

move

ausgabe eins 2011
FASZINATION GESCHÄFTSREISE

NO.1
BUSINESS DESTINATION
**NEW
YORK**

Grau war gestern.



LIEBE LESERINNEN UND LESER!

Letztes Jahr habe ich erstmals zusammen mit meiner Familie die Ostküste der USA bereist. Auf dem Rückweg haben wir uns noch ein weiteres Highlight gegönnt: ein paar Tage in New York. Was gibt es Besseres, als seine beiden 13 und 15 Jahre alten Töchter mit dem Floor von Big Apple zu beeindruckern? Als sich am Abend das Glitzern und Leuchten des Times Square in den Augen meiner Kinder spiegelte, stand nicht nur New York auf der Beliebtheitsskala ganz oben...

Wann hatte ich die beiden Mädels zuletzt so sprachlos erlebt? Ich konnte mich nicht erinnern. Im selben Augenblick kam mir in den Sinn, dass ich vor fast 30 Jahren ebenfalls zum ersten Mal an diesem Ort gestanden hatte – verzaubert von dieser pulsierenden Metropole, genauso sprachlos.

Doch es kam auch ein bisschen Wehmut auf. Wie oft war ich seitdem schon hier gewesen? Unzählige Geschäftsreisen hatten die Faszination dieser Metropole schon fast zur Selbstverständlichkeit werden lassen. In diesem Moment fasste ich am Times Square einen Entschluss, den ich nun auf sehr vielen meiner Geschäftsreisen in die Tat umsetze: Ich nehme mir ein bisschen Zeit und lasse mich wieder faszinieren – von einer Stadt, egal wo auf dieser Welt.

Ich weiß, Ihr Terminkalender ist mindestens so prall gefüllt wie meiner. Ja, zwischen den Meetings bleibt gerade so viel Zeit, um sich an der nächsten Ecke an New Yorks bester Hotdog-Bude einen Imbiss zu gönnen. Genau diese Problematik kennen wir. Die neue *move* soll dazu beitragen, dass Sie diese knappe Zeit optimal nutzen und Ihre Reise angenehmer gestalten. Darüber hinaus bietet Ihnen das Magazin Orientierung und Mehrwert für Ihre Geschäftsreise oder deren Vorbereitung. Und eines ist sicher: Wenn Sie die Insider-Tipps der *move* nutzen, werden auch Sie von Big Apple (wieder) begeistert sein.

Viel Spaß beim Lesen!



Stefan Vorndran, Senior Vice President Northern & Central Europe
BCD Travel

PS: IHNEN GEFÄLLT DIE NEUE MOVE?

Empfehlen Sie uns auch Ihren Kollegen oder Freunden. Für das kostenlose Abo kann sich jeder Interessierte ganz einfach im Internet registrieren: www.bcdtravel.de!



In der neuen *move* entdecken Sie an vielen Stellen QR-Codes. Sie erleichtern die Verbindung vom Magazin ins Web, so können Sie schnell und einfach Informationen aufrufen, ohne die Internetadresse mühsam über die Tastatur eingeben zu müssen. Viele Mobiltelefone oder Smartphones verfügen bereits über Software zum Scannen der Codes, für viele weitere Geräte ist eine solche Software oder App kostenlos erhältlich.

So funktioniert's:

1. QR-Reader aus dem Internet auf Ihr Handy oder Smartphone herunterladen.
2. Code mit dem Reader scannen/fotografieren.
3. Das Mobiltelefon übersetzt den Code und verbindet sich mit dem entsprechenden Link.





Wir bringen Farbe in die Welt.

Heben Sie mit Iberia ab zu neuen Zielen:

- Cordoba (Argentinien)
- Panama
- San Salvador
- Fortaleza und Recife (Brasilien)

Und ab 28. März 2011:

- Los Angeles (USA)

Wir fliegen zu 21 Zielen in Lateinamerika und dank der **oneworld** Allianz zu insgesamt 900 Zielen in 150 Ländern.

GENIEßEN SIE UNSERE BUSINESS PLUS KLASSE

- **Neue Menus**, inspiriert vom Besten der Mittelmeerküche.
- **Bodega Business Plus** mit einer erweiterten Auswahl der besten Weine.
- **Noch mehr Platz** und persönlicher Freiraum.



Iberia Plus Punkte sammeln und noch mehr Vorteile genießen.



IBERIA

GUTE REISE

REISEWELTEN

- 06 NEW YORK – DER BESTE BISS IN DEN APFEL**
Zu erleben gibt es weit mehr als den Blick vom Rockefeller Center
- 14 BUSINESS-KNIGGE NEW YORK**
Be open-minded – be successful

16 NEUES AUS DER REISEWELT

18 REISEN ZUR ERHOLUNG

REISEMENSCHEN

- 20 WOHIN IN NEW YORK?**
Insider-Tipps vom Concierge Bernd W. Kellner
- 22 BCD TRAVEL NEWS**
- 24 DIE NEUE MOVE**
Antje Gasster über mehr Lebensqualität auf Geschäftsreisen
- 28 FÜR UNTERWEGS**
Nützliches für Reisende
- 30 INTERVIEW MIT KLAUS PETER SIEGLOCH**
»Down Under« muss noch warten

REISEWEGE

- 32 TRAVELLER TICKER**
- 33 DAHIN FLIEGT DEUTSCHLAND**
- 34 BY THE WAY**
Für Reisende, die sich den Weg zum Ziel angenehmer gestalten möchten
- 35 UNSERE PARTNER INFORMIEREN**
- 42 SCHWARZ-FLIEGER**
Kolumnist Thomas Weber trifft regelmäßig welche

Fotos: Corbis (3)/Klaus Peter Sieglöch



Brooklyn Bridge
und die Skyline
von Manhattan

Foto: Corbis

INFOS AUF
biztrails.com

NEW YORK

DER BESTE BISS IN DEN GROSSEN APFEL

NEW YORK, »THE BIG APPLE«, IST IN VIELERLEI HINSICHT EINE STADT DER SUPERLATIVE. DAZU GEHÖRT IN JÜNGERER ZEIT AUCH DAS PRÄDIKAT »GRÜNSTE STADT DER USA«. ÜBERRASCHEND WIRKT AUCH DER »FINANCIAL DISTRICT«, DAS HERZ DER GESCHÄFTSWELT MIT WALL STREET UND BÖRSE, SO ÜBERSCHAUBAR WIE EIN STADTKERN IM ALTEN EUROPA. DIESE NÄHE ZWISCHEN UNTERNEHMEN UND TREFFPUNKTEN SCHAFFT EIN IDEALES UMFELD FÜR OFFIZIELLE UND INFORMELLE GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN.

Text: Heidi Wiese

1907

YELLOW CABS IN NEW YORK

sind deshalb so gelb, weil der Firmengründer John Hertz 1907 in einer Studie aus Chicago gelesen hatte, dass Gelb von allen Farben am schnellsten ins Auge springt. Die Fahrer der mehr als 12.000 Taxis kommen aus 85 Nationen und sprechen etwa 60 unterschiedliche Sprachen.

i

Im neogotischen Foyer des Woolworth-Wolkenkratzers sitzt der Namensgeber auf einem Pfeiler und zählt seine Dollars. Ein Stück weiter schmückt sich die größte Wertpapierbörse der Welt mit einer blütenweißen pseudoantiken Fassade mit Götterfries. Um die Ecke im McDonald's am Broadway 160 spielt der Hauspianist »Money makes the world go round«. In New York City liegt alles nah beieinander: das Profane und das Sakrale, die Tempel des Mammons und die touristischen Attraktionen – und meist ist es auch schön anzusehen. So sind Businessreisen nach New York immer auch ein wunderbares Wiedersehen mit einer faszinierenden Stadt, die sich ständig verändert.

Der Werbeclaim vom »Big Apple« ist weltweit aufgegriffen worden: Der Große Apfel, in den hineinzubeißen viel ergiebiger ist als anderswo. Wer es geschafft hat, hier Fuß zu fassen, der ist schon fast ganz oben angekommen – aber er muss sich auch mehr als anderswo anstrengen, dauerhaft oben zu bleiben. Und für all jene, die im Big Business mitmischen möchten, liegen fast alle Treffpunkte in fußläufiger Nähe: im Süden von Manhattan – »Downtown«. Das ist der vergleichsweise winzige Kern der Metropole, zu dem neben ganz Manhattan noch vier weitere »Countys« mit einem jeweils ganz eigenen Charakter gehören. Gerade mal 26 Quadratkilometer ist Manhattan zwischen der Südspitze und der 61th Street groß – aber fast vier Millionen Menschen kommen hier an Arbeitstagen zusammen. Diese so europäisch wirkende Nähe inmitten der meist schnurgeraden tiefen Straßenschluchten von Lower Manhattan ist ein wesentlicher Pluspunkt der Business Destination New York: Nähe bedeutet unkomplizierte Abläufe, schnelle Vernetzungen und reichlich Gelegenheiten zu persönlichen Begegnungen und informellem Informationsaustausch. »Ideen brauchen mehr als Bits und Bytes, auch in einer Hightech-Welt ist das persönliche Gespräch unersetzlich. Kreative Menschen wollen in der Nähe von anderen Kreativen sein. New York ist die Hauptstadt der Nähe«, meint der New-York-Times-Kolumnist John Tierney, der von einem »Durchlauferhitzer internationaler Kommunikationsströme« spricht. Wo Bauten sich mangels Grundfläche meist nur vertikal ausweiten, findet man in Fahrstühlen und am Boden auch schnell zueinander: in den gigantischen Foyers der Wolkenkratzer, auf der Straße, in den nahen

Cafés und Restaurants oder auch beim Luftschnappen in den mittlerweile sehr gepflegten und ausgeteinten Grünanlagen. Zum Geschäftszentrum gelangt man von »Uptown«, den vornehmen Wohnvierteln rund um den Central Park, oder aus den anderen Countys am schnellsten mit der U-Bahn; manche Züge halten nicht an jeder Station, um schneller zum Ziel zu gelangen. Über der Erde winkt man ein »Yellow Cab« herbei, die traditionellen quietschgelben offiziellen Taxis, aber selbst die bleiben gelegentlich im Stau stecken. Wer mitten in New York lebt, hat oft gar kein eigenes Auto. Allein die Parkplatzsuche würde viel zu viel Zeit kosten.

*AUCH IN EINER HIGHTECH-
WELT IST DAS PERSÖNLICHE
GESPRÄCH UNERSETZLICH.
KREATIVE MENSCHEN WOLLEN
IN DER NÄHE VON ANDEREN
KREATIVEN SEIN.*

Eine Erkundung des »Financial District« mit »Ground Zero«, der Wunde von 9/11, wird Ihnen schon viel über das Selbstverständnis der New Yorker verraten. Allerdings sollten Sie das Thema selbst besser nicht beim Small Talk ansprechen, denn die Betroffenheit ist immer noch sehr groß. Als Kontrastprogramm zum Geschäftsviertel empfehlen sich auch Erkundungen der Nachbarviertel: etwa die zum Bummeln, Shoppen und abendlichen Treffen beim Essen einladenden Straßen mit attraktiv umfunktionierten alten Lagerhäusern des Lebensmittelgroßhandels in Tribeca oder SoHo. Das »Triangle Below Canal« um die Greenwich Street herum ist das Revier des Filmstars Robert de Niro, der hier neben einigen Restaurants und einem Luxushotel auch seine Filmfirmen untergebracht und ein eigenes Tribeca-Festival begründet hat.

Wenn Sie die Mentalität der New Yorker und speziell Ihrer Geschäftsfreunde besser kennenlernen möchten, tun Sie auch gut daran, die weniger schicken ehemaligen Einwandererviertel zu durchstreifen: das immer weiter wachsende Chinatown, das fast verschwundene Little Italy und das East Village, das einst »Kleindeutschland« genannt wurde und das sich inzwischen schon länger in ein »Little India« verwandelt hat. Wobei auch diese Bezeichnungen der Viertel täuschen: Die größte Bevölkerungsgruppe nach den nordameri-



Yellow Cabs dominieren die Straßen von New York

Foto: Corbis



Zeit für einen Coffee to go auf der 5th Avenue in Manhattan

Fotos: Corbis

NEW YORK – FAST ALLES IST BIG, BIGGER, BIGGEST DIE STADT DER SUPERLATIVE UND IHRE ANDERE SEITE

2010 wurde der Rekord von 48,5 Millionen Touristen erreicht, davon 9 Millionen Ausländer, für 2015 werden 50 Millionen erwartet • 4,5 Millionen Menschen fahren jeden Tag mit der U-Bahn • 3,3 Millionen arbeiten in NYC, 85% der Arbeitsplätze entfallen auf den Dienstleistungssektor, Finanz- und Immobiliensektor sowie Gesundheits- und Bildungswesen • Fast 4,2 Millionen New Yorker sprechen nur schlecht oder gar nicht Englisch, et wa 1,5 Millionen beherrschen ausschließlich Spanisch



kanischen Weißen stellen die »Hispanics« aus Mittelamerika mit 27 Prozent, viele von ihnen sprechen kaum Englisch. Die jüdische Gemeinde von New York, die sich einst in der Lower Eastside angesiedelt hatte, gilt als größte der Welt; selbst in Jerusalem leben weniger Menschen jüdischen Glaubens. All diese Einwanderer aus der ganzen Welt haben New York von Anfang an geprägt und zur besonderen Weltoffenheit und Flexibilität beigetragen. Bereits im 17. Jahrhundert wurden hier 18 verschiedene Sprachen gesprochen, inzwischen sind es noch mehr geworden. Die verschiedenen Einwanderergruppen brachten schließlich auch neue Geschäftsideen mit, die sich oft positiv auf die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt ausgewirkt haben. »Kommerz hatte Vorrang vor religiöser Konformität, Profit Vorrang vor verschwommenen Prinzipien. Geld war das Maß aller Dinge«, schreibt der ehemalige Time-Life-Verleger Oliver E. Allen in seinem 1995 erschienenen Buch »New York, New York – A history of the world's most exhilarating and challenging city«.

Das Bild vom »Big Apple«, dem größeren Erfolg als anderswo im Lande, kam angeblich am Rande der Pferderennen in den 1920er-Jahren auf, als New York bei den Wettgewinnen die goldensten Äpfel verhielt. Ein Jahrzehnt später rollte der Große Apfel in die Jazzkeller von Harlem, die plötzlich international gefragt waren und mehr Geld als sonst abwarfen. In den 1970er-Jahren griff die Stadt das fröhliche Bild erfolgreich für eine Imagekampagne auf. Zusammen mit der Null-Toleranz-Strategie von »Rudy« Giuliani, den von verschiedenen Bürgerinitiativen gezielte aufpolierten »Business Improvement Districts« und den »Sanitary Inspection Grades« für Gaststätten hat sich New York seither von der »Hauptstadt der Kriminalität« und der »Metropole der Angst« zur »sichersten Großstadt Amerikas« gewandelt. Und ganz nebenbei ist der Großstadtmoloch New York in den letzten Jahren auch zur grünsten Stadt Amerikas geworden: Selbst die jüngsten Wolkenkratzer

wurden nach ökologischen Prinzipien errichtet, aus der alten Hochbahntrasse im Westen Manhattans ist jüngst ein luftiger Park geworden und die aufgeschütteten Ufer von Lower Manhattan haben sich in Grünanlagen mit hohem Freizeitwert verwandelt. In »The New Yorker« hat der Publizist David Owen jüngst beschrieben, dass ein New Yorker in seinem städtischen Loft weitaus ökologischer lebt als ein Romantiker mitten in der Natur der Neuenglandstaaten: Wo viele Leute zusammen in einem Gebäude leben, sind die Heizkosten geringer, die meisten Wege werden zu Fuß erledigt und kein Rasen muss aufwendig gesprengt werden.

NEW YORK HAT SICH VON DER »HAUPTSTADT DER KRIMINALI- TÄT« UND DER »METROPOLE DER ANGST« ZUR »SICHERSTEN GROSS- STADT AMERIKAS« GEWANDELT.

Einen ersten Biss in den Großen Apfel nehmen Sie am besten gleich nach der Ankunft, wenn Sie der Versuchung widerstehen, die Zeitverschiebung mit Schlaf auszugleichen – lernen Sie lieber bei einem Spaziergang in frischer Luft und einem heißen Kaffee an der Ecke selbst den vibrierenden Rhythmus von Frank Sinatras »Stadt, die nie schläft« kennen. Die allerbeste Einstimmung auf New York ist eine Fahrt mit der »Staten Island Ferry« von Battery Park aus über die Upper Bay. Vom Wasser aus erleben Sie gleich hinter der Freiheitsstatue die Südspitze von Manhattan so, wie sie einst Millionen von Einwanderern erstmals sahen: als verheißungsvolles Wolkenkratzer-Panorama zwischen Himmel und Meer, goldglitzernd im Sonnenschein oder bei Nebel abgestuft in edlen Graunuanzen.

Tauchen Sie erst in die Straßenschluchten von Manhattan ein und treffen sich mit Ihren Geschäftsfreunden zu Verhandlungen, so lassen Sie sich von dem



CHECKLISTE

Haben Sie für Ihre Reise in die USA an alles gedacht? ESTA-Antrag? Secure-Flight-Passenger-Daten? Eine Checkliste können Sie direkt bei uns abrufen, einfach per QR-Code verknüpfen oder im Internet unter www.bcdtravel.de/m1111 nachschlagen.



Wie ein QR-Code funktioniert, lesen Sie auf Seite 3.



NEW YORK – DIE GRÜNSTE STADT DER USA CENTRAL PARK IST UND BLEIBT DIE GRÜNE LUNGE

Neue Hochhäuser wie der Hearst Tower wurden nach ökologischen Gesichtspunkten gebaut • Taxis und Busse werden allmählich energieeffizient umgerüstet • Blinkanlagen im Stadtverkehr sind mit Energiesparlampen ausgerüstet • Trinkwasser kommt naturrein aus den Catskill Mountains • Sonnenkollektoren sorgen bereits für 27 Millionen Kilowattstunden grünen Stroms • Im East River wird Wasserkraft erzeugt

12%

**DER GESAMT-
BEVÖLKERUNG**
sind jüdischen Glaubens
oder jüdischer Abstammung
(etwa 972.000 Menschen).
Damit hat New York die
größte jüdische Gemeinde der
Welt – selbst in Jerusalem
leben weniger Menschen
jüdischer Konfession.

lässigen Image der Amerikaner nicht täuschen: New Yorker legen beim Business-Umgang durchaus Wert auf Höflichkeit. Immerhin hat Readers's Digest den Rekordverliebten kürzlich das Prädikat »höflichste Metropole der Welt« verliehen – und das möchten die New Yorker auch sehr gern bleiben. Berlin liegt schließlich nur auf Platz vier. So benimmt sich der New Yorker nicht nur »streetsmart«, nett zu jedem, der entgegenkommt, er kleidet sich bei Meetings, Konferenzen oder Geschäftsessen auch so förmlich im Anzug, meist mit Schlips (Damen im dunklen Kostüm oder Hosenanzug), dass der Geschäftspartner sich aufgewertet fühlen darf. Falls auf einer Einladung »black tie« steht, ist Abendgarderobe Pflicht. In Schwarz sind Sie für fast alle Gelegenheiten korrekt gekleidet.

Der heutige »Business District« im südlichen Manhattan lockte bereits 1624 die ersten Siedler aus Holland und Wallonien an, die hier das Fort Nieuwe Amsterdam bauten. Der Name Wall Street erinnert noch an ihren schützenden Holzzaun, den sie nicht etwa gegen die Indianer errichteten, denen sie die Insel gegen Glasperlen und Knöpfe abgekauft hatten, sondern gegen die expandierenden Engländer. Gleich nach der Unabhängigkeitserklärung 1776 handelten hier die ersten Makler mit Staatsanleihen und gründeten die spätere »New York Stock Exchange«. Die Deutsche Bank residiert ganz in der Nähe in der Wall Street 60. An das alte New York erinnert noch die rührend kleine »Trinity Church« jenseits des Broadways am Ende der Wall Street. Als höchstes Gebäude der Stadt wurde sie erst um 1900 vom ersten »Skyscraper« in Greenwich Village abgelöst, der gerade mal zwölf Stockwerke zählte. Die Erfindung der Stahlskelette für den Hochhausbau und die der Fahrstühle standen Pate beim Start des Höhenrausches, der fortan zu immer neuen Rekorde bei der Gestaltung der Skyline führte. Noch führt (wieder) das 1931 errichtete Empire State Building mit 381 Meter (ohne Fernsehmast) – bis im nächsten Jahr

der 541 Meter hohe »Freedom Tower« an der Stelle der WTC Twin Towers fertiggestellt sein wird.

Von der Wall Street bis zum »Ground Zero« kommen Sie gut zu Fuß. Am Fuß des neuen Turms erinnert die Gedenkstätte »Reflecting Pools« an die 2.569 Opfer des Anschlags, ein Museum soll in diesem Jahr eröffnet werden. Westlich von Ground Zero beherbergt das restaurierte »World Financial Center« am Hudson-Ufer Konzerne wie Merrill Lynch, Dow Jones und American Express. Ein unübertrefflich schöner Treffpunkt unter Königspalmen ist dort der Glaspalast Winter Garden Atrium. Im Osten des Financial District ist ein Spaziergang über die mit der Struktur ihrer Verstreutungen hinreißend schöne Brooklyn Bridge kaum zu toppen. »Ein Modell dafür, wie etwas Nützliches zugleich wunderschön sein kann«, schwärmte Arthur Miller.

WER ES GESCHAFFT HAT, IN NEW YORK FUSS ZU FASSEN, IST SCHON FAST GANZ OBEN ANGEKOMMEN – ABER ER MUSS SICH AUCH MEHR ALS ANDERSWO ANSTRENGEN, DAUERHAFT OBEN ZU BLEIBEN.

Wer Broker in der Mittagspause beim Essen begleiten möchte, speist traditionsbewusst bei »Harry's« am Hannover Square unter Monitoren mit Börsenkursen oder bei »Delmonico's« an der Beaver Street 56, wo schon Abraham Lincoln und Mark Twain das Steak nach Art des Hauses und den Hummer in Brandysahne genossen. Nach Feierabend treffen Sie wahrscheinlich die meisten Ihrer Geschäftsfreunde wie auch potenzielle Kunden an den schicken »shop and eat«-Meilen South Street Seaport oder Pier 17 in den einst verfallenden Hafenanlagen am East River. Schlafen können Sie zu Hause immer noch. Und beim nächsten Biss in den Großen Apfel wird all das schon wieder ganz anders aussehen.



Times Square in der
Abenddämmerung

Fotos: Corbis



Trinkgeld und Steuern

In Cafés, Restaurants und Taxis wird meist 15 bis 20 Prozent der Gesamtsumme an »Tip« erwartet. Achtung: Wer nicht freiwillig zahlt, von dem wird das Geld energisch eingefordert. Eine Faustregel für die Summe ist die doppelte »sales tax«, die Steuer, die meist auch extra berechnet wird. Man sollte also etwa 30 Prozent der Summe addieren. Wird an der Kasse bezahlt, bleibt das Trinkgeld auf dem Tisch liegen. In erstklassigen Hotels erwarten Gepäckträger (»bell boys«) mindestens fünf Dollar pro Stück. Zimmermädchen bekommen mindestens fünf Dollar, bei längerem Aufenthalt einen Dollar pro Tag. Besorgt der Concierge Theaterkarten oder einen gut en Restauranttisch, erwartet er mindestens zehn Dollar.



Fotos: Corbis

BUSINESS-KNIGGE NEW YORK

Immer schön freundlich

Auch wenn die Zeit mal sehr knapp ist: Man zankt sich nicht um ein Taxi, sondern teilt es sich. Amerikaner sind im Umgang weniger förmlich als Deutsche: Auch Geschäftspartner reden sich üblicherweise mit dem Vornamen an – das ist aber genauso höflich gemeint wie bei uns das formale »Sie«.

Dresscode

In der Geschäftswelt der USA sind Anzug und Kostüm in dunkler Farbe angesagt. Abends sollten Sie Ihren Kleidungsstil ändern: Während der Freizeit ist Lässigkeit das höchste Gebot. Selbst in vornehmen Hotels können Sie sich ungeniert in Shirt und Shorts bewegen. Steht auf einer Einladung allerdings »smart casual«, ist schicke Freizeitkleidung gewünscht.



KONVERSATION
Glauben Sie ja nicht, dass in New York niemand Deutsch versteht – Lästern in der fremden Sprache kommt meist ganz schlecht an. Ein Tabuthema ist immer noch der 11. September; die Erinnerung schmerzt.

BE OPEN-MINDED – BE SUCCESSFUL

ESSEN MIT GESCHÄFTSFREUNDEN

Für ein informelles Meeting ist es durchaus üblich, sich zum Frühstück oder zum Lunch zu verabreden, das dauert nicht lange und ist unkompliziert. Abends geht es formeller zu. Das Dinner wird zwischen 17 und 21 Uhr eingenommen – ab 22 Uhr wird es schwierig, noch etwas zu bestellen. Nach dem Essen erwartet man in New York, den Tisch schnell für weitere Gäste frei zu machen. Weitergeplaudert wird an der Bar oder in der Hotellobby. Wem Zeit und Ruhe beim Treffen mit Geschäftsfreunden wichtig ist, reserviert einen Tisch für das »Second Seating«, meist nach 20.30 Uhr.



»I love New York«

36 % der insgesamt 8.274.527 (aktueller Erhebungsstand) New Yorker (Manhattan: 1,6 Millionen) sind im Ausland geboren, 19,2 % davon wanderten aus Lateinamerika (ohne Puerto Rico) ein, 9,4 % aus Asien und 6,4 % aus Europa. Die Zahl der weißen Einwohner ohne mittelamerikanische »Hispanics«-Vorfahren ist auf 35 % gesunken. Asiaten sind die am stärksten wachsende Gruppe, momentan stellen sie 12 % der Bevölkerung. Die meisten New Yorker mit europäischen Wurzeln kamen aus Italien (8 %), Irland (5 %) und Deutschland (3 %).

I ♥ NY

INFOS AUF
biztrails.com

KLEINER SPRACHFÜHRER

Die Begrüßung »How are you« ist keine Einladung zum Erzählen von Befindlichkeiten, ein fröhliches »great« plus »and yourself?« reicht völlig. Vermeiden Sie das Wort »must«, es wird leicht als Befehl aufgefasst. Mit »could you please« erreichen Sie viel eher, was Sie möchten. Ebenso gilt es als sehr unhöflich, einem Geschäftspartner etwas mit »you must not« abzulehnen, das bedeutet »Sie dürfen das nicht«. Korrekt ist »you don't need to« oder »no need to«. »Provision« ist die Vorahnung, »commission« ist korrekt. Ein Unternehmer heißt »businessman/-woman« ein »undertaker« ist ein Bestatter. Ein »chef« ist in den USA ein Koch, ein »chieft« ein Häuptling, »boss« oder »manager« sind korrekt; »rentable« heißt »zu vermieten«, »profitable« ist richtig.



NEUES AUS DER REISEWELT

ACTE-KONFERENZ

»Be Smart. Be Hip. Be Seen«: Unter diesem Motto steht die Frühjahrskonferenz der Association of Corporate Travel Executives (ACTE), die am 10. April in New York startet. Die Teilnehmer der zweitägigen Konferenz im Marriott Marquis Hotel Times Square kommen aus allen Geschäftsbereichen des Business Travels: Leitende Travel Manager aus Unternehmen diskutieren hier mit Vertretern der Agenturseite oder mit Reiseanbietern. Mehr Infos finden Sie unter www.acte.org

»THE SQAIRE«: WEST-ATRIUM ERÖFFNET

Frankfurts »Raumschiff« hat Anfang des Jahres das erste öffentlich zugängliche Areal eingeweiht: das West-Atrium. »The Squire« ist Europas größte Büroimmobilie mit einer Nutzfläche von 140.000 Quadratmetern. Der futuristische Mega-Komplex aus Stahl und Glas wurde direkt über dem Fernbahnhof des Frankfurter Aiports gebaut und wirkt aus der Ferne wie ein silbern glänzendes Raumschiff. Das Projekt im Herzen der Mobilität steht für Superlative: Auf neun Etagen und einer Länge von 660 Metern verteilen sich Büros, Hotels, Shops, Restaurants, Arztpraxen und Kindergärten. In den Räumlichkeiten des »The Squire« soll ein atmosphärisches Arbeitsumfeld der Zukunft entstehen.



Fotos: Corbis (1)/Roland Horn, THE SQAIRE GmbH & Co. KG

EVENT-HIGHLIGHTS 2011

Jedes Land feiert seine landestypischen Events und Festivals. Oft kommen Besucher aus aller Welt, um einmal hautnah mit dabei zu sein. Diese Top-Events werden auch Sie begeistern – und sind ein guter Gesprächsstoff.

23. APRIL – 15. MAI: THE SAN MARCOS NATIONAL FAIR (MEXIKO)

Das Kulturfestival in Aguascalientes lockt jedes Jahr 250.000 Besucher an.

26. – 29. MAI: GROSSER PREIS VON MONACO

Das Formel-1-Rennen ist das einzige, das mitten in einer Stadt ausgetragen wird.

11. – 22. MAI: FILMFESTSPIELE VON CANNES (FRANKREICH)

Das internationale Treffen der Großen des Filmes.

6. JUNI: DRAGON BOAT FESTIVAL IN HONG KONG (CHINA)

Höhepunkt ist das Rennen der zehn Meter langen Drachenboote.

2. JULI UND 16. AUGUST: PALIO DI SIENA (ITALIEN)

Eines der härtesten Pferderennen der Welt in Sienas mittelalterlichem Stadtkern.

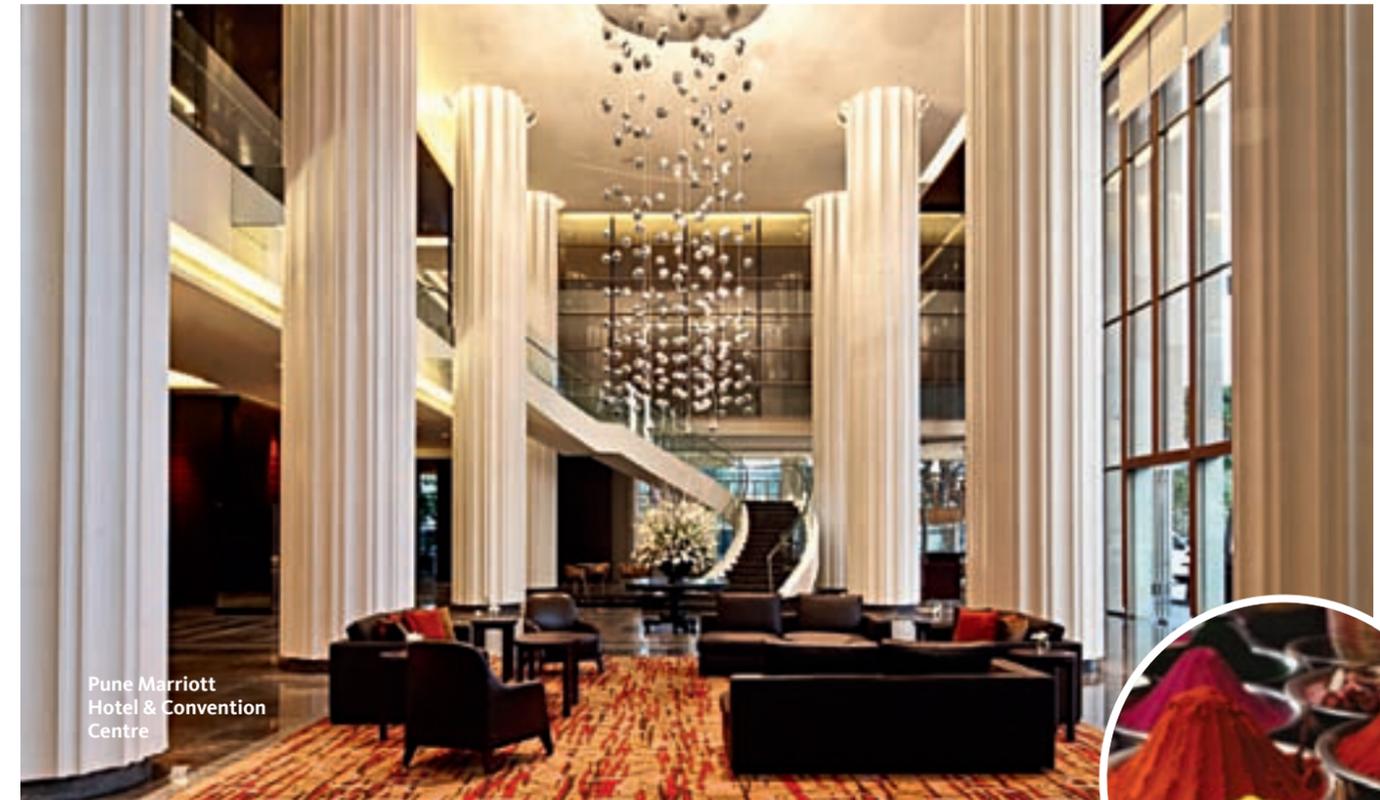


EVENT-HIGHLIGHTS 2011

Mit Lufthansa 7 x täglich nach New York

Lufthansa fliegt mehrmals täglich von **Frankfurt** und **München** nach New York (JFK) und Newark (EWR) sowie täglich von **Düsseldorf** nach Newark. Seit kurzem fliegt die **Lufthansa A380** auch von Frankfurt nach New York. An beiden Flughäfen steht – je nach Buchungsklasse bzw. Kundenkarte – eine Lufthansa **Senator Lounge** sowie in New York (JFK) zusätzlich eine integrierte **First Class Area** und die **Lufthansa Business Lounge** zur Verfügung.

Für Hin- und Rückflug z. B. von Frankfurt nach New York werden in der Business Class bis zu **17.330 Meilen** gutgeschrieben. Je mehr Meilen Sie sammeln, desto größer wird Ihre Auswahl an exklusiven Prämien und Privilegien bei Miles & More, dem führenden Vielfliegerprogramm Europas.



Pune Marriott Hotel & Convention Centre



FASZINATION INDIEN – MARRIOTT'S PRÄSENZ IM LAND DER TAUSEND FARBEN

Über quirlige Metropolen, beeindruckende Landschaften und duftende Gewürzbasare gelangt man in die farbenfrohe Welt eines der bevölkerungsreichsten Länder der Erde: Indien – Das Land der tausend Farben.

Indien gilt in Asien neben China als das Land mit dem höchsten Entwicklungspotential im Hotelsektor. Auch Marriott International wird seine Präsenz auf dem indischen Subkontinent massiv ausbauen. Bis 2015 soll das Marriott Portfolio von derzeit 12 auf 100 Hotels erweitert werden.

Mit der Eröffnung des Goa Marriott Hotels im Jahre 1999 besiegelte Marriott International seinen Eintritt in den indischen Markt. Neben Jaipur, Bangalore und Mumbai ist die internationale Hotelkette mittlerweile auch mit drei Hotels in Pune präsent. Mit knapp drei Millionen Einwohnern bringt die schnell wachsende Stadt, die auch als »Königin des Deccans« bezeichnet wird, geschäftiges Leben in die Weite des Deccan Plateaus. 52 Jahre nach Eröffnung des ersten Marriott Hotels & Resorts, wurde hier 2010 das Pune Marriott Hotel & Convention Center als 500. Hotel der Marke eröffnet. Im historischen Stadtkern von Pune gelegen, bietet das Hotel über 3700 m² Veranstaltungsfläche inmitten des

kulturellen Zentrums, das sich mittlerweile zum Treffpunkt für die IT- und Automobilbranche entwickelt hat.

Die Marke Courtyard by Marriott weist in Indien den größten Entwicklungsfaktor auf und repräsentiert ca. die Hälfte des Marriott Portfolios. Unter diesen Häusern befindet sich auch das Courtyard by Marriott Pune Hinjewadi, das seine Gäste inmitten des Technologiezentrums der Stadt empfängt und eine optimale Anbindung an den Mumbai-Pune Expressway bietet. In Kürze ist bereits die nächste Eröffnung geplant. Im Herzen von Pune, an der B und Garden Road, eröffnet im März 2011 das Courtyard by Marriott Pune City Centre. Das siebte Hotel dieser Marke in Indien bietet 157 Zimmer und vier internationale Restaurants, darunter auch das in Asien sehr bekannte und etablierte »MoMo« Cafe.

»Wir freuen uns sehr über das fortwährende Wachstum in Indien und die gute Zusammenarbeit mit unseren Partnern vor Ort, die die Ausschöpfung des nahezu uneingeschränkten wirtschaftlichen Spielraums möglich machen«, betont Arne Sorensen, Präsident & COO von Marriott International.



7. COURTYARD HOTEL

Im März dieses Jahres eröffnet mit dem Pune City Centre das siebte Courtyard Hotel – das insgesamt 13. Hotel von Marriott International in Indien.

REISEN ZUR ERHOLUNG



WER BERUFLICH VIEL REIST, HAT SELTEN ZEIT, EINE REGION AUCH EINMAL AUF EIGENE FAUST ZU ERKUNDEN. ERST EINE URLAUBSREISE GIBT GELEGENHEIT, BEREITS BEKANNTE GEGENDEN FÜR SICH GANZ NEU ZU ENTDECKEN ...



Fotos: gebeco GmbH & Co KG

holiday travel
by KARSTADT

SÜDSTAATEN-SINFONIE

EINE 13-TAGE-REISE MIT FASZINIERENDEN HIGHLIGHTS

Die Südstaaten Louisiana, Mississippi, Georgia, South Carolina und Tennessee bieten endlose Strände, unberührte Wälder, geheimnisvolle Sümpfe, den mächtigen Mississippi und die wilden Berge der Appalachen. Viele Relikte der alten Südstaatenzeit begegnen Ihnen in Kolonialstädten wie New Orleans, aber auch im modernen Atlanta. Entdecken Sie historische Städte, die noch an die Zeit vor dem amerikanischen Bürgerkrieg erinnern, beeindruckende Plantagenhäuser und elegante Kolonialbauten. Diese Reise führt Sie aber auch durch einen Querschnitt amerikanischer Musik: von der Countrymusik in Nashville über den Blues in Memphis bis hin zum legendären Jazz in New Orleans. Erleben Sie die kulturelle und landschaftliche Vielfalt und lassen Sie sich vom Charme dieser Region verzaubern. Der tiefe Süden erwartet Sie!

Leistungen:

- Attraktive Reiseroute durch die Südstaaten
- 13-Tage-Erlebnisreise
- Lufthansa-Linienflüge ab Frankfurt, Anschlussflüge ab vielen deutschen Flughäfen möglich
- Zug zum Flug, 2. Klasse
- Deutsch sprechende Reiseleitung
- Transfers, Ausflüge/Besichtigungen
- 11 Übernachtungen in 3***-Hotels, inkl. Frühstück

Ausflugspaket:

- Geführter Rundgang durch das French Quarter in New Orleans
- Bayous und Plantagen hautnah
- Besuch der Jack-Daniels-Destillerie in Lynchburg
- Ausflug nach Graceland

Reisetermine: 10 Termine zwischen dem 03.04. und 06.11.2011

Preis: Pro Person im DZ ab 1.995 €

Veranstalter: gebeco

Fotos: DERTOUR



MALERISCHER GOLF VON SORRENT

8-TÄGIGE ERLEBNISREISE DURCH ITALIEN

Sorrent und Amalfi – eine Symbiose aus Lebensgefühl, Kultur und einzigartigen Landschaften. Bereits Goethe war von der Schönheit der Region am Fuße des Vesuvs hingerissen. Die Halbinsel von Sorrent ist bereits seit 2000 Jahren ein begehrter Urlaubsort. Das traumhafte Panorama auf den Golf von Neapel wird Sie faszinieren. Die Amalfiküste beeindruckt durch einmalige Panoramastraßen und schmucke Orte an der Steilküste. Erleben Sie die Vielfalt der Region mit unzähligen gemütlichen Restaurants und Straßencafés, die geschichtsträchtige Stadt Pompeji sowie die unvergessliche Landschaft des Vesuvs.

Leistungen:

- Linienflug mit Lufthansa in der Economy-Class ab/bis 10 verschiedenen deutschen Flughäfen via München nach Neapel und zurück
- Steuern und Gebühren
- ÖPNV-Coupon zur An- und Abreise zum Flughafen innerhalb der Verkehrsverbünde
- Transfers im Zielgebiet
- 7 Übernachtungen mit Halbpension in der gebuchten Hotelkategorie
- Deutsch sprechende Reiseleitung
- Informationsmaterial und Reiseführer

Ausflugspaket:

- Halbtägiger Ausflug »Land und Leute«, inkl. Mozzarellaverkostung
- Ganztägiger Ausflug nach Neapel
- Ganztägiger Ausflug: Pompeji und Vesuv
- Ganztägiger Ausflug an die Amalfiküste

Reisetermine: Wöchentliche Abflugtermine vom 23.03. bis 25.05.11 sowie vom 14.09. bis 26.10.11

Preis: Pro Person im DZ ab 638 €

Veranstalter: DERTOUR



WEITERE INFORMATIONEN UND BUCHUNG IN IHREM »HOLIDAY TRAVEL BY KARSTADT«- REISEBÜRO:

Berlin: Tel.: 030.53 02 46 40
holidaytravel-berlin@karstadt.de

Berlin: Tel.: 030.38 63 09 93
holidaytravel-siemens@karstadt.de

Coburg: Tel.: 09561.5 54 60
holidaytravel-coburg@karstadt.de

Düsseldorf: Tel.: 0211.24 70 14 00
holidaytravel-duesseldorf@karstadt.de

Essen: Tel.: 0201.7 27 88 10
holidaytravel-essen@karstadt.de

Frankfurt: Tel.: 069.66 42 77 00
holidaytravel-frankfurt@karstadt.de

Gütersloh: Tel.: 05241.86 54 30
holidaytravel-guetersloh@karstadt.de

Hamburg: Tel.: 040.3 48 45 42 20
holidaytravel-hamburg@karstadt.de

Hannover: Tel.: 0511.9 65 84 90
holidaytravel-hannover@karstadt.de

Kassel: Tel.: 0561.7 89 54 11
holidaytravel-kassel@karstadt.de

Mannheim: Tel.: 0621.31 88 04 22
holidaytravel-mannheim@karstadt.de

München: Tel.: 089.1 43 32 90 10
holidaytravel-muenchen@karstadt.de

Nürnberg: Tel.: 0911.2 13 20 12
holidaytravel-nuernberg@karstadt.de

Wolfenbüttel: Tel.: 05331.55 32
holidaytravel-wolfenbuettel@karstadt.de

SONDER- KONDITIONEN

Mitarbeiter von
BCD Travel Kunden
erhalten über »Holiday
Travel by Karstadt«
Sonderkonditionen bei
allen gängigen
Reiseveranstaltern.

BCD travel



INSIDER-TIPPS:

WOHIN IN NEW YORK?

SEIT 15 JAHREN LEBT UND ARBEITET BERND W. KELLNER IN NEW YORK. DER CONCIERGE VOM JUMEIRAH ESSEX HOUSE VERRÄT IHNEN SEINE GANZ PERSÖNLICHEN HIGHLIGHTS IN BIG APPLE – IDEALE EMPFEHLUNGEN FÜR IHRE GESCHÄFTSREISE.

Jumeirah
ESSEX HOUSE



NICE TO STAY

Als »North America's Leading Business Hotel« (2009) ist das **Jumeirah Essex House** für Geschäftsreisende in New York ein optimaler place to be. Der 1931 eröffnete Art-Déco-Bau mit 44 Etagen wurde 2007 umfassend renoviert und gehört zum National Trust der »Historic Hotels of America«. Am Central Park South Nr. 160 liegt das Essex House direkt an New Yorks grüner Lunge und in fußläufiger Nähe zur Carnegie Hall, dem MoMA und anderen Attraktionen von Midtown. Zum Hotel gehört das »South Gate«-Restaurant mit moderner amerikanischer Küche und ein Spa mit Sauna.



SPORT

Ein Eldorado sind Spiele der berühmten Profiteams **Knicks (Basketball), Rangers (Eishockey) und Yankees (Baseball)**. Absolute Ekstase erleben Sie bei einem **Spiel zwischen den Yankees** aus der Bronx und den **Mets** aus Queens. Die Stadt teilt sich in zwei Lager, die Stadtviertel werden festlich geschmückt und überall in Big Apple herrscht Ausnahmezustand.

GENUSS

Soll es ein modernes Restaurant mit bemerkenswerter Speisekarte sein, so gefällt mir das **Public Restaurant** in der Elizabeth Street Nr. 210 in SoHo am besten (www.public-nyc.com). Ich mag auch das **La Esquina**, ein mexikanisches Lokal in der Kenmare Nr. 114 in NoLiTa mit frischen Zutaten und einer tollen Atmosphäre (www.esquinanyc.com). Den **allerbesten Hot Dog** serviert immer noch **Nathan's**; seit 1916 am Strand von Coney Island, inzwischen weltweit an 18.000 Verkaufsständen – sogar in Manhattan (www.nathansfamous.com). Dort gibt es auch **Gray's Papaya** – beispielsweise an der Sixth Avenue Nr. 402 – kaum zu übertreffen und sogar preiswert. **Geschäftsfrauen** treffen sich gern in den folgenden Power Spots: im Restaurant **The Four Seasons** in Midtown an der East 52th Street Nr. 99 zum Lunch und Dinner (www.fourseasonsrestaurant.com), im **Michael's** an der West 55th Street Nr. 24 zum Lunch, am liebsten mittwochs (www.michaelsnewyork.com), im französisch inspirierten **Daniel** in der East 65th Street Nr. 60 zum Dinner (www.danielnyc.com).

BCD travel

GEHEIMTIPP FÜR FIRMENEVENTS

*Der atemberaubende Blick von der Dachterrasse des **620 Fifth Avenue Loft & Garden** ist ähnlich faszinierend wie der vom Rockefeller Center. Im Frühjahr, Sommer und Herbst können Sie Ihre Geschäftspartner im Dachgarten mit Pool empfangen und anschließend im oberen Stockwerk dinnieren.*

*Egal wo auf der Welt Sie Firmenevents planen, die Full-Service-Eventagentur **BCD Travel Groups** bietet Ihnen außergewöhnliche Konzepte und perfekte Performance.*

*Ihre Ansprechpartnerin:
Tanja Trzeciak
Telefon 069 66427111
E-Mail groups@bcdtravel.de*

MUST-SEES

Das **Jacqueline Kennedy-Onassis Reservoir** im Central Park, ein großer See in schöner Parklandschaft. Der wunderbar nostalgische **Bahnhof Grand Central Terminal** am Südende der Park Avenue. Im Rockefeller Center in Midtown die **Aussichtsdecks Top of the Rock**. Die **schönsten Blicke auf Manhattan** haben für mich das **Restaurant Weehawken Chart House** im Lincoln Harbor von New Jersey (www.chart-house.com) und der **Water Taxi Beach** auf Governors Island (www.watertaxibeach.com).



RELAXEN

Zum Relaxen im Grünen gehe ich am liebsten in den **High Line Park** im Meatpacking District. Diese neu angelegte grüne Oase mit fantastischem Blick über den Hudson River liegt auf dem Viadukt der in den 1980er-Jahren stillgelegten Hochbahn; es gibt sogar Liegestühle (www.thehighline.org). Nach einem anstrengenden Arbeitstag schaue ich gern im nahen **Exhale Midtown Spa** am Central Park South Nr. 150 vorbei (www.exhalespa.com). Gästen, die auch Saunen, Dampfbäder und Hotpots schätzen, empfehle ich das **Great Jones Spa** an der Great Jones Street Nr. 29 in NoHo – mit Indoor-Wasserfall (www.greatjonespa.com). Ein größeres Fitnesscenter als im Hotel bietet **The LA Sports Club** im nahen Rockefeller Center (www.thesportsclubla.com).

Fotos: Corbis (4)/Jumeirah Essex House (2)



ENTSPANNUNG

Für **Jazzfans** ist der **Dizzy's Club Coca Cola** im Time Warner Center am Columbus Circle eine tolle Adresse. In entspannter Atmosphäre spielen die Künstler vor einer Fensterfront mit Blick über die Skyline (www.jalc.org/dccc). Zum angenehmen Ausklang eines Abends kann ich einige **Nachtclubs** empfehlen: Das **Provocateur** im Hotel Gansevoort an der Ninth Avenue Nr. 18 ist amüsant extravagant gestaltet (www.provocateurny.com). Das **TenJune** in der Little West 12th Street Nr. 26 bietet neben dem Dancefloor auch ein kuscheliges Kaminzimmer (www.tenjunenyc.com). Das **Lavo** an der East 58th Street Nr. 39 liegt in Hotelnähe; zu Lounge und Nightclub gehört auch ein süditalienisches Restaurant (www.lavony.com). Das **Greenhouse** in der Varick Street Nr. 150 in SoHo ist der erste recyclebare Öko-Nachtclub der Stadt (www.greenhouseusa.com/newyork).

SHOPPEN

Kleine, unabhängige **Boutiquen mit trendiger Mode** für Männer und Frauen oder Lifestyle-Accessoires finden Sie im **West Village** und im **nördlicheren Meatpacking District**. Die größte Auswahl von **Kunstgalerien** bietet **West Chelsea**. Weltbekannte Künstler wie Andy Warhol und Damien Hirst vertritt die **Gagosian Gallery**, u.a. in der 522 West 21th Street (www.gagosian.com). Die **James Cohan Gallery** in der 533 West 26th Street ist international und multimedial orientiert, sie verkauft u.a. die Fotoarbeiten von Wim Wenders (www.jamescohan.com). Erschwingliche **Antiquitäten** und **Flohmärkte** entdeckt man im **Osten von Chelsea**.



BCD TRAVEL NEWS

AUS DEM WISSENSPOOL UNSERER MITARBEITER GEBEN WIR TRENDS UND FAKTEN DER REISEBRANCHE AN SIE WEITER. DARÜBER HINAUS INFORMIEREN WIR SIE ÜBER NEWS AUS DER WELT VON BCD TRAVEL.

INFOS AUF
bcdtravel.de

BCD TRAVEL GEWINNT VATTENFALL

Der schwedische Energiekonzern Vattenfall hat sich im Rahmen seiner Ausschreibung des Reise-Managements für eine Zusammenarbeit mit BCD Travel entschieden. Damit betreut BCD Travel die Vattenfall-Reisenden in ganz Europa. Der Zuschlag sichert zum einen die bestehende Geschäftsverbindung in Deutschland. Hier kümmern sich BCD Travel Büros in Hamburg und Berlin um die Geschäftsreisen des Energiekonzerns. Zum anderen baut BCD Travel hierdurch seine Marktstellung in Nordeuropa, insbesondere in Schweden, deutlich aus. Dem Zuschlag für den Reiseetat ging ein siebenmonatiger Qualifikations- und Ausschreibungsprozess nach den strengen Vergaberichtlinien der Europäischen Union voraus. Dabei schnitt das Angebot von BCD Travel wirtschaftlich und konzeptionell am besten ab.

BCD TRAVEL GESCHÄFTSREISE-PODCAST UNTERWEGS IN DEN USA

So nah wir Europäer uns den USA fühlen, so unterschiedlich ist die Geschäftskultur der Nordamerikaner. Im BCD Travel Geschäftsreise-Podcast »Unterwegs in den USA« hören Sie hierzu ein zehnmütiges Kurzinterview mit Frank Bonowski, Senior Director Global Client Management von BCD Travel. Ob Business-Meeting, Einladung zum Dinner oder Einreiseprozess: Der Podcast unter www.bcdtravel.de bietet viele interessante Tipps.

HERAUSFORDERUNGEN AN TRAVEL MANAGER

Ob Online-Check-in, Preisrecherche oder Reisetipp aufs Smartphone: Mobile Technologien und die Nutzung sozialer Online-Netzwerke haben auch das Reisemanagement revolutioniert. In dem White Paper »Corporate Travel Management goes Next Gen« bringt Advito den aktuellen Stand dieser Entwicklung für den Beruf des Travel Managers auf den Punkt. Zu den zentralen Herausforderungen, denen sich Travel Manager heute stellen müssen, zählt zum Beispiel die Nutzung verschiedener Distributionsplattformen, um die bestmögliche Dienstleistung zu einem günstigen Preis zu erhalten. Eine weitere Herausforderung ist das veränderte Reiseverhalten: Geschäftsreisende sind heute permanent in ihren sozialen Netzwerken eingebunden und über Echtzeit-Informationskanäle hinsichtlich aller persönlichen und geschäftlichen Interessen auf dem Laufenden. Travel Manager müssen deshalb festlegen, wie sie ihre Kommunikationsformen hieran optimal anpassen können. Das White Paper finden Sie zum Download unter www.bcdtravel.de/white_papers_DE

ADVITO ERWARTET HÖHERE FLUGPREISE

Advito, die unabhängige Beratungssparte von BCD Travel, rechnet damit, dass sich die Flugpreise im Laufe des Jahres um sechs bis neun Prozent erhöhen werden. Der Anlass für die Prognose: Der Rohölpreis soll auf mindestens 100 US-Dollar steigen. Dementsprechend wird erwartet, dass die Fluggesellschaften ihre Kraftstoff-Aufschläge massiv erhöhen.

Dieser und weitere Einblicke in den Geschäftsreisemarkt befinden sich im ersten Quartals-Update zu Advitos Branchenprognose »2011 Industry Forecast«. Die rasant steigenden Kraftstoff-Zuschläge haben beträchtlichen Einfluss auf die Gesamtkosten einer Flugreise.

BIZTRAILS JETZT AUCH AUF ENGLISCH

Die Online-Community für Geschäftsreisende Biztrails ist jetzt auch auf Englisch verfügbar. Um unter www.biztrails.com die englische Fassung zu lesen, müssen bei den Browser-Einstellungen Englisch als Sprache gewählt werden. Biztrails ist Ihr persönlicher Wissenspool für die Geschäftsreise und bietet Reiseinformationen und Insider-Tipps zu allen wichtigen Geschäftsreisezielen weltweit. Nach erfolgter Online-Anmeldung können Geschäftsreisende ihr Insider-Wissen mit anderen Nutzern teilen und vom Know-how und den hinterlegten Bewertungen anderer Reisender profitieren. Durch die englischsprachige Variante wird das Biztrails-Reisewissen internationaler und in puncto Qualität und Quantität weiter Fahrt aufnehmen. Sie finden Biztrails auch auf Facebook und Twitter.

BIZTRAILS-NEWS VIA TWITTER: SCHON ANGEMELDET?

Als Follower des Biztrails-Twitter-Accounts erhalten Sie aktuelle News rund um die Geschäftsreise direkt auf Ihren Rechner oder Ihr Mobiltelefon. Einfach anmelden unter www.twitter.com/biztrails

FLUG BUCHEN UND SERVICE-ENTGELT SPAREN

Vergleichen. Buchen. Sparen. Das Online-Buchungsportal BCD Travel Direct können Sie auch für Ihre privaten Reisen nutzen. Hier erhalten Sie Top-Konditionen. Als *move*-Leser sparen Sie bei der nächsten Flugbuchung exklusiv das Service-Entgelt in Höhe von 10 Euro. Geben Sie bei der Buchung auf www.bcd-travel-direct.de einfach im Feld »Gutscheinnummer« den Code »*move2011*« an und klicken Sie auf »einlösen«.

*Jeder Ermäßigungsgutschein ist für einen Nutzer nur einmal gültig. Er gilt ausschließlich für eine Flugbuchung auf www.bcd-travel-direct.de. Je Buchung kann nur ein Gutschein eingelöst werden. Ein Gutschein kann nicht gemeinsam mit einem anderen Sonderangebot genutzt werden. Der Gutschein kann nicht bar ausgezahlt werden.

COUPON

So funktioniert's:

1. QR-Reader herunterladen
2. Code mit dem Reader scannen
3. Coupon einlösen



HIER
BUCHEN:
bcd-travel-direct.de

DIE NEUE MOVE

MEHR LEBENSQUALITÄT AUF IHREN GESCHÄFTSREISEN



ANTJE GASSTER, DIRECTOR MARKETING AND COMMUNICATIONS BEI BCD TRAVEL, IST DIE TREIBENDE KRAFT HINTER DER NEUEN MOVE. IM INTERVIEW VERRÄT SIE, WORAUF SIE SICH IN ZUKUNFT FREUEN DÜRFEN.

Frau Gasster, können Sie sich noch an Ihre erste Geschäftsreise erinnern?

Meine erste Geschäftsreise führte mich 1994 über Russland, Bulgarien und Polen nach Peking. Es war eine Marktforschungsreise, auf der ich die Märkte nach Produkten untersuchte, die man in China sourcen und dann in diesen Ländern vertreiben könnte. Der Flug von Moskau nach Wolgograd ist mir besonders in Erinnerung geblieben. Ich saß in einer Tupolew und das Kondenswasser tropfte von der Decke. Eine mühsame und abenteuerliche Erfahrung, die mich aber nicht davon abgehalten hat, weiterzureisen. Als ich schließlich in Peking ankam, zogen neben der Landebahn die Schafe und Esel vorbei. Im ganzen Flughafengebäude roch es nach Mottenkugeln, Zigarettenqualm und Gewürzen.

Was hat sich seitdem verändert?

Um unsere Sicherheit müssen wir uns Gott sei Dank keine Gedanken mehr machen – die Flugzeuge sind extrem sicher geworden, Schafe und Esel weiden hinter Zäunen und Peking hat heute einen der neuesten und größten Flughäfen der Welt.

Was glauben Sie, worauf Geschäftsreisende heute am meisten Wert legen?

Humane Abflugzeiten, direkte Verbindungen, Online-Check-in und kurze Wege am Zielort stehen seit Langem hoch im Kurs. Mit voranschreitender Informationstechnologie kommen neue Bedürfnisse hinzu. Apps und mobile Anwendungen nutzen nicht nur dem Urlaubreisenden, sie machen auch den Business Traveller unterwegs hand-

lungsfähiger. Was privat bereits im Einsatz ist, darauf wollen viele Reisende auch beruflich nicht mehr verzichten.

Was leiten Sie für Ihre Arbeit daraus ab?

Geschäftsreisende wollen das Nützliche mit dem Angenehmen verbinden und möglichst stressfrei und gut vorbereitet reisen. Dem Wunsch nach mehr Lebensqualität kommen wir heute mittels Social Media und mobiler Applikationen genauso nach wie mithilfe klassischer Angebote, zu denen beispielsweise unser Kundenmagazin move gehört. Wir nutzen die verschiedenen Technologien zur Informationsweitergabe und sorgen gleichzeitig dafür, dass die Vernetzung innerhalb der unterschiedlichen Medien funktioniert. Die neue move ist ein wunderbares Beispiel dafür, wie das gelingen kann. Wir arbeiten auf allen Seiten unseres Magazins mit Querverweisen zu unserer Community Biztrails oder mit QR-Codes, die auf Checklisten oder Studien verlinken.

Was ist das Besondere an der neuen move?

Wir haben unsere Leser befragt und sind mit der neuen move ihren Wünschen, Dinge ausführlich zu beschreiben, genauso nachgekommen, wie dem Wunsch nach vielen, kleinen Informationen, die noch mehr Orientierung bieten.

Was bedeutet das konkret?

In der ersten Ausgabe präsentieren wir unseren Lesern in der Titelstory New York. Big Apple ist eine glamouröse Geschäftsreisemetropole, die mit ihrem Mix aus Kulturen, Sprachen, Kunst und Business ihresgleichen sucht. Es gibt auch Überraschendes zu entdecken oder wussten Sie, dass New York die grünste Großstadt der USA ist? Darüber

BCD travel

HOTEL FÜR JEDEN ANLASS

Im Bremer Hilton lassen sich nicht nur gut Interviews führen. Mitten in der Bremer Altstadt ruhig gelegen ist es vor allem auch eine Top-Adresse für Tagungen und Meetings.

Weitere Informationen erhalten Sie in Ihrem BCD Travel Service Center.

Antje Gasster sorgt bei BCD Travel für eine vernetzte Kommunikation.



EIN POTPOURRI AN MEDIEN – DIESE UNTEREINANDER ZU VERNETZEN WIRD IMMER WICHTIGER

Antje Gasster ist in Bremen geboren und kennt die Stadt an der Weser noch aus Zeiten, als im Überseehafen Kaffee, Tee und Baumwolle gelöscht wurde. Sie ist in Bremen verwurzelt, hat aber auch immer wieder Lust auf das Großstadtleben in Peking und New York. An Bremen liebt sie die kurzen Wege, die Mischung aus Natur und Stadt und vor allem, dass man nur 20 Minuten vom Sofa bis zum Flughafen braucht.

hinaus ist die neue move randvoll mit Tipps, die das Reisen erleichtern: Wie komme ich am Flughafen am schnellsten von A nach B? Wie werden die Reise wege noch komfortabler? Welche neuen Services kann ich nutzen? Eine Vielzahl an Informationen, die Nutzwert haben, die Lebensqualität fördern, die Zeit sparen, die Freude machen oder auf Wichtiges vorbereiten. Egal ob Travel Manager oder Reisender – Destinationen und Informationen für unterwegs interessieren unsere gesamte Leserschaft.

Welchen Stellenwert hat die neue move in der Kommunikation mit Ihren Kunden?

Die move hat ihren festen Platz in unserem Kommunikationsmix. Trotz iPad und Smartphone nehmen heute viele Menschen immer noch gerne Zeitschriften in die Hand – bevorzugt auch auf Reisen, denn das Blatt macht auch schon mal in der Familie oder im Freundeskreis die Runde. Ganz anders als elektronische Newsletter, die gelesen werden und danach schnell wieder von der Festplatte verschwinden. Wir berücksichtigen diese Lesegewohnheiten und stimmen Gestaltung und Inhalte der move darauf ab. Das Gleiche gilt auch für die Entwicklung der anderen Medien, die die neue move hervorragend ergänzen. Auf der Social Community Biztrails teilen Geschäftsreisende ihre Erfahrungen, bewerten Anbieter und geben einander Tipps. Unsere Website wiederum bietet eine Vielzahl an ausführlichen Informationen und Studien. Die move dagegen lebt von Geschichten über Menschen und Reisewelten, opulenten Bildern und Faktenwissen.

Was glauben Sie, wie wird die Kommunikation mit Ihren Kunden in zehn Jahren aussehen?

Diese Frage ist kaum zu beantworten. Damals, auf meiner ersten Geschäftsreise, habe ich ein Fax geschickt und war beeindruckt, eine direkte Nachricht in das über 9.000 Kilometer entfernte Deutschland senden zu können. Heute bin ich mit meinem Blackberry fast überall und jederzeit auf der Welt erreichbar. Und wer hätte vor sechs Jahren

gedacht, dass Facebook einmal so erfolgreich sein würde und nicht nur Teenager twittern. Die Technologien entwickeln sich so rasant, da reicht unsere Fantasie gar nicht aus, um so weit nach vorne zu schauen.

Und wie wird sich die move in Zukunft entwickeln?

Die neue move wird in jedem Fall ein Online-Pendant bekommen. Dort reichern wir die Themen der Printausgabe mit zusätzlichen, teilweise interaktiven Informationen an. Wir planen beispielsweise Filmbeiträge zu den Top-Destinationen oder Animationen zu neuen Produkten, die dem Reisenden zeigen, wie die neue Business-Class aussieht. Die Online-move schließt außerdem die zeitliche Lücke zwischen den Erscheinungsterminen der Printausgaben. Sie ist ein weiterer Schritt, Inhalte zukünftig stärker miteinander zu vernetzen.

Welche Vorteile hat der Reisende?

move stellt den Geschäftsreisenden in den Mittelpunkt und bietet ihm Mehrwert und Unterhaltung. Wir übernehmen die Recherchen, damit die Reise stressfreier wird. Letztendlich führt das zu mehr Erfolg im Beruf und mehr Zeit für zu Hause.

Worauf darf sich der Leser in den kommenden Ausgaben der neuen move freuen?

In der nächsten Ausgabe entföhren wir unsere Leser nach Brasilien. Das Land der Fußballweltmeisterschaft 2014 und der Olympischen Sommerspiele 2016 ist schon jetzt im Fokus der Geschäftsreisenden. Danach kommen wir zurück in die Heimat. In der Hauptstadt wird Ende dieses Jahres der Probetrieb am neuen Flughafen Berlin Brandenburg starten. Die Lufthansa baut hier neben Frankfurt eine neue Drehscheibe für Reisen in die ganze Welt auf. Zum Winter werden wir Sie dann nach London entföhren, in eine Business-Metropole, die schon immer einen festen Platz in den Top Ten hatte. Und was dann im nächsten Jahr kommen wird – lassen Sie sich doch einfach überraschen und freuen Sie sich auf noch mehr Lesegenuss.

100%

FÜR IHRE GESCHÄFTSREISE

Lassen Sie uns wissen, was Sie in Zukunft in der neuen move lesen wollen und was Sie in Sachen vernetzter Kommunikation von uns erwarten. Mailen Sie an: marketing@bcdtravel.de Und wenn Sie die neue move abonnieren möchten – nichts leichter als das: www.bcdtravel.de



Wie ein QR-Code funktioniert lesen Sie auf Seite 3.

Unser Jubiläum – Ihr Vorteil.

Jetzt 1,25%¹ Jubiläumsszins sichern!

Vor 125 Jahren hat Carl Benz das Automobil erfunden. Diesen Anlass möchten wir mit einem einmaligen Jubiläumsszins von 1,25%¹ gebührend feiern. Nutzen Sie die Gelegenheit und sichern Sie sich jetzt eine A-, B-, C-, E-, GLK-Klasse oder den Viano. Nie waren die Konditionen so attraktiv! Ihr Mercedes-Benz Partner freut sich auf Ihren Besuch. Mehr Informationen auf www.mercedes-benz.de

Unser Plus3-Finanzierungsbeispiel für eine E 200 CGI BlueEFFICIENCY Limousine^{2,3}:

| | |
|--------------------------|-------------------|
| Kaufpreis ab Werk | 40.608,75 € |
| Anzahlung | 8.014,38 € |
| Gesamtkreditbetrag | 32.594,37 € |
| Gesamtbetrag | 33.588,38 € |
| Gesamtlaufzeit/-leistung | 36 Mon./45.000 km |
| Sollzins gebunden p. a. | 1,24 % |
| Schlussrate | 20.304,38 € |

Monatliche Plus3-Finanzierungsrate bei 1,25% effektivem Jahreszins: **369 €**



125! Jahre Innovation



Mercedes-Benz

¹Angebot gültig vom 01.01.–30.06.2011 für Neu- und Bestandsfahrzeuge. ²Kraftstoffverbrauch innerorts/außerorts/kombiniert: 10,0–10,2/5,7–6,0/7,3–7,6 l/100 km; CO₂-Emission kombiniert: 169–176 g/km. Diese Angaben beziehen sich nicht auf ein einzelnes Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebots, sondern dienen allein Vergleichszwecken zwischen verschiedenen Fahrzeugtypen. ³Ein zeitlich begrenztes Finanzierungsbeispiel der Mercedes-Benz Bank AG.



VIELREISER-UHR: DER BLICK AUF ALLE ZEITZONEN DER WELT

Der Schweizer Luxus-Uhrenhersteller »Vacheron Constantin« führt die Tradition der Weltzeituhren mit der neuen »Patrimony Traditionnelle« fort. Sie zeigt die Ortszeiten aller 37 Weltzeitzonen an, sogar diejenigen, die sich nur um eine halbe Stunde oder eine Viertelstunde von ihrer Nachbarzone unterscheiden.
www.vacheron-constantin.com

Fotos: PR

FÜR UNTERWEGS

MIT DEM RICHTIGEN GEPÄCK IN DER HAND UND NÜTZLICHEN UTENSILIEN DARIN WERDEN AUCH DIE LÄNGSTEN STRECKEN FÜR GESCHÄFTSLEUTE ZUM VERGNÜGEN – HIER EINIGE AKTUELLE TIPPS

KULINARISCHER KRIMI

Burgund: Heimat von exklusiven Gourmetfreuden wie Pinot noir, Boeuf Bourguignon und Coq au Vin – aber auch Tatort eines ganz und gar geschmacklosen Verbrechens im Käsemilieu. Prof. Dr. Adalbert Bietigheim, Inhaber von Deutschlands einzigem Lehrstuhl für Kulinaristik, erfüllt sich einen Lebensraum: Mit Hollandrad und Strohhut reist er zu Frankreichs besten Käseereien und schwelgt in Blauschimmel, Asche-Rändern und mit Marc de Bourgogne eingeriebenen Käseläiben. Doch als er die berühmte Fromagerie Poincaré erreicht, erwartet ihn dort eine unangenehme Überraschung: Die Käserin liegt tot im Reifekeller, und in ihrem Rücken steckt ein Messer. Ein Fall für einen Ermittler mit geschultem Gaumen und ein Roman, der jedem Krimiliebhaber das Wasser im Munde zusammenlaufen lässt.

Carsten Sebastian Henn: *Die letzte Reifung*.
www.amazon.de



So funktioniert's:

1. QR-Reader aus dem Internet auf Ihr Handy oder Smartphone herunterladen.
2. Code mit dem Reader scannen/fotografieren.
3. Das Mobiltelefon übersetzt den Code und verbindet sich mit dem entsprechenden Link.



NICHT NUR MODISCH, SONDERN AUCH WARM – PASHMINAS

Wer im Winter auf der Südhalbkugel unterwegs ist, freut sich auf Sonne, Strand oder Wüste. Dabei wird oft vergessen, dass die klimatisierten Hotels, Firmengebäude und Restaurants mit recht kühlen Innentemperaturen aufwarten. Eine modische und vor allem hilfreiche Lösung: »Pashminas«. Die dünnen Tücher und Schals sind aus reinem Kaschmir und einem Kaschmir-Seiden-Gemisch. »Pashminas« wärmen und geben jedem Outfit eine besondere Note.
www.pashmina.de



Giorgio Krawattenbox
Material: Leder,
Edelstahl poliert,
magnetisch
Flip Design
Maß: 11,6 cm

KRAWATTENBOX – UNZERKNITTERT UND SAUBER ANS REISEZIEL

Zerknitterte Krawatten gelten unter Geschäftsleuten als Gräuel. Wer oft auf Geschäftsreisen ist, kennt jedoch die Situation: viele Termine, verschiedene Orte, straffes Zeitintervall. Große Freiheit für das sorgfältige Packen bleibt einem nicht. Es muss schnell gehen, ordentlich sein und vor allem viel Komfort bieten. Diese Krawattenbox von Giorgio kommt da gerade gelegen. Die sicher eingerollten Krawatten sind gut verstaut, nehmen keinen Schaden und kommen unzerknittert ans Ziel.
www.philippi.com

BUSINESS-WOMEN: BUSINESS LIKE – TOP GESTYLT

Ist Frau auf Reisen, so hat sie viel Gepäck. Für das perfekte Business-Auftreten darf ein Schmink-Kit für unterwegs nicht fehlen. Mit »Cambree«-Pinseln in Reisegröße zaubern Sie zu jeder Zeit und überall in wenigen Minuten ein professionelles Business-Make-up.
www.cambree.de

PRÄSENTIEREN AUS DEM HANDGELENK

Agentur und Druckbranche sind schon lange vom Apple Computer überzeugt. Jetzt erobert der Mac auch die Geschäftswelt: Gerade für Präsentationen wird immer häufiger Keynote als die schicke Mac-Alternative zu Power-Point genutzt. Die passende App für das iPhone gibt es nun auch dazu. Per Smartphone blättern Sie durch Ihre Präsentation, klicken auf die Folien-Vorschau oder nutzen die Ansicht von Notizen. Ganz ohne Maus, ohne Tastatur und ohne zusätzliche Fernbedienung – modern, vernetzt und kabellos.

www.apple.com/de/mac/app-store





Fotos: Corbis (4)/Klaus Peter Siegloch (2)



INTERVIEW

SEIN BÜRO LIEGT IN DER 3RD AVENUE: **KLAUS PETER SIEGLOCH** (64) VERSORGT ALS KORRESPONDENT DIE MENSCHEN IN DEUTSCHLAND MIT AKTUELLEN INFORMATIONEN UND HAT IM NEW YORKER ZDF-STUDIO DIE FÄDEN IN DER HAND.

New York, 3. März 2011, ZDF-Studio, 15 MINUTEN BIS ZUR NÄCHSTEN TELEFONKONFERENZ

Herr Siegloch, seit gut zwei Jahren arbeiten Sie jetzt in New York. Was sehen Sie, wenn Sie aus Ihrem Bürofenster blicken?

Mein Büro im New Yorker ZDF-Studio liegt in der 34. Etage. Von meinem Schreibtisch aus sehe ich das Chrysler-Building sowie das UN-Hauptquartier und genieße einen fantastischen Blick auf die Stadt.

Sie sind gerade erst zurück aus Kanada. Wo genau waren Sie?

Für das ZDF habe ich mit meinem Team eine Reportage über das wohl härteste Rennen der Welt gedreht: Im Yukon Valley in Westkanada laufen Ultrasportler über eine Strecke von 700 Kilometern – und das bei Temperaturen von bis zu 45 Grad unter null! Einfach unglaublich!

Was für ein Reisetyp sind Sie?

Auch wenn es am Airport wegen schlechten Wetters, Flugverschiebungen oder Terrorwar-

nungen manchmal Schwierigkeiten gibt: Fliegen ist für mich die angenehmste Art, sich fortzubewegen. Ich plane meine Anreisen so, dass ich nicht betzen muss. Mein Motto: Lieber fünf Minuten zu früh als zu spät.

Hatten Sie schon mal Flugangst?

Flugangst wäre in meinem Beruf wirklich tödlich. Nein, ganz im Gegenteil: Ich fliege gerne.

Haben Sie am Airport bestimmte Rituale oder Gewohnheiten wie Zeitschriften zu kaufen?

Im Prinzip nicht. Zeitschriften habe ich immer genug mit. Restaurants am Airport vermeide ich eher, denn dort geht es meiner Erfahrung nach weniger um das lukullische Erlebnis als um die reine Nahrungsaufnahme. Als Vielreisender führt mein erster Weg meist direkt in die Lounge, um Mails zu checken, noch etwas zu entspannen und dann geht's auch schon los.

Was ist Ihre Grundausrüstung für die Zeit im Flugzeug?

Auf meine eigene Musikauswahl möchte ich während des Flugs nicht verzichten, deshalb habe ich meinen iPod immer mit dabei. Ich blättere aber auch gerne durch Zeitschriften, lese Bücher, Reportagen und Krimis. Meine Favoriten sind die Wallander-Krimis.

Was war Ihre interessanteste Zufallsbekanntschaft während einer Reise?

Ich habe viele interessante Bekanntschaften gemacht. Gerade jetzt auf meinem letzten Flug habe ich neben einem Kanadier gesessen, der im Propangas-Business arbeitet. Ein faszinierender Zeitgenosse! Zweieinhalb Stunden hat er mir in lebhaften Farben über seine Branche erzählt und wie er die Energiekrise sieht. So erhält man als Vielflieger spannende Einblicke in Themen, mit denen man sonst vermutlich nie in Berührung gekommen wäre.

Mit wem würden Sie gern mal zusammen im Flugzeug den Atlantik überqueren?

Mit Natalie Portman, der Hauptdarstellerin aus dem Kinofilm »Black Swan«. Sie hat gerade für ihre spektakuläre schauspielerische Leistung den Oscar bekommen. Mit ihr würde ich mich gern mal über das Thema »Ehrgeiz und Gelassenheit« unterhalten.

Welches Land würden Sie gerne privat einmal bereisen?

Australien und Neuseeland reizen mich unwahrscheinlich. Man braucht aber einfach etwas mehr Zeit und die habe ich meist nicht. Auch in diesem Jahr werde ich es wohl nicht schaffen, dorthin zu kommen. Zwar gehe ich im Sommer in Pension, doch es geht direkt weiter: Ab dem 1. Juni freue ich mich auf die neuen Herausforderungen als Präsident des Bundesverbands der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL). So bleibe ich der Luftfahrt auch nach

meiner Pensionierung noch weit er erhalten. »Down Under« muss wohl noch warten.

Was würden Sie Geschäftsreisenden mit wenig Zeit in New York empfehlen?

Mein Tipp für einen halben Tag New York ist ein Bummel auf der High Line. Wer es noch nicht kennt: Die High Line ist ein öffentlicher Park auf Stelzen, der auf der ehemaligen Güterbahn-Trasse errichtet wurde. Dort hat man einen schönen Blick auf den Hudson, kann spazieren gehen, ein wenig »people watching« betreiben und eine gute Zeit haben. Ein Ausflug nach Governors Island vor der Südspitze von Manhattan ist ebenfalls lohnenswert. Die Insel ist eine ehemalige Küstenwachstation, die jetzt für die Öffentlichkeit freigegeben ist. Man kann mit der Fähre kostenlos hinüberfahren und gerade im Sommer einen wunderschönen Tag im Grünen verbringen und dabei den Blick auf die Skyline von Manhattan genießen.

KLAUS PETER SIEGLOCH

Der Journalist und Moderator ist seit Ende 2008 Leiter des ZDF-Studios in New York. Wichtigste Themenfelder: Berichte von der Wallstreet und der UNO sowie über Kanada. Er ist verheiratet und hat zwei Kinder. Seine Hobbys sind Joggen, Segeln und Skifahren. Das ZDF bucht bei BCD Travel.



Foto: Corbis

»»»»»»»»AUTOMATISCHE AUSWEISKONTROLLE AM FLUGHAFEN HELSINKI»»»»»»»»
 Finnlands größter Flughafen, der »Helsinki-Vantaa Aiport«, bietet Passagieren mit einem biometrischen Reisepass ab sofort eine automatische Ausweiskontrolle. Zusätzlich zu den herkömmlichen Passkontrollschaltern wurden im Zuge der Renovierungsarbeiten am Flughafen zehn Computerautomaten aufgestellt. Diese ermöglichen Bürgern der Europäischen Union und der Schweiz eine schnelle, einfache Abwicklung der Passkontrollen.

TRAVELLER TICKER

»»»»»»»»VIKTORIANISCHES MEISTERWERK KOMPLETT RESTAURIERT»»»»»»»»
 »Marriott International«, eine der weltweit führenden Hotelketten, eröffnet im März 2011 durch Unterstützung von »English Heritage« das »St. Pancras Renaissance Hotel« in London. Nach Jahren der Restaurierungsarbeiten wird das viktorianische Meisterwerk aus dem 19. Jahrhundert als das romantischste Gebäude Londons gefeiert. Bei der großen Re-Opening-Zeremonie am 5. Mai soll das St. Pancras auf den Tag genau so glanzvoll strahlen, wie einst vor 138 Jahren, als Königin Viktoria persönlich das Hotel eröffnete.

»»»»»»»»SAS PÜNKTLICHSTE FLUGGESELLSCHAFT IN EUROPA 2010»»»»»»»»
 »SAS Scandinavian Airlines« führt 2010 die Liste der pünktlichsten europäischen Fluggesellschaften an. Die Internetplattform »FlightStats«, die täglich Pünktlichkeitsraten von 150.000 Flügen auswertet, verlieh der skandinavischen Fluggesellschaft einen On-Time Performance Service Award.

»»»»»»»»»»»»»»EMIRATES FLIEGT NACH KOPENHAGEN»»»»»»»»»»»»»»
 Ab dem 1. August 2011 fliegt die arabische Fluggesellschaft »Emirates« täglich mit einem »Airbus A330-200« von Dubai nach Kopenhagen. Mit Kopenhagen nimmt »Emirates« ihren ersten Zielflughafen in Skandinavien ins reguläre Flugprogramm auf. Erklärtes Ziel von »Emirates« ist es, jede große Metropole Europas mindestens einmal täglich von Dubai aus anzusteuern und damit den Europäern attraktive Umsteigeflüge nach Asien, Afrika und Australien anzubieten.

»»»»»»»»SKYCOUCHES – REVOLUTION IN DER ECONOMY-CLASS»»»»»»»»
 Liegen im Flieger – dieser Luxus war bislang ein Privileg von Business- und First-Class-Passagieren. Mit der neuen Kabineninnovation von »Air New Zealand« wird sich dies nun ändern: Ab April 2011 kommen auch Reisende der Economy-Class in den Genuss der »Skycouch«. Die Sitz-Weltneuheit soll laut Airline zunächst in alle Maschinen des Typs »Boeing 777-300« eingebaut werden, die zwischen Neuseeland und Los Angeles verkehren. Bis 2012 sollen die bequemen Sitze dann auch auf allen Langstreckenflügen der neuseeländischen NationalAirline angeboten werden. In Europa fliegt »Air New Zealand« nach London.

DAHIN FLIEGT DEUTSCHLAND

BCD Travel hat für Sie ausgewertet: Das Ergebnis ist ein Ranking der am meisten frequentierten internationalen Destinationen. Die TOP 10 der europäischen und interkontinentalen Flugziele ab Deutschland haben wir für Sie hier zusammengestellt.



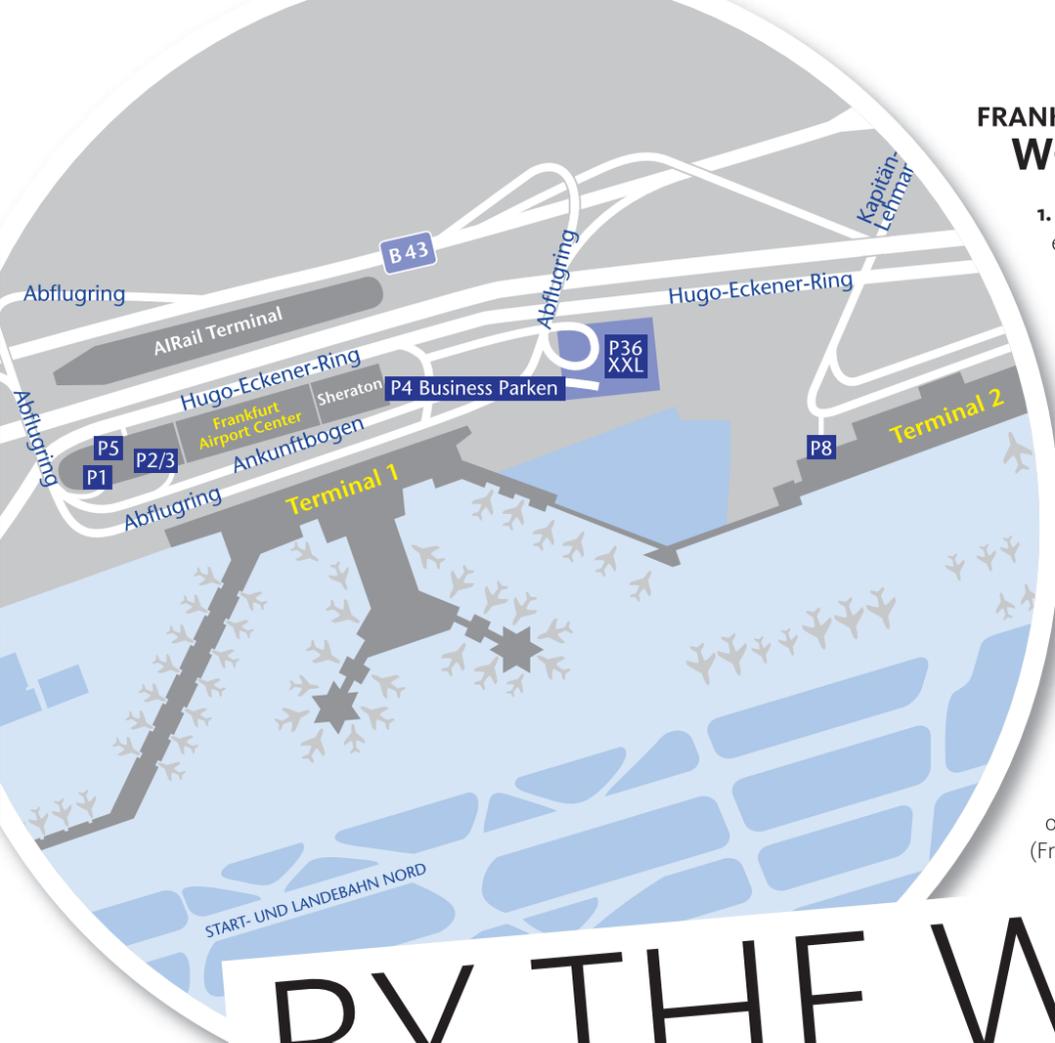
INFOS AUF
bcdtravel.de

Auf bcdtravel.de finden Sie Branchenprognosen sowie weitere Fakten und Zahlen aus der Geschäftsreisebranche.

DIE TOP-3-FLUGZIELE IN EUROPA*
 London (10,9 %)
 Wien (8,8 %)
 Paris (6,9 %)

DIE TOP-3-FLUGZIELE WELTWEIT*
 Shanghai (6,7 %)
 Peking (6,1 %)
 New York (5,7 %)

* Die Prozentwerte basieren auf den von BCD Travel verkauften Flugtickets 2010 mit Abflugort innerhalb Deutschlands, bezogen auf das gesamte europäische Flugvolumen (ohne innerdeutsche Flüge) bzw. auf das gesamte interkontinentale Flugaufkommen.



FRANKFURT AIRPORT WO IST WAS?

- 1. Business-Parkplätze:** Der Frankfurter Airport bietet eine Vielzahl an Business-Parkplätzen. Dank direkter Zugänge gelangen Sie komfortabel zu den Terminals und sparen zusätzlich Zeit (wahlweise Terminal-, Corporate-, Premium-, ACS-Tresor- oder Business-Parken).
- 2. Check-in-Automaten:** Für Passagiere der Luft-hansa sowie deren Partner-Airlines besteht die Möglichkeit, an Check-in-Automaten einzuchecken. Das Reisegepäck kann anschließend an Schaltern der Flug-gesellschaft a ufgegeben werden, mit Ihrem Handgepäck können Sie di- rekt zum Gate gehen (Terminal 1).
- 3. Wellness:** Vor Flügen, dazwischen oder da- nach: In der »Be relax«-Wellness-Oase können Sie sich von Kopf bis Fuß verwöhnen lassen (Ter- minal 2, Ebene 3, an Flugsteig D und E).
- 4. Meeting am Flughafen:** Für Geschäftsleute ist der Zugriff auf einen Konferenzraum ein echtes Plus. Das »Airport Conference Center« bietet neben Themen-Tagungsräumen einen VIP -Abholservice oder eine Flughaf enrundfahrt für alle Teilnehmer (Frankfurt Airport Center 1).

BY THE WAY

WER VIEL REIST, MUSS ÜBER VIELE DINGE AUF DEM LAUFENDEN SEIN. HIER FINDEN SIE NEWS, TRENDS UND PRAXIS-TIPPS ZU DEN VIELEN KLEINEN AUFGABEN, DIE SIE UNTERWEGS MEISTERN MÜSSEN.

KEIN KLINGELTON ÜBER DEN WOLKEN?

Mit dem Handy auch im Flugzeug telefonieren: Rechtlich gesehen kann eine Flugge- sellschaft die Nutzung von Handys in der Luft erlauben, wenn sie nachgewiesen hat, dass es nicht zu Störungen v on elektronischen Gerä ten kommt. Die technische Vo- raussetzung dafür ist, dass in dem betreffenden Flugzeug eine Umschaltstation instal- liert ist, die Gespräche über eine A ußenantenne an einen Sa telliten weiterleitet. In diesem Fall wird die Bord-Elektronik des Flugzuges durch die Mobilfunk-Nutzung wäh- rend des Flugs nicht gestört. Trotz der technisch-rechtlichen Machbarkeit halten sich deutsche Fluggesellschaften mit einer Handy-E rlaubnis jedoch nach wie v or zurück. Denn das Thema »Handy an Bord« ist ein heißes E isen: Zu befürchten ist, dass sich viele Passagiere durch das Telefonieren gestört fühlen.



Was sagen Sie als Geschäftsreisender dazu?
Handy an Bord: Top oder Flop?
Voten Sie mit bei unserer Umfrage unter www.biztrails.com

Wie ein QR-Code funktioniert lesen Sie auf Seite 3.

USA BODYSCANNER

Im Rahmen der erhöhten Flughafensicherheit kön- nen seit September 2010 bei Sicherheitskontrollen in den USA Bodyscanner eingesetzt werden. Über 300 Geräte sind bereits im Einsatz, weitere 450 sollen folgen. An entsprechenden Flughäfen in den USA kann zwischen einer Untersuchung via Bodyscanner oder dem so genannten »extended patdown«, einem klassischen intensiven Abtasten mit den Händen, gewählt werden. Die Anwendung der Sicherheits- technik ist auch bei Biztrails-Nutzern umstritten. Bei einer Umfrage gaben 42 % an, nichts gegen Body- scanner zu haben, die Befragten sehen jedoch keine Verbesserung der Sicherheit. Für einen flächende- ckenden Einsatz sprachen sich 30 % aus. Komplett abgelehnt werden Bodyscanner von 28 % der Befrag- ten. Sie sehen in dem Einsatz der Sicherheitstechnik ihre Intimsphäre verletzt.

CHECK LISTE

Fotos: Corbis / PR



REISETIPPS FÜR DAS HANDGEPÄCK BEI USA-REISEN

Zusammengefasst aus einem Dokument der TSA (Transporta- tion Security Administration), amerikanische Bundesbehörde für Sicherheit im Verkehrswesen.

Vor der Abreise

- Achten Sie beim Einpacken darauf, keine Flüssigkeiten im Handgepäck zu verstauen, sondern diese im aufzu- gebenden Reisegepäck zu transportieren: Für Kurztrips durch die USA sind Klarsicht-Plastikbeutel im Hand- gepäck erlaubt. Darin dürfen allerdings nur Flüssig- keitsbehälter wie Deo oder Gel mit einem Fassungs- vermögen von jeweils höchstens 100 ml enthalten sein. Ausgenommen von diesen Vorschriften sind Medikamente. Diese werden dekla- riert und von einem Sicherheitsbeamten überprüft.
- Jeder Reisende darf nur einen Klarsicht-Plastikbeutel bei sich führen.
- Tragen Sie nach Möglichkeit so wenig Accessoires wie möglich, sie könnten den Metalldetektor auslösen. Alle anderen Wertgegenstände wie Schmuck, Bargeld und Mobiltelefon sollten ins Handgepäck gesteckt werden.
- Lassen Sie Ihr Feuerzeug besser zu Hause. Die TSA-Sicherheitskräfte werden es konfiszieren.

Bei der Ankunft

- Melden Sie alle zusätzlich zugelassenen Flüssigkeiten wie Medikamente einem Sicherheitsbeamten vor Be- ginn der Kontrolle.
- Verstauen Sie Utensilien wie Schüssel, Kleingeld und größere Metallgegenstände im Handgepäck.
- Nehmen Sie Ihren Klarsicht-Plastikbeutel aus dem Handgepäck und legen Sie ihn in den vorgesehenen Behälter.
- Falls Sie einen Laptop oder eine Videokamera mit sich führen, sollten Sie diese zwecks Überprüfung aus ihren Taschen oder Etais herausholen.
- Bereiten Sie sich darauf vor, Ihre Schuhe und ggf. Jacken, Jacketts oder Mäntel ausziehen zu müssen.



virgin atlantic

VIRGIN ATLANTIC – DIE FLUGGESELLSCHAFT MIT DEM GEWISSEN »ETWAS«

Seit über 26 Jahren sind wir eine der weltweit führenden Langstrecken-Fluggesellschaften. Jährlich befördern wir über sechs Millionen Fluggäste zu weltweiten Destina- tionen in den USA, der Karibik, Afrika, Asien und Australien. Unsere Passagiere schätzen unser mehrfach ausgezeich- netes und innovatives Produkt sowie den freundlichen Service.

Ganz gleich, ob Sie an Bord arbeiten, schlafen, oder ein- fach nur bei unserem preisgekrönten Bordunterhaltungpro- gramm ausspannen möchten – unsere Upper-Class-Kabine ist die ultimative Wahl für Ihre Geschäftsreise.

Vor Abflug bieten wir in a usgewählten Destinationen unseren Upper-Class-Gästen den unvergesslichen Aufent- halt in unseren Clubhäusern. Jedes ist individuell gestaltet und bietet bereits vor Abflug das perfekte Virgin-Atlantic- Erlebnis!

An Bord erwartet Sie Ihre eigene Upper-Class-Suite mit Stromanschluss für Ihren Laptop. Der Fußstuhl ermöglicht Ihnen, mit Kollegen oder Freunden zu arbeiten oder auch gemeinsam z u essen. I hre Suite lässt sich einf ach a uf Knopfdruck von einem bequemen Sessel in eins der längs- ten und breitesten Flachbetten in der Business-Class ver- wandeln.

Gourmetessen oder auch nur ein Sna ck gefällig? Mit unserem »Freedom Menu« bestimmen Sie, wonach Ihnen gerade ist. Entspannen Sie sich mit hrem Lieblingscocktail an unserer Bordbar – hier kann man Bekanntschaften fürs Leben schließen.

Virgin Atlantic bietet Ihnen sehr gute V erbindungen und Preise ab Deutschland. Für weitere Informationen kon- taktieren Sie bitte Ihr BCD Travel Service Center.

5-STERNE-SERVICE MIT QATAR AIRWAYS

Qatar Airways erhält die Auszeichnung als weltweit beste Airline für internationale Geschäftsreisen und bietet ab sofort noch mehr Verbindungen ab Deutschland.

Qatar Airways wurde vom US-amerikanischen Magazin Business Traveller zum zweiten Mal in Folge zur weltweit besten Airline für internationale Geschäftsreisen gekürt. In der Umfrage unter 8.000 zufällig ausgewählten Lesern setzte sich die Airline besonders in puncto »Service und Komfort« gegen ihre Mitstreiter durch.

Der vielfach ausgezeichnete Fünf-Sterne-Service von Qatar Airways beinhaltet hohen Komfort durch optimale Bewegungsfreiheit in allen Klassen, ein vielfältiges Entertainment-System, steuerbar über den individuellen Bildschirm, eine große Auswahl an exquisiten Speisen, die sich aus den Zutaten

traditioneller Küche des Nahen Ostens, Europas und Indiens zusammensetzt, sowie individuelle Betreuung durch die preisgekrönte Kabinencrew. Durch einen Laptopanschluss im Sitz sowie die OnAir mobile Telekommunikations-Technologie bleiben Geschäftsreisende auch an Bord vernetzt und können ihre Geschäfte problemlos weiterführen.

Für Business- oder First-Class-Passagiere steht am Doha International Airport das exklusive Qatar Airways Premium Terminal zur Verfügung. Mit acht Boarding Gates bietet es Business- und First-Class-Reisenden allen erdenklichen Komfort beim Abflug oder Umsteigen in Doha. Die Fluggäste können sich die Wartezeit im 500 qm großen Duty-Free-Bereich vertreiben, erlesene Speisen in exklusivem Ambiente genießen oder sich für den nächsten Geschäftstermin frisch machen. Sie profitieren außerdem von voll ausgestatteten Konferenzräumen und kostenfreiem, kabellosem Internetzugang.

Deutschen Geschäftsreise-Kunden bietet Qatar Airways ab sofort noch mehr Flexibilität für ihre Reiseplanung. Am 6. März hat die Airline Stuttgart mit drei Verbindungen pro Woche in ihren Flugplan aufgenommen. Zusätzlich werden bis zum 27. März die Aktivitäten ab Frankfurt und München verstärkt. Somit bestehen dann 33 wöchentliche Abflüge ab den vier deutschen Abflughäfen Frankfurt, München, Berlin und Stuttgart. Über das Drehkreuz Doha haben die Fluggäste ideale Anbindungen in die Vereinigten Arabischen Emirate, nach Indien, auf die Malediven sowie nach Thailand, China, Japan und Australien.

QATAR AIRWAYS
bietet demnächst
33 Abflüge
pro Woche
ab Frankfurt,
München, Berlin
und Stuttgart an.



Boeing 777
rechts:
Business-Class



Foto: DB AG, Max Lautenschläger

SCHNELL UND ENTSPANNT NACH PARIS

Die Zusammenarbeit der Deutschen Bahn und der SNCF ist eine Erfolgsgeschichte. Seit Juni 2007 haben mehr als 4 Millionen Fahrgäste die schnellen Verbindungen von Frankfurt, Stuttgart und München nach Paris genutzt. Aus gutem Grund, denn neben der kurzen Reisezeit (3 ¼ Stunden von Frankfurt) überzeugen auch Komfort und Service. Die schnellen Züge verbinden Deutschland und Paris täglich bis zu neunmal.

Voilà – so lässt es sich reisen!

An Bord können Fahrgäste sich ganz entspannt auf ihr nächstes Meeting vorbereiten: Steckdosen am Platz und unterstützter Mobilfunkempfang in speziellen Handybereichen lassen den Sitzplatz zum mobilen Büro werden.

Der exklusive 1.Klasse-Service macht die Paris-Reise zum Erlebnis. Das deutsch-französische Servicepersonal serviert Reisenden eine leichte Mahlzeit am Platz und bietet eine Auswahl an Tageszeitungen in deutscher und französischer Sprache an.

1.Klasse-Fahrgäste haben selbstverständlich freien Zugang zu den DB-Lounges in Frankfurt/M., Mannheim und München sowie zu den Salons Grand Voyageur SNCF in Paris-Est und Strasbourg.

Über weitere, per ICE erreichbare Ziele im europäischen Ausland informiert Sie Ihr BCD Travel Center.



**1. KLASSE
NACH PARIS**
Bis zu neunmal am Tag
verbinden die schnellen
Züge Deutschland mit
Paris.

Urte Weinkopf mit
Komponenten der
FlyNet® Antenne



Fotos: Andreas Reeg/Jens Görlich

EINE FRAU FÜR HOCHFLIEGENDE PROJEKTE



Mit FlyNet® hat Lufthansa erneut die Führungsrolle beim interkontinentalen Breitband-Internetzugang an Bord übernommen – ein Erfolg, an dem zahlreiche Lufthanseseaten beteiligt sind. Vorn mit dabei: die Projektleiterin zur FlyNet® Einführung Urte Weinkopf.

Eigentlich ist alles ganz einfach. Auf die Frage, was sie am meisten begeistert an der erfolgreichen Umsetzung »ihres« Projektes, antwortet Urte Weinkopf ohne Zögern: »Am meisten freut mich, wenn ich Fluggäste treffe, die sich über den neuen Service an Bord freuen.« Und auch dass die unbeschränkte Kommunikationsfreiheit über den Wolken so gut bei den Kunden ankommt, hat viel mit Einfachheit zu tun. »30.000 Fuß über der Erde muss das Log-in genauso simpel sein wie

am Boden, etwa wie man es vom drahtlosen Internetzugang in einem Business-Hotel gewohnt ist.«

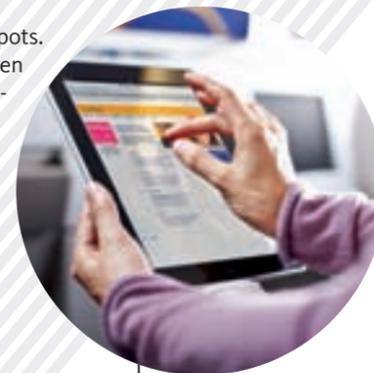
Am 1. Dezember vergangenen Jahres startete das erste Lufthansa Flugzeug, das mit der neuen Technik für den Breitband-Internetzugang an Bord bestückt war, und bis Ende dieses Jahres soll schon ein Großteil der Langstreckenflotte für den neuen Service ausgerüstet sein. Den Anfang macht Lufthansa dabei auf ausgewählten Nordatlantikstrecken, doch sukzessive werden alle Langstreckenflugzeuge FlyNet®-tauglich gemacht, und die Netzabdeckung wird sich weiter um den Globus ausbreiten. Parallel dazu wird die Funktionspalette ausgeweitet, denn das neue Angebot für Lufthansa Fluggäste ist als Komplettpaket angelegt. Zu der Mög-

FlyNet® ALLES EASY

Für die Nutzung von FlyNet® gelten dieselben Einstellungen wie bei dem Zugang zu öffentlichen Hotspots. Nach dem Öffnen des Browsers gelangen Sie automatisch auf das Lufthansa FlyNet® Portal. Hier stehen laufend aktualisierte Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Sport kostenlos zur Verfügung. Vom FlyNet® Portal führt ein Klick auf »Internetzugang« zum Servicebereich der Deutschen Telekom, wo Sie alle wesentlichen Informationen zur Nutzung, zu Preisen und Zahlungsmöglichkeiten finden.

Sollte sich Ihr WLAN-fähiges Gerät aufgrund seiner individuellen Konfiguration einmal nicht automatisch mit dem FlyNet® Serviceangebot verbinden, sobald Sie den Browser öffnen, werfen Sie bitte einen Blick in die Interkont-Ausgabe des Lufthansa Magazins. Dort finden Sie unter der Rubrik »Service« weitergehende Hinweise zur FlyNet® Nutzung.

Möchten Sie jetzt schon die volle Kommunikationsfreiheit über den Wolken entdecken? Dann besuchen Sie Lufthansa im Internet unter lufthansa-flynet.com.



lichkeit, mit allen WLAN-fähigen Geräten wie Laptops, Tablet-PCs oder Smartphones das Breitband-Internet zu nutzen, kommt dann die Nutzung von Mobilfunkservices hinzu. »SMS oder MMS empfangen oder senden, das Smartphone mal eben synchronisieren, all das wird möglich sein«, erklärt Urte Weinkopf. »Nur das Telefonieren an Bord wird technisch unterbunden«, schränkt sie ein, »denn dagegen spricht sich nach wie vor die Mehrzahl unserer Kunden aus.«

Und die Kundenzufriedenheit stand von Anfang an im Vordergrund bei dem FlyNet® Projekt, es ging und geht darum, »einen echten Mehrwert an Bord zu bieten und unseren Kunden die Möglichkeit zu geben, ihre Zeit an Bord frei zu gestalten«, sagt Urte Weinkopf. An der Schaffung dieses Mehrwerts ist die Mitarbeiterin des Lufthansa Bereichs »Product Management & Innovation« schon seit dem Jahr 2007 beteiligt, und ihre Begeisterung hat seither nicht nachgelassen: »Ich habe das Projekt über alle Phasen hinweg betreut – von der Konzeption und Marktentwicklung über die Ausschreibungs- und Verhandlungsphase bis hin zu Tests und Umsetzung. Das kann gar nicht langweilig werden, weil jeden Tag neue Herausforderungen auf einen zukommen. Der ungeheure Reiz solcher Projektarbeit liegt ja auch darin, dass man viele verschiedene Phasen mit sehr unterschiedlichen Schwerpunkten erleben darf.«

Vom Fluggast unbemerkt arbeitet bei FlyNet® ein technisch hochkomplexes System – das reicht von geostationären Satelliten und Bodenstationen, die der Partner Panasonic Avionics Corporation koordiniert, bis hin zur Spezialantenne auf dem Dach des Flugzeugs oder der Technik für die Pico-Zelle an Bord, über die die Mobilfunkkommunikation läuft. Doch dieses Höchstmaß an Hightech im Hintergrund spielt für den Fluggast

keine Rolle, und auch sonst soll ihm die Nutzung von FlyNet® keine Kopfschmerzen bereiten. Für diese Unbeschwertheit stehen auch die beiden Preismodelle und die Zahlungsmodalitäten des Service-Providers Deutsche Telekom. Dabei kann der Passagier für den kostenpflichtigen Internetzugang zwischen einer einstündigen Nutzung und einem 24-Stunden-Tarif wählen. »Den 24-Stunden-Zugang kann der Fluggast im Anschluss an den Flug auch in Lufthansa Lounges nutzen«, erklärt Urte Weinkopf, »oder aber auf einem ausgestatteten Langstrecken-Anschlussflug.« Auch bei der Bezahlung stehen dem Kunden mehrere Optionen zur Verfügung. So kann er wahlweise seine Kreditkarte einsetzen oder sein Meilenkonto bei Miles & More belasten. »Für Kunden der Telekom oder angeschlossener Roamingpartner ist es außerdem möglich, mit den persönlichen Zugangsdaten ins Netz zu gehen«, ergänzt Urte Weinkopf, »denn an Bord ist ein Telekom Hotspot für den drahtlosen Zugang über WLAN zuständig.«

Die Diplom-Ökonomin wird das FlyNet® Projekt noch eine Weile begleiten, denn noch wird die Netzabdeckung vorangetrieben, und zahlreiche Flugzeuge müssen noch mit der neuen Technik ausgerüstet werden. Und dann? Wird sie »ihr Baby« FlyNet® nicht vermissen? Urte Weinkopf lacht. »Dann wird es ein neues spannendes Projekt geben. Das ist das Schöne daran, wenn man im Innovationsmanagement eines so innovativen Unternehmens wie Lufthansa arbeitet – die Bestrebung, unseren Kunden immer wieder etwas Neues zu bieten, lässt nie nach.«



A380 AIRFRANCE

NEUE ZIELE FÜR DEN A380: WASHINGTON DC UND MONTREAL

Neben New York, Johannesburg und Tokio werden Montreal und Washington das vierte und fünfte Ziel, das Air France mit dem A380 anfliegt. Ab dem 22. April 2011 startet der Superflieger für Sie täglich nach Montreal, am 06. Juni 2011 kommt zum täglichen Abflug mit einer B777-200 ein Airbus A380 von Paris – Charles de Gaulle nach Washington dazu.

Die zwei neuen A380-Maschinen für diese Strecken bieten bereits die neue Zwischenklasse »Premium Voyageur«, die zwischen der Business- und Economy-Class liegt. Die geräumige Kabine bietet 519 Reisenden in allen Klassen höchsten Komfort:

- Im Main-Deck-Bereich bietet La Première (First Class) neun Reisenden Luxus à la française.
- Die 80 Sitze in Affaires (Business-Class) befinden sich im Upper-Deck, verteilt auf sechs komfortable Sitze mit einem Neigungswinkel bis 180° pro Reihe.
- Die 38 Sitze in der Zwischenklasse »Premium Voyageur« befinden sich ebenfalls im Upper-Deck.
- Die 389 Plätze in Voyageur (Economy-Class) sind auf die beiden Decks verteilt, 343 auf das Main-Deck, 46 auf das Upper-Deck.

Die bereits in Dienst gestellten A380-Maschinen, die auf den Routen nach Johannesburg, Tokio und New York verkehren, werden im Sommer 2011 ausgestattet.

Ausgestattet mit vier von Engine Alliance speziell angefertigten GP7 200-Triebwerken, kann der A380 seine Passagiere über die maximale Entfernung von 13.000 Kilometer befördern. Der A380 ist eines der Flugzeuge der neuen Generation mit dem niedrigsten Kerosinverbrauch pro Passagier.



DELTA

DELTA AIR LINES STELLT IHR NEUES PREMIUM-PRODUKT VOR

Die neue BusinessElite® von Delta besticht in der neu konfigurierten Boeing 767-400 mit 39 Flat-Bed-Sitzen, die sich zu völlig flachen, bis zu 2 m langen Betten ausziehen lassen. Dank versetzter Eins-Zwei-Eins-Anordnung bietet jeder Sitz direkten Zugang zum Gang. Darüber hinaus genießen Fluggäste in Delta's neuer BusinessElite® die folgenden Annehmlichkeiten:

- Großes Kopfkissen, Steppbettdecke und ein neues Tafelservice.
- Digitales Unterhaltungsprogramm mit großer Auswahl an Musik, Videos, TV-Programmen und Spielen auf einem 27 cm breiten Bildschirm.
- PC-Netzsteckdose und USB-Port zum Laden.
- Extragroße Klapptische, die einen persönlichen Arbeitsplatz bieten.
- Leselicht an jedem Platz.
- Jede Menge Stauraum für Handgepäck, inklusive Schuhablage.
- Ergonomische Lendenstütze.

Delta Service

Der neue BusinessElite®-Sitz wird auf den Nonstop-Flügen ab Deutschland ab dem 02. April 2011 auf der Strecke München – Atlanta eingeführt, am 02. Juni 2011 kommt der neue Flat-Bed-Sitz auf den Flügen Frankfurt – Atlanta und Frankfurt – Detroit hinzu.*

Menüwahl & Wein

Seit 2006 kreiert Amerikas Starköchin Michelle Bernstein die Speisen für Delta's BusinessElite®. Die passenden Weine werden von Andrea Robinson ausgesucht, eine von 15 Frauen weltweit, die den Titel »Master Sommelier« führen darf.

*Stand bei Drucklegung



NEUE BUSINESS-KLASSE IN EUROPA – MEHR PRIVATSPHÄRE UND ZUSÄTZLICHE SERVICES

KLM Royal Dutch Airlines führt auf den inner europäischen Flügen ab dem Sommerflugplan die neue Europe Business Class ein. Profitieren Sie von mehr Komfort und persönlichem Freiraum sowie einem neuen Catering-Konzept und zusätzlichen Services am Boden.

Europe Business Class Passagiere haben die Wahl zwischen bequemen Fenster- und Gangplätzen. Dort können sie ungestört arbeiten, denn die Mittelsitze bleiben frei. Die neuen Sitze bieten eine Beinfreiheit von 84 Zentimetern, einige Flugzeugtypen verfügen zudem über einen Stromanschluss am Sitz.

Das neue Food-Konzept bietet auf Flügen unter 100 Minuten eine Auswahl an kalten Sandwiches und/oder Salat, Tapas sowie Früchte, Joghurt, Nachtisch und/oder Vorspeisen an. Auf Flügen über 100 Minuten kann zwischen zwei warmen Speisen gewählt werden, auf Flügen von mehr als 170 Minuten wartet eine vollständige Mahlzeit aus Vorspeise und/oder Dessert sowie einem warmen Hauptgericht. Morgens bietet KLM neben einem Sandwich zusätzliche frische Produkte und Obstsalat.

Am Boden profitieren Sie vom Premium Check-in, zusätzlichem Freigeäck (drei Gepäckstücke statt einem), Lounge-Zutritt, bevorzugtem Boarding sowie bevorzugter Gepäckabwicklung in einer extra Reihe. Die vollflexiblen Tickets für die Europe Business Class können kostenlos umgebucht und erstattet werden.

Gewinnen Sie mit KLM Royal Dutch Airlines ... einen Hin- und Rückflug mit KLM für 2 Personen zu einem Europaziel Ihrer Wahl. Flug in Europe Business Class, innerhalb des KLM-Streckennetzes.

Gewinnen Sie mit KLM Royal Dutch Airlines ...

... einen Hin- und Rückflug mit KLM für 2 Personen zu einem Europaziel Ihrer Wahl. Flug in Europe Business Class, innerhalb des KLM-Streckennetzes.

Beantworten Sie einfach die folgende Frage:

Welcher Service an Bord der neuen Europe Business Class von KLM bietet das besondere Extra des persönlichen Freiraums?

- a) der Mittelsitz bleibt frei
- b) es wird jede Reihe mit jeweils sechs Passagieren besetzt

Senden Sie die richtige Antwort an:

BCD Travel »Marketing«
Postfach 10 50 29, 28050 Bremen
Oder per E-Mail an:
marketing@bcdtravel.de

Und hier die Gewinnerin des Gewinnspiels aus der letzten Ausgabe: Frau Sylwia Penkalla, Aucotec AG, Hannover.

Einsendeschluss: 10. Mai 2011. Mitarbeiter von BCD Travel und ihre Angehörigen sind von der Teilnahme am Gewinnspiel ausgeschlossen. Unter allen richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Bekanntgabe der Gewinner in der nächsten Ausgabe.

GEWINNSPIEL

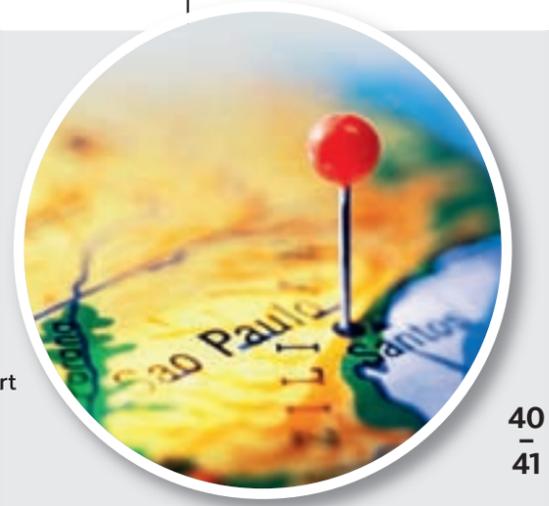


VORSCHAU

MOVE AUSGABE ZWEI 2011: BRASILIEN

Im Fokus der nächsten Ausgabe stehen Rio de Janeiro und São Paulo. Mit den Vorbereitungen auf die Fußball-WM 2014 und die Olympischen Sommerspiele 2016 ist Brasilien schon jetzt für uns, genau wie für Investoren und Sponsoren, eine spannende Destination.

Neugierig? Das Abo der move ist kostenlos für alle, die an Geschäftsreisen interessiert sind. Ganz einfach abonnieren unter: www.bcdtravel.de



Fotos: Corbis (1)/PR (3)

IMPRESSUM

Herausgeber:

BCD Travel Germany GmbH
Marketing and Communications
Otto-Lilienthal-Straße 1
28199 Bremen

Verantwortlich:

Antje Gasster
Redaktion: Heidi Claus
Tel.: 0421.3500847
E-Mail: marketing@bcdtravel.de

Autorinnen und Autoren: Dr. Monika Gronemeier (Chefredakteurin), Heidi Wiese, Marcus Schulte-Fischedick, Thomas Weber, Marcel Grabbe

Konzeption und Herstellung:

medienfabrik Gütersloh GmbH
Carl-Bertelsmann-Straße 33
33311 Gütersloh | Tel.: 05241.23480-0

Projekt-Management: Jennifer Schneider

Grafik: Lydia Fraser, Corinna Cramer

Bildbearbeitung: Birgit Schweda

Anzeigenverkauf: Kai Braess
(Reisebranche), Berit Jürgensen (andere)

Druck: medienfabrik Gütersloh GmbH

ÜBER BCD TRAVEL

BCD Travel, führender Anbieter für globales Travel Management, vereinfacht und rationalisiert Geschäftsreiseprozesse für Unternehmen. Der Kunde profitiert auf ganzer Linie: vom Einsparpotenzial für das Unternehmen bis zum Wohl des Reisenden. BCD Travel ist in über 90 Ländern präsent. Der vermittelte Umsatz des Unternehmens beläuft sich auf 14,6 Milliarden US-Dollar. Weltweit sind über 10.800 Mitarbeiter für BCD Travel tätig. BCD Travel ist ein Tochterunternehmen der BCD Holdings N.V. Weitere Informationen unter www.bcdtravel.de

ÜBER BCD HOLDINGS N.V.

BCD Holdings N.V. ist ein niederländisches Familienunternehmen, das 1975 von John Fentener van Vlissingen gegründet wurde. BCD Holdings ist marktführend auf dem Reise-sektor. Unternehmen der BCD Holdings: BCD Travel (globales Geschäftsreisemanagement), Park 'N Fly (Parken am Flughafen), TRX (Reisedatenverarbeitung und -integration), Airtrade (Consolidator und Online-Reisebüro), VakantieXperts (Urlaubsreisen), Vayama (Online-Reisebüro USA) und Parkmobile International (elektronische und digitale Parkplatzlösungen). Das Unternehmen beschäftigt etwa 13.000 Mitarbeiter in über 90 Ländern. Der Umsatz beläuft sich auf 14,8 Milliarden US-Dollar (Franchising inklusive). Mehr Informationen unter www.bcd-nv.com

Vielen Dank an Imke Reichert für ihre Vorbereitungen zur Neuaufrichtung und Susanne Fürth für ihre kreativen Einfälle.



Fotos: Cobis/Flughafen Paderborn

SCHWARZ-FLIEGER

AUF DEM WEG VON MÜNCHEN NACH PADERBORN TRIFFT UNSER KOLUMNIST REGELMÄSSIG WELCHE

Eine Glosse von Thomas Weber

Jede Woche MUC-PAD-MUC: zwei Wörter, ein paar Buchstaben – so spärlich ist viel von mir erzählt. Montagmorgens fliege ich von München nach Paderborn, freitags zurück. Planmäßige Landung: 20.40 Uhr. Meine Frau wartet schon.

Ich bin Pendler. Die meisten erkennt man schnell: schwarze Jacke, schwarze Hose, schwarze Tasche – alles klar! In ihren Outfits wirken sie, als würden sie vor der Sicherheitskontrolle nur deshalb Schlange stehen, um dahinter der Reihe nach ihre Freizeit zu begraben. Am Montagmorgen, kurz nach sechs.

Freitagabend – dieselben Menschen, ein komplett anderes Bild: Herr Mühling, der Manager eines Buchverlags, in hellem Cord statt dunklem Flanell; Louisa, die junge Assistentin eines Geschäftsführers, hat ihre schwarze Hose,

die unten weit ist und ab den Knien so schön eng, gegen beigefarbene Schlabberpants getauscht. In der Business-Class-Lounge trinken sie mit Kollegen Bier aus der Flasche. Das nennen sie dann *Casual Friday*, in einem Englisch, in dem die tiefe Überzeugtheit mitklingt, dass freitags – *definitely* – auch die Queen in was Lässiges schlüpft.

Tut sie aber nicht. Da habe ich mit Elizabeth II. etwas gemein. Wie sie bevorzuge ich bunte, aber schicke Kleidung, egal ob montags oder freitags. Und wie sie liebe ich die klassischen englischen Farben: *Primrose Yellow* – Primelgelb, *Damson Red* – Haferpflaumenrot ... Sie klingen schon so nobel. Ganz im Gegensatz zu *Black*. Vielleicht gehört es ja zum englischen Humor, dass dieses Wort nicht nur »schwarz« bedeutet, sondern auch »schmutzig«. Und wer will schon so zur Arbeit fliegen?

WHOOPI GOLDBERG & STAGE ENTERTAINMENT PRÄSENTIEREN

Sister Act

Ein himmlisches Musical



Bereits
200.000
verkaufte Tickets.

Demnächst auch
am Broadway.

Hamburgs neuer Musical-Hit!

TUI Operettenhaus Hamburg

OFFIZIELLER
ticket
online
TICKETPARTNER

Tickets unter 0 1805 / 44 44 oder in Ihrem Reisebüro • www.musicals.de

0,14 €/Min. aus dem deutschen Festnetz, max. 0,42 €/Min aus dem Mobilfunk.

Stage
ENTERTAINMENT

NEU

Neuer Europakomfort

Ein Produkt von Lufthansa.

Erleben Sie Fliegen völlig neu – mit mehr Komfort auf allen deutschen und europäischen Strecken.

Damit Sie sich an Bord noch wohler fühlen, setzen wir neue Maßstäbe: mit neuen Sitzen für mehr Beinfreiheit, einem neuen, hochwertigen Kabinendesign und einer Vielfalt an neuen Snacks und Menüs. Noch mehr Neuigkeiten unter lufthansa-europakomfort.com



There's no better way to fly.

Lufthansa