

REISE kompakt

Dem Kölner Dom aufs Dach steigen

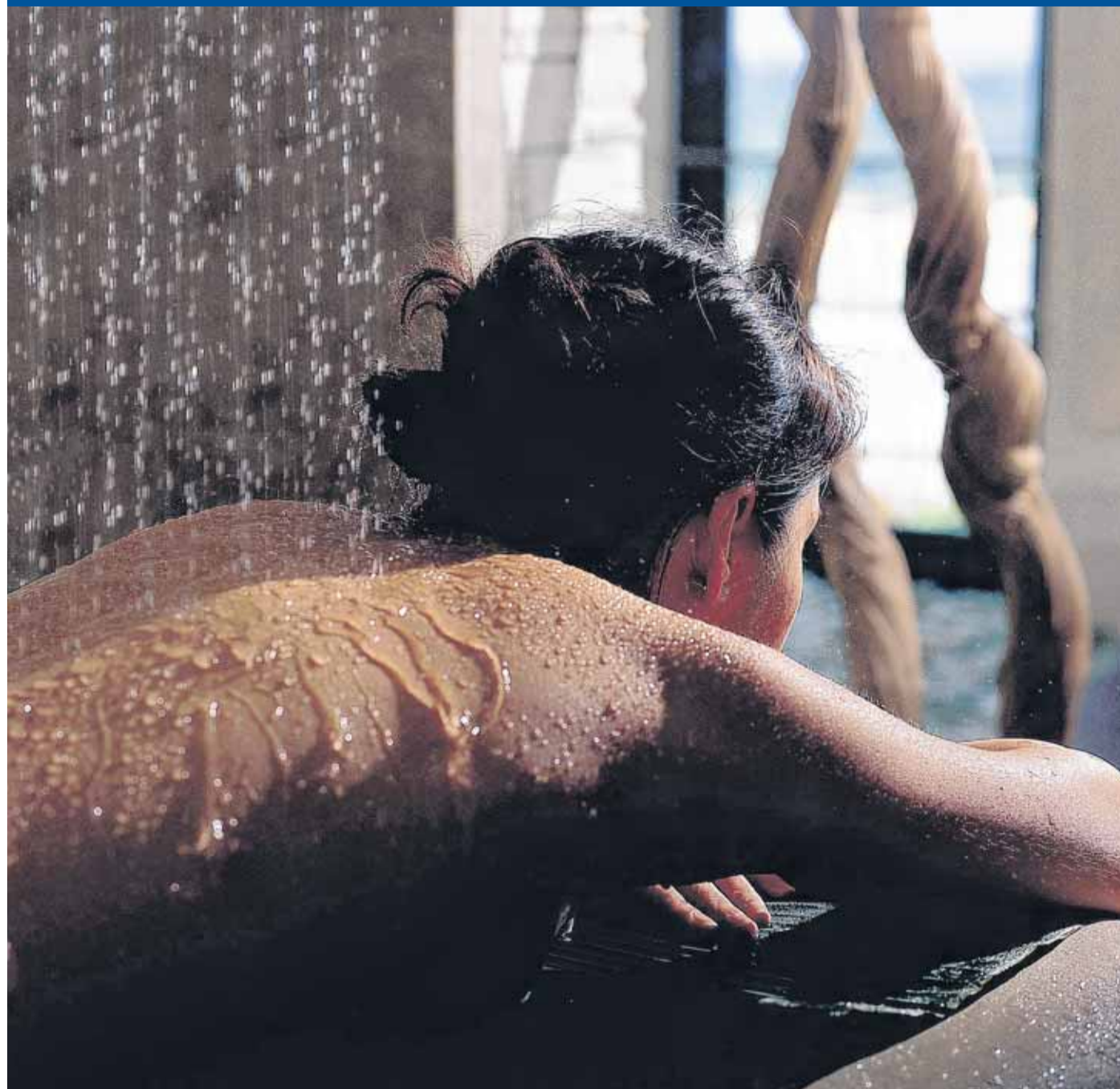
KÖLN Gerade erst hat es ihm der Deutsche Tourismusverband (DTV) bestätigt: Der Kölner Dom ist die Nummer eins unter Deutschlands Attraktionen. Weniger bekannt ist, dass es zahlreiche Besichtigungsmöglichkeiten gibt, die über das Schlendern durchs Kirchenschiff weit hinausgehen. Spannend sind zum Beispiel die Touren über das hohe Dach, die rund eineinhalb Stunden dauern und für die die Teilnehmer mindestens 16 Jahre alt, schwindelfrei und höhenfest sein müssen. Interessenten müssen sich vorher anmelden. Kaum weniger aufregend ist die Tour zu den Glocken, bei der körperliche Fitness Voraussetzung ist – immerhin geht es innerhalb von zwei Stunden rund 250 Stufen hinauf und hinab. Und dann gibt es noch Besichtigungen der archäologischen Grabungen sowie dienstags um elf Uhr und donnerstags um 15 Uhr ohne Anmeldung Besuche der Schatzkammer. Die Programme kosten ab zehn Euro. Weitere Informationen unter www.domforum.de und www.koelner-dom.de. **mar**

Zum Geburtstag ein Katalog

Blümchentapeten, Strohhut und gepunktetes Strandkleid: Retro-Shows im Fernsehen sind ja en vogue. Jetzt gibt es sogar einen Reisekatalog im Stil der späten 60er Jahre – stilecht mit künstlich vergilbtem Papier und mit Hotels, die bereits 40 Jahre und mehr auf dem Buckel haben. Geleistet hat sich dieses Reiseschmankerl der Großveranstalter TUI zum 40. Geburtstag. Wer darin blättert, findet zum Beispiel eine Reise zum immer noch rüstigen Hotelveteranen Riu San Francisco an Mallorcas Playa de Palma und eine Fahrt wie damals mit einem 2CV durch Paris. Daneben enthält der Prospekt auch manche touristische Anekdote – etwa dass die Mallorquiner die Deutschen bereits vor 40 Jahren „Ohwiebillig“ nannten und warum sich die Kellner damals gern Auberginen in die Hosentaschen steckten. So konnten sie den Gästen das fremdartige Gemüse auf deren Fragen gleich vorzeigen. Ansehen und buchen kann man den Jubiläumskatalog übrigens ganz neumodisch auch auf einer eigens geschalteten Internetseite namens www.40jahre-tui.de. Eine naheliegende Idee hat der Veranstalter allerdings bald wieder fallen gelassen: Reisen zum Preis von vor 40 Jahren herauszubringen. **hwr**



MÜNCHNER SPA BIETET VERHINDERTEN THAILAND-URLAUBERN ENTSPANNUNG



Blockierte Flughäfen, abgesagte Flüge und tausende Demonstranten: In den vergangenen Wochen bereitete Thailand Urlaubern mehr Frust als Lust. Auch vielen Münchnern ist die Freude am Thailand-Urlaub vergangen. Zum Trübsal-Blasen besteht für Asien-Fans jedoch kein Anlass, denn seit dem 1. November können sie sich mitten in der Innenstadt stillvoll verwöhnen lassen: im „Sai Spa“ am Wiener Platz in Haidhausen. Es riecht nach Lemon-grass, grüner Tee dampft in den Tassen, und thailändische Masseurinnen lassen den Besucher in vier wohligen Massage-Cocoons bei traditionellen Thai-Massagen und Kräutertempel-Massagen von ruhigen Tagen in Siam träumen. Die asiatische Entspannung gibt es ab 19 Euro. Und am Ende bleibt dem Besucher die Erkenntnis: Thailand ist trotz aller negativen Schlagzeilen immer ein Erlebnis – egal, ob in Bangkok oder in der Münchner Innenstadt.

Sai Spa, Wiener Platz 6, www.sai-spa.de

Pauschalreisen bald teurer als im Katalog?

Reiseveranstalter dürfen jetzt die Preise in ihren Katalogen flexibler gestalten – Verbraucherschützer befürchten das Schlimmste

Wer künftig einen Urlaub bucht, der muss mit Überraschungen rechnen. Die Reise könnte teurer sein als erwartet. Denn seit Anfang November gilt eine Gesetzesänderung, die Reiseveranstalter seit Jahren gefordert haben: Sie dürfen neuerdings ihre Katalogpreise nachträglich erhöhen – der gedruckte Preis ist nicht mehr als ein

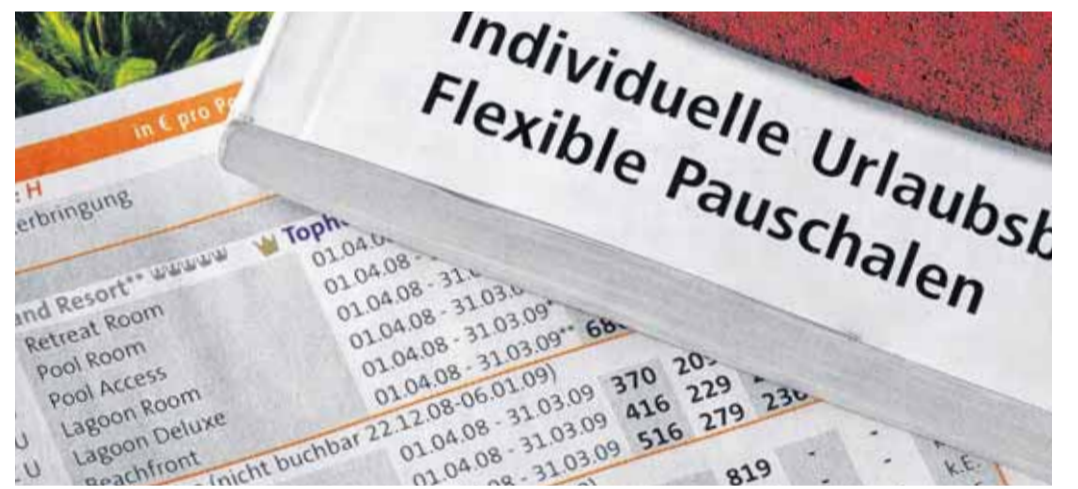
Richtwert. Die neue Regelung ermöglicht es den Anbietern, flexibel zu bleiben. Ist etwa ein Reiseziel besonders beliebt, können sie Hotelbetten oder Flüge nachkaufen. Sind diese zwischenzeitlich teurer geworden, dürfen sie die Mehrkosten an die Kunden weitergeben. Auch wenn der Wechselkurs schwankt, darf der Preis angepasst werden. Einzige Bedingung: Im Katalog muss ein Hinweis stehen, dass der angegebene Preis sich noch ändern kann.

„Seit einigen Jahren stehen wir nicht mehr nur im Wettbewerb mit anderen Reiseveranstaltern, sondern auch mit Fluggesellschaften, Hotels und Online-Portalen, die tagesaktuell ihre Preise bestimmen können“, kommentiert TUI-Deutschland-Chef Volker Böttcher die Gesetzesänderung. „Die neue Regelung gibt uns die Möglichkeit, während der Laufzeit eines Kataloges flexibler auf Nachfrageschwankungen zu reagieren.“ Böttchers Kollege Peter Fankhauser, Vorstandsvorsitzender der Thomas Cook AG, erhofft sich von

Flexiblere Preise: Verbraucherschützer laufen Sturm

der neuen Verordnung vor allem „größere Chancengleichheit mit neuen Anbietern, vorrangig mit solchen, die im Internet aktiv sind“.

Für die Veranstalter bedeutet die Neuregelung mehr Flexibilität, doch Verbraucherschützer laufen Sturm. Das Ansinnen der Branche, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen, könne sie durchaus nachvollziehen, sagt Sabine Fischer, Juristin bei der Verbraucherzentrale Brandenburg. „Für den Kunden aber besteht die große



Der Preis im Katalog (o.) ist bald Makulatur, den Endpreis gibt es nur noch im Reisebüro (u.). Fotos: Poser/PR



Gefahr, dass er durch Lockpreise geködert wird, die er am Ende gar nicht bekommt.“ Das öffne Missbrauch Tür und Tor, kritisiert Fischer. „Nicht auszuschließen, dass der Kunde dann im Reisebüro einen ganz anderen Preis erhält als im Katalog kommuniziert worden ist.“ Grundsätzlich bestehe zwar auch die Möglichkeit, dass ein Veranstalter den Preis nach unten anpasse. Daran glaubt Fischer jedoch nicht. „Es bleibt abzuwarten, ob es Beispiele geben wird, wo ein Anbieter seine Preise senkt. Ich bin da jedoch noch äußerst skeptisch.“

Was Verbraucherschützer auf die Palme bringt, wird von der Gegenseite heruntergespielt. „Für den Kunden verändert sich durch die Gesetzesänderung nichts, er hat nach wie vor 100-prozentige Preis-sicherheit“, beteuert TUI-Deutschland-Chef Volker Bött-

cher. „Lockvogelangebote wird es nicht geben“, glaubt auch Klaus Laepple, Präsident des Deutschen Reiseverbands DRV, der die Interessen von Reisebüros und Reiseveranstaltern vertritt. „Der Preis, der im Katalog steht, gilt.“ Alles andere sei rechtlich unzulässig und angesichts des hohen Wettbewerbsdrucks für jeden Veranstalter tabu. Für den Verbraucher bringe die neue Regel sogar einen großen Vorteil: Sei ein Reiseangebot aus dem Katalog ausgebucht, könne der Veranstalter nachkaufen. Damit erhöhe sich die Auswahl für den Kunden. Das Argument lassen Kritiker jedoch nicht gelten: „Kontingente konnten die Veranstalter auch bislang nachkaufen“, sagt Verbraucherschützerin Fischer. „Das ist nichts Neues.“

Auch Ronald Schmid, Rechtsanwalt in Frankfurt und Professor für Reise- und Luftverkehrsrecht an der Technischen Universität Dresden, sieht Risiken in der neuen Regelung. „Natürlich besteht die Gefahr, dass der eine oder andere Veranstalter die Möglichkeit nutzt, den Preis auch aus anderen Gründen als den zulässigen nachträglich zu erhöhen“, sagt Schmid. „Das wäre zwar unzulässig. Aber wie soll der Kunde dem Veranstalter das nachweisen?“ Allzu große Sorgen müssen sich Urlauber dennoch nicht machen. Eine

Regel nämlich gilt nach wie vor: Hat der Kunde den Vertrag unterzeichnet, ist der Preis verbindlich. „Danach darf es keine Preiskorrekturen mehr geben. Der zum Zeitpunkt des Vertragsabschluss vereinbarte Preis ist bindend.“

Wann der Hinweis auf die neuen Preise in die Kataloge aufgenommen wird, der die Veranstalter zur flexibleren Kalkulation berechtigt, steht noch nicht fest. Zwar ist die Verordnung bereits in Kraft. Die Kataloge für den nächsten Sommer sind aber längst auf dem Markt. Die nächste Gelegenheit, den Hinweis anzubringen, werden deshalb die zweiten Preisteile sein, die beinahe alle großen Veranstalter nach Ablauf der Frühbucher-Preisteile zu ihren Katalogen auf den Markt bringen. „Das wird im Februar nächsten Jahres sein“, sagt Michael Blum von TUI. Ähnlich äußert sich Thomas Cook. Bei Veranstaltern, die bislang nur mit einem Preisteil arbeiten, wird der Hinweis wohl erstmals im Winter 2009/2010 in den Katalogen zu lesen sein.

Fabian von Poser

www.abendzeitung.de

Sind feste Preise von gestern? Diskutieren Sie mit unter www.abendzeitung.de.