

# DIGITALES ARCHIV

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft  
ZBW – Leibniz Information Centre for Economics

## Periodical Part

### Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt ... / Verband Internet Reisevertrieb, VIR ; 2018

#### Provided in Cooperation with:

Verband Internet Reisevertrieb (VIR), Unterhaching

*Reference:* Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt ... / Verband Internet Reisevertrieb, VIR ; 2018 (2018).

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/11159/3105>

#### Kontakt/Contact

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft/Leibniz Information Centre for Economics  
Düsternbrooker Weg 120  
24105 Kiel (Germany)  
E-Mail: [rights\[at\]zbw.eu](mailto:rights[at]zbw.eu)  
<https://www.zbw.eu/>

#### Standard-Nutzungsbedingungen:

Dieses Dokument darf zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Sofern für das Dokument eine Open-Content-Lizenz verwendet wurde, so gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

<https://savearchive.zbw.eu/termsfuse>

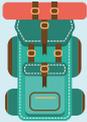
#### Terms of use:

*This document may be saved and copied for your personal and scholarly purposes. You are not to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public. If the document is made available under a Creative Commons Licence you may exercise further usage rights as specified in the licence.*



**vir**  
**DATEN 2018**  
**& FAKTEN**

**zum Online-Reisemarkt**



	Vorwort	3
	Der Verband Internet Reisevertrieb e.V.	4
	Urlaubsnachfragevolumen	15
	Urlaubsreiseverhalten	20
	Urlaubsreiseziele	31
	Informations- und Entscheidungsverhalten	35
	Buchungsverhalten	45
	Umsätze Urlaubsreisemarkt	56
	VIR Mitglieder	61
	VIR Kooperationen	87
	Impressum	91

## Liebe Leserinnen und Leser,

die Touristik hat ein sehr erfolgreiches Jahr hinter sich. 2017 stieg die Zahl der längeren Urlaubsreisen gleichermaßen wie die Anzahl von Kurztrips. Auch die Entwicklung der Ausgaben pro Reise und der Umsatz zeigten einen klaren Aufwärtstrend. Die Vorausbuchungen für die Sommersaison 2018 sind ebenso vielversprechend und man kann davon ausgehen, dass die Reisefreudigkeit der Deutschen auch in diesem Jahr anhalten wird.

Die Digitalisierung hat einen großen Anteil am Erfolg in der Touristik. Sich als Kunde jederzeit und transparent zu Destinationen und ihren Möglichkeiten informieren zu können, ist eine wichtige Errungenschaft des Internets. Notwendig ist es allerdings, dass all die Chancen, die in der Digitalisierung stecken, auch von sämtlichen Marktteilnehmern in ihre bestehenden Geschäftsmodelle integriert werden und nicht nur von einigen wenigen.

Digitale Konzepte kannten noch nie Grenzen und gerade der Tourismus lebt von Toleranz und Weltoffenheit. Gäste, die aus dem Ausland nach Deutschland reisen, machen unsere Branche ebenso aus wie diejenigen, die von hier aus in die Welt aufbrechen. In Zeiten politischer Unruhe und Populismus ist es umso wichtiger, ein klares Zeichen gegen Fremdenhass und Intoleranz zu setzen.



Michael Buller

Vorstand Verband Internet  
Reisevertrieb e.V. (VIR)

## Der Verband

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist der Interessenverband der deutschen Digital-Touristik und vertritt diese in der Öffentlichkeit.

Dabei ist er nicht nur Ansprechpartner für die Branche, sondern auch für Verbraucher, Medien und Politik.

Dem Verband haben sich eine Vielzahl der wichtigsten Marktteilnehmer als Mitglieder angeschlossen. Aufgeteilt sind sie in die Cluster OTA, Supplier & Tour Operator, Service- und Travel Technology Provider sowie Start-ups.

Der Verband treibt Neuentwicklungen voran und sensibilisiert die gesamte Reisebranche für wichtige Themen wie z.B. Innovationen oder rechtliche Neuentwicklungen.

Dazu beobachtet er den Markt, die Medienberichterstattungen und die gesetzlichen Entwicklungen im Tourismus und E-Commerce. Des Weiteren fördert er den Nachwuchs an Hochschulen und junge Unternehmen, um neue Ideen in die Industrie zu bringen.

---

**Der VIR ist ein starker Verband  
mit starken Mitgliedern –  
denn nur im gemeinsamen Dialog kann man die  
Digital-Touristik voranbringen.**

---

## Präsidium

Das Präsidium setzt sich aus dem VIR-Vorstand und dem ersten Vorsitzenden der Cluster – mit Ausnahme der Start-up Kategorie – zusammen. Das Cluster OTA stellt zwei Vertreter im Präsidium. Die primären Aufgaben des Präsidiums sind, die Themen, die die einzelnen Cluster beschäftigen, in die Führungsspitze der Verbandsarbeit einzubringen, den Vorstand zu beraten und über die Aufnahme neuer Mitglieder zu bestimmen.

### Cluster OTA



Derzeit wird ein neuer  
1. Vorsitzender ermittelt  
(Stand Februar 2018)



#### Michael Sattel

Direktor Business Operations  
ppa. weg.de (COMVEL GmbH)  
2. Vorsitzender

### Cluster Supplier & Tour Operator



#### Gereon Krahn

Bereichsleiter E-Commerce  
Berge & Meer  
1. Vorsitzender



#### Matthias Lange

Geschäftsführer  
DER Touristik Online  
2. Vorsitzender

### Cluster Service & Travel Technology Provider



#### Jörg Möller

Geschäftsführer Wirecard  
Technologies GmbH  
1. Vorsitzender



#### Dr. Oliver Rengelshausen

Geschäftsführer Traveltainment  
2. Vorsitzender

OTA



SUPPLIER & TOUR OPERATOR



**SERVICE & TRAVEL TECHNOLOGY PROVIDER**



**START-UP**





NEUE  
MÄRKTE  
NEUE  
CHANCEN





Auf dem Event der digitalen Touristik kommen jährlich rund 300 Branchenvertreter zusammen, um sich von namhaften Referenten Impulse, Anregungen und Anwendungsbeispiele rund um das diesjährige Leitthema „**Neue Märkte, neue Chancen**“ geben zu lassen.

**WANN** 19. – 20. Juni 2018

**WO** Marshall Haus der Messe Berlin

**WIE VIEL** ab 159€

**ANMELDUNG** [www.v-i-r.de/vir-online-innovationstage](http://www.v-i-r.de/vir-online-innovationstage)

**KONTAKT** Telefon: 089-610 667 29

E-Mail: [info@v-i-r.de](mailto:info@v-i-r.de)





## Start-ups & Etablierte aufgepasst!

### GESUCHT:

Innovative Geschäftsideen von Start-ups und etablierten Unternehmen

### KRITERIEN:

- 📌 innovativ
- 📌 für die digitale Touristik relevant sein
- 📌 maximal 12 Monate alt bzw. auf dem Markt

### BEWERBUNG:

- 📌 bis 15.04. 2018
- 📌 unter [www.v-i-r.de/sprungbrett](http://www.v-i-r.de/sprungbrett)

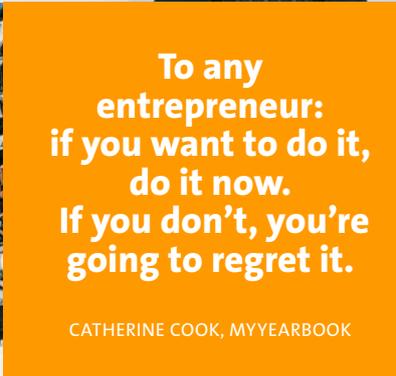
### FINALE:

Die besten Fünf pitchen am 19. Juni im Rahmen der VIR Online Innovationstage im Marshall Haus der Messe Berlin vor 300 Touristikern.

### GEWINN:

Preispaket im Wert von 35.000€







## Methodische Grundlagen

### REISEANALYSE RA ONLINE 11/2017 (FUR)

- ◆ n = 2.557 Befragte im November 2017
- ◆ Repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung im Alter 14-70 Jahre
- ◆ Befragung von Personen, die Internetzugang haben und das Internet nutzen
- ◆ Zufallsstichprobe aus einem on- und offline rekrutierten Panel mit derzeit ca. 150.000 Personen im Rahmen des Ipsos i:omnibus Plus

### REISEANALYSE RA 2018 FACE-TO-FACE (FUR)

- ◆ n = 7.798 Befragte im Januar/Februar 2018
- ◆ Repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung im Alter 14+ Jahre
- ◆ Methode: persönliche Interviews, ca. 1.500 Samplepoints, mehrstufige Zufallsstichprobe
- ◆ Definition Urlaubsreisen: Reisen mit einer Dauer von 5 Tagen und länger





---

## URLAUBSNACHFRAGEVOLUMEN

---

- ◆ Sowohl die Anzahl der getätigten Urlaubsreisen 5+ Tage ist gestiegen (von 68,7 Mio. in 2016 auf 69,6 Mio. in 2017) als auch die Anzahl der Kurzurlaubsreisen (von 80,5 Mio. in 2016 auf 82,1 Mio in 2017)
- ◆ Auch der Umsatz ist bei langen und kurzen Urlaubsreisen gestiegen. Bei den Urlaubsreisen 5+ Tage von 67,5 Mrd. € auf 73,4 Mrd.€ und bei den Kurzurlaubsreisen von 20,4 Mrd. € auf 23,0 Mrd. €
- ◆ Die Durchschnittsausgaben pro Person sind besonders stark bei den Urlaubsreisen 5+ Tage gestiegen (von 983€ auf 1054€ pro Person)

## Eckdaten der Urlaubsnachfrage

Basis: Urlaubsreisen 2017, 5+ Tage, der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14+ Jahre; Kurzurlaubsreisen 2 bis 4 Tage, Nov. 2016 bis Okt. 2017 der deutschsprachigen Bevölkerung 14-70 Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2018, FUR



### URLAUBSREISEN (AB 5+ TAGE DAUER)

Jahr	Urlaubsreisende	Urlaubsreisen pro Person	Urlaubsreisen	Ausgaben pro Person	Umsatz
2017	54,1 Mio.	1,29	69,6 Mio.	€ 1.054	€ 73,4 Mrd.
2016	53,4 Mio.	1,29	68,7 Mio.	€ 983	€ 67,5 Mrd.

### KURZURLAUBSREISEN (2-4 TAGE)

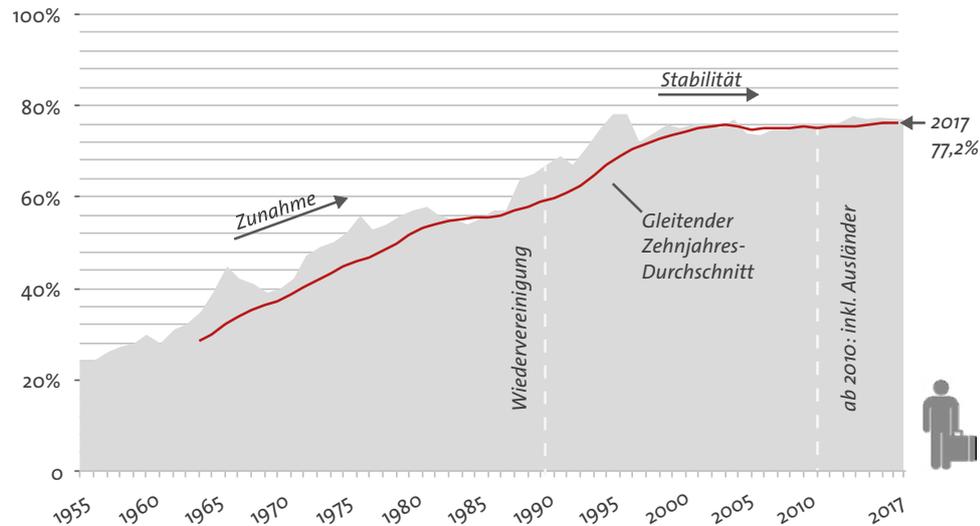
Jahr	Kurzurlaubsreisende	Kurzurlaubsreisen pro Person	Kurzurlaubsreisen	Ausgaben pro Person	Umsatz
2017	34,3 Mio.	2,39	82,1 Mio.	€ 268	€ 23,0 Mrd.
2016	33,0 Mio.	2,44	80,5 Mio.	€ 253	€ 20,4 Mrd.

Im letzten Jahr unternahmen die Deutschen knapp 69,6 Mio. Urlaubsreisen (5 Tage und länger) und 82,1 Mio. Kurzurlaubsreisen (2 bis 4 Tage Dauer). Für Urlaubsreisen gaben sie dabei insgesamt knapp € 73,4 Mrd. aus, für Kurzurlaubsreisen gut € 23 Mrd.

## Urlaubsreiseintensität 1954 bis 2017

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche

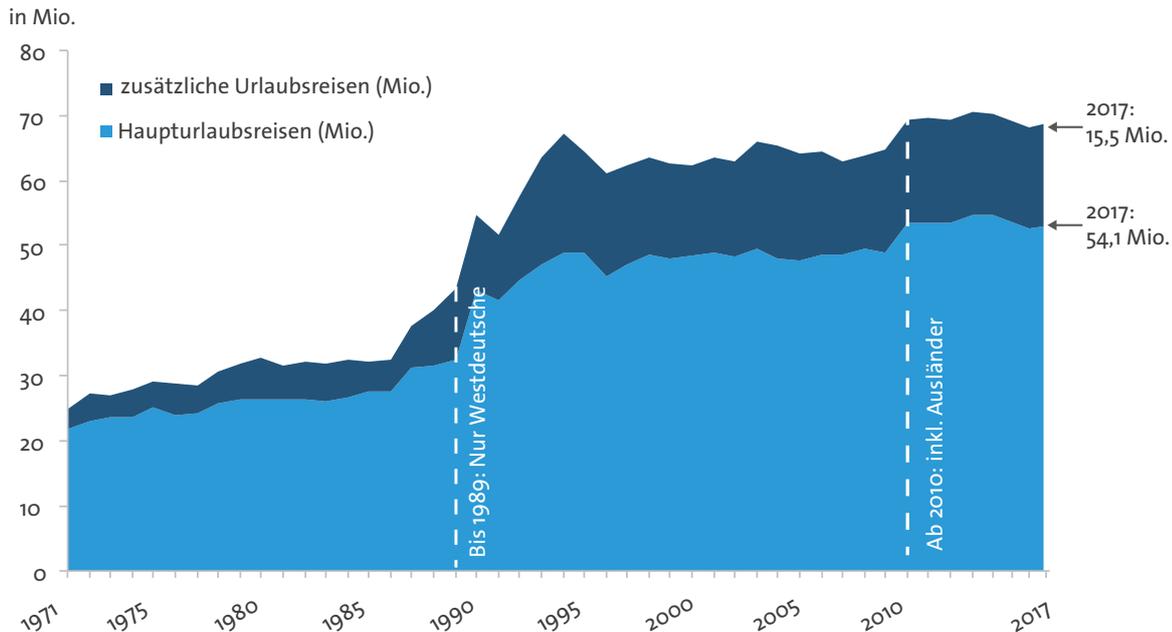
Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2018, FUR; 1954-1969: Diverse Studien



2017 unternahmen gut 77% der Bevölkerung in Deutschland mindestens eine Urlaubsreise von fünf Tagen oder länger. Seit Mitte der 1990er Jahre liegt die Urlaubsreiseintensität recht stabil auf dem hohen Niveau von etwa drei Viertel der Bevölkerung.

## Volumen der Urlaubsreisen 1971 bis 2017

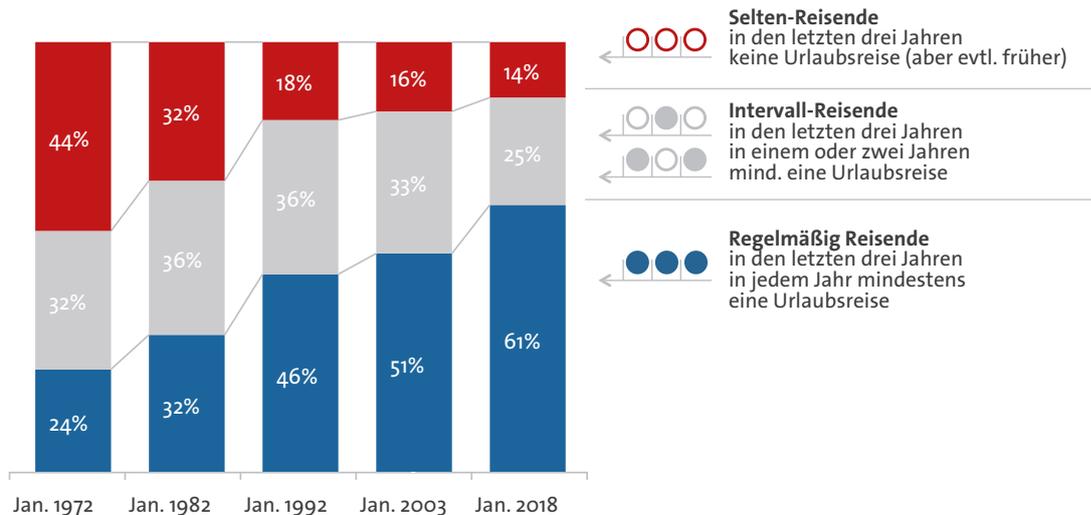
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 1971 bis 2018, FUR



Die meisten Menschen machen pro Jahr nur eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen Dauer. Knapp 29% aller Urlaubsreisen sind zusätzliche Urlaubsreisen von Personen, die mehrmals im Jahr in den Urlaub fahren.

## Reiseregelmäßigkeit 1972 bis 2018

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 1972 bis 2018, FUR



Urlaubsreisen gehören heute in Deutschland zum festen Konsumrepertoire: 61% sind „regelmäßig Reisende“, nur 14% haben in den zurückliegenden 3 Jahren gar keine Urlaubsreise unternommen. Dies ist ein Grund für die hohe Stabilität der Gesamtnachfrage.



## URLAUBSREISEVERHALTEN

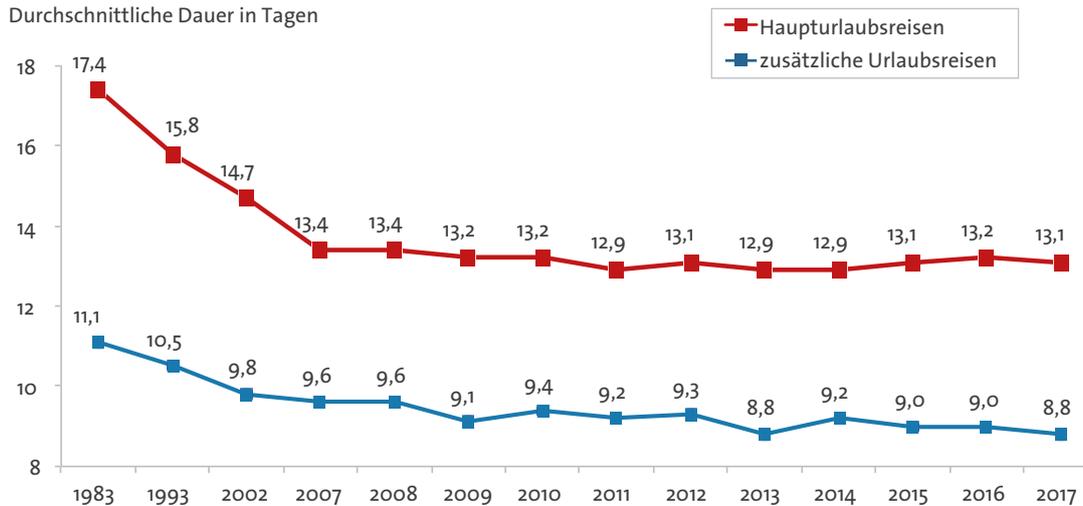
---

- Die durchschnittliche Urlaubsreisedauer aller Urlaubsreisen liegt bei 12,1 Tage in 2017.
- Das Ranking der genutzten Verkehrsmittel für die Urlaubsreisen 5+ Tage ist unverändert, mit Auto (inkl. Pkw mit Wohnwagen oder Wohnmobil) vor Flugzeug, Bus und Bahn. Das Flugzeug konnte 2017 jedoch leichte Marktanteile gewinnen.
- Bei den Urlaubsreisearten sind Bade-/Strandurlaub insbesondere bei jungen Reisenden (14- 29 Jahre) beliebt, während Natur-und Erholungsurlaube insbesondere bei den älteren Altersgruppen 50+ Jahre beliebt sind.
- Das Interesse an Kreuzfahrten ist weiterhin ungebrochen: Sowohl die Zahl der Interessenten als auch derjenigen, die bereits eine Kreuzfahrt unternommen haben, ist von 2016 auf 2017 leicht gestiegen.
- 2017 waren 70% der Kreuzfahrturlauber 50 Jahre oder älter, 64% verfügten über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3000 €.



## Urlaubsreisedauer 1983 bis 2017

Basis: Alle Haupturlaubsreisen bzw. zusätzliche Urlaubsreisen der Deutschen 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 1983 bis 2018, FUR

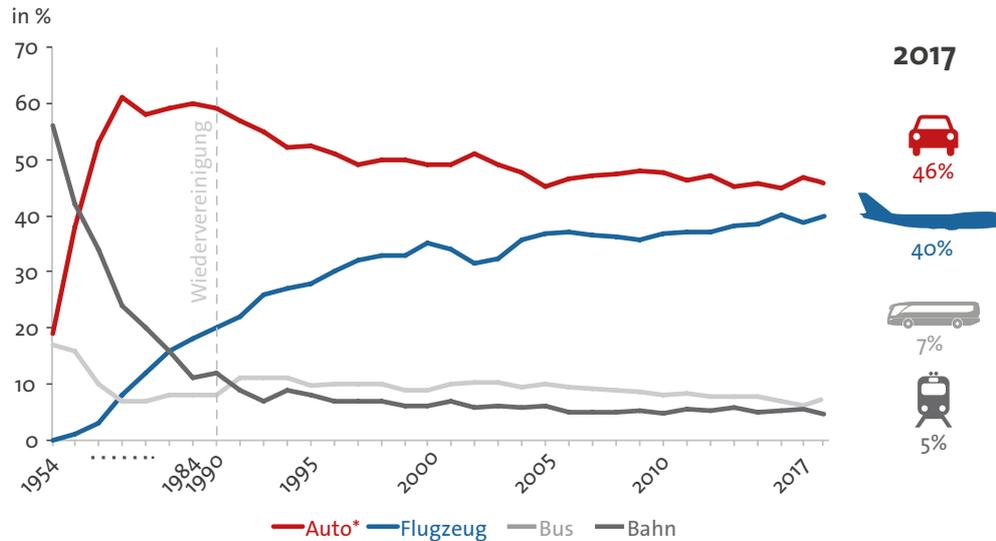


In den letzten zehn Jahren hat sich die durchschnittliche Urlaubsreisedauer bei Haupturlaubsreisen und zusätzlichen Urlaubsreisen kaum verändert. Die durchschnittliche Urlaubsreisedauer bezogen auf alle Urlaubsreisen der Deutschen 2017 betrug 12,1 Tage und ist damit im Vergleich zu den Vorjahren weitestgehend unverändert geblieben.

## Verkehrsmittel der Urlaubsreise 1954 bis 2017

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche

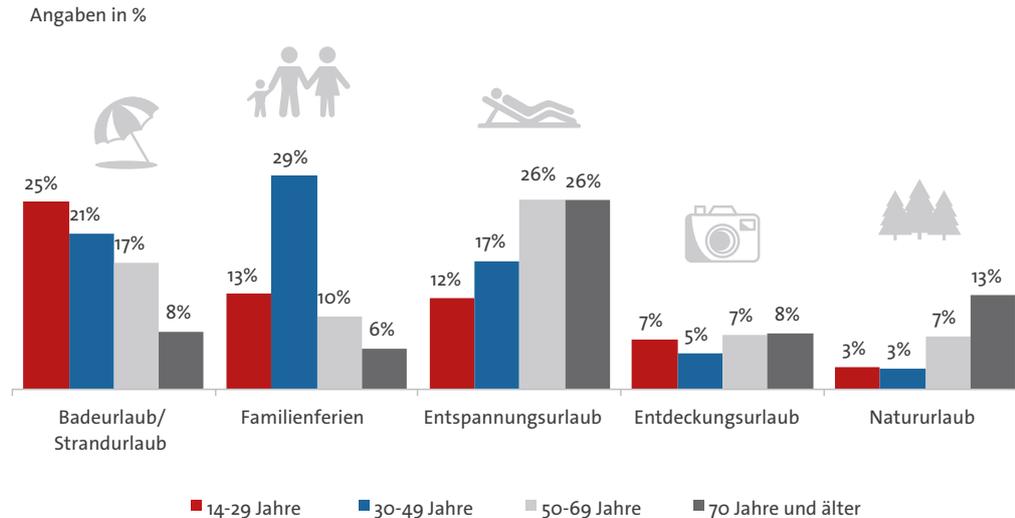
\*Auto inkl. Pkw mit Wohnwagen oder Wohnmobil · Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2018, FUR; 1954-1969: Diverse Untersuchungen



Ranking der genutzten Verkehrsmittel seit Anfang der 1990er Jahre unverändert: Auto vor Flugzeug, Bus und Bahn. Marktanteilsgewinne in dieser Zeit beim Flugzeug zu Lasten der anderen Verkehrsmittel.

## Urlaubsreiseart „in erster Linie“ 2017 (Auswahl)

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren · Quelle: Reiseanalyse 2018, FUR



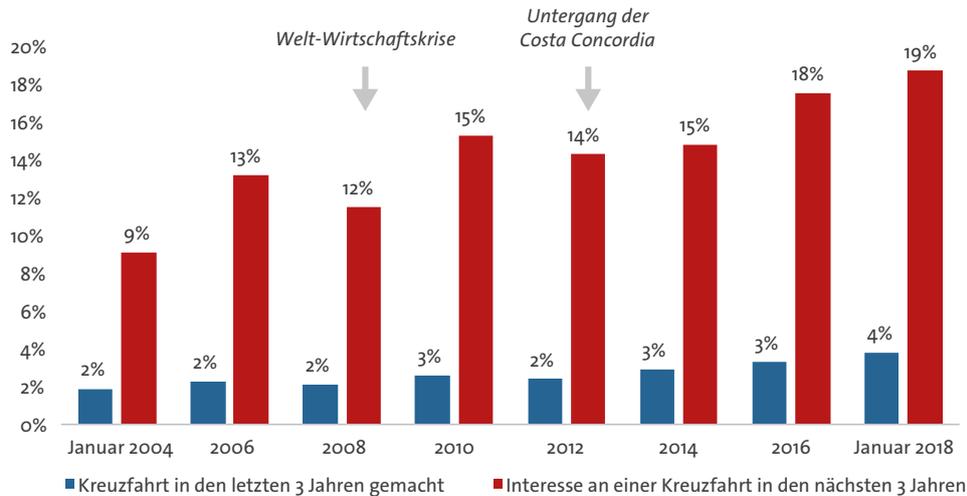
Der Blick auf die Altersverteilung bei Urlaubsreisearten zeigt spannende Details: Während bei jungen Reisenden eher Bade- und Strandurlaub oder Familienferien beliebt sind, so machen Reisende mit gehobenem Alter öfter Entspannungs- oder Natururlaub.





## Reisetrend Kreuzfahrten auf See: Erfahrung und Potential

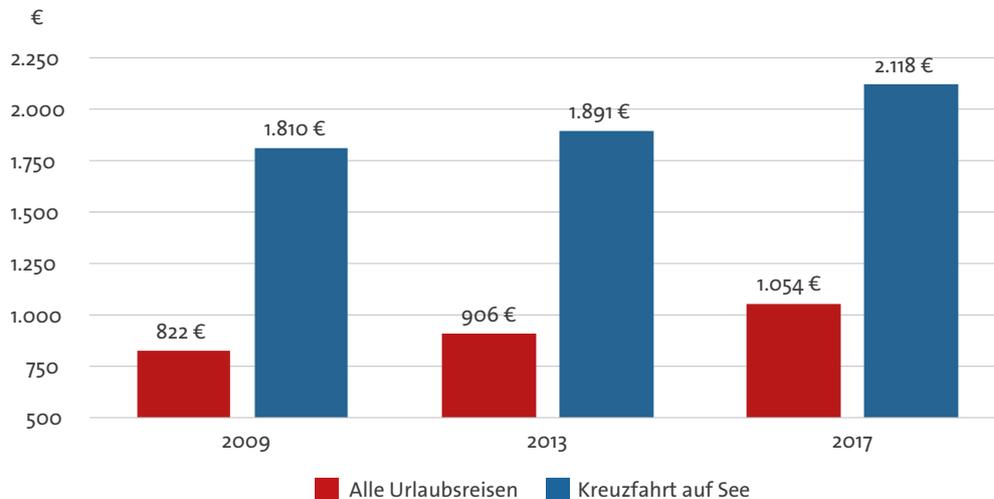
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre, bis 2009: nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 2004 bis 2018, FUR



Kreuzfahrten auf See sind ein Boom-Segment. Bereits 4% der Menschen in Deutschland sind in den letzten 3 Jahren in See gestochen, 19% zeigen grundsätzlich Interesse an einer Kreuzfahrt in den kommenden 3 Jahren.

## Reisetrend Kreuzfahrten auf See: Ø Reiseausgaben pro Person\*

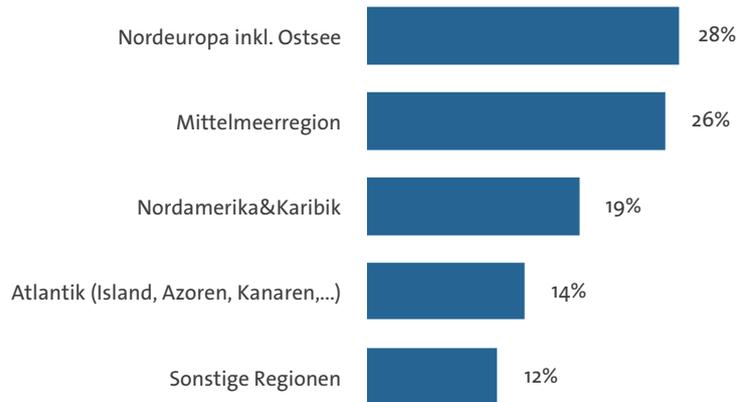
Basis: Basis: Kreuzfahrten auf See, 5+ Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre | \* nicht inflationsbereinigt · Quelle: Reiseanalyse 2010 - 2018, FUR



Die durchschnittlichen Ausgaben für eine Kreuzfahrt auf See sind etwa doppelt so hoch wie bei allen Urlaubsreisen. Generell verzeichnen wir sowohl bei den Gesamtausgaben wie auch bei den Ausgaben für Kreuzfahrten auf See langfristig deutliche Steigerungen.

## Reisetrend Kreuzfahrten auf See: Beliebteste Zielgebiete 2017

Basis: Kreuzfahrten auf See (Unterkunft: Kreuzfahrtschiff) 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2018, FUR



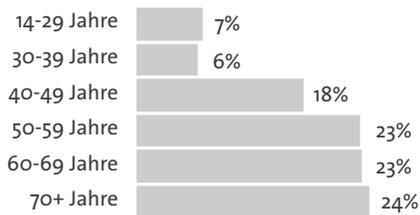
Die beliebtesten Fahrtgebiete für Kreuzfahrten der deutschen Bevölkerung waren 2017 Nordeuropa inkl. Ostsee, gefolgt vom Mittelmeer und Nordamerika/Karibik.



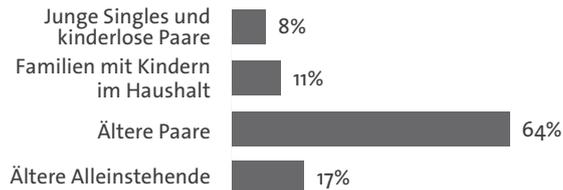
## Reisetrend Kreuzfahrten auf See: Profil des Kreuzfahrt-Urlaubers

Basis: Personen in der deutschsprachigen Bevölkerung (14+ Jahre), die in den letzten 3 Jahren eine Kreuzfahrt auf See gemacht haben · Quelle: Reiseanalyse 2018, FUR

### Altersverteilung



### Lebensphasen



### Haushalts-Nettoeinkommen



### Schulbildung



Kreuzfahrtkunden sind vergleichsweise alt, 70% sind 50 Jahre und älter. Sie verfügen über ein recht hohes Einkommen und eine relativ hohe formale Schulbildung.



## URLAUBSREISEZIELE

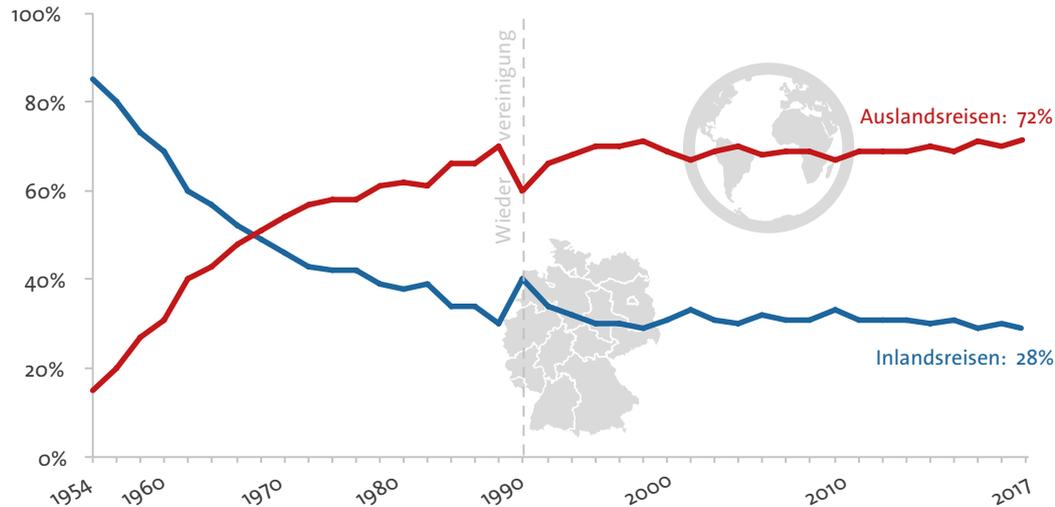
- 72% der Urlaubsreisen 5+Tage gehen ins Ausland, während 28% in Deutschland den Urlaub verbringen. Damit hat der Anteil an Urlaubsreisen 5+ Tage ins Ausland gegenüber dem Vorjahr leicht zugenommen.
- Die zehn beliebtesten ausländischen Reiseziele kommen zusammen auf einen Marktanteil von 49% aller Urlaubsreisen 5+ Tage.
- Besonders Fernreisedestinationen können gegenüber dem Vorjahr Marktanteile dazugewinnen.



## In- und Auslandsreisen 1954 bis 2017

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre; bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche

Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2018, FUR; 1954-1969: Diverse Studien

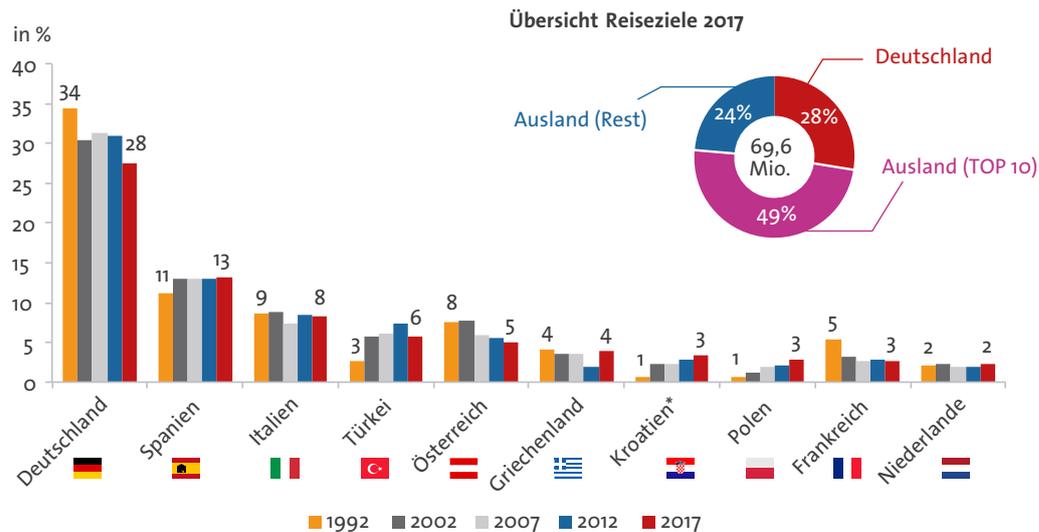


Der Anteil von Urlaubsreisen ins Ausland pendelt seit Ende der 1990er Jahre um die 70-Prozent-Marke. Die Jahrzehnte zuvor waren durch langfristige Zuwächse des Auslandsanteils geprägt.

## Top-Reiseziele der Deutschen 1991 bis 2017

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre; bis 2009 nur Deutsche

\* Bis 2006: Jugoslawien bzw. Kroatien/Slowenien · Quelle: Reiseanalyse 1992 bis 2018, FUR



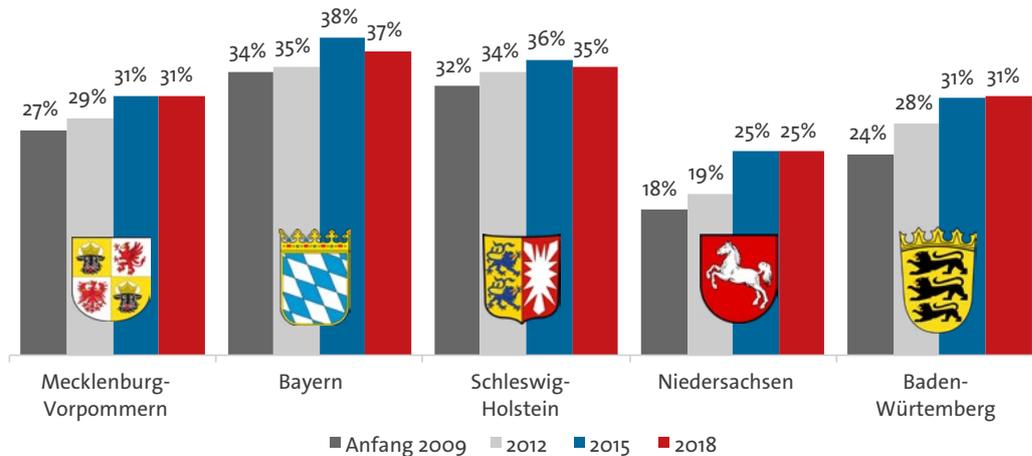
Deutschland ist traditionell das beliebteste Urlaubsreiseziel der Deutschen. Aktuell werden 28% der Urlaubsreisen innerhalb des Landes verbracht. Im Ausland führt Spanien (13% aller Urlaubsreisen) vor Italien (8%) und der Türkei (6%).



## Reisezielinteresse - Top-5-Bundesländer, nächste 3 Jahre

Urlaubsinteresse insgesamt für Urlaubsreisen der jeweils nächsten drei Jahre, Top-5-Bundesländer, in % · Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (seit RA 2012 inkl. Ausländer) · Quelle: Reiseanalyse 2009, 2012, 2015, 2018 face-to-face, FUR

Urlaubsinteresse gesamt = „plane ziemlich sicher“ + „kommt generell in Frage“ nächste 3 Jahre



Deutschland ist das beliebteste Reiseziel der Deutschen.  
Das Interesse an Reisen in die fünf beliebtesten Bundesländer ist langfristig gestiegen.

---



# INFORMATIONSS- UND ENTSCHEIDUNGSVERHALTEN

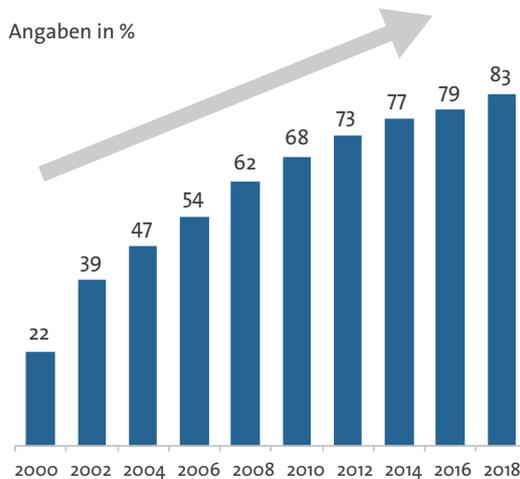
---

- ◆ Sich im Internet zum Thema Urlaubsreise zu informieren ist mittlerweile Standard. 63% der Gesamtbevölkerung und 89 % der Internetnutzer, die gerne verreisen tun dies bereits.
- ◆ Das mobile Internet wird von Nutzern verstärkt sowohl zur Information (47%) als auch zur Buchung (20%) von Urlaubsleistungen vor der Reise genutzt.
- ◆ Die am meisten genutzten Marketinginstrumente zur Inspiration und Information bei der Urlaubsplanung sind Prospekte/Flyer/Kataloge, Beratung im Reisebüro, gefolgt von Unterkunfts- und Reisezielwebsites.
- ◆ Prospekte/Flyer/Kataloge, Beratung im Reisebüro und Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften werden deutlich mehr von älteren Urlaubern zur Information und Inspiration genutzt. Online-Reiseportale und Videos auf Youtube sind besonders bei den jüngeren Reisenden beliebt.



## Internetzugang 2000 bis 2018

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre; bis 2008 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 2000 bis 2018, FUR



83% der Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland hatten im Januar 2018 Zugang zum Internet – bei den unter 50-jährigen liegt dieser Wert mittlerweile bei über 98%.



## Internetzugang 2008 und 2018 im Detail

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre; 2008 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 2008 und 2018, FUR

■ Jan. 2008 ■ Jan. 2018

Angaben in %

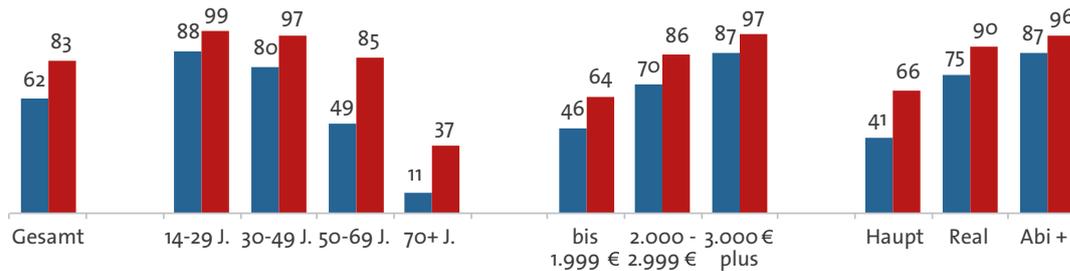
Alter



HHN-Einkommen  
pro Monat



Schulbildung



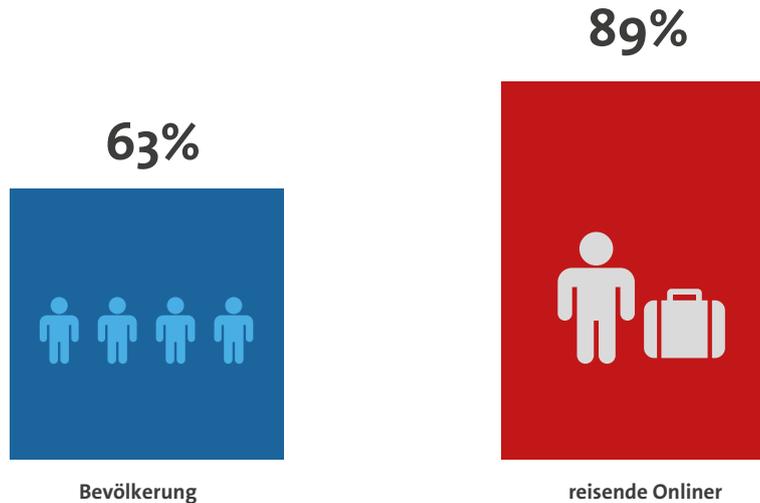
Entwicklung 2008 → 2018



Alle Teilgruppen wachsen, die „Nachzügler“ am stärksten (ältere Menschen, Personen mit geringerem Einkommen, Personen mit geringerer Schulbildung).

## Internetnutzung zur Information bei Urlaubsreisen

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre; bis 2009: nur Deutsche - Quelle: Reiseanalyse 2018, FUR

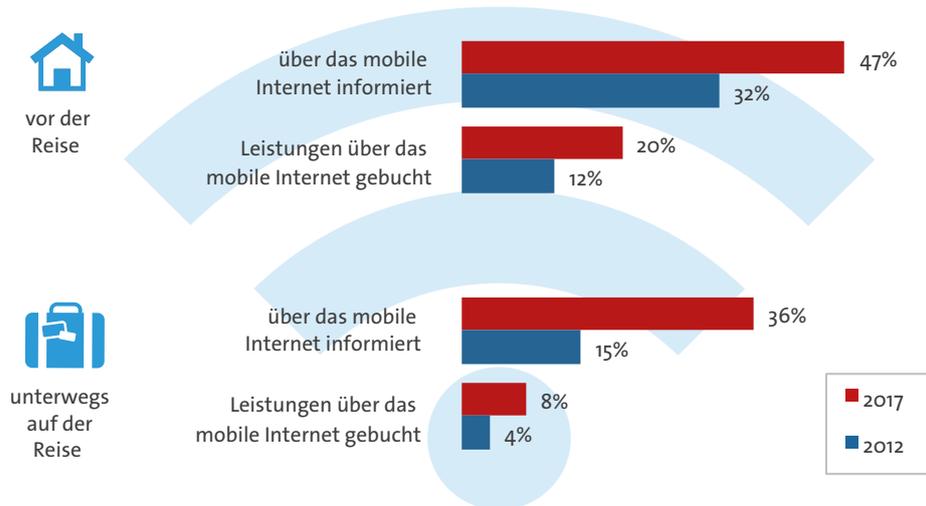


Das Internet gewinnt auch beim Thema Urlaubsreisen immer mehr an Bedeutung: Im Januar 2018 hatten sich bereits 63% der Bevölkerung jemals im Internet zum Thema Urlaubsreisen informiert. Schaut man auf die Internetnutzer, die gerne verreisen, steigt der Wert auf 89% an. Das heißt also: Wer sowieso online ist und gern in den Urlaub fährt, nutzt das Internet auch für die Reiseplanung.



## Nutzung des mobilen Internets bei Reisen

Basis: deutschsprachige Urlaubs- und Kurzurlaubsreisende 14-70 Jahre, die das mobile Internet nutzen · Quelle: Reiseanalyse 2013 und 2018, FUR

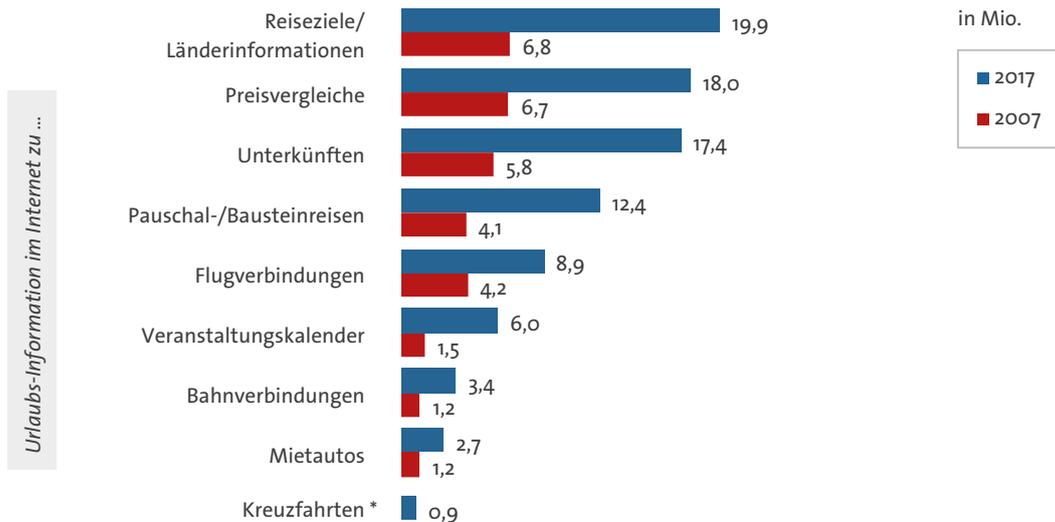


Die Nutzung des mobilen Internets wird immer wichtiger für die Reisebranche: Von den 43,6 Mio. Reisenden mit mobilem Internetzugang informieren sich 47% vor der Reise über das mobile Internet, unterwegs sind es 36%. Die Nutzung des mobilen Internets zur Buchung von Reiseleistungen ist im Vergleich zur Information noch nicht so stark ausgeprägt: 20% buchen vor der Reise mobil, 8% unterwegs.

## Gesuchte Inhalte bei der Urlaubsinformation im Internet

Basis: Haupturlaubsreisen (= wichtigste Urlaubsreise 5+ Tage eines Jahres) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, 2007: ohne Ausländer

\* Kreuzfahrten: keine Erhebung in 2008 • Quelle: Reiseanalyse 2008 und 2018, FUR



In den letzten 10 Jahren hat sich die Zahl derjenigen, die sich vor einer Reise im Internet informieren, mehr als verdoppelt. Dahinter stecken nicht nur mehr Internetnutzer, sondern auch eine deutliche Zunahme der Nutzungsintensität dieses Informationsmediums. Am Ranking der Informationsinhalte hat sich im Zeitverlauf nichts geändert: Informationen zu Reisezielen liegen vor Preisvergleichen und Unterkünften.



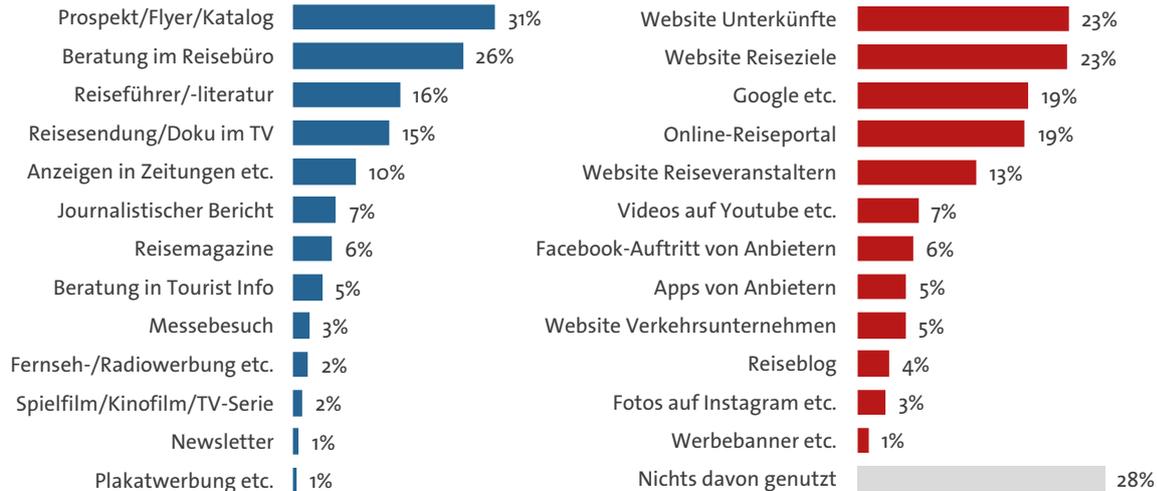
## Eckdaten Online-Reisemarkt

	2017	2018
Bevölkerung ab 14 Jahre	69,6 Mio.	70,1 Mio.
Hier von:		
Deutsche	63,6 Mio.	63,8 Mio.
deutschsprachige Ausländer	5,9 Mio.	6,3 Mio.
Hier von:		
Personen mit Internetzugang	56,1 Mio.	58,0 Mio.
Personen ohne Internetzugang	13,5 Mio.	12,1 Mio.
Reisende 2016 bzw. 2017	53,4 Mio.	54,1 Mio.
Hier von:		
Reisende mit Internetzugang	46,1 Mio.	48,1 Mio.
Reisende ohne Internetzugang	7,3 Mio.	6,0 Mio.

## Bewusste Nutzung von Marketinginstrumenten zur Inspiration und Information bei der Urlaubsplanung

Basis: Haupturlaubsreisen (= wichtigste Urlaubsreise 5+ Tage eines Jahres) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre

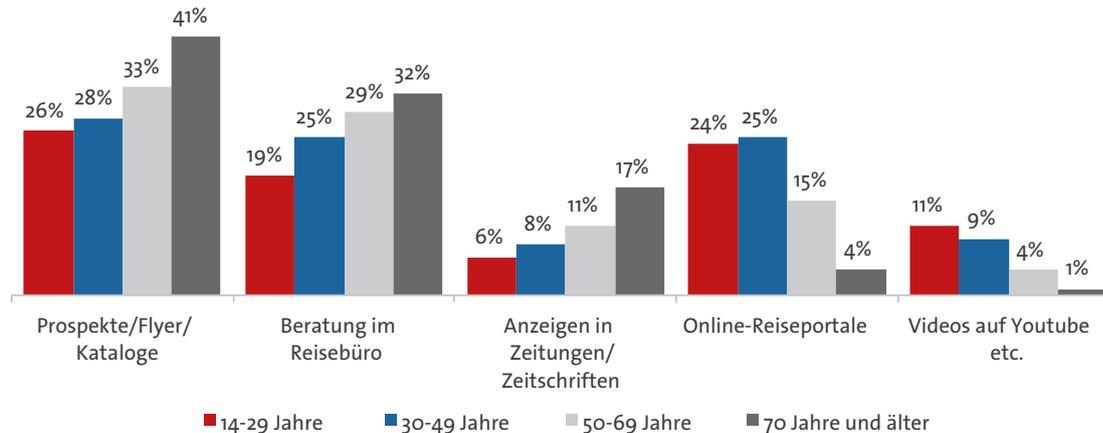
Quelle: Reiseanalyse 2018 – Modul Inspiration und Information, FUR



Vor der Urlaubsreise kommunizieren die Anbieter über verschiedene Marketinginstrumente mit den Kunden. Im Schnitt nutzt ein Urlauber dabei 2,5 der abgefragten Online- und Offline-Quellen zur Inspiration und Information für seine Reise. Am meisten genutzt werden Prospekte/Flyer/Kataloge und Beratung im Reisebüro, gefolgt von Unterkunfts- und Reisezielwebsites.

## Nutzung von Marketinginstrumenten zur Inspiration und Information bei der Urlaubsplanung in den unterschiedlichen Altersklassen

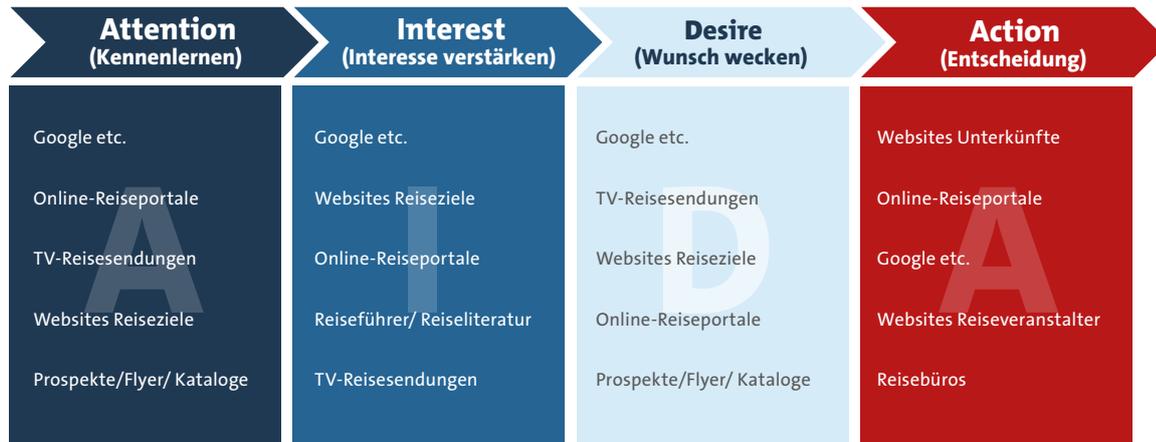
Basis: Haupturlaubsreisen (= wichtigste Urlaubsreise 5+ Tage eines Jahres) der deutschen Bevölkerung 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2018 – Modul Inspiration und Information, FUR



Bei einigen der Inspirations- und Informationsquellen gibt es je nach Alter deutliche Unterschiede bei der Nutzung. So werden z.B. Prospekte/Flyer/Kataloge, Beratung im Reisebüro und Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften deutlich mehr von älteren Urlaubern genutzt. Online-Reiseportale und Videos auf Youtube sind besonders bei den jüngeren Reisenden beliebt.

## Reisende Onliner: Ranking der genutzten Marketinginstrumente in den Phasen der Customer Journey

Basis: Reisende Onliner innerhalb der deutschsprachigen Bevölkerung 14-70 Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2018 – Modul Inspiration und Information, FUR



Die Inspirations- und Informationsquellen werden in den verschiedenen Phasen der Customer Journey unterschiedlich stark genutzt. Bei den reisenden Onlinern ist Google die wichtigste Quelle beim Kennenlernen eines Urlaubsangebots und bei der Orientierung. In der Entscheidungsphase sind dann Websites von Unterkünften und OTA's am wichtigsten.



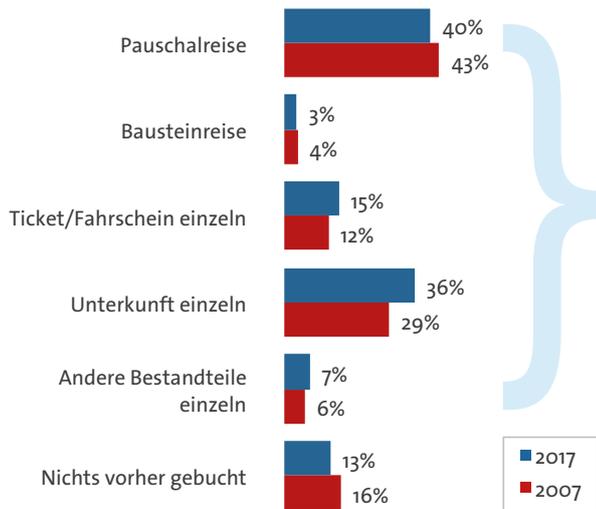
## BUCHUNGSVERHALTEN

- ◆ Bei allen Urlaubsreisen ab 5+ Tage bleibt die Pauschalreise aktuell die wichtigste Organisationsform, vor Einzelbuchungen der Unterkunft. Bei den digital gebuchten Reisen zeigt sich der langfristige Strukturwandel der Urlaubsorganisation bereits: Hier dominieren Einzelbuchungen der Unterkunft deutlich vor der Pauschalreise. Bei den analog gebuchten Reisen dominiert klar die Pauschalreise.
- ◆ Bei allen Kurzurlaubsreisen sind Einzelbuchungen der Unterkunft die wichtigste Organisationsform, vor Einzelbuchungen von Fahrscheinen, beides mit positivem Trend.
- ◆ Die höchsten Anteile an Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseland findet man bei Urlaubsreisen 5+ Tage in die Niederlande, nach Kroatien und nach Skandinavien, während Polen, die Türkei und Deutschland die niedrigsten Werte haben.
- ◆ Von den wichtigsten Urlaubsarten der Deutschen verzeichnen Familienurlaube sowie Städte- und Aktivreisen die höchsten Anteile an Buchungen über digitale Kanäle.



## Organisation von Urlaubsreisen 5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre; 2007: nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 2008 und 2018, FUR



Vorab gebuchte **Urlaubsreisen** (ab 5 Tage Dauer)

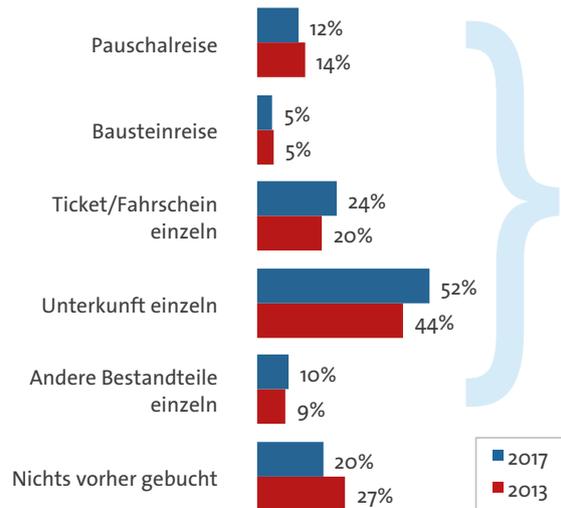
Jahr	Anzahl	Ausgaben pro Person + Reise	Gesamtausgaben
2017	60,8 Mio.	€ 1.121	€ 68,1 Mrd.

Bei allen Urlaubsreisen (5+ Tage) bleibt die Pauschalreise, allerdings mit rückläufiger Tendenz, aktuell die wichtigste Organisationsform, vor Einzelbuchungen der Unterkunft mit positivem Trend. Die Anzahl der vorab gebuchten Urlaubsreisen (5+ Tage), bei denen mindestens eine Leistung vor Reisebeginn gebucht wurde, lag 2017 bei 60,8 Mio.



## Organisation von Kurzurlaubsreisen

Basis: Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14-70 Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2013 und 2018, FUR



Vorab gebuchte Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage)

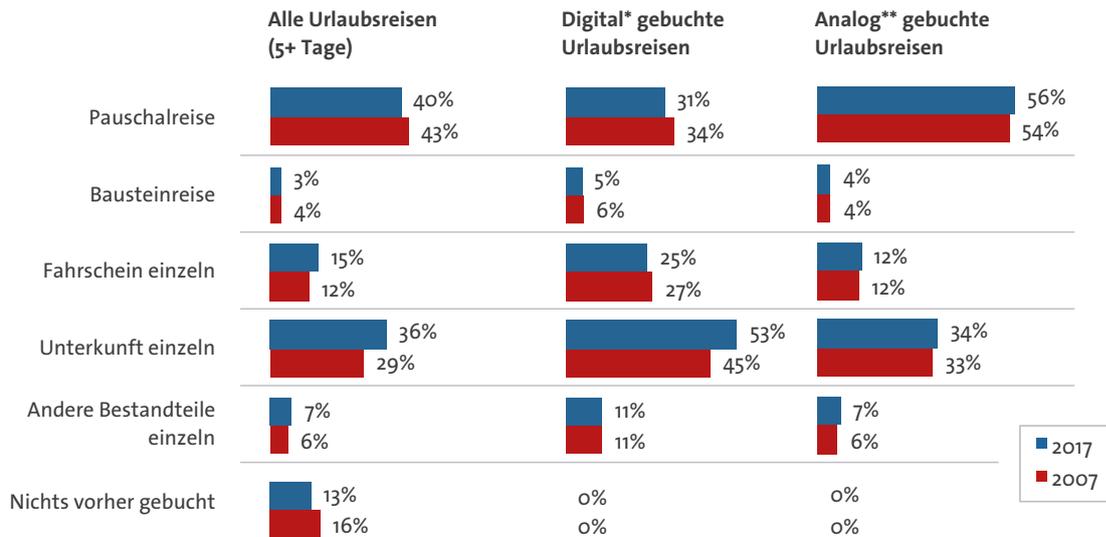
Jahr	Anzahl	Ausgaben pro Person + Reise	Gesamtausgaben
2017	62,9 Mio.	€ 294	€ 16,2 Mrd.

Bei allen Kurzurlaubsreisen sind Einzelbuchungen der Unterkunft die wichtigste Organisationsform, vor Einzelbuchungen von Fahrscheinen, beides mit positivem Trend. Die Anzahl der vorab gebuchten Kurzurlaubsreisen liegt aktuell bei 62,9 Mio.



## Organisation von Urlaubsreisen nach Buchungsweg

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre; 2007: nur Deutsche; \* per Online-Buchung oder per E-Mail; \*\* im persönlichen Gespräch, per Telefon oder per Brief/Fax · Quelle: Reiseanalyse 2008 und 2018, FUR

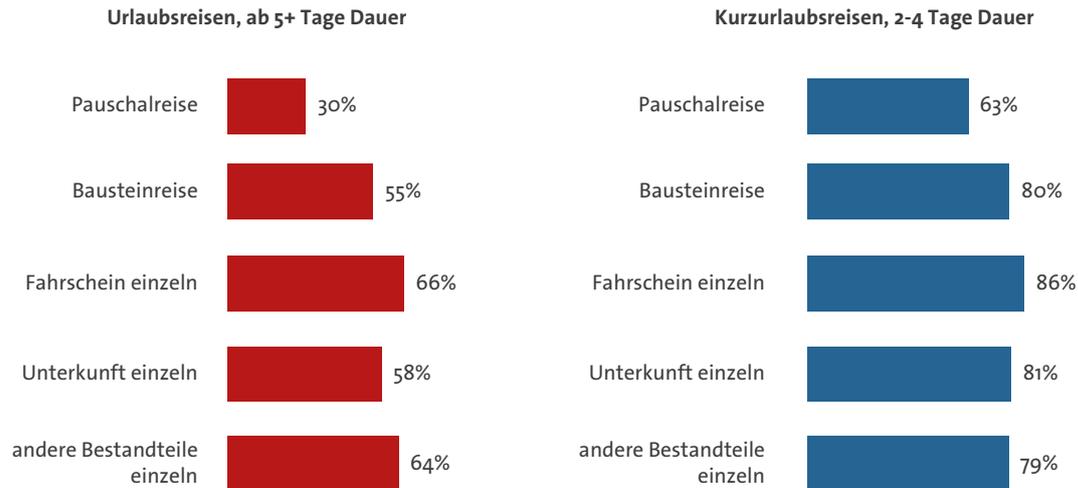


Bei allen Urlaubsreisen (5+ Tage) bleibt die Pauschalreise aktuell die wichtigste Organisationsform, vor Einzelbuchungen der Unterkunft. Bei den digital gebuchten Reisen zeigt sich der langfristige Strukturwandel der Urlaubsorganisation bereits: Hier dominieren Einzelbuchungen der Unterkunft deutlich vor der Pauschalreise. Bei den analog gebuchten Reisen dominiert klar die Pauschalreise.



## Anteil der Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseorganisation

Basis: Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen 2017 der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils · Quelle: Reiseanalyse 2018, FUR



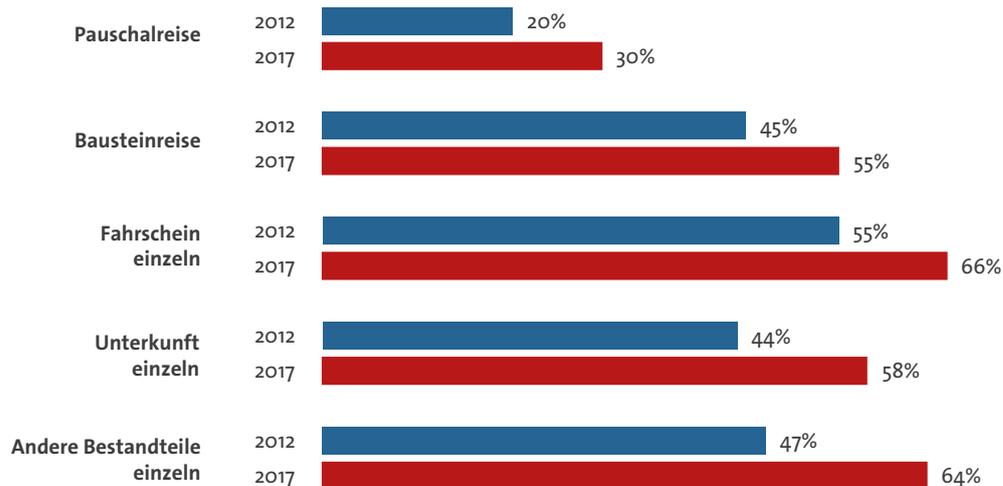
Bei den Kurzurlaubsreisen liegt der Anteil der Buchungen über digitale Kanäle in allen Organisationsformen über den Werten bei den langen Urlaubsreisen. Am größten ist der Unterschied bei den Pauschalreisen: Bei den langen Urlaubsreisen werden 30% der Pauschalreisen digital gebucht; bei den Kurzurlaubsreisen sind es 63% der Pauschalreisen.



## Anteile der Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseorganisation

Basis: Urlaubsreisen der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, ab 5+ Tage Dauer in der jeweiligen Organisationsform, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils

Quelle: Reiseanalyse 2013 und 2018, FUR



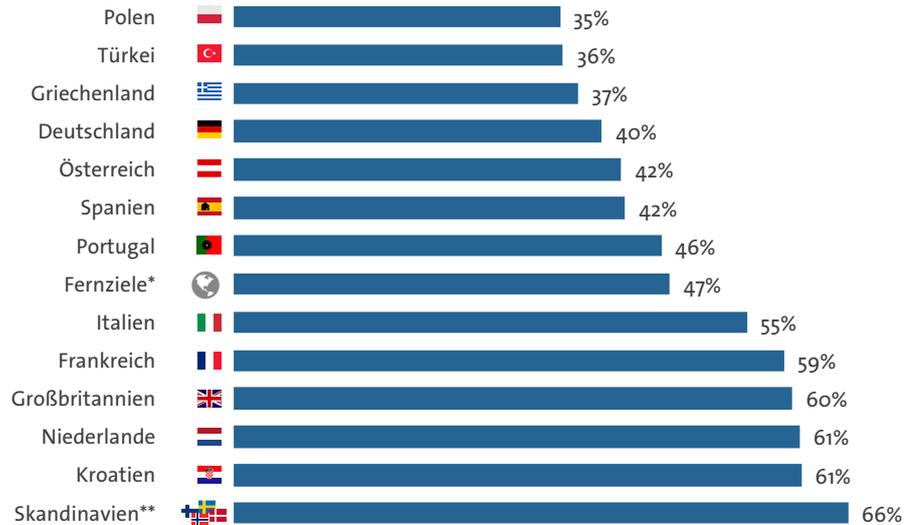
Der Anteil der Buchungen über digitale Kanäle ist in allen Organisationsformen deutlich gestiegen. Am höchsten sind die Werte bei der Einzelbuchung von Fahrscheinen und „anderen“ Leistungen (z.B. Mietwagen).



## Anteil der Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseziel

Basis: Urlaubsreisen der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, ab 5+ Tage Dauer in die jeweilige Destination, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils;

\* Reiseziele außerhalb Europas & des Mittelmeerraums; \*\*Skandinavien = Dänemark, Norwegen, Schweden, Finnland · Quelle: Reiseanalyse 2018, FUR



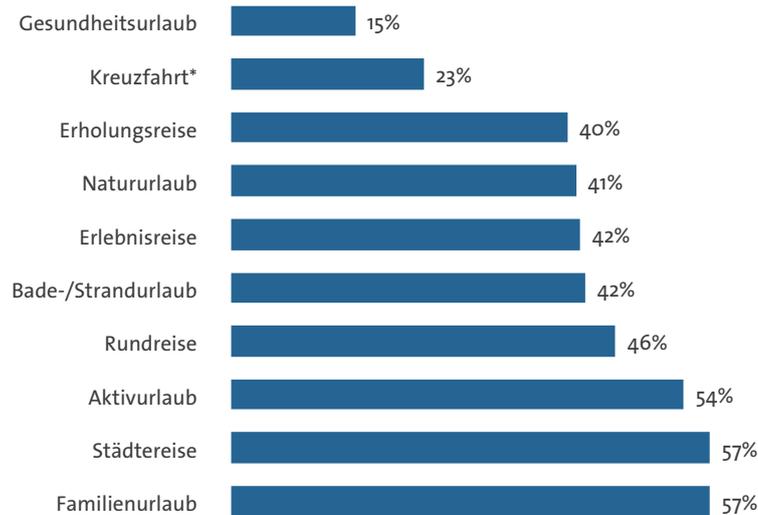
Schaut man auf die wichtigsten Reiseziele der Deutschen, findet man die höchsten Anteile von Buchungen über digitale Kanäle bei Urlaubsreisen in die Niederlande, nach Kroatien und nach Skandinavien. Reisen nach Polen, in die Türkei, nach Griechenland und Deutschland haben die niedrigsten Anteile von Buchungen über digitale Kanäle.



## Anteile der Buchungen über digitale Kanäle nach Urlaubsart

Basis: Urlaubsreisen der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, ab 5+ Tage Dauer in der jeweiligen Urlaubsart, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils

\*Unterkunft: Kreuzfahrtschiff - Quelle: Reiseanalyse 2018, FUR

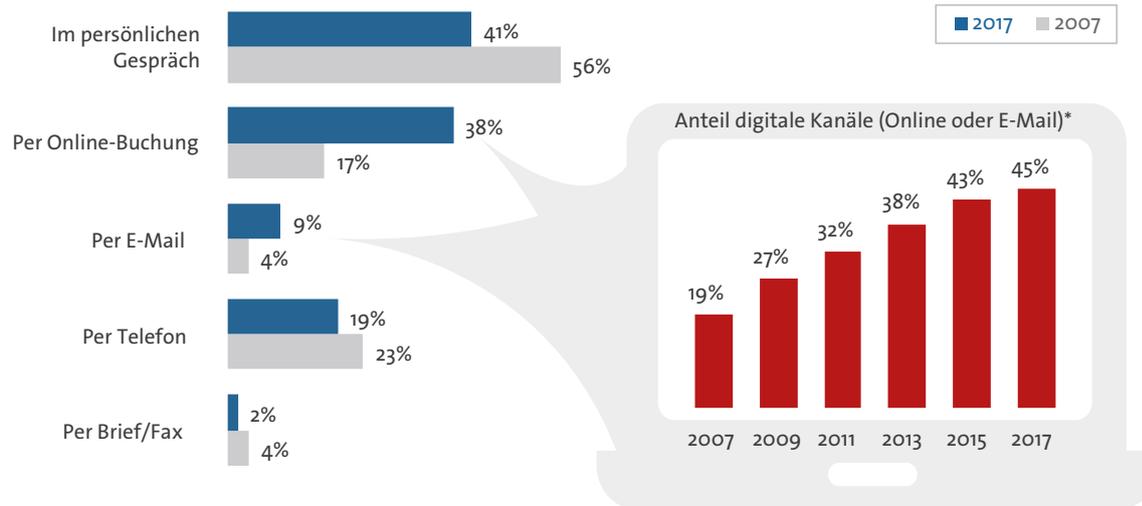


Schaut man auf die wichtigsten Urlaubsarten der Deutschen, so findet man die höchsten Anteile von Buchungen über digitale Kanäle bei Familienurlaube, Städtereisen und bei Aktivurlaube. Gesundheitsurlaube und Kreuzfahrten haben aktuell noch vergleichsweise niedrige Onlinebuchungsanteile.



## Buchungswege von Urlaubsreisen

Urlaubsreisen (ab 5+ Tage Dauer) mit Vorabbuchung der deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre, bis 2009 nur Deutsche - Quelle Reiseanalyse 2008-2018, FUR



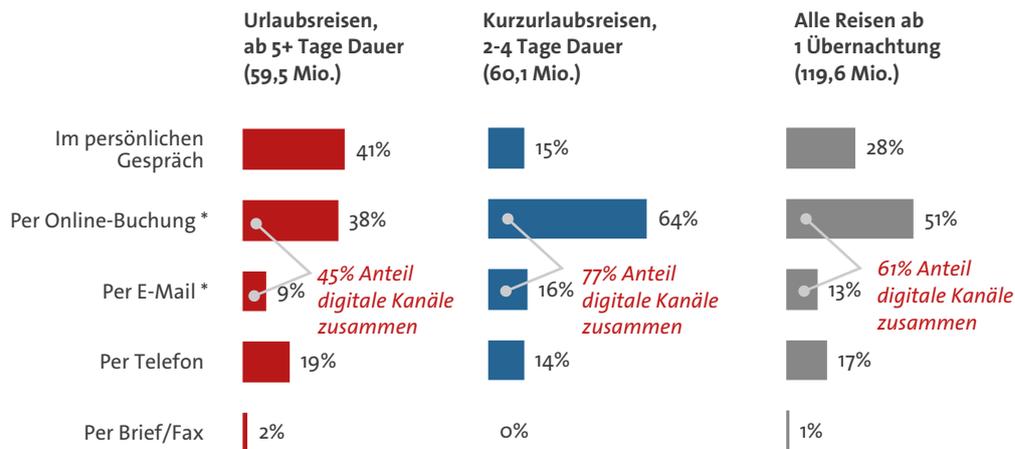
Trotz kontinuierlichen Verlusten seit 2007 bleibt das persönliche Gespräch noch der bedeutendste Buchungsweg von Urlaubsreisen. Das stärkste Wachstum im Zeitverlauf verzeichnen die digitalen Kanäle, also Online- und E-Mail-Buchungen. Es ist zu erwarten, dass schon vor 2020 die Mehrheit der Urlaubsreisen digital gebucht werden.

\*Beim Gruppieren von Online- und E-Mail-Buchungen werden Überschneidungen eliminiert. Reisen, bei denen Leistungen online und per E-Mail gebucht wurden, werden nun nur einmal registriert. Eine Addition der einzelnen Buchungswege ist deshalb unzulässig und falsch.



## Alle Urlaubsreisen ab einer Übernachtung: Buchungswege

Basis: Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen 2017 der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils · Quelle: Reiseanalyse 2018, FUR



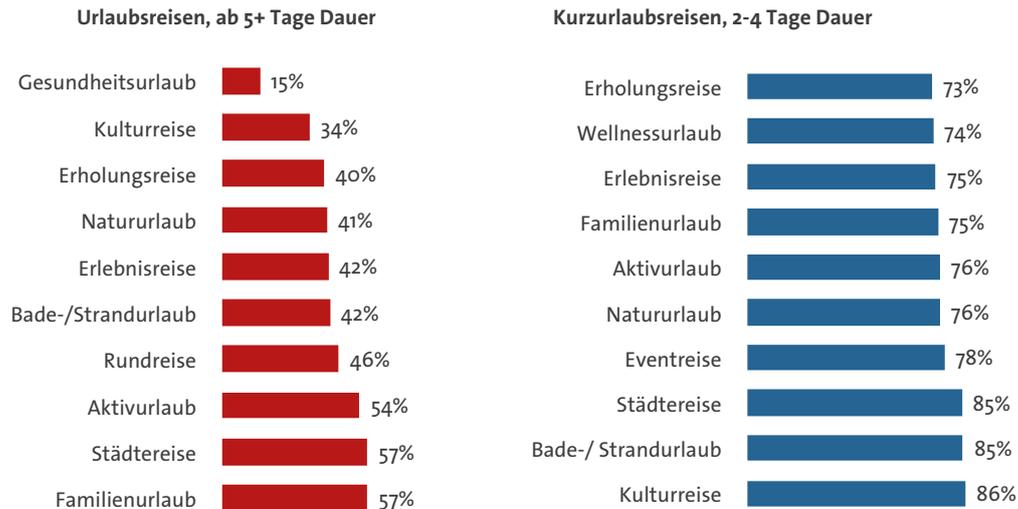
Der vergleichende Blick auf die Buchungswege der Kurzurlaubsreisen 2017 zeigt, dass die digitalen Kanäle hier bereits dominieren. Für den Gesamtmarkt ab einer Übernachtung liegt der Anteil der Onlinebuchungen bei allen vorab gebuchten Reisen bei 51%, der Anteil, der per E-Mail gebuchten Reisen bei 13%.

\*Beim Gruppieren von Online- und E-Mail-Buchungen werden Überschneidungen eliminiert. Reisen, bei denen Leistungen online und per E-Mail gebucht wurden, werden nun nur einmal registriert. Eine Addition der einzelnen Buchungswege ist deshalb unzulässig und falsch.



## Vergleich lange Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen: Anteil digitale Kanäle nach Urlaubsart

Basis: Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen 2016 der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils · Quelle: Reiseanalyse 2018, FUR



Bei den Kurzurlaubsreisen liegt der Anteil der Onlinebuchungen bei allen Urlaubsarten über den Werten bei den langen Urlaubsreisen. Sehr hohe Werte von Onlinebuchungen findet man bei langen und kurzen Urlaubsreisen im Boomsegment der Städtereisen.



## UMSÄTZE URLAUBSREISEMARKT

- Der Gesamtmarkt von 123,6 Mio. vorab gebuchten Reisen ab einer Übernachtung teilt sich auf in 56,4%, bei denen ausschließlich über digitale Kanäle gebucht wurde, 38,9%, bei denen ausschließlich analog gebucht wurde, und 4,7% bei denen digitale und analoge Kanäle zur Buchung genutzt wurden.
- Der Gesamtmarkt von kurzen und langen Urlaubsreisen ab einer Übernachtung mit Vorabbuchungen wuchs von 119,6 Mio. im Jahr 2016 auf 123,6 Mio. im Jahr 2017. Das Volumen aller digital gebuchten Reisen stieg gegenüber dem Vorjahr absolut um 2,0 Mio. Die Anzahl der ausschließlich digital gebuchten Reisen stieg sogar um 2,6 Mio.
- Die Gesamtausgaben bei kurzen und langen Urlaubsreisen ab einer Übernachtung mit Vorabbuchungen stiegen von 76,2 Mrd. € im Jahr 2016 auf 84,2 Mrd. € im Jahr 2017. Das Ausgabevolumen aller digital gebuchten Reisen stieg gegenüber dem Vorjahr absolut um 3,8 Mrd. € auf nun 41,4 Mrd. €.

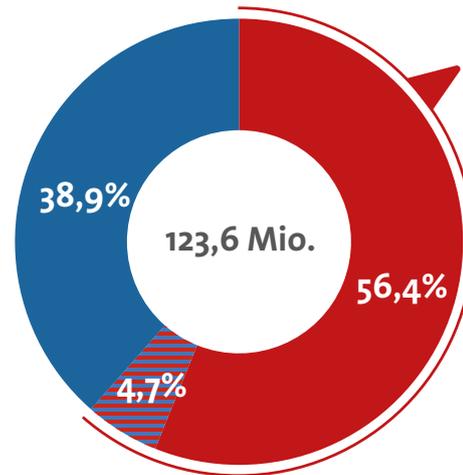


## Digital- und analog gebuchte Urlaubsreisen ab einer Übernachtung 2017

Basis: Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen ab 1 Übernachtung der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils

Quelle: Reiseanalyse 2018, FUR

- ausschließlich analog
- ausschließlich digital
- beides



**61,1%**

der Reisen, bei denen mindestens eine Leistung digital gebucht wurde

Der Gesamtmarkt von 123,6 Mio. vorab gebuchten Reisen ab einer Übernachtung teilt sich auf in 56,4%, bei denen ausschließlich über digitale Kanäle gebucht wurde, 38,9%, bei denen ausschließlich analog gebucht wurde, und 4,7% bei denen digitale und analoge Kanäle zur Buchung genutzt wurden.

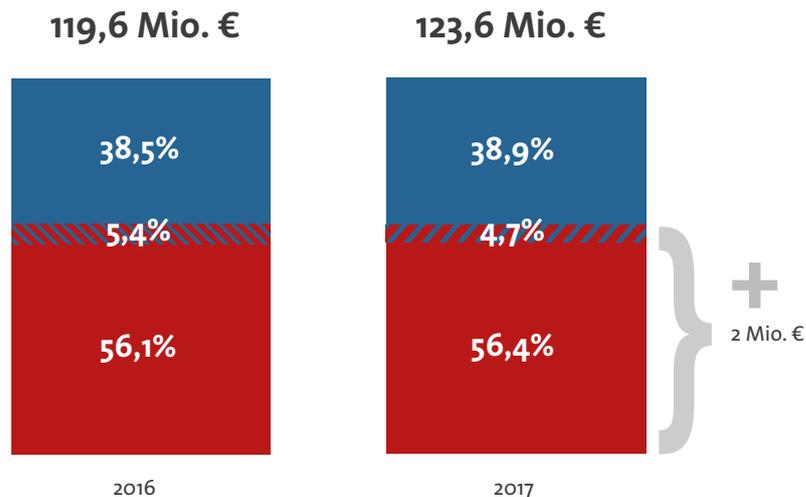


## Digital und analog gebuchte Urlaubsreisen ab einer Übernachtung 2017

Basis: Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen ab 1 Übernachtung der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils

Quelle: Reiseanalyse 2017-2018, FUR

- ausschließlich analog
- beides
- ausschließlich digital



Der Gesamtmarkt von kurzen und langen Urlaubsreisen ab einer Übernachtung mit Vorabbuchungen wuchs von 119,6 Mio. im Jahr 2016 auf 123,6 Mio. im Jahr 2017. Das Volumen aller digital gebuchten Reisen stieg gegenüber dem Vorjahr absolut um 2,0 Mio. Die Anzahl der ausschließlich digital gebuchten Reisen stieg sogar um 2,6 Mio.



## Ausgaben bei digital und analog gebuchten Urlaubsreisen ab einer Übernachtung 2017

Basis: Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen ab 1 Übernachtung der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils

Quelle: Reiseanalyse 2017-2018, FUR

- ausschließlich analog
- beides
- ausschließlich digital



Die Gesamtausgaben bei kurzen und langen Urlaubsreisen ab einer Übernachtung mit Vorabbuchungen stiegen von 76,2 Mrd. € im Jahr 2016 auf 84,2 Mrd. € im Jahr 2017. Das Ausgabevolumen aller digital gebuchten Reisen stieg gegenüber dem Vorjahr absolut um 3,8 Mrd. € auf nun 41,4 Mrd. €.



An aerial photograph of a curved wooden pier extending into a body of water. Along the pier, there are four large, red-roofed huts. In the water adjacent to the pier, several colorful kayaks are visible, including yellow, blue, and red ones. The water is a deep teal color.

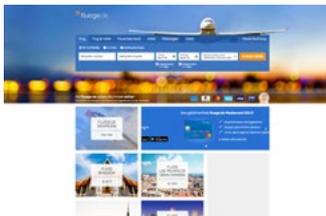
**VIR MITGLIEDER**



Evaneos ist der führende Online-Marktplatz für Individualreisen weltweit. Das Unternehmen steht als Pionier für eine neue Art der Reiseplanung: personalisiert, authentisch und nachhaltig. Urlauber planen in direktem Kontakt mit lokalen deutschsprachigen Experten im Zielgebiet 100% maßgeschneiderte Reisen. Zur Evaneos-Community zählen heute über 1.600 lokale Experten in 160 Destinationen.



Die Expedia-Gruppe ist ein weltweit führendes Online-Reiseunternehmen mit einem beachtlichen Portfolio an Reisemarken, das Expedia.com®, Hotels.com®, trivago®, Travelocity®, HomeAway®, Egencia® u.v.m umfasst. Mit über 500.000 Unterkünften, über 500 Fluggesellschaften, einer Auswahl an Mietwagen und mehr als 25.000 Aktivitäten bietet die Expedia-Gruppe Reisenden eine große Auswahl an Reiseoptionen.



Fluege.de bietet den schnellen und einfachen Preisvergleich aus Tausenden von Flugtickets. Mit innovativer Technik wird die Tarifvielfalt von mehr als 550 Airlines übersichtlich aufbereitet. Weitere Services wie Mietwagen-, Hotel- oder Pauschalreisebuchungen gehören ebenso zum Portfolio. Ob mobil über die Website und App oder auf dem Desktop - mit fluege.de ist die Flugbuchung denkbar einfach.





Das Hotelbewertungs- und Buchungsportal HolidayCheck verfügt über mehr als acht Millionen Hotelbewertungen, ein TÜV-zertifiziertes Online-Reisebüro mit 170 ausgebildeten Reiseexperten, Angebote von mehr als 100 Reiseveranstaltern und touristischen Anbietern sowie die größte deutschsprachige Reisecommunity. HolidayCheck berät professionell und umfassend und liefert immer die passende Urlaubsempfehlung.

**HolidayCheck**

[www.holidaycheck.de](http://www.holidaycheck.de)



HRS ist der ideale Begleiter für die Geschäftsreise und zählt in Europa zu den Top-Hotelportalen. Geschäftsreisende profitieren von einer schnellen und leichten Hotelbuchung sowie innovativen Lösungen rund um den Aufenthalt. Das Hotelportal gehört zur HRS Group. Die stetig expandierende Unternehmensgruppe wurde 1972 in Köln gegründet und beschäftigt mehr als 1.500 Mitarbeiter in weltweit 28 Büros.



[www.hrs.de](http://www.hrs.de)



Immer ein Lächeln auf dem Gesicht. So stellt sich lastminute.de Kunden vor. Weil sie gerade an einem traumhaften Strand liegen oder einen Trip nach Rom gebucht haben. Kurz: lastminute.de hilft Kunden, das Beste aus ihrer freien Zeit zu machen - am allerliebsten natürlich spontan in letzter Minute - getreu unserem Firmenmotto: Simplify the live of travellers. Dabei immer im Mittelpunkt: Mehr für weniger bekommen - ein 5\* Leben zum 3\* Preis!

**lastminute.de**

[www.lastminute.de](http://www.lastminute.de)



Mit dem Claim „Deine Reise beginnt hier!“ unterstreicht Reise.de seinen umfassenden Serviceansatz. Die Kunden des Online-Reisebüros werden ausschließlich von ausgebildeten Reiseverkehrskaufleuten betreut. Reise.de ist nach TravelScout24.de und Billigweg.de das jüngste Mitglied in der Reisesparte der Triplemind GmbH aus Offenbach am Main.

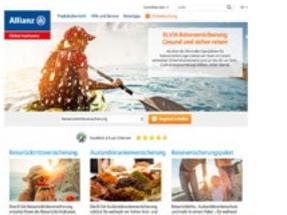


Die solamento Reisen GmbH bietet Reiseagenten ein professionelles und flexibles Beschäftigungsumfeld im Touristik Home Office. Rund 300 Touristiker arbeiten derzeit mit einem solamento Agenturvertrag aus dem Home Office und werden von der Zentrale in Essen vollumfänglich unterstützt. Das solamento Geschäftsmodell trifft den Nerv der Zeit seinen Beruf bei höchstmöglicher Flexibilität auszuüben.



weg.de ist eines der bekanntesten Online-Reiseportale Deutschlands und bietet seinen Kunden das gesamte Reiseportfolio an. weg.de wurde im März 2005 in München gegründet und ist eine Marke der COMVEL GmbH die zu den am schnellsten wachsenden Touristikunternehmen Europas gehört.





Allianz Global Assistance ist die Reiseversicherungs- und Assistance-Marke von Allianz Partners mit Firmensitz in Frankreich, Saint Ouen. Allianz Partners ist auf Versicherungsschutz und Hilfeleistungen in zahlreichen Geschäftsfeldern spezialisiert. Als B2B2C-Marktführer im Bereich Assistance und Versicherungslösungen ist das Unternehmen weltweiter Spezialist für folgende Bereiche: Assistance, Gesundheit & Leben, KFZ und Reiseversicherungen.



[www.allianz-reiseversicherung.de](http://www.allianz-reiseversicherung.de)



Die 100-prozentige TUI-Tochter mit Sitz in Rengsdorf ist Deutschlands Nummer 1 im Reise-Direktvertrieb. Neben Rund- und Erlebnisreisen sind auch Kreuzfahrten, Badeurlaub und Städtereisen zu einem attraktiven Preis-Leistungsverhältnis buchbar. Kataloge und Website informieren über das Angebot, das online und telefonisch buchbar ist. Im hauseigenen Call Center stehen Reise-Experten für Fragen zur Verfügung.

**berge & meer**  
[www.bergeundmeer.de](http://www.bergeundmeer.de)



Der Bereich „Online-/Mobile-Vertrieb und Marketing“ verantwortet den Vertrieb über bahn.de und den DB Navigator. Im Fokus stehen der Ausbau des online und mobilen Vertriebsweegeanteils für Bahnkernleistungen und Mobilitätsbausteine sowie digitales Marketing, CRM-Kampagnen und Content-Marketing. Die Social Media-Kanäle des DB Personenverkehrs und das Content-Management sind auch Teil des Bereiches.

**DB**  
[www.db.de](http://www.db.de)



Die DER Touristik Group besteht aus einem Expertennetz, das in 14 europäischen Ländern aktiv ist. 7,1 Mio. Gäste verreisen jährlich mit der DER Touristik Group in 179 Länder. Der Umsatz beträgt 6,3 Mrd. Euro (2016), die Gruppe beschäftigt 10.600 Mitarbeiter. Mit 16 Veranstaltern – wie Dertour, ITS oder Kuoni– und 25 Reisespezialisten setzt die DER Touristik auf Vielfalt. Mit rund 2.400 Reisebüros in Deutschland, Großbritannien, Osteuropa und der Schweiz ist die DER Touristik Group breit aufgestellt.

**DER**  
Touristik  
[www.der.com](http://www.der.com)



Die Incoming-Agentur EC Travel bietet Partnern vom Firmensitz Algarve aus den Einkauf sämtlicher Ground Arrangements wie Hotelübernachtungen, Transfers etc. für Portugal an. EC Travel agiert darüber hinaus als strategischer Partner, um individuell erarbeitete Produkte für Veranstalter zu gestalten. EC Travel betreut über 120.000 Kunden von Partnerunternehmen und erwartet einen Umsatz von circa 16,5 Millionen Euro.

**EC TRAVEL**  
[www.ec-travel.pt](http://www.ec-travel.pt)



Die ERV, der kompetente Mobilitätsversicherer, überzeugt durch Kundenorientierung, einen hohen Qualitätsanspruch und ein erstklassiges Serviceangebot. Als einer der führenden Reiseversicherer weltweit ist die ERV Marktführer in verschiedenen europäischen Kernmärkten, darunter auch in Deutschland. Mit ihrem internationalen Netzwerk sorgt die ERV dafür, dass ihre Kunden vor, während und nach einer Reise optimal betreut werden.

**ERV**  
You travel. We care.  
[www.reiseversicherung.de](http://www.reiseversicherung.de)



For You Travel ist ein Reiseveranstalter mit Spezialisierung in 72 Urlaubsdestinationen rund um das Mittelmeer und Atlantik. Zum Sortiment gehören der Kontingentenbereich FORK, der dynamische Bereich FOR und der Regionsspezialist Holidaycloud (HOCL). Bei den Gesamtprodukten zählt getreu des Slogans „So persönlich war pauschal noch nie“, Erste Klasse statt Masse. Zur Grundlage hierzu gehören eine einzigartige Leistungsträgerauslese und ein qualitativ ausgewähltes Destinationsmanagement.



FTI Touristik bietet Reiseerlebnisse in über 120 Ländern auf fünf Kontinenten an. Deutschlandweit vertreibt der Veranstalter sein Produktportfolio sowohl über rund 10.000 Partneragenturen als auch über wichtige Onlineportale in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich und Teilen Osteuropas. FTI Touristik ist Teil der FTI GROUP, die an vierter Stelle der Reiseveranstalter Europas steht.



Germania ist eine unabhängige deutsche Fluggesellschaft mit 30 Jahren Unternehmensgeschichte. Auf Kurz- und Mittelstrecke fliegt die Airline jährlich mehr als 3 Mio. Passagiere von 20 Abflughäfen in Europa zu mehr als 55 Zielen. Die Fluggesellschaft bietet entgegen dem Trend den bewährten Service an Bord aus kostenfreien Snacks, Softdrinks, Zeitschriften und mindestens 20 Kilogramm Freigepäck.





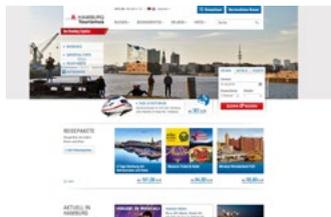
Groupon verändert die tägliche Nutzung von lokalen Dienstleistungen durch seinen mobilen & online Marktplatz, auf dem Menschen kulinarische und unterhaltsame Erlebnisse sowie großartige Produkte und Reisen finden können. Mit seinen individuellen und skalierbaren Marketing-Kampagnen für Unternehmen definiert es neu wie diese Neukunden gewinnen und an sich binden können. [www.groupon.de/getaways](http://www.groupon.de/getaways)

**GROUPON** Getaways  
[www.groupon.de](http://www.groupon.de)



H&H Touristik ist seit 31 Jahren als Reiseveranstalter in Deutschland auf Direktvertrieb und Gruppenreisen spezialisiert und hat eigene Incoming-Agenturen in der Türkei, Ägypten und in Dubai. H&H erstellt maßgeschneiderte Reiseprodukte in über 20 Destinationen. Zum Produktportfolio gehören Kultur-, Sport-, Gruppen-, Pkw-, Rund-, Badereisen, Kreuzfahrten und dynamisch produzierte Reisen.

**H&H**  
 TOURISTIK  
[www.hht.de](http://www.hht.de)



Die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) bietet im Direktvertrieb das umfangreichste Produktangebot für Hamburg-Reisen. Als Qualitätsanbieter richtet die HHT ihre Service- sowie Reiseangebote an den Kundenbedürfnissen aus und ist als Marketing- und Vertriebsagentur beispielgebend im Destinationsmanagement. Mit [www.hamburg-tourismus.de](http://www.hamburg-tourismus.de) erreicht die Hamburg Tourismus GmbH jährlich mehr als 13,5 Mio. Besucher. Ergänzt wird das Informationsangebot um die Hamburg Tourismus App.

**HAMBURG**  
 Tourismus  
[www.hamburg-tourismus.de](http://www.hamburg-tourismus.de)



Die HanseMerkur Reiseversicherung AG ist seit 40 Jahren Qualitätsanbieter in der touristischen Assekuranz. Als zweitgrößter Reiseversicherer Deutschlands bieten wir unseren Kunden flexible Lösungen, partnerschaftlich faire Beratung und maßgeschneiderte Produkte. Unsere Leitidee: „Hand in Hand ist...HanseMerkur“. Langjährige und vertrauensvolle Partnerschaften verbinden uns z.B. mit FTI, Reiseland, Eurowings, TUI fly, AIDA Cruises und LTUR.



[www.hansemerkur.de](http://www.hansemerkur.de)



LEGOLAND® Holidays (LLH) ist der eigene Reiseveranstalter der LEGOLAND® Deutschland Freizeitpark GmbH und hat seinen Sitz wie der Park in Günzburg. Mit einem Online-Anteil von ca. 90 Prozent an den Gesamtbuchungen hat LLH einen starken Fokus auf den Internet-Vertrieb. Der Reiseveranstalter bietet zweitägige Pauschalreisen in das LEGOLAND an. Darin enthalten sind neben Übernachtung im eigenen Feriendorf oder bei einem Hotelpartner in der Region auch Tageskarten für den bekannten Freizeitpark.



[www.legolandholidays.de](http://www.legolandholidays.de)



Langjährige Erfahrung, ausgezeichnetes Branchen-Knowhow und bewährte Partnerschaften machen Sunny Cars und autobooker.com zu Ihren Car Rental Experts! Die attraktiven Alles-Inklusive-Mietwagenpakete von Sunny Cars sind für mehr als 8.000 Urlaubsziele weltweit buchbar. autobooker.com ist der Mietwagen-Metasearcher für den touristischen B2B-Vertrieb.



[www.sunnycars.com](http://www.sunnycars.com)

[www.autobooker.com](http://www.autobooker.com)



Am Standort Berlin wird mit derzeit rund 100 Mitarbeitern der TUI Deutschland GmbH das E-Commerce-Geschäft für den deutschen Online-Vertrieb der TUI, Europas führendem Reisekonzern, verantwortet. Hauptaufgabe ist die Generierung von wachsenden Umsätzen durch die Entwicklung einer internationalen Plattform, die Weiterentwicklung, Optimierung und der Betrieb der Internetportale TUI.com, 1-2-FLY.com, und airtours.de sowie die Online-Vermarktung.



[www.tui.de](http://www.tui.de)



Visit Norway ist der Tourismuszweig von Innovation Norway und vermarktet und informiert im Auftrag des Norwegischen Wirtschaftsministeriums über Norwegen als Tourismusdestination in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der Fokus liegt dabei auf der Sommersaison, Aktivurlaub und Wintererlebnissen. Weitere Schwerpunktthemen sind Kultur und Kulinarik, Städteurlaub und die Meetingsbranche (MICE).



[VISITNORWAY.COM](http://VISITNORWAY.COM)

[www.visitnorway.com](http://www.visitnorway.com)



Accon-RVS ist ein bundesweit führender Spezialist für hochwertige Outsourcing- Dienstleistungen, mit Schwerpunkt Accounting und Controlling, Consulting, Lohn- und Gehaltsabrechnungen sowie Dokumentenmanagement mit 25 Jahren Erfahrung. Accon-RVS ist ein 50-50-Joint Venture der TUI Business Service GmbH und DER Deutsches Reisebüro GmbH & Co. OHG. Das Unternehmen verarbeitet mit rund 150 Mitarbeitern ein Umsatzvolumen von knapp 3 Mrd. Euro.



[www.accon-rvs.de](http://www.accon-rvs.de)



ADARA is the world's travel data co-op providing a unique holistic understanding of travel patterns, trends and behavior. It's a safe and secure way to share and analyze historical and real time data about more than 650 million monthly unique traveler profiles from more than 100 of the world's top travel businesses. The ADARA data co-op fuels three core business areas: Advertising, Measurement & Analytics and Traveler Intelligence.



[www.adara.com](http://www.adara.com)



Die AERTiCKET-Gruppe versorgt Reisebüros, -veranstalter und Webportale mit Flugtickets von 170 Airlines zu besten Preisen. Wir sind europaweit führend in der Entwicklung innovativer Technologien für die Zukunft der Reisebranche. Und wir bieten den kompletten Service: Fulfilment für Portale, Servicehotlines für Reisebüros und Tarifierfassung für Airlines – und zwar 24/7.



[www.aerticket.de](http://www.aerticket.de)



Amadeus Germany ist Deutschlands führender Anbieter von IT-Lösungen für die Reisebranche. Zu den Kunden zählen Reiseveranstalter, Airlines, Hotels, Mietwagen-, Fähr- und Kreuzfahrtgesellschaften, Reiseversicherer, Bahnunternehmen und Reisebüros sowie Reisende und Unternehmen. Weitere Informationen finden Sie unter [de.amadeus.com](http://de.amadeus.com) und [blog.de.amadeus.com](http://blog.de.amadeus.com)

**amadeus**

[www.de.amadeus.com](http://www.de.amadeus.com)



Amazon Pay bietet ein vertrautes und praktisches Einkaufserlebnis, mit dem Kunden mehr Zeit beim Einkaufen und weniger beim Bezahlen verbringen können. Amazon Pay wird von großen und kleinen Unternehmen verwendet. Durch jahrelange Einkaufssicherheit bei Amazon vertrauen Kunden darauf, dass ihre persönlichen Daten sicher bleiben und wissen, dass viele Transaktionen von der Amazon A-bis-Z-Garantie geschützt sind. Unternehmen vertrauen den erweiterten Richtlinien zum Betrugs- und Zahlungsschutz.

**amazon pay**

[www.pay.amazon.com/.de](http://www.pay.amazon.com/.de)



120 Mitarbeiter, 6.000 Kunden. myJack: Die 360 Grad Rundum Reisebürolösung, Front-, Mid- und Back-Office, Webauftritt APP. DaVinci: Komplettlösung für Reiseveranstalter, durchgängige Darstellung der Geschäftsprozesse. Integriert in OTDS Player und dynamische Produktion. OTDS Player: Fortschrittlichstes Vertriebs- und Produktionssystem. Der dynamische Player paketierte externe Leistungen.

**BEWOTEC**

[www.bewotec.de](http://www.bewotec.de)



BillPay ist der führende, durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht lizenzierter, deutsche Zahlungsanbieter für abgesicherten Rechnungsbau, Lastschrift und Ratenkauf. Über 5.000 Händler sowie über 8 Mio. Endkunden vertrauen auf das Berliner E-Payment-Unternehmen. Seit September 2017 ist BillPay Teil der Klarna Gruppe.



[www.billpay.de](http://www.billpay.de)



Die BPCS Consulting Services GmbH ist eines der führenden IT-Unternehmen in der Reiseindustrie und hat sich u.a. auf individuelle Software-Lösungen für Mietwagen- oder Wohnmobil-Broker, Dynamic Packaging, flexibles Pricing und Versicherungsprodukte spezialisiert. Führende Unternehmen der Touristik, wie z.B. TUI oder ADAC nutzen die Systembausteine von BPCS Consulting Services GmbH.



[www.bpcs.de](http://www.bpcs.de)



Der innovative Foto- und Online-Druckservice CEWE ist mit zwölf hoch technisierten Produktionsstandorten und ca. 3.500 Mitarbeitern in 24 europäischen Ländern als Technologie- und Marktführer präsent. CEWE legt großen Wert auf eine nachhaltig ausgerichtete Unternehmensführung in allen Bereichen und gehört insbesondere auch beim Klimaschutz zu den führenden Unternehmen. Alle Markenprodukte, wie u.a. das CEWE FOTOBUCH, werden komplett klimaneutral hergestellt.



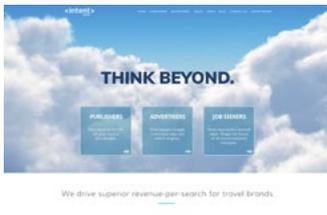
[www.cewe.de](http://www.cewe.de)



Fabrik19 ist ein Softwareunternehmen mit dem Fokus auf mobile Technologien. Das Kernprodukt „Mobility Suite mos.“ ermöglicht die Erstellung nativer Apps in kürzester Zeit. Darüber hinaus berät die Fabrik19 Unternehmen wie die Online Marketing Rockstars, von Poll Immobilien und das Globus Warenhaus im Bereich der Digitalisierung. Die Experten der FABRIK19 sind regelmäßige und aktive Teilnehmer auf themenspezifischen Kongressen.



GIATA ist Marktführer im deutschsprachigen Raum für touristischen Content. Auf der GIATA-ID basiert die weltweit größte Hoteldatenbank. Inzwischen beinhaltet diese über 650.000 eindeutig zugeordnete Hotels, über 30.000 Ferienwohnungen, sowie über 44 Millionen zugeordnete Buchungs-codes von mehr als 500 Lieferanten. GIATA bietet außerdem 259.000 eigene Hotelbeschreibungen in 20 Sprachen an.



Intent Media ist ein Daten- und Werbespezialist für die online-Reisebranche. Unsere Plattform definiert die Wahrscheinlichkeit, dass ein User in genau dieser Session konvertiert und kann darauf basierend User-relevante Angebote ausliefern. Nicht-konvertierender Traffic kann so beispielsweise über ein eigenes Werbenetzwerk mit sehr attraktiven Erträgen monetarisiert werden, bevor die User die Website verlassen.





Die Midoco GmbH entwickelt als Marktführer in der DACH-Region ein Cloud-basiertes Midoffice/ERP-System für die Reiseindustrie. Das System spielt seine Stärken besonders aus bei: Travel Management Companies (TMCs), Reisebüro-Organisationen, Ketten und Franchise, Online Travel Agencies (OTAs), Mobiler Reisevertrieb und Virtuelle Reiseveranstalter. Prozessautomatisierung mit hoher Flexibilität.



Der Nelles Verlag ist Ihr Spezialist für Reiseinformationen. Mit unseren Marketinglösungen erhält Ihr Unternehmen Reiseinformationen als gedruckte Bücher, als E-Books, Apps oder strukturierte POIs. Unsere Lösungen lassen sich automatisiert als White-Label-Varianten in Ihre Buchungsprozesse integrieren. Sie sind ein direkter Mehrwert für eine nachhaltige Kundenbindung und -gewinnung in der Touristik.



[www.nelles-verlag.de](http://www.nelles-verlag.de)



PayPal gibt Menschen bessere Möglichkeiten, ihr Geld zu verwalten und zu bewegen, indem ihnen das Unternehmen die Flexibilität und Wahl lässt, wie sie zahlen und bezahlt werden möchten. PayPal betreibt eine offene, sichere und technologieunabhängige Bezahlplattform, die Menschen in über 200 Märkten weltweit zur Verfügung steht.





PCI Proxy bietet moderne Software, die den Umgang mit PCI DSS & Payments für Händler und Service Provider enorm vereinfacht. PCI Zertifizierungen und Payment Prozesse werden dank PCI Proxy sicherer, einfacher und kostengünstiger. Als Teil des führenden Schweizer Payment Spezialisten Datatrans AG helfen wir so weltweit zukunftsorientierten Kunden im Travel Bereich ihre Payment Prozesse zu optimieren.



[www.pci-proxy.com](http://www.pci-proxy.com)



Sabre ist ein führender Technologieanbieter für die Reisebranche. Sabres Produkte werden von tausenden Reiseunternehmen in über 160 Ländern genutzt, um wichtige Betriebsprozesse zu steuern, darunter Vertriebs- und Umsatzmanagement oder Verwaltung von Flügen und Crews. Sabre betreibt außerdem einen globalen Reisemarktplatz, der im Jahr mehr als 120 Milliarden Dollar umsetzt.



[www.sabre.com](http://www.sabre.com)



Die TAA GmbH ist ein hochprofessioneller Dienstleister für alle kaufmännischen und betriebswirtschaftlichen Arbeitsabläufe. Seit über 20 Jahren begleiten wir touristische Unternehmen. Unser Erfolgsrezept ist die kompetente und persönliche Betreuung jedes einzelnen Kunden. Wir halten Ihnen den Rücken frei, damit Sie sich ganz auf Ihr Business konzentrieren können. Wenn die Rechnung aufgehen soll... TAA!



[www.taa.de](http://www.taa.de)



Seit 1999 ist traffics eines der führenden Unternehmen für Travel Technology und zählt weltweit zu den Pionieren der digitalen Reiseindustrie. Das Berliner Unternehmen steht für die innovative und kundenorientierte Entwicklung von Beratungs-, Such- und Buchungssystemen für Reisen. Zu den Systemnutzern gehören mehr als 6.000 Reisebüros, renommierte Reiseportale, Airlines, Hotels und Reiseanbieter.

**traffics**<sup>®</sup>  
[www.traffics.de](http://www.traffics.de)



Travelport ist eine kommerzielle Plattform mit Vertriebs-, Technik-, Zahlungs- und weiteren Lösungen für die globale Reise- und Tourismusindustrie. Travelport ist führend im Airline Merchandising, bei Hotel-Content und dem Vertrieb von Hotelraten sowie im Bereich mobiler Reiselösungen. Das Unternehmen mit Headquarter in Langley (GB) beschäftigt in rund 180 Ländern über 3.700 Mitarbeiter.

**Travelport**  
[www.travelport.com](http://www.travelport.com)



Traveltainment ist der IT-Partner für den Reisevertrieb im Internet und Reisebüro. Über die IBE und Bistro Portal suchen und buchen jährlich Millionen von Kunden. Informationen und Bewertungen ergänzen die Reiseangebote von Veranstaltern. Die Travel Suite bestückt Online-Werbekampagnen mit stets aktuellen, buchbaren Angeboten. Die Dynamic Packaging Produkte und weitere Informationen finden Sie unter [traveltainment.de](http://traveltainment.de).

**traveltainment**  
 an AMADEUS company  
[www.traveltainment.de](http://www.traveltainment.de)



TrustYou ist die größte Gästefeedback-Plattform der Welt und beinhaltet Millionen von Hotelbewertungen, Gästefragebögen und Social Media Posts, sowie Direktnachrichten zwischen Hotel und Gast. Diese Daten werden analysiert und Hotels können diese gezielt vermarkten und zur Steigerung von Qualität und Gästezufriedenheit nutzen, um mehr Direktbuchungen zu erhalten. [www.trustyou.com](http://www.trustyou.com).

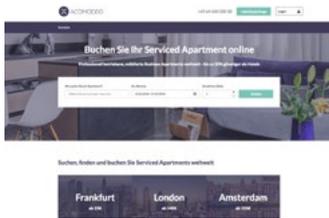


Die Wirecard AG ist ein globaler Technologiekonzern, der Unternehmen dabei unterstützt, Zahlungen aus allen Vertriebskanälen anzunehmen. Als ein führender Anbieter bietet Wirecard Outsourcing- und White-Label-Lösungen für den elektronischen Zahlungsverkehr. Über eine globale Plattform stehen internationale Zahlungsakzeptanzen und -verfahren mit ergänzenden Lösungen zur Betrugsprävention zur Auswahl.

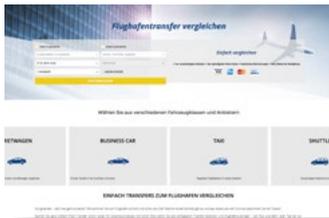


Xamine analysiert mittels Ihrer Technologien und Services die Aktivitäten werbetreibender Unternehmen in den Suchmaschinen Google, Bing und Co. und liefert qualitativ hochwertige Daten des Online-Werbemarktes um die Performance ihrer Paid Search Kampagnen nachhaltig zu steigern, Kosten zu senken und sich vor Schaden durch Brand Bidding und AdHijacking zu schützen.





Acomodeo bringt das smarte Buchungserlebnis des Hotelgeschäfts in den Wachstumsmarkt der Serviced Apartments und verbindet so Langzeitunterkünfte mit dem globalen Reisemarkt. Das Unternehmen bietet maßgeschneiderte, technische Lösungen für Geschäftskunden und Apartment-Anbieter und kann über den individuellen Agentur Service auf ein Netzwerk von weltweit mehr als 500.000 Apartments zurückgreifen.

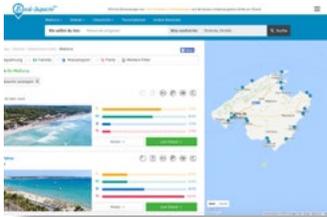


airportsconnected ist eine Mobility-Plattform, welche für Endkunden Orientierung und Transparenz im undurchsichtigen Markt der zahlreichen Transportoptionen von und zum Flughafen bietet und die jeweils verfügbaren Anbieter an mehr als 830 Flughäfen untereinander vergleicht. So kann der Reisende den für ihn passendsten Transfer an über 12.000 Zielen finden und diesen komfortabel buchen.



Das Reiseportal amavido findet für Urlauber abseits vom Massentourismus ihre ganz persönliche Traumreise. Es öffnet die Türen zu familiengeführten Unterkünften in unentdeckten Dörfern und ermöglicht dem Reisenden authentische Erlebnisse innerhalb der lokalen Community. Einheimische werden unterstützt und angeregt, selbstständig den Tourismus mitzugestalten und haben dabei viel Spielraum für eigene kreative Ideen.





Beach-Inspector ist die weltweit erste umfassende Informationsplattform für Strände und bietet eine weltweit einzigartige Suche für Reise- und Hotelangebote in Kombination mit Strandeigenschaften an. Ausgebildete Beach-Inspectoren sind direkt vor Ort unterwegs, um Strände professionell und authentisch zu erfassen und zu bewerten. Mehr als 1.700 Strände in 45 Urlaubsdestinationen sind bereits von [www.beach-inspector.com](http://www.beach-inspector.com) erfasst.



[www.beach-inspector.com](http://www.beach-inspector.com)



bookitgreen ist die erste Buchungsplattform, die es Reisenden ermöglicht, nachhaltige Ferienunterkünfte weltweit problemlos zu buchen. Vom Bio-Bauernhof bis zur luxuriösen Ecolodge ist alles dabei, was das nachhaltige Reiseherz begehrt.



[www.bookitgreen.com](http://www.bookitgreen.com)



Cabpoker möchte Mobilität nachhaltig gestalten und dabei das Taxi künftig effizienter einsetzen. Ähnlich einer Frachtbörse im Güterverkehr, können auf Cabpoker kostenlos Aufträge mit Taxen oder Mietwagen im B2B, sowie auch B2C-Bereich online ausgeschrieben und am Ende das Angebot ausgewählt werden. Dem Kunden stehen dabei deutschlandweit bis zu 100.000 Fahrzeuge des regulierten ÖPNV zur Verfügung.



[www.cabpoker.com](http://www.cabpoker.com)



Compensation2Go ist eine auf Fluggastrechte spezialisierte Rechtsdienstleisterin und entschädigt Passagiere bei Verspätung, Annullierung und Überbuchung. Diese haben innerhalb der europäischen Union pauschale Ausgleichsansprüche zwischen 125€ und 600€. Für Reiseunternehmen bietet das Unternehmen eine einfach integrierbare Komplettlösung für einen erweiterten Kundenservice bei Flugstörungen.



[www.compensation2go.com](http://www.compensation2go.com)



Fly Money is the RentalCars.com of the currency exchange industry. We aggregate exchange rates from currency providers operating in 30 different markets, enabling travelers order currency for their holidays with the best rates in the market. Our system is integrated within OTAs, travel agencies and airlines' CRMs and websites, allowing travel brands sell currency as a white-labeled cross-sale.



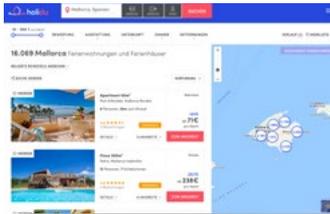
[www.flymoney.com](http://www.flymoney.com)



Freachly vermittelt Social Media Influencer an Hotels, Restaurants und Bars. Influencer finden rabattierte oder kostenfreie Partner-Angebote, z.B. ein kostenfreies Abendessen und posten im Gegenzug über ihr Erlebnis in den sozialen Netzwerken. Durch lokale Influencer können Hotels so vor allem die hauseigenen Bars, Restaurants und Spa-Bereiche bekannter machen und schließlich besser auslasten.



[www.freachly.com](http://www.freachly.com)



Holidu ist ein Vergleichsportal für Ferienhäuser. Als Metasuchmaschine prüft Holidu Millionen Ferienunterkünfte von über hundert Buchungsplattformen und ermöglicht mit einer selbst entwickelten Bilderkennungstechnologie eine Preisersparnis von bis zu 55 % für dieselbe Unterkunft im selben Reisezeitraum. Das Münchner Start-up wurde 2014 gegründet und befindet sich seitdem auf rasantem Wachstumskurs.



JobsAway ist (d)eine Jobbörse für Ferienjobs in der Touristik. Du möchtest einmal in den Ferienzeiten im In- oder Ausland arbeiten? Da wo andere Urlaub machen? Dann findest du auf JobsAway garantiert deinen passenden Ferienjob in der Touristik. Ob als Animator, Teamer, Reiseleiter, oder Betreuer. Die Stellenangebote sind mindestens genauso zahlreich und vielseitig, wie die Reiseziele selbst.



Auf Juvigo können Kinder und Eltern aus Reisen zu rund 400 verschiedenen Destinationen in insgesamt 16 Ländern wählen – Deutschlands größte Auswahl an Kinder- und Jugendreisen. Alle Angebote sind einfach online buchbar. Juvigo ist Mitglied im Reisetetz, dem deutschen Fachverband für Jugendreisen. Seit 2017 ist Juvigo im VIR, dessen "Sprungbrett"-Wettbewerb es im selben Jahr gewinnen konnte.





The Lithodomos VR team creates immersive Virtual Reality experiences of the ancient world for the tourism industry. The company's content can be experienced on a range of platforms, including the Samsung Gear VR and Google Cardboard. Lithodomos VR's reconstructions stem from years of research, and reflect the best academic practices to ensure that the end product is both as accurate as possible and informative and enjoyable for the customer.



[www.lithodomosvr.com](http://www.lithodomosvr.com)



meine-weltkarte.de ist eine Reiseerinnerung, welche dich an alle deine Reisen erinnert, welche du immer im Blick hast. Wie eine Fotoleinwand wird deine persönliche Weltkarte gedruckt und auf einen Keilrahmen gespannt, nachdem du dir deine Weltkarte online individuell gestaltet hast (verschiedene Kartendesigns, dazu Titel und/oder Zitat und Designs wie Herzen). Die Weltkarte erinnert nicht nur an vergangene Reisen, sie inspiriert auch für neue Abenteuer.



[www.meine-weltkarte.de](http://www.meine-weltkarte.de)



Mister Trip ist eine der führenden Online-Plattformen für Individualreisen in Deutschland. Reisende können sich auf mistertrip.de von lokalen Reiseexperten aus mehr als 50 Ländern ihre maßgeschneiderte Traumreise zu günstigen Direktpreisen zusammenstellen lassen. Sie profitieren vom einzigartigen Insider-Wissen der deutschsprachigen Experten vor Ort. Dadurch wird ihre Reise zu einem einmaligen Erlebnis.



[www.mistertrip.com](http://www.mistertrip.com)



Reveox ist eine Plattform zur Vermittlung von Überführungsfahrten. Hier können Nutzer Mietwagen auf ausgewählten Strecken kostenlos buchen, womit wir eine komfortable und kostengünstige Alternative zu langsamen Busreisen oder teuren Bahntickets anbieten. Mit der Überführung durch freiwillige Fahrer ersetzen Firmen mit größeren Flotten teures eigenes Personal oder externe Agenturaufträge. Win-Win



sleeperoo bietet exklusive Erlebnisübernachtungen in traumhafter Natur und an imposanten Kulturspots an. Allein oder zu zweit erleben sleeperoo Gäste ein unvergessliches Micro -Retreat oder Micro-Adventure. Sie konzentrieren sich auf das, was wirklich zählt – den Moment im Hier und Jetzt. Für die Erlebnisübernachtung wurde ein komfortabler Design|sleep Cube entwickelt - das sleeperoo.



“So ein Frust, immer nur Lösungen für die großen Firmen, das ist ja mal wieder typisch Touristik“. Die Typisch Touristik GmbH liefert Softwarelösungen für kleine- bis mittelständische Unternehmen aus der Reisebranche. Verwalten mit dem Typisch Touristik Midoffice. Darstellen mit der responsive IBE. Die perfekte Kombination für Gruppen- und Individualreiseveranstalter sowie Ferienhaus Verwalter.





Unplanned bietet maßgeschneiderte, außergewöhnliche Überraschungsreisen zu Zielen in der ganzen Welt. Mit einem internationalen Netzwerk aus Locals plant das Start-up personalisierte Reisen im Blogger Stil – von der Übernachtung im Leuchtturm bis zum Club Konzert am jeweiligen Reiseziel. Kunden werden erst kurz vor der Reise über das Urlaubsziel informiert, bis dahin steigt die Spannung täglich.

**unplanned**

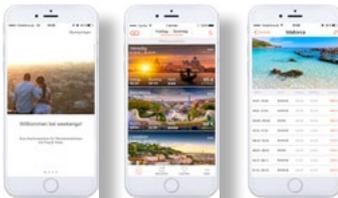
[www.unplanned.de](http://www.unplanned.de)



Das 2016 gegründete Unternehmen w3alpha aus Hamburg ist Travel-Tech Anbieter mit Fokus auf digitale Transformation. Wir stellen unseren Kunden eine umfassende Software-Lösung zur Verfügung, die mit einer eigens entwickelten Dynamic Internet Booking Engine den Verkauf von Reisen erheblich verbessert. Zu unseren Kunden gehören neben Reisebüros auch Veranstalter und Reise-Vermarkter.

**W**  
ALPHA

[www.w3alpha.com](http://www.w3alpha.com)



Die Wochenendreise-App weekenGO liefert Ideen und Inspiration für einen gelungenen Kurztrip. Für über 200 Reiseziele wird immer die jeweils günstigste Kombination von Flug- und Hotelleistungen angezeigt. Einfache Filtermöglichkeiten sorgen dabei für ein intuitives Nutzererlebnis. Alle Flüge sind nonstop und starten vom gewünschten Abflughafen aus. Das passende Hotel - gut bewertet, mindestens drei Sterne und in zentraler Lage - wird gleich mit angeboten.

**weekenGO**

[www.weekngo.com](http://www.weekngo.com)



Zentrales Fundbüro ist die einzige Metasuchmaschine für Fundsachen und mit mehreren Millionen Einträgen das größte Onlinefundbüro der Welt. Die Unternehmenslösungen ermöglichen vor allem für die Reisebranche ein automatisiertes Lost & Found: Abgleich von Fundsachen und Eigentümern, Rückversand, Zahlung, Bilderkennung, Chatbot, etc. Zu den Kunden zählen Flughäfen, Airlines, Hotels, und viele mehr.



[www.zentralesfundbuero.com](http://www.zentralesfundbuero.com)

---

# VIR KOOPERATIONEN

---





### **Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)**

Der bevh vertritt die Interessen des Online- und Versandhandels gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft und gestaltet so die Rahmenbedingungen dieser dynamischen Branche. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie fachliche Beratung zu den Aufgaben des E-Commerce-Verbands.



### **Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.**

Der BVDW ist die zentrale Interessenvertretung für Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle betreiben oder deren Wertschöpfung auf digitalen Technologien beruht. Er umfasst Mitgliedsunternehmen aus allen Segmenten der digitalen Wirtschaft und vertritt sie gegenüber Branche, Politik und Öffentlichkeit. Der BVDW ist Träger der dmexco und richtet den Deutschen Digital Award aus.



### **European Campus Rottal-Inn**

Der European Campus Rottal-Inn (ECRI) in Pfarrkirchen zählt aktuell ca. 490 Studierende mit steigender Tendenz. In Zusammenarbeit mit diversen Partneruniversitäten bietet der ECRI Bachelor- und Masterstudiengänge im touristisch-medizinischen Bereich und in der Naturwissenschaft an. Aufgrund der internationalen Ausrichtung wird seit dem Start im Oktober 2015 in den Vorlesungen auf Englisch gelehrt.



### **Hochschule Kempten**

Die Fakultät Tourismus an der Hochschule Kempten – University of Applied Sciences – ist eine der drei eigenständigen, etablierten Fakultäten in Deutschland, die sich auf die Tourismus- und Freizeitbranche spezialisiert haben. Ein internationales, praxiserfahrenes Team aus 14 Professorinnen und Professoren vermittelt im Bachelor- und Master-Studiengang fundierte betriebswirtschaftliche und touristische Kenntnisse.

## Hochschule München

Die Fakultät für Tourismus an der Hochschule München ist die größte ihrer Art im DACH Raum und in Forschung und Lehre national wie international hervorragend vernetzt. Um die Digitalisierung der Branche zu fördern, zu unterstützen und voranzutreiben bieten wir den Studienschwerpunkt „Digital Marketing & Management“ unter der Leitung von Prof. Dr. Ralph Berchtenbreiter an. Hierfür verfügt die Fakultät über ein Forschungslabor „DigitalLab“ für Lehre, Forschung und Projekten mit Praxispartnern.



## ICOMP

ICOMP, die Initiative für Wettbewerb im Onlinemarkt, ist beteiligt am EU-Kartellverfahren gegen Google und beobachtet alle Internetgiganten. Mehr als 70 Unternehmen, Wirtschaftsverbände, Verbraucherverbände und Individuen haben die ICOMP-Prinzipien unterzeichnet. Unsere Mitglieder stammen aus Europa, Nord- und Südamerika, Asien, Australien und dem Mittleren Osten. [i-comp.org](http://i-comp.org)



## IUBH

Mit ihren internationalen, dualen und Fernstudiengängen bildet die renommierte IUBH Internationale Hochschule Studierende für die Tourismusbranche aus. Dank namhafter Unternehmenskooperationen und erfahrener Dozenten werden sie bestmöglich auf ihre Zukunft vorbereitet. Den VIR unterstützt die IUBH bei Marktforschungsprojekten sowie als Sponsor des Innovationswettbewerbs „Sprungbrett“.



## ITB Berlin

Die Leitmesse der weltweiten Reiseindustrie empfängt jährlich das Who is Who der Reisebranche. Neben Destinationen werden touristische Marktsegmente wie Business Travel, Travel Technology, LGBT, Responsible sowie Medical Tourism bedient. Parallel zur Messe findet mit Top-Referenten der weltgrößte Tourismuskongress, der ITB Berlin Kongress, statt und adressiert hochaktuelle Themen der Tourismusbranche.





## **OTDS**

Der OTDS e.V. hat sich zum Ziel gesetzt, mit OTDS ein offenes, kostenfreies und standardisiertes Datenformat in der Touristik zu etablieren – und ist damit erfolgreich: Die wichtigsten Vertriebssysteme verarbeiten heute bevorzugt OTDS, mit dem viele Reiseveranstalter und deren Technik-Dienstleister ihre Angebotsdaten übermitteln. Im Ergebnis sind diese Reisen aktueller und zuverlässiger in den Systemen der Reisebüros und Reiseportale vertreten.



## **Rtk**

Stetige und direkte Ansprache der Kunden mit Informationen und Angeboten gehört in allen Branchen inzwischen zum Standard. Der Endverbraucher honoriert dies mit kurzentschlossenen Buchungen, wenn Angebot, Preis und Zeit passen, unabhängig vom Vertriebsweg oder Vertriebspartner. Dem stationären Reisebüro-Partner werden diese Möglichkeiten der Kundenansprache und Kundenbindung im On- und Offlinebereich durch unsere Kooperationstechnik wesentlich erleichtert.



## **Tourismuszukunft**

Die Zukunft des Tourismus gestalten: Mit diesem Anspruch berät und begleitet Tourismuszukunft touristische Unternehmen und Verbände. Basierend auf dem weit gefächerten Know-how unserer Netzwerkpartner unterstützen wir unsere Kunden dabei, neue Strategien und Lösungen fürs digitale Zeitalter zu finden.

Wir denken über die Zukunft nach – und helfen Ihnen, diese für Ihr Unternehmen zu gestalten.



## **Travel Industry Club e.V.**

Der Travel Industry Club bietet seinen Mitgliedern, den Entscheidern und Führungskräften der Reiseindustrie, eine Networking Plattform und versteht sich als Think Tank der deutschen Reiseindustrie, bei dem Zukunftsthemen erörtert und Ideen entwickelt werden. Auf über 50 Veranstaltungen im Jahr können sich die mehr als 800 Mitglieder über die Trends im Tourismus informieren und Kontakte knüpfen.

## Trusted Shops

Vertrauen und Sicherheit sind zentrale Erfolgsfaktoren für die Online-Buchung von Reisen. Mit dem Trusted Shops Gütesiegel zeigen Reiseportale, dass sie vertrauenswürdig sind und den von der Zahlungsart unabhängigen Käuferschutz bieten. Bewertungen sorgen zudem für mehr Transparenz – und somit für mehr Buchungen. Der VIR kooperiert mit Trusted Shops. Das Gütesiegel ist für VIR Mitglieder freiwillig.



## IMPRESSUM

Herausgeber:	Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) Leonhardsweg 2   D-82008 Unterhaching	Redaktion VIR:	Lara Hass
	Vertretungsberechtigter Vorstand: Michael Buller	Grafik:	<a href="http://www.einfach-kommunikationsdesign.de">www.einfach-kommunikationsdesign.de</a> Christian Brözel
Telefon:	0049-(0)89-610 667 29	Bildnachweise:	Thanks to Unsplash.com: Robert Collins, Benjamin Voros, Bambi Corro, Mike Wilson, Jason Cooper, Allen Taylor, Campbell Boulangier, Maliha Mannan, Lance Asper, Francesca Saraco, chuttersnap, Adam Krowitz
Fax:	0049-(0)89-610 667 10		
E-Mail:	<a href="mailto:info@v-i-r.de">info@v-i-r.de</a>		
Internet:	<a href="http://www.v-i-r.de">www.v-i-r.de</a>		
ISBN	978-3-00-059229-4		Foto VIR Online Innovationstage: <a href="http://www.offenblende.de">www.offenblende.de</a>
Schutzgebühr	15.- €		

IN PARTNERSCHAFT MIT



Neue  
MÄRKTE  
neue  
CHANCEN



19. und 20. Juni 2018 · Berlin

Hier trifft sich das *Who is Who* der Touristik.

[www.v-i-r.de](http://www.v-i-r.de)