Urlauber der Welt und als modisch nicht immer stilsicher, dennoch schaffen sie es hinter den Schweden auf Platz fünf. Keinen guten Eindruck machen Touristen aus Frankreich, Indien, China, Russland und Großbritannien, wie das Online-Reiseportal Expedia am Mittwoch mitteilte. In dessen Auftrag hatte das Institut GfK 15.000 Hoteliers in ganz Europa befragt.

Zehn Kategorien wurden in das Touristen-Ranking einbezogen, unter anderem Höflichkeit oder Großzügigkeit. Dabei scheinen die Urlauber jedenfalls in der Wahrnehmung der Hotelbetreiber eine Reihe gängiger Klischees zu erfüllen. So werden den US-Amerikanern modische Fehltritte und ein gelegentlich lärmendes Auftreten zur Last gelegt. Franzosen weigern sich demnach, eine andere Sprache als ihre eigene zu sprechen und lehnen Kostproben der lokalen Küche ab. Die Deutschen gelten nicht nur als die insgesamt knauserigsten Touristen, sie geben angeblich auch am wenigsten Trinkgeld. Dafür hinterlassen sie ein sauberes Hotelzimmer, hier sind sie international spitze.

Ebenso wie die US-Bürger und Japaner gelten deutsche Reisende zudem als besonders experimentierfreudig, was den Verzehr lokaler Spezialitäten angeht. Angelastet wird ihnen dagegen mangelnde Höflichkeit. Italiener, Franzosen und Spanier punkten derweil auch im Urlaub mit gutem Modegeschmack. Die Kleidung der Deutschen landet international zwar nur auf dem drittletzten Platz - nur noch unterboten von Briten und Amerikanern - kommt aber bei deutschen Hoteliers überraschend gut an: Sie stuften ihre reisenden Landsleute als modisch tadellos ein, gleich hinter den vermeintlichen Stil-Ikonen aus Italien und Frankreich.

Als spendabelste Urlauber gelten die Amerikaner, gefolgt von den sonst relativ unbeliebten Russen und Briten. Auch beim Trinkgeld sind Amerikaner und Russen den Hoteliers gegenüber offenbar besonders großzügig. Neben den deutschen Touristen sind demnach auch die Chinesen und Franzosen im Urlaub eher sparsam, beim Trinkgeld halten sich auch die Italiener eher zurück. Die Inder wiederum sind laut Umfrage international dafür bekannt, ihre Hotelzimmer im Chaos zu hinterlassen.

**№ 16**

**Urlaub auf Pump ist riskant**

Die Zeiten sind schlecht, das Wetter auch, da sehnt man sich nach Entspannung und Sonne. Um jeden Preis sollte man sich diesen Wunsch aber nicht erfüllen

Viele Deutsche schielen schon längst auf den Sommer: Wer den Urlaub nicht rechtzeitig bucht, hat im Frühjahr oft das Nachsehen – und Rabatte gibt es oftmals dann auch nicht mehr. Seit etwa fünf Jahren haben viele Anbieter dafür neben der Reise gleich die passende Ratenfinanzierung im Programm.

Damit lässt sich erst verreisen und später der Preis abstottern. Aus Sicht von Verbraucherschützern ist das ein bedenkliches Konsumverhalten. Doch Anlass zur Sorge um verschuldete Touristen gibt es offenbar nicht. Denn große Bedeutung hat Urlaub auf Pump bislang nicht erlangt.

«Das ist bei uns kein großes Thema. Der Anteil der Kunden, die ihre Ferien finanzieren, ist gering», sagt Bettina Desch von Neckermann Reisen in Frankfurt. Unter dem Motto «Große Ferien sofort – Kleine Raten später» können klamme Urlauber die Zahlung ihrer Reisekosten auf bis zu zwölf Monate strecken. Oben drauf kommt ein effektiver Zinssatz von 15,19 Prozent, die erste Rate wird 30 Tage nach Reiseantritt fällig. Bei dem Anbieter Thomas Cook Reisen, der die gleiche Konzernmutter wie Neckermann hat, gelten identische Bedingungen.

**№ 17**

### [Ecuador: Metropolitan Touring baut Angebot in Cuenca aus](http://www.reisenews-online.de/2012/01/12/ecuador-metropolitan-touring-baut-angebot-in-cuenca-aus/)

Der Südamerika-Spezialist Metropolitan Touring baut sein Angebot in der ecuadorianischen Stadt Cuenca und darum herum deutlich aus. Cuenca ist die drittgrößte Stadt des Landes und liegt, umgeben von vier Flüssen, in einem grünen Hochlandbecken in den südlichen Anden von Ecuador. Sie gilt als eine der schönsten Städte des Landes.

Die Cuencanos, heißt es, sprechen nicht Spanisch, sie singen es – denn sie neigen zu einem singenden Tonfall. Sie sind zu Recht stolz auf ihre Stadt und deren Beitrag zum kulturellen, politischen und intellektuellen Leben in Ecuador.

Mit seinen vielen Kopfsteinpflasterstraßen, Flussuferwegen, den blumengesäumten Plätzen, Museen, Kirchen und Klöstern, Inkaruinen, Antiquitätenhändlern und Kuriositätenshops ist das historische Zentrum eine Fundgrube für Besucher, die Städte gerne zu Fuß erkunden.

Das Hotelangebot ist attraktiver denn je. Viele restaurierte und liebevoll eingerichtete Herrenhäuser bieten mit der Gastfreundschaft, für die Cuenca bekannt ist, eine anspruchsvolle und komfortable Basis zur Eroberung der Stadt. Auch das kulinarische Angebot ist in den letzten Jahren durch viele neue Restaurants mit lokaler und internationaler Küche vielfältiger geworden.

Die Programme umfassen Cuencas Altstadt, die auf der Liste des UNESCO-Welterbes steht, die im Norden der Stadt gelegenen bekanntesten Inkaruinen Ecuadors, Ingapirca, außerdem den wilden Nationalpark Cajas, ein für ausgiebige Wanderungen ideales und faszinierendes Ökosystem, sowie die nahe gelegenen Städte Gualaceo und Chordeleg mit ihren quirligen Märkten und den berühmten filigranen Juwelieren.

**№ 18**

**Kreditkarte vom Reiseveranstalter**

Auch beim Anbieter Öger Tours mit Sitz in Hamburg gibt es eine entsprechende Möglichkeit: Inhaber der von der Credit Europe Bank ausgegebenen Kreditkarte «Ö-Card» können Reisen bei Öger Tours bargeldlos buchen und die Rechnung anschließend in Teilbeträgen begleichen. Der effektive Jahreszins beträgt dabei aktuell 14,99 Prozent. Es lasse sich nicht aufschlüsseln, wie viele Nutzer welche Waren und Dienstleistungen genau mit der Kreditkarte bezahlen. Wegen der gestiegenen Kreditzinsen werde aber tendenziell weniger Gebrauch von der Karte gemacht, heißt es bei dem Reiseanbieter.

Offenbar fristet der Urlaub auf Pump branchenweit ein Nischendasein: «Bei diesem Service handelt es sich nicht um ein branchenweites Standardinstrument», so lautet der Eindruck von Torsten Schäfer, Sprecher des Deutschen Reiseverbands (DRV) in Berlin. Statistische Daten zu Reise-Krediten erhebt die Interessenvertretung der Reiseveranstalter und Reisebüros nicht.

**№ 19**

**Keine Überschuldung durch Urlaub**

Von Verbrauchern, die sich durch kreditfinanzierte Ferien finanziell ruiniert hätten, ist Verbraucherschützerin Stefanie Laag noch nichts zu Ohren gekommen. Erfahrungsgemäß sei auf Pump finanzierter Konsum in einem Bereich aber meist nur ein Mosaikstein einer übergeordneten Überschuldungssituation, sagt die Referentin der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen in Düsseldorf.

Die Reiseunternehmen setzen auf die Prüfung der Kreditwürdigkeit als regulierendes Ventil: «Vor der Bewilligung der Ratenzahlung wird die Bonität des Kunden geprüft – wie bei jedem anderen Ratenkauf auch», erklärt Bettina Desch von Neckermann Reisen. Laag rät Verbrauchern dennoch, ihre Finanzlage vor einer Inanspruchnahme selbst durchzurechnen. Wer sich in der Winterkälte nach einem Karibik-Urlaub im Sommer sehnt, sollte also nur buchen, wenn er sich die Reise auch wirklich leisten kann. (Von Berti Kolbow, dpa)

**№20**

**Deutsche Touristen gelten als Geizhälse**

Keiner gibt so wenig Trinkgeld wie sie: In einer Umfrage unter 15.000 europäischen Hoteliers sind die Deutschen in punkto Großzügigkeit auf dem letzten Platz gelandet. Zur angenehmsten Reisenation wurden die Japaner gekürt - gefolgt von Amerikanern und Schweizern.

15.000 Hoteliers aus ganz Europa können nicht irren: In einer vom Online-Portal Expedia beauftragten Umfrage attestieren sie den Deutschen, auf Reisen geiziger zu sein als alle anderen Nationen der Welt.

Am meisten freuen sich Europas Hotelführer über Besucher aus Japan. Weil die als besonders höflich und hygienebewusst gelten, landeten sie im Ranking der beliebtesten Touristen auf Platz eins.

Immer freundlich und gut drauf: So sehen Europas Hoteliers den japanischen Touristen.

Auch die Amerikaner (Rang zwei) und die Schweizer (Rang drei) sind überall gern gesehen. Letztere punkteten vor allem mit Besonnenheit und rücksichtsvollem Verhalten.

Am miesesten schnitten bei der Umfrage dagegen die Franzosen ab. Bekrittelt wurde neben allgemeiner Unfreundlichkeit vor allem ihre Weigerung, sich in Fremdsprachen zu versuchen.

Auch Inder, Chinesen und Russen kamen schlecht weg, gefolgt von den Briten, die als laut, unhöflich und wie die Deutschen als wenig generös beim Trinkgeld gelten. Als mildernden Umstand führten die befragten Hoteliers jedoch an, die Briten seien nach den Amerikanern und den Russen immerhin das reisefreudigste Volk.

In Sachen Kleidungsstil wurden die sonst so beliebten Amerikaner am meisten kritisiert.

**№ 21**

### [Camping in Deutschland immer beliebter](http://www.reisenews-online.de/2012/01/12/camping-in-deutschland-immer-beliebter/)

Ob mit Zelt, Wohnwagen oder Wohnmobil: Im Jahr 2011 legte der Campingtourismus in Deutschland zu. Die Zahl der Übernachtungen auf deutschen Campingplätzen stieg um schätzungsweise 2 % auf rund 24,9 Millionen. Dies teilt das Statistische Bundesamt (Destatis) im Hinblick auf die am 14. Januar 2012 beginnende Internationale Ausstellung für Caravan, Motor, Touristik (CMT) mit. Dieses vorläufige Ergebnis für das Jahr 2011 ist eine Schätzung auf Basis der für den Zeitraum Januar bis Oktober vorliegenden Werte.

Insbesondere bei den deutschen Campingtouristen waren 2011 Campingurlaube wieder beliebter: Ihre Übernachtungszahlen stiegen um 2,3 % auf 21,0 Millionen. Bei den ausländischen Campingtouristen konnte gegenüber dem Vorjahr ein Anstieg von 0,3 % auf 3,8 Millionen Übernachtungen verbucht werden.

**№ 22**

### [Germanwings nimmt fünf neue Reiseziele ins Angebot auf](http://www.reisenews-online.de/2012/01/12/germanwings-nimmt-fuenf-neue-reiseziele-ins-angebot-auf/)

Germanwings wächst in Köln. Die Low-Cost-Airline startet gleich mit fünf neuen und attraktiven Zielen ab Köln/Bonn in den Sommer ihres Jubiläumsjahrs. Zudem gibt es diese Woche günstige Tickets ohne Ende: Zwei Millionen mal können Germanwings-Gäste ab 29,99 Euro verreisen.

Die fünf neuen Strecken führen ab Köln/Bonn nach London-Heathrow, Catania auf Sizilien, nach Neapel, in das kroatische Rijeka und nach Afrika: Auch Nador in Marokko steht künftig im Germanwings-Flugplan. Alle Strecken sind ab Mittwoch, 12.00 Uhr, buchbar.

Die vier ersten Destinationen fliegt die Günstig-Airline ab Ende März an, nach Nador verkehrt sie vom 25. Mai bis zum 19. Oktober 2012. Auf allen Flügen finden sich die Gäste im modernen Airbus A319 wieder und genießen die anerkannt hohe Servicequalität ihrer Günstig-Airline. Die Flugtage und Frequenzen für die neuen Strecken: London-Heathrow wird ab dem Sommerflugplan dreimal pro Tag angeflogen, Catania an allen Dienstagen und Samstagen sowie Neapel dienstags, donnerstags, samstags und sonntags. Die Verbindung nach Rijeka steht dienstags, donnerstags und samstags im Flugplan, und in das marokkanische Nador reisen die Germanwings-Fans an Dienstagen und an Freitagen.

Und das besonders günstig: In einer ersten großen Preisaktion im zehnten Jubiläumsjahr gibt es auf www.germanwings.com in den nächsten Tagen zwei Millionen Flugtickets für alle Strecken und ab allen Standorten zum Portokassen-Preis ab 29,99 Euro inklusive aller Steuern, Gebühren und Entgelte. Die Preisaktion läuft am Mittwoch (11. Januar 2012) um 12.00 Uhr im Internet an und am Sonntag (15. Januar 2012, 23:59 Uhr) aus. Es gibt Tickets für Reisen vom 21. Januar 2012 bis zum 27. Oktober 2012.

Überhaupt wird das Germanwings-Jubiläumsjahr gespickt sein von Aktionen und Günstig-Gelegenheiten. Um das Jubiläum gebührend vorzubereiten, gibt es auf der eigens eingerichteten Geburtstags-Website www.germanwings.com/geburtstag an jedem 10. eines Monats bis zum Oktober tolle Aktionen und Gewinnspiele. Start ist am 10. Januar mit dem Gewinnspiel „Zehnpunkt-Landung”. Dabei müssen die Teilnehmer schätzen, wie oft Germanwings seit der Gründung in den zehn Destinationen Lissabon, Berlin, Wien, London, Palma de Mallorca, Barcelona, Budapest, Rom, Mailand und Stockholm gelandet ist.

**№ 23**

[**Prognosen**](http://de.wikipedia.org/wiki/Prognose) **über die Entwicklung des Tourismus**

[Prognosen](http://de.wikipedia.org/wiki/Prognose) über die Entwicklung des Tourismus begegnen erheblich größeren Schwierigkeiten als in anderen Wirtschaftszweigen. Zum Teil hängt dies damit zusammen, dass zentrale ökonomische Begriffe im Tourismusbereich oft weniger eindeutig definiert sind. Schwieriger zu fassen ist bereits das touristische [Produkt](http://de.wikipedia.org/wiki/Produkt_(Wirtschaft)): Nachgefragt werden von den Reisenden nämlich nicht nur materielle Leistungen wie Unterkünfte oder Transfers, sondern auch immaterielle „Attraktionen“ wie Sehenswürdigkeiten, reizvolle Landschaften, bestimmte Wetterverhältnisse, Urlaubsglück und Erholung, Stimmungen und Träume aller Art, die schwer herzustellen und zu erneuern sind und sich ökonomischer Bewertung zu entziehen scheinen.

Auch der touristische [Konsum](http://de.wikipedia.org/wiki/Konsum) lässt sich nur schwer quantifizieren, werden doch viele von Touristen nachgefragte Waren und Dienstleistungen wie etwa Leistungen der Gastronomie und des Verkehrsbereichs auch von Einheimischen genutzt, ohne dass eine Abgrenzung möglich wäre. Auch fehlt es an zuverlässigen Methoden den [Kapitaleinsatz](http://de.wikipedia.org/wiki/Investition) zu berechnen. Die [Tourismuswissenschaft](http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismuswissenschaft) ist jedoch dabei, solche Methoden zu entwickeln.

Die Unschärfe der Begriffe erschwert auch die Erhebung einer verlässlichen Datenbasis. Als weitere Unwägbarkeit kommt hinzu, dass das [Nachfrageverhalten](http://de.wikipedia.org/wiki/Nachfrage) der Touristen in weitaus stärkerem Maße von irrationalen, subjektiven Determinanten bestimmt wird als das anderer Marktteilnehmer. In die Entscheidung fließen oft diffuse, von Zeitströmungen, Modetrends und kulturellen Prägungen abhängige Erwartungen, Bedürfnisse und Motive ein, die schwer analysierbar sind und auch durch gezielte Produkt[werbung](http://de.wikipedia.org/wiki/Werbung) nur in sehr begrenztem Maße manipuliert werden können. Schließlich ist das touristische Produkt weder transport- noch lagerfähig: Es muss am Ort seiner Entstehung zu einem bestimmten festgelegten Zeitpunkt konsumiert werden, der Reisende muss sich also termingerecht zum Produkt hinbegeben. Unvorhersehbare Störungen wie etwa [Naturkatastrophen](http://de.wikipedia.org/wiki/Naturkatastrophe), [Terrorismus](http://de.wikipedia.org/wiki/Terrorismus), [Bürgerkriege](http://de.wikipedia.org/wiki/BÃ¼rgerkrieg) und [Streiks](http://de.wikipedia.org/wiki/Streik) wirken sich daher auf den Tourismus erheblich fataler aus als auf andere Branchen.

Erstaunlicherweise „erholen“ sich Zielgebiete, die von Terroranschlägen und daraufhin von Gästerückgängen betroffen waren (wie Ägypten), mitunter relativ schnell. Das Urlaubergedächtnis für solche Ereignisse ist offenbar sehr vergesslich.

All diese Probleme führen dazu, dass [ökonomische Theorien](http://de.wikipedia.org/wiki/Wirtschaftswissenschaft) nur sehr allgemeine und pauschale Aussagen zur Entwicklung der Tourismusbranche treffen können, wie etwa dass die Kosten der Raumüberwindung weiter abnehmen werden, eine stärkere Diversifizierung bei Angebot und Nachfrage zu beobachten sein werden, und die Ferien „in vielen Fällen durch mehr als ein Motiv bestimmt“ sind. Vereinzelte Versuche, durch eindrucksvolle mathematische Formeln und Modelle ein objektiv nicht vorhandenes Maß an Objektivität und Rationalität vorzutäuschen, vermögen daran nichts zu ändern. Die [Tourismuswissenschaft](http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismuswissenschaft) ist trotz aller Schwierigkeiten jedoch dabei, aussagekräftige Methoden der Marktforschung zu entwickeln.

Die Schwierigkeit bei der Aufstellung verlässlicher Prognosen hat immer wieder zu Fehlinvestitionen geführt. Bekanntestes Beispiel ist der 1992 eröffnete [Freizeitpark](http://de.wikipedia.org/wiki/Freizeitpark) [Eurodisney](http://de.wikipedia.org/wiki/Eurodisney) bei Paris, der seinen Betreibern allein in den ersten beiden Jahren fast eine Milliarde Euro Verlust eingebracht hat. Aber auch großangelegte Ferienanlagen an der Costa del Sol und den Westalpen sowie der verstärkte Ausbau der Hotelkapazitäten in westdeutschen Großstädten in den 1970er Jahren haben sich als ökonomische Fehlschläge erwiesen.

Zu den wichtigsten determinierenden Zukunftsfaktoren des Fern-Tourismus dürfte künftig die Entwicklung des Erdölpreises gehören. Da der Fern-Tourismus in erster Linie mit dem Flugzeug abgewickelt wird, kann ein stetig ansteigender [Kerosinpreis](http://de.wikipedia.org/wiki/Kerosin) – zum Beispiel im Rahmen des [Peak-Oil](http://de.wikipedia.org/wiki/Peak-Oil)-Phänomens oder aufgrund von politischen Krisen- und damit einhergehenden Treibstoff-Verknappungslagen – direkt das Nachfrageverhalten der Kundschaft beeinflussen.

**№ 24**

**Zukunftsprobleme des Tourismus**

Der amerikanische [Futurologe](http://de.wikipedia.org/wiki/Futurologe) [Herman Kahn](http://de.wikipedia.org/wiki/Herman_Kahn) erstellt 1979 in The Futurist eine Prognose für den Tourismus bis 2029. Darin rechnete er weiterhin mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten und von stabilen gesellschaftspolitischen und national[ökonomischen](http://de.wikipedia.org/wiki/Ã–konomisch) Voraussetzungen. Was damals fehlte, waren nicht quantifizierbare und vor allem unberechenbare menschliche Faktoren.

Schon in den 1980er Jahren erkannte [Mohamed A. Tangi](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Mohamed_A._Tangi&action=edit&redlink=1) vom United Nations Environment Program, was für ein verträgliches Neben- und Miteinander von Gast und Einheimischen notwendig sein wird:

Die [Unterbringung](http://de.wikipedia.org/wiki/Beherbergungsbetrieb) von [Touristen](http://de.wikipedia.org/wiki/Tourist) soll nicht länger auf Hotels beschränkt werden, das würde zu Freundschaften zwischen Fremden und der örtlichen Bevölkerung führen;

Der Fremdenverkehr soll sich von den überfüllten Küstenregionen weg in Gegenden hin entwickeln, die dünn besiedelt sind;

In allen Fremdenverkehrsregionen müssen [Naturreservate](http://de.wikipedia.org/wiki/Naturreservat) geschaffen werden;

Es sollen sowohl auf Seiten der Gastgeber wie der Gäste besondere Vermittler ausgebildet werden, die nach Kenntnissen und Charakter geeignet sind, wechselseitiges Verständnis zu wecken;

Es muss ein Tourismuskodex entwickelt werden, den beide Seiten anerkennen;

Bei allen am Meer gelegenen Orten müssen Höchstraten für den Touristenstrom festgesetzt werden, etwa ein Maximum von 600 Menschen pro Hektar Strand.

**№ 25**

**Sanfter und nachhaltiger Tourismus als Gegenmodell**

Seit Beginn der 1980er Jahre entstand eine Gegenbewegung zum Massentourismus, der [Sanfte Tourismus](http://de.wikipedia.org/wiki/Sanfter_Tourismus). Dabei sollen Vorstellungen eines umwelt- und sozialverträglichen Reisens zu einer Lösung, zumindest aber eine Entschärfung, der mit dem Tourismus verbundenen Probleme beitragen. Er fördert die [nachhaltige](http://de.wikipedia.org/wiki/Nachhaltigkeit) Nutzung touristischer Gegebenheiten, Respekt vor den kulturellen Traditionen der bereisten Länder und einen schonenden Umgang mit den natürlichen Ressourcen.

Während Hauptträger dieser Bewegung eher problembewusste Individualreisende sowie kleinere alternative [Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) sind, werden einzelne Elemente aber auch - schon aus Imagegründen - von den etablierten Marktführern im Tourismus aufgegriffen. Inzwischen ist der Begriff „Sanfter Tourismus“ durch den Begriff [nachhaltiger Tourismus](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Nachhaltiger_Tourismus&action=edit&redlink=1) abgelöst worden.

**№ 26**

**Tui eröffnet erstes Hotel der Lifestyle-Marke aqi**

Im österreichischen Schladming, Austragungsort der alpinen Ski Weltmeisterschaft 2013, haben die Tui Hotels & Resorts ihr erstes Hotel der Lifestyle-Marke aqi eröffnet. Das Geschäftsmodell der neuen Hotelmarke basiert auf der Idee, Budgetkonzepte, die bislang fast ausschließlich in der Business-Hotellerie Anwendung finden, für die Ferienhotellerie zu entwickeln.

Tui hat die neue Marke in Kooperation mit der österreichischen List TourConsult geschaffen. Nach der erfolgreichen Eröffnung des aqi Hotels Schladming als Pilotbetrieb sollen unter gleichem Markennamen weitere Lifestyle-Hotels in anderen Regionen umgesetzt werden. Grundidee des Konzepts ist es, durch die Reduzierung auf die wesentlichen, für den Gast entscheidenden Ausstattungsmerkmale, ein besonders attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten.

Kriterien sind: zeitgemäße, funktionale Ausstattung, klare Linien in Design und Architektur und klar definierte Qualitätsanforderungen für die jeweilige Zielgruppe. Das Konzept ist grundsätzlich standardisiert, dabei aber modern und stilvoll.

Das Hotel in Schladming ist im Sommer und Winter geöffnet und bietet 107 Zimmer, ein Restaurant, eine Bar, einen Skikeller sowie verschiedene Saunen. Ein Highlight ist eine Sky-Sauna auf der Außendachterrasse, die einen direkten Blick auf die Skirennstrecke bietet. Hauptzielgruppen sind Paare und Alleinreisende, die in ihrem Urlaub gern aktiv sind, beispielsweise Mountainbiker, Wanderer, Golfer, Skifahrer und Snowboarder.

Bereits am 5. Dezember hatte das aqi Hotel Schladming nach sieben Monaten Bauzeit die ersten Gäste empfangen. Nach sechs Wochen Hotelbetrieb kann sich die Bilanz sehen lassen. Über Weihnachten und Silvester war das Haus bereits ausgebucht.

**№ 27**

### [Clubhotel von ruf Jugendreisen und Musiksender VIVA](http://www.reisenews-online.de/2012/01/11/clubhotel-von-ruf-jugendreisen-und-musiksender-viva/)

Ruf und VIVA gehen gemeinsame Wege: Der Veranstalter von Reisen für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene und der Musik- und Entertainment-Sender aus dem deutschen Free-TV bieten Jugendlichen nun ein exklusives Clubhotel im spanischen Lloret de Mar an. Das VIVA Clubhotel Esmeralda powered by ruf ist ein Drei-Sterne-Haus direkt im Zentrum an der legendären Partymeile, 200 Meter vom Strand entfernt.

Das Besondere: In diesem Hotel steht alles im Zeichen des Musiksenders. Für alle im Alter von 16 bis 23 Jahren gibt es hier bei All-inclusive-Verpflegung jede Menge Partys und Einblicke in die Welt von VIVA. Die jungen Gäste können am Pool entspannen oder auf der Dachterrasse des Hotels mit Blick über das Meer das Aktivprogramm mit Shows und Animationen genießen. Die geschulten Reiseleiter sind immer für die Jugendlichen da und bieten jeden Tag neue Programmpunkte an, die genau auf die junge Zielgruppe zugeschnitten sind – ein besonderes Highlight ist z.B. die wöchentliche Poolparty.

Im Angebot inbegriffen ist zusätzlich die ruf VIVA Clubcard, mit der die jungen Urlauber zahlreiche Ermäßigungen, Disco-Eintritte, Getränke und weitere VIVA-Specials erhalten.

**№ 28**

[**Urlaubsträume in artifiziellen Parallelwelten**](http://www.tm-austria.at/wordpress/2007/08/06/urlaubstraume-in-artifiziellen-parallelwelten-roland-kobald/)

Ein Spezialurlaub der Superlative wird in Zukunft das Spiel mit den Sehnsüchten der Ich AG’s sein. Freizeitparks kombiniert mit Vergnügungsanimationen bis hin zu perfekt simulierten Kunstwelten prägen unsere Freizeitkultur immer stärker. Sie lässt eine Art Paralleltourismus entstehen. Kunstwelten erlauben optische und sensualistische Sensationen, die in der realen Welt unmöglich wären. Künstliche Welten als Erholungszentren sind derzeit hip. Zusätzlich schlägt der Preis pro Tag jede Ski- oder Tropendestination.

Prognosen gehen davon aus, dass die Arbeitnehmer/innen bis zum Jahr 2020 50% mehr Lebenszeit frei zur Verfügung haben werden. Individuelle Freiheit und Spaß sind eine der Hauptmotivationen für die Urlaubsplanung (funfactor). Sinn sowie Orientierung wird mehr und mehr durch Lebensgenuss gesucht. Gleichzeitig sind wir durch die durchgehende Technisierung unseres Alltags auch zu einer extrem rationalen Gesellschaft geworden. Wir streben nach totaler Kontrolle unserer (Urlaubs-) Erlebnisse. Künstliche Urlaubswelten bieten dafür den scheinbar optimalen Rahmen.

Die Ökobilanzen sind oft besser als allgemein angenommen wird: So werden in einer Kunstskiwelt, die 1.200 Personen Platz bietet, vier bis fünf Millionen Kilowattstunden pro Jahr verbraucht – das ist weniger Strom als eine mittelgroße Badelandschaft benötigt.

Ob künstliche Wüsten, Regewälder oder Riffs, die Auswahl ist heute recht anschaulich. Zusätzlich werden die faszinierenden, futuristisch anmutenden Kunstwelten häufig mit virtuellen 3D-Rundgängen verbunden. Dadurch wird das „besondere“ Erlebnis noch verstärkt, weil die Kunstwelten alle unsere wichtigsten Sinne ansprechen.

Insgesamt sind die Reisen in artifizielle Welten als eine moderne Tourismusform des Menschen im 21. Jahrhundert. Die Parallelwelten sind mit Sicherheit mehr als ein herkömmlicher Themenpark. Gerade als Naherholungszentren sind sie bestens geeignet. Da der Trend eindeutig in Richtung verstärkter Urbanisierung geht, ist mit ihnen vor den Toren der Großstädte, eine Urlaubsoption der besonderen Art entstanden. So wurde mit dem „Tropical Island“ vor Berlin ein perfektes Stück Tropen in einen alten Flugzeughangar errichtet. Selbst Südsee-sonnen-auf- und Untergänge wurden künstlich erlebbar gemacht. Am Abend sorgt Happytainment für die richtige Urlaubsstimmung – ganz wie am Ballermann.

**№ 29**

[**Tourismus und Klimawandel: Chance oder Risiko?**](http://www.tm-austria.at/wordpress/2007/07/26/klimawandel-gefahr-oder-chance/)

Der vielzitierte, oft verfluchte, jedoch keinesfalls eindeutig bewiesene Klimawandel durch CO2 Ausstoßungen verändert scheinbar auch den Tourismus und seine Touristenströme. Ob die Erwärmung nur ein temporäreres Ereignis, oder doch eine langfristige Erscheinung ist, bleibt offen, wir sehen jedoch, dass das Wetter heute mit demografischen Veränderungen hinsichtlich touristischer Veränderungen gleichzusetzen ist. Österreichs Wintertourismus könnte zu den Verlierern gehören.

Die zitierte Klimaerwärmung verursacht nicht nur Hitzeperioden, sondern auch Hochwasserkatastrophen - und - eine Beeinflussung des Tourismus. Zur Zeit ist noch nicht ganz sicher welche Destinationen zu den Winnern und welche zu den Losern gehören werden. Der Wintertourismus in Österreich “schwitzt” jedoch gewaltig. Künstliche Beschneiung gilt schon lange nicht mehr als Problemlöser Nr. 1.

Die globale Erwärmung würde auch die Mittelmeergebiete betreffen, heute beliebte Destinationen auf eine für viele unerträgliche Temperatur erwärmen und die Algenplage ansteigen lassen. Daher würden Urlauber in Zukunft im Sommer vermehrt in den kühleren Alpenregionen Zuflucht suchen.

Inwieweit die Sommertourismusdestinationen vom Klimawandel abhängig sind, bleibt laut Experten aber ein Stück weit offen. In einem Bericht des Umweltbundesamtes heiß es dazu:

“Direkt vom Klimawandel betroffen ist vor allem der Wintertourismus. Auch wenn dieser nur 3% aller Urlaubsreisen ausmacht, ist er lokal gesehen ein wichtiger wirtschaftlicher Faktor. Besonders in den tieferen Lagen der Alpen und den deutschen Mittelgebirgen ist bereits in den letzten 50 Jahren ein deutlicher Rückgang der Schneesicherheit zu beobachten. Für die beiden großen südlichen Bundesländer ist ein Rückgang der Schneedeckendauer seit 1950 unter 300m von 30 - 40%, bis 800m immerhin noch von 10 – 20% belegt.”

Die Beispiele zeigen, dass auf Grund der aktuellen Wettersituation und auf Grund des vorherrschenden Zeitgeistes, das Klima zu einem hippen Thema in der Tourismusbranche geworden ist. Historisch betrachtet ist der Tourismus, unabhängig vom Klimawandel, immer schon starken Schwankungen und Veränderungen ausgesetzt gewesen und ausgesetzt. Sozioökonomische Bedingungen, demografische Veränderungen, wechselnde Lebensstile, aber auch Terror und Krieg, beeinflussten die Branche immer schon nachhaltig. Mit den Klimaveränderungen ist eine Facette mehr hinzugekommen. Klimawandel ist nur einer der Treiber, die zukünftig den Tourismus beeinflussen werden. Andere Faktoren beeinflussen den Tourismus in Wirklichkeit weit mehr. Was der Tourismus hinsichtlich des Klimas leisten kann, ist, jeweilig adäquate Anpassungsmaßnahmen abgestimmt mit anderen Maßnahmen, zu lancieren.

Vor diesem Hintergrund wird für den Tourismus eine weitere Flexibilisierung und Diversifizierung des Angebots notwendig sein. Dazu gehören vermehrte wetterunabhängige Ganzjahresangebote. Zusätzlich muss aber auch eine Erhöhung der Attraktivität von Reisezielen durch Betonung regionaler Besonderheiten (Kulturgeschichte, kulinarische Besonderheiten) und die Verbesserung von Bildungs- und Kulturangeboten erfolgen. Verschiedene Studien, die sich mit dem Thema Tourismus und Klimawandel beschäftigen, kommen zu dem Schluss, dass eine der Hauptursachen für die geringe Umsetzung von Anpassungsmaßnahmen der Tourismusbranche die mangelnde Auseinandersetzung mit dem Thema Klimawandel ist. Und genau das löst den Schock aus, weil eben eine zentrale Beeinflussungsdeterminante des Reiseverhaltens bisher eher marginal aufgenommen wurde.

**№ 30**

### [Luxuriöser Wellness mitten in der Tatra](http://www.reisenews-online.de/2012/01/09/luxurioeser-wellness-mitten-in-der-tatra/)

Das im Zentrum der Hohen Tatra gelegene Grand Hotel Kempinski High Tatras ist das einzige Fünf-Sterne-Hotel in der polnisch-slowakischen Karpaten-Region. Das Luxushaus bietet seinen Gästen neben der atemberaubenden Schönheit einer idyllischen Naturkulisse abseits des Großstadtlärms vor allem auch einen erstklassigen Service. Zu diesem gehört unter anderem der exklusive Helikopter-Shuttle, der die Gäste in nur 30 Minuten von dem 165 Kilometer entfernten Flughafen im polnischen Krakau bequem bis zu dem Fünf-Sterne Hotel fliegt. Mit einem Flug durch die beeindruckende Landschaft der Hohen Tatra erwartet die Gäste gleich zu Beginn ihrer Reise ein einzigartiges Erlebnis. Einen unvergleichlichen Komfort und Luxus erleben die Gäste auch nach ihrer Ankunft. Die exklusive Spa- und Wellnessoase ZION Spa, zahlreiche Möglichkeiten für Wintersport inmitten der Natur sowie kulinarische Köstlichkeiten und erlesene Weine in einer spektakulären Location lassen die Herzen von anspruchsvollen Luxusurlaubern höher schlagen. Durch die zunehmend wachsende Anzahl an Flugverbindungen ist das Grand Hotel Kempinski High Tatras von Deutschland aus auch immer bequemer per Flugzeug erreichbar. Beispielsweise mit der Fluggesellschaft airberlin fliegen die Gäste bereits jetzt vier Mal wöchentlich in einer guten Stunde von Berlin nach Krakau. Ab Mai 2012 wird dieses Angebot verdreifacht und auf zwölf Flüge die Woche erhöht. Mit 165 Kilometern ist der Krakauer Flughafen nur circa eineinhalb Autostunden von dem Luxushotel entfernt. Von Krakau aus können sich die Hotelgäste neben dem Helikopter- oder Privatjet-Transfer auch mittel Limousinen-Service direkt bis vor die Türen des Grand Hotel Kempinski High Tatras chauffieren lassen.

„Wir freuen uns, dass Fluglinien wie airberlin so viele verschiedene deutsche Städte anfliegen und damit die Welt ein stückweit näher zusammenbringen. So können wir unseren Gästen nicht nur einen exklusiven Komfort an einem außergewöhnlichen Standort bieten, sondern ihnen darüber hinaus ebenso eine angenehme und komfortable An- und Abreise garantieren“, so Gerd P. Ruge, der General Manager des Grand Hotel Kempinski High Tatras.

Der Preis für einen Helikoptertransfer von Krakau zu dem Grand Hotel Kempinski High Tatras liegt je nach Gewicht und Volumen des Gepäcks bei 2.000 bis 3.000 Euro. Ein konkretes Angebot wird vom Hotel gerne auf Anfrage erstellt.

**№ 31**

[**Space Adventures**](http://de.wikipedia.org/wiki/Space_Adventures)

Uneingeschränkter Marktführer ist zurzeit die Firma [Space Adventures](http://de.wikipedia.org/wiki/Space_Adventures). Dieses Unternehmen hat als Dienstleister alle bisherigen sechs Weltraumtouristen in den Weltraum befördern können. Ab 2011 will das russische Unternehmen [RKK Energija](http://de.wikipedia.org/wiki/RKK_Energija) in Kooperation mit Space Adventures Flüge um den [Erdmond](http://de.wikipedia.org/wiki/Mond) mit einem modifizierten Sojus-Raumschiff für ca. 100 Millionen US-Dollar anbieten. Die Besatzung soll aus einem professionellen russischen Kosmonauten und zwei Touristen bestehen; der Flug eines einzelnen Touristen wäre laut RKK Energija nicht profitabel.

Die Firma [Virgin Galactic](http://de.wikipedia.org/wiki/Virgin_Galactic) des britischen Unternehmers [Richard Branson](http://de.wikipedia.org/wiki/Richard_Branson) wurde eigens zum Zwecke des Weltraumtourismus gegründet. Nach eigenen Angaben kann das Unternehmen bereits 7000 Interessenten für einen Flug zum Preis von rund 200.000 US-Dollar vorweisen. Branson kündigte an, ab 2008 auf Basis der Technologie des [SpaceShipOne](http://de.wikipedia.org/wiki/SpaceShipOne) Linienflüge ins Weltall anzubieten und durchzuführen. Nach neueren Informationen sollen jedoch bis 2010 insgesamt fünf Raumschiffen der neueren [SpaceShipTwo](http://de.wikipedia.org/wiki/SpaceShipTwo)-Technologie gebaut werden sollen.

Die [EADS](http://de.wikipedia.org/wiki/EADS)-Tochter [Astrium Space Transportation](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Astrium_Space_Transportation&action=edit&redlink=1) arbeitet an einem Business-Jet-ähnlichem Raumschiff, das einen Piloten und vier Passagiere ab 2012 auf 100 km Höhe bringen wird. Der Flug selber wird 90 Minuten – bei drei Minuten Schwerelosigkeit – daueren. Für das Projekt ist eine Milliarde Euro vorgesehen. Man rechnet mit einem Markt von jährlich 15.000 Passagieren, der zu fallenden Preisen führen wird. Derzeit wird noch mit Kosten zwischen 150.000 und 200.000 Euro je Ticket gerechnet. Das Angebot soll wie jede andere Reise auch über Reisebüros buchbar sein und von spezialisierten Veranstaltern angeboten werden. Kritiker werfen EADS vor, das [Rocketplane](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Rocketplane&action=edit&redlink=1)-Konzept des Konkurrenten [Rocketplane Limited, Inc.](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Rocketplane_Limited,_Inc.&action=edit&redlink=1) kopiert zu haben. Dieser baute bis Ende 2007 an einem sehr ähnlichem Raumschiff auf Basis eines [Learjet](http://de.wikipedia.org/wiki/Learjet), ist aber seither in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten.

**№ 32**

**Das Burj al Arab eines der luxuriösesten**

**und teuersten** [**Hotels**](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel) **der Welt**

Das **Burj al** Arab ([arabisch](http://de.wikipedia.org/wiki/Arabische_Sprache) برج العرب‎ Burdsch al-Arab, deutsch: „Turm der Araber“) mit einer Höhe von 321 Metern ist nach dem [Rose Tower](http://de.wikipedia.org/wiki/Rose_Tower) das höchste reine Hotelgebäude der Welt und ein Wahrzeichen der [emiratischen](http://de.wikipedia.org/wiki/Vereinigte_Arabische_Emirate) Stadt [Dubai](http://de.wikipedia.org/wiki/Dubai). Aufgrund der segelförmigen [Kubatur](http://de.wikipedia.org/wiki/Kubatur) und seiner ausgesetzten Lage ist dieses [Gebäude](http://de.wikipedia.org/wiki/GebÃ¤ude) unverwechselbar.

Das Burj al Arab wird häufig von der Presse als 7-Sterne-Hotel bezeichnet. Offiziell trägt es nur fünf [Sterne](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotelstern), weil damit die bisherige Kategorisierung endet. Dennoch ist die Ausstattung weitaus großzügiger als es für fünf Sterne erforderlich wäre, und bis zur Eröffnung des [Emirates Palace Hotel](http://de.wikipedia.org/wiki/Emirates_Palace_Hotel) in [Abu Dhabi](http://de.wikipedia.org/wiki/Abu_Dhabi) 2005 wurde der Burj al Arab überwiegend als luxuriösestes Hotel der Welt angesehen: Die 202 Zimmer sind ausschließlich [Suiten](http://de.wikipedia.org/wiki/Suite_(Zimmerflucht)) mit einer Größe zwischen 169 Quadratmetern und 780 Quadratmetern. Die "kleinen" Suiten (169 m²) bestehen aus zwei Etagen. In der unteren befindet sich ein Wohnzimmer mit Esstisch für vier Personen und eine Bar, ein Gästewaschraum und ein Ankleideraum. Eine Wendeltreppe führt in die obere Etage mit dem Schlafzimmer, wo ein King-Size-Bett steht, und ein luxuriöses Badezimmer mit Whirlpool.

Für alle Gäste stehen gegen Aufpreis zu mietende [Rolls Royce](http://de.wikipedia.org/wiki/Rolls_Royce) (verschiedene Modelle) oder [BMW](http://de.wikipedia.org/wiki/BMW) mit Chauffeur zur Verfügung.

Während der heißen Sommermonate gibt es meist Sonderpreise, da ein Großteil der üblichen Gäste ausbleibt. Die acht [Hotelrestaurants](http://de.wikipedia.org/wiki/Restaurant) und Bars zeichnen sich durch ihre individuellen Stile aus: Um das im Erdgeschoss gelegene Al Mahara zu betreten, wird für den Besucher im Aufzug dorthin eine dreiminütige [U-Bootfahrt](http://de.wikipedia.org/wiki/U-Boot) simuliert. Das Innere des Al Mahara wird von einem riesigen [Meeresaquarium](http://de.wikipedia.org/wiki/Aquarium) beherrscht, um das die Tische arrangiert sind. Das Al Muntaha ragt in 200 Metern Höhe auf der Seeseite aus dem Gebäude hervor und bietet einen grandiosen Blick über den [Persischen Golf](http://de.wikipedia.org/wiki/Persischer_Golf) und das gerade entstehende [The Palm, Jumeirah](http://de.wikipedia.org/wiki/Palm_Islands). Weitere zwei Stockwerke darüber befindet sich auf der Landseite eine Plattform, die als [Hubschrauberlandeplatz](http://de.wikipedia.org/wiki/Hubschrauberlandeplatz) dient. Zur Dekoration der Innenbereiche wurden 10.000 m² [Blattgold](http://de.wikipedia.org/wiki/Blattgold) verarbeitet. In der Lobby befinden sich neben weich getufften Teppichen mehrere Springbrunnen und Kaskaden. Um von der Rezeption in die eigentliche Lobby zu gelangen, nutzt man Rolltreppen. Diese führen an zwei je drei Meter hohen Aquarien entlang, in denen sich komplette [Korallenriffe](http://de.wikipedia.org/wiki/Korallenriff) befinden.

In der 18. Etage befindet sich der Pool- und Spabereich. Alle Einrichtungen wie Pool, Spa und großes Fitnessstudio sind in identischer Ausstattung und Größe zweimal vorhanden, gemäß arabischem Sittenkodex einmal für Männer und einmal für Frauen. Der Bereich für Männer darf jedoch von Frauen mitbenutzt werden (nicht aber die Umkleidekabinen). Der Indoor-Pool hat eine hervorragende Aussicht auf das wellenförmige [Jumeirah Beach Hotel](http://de.wikipedia.org/wiki/Jumeirah_Beach_Hotel) und den [Wild Wadi Water Park](http://de.wikipedia.org/wiki/Wild_Wadi_Water_Park). Die Benutzung dieses öffentlichen Wasserparks ist für Hotelgäste inklusive. Außerdem können Hotelgäste den viel besuchten Wasserpark bereits eine Stunde vor der regulären Öffnungszeit betreten. Bei einem Urlaub in einem der [Jumeirah Group](http://de.wikipedia.org/wiki/Jumeirah_Group) zugehörigen Hotels lässt sich das Burj al Arab gegen Gebühr auch ohne Zimmeranmietung von innen besichtigen oder man kann im Restaurant speisen.

Das Hotel hat auf der Seeseite im Erdgeschoss zusätzlich einen Außenpool. Der Pool wird gekühlt, damit das Baden trotz der hohen Außentemperaturen eine Erfrischung ist. Außerdem gibt es vom Außenpool einen Pendelbetieb mit Golfwagen zum hoteleigenen Strand, der sich 200 m entfernt gegenüber vom Hotel befindet. Die Gäste können somit direkt von ihrem Zimmer in Badekleidung zum Strand gelangen, ohne die Lobby durchqueren zu müssen.

**№ 33**

### [Urlaub mit dem Wasser-Wohnmobil](http://www.reisenews-online.de/2012/01/06/urlaub-mit-dem-wasser-wohnmobil/)

Mit dem Wohnmobil ins Blaue Paradies: Die Technus KG aus dem mecklenburgischen Teterow baut derzeit das neue Wasserfahrzeug “Wohnmobil-freecamper”. Dieser Trimaran kann mithilfe eines 60 PS-Motors Wohnmobile mit bis zu 3,5 Tonnen Gesamtgewicht und ca. 8,50 Meter Gesamtlänge transportieren und macht so Bootsurlaub im eigenen Wohn- und Reisemobil möglich. Ansehen und anfassen können Interessierte das neue Wassergefährt vom 14. bis 22. Januar bei seiner Weltpremiere auf der Messe CMT in Stuttgart. Ab April 2012 fährt der “Wohnmobil-freecamper” dann über die Mecklenburgische Seenplatte. Betreiber ist die Bootcamping GmbH aus Vipperow an der Müritz, die seit der Saison 2011 bereits “Wohnwagen-freecamper” anbietet. Ein Bootsführerschein ist bei beiden Gefährten nicht vonnöten.

**№ 34**

### [Stadtführung im Dunkeln in Köln](http://www.reisenews-online.de/2012/01/04/stadtfuehrung-im-dunkeln-in-koeln/)

In Köln können sich Besucher auf Deutschlands erste Stadtführung im Dunkeln begeben: Beim “Blindwalk” gehen die Teilnehmer mit blickdichten Schlafmasken und einem Rucksack, der Verpflegung und Regensachen enthält, auf eine zweieinhalbstündige Entdeckertour.

Dabei halten sich die maximal sechs „Blindwalker“ am Rucksack des Vordermannes fest. Über ein Mikrofon und Kopfhörer stehen sie mit ihrem Guide in Verbindung und erfahren alles über die nächsten Schritte. Zwischendurch können sich alle beim gemeinsamen Picknick im Dunkeln stärken und Eindrücke austauschen. Nach der Tour erhalten die Teilnehmer eine Karte, auf der die Route ihres Blindwalks eingezeichnet ist.

Gruppentickets kosten 210 Euro und gelten für sechs Personen. Die offenen Führungen werden ab 10. März regelmäßig samstags und sonntags angeboten und kosten 35 Euro pro Person.

**№ 35**

### [Positive Aussichten für Geschäftsreisen in 2012](http://www.reisenews-online.de/2012/01/03/positive-aussichten-fuer-geschaeftsreisen-in-2012/)

Positive Aussichten für Geschäftsreisen in 2012, besonders in Deutschland – das ist das Ergebnis der „Avis Travel Trends“-Umfrage, die die Autovermietung europaweit in zehn Ländern durchführte.

Insgesamt hat Avis 3.750 Geschäftsreisende in ganz Europa über ihre Reisetätigkeit im vergangenen Jahr sowie ihre Pläne für 2012 online befragt. Demnach hat die Rezession auch 2011 Geschäftsreisen stark beeinflusst – mit mehr als zwei Drittel der Befragten, die ihr Geschäftsreiseverhalten durch Reduzierung der Kosten oder eingeschränkter Reisehäufigkeit anpassen mussten. Trotzdem stimmen die Aussichten positiv, denn Geschäftsreisen werden 2012 stabiler sein als Urlaubsreisen: Ein Viertel der befragten europäischen Business Traveller schätzen, dass sie 2012 wieder häufiger unterwegs sein werden. Dabei überwiegen laut 77 Prozent der Befragten Kurzstreckenreisen.

Die wichtigsten Ergebnisse für Deutschland: Der Geschäftsreisemarkt wird sich 2012 weiter erholen und erweist sich stabiler als in anderen europäischen Märkten. Denn die Häufigkeit der Geschäftsreisen in Deutschland ist höher als im europäischen Durchschnitt: 56 Prozent der Befragten sind mehr als einmal alle zwei Wochen geschäftlich unterwegs – 44 Prozent sogar mindestens einmal wöchentlich (europäischer Durchschnitt: 34 Prozent).

2011 wurden Geschäftsreisen in Deutschland durch die Rezession weniger stark getroffen als in anderen Märkten: 43 Prozent gaben an, dass die Wirtschaftskrise keine Auswirkung auf ihr Reiseverhalten im Kurzstreckenbereich hatte (33 Prozent bei Langstrecken).

Auch die Aussichten dieses Jahr verheißen Gutes: 25 Prozent der Befragten wollen 2012 noch öfter verreisen. Nur 15 Prozent schätzen, dass sie geschäftlich weniger unterwegs sein werden.

**№ 36**

**Der** [**Wintertourismus**](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Wintertourismus&action=edit&redlink=1)

Der [Wintertourismus](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Wintertourismus&action=edit&redlink=1) umfasst primär den [Wintersport](http://de.wikipedia.org/wiki/Wintersport). Als vorwiegend von den Alpen beherrschtes Land gibt es in Österreich zahlreiche Möglichkeiten, den [alpinen Skisport](http://de.wikipedia.org/wiki/Ski_alpin) auszuüben. Insbesondere die Bundesländer [Vorarlberg](http://de.wikipedia.org/wiki/Vorarlberg), [Kärnten](http://de.wikipedia.org/wiki/K%C3%A4rnten), [Tirol](http://de.wikipedia.org/wiki/Tirol) und [Salzburg](http://de.wikipedia.org/wiki/Salzburg_(Bundesland)) bieten in beinahe jedem Alpental ein oder mehrere Skigebiete, die mit zahlreichen Aufstiegshilfen ([Seilbahnen](http://de.wikipedia.org/wiki/Seilbahn), [Sessellifte](http://de.wikipedia.org/wiki/Sessellift), [Schlepplifte](http://de.wikipedia.org/wiki/Schlepplift)) ausgestattet sind.

Die großen Skiarenen in den österreichischen Alpen verfügen über 50 oder mehr verschiedene Liftanlagen und manchmal über 100 km präparierte [Skiabfahrten](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Skiabfahrt&action=edit&redlink=1). Aber auch in den östlichen Bundesländern gibt es viele Skigebiete, die häufig auch mit anderen Wintersportmöglichkeiten kombiniert, zum Beispiel mit [Langlaufloipen](http://de.wikipedia.org/wiki/Langlaufloipe), [Rodelbahnen](http://de.wikipedia.org/wiki/Rodelbahn) oder [Thermalbädern](http://de.wikipedia.org/wiki/Thermalbad).

Zusätzlich gibt es in Österreich einige Gletscherskigebiete, die im Wesentlichen unabhängig von der Schneelage ganzjährige Wintersportmöglichkeiten bieten.

Im Umfeld Wintersport werden jährlich 7,11 Mrd. € an [Wertschöpfung](http://de.wikipedia.org/wiki/Wertsch%C3%B6pfung) erwirtschaftet. Einschließlich „indirekter und induzierter Effekte“ beträgt der jährliche Wertschöpfungsbeitrag sogar etwas mehr als 11 Mrd. €. Der Anteil am gesamten österreichischen Bruttoinlandsprodukt des Wintersports liegt (2008) bei rund 4,1 %. Dabei entstammen jährlich rund 5,95 Mrd. € an direkter Wertschöpfung dem Wintersporttourismus (einschließlich Beherbergungs- und Gaststättenwesen, [Transportdienstleistungen](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Transportdienstleistung&action=edit&redlink=1), Sport- und [Unterhaltungs-dienstleistungen](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Unterhaltungsdienstleistung&action=edit&redlink=1) sowie dem fachlichen [Einzelhandel](http://de.wikipedia.org/wiki/Einzelhandel)).

Das jährliche Aufkommen an Steuern und Sozialabgaben wird mit einer Untergrenze von 1,8 Mrd. € angenommen. Schätzungen nehmen an, dass jeder 14. Arbeitsplatz in Österreich direkt oder indirekt vom Wintersport abhängt.

Auf Wintersporttourismus – aktiv oder passiv – bezogen sind 3,76 Mio. Ankünfte (12,1 % der Gesamtzahl) und 28,22 Mio. Übernachtungen (23,2 %), und rund 10,1 Mrd. € (etwa ein Drittel der Gesamtsumme in allen Sparten) werden von Wintersporttouristen in Österreich ausgegeben.

Die größten [Wintersportgebiete](http://de.wikipedia.org/wiki/Wintersportgebiet) liegen in [Tirol](http://de.wikipedia.org/wiki/Tirol) und [Vorarlberg](http://de.wikipedia.org/wiki/Vorarlberg) (z. B. [Arlberg](http://de.wikipedia.org/wiki/Arlberg), Lech/Zürs/Warth, [Ötztal](http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96tztal), [Zillertal](http://de.wikipedia.org/wiki/Zillertal), [Stubaital](http://de.wikipedia.org/wiki/Stubaital), [Kitzbühel](http://de.wikipedia.org/wiki/Kitzb%C3%BChel)) und in Salzburg (z. B. [Skiverbund Amadé](http://de.wikipedia.org/wiki/Skiverbund_Amad%C3%A9), Saalbach Hinterglemm, [Radstadt](http://de.wikipedia.org/wiki/Radstadt)/Altenmarkt/Zauchensee, [Obertauern](http://de.wikipedia.org/wiki/Obertauern)). Wintertourismus besteht auch in [Kärnten](http://de.wikipedia.org/wiki/K%C3%A4rnten) (z. B. Nassfeld, [Gerlitzen](http://de.wikipedia.org/wiki/Gerlitzen), [Weißensee](http://de.wikipedia.org/wiki/Wei%C3%9Fensee_(Ort_in_K%C3%A4rnten))) und der [Steiermark](http://de.wikipedia.org/wiki/Steiermark) (z. B. [Dachstein](http://de.wikipedia.org/wiki/Dachsteingebirge)-[Tauern](http://de.wikipedia.org/wiki/Tauern)-Region).

**№ 37**

**Neue Wege im Gesundheitstourismus gesucht**

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) engagiert sich stärker im chancenreichen Gesundheitstourismus und ruft mit Unterstützung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie das groß angelegte Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“ aus. Mit ihm sollen Markttrends, Ideen und Innovationen heraus gearbeitet und breit kommuniziert werden. Dabei werden Best Practice-Beispiele gesucht, die Anregung zur Nachahmung finden sollen.

Zentraler Bestandteil des Projekts ist die Erfassung der Best Practice-Beispiele. Experten unterstützen die Analyse der herausragenden Produkte und innovativen Ideen, die in unterschiedlichen Ebenen und Kategorien, von Programmen, Angeboten bis zu Netzwerken vorgestellt werden und beispielhaft hinsichtlich ihres Erfolgs sind. Die Ergebnisse werden ab 2010 auf einer eigens konzipierten Website präsentiert, die als interaktives Branchen- und Fach-Austauschforum fungiert. Begleitend finden ebenfalls im Jahr 2010 bundesweit acht Zukunftskonferenzen statt, auf denen mit der Fachöffentlichkeit diskutiert wird.

**№ 38**

**Camping- und Caravaningtourismus beweist Krisenfestigkeit**

Der Urlaub in den eigenen Zeltwänden und Schlafkojen hielt den stürmischen Vorhersagen zu den Auswirkungen der Finanzkrise auf die Tourismusbranche stand. Im ersten Halbjahr 2009 entfielen laut statistischem Bundesamt 8,05 Millionen Übernachtungen auf den Campingsektor – 12,4 Prozent mehr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Nach Einschätzung des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) ein ausgesprochen positives Zeichen.

„Obwohl die weltweite Finanzkrise bebt, geraten die Freizeitfahrzeuge nicht auf holprige Straßen, sondern rollen weiterhin auf einem erfolgreichen Kurs“, so DTV-Präsident Reinhard Meyer heute im Rahmen der Eröffnungspressekonferenz des CARAVAN Salon in Düsseldorf. „Camping ist so beliebt wie niemals zuvor.“ Vielfach werden die Zuwächse in diesem Jahr auf die Sparsamkeit der Reisewilligen zurückgeführt. „Diese Erklärung ist zu einseitig. Camping- und Caravantourismus liegen schon länger voll im Trend“, sagte Meyer. Die deutsche Camping- und Caravaningbranche erweise sich auch deshalb als besonders krisenfest.

Für die Sommer- und Herbstsaison blickt die Branche daher zuversichtlich auf die kommenden Monate. Denn neben einem guten Preis-Leistungsverhältnis, überzeugen die deutschen Campingplätze durch umfangreiche und witterungsunabhängige Freizeitaktivitäten für alle Altersstufen und durch eine zunehmend immer engmaschigere Vernetzung der Campingplätze mit den örtlichen Tourismuseinrichtungen, Gemeinden und Ausflugszielen. Zudem tätigten viele Plätze in den vergangenen Jahren verstärkt Investitionen in die Sanitär- und Platzeinrichtung. „Diese angeführten Vorteile haben in den letzten Jahren Service und Qualität weiter verbessert und Camping und Caravaning für Gäste interessant gemacht, die diese Urlaubsform vorher noch nicht angesprochen hat“, sagte Meyer weiter.

Im europäischen Vergleich der zwölf wichtigsten Campingländer zählen die deutschen Campingplätze laut ADAC-Preisvergleich überdies zu den preiswertesten. Nur in Polen, Ungarn und Schweden ist Campingurlaub billiger, am teuersten ist es in Italien und Spanien. In der Hauptsaison 2008 zahlte eine dreiköpfige Familie auf einem deutschen Campingplatz im Durchschnitt 24,20 Euro für die Übernachtung im eigenen Zelt, Wohnwagen oder Wohnmobil – inklusive Strom, Nebengebühren und Kurtaxe. Dazu können in der Nebensaison weitere Preisnachlässe oder sonstige Vergünstigungen kommen. „Aufgrund fairer Preise, eines überdurchschnittlichen Services sowie einer sehr guten Ausstattung und einer enormen Flexibilität ist Campingurlaub eine besondere Urlaubsalternative“, fasste Meyer zusammen.

**№ 39**

### [Hotel Aloft eröffnet an Bangkoks Sukhumvit Road](http://www.reisenews-online.de/2012/01/03/hotel-aloft-eroeffnet-an-bangkoks-sukhumvit-road/)

Auf einer der längsten Straßen der Welt, Bangkoks Sukhumvit Road, hat seit Anfang Dezember 2011 das Hotel Aloft Bangkok seine Türen für Gäste geöffnet. Das Haus lockt mit frischem und modernem Design sowie einem guten Preis-Leistungsverhältnis in günstiger Lage. Die Sukhumvit Road gilt als einer der Dreh- und Angelpunkte für Modebewusste und coole Connaisseurs. Von hier aus lässt sich wunderbar zu einer Entdeckungstour in Bangkoks Shoppingwelt und Nachtleben aufbrechen.

Das Haus verfügt über zahlreiche Annehmlichkeiten wie Außenpool, Fitnessbereich und Kinderbecken sowie je zwei Restaurants und Bars. Alle 296 klimatisierten Zimmer sind zugleich komplett ausgestattete Büro- und Entertainment-Center mit kostenfreiem W-LAN und plug & play Anschlüssen für elektronische Geräte, beispielsweise am 42-Zoll LCD-Fernseher. Eröffnungspreise liegen derzeit bei ab rund 52 Euro pro Nacht.

**№ 40**

### [Mit Hauser Exkursionen nachhaltig durch Namibia reisen](http://www.reisenews-online.de/2012/01/01/mit-hauser-exkursionen-nachhaltig-durch-namibia-reisen/)

Ein verantwortungsvoller Umgang mit den natürlichen Ressourcen, die Förderung der lokalen Wirtschaft durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und einer fairen Bezahlung lokaler Dienstleister sowie eine persönliche Betreuung durch landeskundliche Reiseleiter und örtliche Partner – das ist das Konzept des internationalen Wander- und Trekkingreiseveranstalters Hauser Exkursionen. Über 500 Reisen in mehr als 90 Länder finden sich in dem Produktkatalog des Veranstalters – 9 dieser Reisen führen in das Land der Weite an der Südwestküste Afrikas.

Von Rundum-Kennenlernreisen zu klassischen Safaris in die schönsten Wildparks Namibias und ausgewählten Wanderreisen bietet Hauser Exkursionen Touren unterschiedlicher Länge und verschiedenen Schwierigkeitsgerades an. So stellt „Namibia für Anfänger“ mit dem Besuch des Etosha Nationalparks, der Dünen von Sossusvlei, des Verbrannten Berges, dem UNESCO-Welterbe Twyfelfontein und des Küstenstädtchens Swakopmund einige der berühmtesten Sehenswürdigkeiten Namibias vor. Die „grüne“ Trekkingreise „Namibia – Bewusst wandern und genießen“ führt dagegen durch den beeindruckenden Fish River Canyon, entlang des Tok-Tokkie-Trails und in die Berge des Sperrgebiet Parks. Auch ein Farmerlebnis am Rande der Kalahari steht auf dem Tourenplan der 9-tägigen Wanderreise.

Mit der Gondwana Collection Namibia hat Hauser Exkursionen einen lokalen Partner ausgewählt, der den Leitgedanken der Nachhaltigkeit teilt: Der Lodgebetreiber stellt Menschen der Region ein und bietet ihnen Karrierechancen. Alle Gondwana Unterkünfte wurden im Einklang mit ihrer Umgebung konzipiert und sparen Wasser und Strom. Obst, Gemüse, Käse und Fleisch werden von einem Farmbetrieb geliefert.

**№ 41**

**Unternehmen geben weniger Geld für Geschäftsreisen aus**

Der deutsche Städtetourismus reagiert sehr unterschiedlich auf die globale Finanz- und Wirtschaftskrise. So ein erstes Stimmungsbild, das der Deutsche Tourismusverband (DTV) heute in Stuttgart vorstellte. Als ausschlaggebend für Zugewinne oder Rückgänge bei den Übernachtungszahlen im Januar und Februar 2009 erwies sich die Angebotsstruktur der Städte: Klassische Städtereiseziele verbuchten weniger bis gar keine Verluste, Geschäftsreiseziele dagegen spüren zum Teil gravierende Einbußen.

„Die Stimmung der deutschen Städte ist gut – trotz zum Teil erheblicher Buchungsrückgänge“, bilanzierte DTV-Vizepräsident Peter Siemering die stichprobenartige Umfrage des DTV. „Das zeigt: Die Städte konnten dank des Ansporns des DTV für neue Ideen im Deutschlandtourismus in den vergangenen Jahren vorsorgen. Das zahlt sich nun in der Finanz- und Wirtschaftskrise aus.“ Der Dachverband setzt sich mit seiner Klassifizierung von Privatunterkünften und dem Deutschen Tourismuspreis seit Jahren für einen qualitativ hochwertigen und innovativen Tourismus in Deutschland ein.

Laut DTV weichen die Angaben der befragten Städte zum Teil drastisch voneinander ab. In mittelgroßen Städten mit bis zu 100.000 Einwohnern wurden einerseits Zuwächse von bis zu einem Drittel erzielt, andererseits auch Rückgänge von über 20 Prozent. Im Durchschnitt verzeichneten die mittelgroßen Städte ein geringes Plus von einem Prozent bei den Übernachtungen im Januar und Februar 2009. In den Großstädten mit über 100.000 Einwohnern sind die Zahlen ähnlich unterschiedlich. Sie reichen von einem Plus von 43 Prozent bis zu einem Minus von 19 Prozent. Im Durchschnitt lagen die Rückgänge in den deutschen Großstädten bei 5 Prozent.

Die Krise trifft zuallererst den Geschäftsreisetourismus“, so Siemering weiter. „Dennoch bleibt der deutsche Städtetourismus das ökonomisch bedeutendste Segment und Motor des Deutschlandtourismus.“ Jetzt gelte es, zuzupacken und das am stärksten betroffene Geschäftsfeld zu stützen, sagte Siemering. Denn im Geschäftstourismus registrierten über 70 Prozent aller Städte Buchungsrückgänge bei inländischen Gästen. Buchungen ausländischer Gäste gingen in über 60 Prozent der Städte zurück. Je nach Struktur des Geschäftsreisetourismus verringerten sich die Übernachtungen in den einzelnen Städten zwischen 2 und 22 Prozent. Ursachen dafür sind gestraffte Budgets der Firmen für Reisekosten und Personal sowie weniger Konferenzen und Meetings. Ebenso fallen Messeauftritte oft kürzer aus.

Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, setzen die Städte in erster Linie auf vermehrte Marketingoffensiven und Kooperationen. Des Weiteren wollen die Städte neue touristische Quellgebiete erschließen, die bisher noch nicht in ihrem Fokus standen. Auch soll die Ausrichtung auf den deutschen Markt weiter optimiert und der derzeitigen Nachfrage angepasst werden. Gezielte und umfassende Qualitätsoffensiven sollen Deutschland als Reiseland zudem noch attraktiver machen. „Jetzt und für die Zeit nach der Krise müssen wir auf dem Markt präsent bleiben. Das bedeutet: auf den klassischen Städtetourismus setzen und die Kultur weiter nach vorne bringen“, regte Siemering die Städte an.

**№ 42**

**Radtourismus in Deutschland ein Milliardengeschäft**

Der Fahrradtourismus in Deutschland generiert als eines der wichtigsten touristischen Nachfragesegmente Gewinne in Milliardenhöhe: Die DTV-Studie ermittelte Bruttoumsätze von jährlich mindestens 9,16 Milliarden durch Ausgaben deutscher Fahrradtouristen. Mit der aktuellen Grundlagenuntersuchung „Fahrradtourismus in Deutschland“ liefert der Deutsche Tourismusverband (DTV) erstmals eine umfassende Untersuchung dieses gefragten Segmentes. Gemeinsam mit dem Beauftragten der Bundesregierung für Tourismus, Ernst Hinsken, MdB, stellte der DTV die Studie heute auf der Internationalen Tourismus-Börse ITB Berlin vor.

„Die wirtschaftliche Bedeutung des Fahrradtourismus in Deutschland und seine Wachstumspotenziale sind enorm“, kommentierte DTV-Präsident Reinhard Meyer die ökonomischen Kennziffern der Studie. „Das stärkere ökologische Bewusstsein, der Wunsch nach Aktiv- und Wellnessurlaub sowie steigende Energiepreise machen Radurlaub zu einer attraktiven Reise- und Urlaubsform.“

Auf den Fahrradtourismus entfallen laut DTV-Studie jährlich rund 175 Millionen Aufenthaltstage. Der Definition für Fahrradtourismus im engeren Sinne folgend, berücksichtigt dieser Wert nur „all jene Reisen, bei denen Fahrradfahren nicht nur als Hauptmotiv für einen Ausflug bzw. für die Reise gelten kann, sondern auch häufig betrieben wird.“ Ausgehend von der Studie „Tagesreisen der Deutschen“ der dwif-Consulting GmbH aus dem Jahr 2006 und dem „Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2008“ der Europäischen Reiseversicherung AG und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. konnte so die Zahl der Aufenthaltstage von Fahrradtouristen erhoben werden. Dieser Wert unterteilt sich weiter in 153 Millionen Fahrradausflüge und 22 Millionen fahrradtouristisch motivierte Übernachtungen.

Übernachtungsgäste mit Fahrrad geben durchschnittlich 64,60 Euro pro Kopf und Tag aus, Fahrradausflügler 16 Euro pro Kopf und Tag. Damit ergeben sich Bruttoumsätze durch Fahrradtouristen vor Ort von 3,87 Milliarden Euro im Jahr. Daneben entfallen rund 5,29 Milliarden Euro durch fahrradtouristische Investitionskosten indirekt auf dieses Segment. Mit einem Gesamtbruttoumsatz von 9,16 Milliarden Euro nimmt der Fahrradtourismus in Deutschland eine zentrale Position im Bereich touristischer Marktsegmente ein.

Allein aus den Bruttoumsätzen der Fahrradtouristen von 3,87 Milliarden Euro entstehen in Deutschland Einkommen in Höhe von insgesamt 1,89 Milliarden Euro. Somit bietet der Fahrradtourismus in Deutschland umgerechnet mindestens 186.000 Menschen Beschäftigung.

**№ 43**

**Der Reiz der Nähe – Klimafreundlicher Urlaub in Deutschland**

Ferien im eigenen Land anstelle einer Fernreise sind ein praktischer Beitrag zum Klimaschutz. Dieses Zukunftsthema für den Deutschlandtourismus diskutieren am 13. März Vertreter des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) und der Fachhochschule Eberswalde auf der Internationalen Tourismus-Börse ITB Berlin. Neben Referenten des DTV und Wissenschaftlern der Fachhochschule stellen touristische Anbieter aus Deutschland ihre klimafreundlichen Angebote vor.

„Für den DTV und seine Mitglieder ist der Klimawandel ein relevantes Thema“, sagte DTV-Vizepräsident Peter Siemering im Vorfeld. Zwar trage der Tourismus auch zum Klimawandel bei, aber er werde als stark wetter- und landschaftsabhängiger Wirtschaftszweig auch in besonderer Weise von ihm betroffen sein, so Siemering weiter.

Neueste Beobachtungen der Klimaforschung deuten darauf hin, dass tiefgreifende Veränderungen wohl schneller eintreten werden als von Wissenschaftlern befürchtet. Das bedeutet, der Tourismus muss sich – allein aus Eigeninteresse – entsprechend anpassen. Aus diesem Grund hat sich der DTV das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus auf seine Agenda gesetzt.

Wir fordern einen aktiven Einsatz zum Erhalt der Biodiversität, denn nur durch Respekt und Schutz von Naturräumen, von Pflanzen- und Tierwelt kann die biologische Vielfalt in Deutschland dauerhaft erhalten bleiben“, sagte Siemering. „Das nutzt auch der Wirtschaftskraft des Deutschlandtourismus!“

Die Fachdiskussion „Der Reiz der Nähe – Klimafreundlicher Urlaub in Deutschland“ ist eine Nachfolgeveranstaltung der DTV-Konferenz „Klimawandel fordert Tourismuswandel. Risiken und Chancen für die biologische Vielfalt und den Tourismus in Deutschland“. Diese fand im November des vergangenen Jahres statt und richtete sich an Touristiker, Politiker und Naturschützer. Gefördert wurde die DTV-Konferenz vom Bundesamt für Naturschutz sowie durch Mittel des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit.

**№ 44**

### [“Vulkane des Lebens” – neue Wanderrouten auf Teneriffa](http://www.reisenews-online.de/2011/12/28/vulkane-des-lebens-neue-wanderrouten-auf-teneriffa/)

Ab Sommer 2012 können sich Wanderfreunde und Naturlieber über ein weiteres Highlight auf Teneriffa freuen: „Vulkane des Lebens“ heißt das jüngste Projekt der Inselregierung, es bezeichnet fünf neue vulkanische Wanderrouten, die nicht nur Feriengäste, sondern auch Vulkanexperten begeistern und anziehen sollen. Die offizielle Eröffnung der Wanderwege ist für Sommer 2012 geplant.

Die Insel Teneriffa gehört zum kanarischen Archipel und ruht mitten im Atlantik. Ihr im wahrsten Sinne des Wortes hervorragendes Wahrzeichen ist der Vulkan Teide, Spaniens höchster Berg, der wie ein Wächter über der vielfältigen Insel thront. Teneriffa entstand vor circa sieben Millionen Jahren durch vulkanische Aktivität und die letzten Ausbrüche wurden 1706, 1798 und 1909 registriert. Der Vulkan zählt zu den aktiven Vulkanen unseres Planeten, stellt jedoch keine Bedrohung dar. Teneriffa ist aufgrund erstarrter Lavaströme und bizarrer Felsgebilde eine Insel mit vielen Landschaftsformationen, auf der alle vulkanischen Prozesse nachvollzogen werden können.

1. Route „Große Verschiebungen“: Dieser Weg führt nach La Orotava, in das Tal von Güimar, zum bekannten Humboldt-Blick, nach La Crucita oder zu der Gesteinsformation Rosa de Piedra (Steinrose).

2. Route „Historische Vulkane“: Bei dieser Route ist die Region um Santiago del Teide mit “Siete Fuentes”, dem “Arafo Vulkan“ oder „Chinchero“ ein Muss. Außerdem gehören verschiede Aussichtspunkte dazu, wie zum Beispiel “Narices del Teide“ (Nasen des Teide), die Hochebende Ucanca und der malerische Fischerort Garachico.

3. Route „Steilwand von Abeque“: Dieser Wanderweg befindet sich zwischen den Orten Vilaflor und Icod de los Vinos, einer der bekanntesten Weinregionen Teneriffas. Die schönsten Aussichtspunkte finden Wanderer hier in den „Samara“ Bergen, „Pino Gordo“ oder „Boca Cangrejo“.

4. Route „Explosive Eruptionen“: Hier geht es in die Gegenden, die in der Vergangenheit sehr stark von vulkanischen Aktivitäten landschaftlich verändert wurden. Der Turmfelsen von Jama, die Vulkane „Montaña roja“ oder „Chiñama“ sind gute Beispiele dafür. Auf dem Weg dorthin sind auch die Kirche „Los Blanquitos“ und der Ausblick von Centinela zu empfehlen.

5. Route „Altes Gebirgsmassiv“: So heißt die letzte der geplanten neuen Vulkanrouten. Dazu gehören die Masca Schlucht, die Steilküste von Los Gigantes oder der Vulkan von Taco-Buenavista. Nicht zu vergessen sind der Emigranten-Balkon und die Schlucht von Natero.

**№ 45**

## Arten von Reisebüros: Vollreisebüro

Volle Lizenzierung: [IATA](http://de.wikipedia.org/wiki/IATA), Bahn, DER sowie mindestens ein Leitveranstalter. Das Vollreisebüro verkauft also neben den normalen Reisen/Pauschalreisen, auch Linienflugscheine und Bahnwerte. Das Vollreisebüro vertritt außerdem meist einen Großveranstalter wie TUI, REWE Touristik oder Thomas Cook, sowie viele kleinere Reiseveranstalter. Zahlreiche *Vollreisebüros* treten auch selbst als [Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) auf und haben manchmal einen eigenen Reisekatalog.

Merkmale: oft Kettenreisebüro, Jahresumsatz je nach Lage und Kettenzugehörigkeit ca. 1,5 Millionen [Euro](http://de.wikipedia.org/wiki/Euro), kann auch hohen Umsatzanteil im Firmengeschäftsbereich haben.

**№ 46**

## Arten von Reisebüros: Reisebüroketten

Wie in anderen Bereichen der Wirtschaft hat vor Jahren die Kooperation auch in der Reisebranche begonnen. Der ursprüngliche Zweck dieser Zusammenschlüsse war es, bessere Einkaufsbedingungen bei den Leistungsträgern zu erhalten („Gemeinsam sind wir stark!“). Doch reichte bei vielen die finanziellen Reserven nicht für das Überleben aus und so wurde ein Teil der bestehenden Reisebüroketten von den großen Reiseveranstaltern aufgekauft und in deren Vertriebsnetz integriert und weiter ausgebaut.

So teilen sich drei große Reisebüroketten im Privatkundengeschäft mehr als 2/3 des Umsatzes. Zu den Marktführern zählen:

* die Vertriebsmarken der REWE-Touristik – circa 600 Reisebüros der Marken DER Reisebüro, DERPART und ATLASREISEN zuzüglich ca. 1200 Kooperationsreisebüros
* TUI Leisure Travel mit Reisebüros der Marken Hapag Lloyd, FIRST, TUI Reisecenter und deren Franchise- und Kooperationspartner

Thomas Cook/Neckermann sowie deren Franchise- und Kooperationspartner.

**№ 47**

## Arten von Reisebüros: Spezialreisebüros

#### Zielgruppenorientiert. Das sind Reisebüros, die ihre Angebote bewusst auf spezielle Zielgruppen zuschneiden. Dies können bei Zielgruppen zum Beispiel Behinderte, Senioren oder Rollstuhlfahrer, Pflegebedürftige, Dialysepatienten, Sportreisen (Tennis- oder Fußballclubs und Ähnliches) sein.

Dabei bedienen sich diese Reisebüros entweder Spezialreiseveranstatler (wie z. B. HandicapNet, Mare-Nostrum, Süße-Reisen etc.) oder werden selbst als [Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) mit Spezialreisen tätig. Der Vorteil für betroffene Reisegäste ist, dass speziell auf ihre Zielgruppe zugeschnittene Angebote offeriert werden, die spezifisch erforderliche Rahmenbedingungen bewusst aufzeigen.

#### Ziellandorientiert. Es gibt eine Reihe von Reiseveranstaltern, die sich nur auf ein oder zwei Zielländer spezialisiert haben, um so ein hohes Produktwissen zu haben, das ihnen einen Vorteil gegenüber jenen Vertriebsarten schafft, die über alle Länder und Reisearten bescheid wissen müssen. Diese Reiseveranstalter bieten dann spezielle Programme an, organisieren auch individuell zusammen gestellte Reisen.

**№ 48**

## Arten von Reisebüros: Consolidator

Die Tätigkeit eines *Consolidators* umfasste bis vor wenigen Jahren unter anderem den Verkauf von so genannten Graumarkttickets. Dies sind [Linienflugtickets](http://de.wikipedia.org/wiki/Linienflug), die „inoffiziell“, aber mit Duldung der Anbieter, zu Sondertarifen unterhalb der staatlich genehmigten Flugpreise verkauft werden.

Durch die rasante Veränderung am Flugpreismarkt (die Freigabe aller Preise bedeutet den Wegfall der Genehmigungspflicht innerhalb des gesamten europäischen Flugverkehrsgebietes) haben inzwischen Graumarkttarife ihren Stellenwert verloren. Für Langstreckenverbindungen wurden sie durch zwei neue Tarife ersetzt: dies sind verhandelte Nettotarife zwischen Consolidator oder Kette oder auch großen Firmen auf der einen Seite und Fluggesellschaften auf der anderen und Tarife, die nur zusammen mit dem Verkauf einer Landleistung (z. B. Unterkunft, Mietwagen) gelten.

Trotzdem haben *Consolidatoren* durchaus noch ihre Daseinsberechtigung. Denn mehr als zwei Drittel aller Reisebüros haben keine Lizenz zum Ausstellen von Flugtickets (sind keine so genannten [IATA](http://de.wikipedia.org/wiki/IATA)-Agenturen). Diese Reisebüros müssen ihre [Tickets](http://de.wikipedia.org/wiki/Ticket_(Luftfahrt)) beim *Consolidator* beziehen. Auch die meisten Internetportale wickeln ihre Reisen nicht selbst ab, sondern beauftragen hiermit einen *Consolidator* oder andere Dienstleister, man spricht dann von *Fulfilment Center*.

Für Privatkunden mit der Idee, über den *Consolidator* einen günstigeren Flugpreis zu erzielen, macht der Versuch, einen solchen ausfindig zu machen, jedoch keinen Sinn. Erstens ist durch die heute weitgehend vollautomatisierte Abwicklung die Spanne mit circa 5,- € zu gering, als dass es sich lohnen würde, und zweitens ist keine Infrastruktur für die nötige Beratung vorhanden.

Der *Consolidator* ist die Schnittstelle zwischen Reisebüros und Fluggesellschaften. Ein *Consolidator* nimmt eine Vermittlerposition zwischen Reisebüro und Fluggesellschaften ein. Im Wesentlichen gehören folgende Aufgabenbereiche zum Consolidator-Geschäft: Verträge mit Fluggesellschaften; Veröffentlichung und Pflege von Flugtarifen in Datenbanken; Verträge mit Reisebüros; Service, telefonische Beratung für Reisebüros; Ticketerstellung (Etix, Tickethinterlegung, Papierticket); Versandabteilung, Botendienst; Buchhalterische Organisation.

Durch die vielfältigen Aufgaben im Großkundengeschäft ist eine Betreuung von Privatkunden in der Regel nicht möglich. Eine Struktur für eine Endkundenbetreuung ist nicht vorgesehen und auch nicht erwünscht. Daher erhalten nur die Partner aus der Reisebürobranche Flugtickets zu Sonderkonditionen, nicht aber der Endkunde.

**№ 49**

**Tourismusmanagement**

Nach der Definition von Ulrich wird als Management die Gestaltung und Lenkung zweckorientierter sozialer Systeme verstanden. Auch der Tourismus kann als ein solches System verstanden werden, das mit marktlichen und gesellschaftlichen Teilöffentlichkeiten in engen wechselseitigen Austauschbeziehungen steht. So gehen beispielsweise von der Umwelt Einflüsse auf das touristische System aus, wie die Veränderung der Werthaltungen der Bevölkerung, durch die das Verhalten der Touristen maßgeblich geprägt wird.

Das Tourismusmanagement ist unter anderem verantwortlich für: die Verbesserung der Konzepte und Geschäftsmodelle; die Entwicklung neuer Ertragsmodelle und die Ertragssteuerung; die Einbeziehung neuer Kommunikationsmittel/-wege in das Unternehmen; die Entwicklung neuer Produkte / Produktdifferenzierung; Strategien für die Bearbeitung neuer Märkte.

Die Besonderheit am Tourismusmanagement ist, dass es aus drei verschiedenen "Lehren" besteht. Das Tourismusmanagement muss nämlich die allgemeine [Betriebswirtschaftslehre](http://de.wikipedia.org/wiki/Betriebswirtschaftslehre), allgemeine Managementlehre und die Tourismuslehre miteinander vereinen, um erfolgreich zu sein. Jedoch können fast alle Konzepte der allgemeinen Managementlehre auf den Tourismus übertragen werden. So ist das Tourismusmanagement eine spezielle Managementlehre, die sich mit den Besonderheiten der einzelnen Tourismusbetriebe sowie der Führung dieser Betriebe beschäftigt.

**№ 50**

**Auch Sommersaison betroffen**

Die Zurückhaltung der deutschen Konsumenten bei Urlaubsbuchungen nach Ägypten oder Tunesien ist dabei laut GfK-Studie nicht auf den aktuellen Zeitraum begrenzt, sondern erstreckt sich bis weit in die Sommersaison hinein.

Für Tunesien sind die Buchungen für die kommenden Reisemonate insgesamt um 85 Prozent eingebrochen. Bis zur ersten Januarwoche verzeichneten die Buchungsumsätze für das Urlaubsland noch ein Plus von 12 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Das Reiseland Ägypten hat in demselben Buchungszeitraum die Hälfte seiner Reiseumsätze eingebüßt, in absoluten Umsatzzahlen sogar mehr noch als Tunesien.

Nach Spanien und der Türkei ist Ägypten das drittwichtigste Pauschalreiseziel der Deutschen. Fast ein Drittel des Jahresumsatzes für Ägyptenurlaube wird üblicherweise im Januar gebucht. Wie sich die Reisebuchungen hinsichtlich der aktuellen politischen Entspannung der Lage in Ägypten entwickeln werden, bleibt abzuwarten.

|  |
| --- |
| **Glossar** |

**Agenturvertrag** regelt die Rechte und Pflichten zwischen einem [Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) und einem Reisevermittler. Darin werden u. a. die Höhe der Erfolgsvergütung ([Provision](http://de.wikipedia.org/wiki/Provision)), die Zahlungsverpflichtungen beider Vertragspartner, was der Reisevermittler gegenüber dem Kunden als [Erfüllungsgehilfe](http://de.wikipedia.org/wiki/ErfÃ¼llungsgehilfe) des Reiseveranstalters zu tun oder zu unterlassen hat, geregelt. Ein Agenturvertrag wird üblicherweise über die Laufzeit von einem Geschäftsjahr abgeschlossen. Wobei sich aus der Tradition heraus ein Geschäftsjahr in der Reisebranche vom 1. November bis 31. Oktober ergibt.

**Autobahnraststätte** (auch Autobahnrastplatz, -rastanlage oder -rasthof) dient hauptsächlich der Erholung während längerer Fahrtdistanzen im [Fernverkehr](http://de.wikipedia.org/wiki/Fernverkehr) und bietet dem Schwerlastverkehr Stellplätze, um die gesetzlich vorgeschriebenen Ruhezeiten einhalten zu können. Der Autobahnraststätte ist in der Regel eine [Tankstelle](http://de.wikipedia.org/wiki/Tankstelle) angeschlossen – mit Waschräumen, [Toiletten](http://de.wikipedia.org/wiki/Toilette) sowie Babywickelräumen und häufig auch behindertengerechten Einrichtungen für die Reisenden. Ferner verfügen Rastanlagen meistens über Einkaufsmöglichkeiten, öffentliche Telefone und Internetzugang und oftmals über einen Kinderspielplatz. Meist sind die Raststätten durchgehend geöffnet. Viele Autobahnraststätten haben ein separates [Restaurant](http://de.wikipedia.org/wiki/Restaurant). Es ist meist in einem weiteren Gebäude abseits der Tankstelle untergebracht. Bei einigen Anlagen befinden sich auch Tankshop und Raststätte unter einem Dach.

**Beherbergungsbetrieb** ist ein Unternehmen, das gegen Entgelt Personen eine Übernachtungsmöglichkeit zur Verfügung stellt. Beherbergungsbetriebe unterliegen besonderen gesetzlichen Grundlagen wie dem Beherbergungsvertrag und dem Gastaufnahmevertrag.

**Camping** (von [lat.](http://de.wikipedia.org/wiki/Latein) campus „Feld“) bezeichnet eine Form des [Tourismus](http://de.wikipedia.org/wiki/Fremdenverkehr). Die Urlauber übernachten in diesem Fall in [Zelten](http://de.wikipedia.org/wiki/Zelt), [Wohnwagen](http://de.wikipedia.org/wiki/Wohnwagen) oder [Wohnmobilen](http://de.wikipedia.org/wiki/Wohnmobil). Wird in Zelten gecampt, so spricht man auch von Zelten. Dabei steht meist ein einfaches, [naturnahes](http://de.wikipedia.org/wiki/Natur) Campen ohne [Luxus](http://de.wikipedia.org/wiki/Luxus) im Vordergrund der [Erholungssuchenden](http://de.wikipedia.org/wiki/Erholung). Camping hat sich Anfang des 20. Jahrhunderts etabliert und ist mittlerweile weitverbreitet. Inzwischen finden sich weltweit Möglichkeiten, auf [Campingplätzen](http://de.wikipedia.org/wiki/Campingplatz) meist in landschaftlich reizvollen Lagen wie beispielsweise [Nationalparks](http://de.wikipedia.org/wiki/Nationalpark) zu übernachten. Campingplätze stellen neben dem Stellplatz die sanitären und elektrischen Versorgungseinrichtungen zur Verfügung. Oftmals haben sie darüber hinaus Angebote zur Freizeitgestaltung, sowie zur Versorgung mit Lebensmitteln und anderen Gütern des täglichen Bedarfs. Übernachtungen auf Campingplätzen sind in der Regel preiswerter als in [Hotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel).

**Chalet** ist ein im Alpenraum, insbesondere in der [Schweiz](http://de.wikipedia.org/wiki/Schweiz) verbreiteter ländlicher Haustyp. Chalets werden traditionell aus Holz gefertigt oder haben zumindest eine Holzverschalung. Typisch für das Chalet ist ein flaches [Satteldach](http://de.wikipedia.org/wiki/Satteldach) mit weitem [Dachüberstand](http://de.wikipedia.org/wiki/DachÃ¼berstand).

**Check-in** ist der Abfertigungsvorgang für [Reisende](http://de.wikipedia.org/wiki/Reise) zur Feststellung der Anwesenheit und zur Feststellung der mitgeführten [Gepäckmenge](http://de.wikipedia.org/wiki/Gep%C3%A4ck).

**Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband e.V.** (DEHOGA Bundesverband) ist der Branchenverband des deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes. Er hat ca. 75.000 Mitglieder und betreibt Informations- und [Lobbyarbeit](http://de.wikipedia.org/wiki/Lobbyismus) für die deutsche [Gastronomie](http://de.wikipedia.org/wiki/Gastronomie). Außerdem tritt er als [Tarifpartner](http://de.wikipedia.org/wiki/Tarifpartner) auf [Arbeitgeberseite](http://de.wikipedia.org/wiki/Arbeitgeber) auf und führt [Marketingaktionen](http://de.wikipedia.org/wiki/Marketing) durch. Auch die [Klassifizierung](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotelklassifikation_in_Deutschland) der deutschen Hotels fällt hierunter.

**Eisenbahnhotel** werden die im 19. und frühen 20. Jahrhundert von privaten [Bahnunternehmen](http://de.wikipedia.org/wiki/Bahngesellschaft) errichteten, heute vielfach unter [Denkmalschutz](http://de.wikipedia.org/wiki/Denkmalschutz) stehenden, zum Teil aber auch umgewidmeten oder einer ungewissen Zukunft entgegen sehenden luxuriösen Großhotels bezeichnet.

**Expedient** ist ein [kaufmännischer](http://de.wikipedia.org/wiki/Kaufmann) [Angestellter](http://de.wikipedia.org/wiki/Angestellter), der für den [Versand](http://de.wikipedia.org/wiki/Versandhandel) von [Waren](http://de.wikipedia.org/wiki/Ware) und [Gütern](http://de.wikipedia.org/wiki/Gut_(Wirtschaftswissenschaft)) verantwortlich ist. Er stellt unter anderem sicher, dass die zu transportierenden Güter geeignet verpackt sind und die in den jeweiligen [Absender](http://de.wikipedia.org/wiki/Absender)- und [Empfänger](http://de.wikipedia.org/wiki/Empf%C3%A4nger_(Information))-Ländern geltenden Sicherheits-, Transport- und Umweltbestimmungen eingehalten werden. Zudem obliegt es dem Expedienten die für die Güter günstigste bzw. die geeignetste [Beförderungsmethode](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Bef%C3%B6rderungsmethode&action=edit&redlink=1) auszuwählen oder aber über ein Abkommen mit dem Käufer über eine erwünschte [Beförderungsmethode](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Bef%C3%B6rderungsmethode&action=edit&redlink=1) zu liefern.

**Fremdenverkehr** ist der zunehmend veraltende traditionelle Begriff für die Erscheinung und den Wirtschaftszweig, der heute oft als [Tourismus](http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus) bezeichnet wird. Ein wesentlicher Hintergrund dieser Entwicklung dürfte die Internationalisierung der Fremdenverkehrsbranche sein. Im deutschen Sprachraum waren (und sind gelegentlich noch) folgende Unterscheidungen üblich: Fremdenverkehr = hereinkommende Gäste; Tourismus = wegfahrende Einheimische. (Dem Fremdenverkehrsamt stand etwa der „Touristenverein [Naturfreunde](http://de.wikipedia.org/wiki/Naturfreunde)“ gegenüber.) Fremdenverkehr umfasst alle Reisen; Tourismus nur Freizeitreisen. Diese Unterscheidung wird heute kaum noch verwendet bzw. verstanden. So spricht man zum Beispiel seit langem auch vom Kongresstourismus oder vom Geschäftstourismus, neuerdings auch vom Kriminaltourismus (aus Osteuropa Anreisende, die nach ihrer illegalen Tätigkeit sofort wieder abreisen).

**Gastgewerbe** (präziser Hotel- und Gastgewerbe) ist die [gewerbsmäßige](http://de.wikipedia.org/wiki/Gewerbe) Verpflegung und/oder Beherbergung in einem Beherbergungs- und Gaststättenbetrieb. Das Gastgewerbe gliedert sich in zwei Haupt-Kategorien: 1) [Beherbergung](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Beherbergung&action=edit&redlink=1) (Übernachtung): [Hotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel) (Hotellerie), [Privatpensionen](http://de.wikipedia.org/wiki/Pension_(Tourismus)), [Parahotellerie](http://de.wikipedia.org/wiki/Parahotellerie), [Gasthof](http://de.wikipedia.org/wiki/Gasthof)/[Gasthäuser](http://de.wikipedia.org/wiki/Gasthaus) mit Beherbergung, [Autobahnraststätten](http://de.wikipedia.org/wiki/AutobahnraststÃ¤tte), Öffentliche [Klubhütten](http://de.wikipedia.org/wiki/Klub), [Kurhäuser](http://de.wikipedia.org/wiki/Kur), [Campingplätze](http://de.wikipedia.org/wiki/Camping) etc. ; 2) [Gastronomie](http://de.wikipedia.org/wiki/Gastronomie) (Verpflegung): [Restaurant](http://de.wikipedia.org/wiki/Restaurant), [Tearoom](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Tearoom&action=edit&redlink=1)/[Café](http://de.wikipedia.org/wiki/CafÃ©), [Bar](http://de.wikipedia.org/wiki/Bar_(Lokal)), [Nachtlokal](http://de.wikipedia.org/wiki/Nachtlokal), [Dancing](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Dancing&action=edit&redlink=1), [Kursaal](http://de.wikipedia.org/wiki/Kursaal), [Autobahnrestaurant](http://de.wikipedia.org/wiki/Autobahnrestaurant), [Selbstbedienungsrestaurant](http://de.wikipedia.org/wiki/Selbstbedienungsrestaurant), [Systemgastronomie](http://de.wikipedia.org/wiki/Systemgastronomie), [Be-triebsverpflegung](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Betriebsverpflegung&action=edit&redlink=1), [Sozialverpflegung](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Sozialverpflegung&action=edit&redlink=1), [Catering](http://de.wikipedia.org/wiki/Catering), [mobiles Gastgewerbe](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Mobiles_Gastgewerbe&action=edit&redlink=1) etc. Gastgewerbebetriebe der Beherbergung bieten im allgemeinen auch Verpflegung, etwa als [Vollpension](http://de.wikipedia.org/wiki/Vollpension) (Übernachtung und alle [Mahlzeiten](http://de.wikipedia.org/wiki/Mahlzeit)) oder [Halbpension](http://de.wikipedia.org/wiki/Halbpension) (Übernachtung mit Frühstück und einer Mahlzeit) sowie Übernachtung mit Frühstück. In Deutschland gehörten nach Angaben des Statistischen Bundesamtes 2003 dem Gastgewerbe 256.214 Unternehmen an, die wiederum über 691.694 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte verfügten. Der Umsatz des gesamten Gastgewerbes belief sich 2003 auf 55.331.733.000 Euro.

**Gastronomie** (aus [griechisch](http://de.wikipedia.org/wiki/Altgriechische_Sprache) γάστρο- gastri- - Bauch- und [griechisch](http://de.wikipedia.org/wiki/Altgriechische_Sprache) νόμος -nomos - Gesetz). Gaststättengewerbe; feine [Kochkunst](http://de.wikipedia.org/wiki/Kochkunst)) ist der Teilbereich des [Gastgewerbes](http://de.wikipedia.org/wiki/Gastgewerbe), welcher sich mit der Verköstigung zahlender Gäste in [Gaststätten](http://de.wikipedia.org/wiki/GaststÃ¤tte) befasst. Gastronomie ist eine [Dienstleistung](http://de.wikipedia.org/wiki/Dienstleistung). Die Unternehmer der deutschen Gastronomie werden von Kunden [Gastwirte](http://de.wikipedia.org/wiki/Gastwirt) genannt und sind z. B. organisiert im „Deutschen Hotel- und Gaststättenverband e. V.“ ([DEHOGA](http://de.wikipedia.org/wiki/DEHOGA)), die Arbeitnehmerseite in der „[Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten](http://de.wikipedia.org/wiki/Gewerkschaft_Nahrung-Genuss-GaststÃ¤tten)“. Kunden werden in der Gastronomie immer Gäste genannt. Im 19. Jahrhundert wurde eine [Gaststätte](http://de.wikipedia.org/wiki/GaststÃ¤tte) als Restauration bezeichnet.

**Gaststätte** (auch: Wirtshaus oder Wirtschaft, in ländlichen Regionen Norddeutschlands Dorfkrug, im Schleswigschen Krog, in [Sachsen](http://de.wikipedia.org/wiki/Sachsen) [Erbgericht](http://de.wikipedia.org/wiki/Erbgericht), in der [Oberlausitz](http://de.wikipedia.org/wiki/Oberlausitz) [Kretscham](http://de.wikipedia.org/wiki/Kretscham), besonders in Studentenkreisen [Schänke](http://de.wikipedia.org/wiki/SchÃ¤nke) bzw. Schenke - abgeleitet von Ausschank bzw. ausschenken) ist ein [gastronomischer](http://de.wikipedia.org/wiki/Gastronomie) Betrieb, in dem Getränke oder Speisen zum sofortigen Verzehr verkauft werden und der hierzu eine Aufenthaltsmöglichkeit bietet, beispielsweise ein [Restaurant](http://de.wikipedia.org/wiki/Restaurant), einen [Biergarten](http://de.wikipedia.org/wiki/Biergarten) oder eine [Kneipe](http://de.wikipedia.org/wiki/Kneipe).

**Gruppenreisen** sind Reisen, an denen eine größere Anzahl von Personen als geschlossene Gruppe teilnimmt. Als besonderes Merkmal ist in der Regel die Teilnahme aller Mitreisenden am gesamten Reise(Besichtigungs)-programm. Der einzelne Teilnehmer wird manchmal seine persönlichen Interessen zugunsten des Gruppeninteresses zurück stellen müssen. Er wird nicht so zeitflexibel sein können, wie beispielsweise bei einer [Individualreise](http://de.wikipedia.org/wiki/Individualreise) oder auch bei einer [Pauschalreise](http://de.wikipedia.org/wiki/Pauschalreise) (die aber durchaus auch eine Gruppenreise sein kann). Typische Transportmittel sind der [Reisebus](http://de.wikipedia.org/wiki/Reisebus) und das [Flugzeug](http://de.wikipedia.org/wiki/Flugzeug). Der wohl wichtigste Vorteil ist der finanzielle gegenüber einer Individualreise. Beispielsweise gewähren Hotels, Museen und andere Besichtigungspunkte meist einen Gruppentarif, der deutlich unter dem Preis an Einzelreisende, an Private liegt. Manche Einrichtungen gewähren bereits bei kleinere Gruppen deutliche Ermäßigungen. Es gibt jedoch keine festen Größenbegriffe (manche gewähren bereits bei 10 Personen Ermäßigungen, andere erst ab 15, die meisten ab 20 Personen). Während Museen und Sehenswürdigkeiten die Preise häufig im Internet darstellen, erhält man Gruppenpreise in Hotels und Restaurants nur auf konkrete Anfrage.

**Halbpension** ist die Bezeichnung für eine Verpflegungsart während eines Reiseaufenthalts, wie beispielsweise in einem [Hotel](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel) oder einer [Pension](http://de.wikipedia.org/wiki/Pension_(Tourismus)). Bei der Halbpension sind zwei Mahlzeiten, jedoch fast nie die Getränke, eingeschlossen: Ein [Frühstück](http://de.wikipedia.org/wiki/FrÃ¼hstÃ¼ck) und ein [Mittagessen](http://de.wikipedia.org/wiki/Mittagessen) (eher selten) oder [Abendessen](http://de.wikipedia.org/wiki/Abendessen) (typischerweise). Sind alle drei Mahlzeiten eingeschlossen, spricht man von [Vollpension](http://de.wikipedia.org/wiki/Vollpension). In Reiseunterlagen wird Halbpension oft mit H oder HP abgekürzt. Eine einheitliche Abkürzung gibt es allerdings nicht.

[**Handelsmakler**](http://de.wikipedia.org/wiki/Handelsmakler) im Sinne von §§ 93ff [HGB](http://de.wikipedia.org/wiki/Handelsgesetzbuch) ist ein nicht durch Agenturverträge an einzelne, bestimmte Reiseveranstalter gebundenes Reisebüro. Es kann freier bei der Wahl der Reiseveranstalter entscheiden, die es seinen Kunden vermittelt. Reisevermittler mit Handelsmaklerstatus vermitteln Reiseveranstaltungen im fremden Namen und auf fremde Rechnung.

[**Handelsvertreter**](http://de.wikipedia.org/wiki/Handelsvertreter)sind Reisevermittler, die meist an [Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) durch einen Agenturvertrag gebunden sind; diese Bindung kann bei der Angebotsempfehlung an Kunden eine Rolle spielen, da einerseits der Reisevermittler Umsatzvorgaben vom Reiseveranstalter zu erfüllen hat, andererseits von diesem bessere Produktschulungen erhält u. a. m.; ein Reisevermittler mit Handelsvertreterstatus handelt im fremden Namen auf fremde Rechnung; daher kann dieser Reisevermittler auch als [Erfüllungsgehilfe](http://de.wikipedia.org/wiki/ErfÃ¼llungsgehilfe) des Reiseveranstalters gesehen werden.

**Hotel** ist ein Beherbergungs- und Verpflegungsbetrieb für [Gäste](http://de.wikipedia.org/wiki/Gast) gegen Bezahlung. Es ist ein [touristisches](http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus), dem [Hotel- und Gaststättengewerbe](http://de.wikipedia.org/wiki/Gastgewerbe) zuzuordnendes [Unternehmen](http://de.wikipedia.org/wiki/Unternehmen).

**Hotel garni** sind [Hotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel), welche als Verpflegung nur Frühstück anbieten und keinen klassischen Restaurantbetrieb führen. Sie werden meistens privat geführt und besitzen in der Regel eine kleinere Zimmeranzahl, als es in [Hotelketten](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotelkette) der Fall ist. Besonders charakteristisch zeigt sich bei vielen Hotels, trotz aller Professionalität, eine gewisse familiäre Atmosphäre. Das spiegelt sich auch in Angebot des Zusatzprogrammes wieder, so bieten viele schon im voraus regionalbedingte Zusatzbuchungen für Urlaubserlebnisse (zB. Skipass, Kahnfahrten oder geführte Wandertouren) oder besondere Dienstleistungen, wie Babysitting, an.

**Hotelstern** ist ein Bewertungssymbol, das in verschiedenen Ländern der [Klassifikation](http://de.wikipedia.org/wiki/Klassifikation) von [Hotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel) nach bestimmten [Kriterien](http://de.wikipedia.org/wiki/Kriterium) dient. Der [Klassifizierung](http://de.wikipedia.org/wiki/Klassifizierung) zugrunde gelegt werden [Qualitäts](http://de.wikipedia.org/wiki/QualitÃ¤t)- und [Leistungsmerkmale](http://de.wikipedia.org/wiki/Leistung) wie [Infrastruktur](http://de.wikipedia.org/wiki/Infrastruktur), Größe und [Ausstattung](http://de.wikipedia.org/wiki/Innenausstattung) der Zimmer, Empfangs- und Aufenthaltsräume und der gebotene Service. Die offiziell verliehenen Hotelsterne sind nicht mit den Sternen oder anderen Symbolen zu verwechseln, die in Reiseführern, Reisekatalogen, Zeitschriften und dergleichen angeführt werden. Da es keine international einheitlichen Zertifizierungen gibt, gibt es in Europa üblicherweise maximal 5-Sterne-Hotels. In manchen Ländern gibt es bis zu 7 Sterne, je nachdem, welches Zertifizierungs-unternehmen zur Sternevergabe beauftragt wurde.

**Incoming-Agentur** (auf Deutsch auch Zielgebietsagentur genannt) ist eine Einrichtung aus dem Tourismus-Geschäft. Die Incoming-Agentur fördert die Vermarktung ihrer [Destination](http://de.wikipedia.org/wiki/Destination) (Zielgebiet) und koordiniert Reise- und Touristikdienstleistungen gemeinsam mit den beteiligten Anbietern, Veranstaltern und [Reisebüros](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseb%C3%BCro).

**Individualreise** in eine [Reise](http://de.wikipedia.org/wiki/Reise), bei der der Reisende die erforderlichen Leistungen einzeln bucht. Gegensatz dazu ist die [Pauschalreise](http://de.wikipedia.org/wiki/Pauschalreise). Bei Individualreisen schließt der Reisende nicht wie bei der Pauschalreise einen einheitlichen Vertrag mit einem Reiseveranstalter, sondern für jede Einzelleistung einen eigenen Vertrag mit dem jeweiligen Leistungsträger, der auch Reiseveranstalter sein kann. Dementsprechend findet auch nicht pauschal [Reisevertragsrecht](http://de.wikipedia.org/wiki/Reisevertrag) Anwendung, sondern die für den jeweiligen Vertragstyp ([Dienst-](http://de.wikipedia.org/wiki/Dienstvertrag), [Werk-](http://de.wikipedia.org/wiki/Werkvertrag), [Mietvertrag](http://de.wikipedia.org/wiki/Mietvertrag) etc.) einschlägigen Vorschriften.

**Inland-Tourismus** ist die Bezeichnung für ein [Reiseverhalten](http://de.wikipedia.org/wiki/Reise), das sich auf das eigene Land beschränkt.

**Kreuzfahrt** ist eine [Urlaubs](http://de.wikipedia.org/wiki/Urlaub)[reise](http://de.wikipedia.org/wiki/Reise) auf einem [Kreuzfahrtschiff](http://de.wikipedia.org/wiki/Kreuzfahrtschiff), bei der entlang einer bestimmten Route verschiedene touristische Ziele angelaufen werden. Die Routen können auf Weltmeeren sein, aber auch auf Binnenwasserstraßen wie z. B. dem [Mississippi](http://de.wikipedia.org/wiki/Mississippi_River), der [Wolga](http://de.wikipedia.org/wiki/Wolga), dem [Rhein](http://de.wikipedia.org/wiki/Rhein), der [Mosel](http://de.wikipedia.org/wiki/Mosel), der [Rhône](http://de.wikipedia.org/wiki/RhÃ´ne), der [Donau](http://de.wikipedia.org/wiki/Donau) oder auf dem [Jangtse](http://de.wikipedia.org/wiki/Jangtse). Eine Kreuzfahrt kann auf [Passagierschiffen](http://de.wikipedia.org/wiki/Passagierschiff) unterschiedlicher Größen stattfinden, die meist ein umfangreiches Freizeitprogramm anbieten. Die Fahrt zu den Zielhäfen findet häufig nachts statt, damit tagsüber entsprechend Zeit für [Landgänge](http://de.wikipedia.org/wiki/Landgang_(Seefahrt)) am Besichtigungsort und seiner Umgebung bleibt. Dazu bieten die Veranstalter oft Tagesausflüge in geführten Gruppen an, welche meist an Bord buchbar sind. Hauptzweck einer Kreuzfahrt ist neben der Nutzung des breit gefächerten Angebots auf den Schiffen das Kennenlernen fremder Länder und deren Kultur. Dazu dienen Landausflüge, wenn das Kreuzfahrtschiff im Zielgebiet vor Anker bzw. im Hafen liegt. Es gibt weltweit inzwischen Hunderte von Kreuzfahrtschiffen, die bis zu 4370 [Passagiere](http://de.wikipedia.org/wiki/Passagier) aufnehmen können. Da Kreuzfahrten heute in jeder Preislage angeboten werden, trifft man an Bord auf ein recht gemischtes Publikum.

**Kulturtourismus** versteht man [Reisen](http://de.wikipedia.org/wiki/Reise) mit dem Ziel [Baukunst](http://de.wikipedia.org/wiki/Kulturdenkmal) oder kulturelle [Veranstaltungen](http://de.wikipedia.org/wiki/Veranstaltung) zu besuchen. Der individuelle Grund für Bildungs-, Studien- oder Kulturreisen ist dabei die [Kultur](http://de.wikipedia.org/wiki/Kultur) fremder Länder kennenzulernen oder die eigene [Bildung](http://de.wikipedia.org/wiki/Bildung) anderweitig zu erweitern und zu vertiefen.

**Lastminute** kommt ursprünglich aus der [Tourismusbranche](http://de.wikipedia.org/wiki/Fremdenverkehr) und bezeichnet alle Reiseangebote, deren Abreisetag innerhalb der nächsten 14 Tage liegt. Die Definition stammt vom Deutschen [Reisebüro](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseb%C3%BCro) und [Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) Verband e.V. (kurz DRV) und wird hauptsächlich im Deutschen Reisemarkt verwendet. Im englischen Sprachraum versteht man den Begriff nicht.

**Outgoing-Agentur** ist das in den Herkunftsländern der Touristen angesiedelte klassische Reisebüro; sie befasst sich mit dem so gen. „hinausgehenden [Tourismus](http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus)“ (von [engl.](http://de.wikipedia.org/wiki/Englische_Sprache) outgoing tourism), d. h. sie erstellt Reiseprogramme im In- und Ausland für ihre auf dem heimischen Herkunftsmarkt geworbenen Kunden.

**Parahotellerie** ist Teil des [Beherbergungsgewerbes](http://de.wikipedia.org/wiki/Herberge). Darunter können sämtliche Unterkunftsmöglichkeiten verstanden werden, die zwar [Hotellerie](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotellerie) bieten, aber kein [Hotel](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel) sind. Sie sind meist günstiger und mit weniger oder gar keinem [Service](http://de.wikipedia.org/wiki/Service) ausgestattet. Ihr Anteil am [Wirtschaftsvolumen](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Wirtschaftsvolumen&action=edit&redlink=1) ist wesentlich größer, als der der Hotellerie. Zur Parahotellerie gehören: [Appartements](http://de.wikipedia.org/wiki/Appartement), [Almhütten](http://de.wikipedia.org/wiki/HÃ¼tte), [Campingplätze](http://de.wikipedia.org/wiki/Camping), [Chalets](http://de.wikipedia.org/wiki/Chalet), [Ferienhäuser](http://de.wikipedia.org/wiki/Ferienhaus), [Ferienwohnungen](http://de.wikipedia.org/wiki/Ferienwohnung), [Jugend-herbergen](http://de.wikipedia.org/wiki/Jugendherberge), [Bauernhofgüter](http://de.wikipedia.org/wiki/Bauernhof), [Militärbaracken](http://de.wikipedia.org/wiki/Baracke), [Lodges](http://de.wikipedia.org/wiki/Lodge), [Kantonemente](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Kantonement&action=edit&redlink=1), [Naturfreundehäuser](http://de.wikipedia.org/wiki/Naturfreunde), [Pensionen](http://de.wikipedia.org/wiki/Pension_(Tourismus)), [Pfadfinderheime](http://de.wikipedia.org/wiki/Pfadfinder), [Sommerhäuser](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Sommerhaus&action=edit&redlink=1), Sportzentren, [Strandhäuser](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Strandhaus&action=edit&redlink=1), [Touristenlager](http://de.wikipedia.org/wiki/Touristenlager), [Zeltplätze](http://de.wikipedia.org/wiki/Zelt), [Villen](http://de.wikipedia.org/wiki/Villa) und weitere zu mietende Räumlichkeiten aller Art.

**Pauschalpreis** ist eine für die Ausführung einer bestimmten Bauleistung oder eines anderen Werkes vereinbarte [Vergütung](http://de.wikipedia.org/wiki/VergÃ¼tung), die ohne Nachweis der exakten Mengen der ausgeführten Teilleistungen zu zahlen ist.

**Pauschalreise** ist eine Reise, bei der ein [Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) eine Gesamtheit von Reiseleistungen zu einem einheitlichen Gesamtpreis und im eigenen Namen verspricht zu erbringen. Erstmals organisierte [Thomas Cook](http://de.wikipedia.org/wiki/Thomas_Cook) am [17. Mai](http://de.wikipedia.org/wiki/17._Mai) [1861](http://de.wikipedia.org/wiki/1861) eine Reise für [englische](http://de.wikipedia.org/wiki/England) Arbeiter per Bahn und Schiff nach [Paris](http://de.wikipedia.org/wiki/Paris), in der die Ausgaben für Unterkunft und Verpflegung im Preis inbegriffen waren - der Beginn der Pauschalreisen, eines frühen Vorläufers des [Massentourismus](http://de.wikipedia.org/wiki/Massentourismus)[.](http://de.wikipedia.org/wiki/Pauschalreise#cite_note-0)

**Pensionen** (Fremdenzimmer) sind [Unterkünfte](http://de.wikipedia.org/wiki/Unterkunft), bei denen die Rezeption nicht durchgehend besetzt ist. Sie werden teilweise von privaten [Zimmervermietern](http://de.wikipedia.org/wiki/Zimmer) betrieben, vor allem in Tourismusregionen. Eine Pension ist in der Regel ein Haus mit mehreren Gästezimmern mit einfacher Ausstattung. Damit unterscheiden sie sich von Hotels, die professionellen Unternehmen mit gleichem Zweck sind, aber mit oft höherem [Standard](http://de.wikipedia.org/wiki/Standard). Pensionen und Hotels bieten Verpflegungs- und Beherbergungsdienstleistungen an. Ursprünglich waren Pensionen Kinderheime, die Gebühren wurden Pension genannt. Vielfach wurden in ihnen Kinder aus entfernteren Ortschaften schulnah untergebracht. Wegen der meist als negativ empfundenen Zustände wurde diese Internatsform auch "Presse" genannt, weil es in ihnen darum ging, die Kinder mit Gewalt in eine bestimmte Richtung zu "pressen". Da Pensionen in der Regel über keine eigene [Küche](http://de.wikipedia.org/wiki/KÃ¼che) verfügen, gibt es meist nur [Frühstück](http://de.wikipedia.org/wiki/FrÃ¼hstÃ¼ck). Sie sind üblicherweise preisgünstiger als [Hotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel) und wesentlich einfacher ausgestattet.

**Personenverkehr** (Personenbeförderung) ist die allgemeine Bezeichnung für die Ortsveränderung (Beförderung) von Personen und umfasst die technischen, technologischen, organisatorischen und ökonomischen Bedingungen der Personenbeförderung (u. a. [Verkehrsmittel](http://de.wikipedia.org/wiki/Verkehrsmittel)) und die zu befördernden Personen selbst.

**Reise** bedeutet im Sinne der [Verkehrswirtschaft](http://de.wikipedia.org/wiki/Verkehrswirtschaft) die Fortbewegung einer oder mehrerer Personen über eine längere Zeit [zu Fuß](http://de.wikipedia.org/wiki/Wandern) oder mit [öffentlichen](http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96ffentlicher_Verkehr) bzw. nicht öffentlichen [Verkehrsmitteln](http://de.wikipedia.org/wiki/Verkehrsmittel) außerhalb des [Wirtschaftsverkehrs](http://de.wikipedia.org/wiki/Wirtschaftsverkehr), um ein Reiseziel zu erreichen oder mehrere Orte bis zur Beendigung der Reise am Ausgangsort kennenzulernen (Rundreise).

[**Reisebüro**](http://de.wikipedia.org/wiki/ReisebÃ¼ro) ist ein Unternehmen der [Reisebranche](http://de.wikipedia.org/wiki/Reisebranche), das als Reisevermittler in der [Touristik](http://de.wikipedia.org/wiki/Touristik) zwischen Reiseveranstalter und Reisendem tätig ist. Es kann auch selbst Reisen veranstalten und somit als Reiseveranstalter auftreten. Reisebüro ist ein Überbegriff in der Tourismusbranche. Reisebüro ist eine Unternehmensform im [Tourismus](http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus). Es bietet alle Formen der Urlaubs- und Geschäftsreisen an. Dabei kann es als [Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) oder als [Reisevermittler](http://de.wikipedia.org/wiki/Reisevermittler) auftreten.

**Reisekataloge** sind umfangreiche [Prospekte](http://de.wikipedia.org/wiki/Prospekt_(Werbung)) von [Reiseveranstaltern](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter), die dazu dienen, die an einer Urlaubsreise Interessierten über die angebotenen Reisen zu informieren. Reisekataloge enthalten Angaben über die Unterkunft, den Verlauf der Reise und die weiteren Leistungen des Reiseveranstalters. Ferner werden Land, Leute und Klima erläutert und es sind die [Allgemeinen Geschäftsbedingungen](http://de.wikipedia.org/wiki/Allgemeine_GeschÃ¤ftsbedingungen) abgedruckt. Die Reisekataloge sind in der Regel aufwändig im Mehrfarbdruck gestaltet und enthalten eine Vielzahl von Bildern.

**Reisekosten** werden im deutschen und österreichischen [Steuerrecht](http://de.wikipedia.org/wiki/Steuerrecht) Aufwendungen bezeichnet, die bei [beruflich](http://de.wikipedia.org/wiki/Beruf) oder [betrieblich](http://de.wikipedia.org/wiki/Betrieb) bedingten [Reisen](http://de.wikipedia.org/wiki/Dienstreise) anfallen.

**Reisemobil** ein bewohnbares Fahrzeug (Essen zubereiten, Schlafen), dessen Schwerpunkt jedoch auf dem Reisen, also dem Fahren, lag. Dabei handelte es sich in aller Regel um ausgebaute Kleinbusse und Kastenwagen, weshalb diese Fahrzeuge damals wie heute auch oft als Campingbus bezeichnet werden. Heutzutage werden die Begriffe Reisemobil und Wohnmobil jedoch synonym verwendet, wobei in Herstellerkatalogen und Fachzeitschriften meist von Reisemobil, umgangs-sprachlich jedoch überwiegend von Wohnmobil gesprochen wird.

**Reiseveranstalter** ist eine [natürliche](http://de.wikipedia.org/wiki/NatÃ¼rliche_Person) oder [juristische Person](http://de.wikipedia.org/wiki/Juristische_Person), die zwei oder mehrere Hauptreiseleistungen zu einem [Pauschalpreis](http://de.wikipedia.org/wiki/Pauschalpreis) anbietet und die Reise im eigenen Namen zu erbringen verspricht. Unberührt bleibt die Möglichkeit des Reiseveranstalters zur Erfüllung der im [Reisevertrag](http://de.wikipedia.org/wiki/Reisevertrag) dem Reisenden versprochenen Pflichten sich [Erfüllungsgehilfen](http://de.wikipedia.org/wiki/ErfÃ¼llungsgehilfe) ([Leistungsträger](http://de.wikipedia.org/wiki/LeistungstrÃ¤ger)) zu bedienen. Hauptreiseleistungen können sein: 1) [Beförderung](http://de.wikipedia.org/wiki/Personenverkehr) des Reisenden ([Flug](http://de.wikipedia.org/wiki/Flugreise), [Bahn](http://de.wikipedia.org/wiki/Bahn_(Verkehr)), [Schiff](http://de.wikipedia.org/wiki/Schiff), [Bus](http://de.wikipedia.org/wiki/Reisebus)); 2) [Beherbergung](http://de.wikipedia.org/wiki/Beherbergungsbetrieb) des Reisenden ([Hotel](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel), [Ferienwohnung](http://de.wikipedia.org/wiki/Ferienwohnung)); 3) Zubereitung von Mahlzeiten; 4) Dienste eines Reiseleiters usw.

**Reisevermittler** oder auch Reisemittler ist ein wirtschaftlich selbständiges [Reisebüro](http://de.wikipedia.org/wiki/ReisebÃ¼ro), das Leistungen eines Dritten vermittelt oder besorgt. Die Leistungen von Dritten können sämtliche touristische Dienstleistungen umfassen, wie beispielsweise [Pauschalreisen](http://de.wikipedia.org/wiki/Pauschalreise) oder Bausteine, die von einem [Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) angeboten werden, aber auch [Hotelzimmer](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel), [Linienflüge](http://de.wikipedia.org/wiki/Linienflug), [Reiseversicherungen](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Reiseversicherung&action=edit&redlink=1), [Mietwagen](http://de.wikipedia.org/wiki/Mietwagen) und dergleichen.

**Reisevertrag** ist nach deutschem [Schuldrecht](http://de.wikipedia.org/wiki/Schuldrecht) eine in [§§ 651a ff.](http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/bgb/BJNR001950896BJNG005802377.html) BGB geregelte besondere Vertragsart. Durch den Reisevertrag wird der [Reiseveranstalter](http://de.wikipedia.org/wiki/Reiseveranstalter) verpflichtet dem Reisenden eine Gesamtheit von Reiseleistungen mangelfrei zu erbringen. Der Reisende hat dem Reiseveranstalter den Reisepreis zu bezahlen. Weil der Reisevertrag auf die Herbeiführung eines Erfolges gerichtet ist, stellt er einen Unterfall des [Werkvertrages](http://de.wikipedia.org/wiki/Werkvertrag) dar.

**Rezeption** oder Empfang ist ein Empfangstresen im Vorraum eines Gebäudes oder Raumes, an dem ein Mitarbeiter Personen empfängt oder betreut.

**Rotel Tours** ist ein Touristikunternehmen der Georg Höltl GmbH & Co. KG in [Tittling](http://de.wikipedia.org/wiki/Tittling). Das Unternehmen bietet mit speziellen Bussen weltweit Reisen an. Rotel ist ein [Kofferwort](http://de.wikipedia.org/wiki/Kofferwort) aus rollendes (bzw. engl. rolling) und [Hotel](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel) und als Markenname eingetragen.

**Sanfter Tourismus** ist eine Form des Reisens, die drei wesentliche Anliegen verfolgt: so wenig wie möglich auf die bereiste Natur einzuwirken bzw. ihr zu schaden; die Natur möglichst nah, intensiv und ursprünglich zu erleben; sich der Kultur des bereisten Landes möglichst anzupassen.

**Spiritueller Tourismus** ist eine Sammelbezeichnung für Reisen mit geistlichen, religiösen oder kirchlichen Inhalten, die vor dem Hintergrund einer Zunahme von Pilger- und Klosterreisen sowohl in die [Reisebranche](http://de.wikipedia.org/wiki/Reisebranche) als auch in die [Pastoraltheologie](http://de.wikipedia.org/wiki/Pastoraltheologie) Eingang gefunden hat.

**Stornierung** (Storno) ist die Rückabwicklung einer Buchung oder eines Vertrags. Im [Rechnungswesen](http://de.wikipedia.org/wiki/Rechnungswesen) werden Buchungen mit einer Gegenbuchung rückgängig gemacht ([Generalumkehr](http://de.wikipedia.org/wiki/Generalumkehr)). Dabei müssen alle Beträge auf ihrer Gegenseite, aktive auf der passiven und umgekehrt, gebucht werden. Eine einfache Löschung ist nicht möglich.

**Tourismus**  ist ein Überbegriff für [Reisen](http://de.wikipedia.org/wiki/Reise), die [Reisebranche](http://de.wikipedia.org/wiki/Reisebranche) und das [Gastgewerbe](http://de.wikipedia.org/wiki/Gastgewerbe) und seit den 1980er Jahren gebräuchlich. Bis dahin wurde der Wirtschaftszweig bzw. das Gesellschaftsphänomen als [Fremdenverkehr](http://de.wikipedia.org/wiki/Fremdenverkehr) bezeichnet. Die Branche zählt weltweit zu den größten [Wirtschaftszweigen](http://de.wikipedia.org/wiki/Wirtschaftszweig). 2004 wurden nach Angaben der [Welttourismusorganisation](http://de.wikipedia.org/wiki/Welttourismusorganisation) in diesem Bereich Erlöse von etwa 623 Milliarden US-Dollar erzielt. Mit weltweit rund 100 Millionen Beschäftigten gilt der Tourismus als einer der bedeutendsten Arbeitgeber. Grenzüberschreitende Reisen machen 25 bis 30 Prozent des Welthandels im Dienstleistungsbereich aus.

**Tourismusmanagement** bezeichnet die Führungsaufgaben in betriebs-, verbands- und gebietskörperschaftlichen Organisationen, die Leistungen für potentielle Nachfrager von [touristischen Leistungen](http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus) vermarkten. Nach der Definition von Ulrich versteht man als Management, die Gestaltung und Lenkung zweckorientierter sozialer Systeme. Auch der Tourismus kann als zweckorientiertes soziales System verstanden werden, das mit marktlichen und gesellschaftlichen Teilöffentlichkeiten in engen wechselseitigen Austauschbeziehungen steht. So gehen beispielsweise von der Umwelt Einflüsse auf das touristische System aus, wie die Veränderung der Werthaltungen der Bevölkerung, durch die das Verhalten der Touristen maßgeblich geprägt wird.

**Touristen** sind Personen, die zu Orten außerhalb ihres gewöhnlichen Umfeldes reisen und sich dort für nicht mehr als ein Jahr aufhalten aus Freizeit- oder geschäftlichen Motiven, die nicht mit der Ausübung einer bezahlten Aktivität am besuchten Ort verbunden sind.

**Unterkunft** ist eine geschützte Stelle ([Gebäude](http://de.wikipedia.org/wiki/GebÃ¤ude), [Zelt](http://de.wikipedia.org/wiki/Zelt) oder ein [Fahrzeug](http://de.wikipedia.org/wiki/Fahrzeug)), das zumindest dem Übernachten dient. Die meisten Unterkünfte dienen dem Wohnen. Unterkünfte zum dauerhaften Wohnen sind [Wohnungen](http://de.wikipedia.org/wiki/Wohnung), [Häuser](http://de.wikipedia.org/wiki/Haus) (z. B. [Bungalows](http://de.wikipedia.org/wiki/Bungalow), [Ferienhäuser](http://de.wikipedia.org/wiki/Ferienhaus), [Villen](http://de.wikipedia.org/wiki/Villa) und [Schlösser](http://de.wikipedia.org/wiki/Schloss_(GebÃ¤ude)) bzw. [Burgen](http://de.wikipedia.org/wiki/Burg)), [Kloster](http://de.wikipedia.org/wiki/Kloster) oder [Heime](http://de.wikipedia.org/wiki/Heim). Unterkünfte zum vorübergehenden Wohnen sind [Hotels](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel) (auch [Resorts](http://de.wikipedia.org/wiki/Resort) und [Motels](http://de.wikipedia.org/wiki/Motel))), [Pensionen](http://de.wikipedia.org/wiki/Pension_(Tourismus)), [Jugendherbergen](http://de.wikipedia.org/wiki/Jugendherberge), [Ferienhäuser](http://de.wikipedia.org/wiki/Ferienhaus), [Ferienwohnungen](http://de.wikipedia.org/wiki/Ferienwohnung), [Quartiere](http://de.wikipedia.org/wiki/Quartier), [Berghütten](http://de.wikipedia.org/wiki/BerghÃ¼tte), [Baracken](http://de.wikipedia.org/wiki/Baracke), [Kasernen](http://de.wikipedia.org/wiki/Kaserne), [Wohnwägen](http://de.wikipedia.org/wiki/Wohnwagen) (auch fest auf [Campingplätzen](http://de.wikipedia.org/wiki/Campingplatz)), [Zelte](http://de.wikipedia.org/wiki/Zelt) (z. B. [Jurten](http://de.wikipedia.org/wiki/Jurte), [Wigwame](http://de.wikipedia.org/wiki/Wigwam) und [Tipis](http://de.wikipedia.org/wiki/Tipi)), [Lauben](http://de.wikipedia.org/wiki/Laube) (Gartenlauben, [Schrebergartenhütten](http://de.wikipedia.org/wiki/Schrebergarten), [Weinberghütten](http://de.wikipedia.org/wiki/Weinberg), [Almhütten](http://de.wikipedia.org/wiki/Alm_(Bergweide))), [Krankenhäuser](http://de.wikipedia.org/wiki/Krankenhaus), [Pflegeheime](http://de.wikipedia.org/wiki/Pflegeheim), [Altenheime](http://de.wikipedia.org/wiki/Altenheim) und [Wohncontainer](http://de.wikipedia.org/wiki/Wohncontainer). Auf Reisen schlafen manche Menschen auch in den Wartebereichen von [Verkehrsbauwerken](http://de.wikipedia.org/wiki/Verkehrsbauwerk) (z. B. in [Flughafenhallen](http://de.wikipedia.org/wiki/Flughafen) und [Bahnhöfen](http://de.wikipedia.org/wiki/Bahnhof)).

**Vollpension** ist die Bezeichnung für eine Verpflegungsart während eines Reiseaufenthalts, beispielsweise in einem [Hotel](http://de.wikipedia.org/wiki/Hotel). Bei der Vollpension erhält man drei [Mahlzeiten](http://de.wikipedia.org/wiki/Mahlzeit): [Frühstück](http://de.wikipedia.org/wiki/FrÃ¼hstÃ¼ck), [Mittagessen](http://de.wikipedia.org/wiki/Mittagessen) und [Abendessen](http://de.wikipedia.org/wiki/Abendessen). Fehlt davon eine, spricht man von der [Halbpension](http://de.wikipedia.org/wiki/Halbpension).In Reiseunterlagen wird Vollpension oft mit V oder VP abgekürzt (Eine einheitliche Abkürzung gibt es nicht).

**Weltraumtourismus** werden Vergnügungs- oder Studienreisen in die suborbitale Bahn oder den [Erdorbit](http://de.wikipedia.org/wiki/Orbit_(Himmelsmechanik)) bezeichnet. Ziele sind zurzeit die Erdumlaufbahn als Flugereignis und die [Internationale Raumstation](http://de.wikipedia.org/wiki/Internationale_Raumstation) (ISS) für einen Besuch. Die US-Firma [Space Adventures](http://de.wikipedia.org/wiki/Space_Adventures) plant in Kooperation mit [Russland](http://de.wikipedia.org/wiki/Russland), künftig auch Flüge um den Mond herum anzubieten.

|  |
| --- |
| **Wortliste zur Fachsprache „Tourismus“** |

|  |  |
| --- | --- |
| die Absage der Reise | відмова від подорожі |
| die Absicherung =, -en | захист |
| die Abwanderung =, -en | втрата клієнтів |
| À la carte | *«а ля карт»* - вільний вибір страв у будь-якій кількості й асортименті, вказаних в меню |
| das Angebot -(e)s, - e | пропозиція |
| die Angebote unterbreiten -te,-t | поширювати пропозиції |
| die Anreise =, -n | прибуття у пункт призначення |
| die Anzahlung machen (leisten) | давати завдаток |
| die Anziehung =, -en | приваблення клієнтів |
| das Apartment -s, -s | квартира (в житловому будинку готельного типу) |
| arrangieren -te,-t [arã`ζ i:ren] | розміщувати, оформлю-вати, влаштовувати |
| die Auslandsreise =, -n | закордонна поїздка |
| der Autobahnrasthof -(e)s, ...-höfe | мотель на автостраді |
| die Autobahnraststätte =, -n | ресторан та заправочна станція на автостраді |
| das Bedingungspersonal -s, - | обслуговуючий персонал |
| die Beförderungskosten, pl | вартість перевезення |
| die Beförderungsleistungen, pl | транспортні послуги |
| die Beherbergung =, -en | поселення у готелі |
| der Beherbergungsbetrieb (e)s, -e | готель |
| bestätigen -te, -t | підтверджувати |
| die Betreuung =, -en | обслуговування |
| die Betriebsart =, -en | вид/категорія експлуатації, режим роботи |
| die Betriebsgröße =, -en | розмір / величина під-приємства, господарства |
| der/die Bildungsreisende -n | турист, що подорожує з пізнавальною метою |
| das Boardinghouse [`bo:diŋhaos], -s, -s | пансіон; умебльовані кімнати з повним пансіоном |
| die Buchbarkeit = | можливість бронювання |
| buchen -te, -t | бронювати |
| die Buchung =, -en | бронювання |
| das Camping [`kεm-], -s | відпочинок в кемпенгу |
| das Chalet [sa`le:], -s, -s | невеличкий будиночок |
| der Charterflug [`(t)∫ar-], -(e)s, -…flüge | чартерний рейс; спецрейс |
| DEHOGA (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband) | союз готелів та закладів громадського харчування ФРН |
| die Destination =, -en | місце призначення |
| die Devisenbeschaffung =, -en | придбання валюти |
| der Devisentausch -es, -e | обмін валюти |
| das Dienstleistungsangebot -(e)s, - e | пропозиція послуг |
| die Dienstleistungsbranche  [`braŋ∫ə], =, -en | сфера надання послуг |
| etw. direkt beim Hotel buchen -te, -t | бронювати безпосередньо в готелі |
| das Domizil -s, -e | місце перебування |
| das Drei-Sterne-Hotel -s, -s | тризірковий готель |
| das Durchreisevisum -s, …sa | транзитна віза |
| das Einkommen -s, = | прибуток |
| das Einzel/Doppelbett -(e)s, - en | одномісне / здвоєне ліжко |
| die Einzelreise =, -n | окрема, індивідуальна подорож |
| den Empfangsdienst  besorgen -te, -t | приймати приїжджих (в готелі) |
| die Empfangshalle =, -n | хол, вестибуль (готелю) |
| die Entschädigung verlangen | вимагати відшкодування |
| die Erlöse, pl | надходження |
| die Ermäßigung =, -en | зниження ціни |
| der Expedient -en, -en | відправник |
| die Extratour [-tu:r] | відхилиння від маршруту під (час подорожі) |
| der Familienurlaub -(e)s, - e | сімейна подорож |
| die Ferienanlage =, -n | база відпочинку |
| das Ferienheim -(e)s, - e | будинок відпочинку |
| die Fernreise =, -n | дальня подорож |
| die Fluggesellschaft =, -en | авіакомпанія |
| die Freizeiteinrichtung =, -en | організація дозвілля |
| der Fremdenverkehr -(e)s | туризм |
| das Fremdenverkehrsamt -(e)s, -…ämter | управління у справах туризму |
| das Fremdenzimmer -s, = | номер, кімната (в готелі) |
| der Funsport-Tourismus [tu-], = | туризм, присвячений спортивним розвагам |
| die Führung =, -en | екскурсія (по музею) |
| der Gastaufnahmevertrag -( e)s, ..träge | договір про прийом гостей |
| die Gästeerwartungen und –wünsche, pl | очікування та побажання гостей |
| der Gasthof -(e)s, -…höfe | готель у сільській місцевості |
| die Gastronomie = | громадське харчування;  ресторанна справа |
| die Gaststätte =, -n | ресторан, їдальня |
| der Gaststättenbetrieb -(e)s, -e | підприємство громадського харчування |
| das Gaststättengewerbe – s, = | утримання готелів та ресторанів |
| die Gemeinschaftseinrichtung =, -en | комунально-побутовий заклад |
| der Gesamtpreis -es, -e | загальна вартість |
| das Gesamtreiseaufkommen -s | загальний прибуток від подорожі |
| die Gesellschaftsreise =, -n | колективна турподорож (групою) |
| gewährleisten -te, -t | гарантувати, pабезпечити |
| der grenzüberschreitende Reiseverkehr | пасажирське сполучення через державний кордон |
| den Grundlohn erhalten -ie, -a | отримувати зарплату |
| zu den Gunsten der Hotelgäste | на користь гостей готелю |
| gün­stige Raten für Online-Bucher garantieren -te, -t | гарантувати вигідний часткова оплата для тих, хто бронює в інтернеті |
| j-n honorieren -te, -t | винагороджувати |
| die Hotelauskunft =, ... künfte | довідкове бюро (в готелі) |
| der Hotelbesitzer -s, = | власник готелю |
| der Hotelfachwirt -(e)s, - e | спеціаліст по готельному бізнесу |
| die Hotelhalle =, -n | вестибюль готелю |
| das Hotel garni [ho`tel gar`ni:] =, pl. -s -s | умебльовані кімнати;  готель, що забезпечує гостей лише сніданком |
| das Hotelgeschäft -(e)s, - e | готельний бізнес |
| das Hotelgewerbe -s, = | готельне господарство |
| der Hotelier [-`lje:], -s, -s | власник готелю |
| von Hotelpersonal umkreist werden | бути оточеним персоналом готелю |
| der Hotelservice [`sœ:rvis], = / -s | обслуговування в готелі |
| die Hotelunterbringung =, -en | розміщення в готелі |
| das Hotelzimmer, -s | готельний номер |
| die Incoming-Agentur =, -en | агентство в`їзного туризму |
| der Jahresumsatz -es, -…Umsätze | річний обіг |
| die Individualreise =, -n | індивідуальний тур |
| der individuelle Programmvorschlag -(e)s,  -vorschläge | індивідуальна пропозиція програми (для турподорожі) |
| die Inlandstouristik | внутрішній туризм |
| die Internetbuchung =, -en | бронювання в інтернеті |
| die Jugendherberge =, -n | молодіжна турбаза |
| die Kaufkraft =, -…kräfte | купівельна спроможність |
| mit Kreditkarte bezahlen -te, -t | оплачувати кредитною карткою |
| die Kreuzfahrt =, -en | круїз |
| das Kreuzfahrt-Schiff -( e)s, -e | круїзний теплохід |
| Kultur- und Studienreise =, -n | пізнавальний туризм |
| die Kundenbindung =, -en | закріплення зв’язків з клієнтом |
| die Kundenorientierung =, -en | орієнтація на клієнта |
| die Kundenwerbung = | приваблення клієнтів |
| die Kur =, -en | курортне лікування |
| das Kurheim -( e)s -e | курортний пансіонат |
| ddas Kurhotel, -s, -s | готель-санаторій |
| die Lehrfahrt =, -en | екскурсія з навчальною метою |
| das Leistungsangebot -(e)s, - e | пропонування послуг |
| mit der Leistung zufrieden sein | бути задоволеним послугою |
| das Leisure [`leζə] -Segment -(e)s, - e | сегмент дозвілля |
| der Linienflug -(e)s, - flüge | рейсовий переліт |
| der Listenpreis -es, -e | прейскурантна ціна |
| das Luxushotel -s, -s | першокласний готель, готель-люкс |
| das Mailing [meiliŋ] | реклама поштою |
| die Mehrkosten, pl | додаткові витрати |
| der Marktüberblick -( e)s, -e | огляд кон`юнктури ринку |
| der/die Mitreisende -n | попутник (супутниця) |
| das [Motel](file:///C:\Documents%20and%20Settings\user\Local%20Settings\Temp\-566088071), -s, -s | мотель (готель для автотуристів) |
| die Nachfrageschwankung =, -en | коливання попиту |
| die Nächtigung =, -en | ночівля |
| das Naherholungszentrum -s, ..tren | центр відпочинку в зеленій зоні |
| der Öko-Tourismus [tu-], = | екотуризм |
| der Obolus =, = | скромна винагорода |
| die Offerte =, -n | оферта, пропозиція |
| ohne Prozentverhältnis -ses, -se | без відсоткового співвідношення |
| der Online-Informationsdienst -(e)s, - e | служба інформації в інтернеті |
| das Online-Reisebüro -s, -s | туристичне бюро в інтернеті |
| die Outgoing-Agentur =, -en | агентство виїзного туризму |
| der Pachtbetrieb -( e)s, -e | орендоване підприємство |
| Pauschalieren -te, -te | встановлювати загальну суму |
| die Pauschalreise =, -n | подорож із комплексним обслуговуванням, пакетний тур |
| die Pension =, -en | невеликий готель |
| das Penthouse, =, -s | розкішна квартира на верхньому поверсі (зж виходом на дах) |
| die Personenbeförderung =, -en | перевезення пасажирів |
| die Präsidentensuite =,-n [-´svi:tə] | президентський номер |
| preisgünstig sein | бути дешевим |
| die Privatreise =, -n | приватна подорож |
| der/die Privatreisende -n | особа, яка здійснює приватну подорож |
| die Privatunterkunft =, …künfte | розміщення у приватному секторі |
| die [Provision](http://de.wikipedia.org/wiki/Provision) =, -en | комісійні, винагорода за послуги |
| die Reise =, -n | туристична подорож |
| der Reiseabbruch -(e)s | дострокове припинення турподорожі |
| der Reiseantritt -(e)s | початок турподорожі |
| das Reisearrangement […-ə`reindζmənt] | організація турподорожі |
| der Reisebedarf -( e)s | продовольчі запаси на дорогу |
| der Reisebegleiter -s, = | керівник (тургрупи) |
| der Reisebericht -(e)s, -e | звіт про подорож |
| die Reisebestätigung =, -en | підтвердження поїздки |
| das Reisebüro -s, -s | туристично-екскурсійне бюро |
| die Reisebürodichte = | щільність розміщення турагентств |
| die Reisebürokette =, -n | мережа турбюро |
| ins Reisebüro locken -te, -t | приваблювати до турбюро |
| die Reisedauer = | тривалість турподорожі |
| die Reisedienstleistungen, pl | туристичні послуги |
| die Reisefreiheit = | свобода пересування, вибору подорожі |
| der Reiseführer -s, = | путівник |
| die Reisegepäckversicherung = | страхування багажу туриста |
| die Reisegesellschaft =, -en | група туристів |
| die Reisegruppe =, n | туристична група |
| das Reisehandbuch -( e)s, -Bücher | путівник |
| die Reise-Insolvenzversicherung | страхування турагентств  на випадок їх банкрутства |
| die Reisekauffrau =, -en | комівояжер (про жінку) |
| die Reisekostenerstattung =, -en | відшкодування дорожних витрат |
| die Reisekrankenversicherung = | медичне страхування туриста |
| das Reiseland -(e)s, …länder | країна, що приваблює туристів |
| der Reiseleiter -s, = | керівник туристичної групи |
| der Reisemangel -s, -…mängel | недолік турподорожі |
| der Reisemittler -s, = | турагент |
| der/die Reisende -n | мандрівник, турист |
| der Reisepass -es, -…pässe | закордонний паспорт |
| der Reisepreis -es, -e | ціна туристичної подорожі |
| die Reisepreiserhöhung =, -en | підвищення ціни на турподорож |
| der Reiseprospekt -(e)s, - e | туристичний проспект (реклама маршруту) |
| das Reiseroute [`ru:tə], =, -n | маршрут (подорожі) |
| der Reiseschutz -(e)s | страхування для турподорожі |
| der Reiseveranstalter -s, = | туроператор |
| die Reise verkaufen -te, -t | продавати подорож |
| der Reisevertrag -(e)s, …-träge | договір про надання туристичних послуг |
| das Reservierungssystem -s, -e | автоматизована система резервування |
| die Reisezeit =, -en | туристичний ссезон |
| das Reiseziel -(e)s, - e | пункт призначення |
| die Rezeption =, -en | рецепція (стіл реєстрації гостей готелю) |
| das Rücktrittsrecht -(e)s, - e | право на скасування подорожі |
| die Rundfahrt =, -en | екскурсія (на автобусі по місту) |
| die Saisonalität = | сезонність |
| der Schlafsaal -( e)s, -Säle | спільна спальня |
| das Schnäppchen = | спеціальна пропозиція, тур зі знижкою |
| zu Schnäppchen-Preisen urlauben | подорожувати за спеціальною пропозицією (низькими цінами) |
| das Sonderangebot -( e)s, -e | пропозиція на особливих умовах з метою приваблення клієнта |
| die Stadtführung =, -en | екскурсія по місту |
| stornieren -te, -t | скасовувати |
| die Stornierung = | скасування турподорожі |
| die Stornokosten, pl | витрати у випадку скасування поїздки |
| die Studienreise =, -n | пізнавальна подорож |
| das Stundenhotel -s, -s | готель з погодинною платою за номер |
| der Tagesausflug -(e)s, - flüge | екскурсія тривалістю один день |
| der Tagestourist […tu- ], -en, -en | одноденний відвідувач |
| die Tipps, pl | невелике грошове винагородження, чайові |
| die Tour [ tu:r ], =, -en | подорож |
| der Tourismus der Sonderklasse | туризм екстра-класу |
| die Tourismusbranche [`braŋ∫ə], =, -en | туристична галузь |
| die Tourismuswirtschaft =, -en | економіка туризму |
| der Touristenferienverkehr -( e)s | літні туристичні подорожі |
| der Touristikfachwirt -(e)s, - e | спеціаліст по туризму |
| die touristischen Ausgaben | витрати туриста |
| die touristische Leistungen, pl | туристичні послуги |
| das Trinkgeld annehmen -a, -o | брати чайові |
| dder Trip -s, -s | екскурсія, вилазка |
| die Übernachtungskosten, pl | вартість проживання |
| die übertroffenen Erwartungen | перевершені очікування |
| die Unterbringung = | розміщення |
| die Unterkunft =, …künfte | поселення |
| die Unterkunftsform =, -en | форма поселення |
| die Unternehmung =, -en | екскурсійна програма |
| der Urlaub auf Pump | відпустка в кредит |
| der Urlaubsort -(e)s, - e | місце відпочинку |
| die Urlaubsreise planen -te, -t | планувати відпустку |
| der Urlaubsscheck -s, -s | путівка в будинок відпочинку/санаторій |
| der Urlaubstrend -s, -s | тенденція, (головний) напрям розвитку відпусток |
| die veranstaltete Reise | пакетний тур |
| der vereinbarte Reisepreis -es,-e | узгоджена ціна подорожі |
| die [Vergütung](http://de.wikipedia.org/wiki/VergÃ¼tung) =, -en | відшкодування збитків |
| die Verkaufs- und Buchungsstelle =, -en | пункт продажу та бронювання турів |
| vermarkten -te, -t | продавати за заниженими цінами |
| die Verpflegung =, -en | харчування |
| die Verpflegungskosten (pl.) | витрати на утримання |
| die Versicherungsleistungen, pl | послуги страхування |
| die Versicherungsleistungen  anbieten -o, -o | пропонувати послуги страхування |
| der Vertragsabschluß ... schlusses, ...schlüsse | укладання умови |
| das Visum ausstellen (erteilen) | видати візу |
| das Visum verweigern –te, -te | відмовити у видачі візи |
| die Visabeschaffung =, -en | отримання візи |
| die Wachstumsrate =, -n | темп росту |
| der Web-Tourismus = | пропозиція туристичних послуг в інтернеті |
| eine Weltreise machen | здійснити подорож навколо світу |
| die [Welttourismusorganisation](http://de.wikipedia.org/wiki/Welttourismusorganisation) (WTO) | Всесвітня туристична організація (ВТО) |
| die Werbeagentur beauftragen -te, -t | доручати рекламному агентству |
| der Werbeberater -s, = | консультант з питань реклами |
| der Werbeleiter -s, = | керівник відділа реклами |
| der Werbetexter -s, = | особа, яка створює рекламні тексти |
| der Werbeträger -s, = | місце розміщення реклами |
| die Werbung = | реклама |
| ddie Zahlungsunfähigkeit des Reisenden | неплатоспроможність туриста |
| die Zahlungsmodalitäten, pl | умови / форми оплати |
| der Zahlungsvorgang -( e)s, …gänge | платіжна операція |
| die Ziel gruppe =, -n | цільова аудиторія |
| die Zimmerausstattung =, -en | оформлення, обладнання номера |

**QELLENVERZEICHNIS**

1. Дубинский В. И. Учебник немецкого языка для вузов туристического профиля. – 2-е изд., испр. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. – 376 с.
2. Михайлова И.Э. Экономика туризма в Германии. Учебное пособие – М.: ГИС, 2006. – 220 с.
3. Brückenkurs. Deutsch als Fremdsprache für die Mittelstufe. – Ismaning: Max Hueber, 1998. – 128 S.
4. Donhauser A., Trendbranche Tourismus. Bildung und Wissen Verlag, Nürnberg, 2004.
5. Europäische Umweltagentur (Hrsg.): [EEA Briefing 3/2004 - Verkehr und Umwelt in Europa](http://reports.de.eea.europa.eu/briefing_2004_3/de/DE_Briefing_No_03_web.pdf). Kopenhagen 2004. Von „<http://de.wikipedia.org/wiki/Personenverkehr>“.
6. Fit für den Test DaF (Tipps und Übungen). – Ismaning: Max Hueber, 2005. – 192 S.
7. Führich E. Reiserecht: Handbuch des Reisevertrags-, Reiseversicherungs- und Individualreiserecht für Deutschland" von Führich E., erschienen im C.F. Müller Verlag, Heidelberg, 5. neu bearbeitete Auflage 2005.
8. Högl H., Bin kein Tourist, ich wohne hier. Fremdenverkehrsgemeinden im Stress, Verlag für Ethik und Gesellschaft, Wien, 2002
9. Kaller P. Die Geschichtliche Bedeutung des Reiserechts, in: Pick, Eckhart, Reiserecht, §§ 651a-k BGB, 1995.
10. Kaller P. Reisen und Urlaub, dtv, München 2002.
11. Kaller P. Reiserecht, 2. Aufl., C.H. Beck Verlag, München 2005 usw., 2008.
12. Kiefl W., Bachleitner R., Lexikon zur Tourismussoziologie, Profil Verlag, München, 2005.
13. Michitsch Andrea: "Reiserecht: Kommentar der §§ 31 b ff KSchG", erschienen im NWV Neuer Wissenschaftlicher Verlag Wien, 2004.
14. Pechlaner H., Raich F., Gastfreundschaft und Gastlichkeit im Tourismus, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2007.
15. [Spatt](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Ernst_Spatt&action=edit&redlink=1) E., Allgemeine Fremdenverkehrslehre, Innsbruck, Inn-Verlag, 1975.
16. Übungsgrammatik. Deutsch als Fremdsprache. – Ismaning: Max Hueber, 2002. – 248 S.
17. Voyage. Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung, München/Wien (lfd. seit 1997).
18. Andrea Michitsch: "Reiserecht: Kommentar der §§ 31 b ff KSchG", erschienen im NWV Neuer Wissenschaftlicher Verlag Wien, 2004.

**Internetadressen**

http://www.hotelstars.org

http://www.hotelsterne.de

http://www.hotellerie.de

http://www.hilton.de

http://www.klassifizierung.de

http://www.reserechtInformationspflicht-D\_A\_S\_Rechtsportal.htm

http://www.verbraucher.org

http://www.bitkom.de

http://www.tourismus-zukunft.de

<http://www.visumtourism.ch/>Wissensplattform für nachhaltige Entwicklung im Tourismus

<http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus>

<http://www.bundesregierung.de/nn_81756/Content/DE/Pressemitteilungen/BMU/2006/09/2006-09-29-beratungseinrichtung-der-welttourismusorganisation.html>

<http://www.wm.baden-wuerttemberg.de/sixcms/detail.php/181951>

<http://www.spa-world.at/>

<http://www.globaltravel.tk/vor-dem-reisen/tourismus-zahlen-daten-und-fakten/>

<http://www.nationalgeographic.com/travel/sustainable/about_geotourism.html> - National Geographic Center for Sustainable Destinations

<http://www.respect.at/> - respect - Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung

<http://www.igmobil.at/> - IG-mobil - Interessensgemeinschaft für [sanfte Mobilität](http://de.wikipedia.org/wiki/Sanfte_MobilitÃ¤t) in Österreichs Tourismus