

DIGITALES ARCHIV

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

Periodical Part

Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt ... / Verband Internet Reisevertrieb, VIR ; 2020

Provided in Cooperation with:

Verband Internet Reisevertrieb (VIR), Unterhaching

Reference: Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt ... / Verband Internet Reisevertrieb, VIR ; 2020 (2020).

https://v-i-r.de/wp-content/uploads/2020/03/web_VIR-DF-2020.pdf.

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/11159/6149>

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 2020
& FAKTEN
zum Online-Reisemarkt



INHALT

	Der Verband Internet Reisevertrieb e.V.	4
✱	Urlaubsnachfragevolumen	17
✈	Urlaubsreiseverhalten	23
📖	Urlaubsreiseziele	30
📺	Informations- und Entscheidungsverhalten	35
🌐	Sonderstudie Nachhaltigkeit	42
🖱	Buchungsverhalten	46
💰	Gastbeitrag Mindestlohn STR	63
	VIR Mitglieder	69
	VIR Kooperationen	101
	Impressum	107

Liebe Leserinnen und Leser,

ich bin fast schon versucht zu sagen: „Mir reicht's!“ Mehr und mehr verärgert mich die Anzahl neuer Regulierungen auf bundespolitischer, aber auch auf europäischer Ebene. Sie läuft Gefahr zukunftsweisende Initiativen von kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie von jungen Start-up Gründern zu erdrücken.

Anstatt weiter neue Regeln zu erfinden, die auf Grund der GAFA-Unternehmen – also Google, Apple, Facebook und Amazon - aufgestellt werden, sollte viel dringender in eine massive Förderung von Unternehmen bei der Digitalisierung in Deutschland investiert werden. Grundsätzlich fällt auf, dass der Dienstleistungssektor, zu dem auch die Plattform-Ökonomie gehört, gerade bei zukunftsorientierten Investitionsplänen fast schon aufgegeben wird – eine große Fahrlässigkeit!

Wie in vielen Branchen ist auch im Reisesektor eine deutliche und konstante Tendenz hin zu den digitalen Buchungskanälen erkennbar: Wie die aktuelle FUR-Analyse zeigt, wurden in 2019 mit 67 Prozent nochmal mehr Urlaubsreisen auf digitalem Weg gebucht als über analoge Kanäle. In ihrer Transparenz übertreffen die digitalen Kanäle heute die analogen bei weitem – umso mehr verwundert es mich, dass für den Digitalbereich fortwährend strengere Regeln gefordert werden.

In allen Branchen wird viel über das Thema Nachhaltigkeit diskutiert. Hier sollten wir in der Gesamttouristik daran arbeiten, dass bis 2030 Lösungen geschaffen und klare Zieldefinitionen umgesetzt werden. „Du kannst bei all unseren Produkten sorglos klimaneutral reisen“ muss in 2030 die klare Aussage der Touristik an den Endverbraucher sein!

Nachhaltigkeit hat zweifelsohne nicht nur ökologische, sondern auch soziale Komponenten. Der interkulturelle Austausch, der Abbau von Ressentiments und ein toleranter Umgang über Ländergrenzen hinweg sind heutzutage wichtiger denn je – und dementsprechend sollten Reisen keinesfalls reduziert, sondern vielmehr bewusster geplant und durchgeführt werden.



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. Mit mehr als 90 Mitgliedsunternehmen hat sich eine Vielzahl der wichtigsten Marktteilnehmer dem Verband 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 Touristik für wichtige Trends und Themen.

Ebenso zählen die Beobachtung des Marktes sowie der Medienberichterstattungen und das Engagement in der öffentlichen und politischen Debatte rund um gesetzliche Entwicklungen im Tourismus und E-Commerce zu den Aufgaben. Des Weiteren gehört es zu den Verbandszielen, sowohl den Nachwuchs an Hochschulen als auch junge Unternehmen zu fördern, um Innovationen in die Branche zu tragen.

Der VIR ist ein starker Verband
mit starken Mitgliedern –

denn nur im **gemeinsamen Dialog** kann man die
Digital-Touristik voranbringen.

Vorstand & Geschäftsstelle

Vorstand



Michael Buller

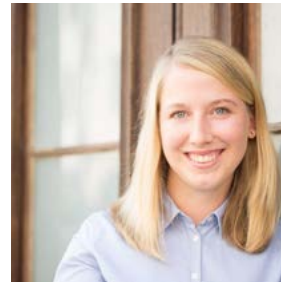
Vorstand

Geschäftsstelle



Lara Hass

Senior Project Manager



Annette Krause

Project Manager

Präsidium

Das Präsidium setzt sich aus dem VIR-Vorstand und den ersten Vorsitzenden der Cluster – mit Ausnahme der Start-up Kategorie – zusammen. Die primären Aufgaben des Präsidiums sind es, 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



Solveig Mayer

Regional Manager Government
and Corporate Affairs Germany/
DACH and Northern Europe ,
Expedia Group

1. Vorsitzende

Cluster Supplier & Tour Operator



Gereon Krahn

Bereichsleiter Eigenvertrieb
Berge & Meer

1. Vorsitzender

Cluster Service & Travel Technology Provider



Nicole Zapp

Manager Account Management
– Commercial Online Segment
DEATCH Amadeus

1. Vorsitzende



Michael Sattel

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

2. Vorsitzender



Matthias Lange

Geschäftsführer
DER Touristik Online

2. Vorsitzender



Jörg Hauschild

Geschäftsführer Midoco GmbH

2. Vorsitzender

Beirat

Der Beirat, bestehend aus sechs Industrieexperten, unterstützt den VIR und seine Mitglieder in verschiedenen Fachgebieten.



Thomas Helbing

Vorstand
Ray Sono AG
Beirat für den
Bereich Technologie



Michael Faber

Berater & Geschäftsführer
Touristik Tourismuszukunft
Beirat für Social Media



Boris Raoul

CEO Invia Group Germany
Beirat für den Bereich
Mitglieder



Dr. Dominik Rossmann

Geschäftsführer
Ulysses-Web Tourismus GbR
Beirat für den Bereich
Forschung & Studien



Prof. Dr. Hans-Josef Vogel

BEITEN BURKHARDT
Rechtsanwaltsgesellschaft
mbH
Beirat für den Bereich
Rechtliches



Thomas Wilde

Partner & Senior Advisor
Wilde & Partner
Communications
Beirat für den Bereich PR

OTA



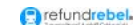
SUPPLIER & TOUR OPERATOR



SERVICE & TRAVEL TECHNOLOGY PROVIDER



START-UP





TICKETS 2020

www.v-i-r.de/vir-online-innovationstage





Auf dem Event der Digital-Touristik kommen jährlich rund 300 Branchenvertreter zusammen, um sich zum einen beim renommierten VIR Innovationswettbewerb VIR Sprungbrett von ausgewählten Start-ups zu den neuesten Innovationen und Trends inspirieren zu lassen, sowie sich am zweiten Tag von namhaften Referenten Impulse, Anregungen und Anwendungsbeispiele zum Leitthema „**NEXT LEVEL TOURISMUS 2030**“ geben zu lassen.

WANN 23. – 24. Juni 2020

WO Marshall Haus der Messe Berlin

WIE VIEL ab 199€ (Tagesticket)

ANMELDUNG www.v-i-r.de/vir-online-innovationstage

KONTAKT Telefon: 089-610 667 29

E-Mail: info@v-i-r.de

LEITTHEMA
2020 >



IN PARTNERSCHAFT MIT





Travel Start-ups aufgepasst!



GESUCHT:

Innovative Geschäftsideen von Travel Start-ups

KRITERIEN:

- ☞ innovativ
- ☞ für die digitale Touristik relevant
- ☞ maximal 24 Monate alt bzw. auf dem Markt

BEWERBUNG:

- ☞ bis 15. April 2020
- ☞ unter www.v-i-r.de/sprungbrett

FINALE:

Die besten fünf Travel Start-ups pitchten am **23. Juni** im Rahmen der VIR Online Innovationstage im Marshall Haus der Messe Berlin vor **300 Touristikern**.

GEWINN:

Preispaket im Wert von **35.000€**



SPONSOREN SPRUNGBRETT





SPRUNGBRETT GEWINNER

TRUSTYOU



FairPlane



Passolution



**Jetzt
bewerben!
bis 15. April**



**START.
NOW.**



**WWW.V-I-R.DE/
SPRUNGBRETT**



Methodische Grundlagen

REISEANALYSE RA ONLINE 11/2019 (FUR)

- ◆ n = 2.522 Befragte im November 2019
- ◆ Repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung im Alter 14-75 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 2020 FACE-TO-FACE (FUR)

- ◆ n = 7.729 Befragte im Januar/Februar 2020
- ◆ 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

Die hier mitgeteilten ersten ausgewählten Ergebnisse der Reiseanalyse sind zwar überprüft, dennoch können wir Abweichungen in den endgültigen Ergebnissen nicht ausschließen.





URLAUBSNACHFRAGEVOLUMEN

- Erneut ist sowohl die Anzahl der langen Urlaubsreisen gestiegen (von 70,1 Mio. in 2018 auf 70,8 Mio. in 2019) als auch die Ausgaben pro Person (von 1.017€ in 2018 auf 1.033€ in 2019).
- Bei den Kurzurlaubsreisen dagegen sank die Zahl der getätigten Reisen (von 88,0 Mio. in 2018 auf 87,6 Mio. in 2019) während die Ausgaben leicht stiegen (von 268€ in 2018 auf 271€ in 2019 pro Person).
- 2019 unternahmen gut 78% 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.

Eckdaten der Urlaubsnachfrage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre; Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14-75 Jahre

Quelle: Reiseanalyse 2019-2020, FUR



Urlaubsreisen (ab 5+ Tage Dauer)

Jahr	Urlaubsreisende	Urlaubsreisen pro Person	Urlaubsreisen	Ausgaben pro Person	Umsatz
2019	55,2 Mio.	1,28	70,8 Mio.	1.033 €	73,1 Mrd. €
2018	55,0 Mio.	1,27	70,1 Mio.	1.017 €	71,2 Mrd. €

Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage)

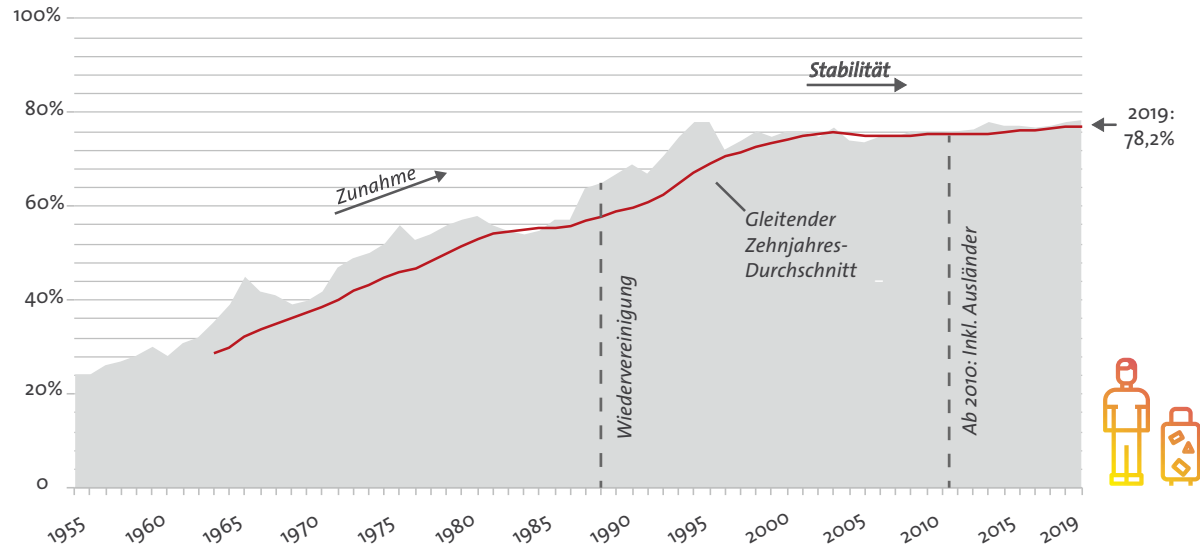
Jahr	Kurzurlaubsreisende	Kurzurlaubsreisen pro Person	Kurzurlaubsreisen	Ausgaben pro Person	Umsatz
2019	35,8 Mio.	2,45	87,6 Mio.	271 €	23,7 Mrd. €
2018	35,4 Mio.	2,49	88,0 Mio.	268 €	23,6 Mrd. €

Im letzten Jahr unternahmen die Deutschen 71 Mio. Urlaubsreisen (5 Tage und länger) und 88 Mio. Kurzurlaubsreisen (2 bis 4 Tage Dauer). Für Urlaubsreisen gaben sie dabei insgesamt 73 Mrd. € aus, für Kurzurlaubsreisen knapp 24 Mrd. €

Urlaubsreiseintensität 1954 bis 2019

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

Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2020, FUR; 1954-1969: Diverse Studien

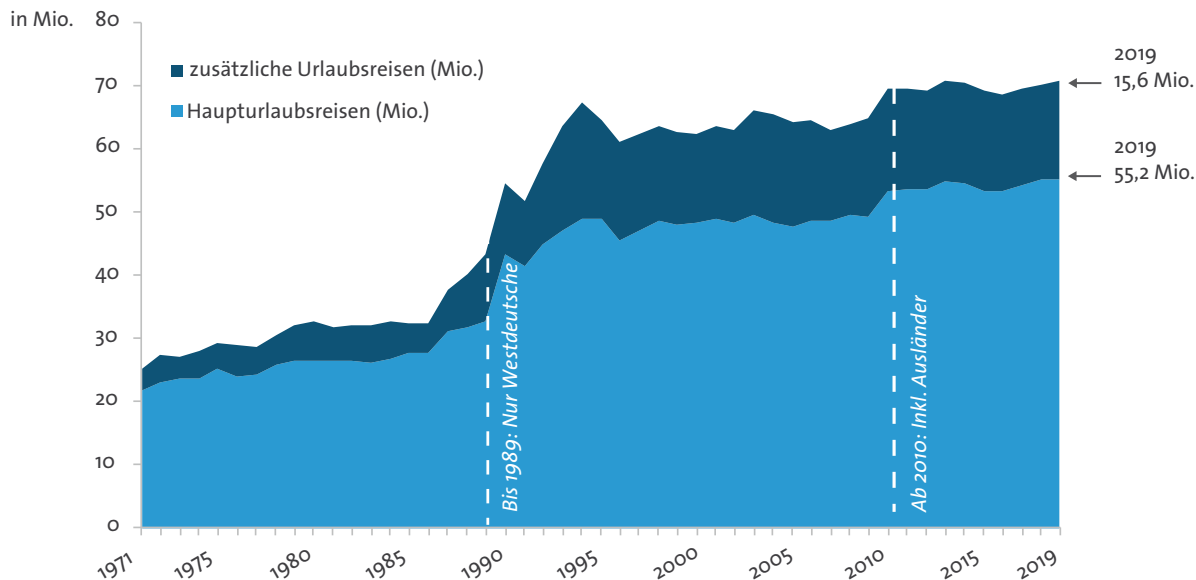


2019 unternahmen gut 78% der Bevölkerung in Deutschland mindestens eine Urlaubsreise von fünf Tagen oder länger. Seit Mitte der 1990er Jahre liegt die Urlaubsreiseintensität recht stabil auf dem hohen Niveau von etwa $\frac{3}{4}$ der Bevölkerung.



Volumen der Urlaubsreisen 1971 bis 2019

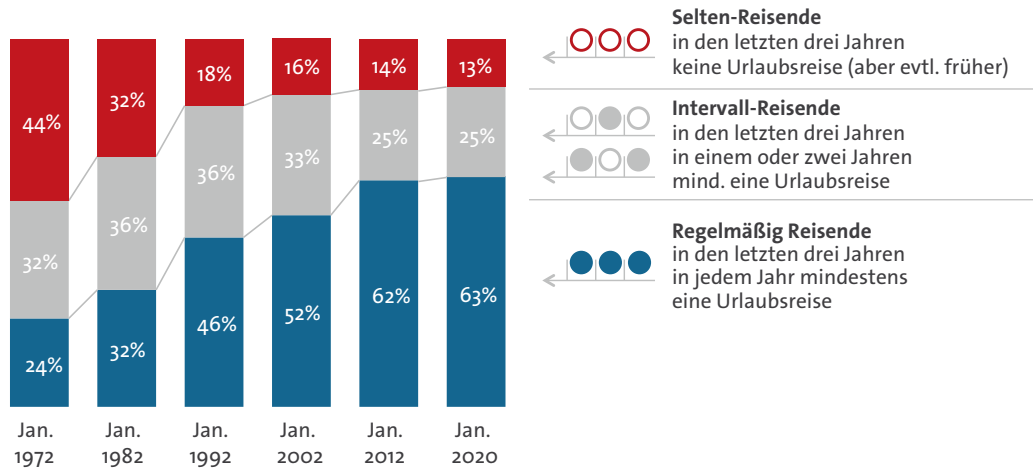
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 1971 bis 2020, FUR



Die meisten Menschen machen pro Jahr nur eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen Dauer.
22% aller Urlaubsreisen sind zusätzliche Urlaubsreisen von Personen, die mehrmals im Jahr in den Urlaub fahren.

Reiseregelmäßigkeit 1972 bis 2020

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 1972 bis 2020, FUR



Urlaubsreisen gehören heute in Deutschland zum festen Konsumrepertoire: 63% sind „regelmäßig Reisende“, nur 13% haben in den zurückliegenden 3 Jahren gar keine Urlaubsreise unternommen. Dies ist ein Grund für die hohe Stabilität der Gesamtnachfrage.



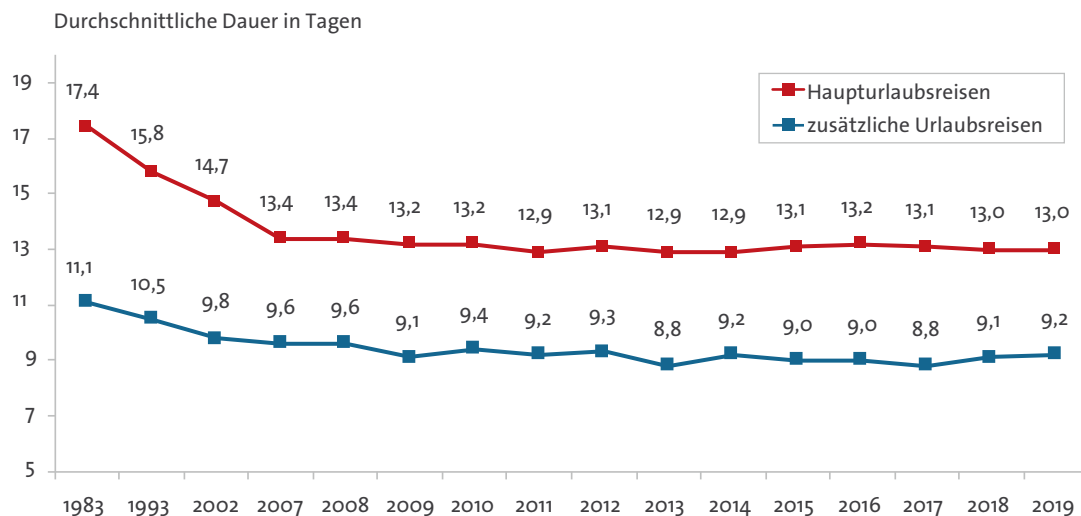


URLAUBSREISEVERHALTEN

- Die durchschnittliche Urlaubsreisedauer bezogen auf alle Urlaubsreisen der Deutschen 2019 betrug 12,2 Tage und ist damit auf dem gleichen Niveau der Vorjahre.
- 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. Allerdings konnte das Flugzeug 2019 leichte Marktanteile gewinnen und liegt nur noch knapp hinter dem Auto.
- Bereits 4% aller Deutschen sind in den letzten 3 Jahren in See gestochen. Interesse an einer Kreuzfahrt in den kommenden 3 Jahren zeigen 20%. Damit ist das Interesse an Kreuzfahrten gegenüber dem Vorjahr nicht weiter gewachsen.

Urlaubsreisedauer 1983 bis 2019

Basis: Alle Haupturlaubsreisen bzw. zusätzliche Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschen Staatsbürger 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 1983 bis 2020, FUR

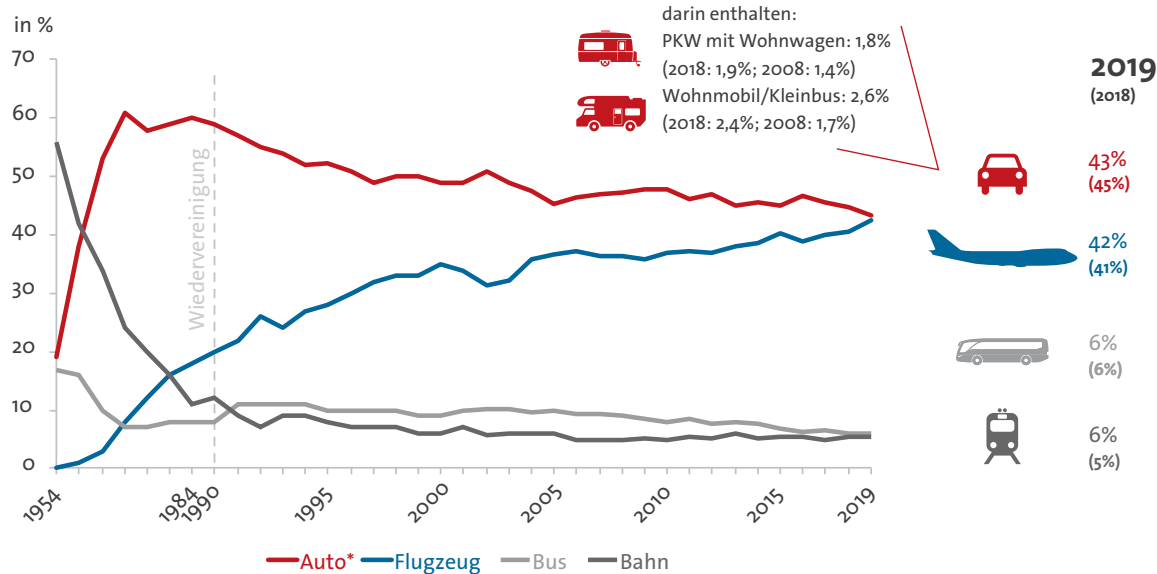


In den letzten zehn Jahren hat sich die durchschnittliche Urlaubsreisedauer bei Haupturlaubsreisen und zusätzlichen Urlaubsreisen kaum verändert. Die durchschnittliche Urlaubsreisedauer bezogen auf alle Urlaubsreisen der Deutschen 2019 betrug 12,2 Tage und ist damit auf dem gleichen Niveau der Vorjahre.

Verkehrsmittel der Urlaubsreise 1954 bis 2019

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

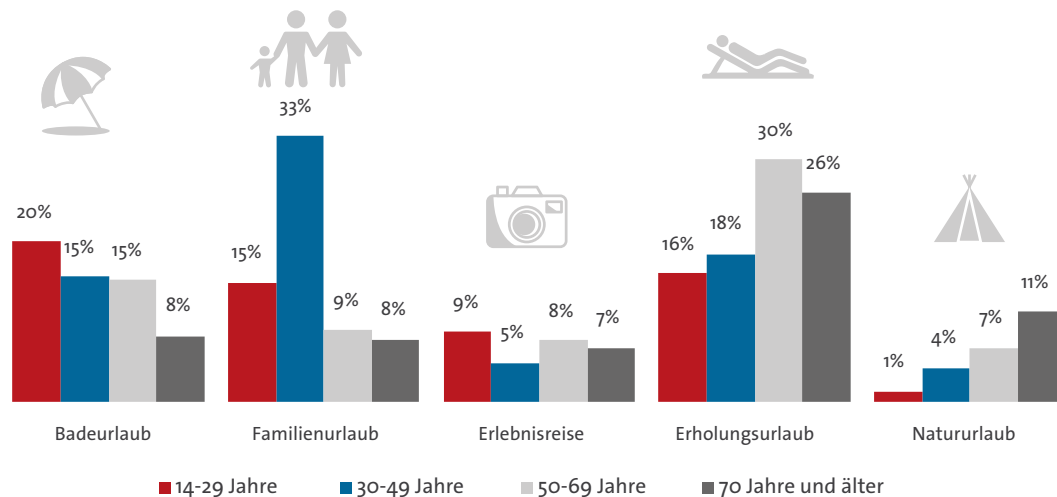
*Auto inkl. Pkw mit Wohnwagen oder Wohnmobil · Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2020, FUR; 1954-1969: Diverse Untersuchungen



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

Urlaubsreiseart „in erster Linie“ 2019 (Auswahl)

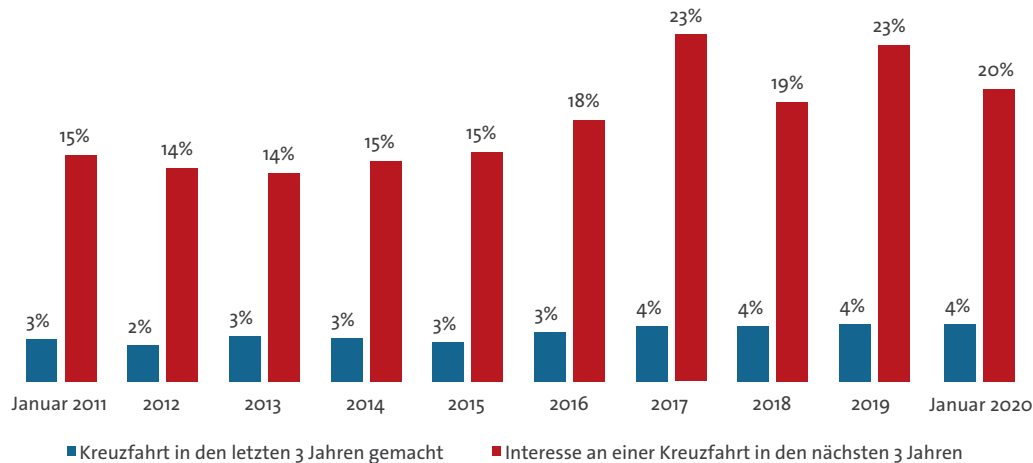
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren · Quelle: Reiseanalyse 2020, FUR



Der Blick auf die Altersverteilung bei Urlaubsreisearten zeigt spannende Details: Während bei jungen Reisenden eher Bade- und Strandurlaub beliebt ist, so machen Reisende im gehobenen Alter öfter Erholungs- und Natururlaub.

Reisetrend Kreuzfahrten auf See: Erfahrung und Potenzial

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2011 bis 2020, FUR

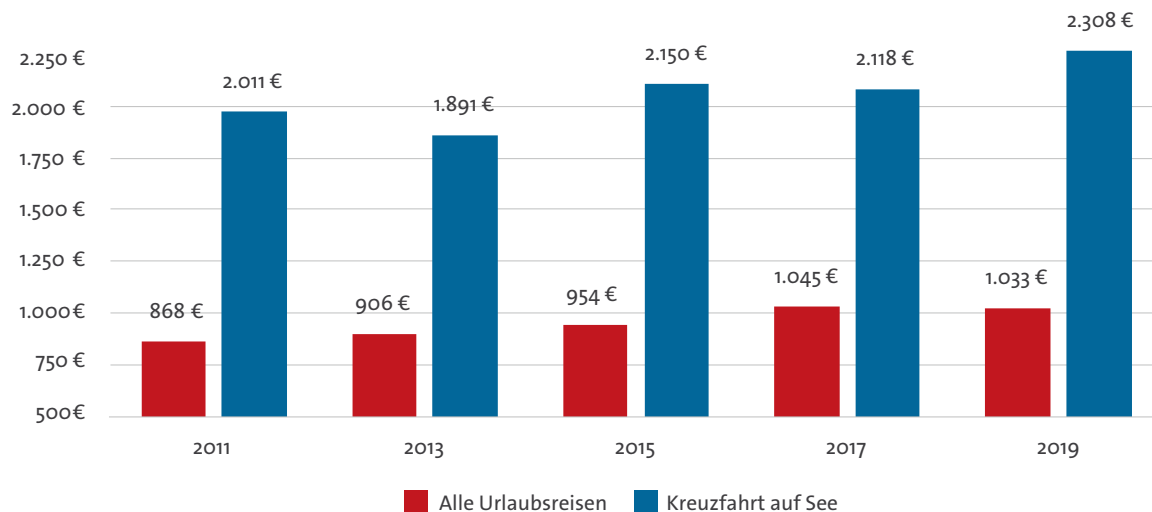


Bereits 4% aller Befragten sind in den letzten 3 Jahren in See gestochen, 20% aller Befragten zeigen grundsätzlich Interesse an einer Kreuzfahrt in den kommenden 3 Jahren, damit ist das Interesse an Kreuzfahrten gegenüber dem Vorjahr nicht weiter gewachsen.



Reisetrend Kreuzfahrten auf See: Ø Reiseausgaben pro Person*

Basis: Kreuzfahrten auf See, 5+ Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre | * nicht inflationsbereinigt · Quelle: Reiseanalyse 2012 - 2020, FUR

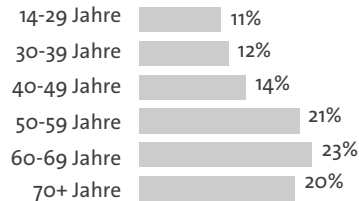


Die durchschnittlichen Ausgaben für eine Kreuzfahrt auf See sind etwa doppelt so hoch wie bei allen Urlaubsreisen. Generell verzeichnen wir sowohl bei den Gesamtausgaben wie auch bei den Ausgaben für Kreuzfahrten auf See langfristig deutliche Steigerungen.

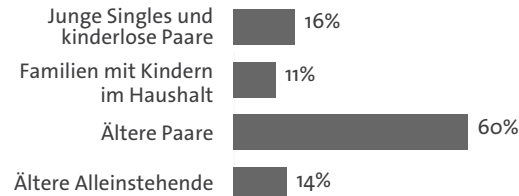
Reisetrend Kreuzfahrten auf See: Profil des Kreuzfahrt-Urlaubers

Basis: Personen in der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, die eine Kreuzfahrt auf See in den letzten 3 Jahren gemacht haben · Quelle: Reiseanalyse 2020, FUR

Altersverteilung



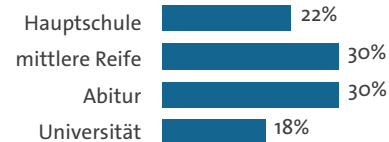
Lebensphasen



Haushalts-Nettoeinkommen €



Schulbildung



Kreuzfahrtkunden sind vergleichsweise alt, 64% sind 50 Jahre und älter. Sie verfügen über ein deutlich überdurchschnittliches Einkommen und eine relativ hohe formale Schulbildung.

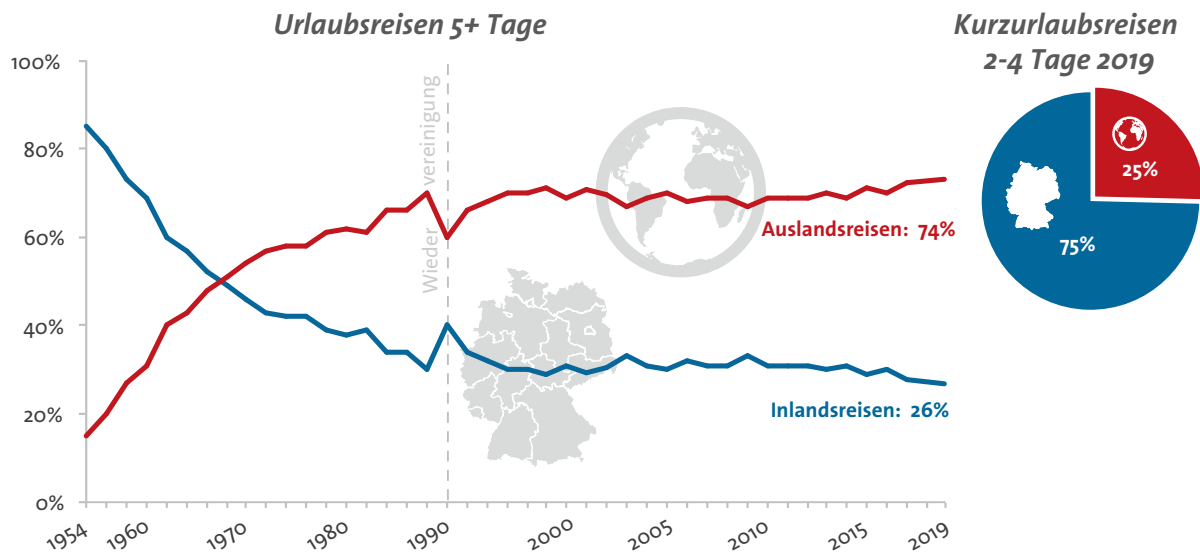


URLAUBSREISEZIELE

- 2019 gingen 74% der langen Urlaubsreisen ins Ausland während 26% der langen Urlaubsreisen in Deutschland verbracht wurden. Damit hat der Anteil der Auslandsreisen gegenüber dem Vorjahr erneut leicht zugenommen. Bei den Kurzurlaubsreisen dominiert weiterhin mit 75% Deutschland als beliebtestes Reiseziel.
- Die 10 beliebtesten Auslandsreiseziele für Urlaubsreisen 5+ Tage sind unverändert gegenüber dem Vorjahr. Italien, Türkei und Griechenland konnten ihre Marktanteile leicht ausbauen.
- Fernreisen erfreuen sich weiterhin wachsender Popularität. Gefragteste Regionen sind hierfür Nordamerika und Südostasien.

In- und Auslandsreisen 1954 bis 2019

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre; bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche; Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14-75 Jahre · Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2020, FUR; 1954-1969: Diverse Studien

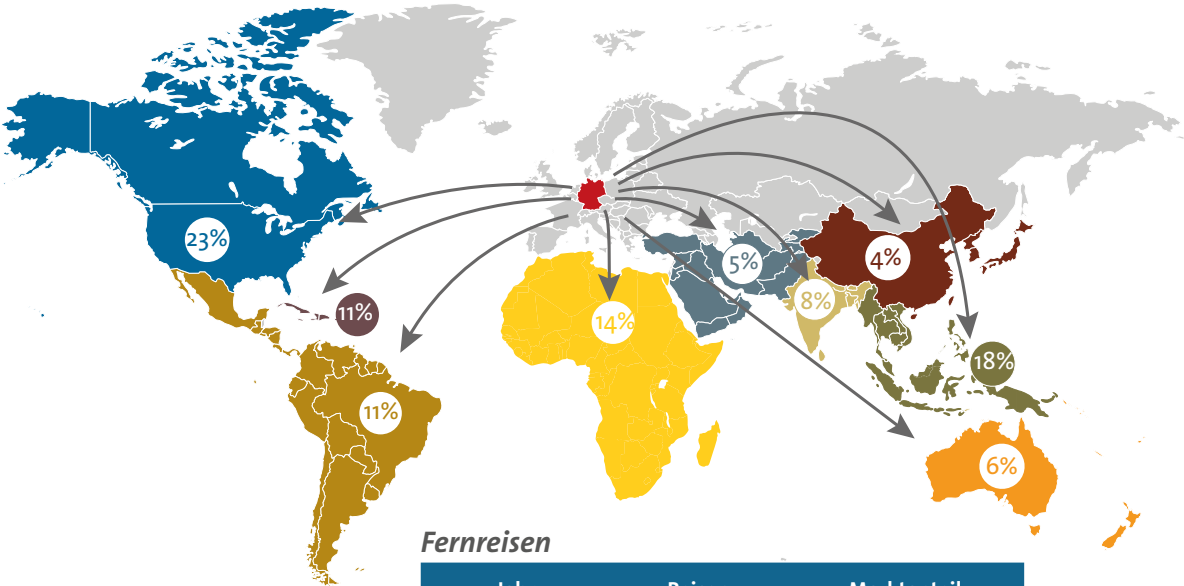


Der Anteil von Urlaubsreisen ins Ausland hat in den letzten drei Jahren weiter zugelegt und liegt derzeit bei 74%. Bei den Kurzurlaubsreisen dominieren die Inlandsreisen mit einem Anteil von 75%.



Fernreisen 2019 – Marktanteile nach Weltregionen

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, nur Fernziele · Quelle: Reiseanalyse 2011, 2020, FUR

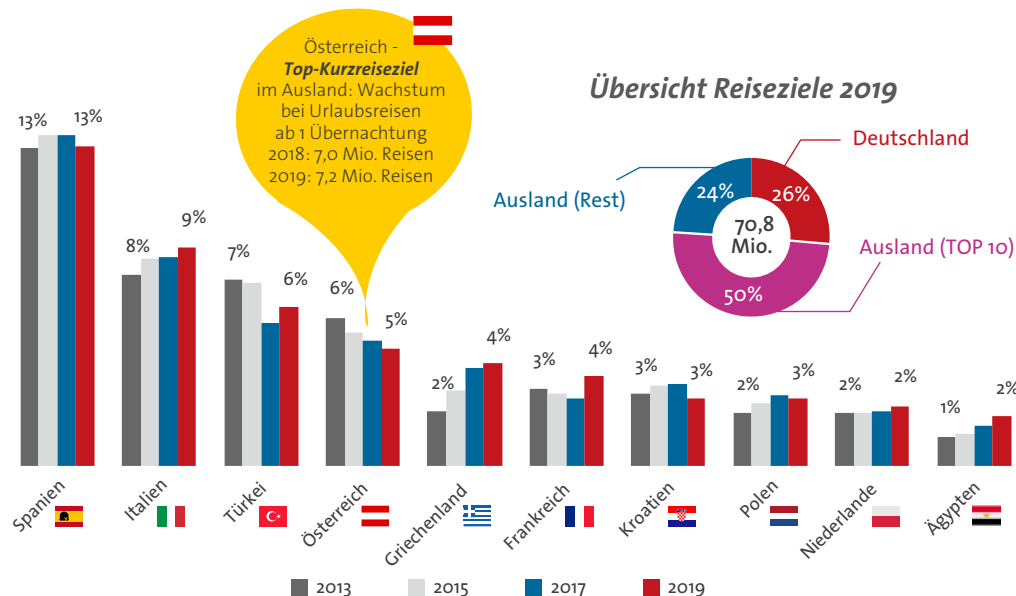


Fernreisen

Jahr	Reisen	Marktanteil
2010	4,5 Mio.	6,5%
2018	5,7 Mio.	8,1%
2019	5,9 Mio.	8,4%

Top-10 Auslandsziele, Urlaubsreisen 5+ Tage, 2013 bis 2019

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre; 2008 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 2014 bis 2020, FUR

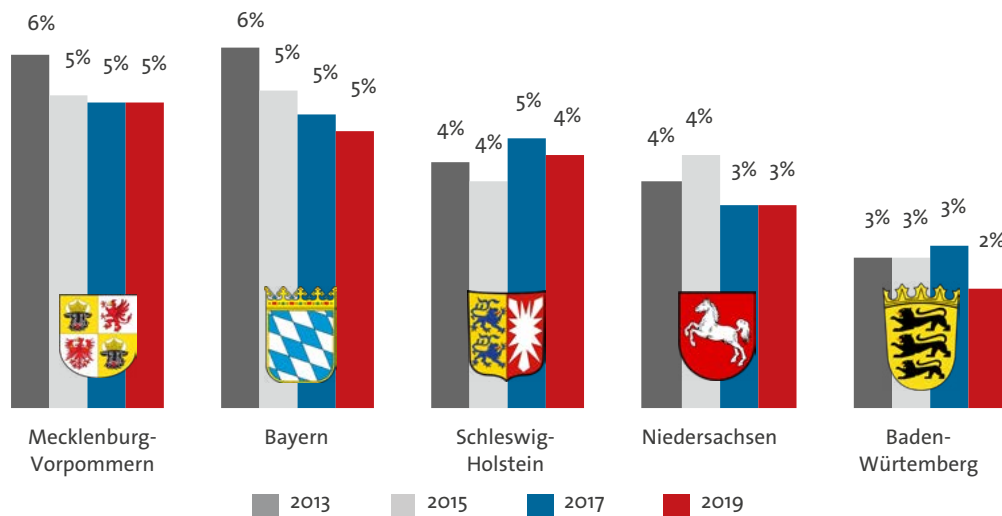


Die Rangliste der beliebtesten Auslandsländerziele führt traditionell Spanien an (13% aller Urlaubsreisen). Auf den weiteren Plätzen folgen Italien (9%) vor der Türkei (6%) und Österreich (5%). Die Top-10 Länder im Ausland waren Ziel der Hälfte aller Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer im letzten Jahr.



Marktanteile der Top-5-Bundesländer, Urlaubsreisen 5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2014 bis 2020, FUR



Deutschland ist traditionell das beliebteste Reiseziel der Deutschen. 26% aller Urlaubsreisen der Deutschen hatten 2019 ein Ziel innerhalb Deutschlands, auf die Top-5 Bundesländer entfielen davon rund $\frac{3}{4}$ aller Inlandsreisen.



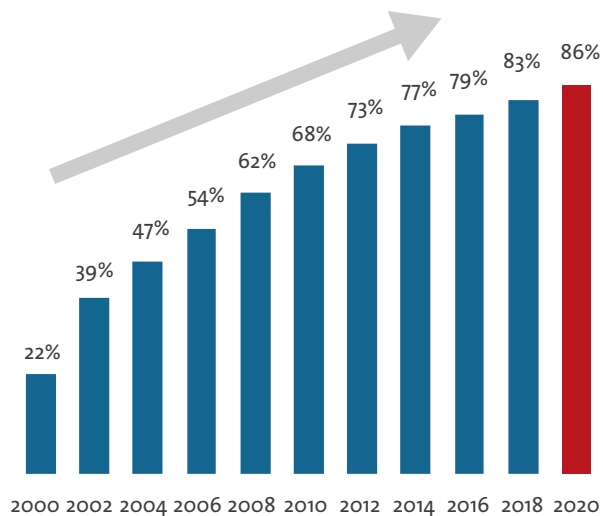
INFORMATIONS- UND ENTSCHEIDUNGSVERHALTEN

- ❖ Sich im Internet zum Thema Urlaubsreise zu informieren ist mittlerweile Standard, 70% der Gesamtbevölkerung haben sich bereits schon einmal im Internet zum Thema Urlaubsreisen informiert.
- ❖ Das mobile Internet wird von Nutzern verstärkt sowohl zur Information (49%) als auch zur Buchung (23%) von Urlaubsleistungen vor der Reise genutzt. Während der Reise wird es aktuell noch hauptsächlich zur Information (36%) genutzt.
- ❖ 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.



Internetzugang 2000 bis 2020

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre; bis 2009 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 2000 bis 2020, FUR



86% der Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland hatten im Januar 2020 Zugang zum Internet – bei den unter 50-jährigen liegt dieser Wert mittlerweile bei über 98%.

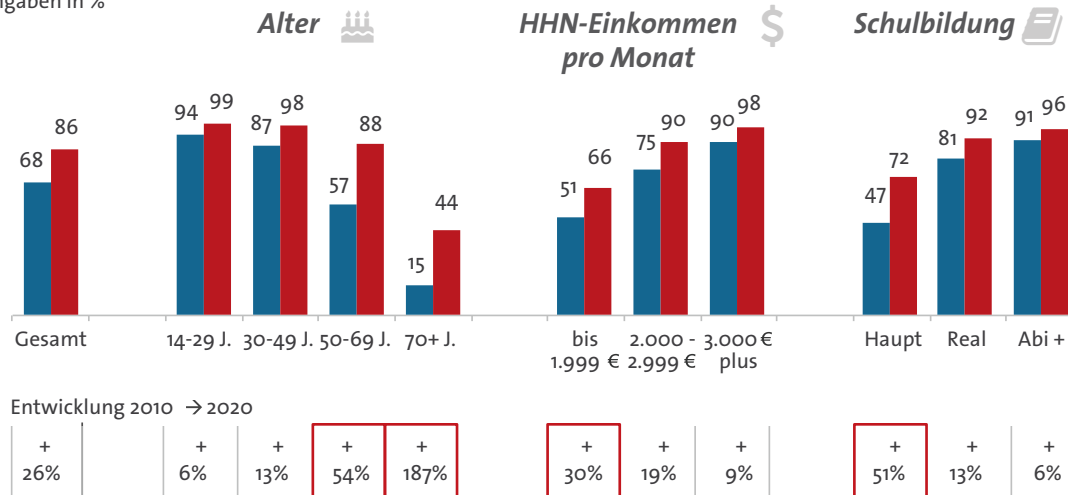


Internetzugang 2009 und 2019 im Detail

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2010 und 2020, FUR

■ Jan. 2010 ■ Jan. 2020

Angaben in %

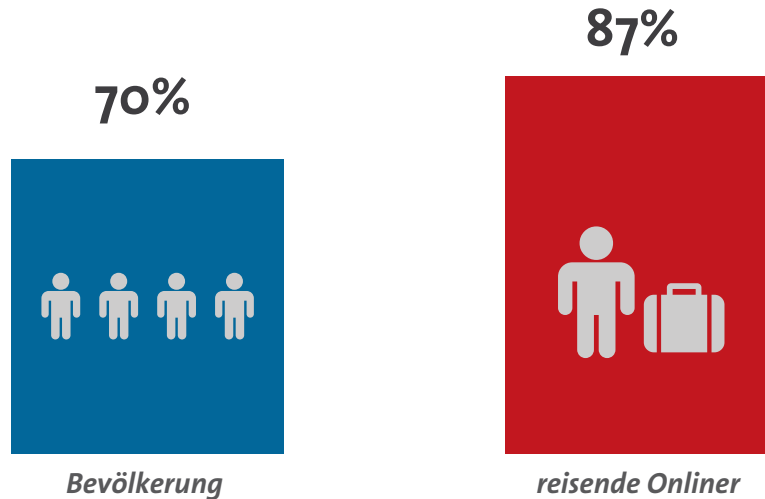


Alle Teilgruppen wachsen, die „Nachzügler“ am stärksten (ältere Menschen, Personen mit geringerem Einkommen, Personen mit geringerer Schulbildung).



Internetnutzung zur Information bei Urlaubsreisen

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2020, FUR



Das Internet gewinnt auch beim Thema Urlaubsreisen weiter an Bedeutung: Im Januar 2020 hatten sich bereits 70% der Bevölkerung schon einmal im Internet zum Thema Urlaubsreisen informiert. Schaut man nur auf die Internetnutzer, die auch verreist sind, dann steigt der Wert auf 87% an.

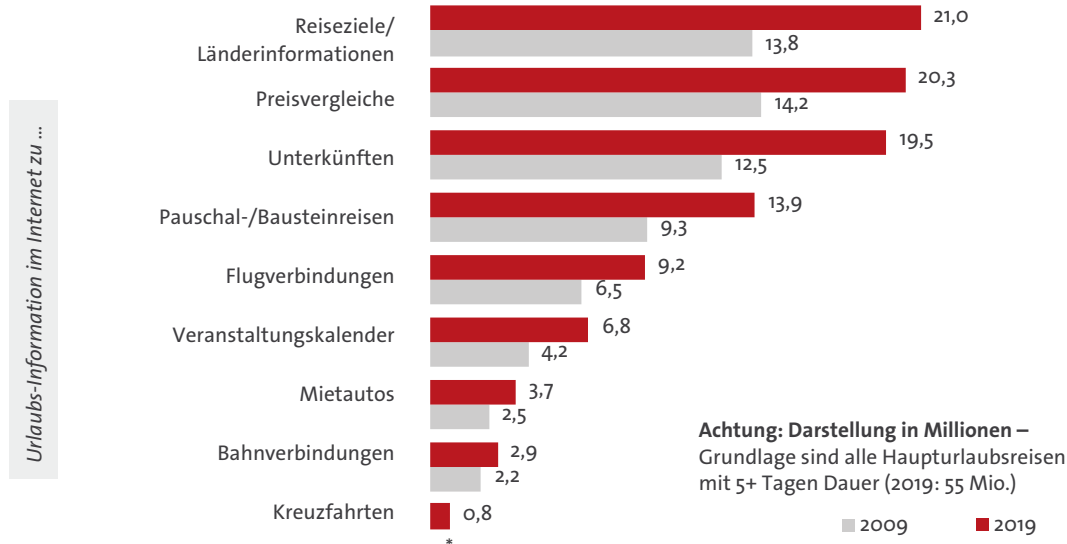
Das heißt also: Wer sowieso online ist und gern in den Urlaub fährt, nutzt das Internet auch für die Reiseplanung.



Gesuchte Inhalte bei der Urlaubsinformation im Internet

Basis: Haupturlaubsreisen (= wichtigste Urlaubsreise 5+ Tage eines Jahres) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, 2009 nur Deutsche

* Kreuzfahrten: keine Erhebung für 2009 " Quelle: Reiseanalyse 2010 und 2020, 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.



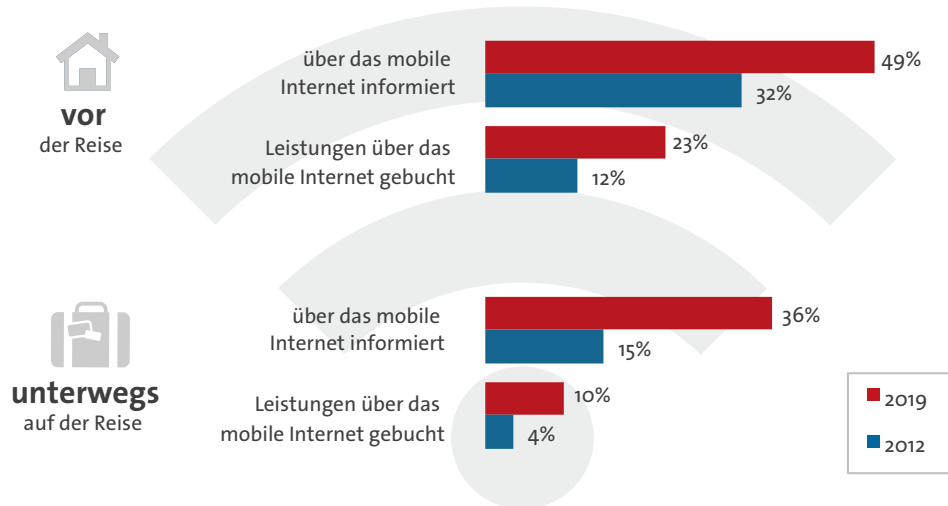
Eckdaten Online-Reisemarkt

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2019 und 2020, FUR

	2019	2020
Bevölkerung ab 14 Jahre	70,5 Mio.	70,6 Mio.
Hiervon:		
Deutsche Staatsbürger	63,4 Mio.	63,1 Mio.
Deutschsprachige Ausländer	7,1 Mio.	7,5 Mio.
Hiervon:		
Personen mit Internetzugang	59,0 Mio.	60,6 Mio.
Personen ohne Internetzugang	11,5 Mio.	10,0 Mio.
Reisende 2018 bzw. 2019	55,0 Mio.	55,2 Mio.
Hiervon:		
Reisende mit Internetzugang	49,1 Mio.	50,4 Mio.
Reisende ohne Internetzugang	5,9 Mio.	4,8 Mio.

Nutzung des mobilen Internets bei Reisen

Basis: Deutschsprachige Urlaubs- und Kurzurlaubsreisende, 14-75 Jahre, die das mobile Internet nutzen; 2012: 14-70 Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2013 und 2020, FUR



Die Nutzung des mobilen Internets wird immer wichtiger für die Reisebranche: Von den 47,0 Mio. Reisenden mit mobilem Internetzugang informieren sich rund die Hälfte bereits vor der Reise auch über das mobile Internet, unterwegs waren es 36%. Die Nutzung des mobilen Internets zur Buchung von Reiseleistungen ist im Vergleich zur Information noch nicht so stark ausgeprägt: 23% buchten vor der Reise eine Dienstleistung über das mobile Internet, 10% unterwegs.



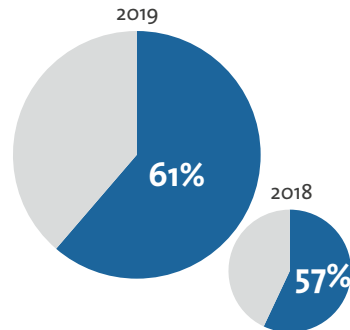
SONDERSTUDIE NACHHALTIGKEIT

- ♦ Auch für 2019 zeigt sich: Die Lücke zwischen nachhaltiger Einstellung und nachhaltigem Verhalten auf Urlaubsreisen ist sehr groß. Zwar hat eine Mehrheit von 61% der Urlauber eine positive Einstellung zu nachhaltigen Urlaubsreisen, aber nur sehr wenige verhalten sich im Urlaub besonders nachhaltig.
- ♦ Am Urlaubsort verhält man sich vor allem da nachhaltig, wo es einem leichtfällt, wo es gut zum Urlaub passt und wo man es aus dem Alltag so gewohnt ist.
- ♦ Thema Flugscham: Ein großer Teil der Flugreisenden berichtet, ein schlechtes Gewissen wegen der Klimabelastung zu haben. Nur 27% teilen dieses Gefühl nicht. Trotzdem ist der Anteil der Flugreisen mit 42 % aller Urlaubsreisen erneut auf Rekordniveau.

Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen 2018 und 2019

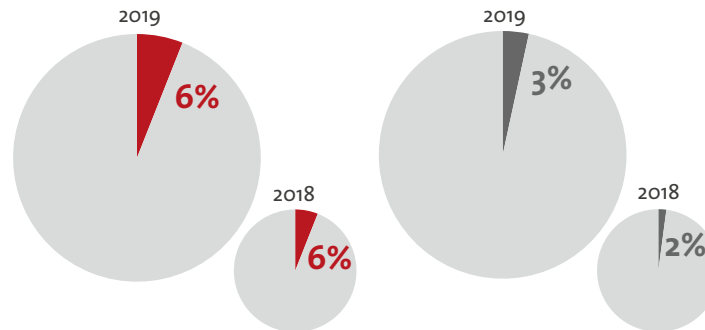
Basis: * Urlaubsreisende bzw. ** Urlaubsreisen (5+ Tage) in der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2020, FUR

EINSTELLUNG*



Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich, ressourcenschonend und/oder umweltfreundlich sein

VERHALTEN**



Nachhaltigkeitskennzeichnung der Unterkunft oder des Reiseveranstalters

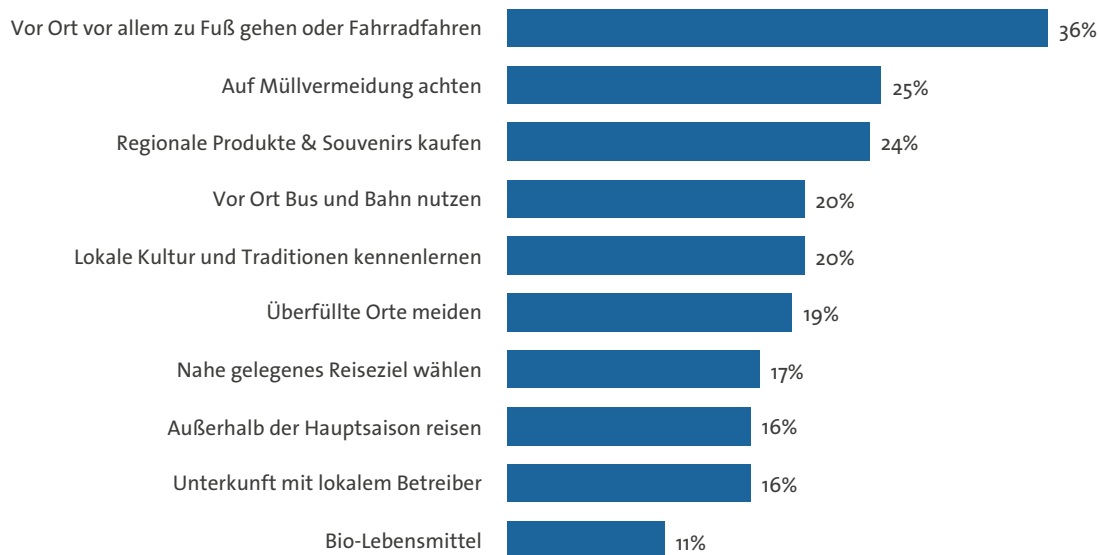
CO2-Kompensation für An-/Abreise oder Aufenthalt getätigt

Auch für 2019 zeigt sich: Die Lücke zwischen nachhaltiger Einstellung und nachhaltigem Verhalten auf Urlaubsreisen ist sehr groß. Zwar hat eine Mehrheit von 61% der Urlauber eine positive Einstellung zu nachhaltigen Urlaubsreisen, aber nur sehr wenige verhalten sich im Urlaub besonders nachhaltig, indem sie etwa zertifizierte Unterkünfte wählen oder ihren CO₂-Verbrauch kompensieren.



Nachhaltiges Verhalten am Urlaubsort 2019

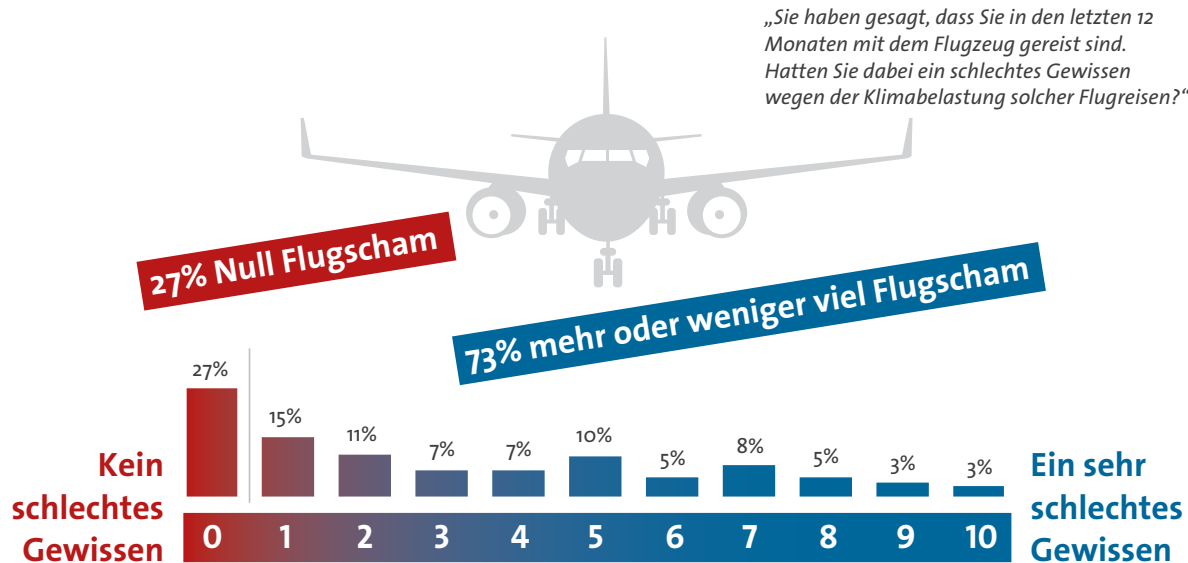
Basis: Haupturlaubsreisen 2019 (= wichtigste Reise 5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2020, FUR



Am Urlaubsort verhält man sich vor allem da nachhaltig, wo es einem leichtfällt, wo es gut zum Urlaub passt und wo man es aus dem Alltag so gewohnt ist.

Flugscham 2019

Basis: Flugreisende letzte 12 Monate bei Urlaubsreisen oder Kurzurlaubsreisen der deutschsprachigen Bevölkerung 14-75 Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2020, FUR



Ein großer Teil der Flugreisenden berichtet, ein schlechtes Gewissen wegen der Klimabelastung zu haben. Nur 27% teilen dieses Gefühl nicht. Trotzdem ist der Anteil der Flugreisen mit 42 % aller Urlaubsreisen erneut auf Rekordniveau.



BUCHUNGSVERHALTEN

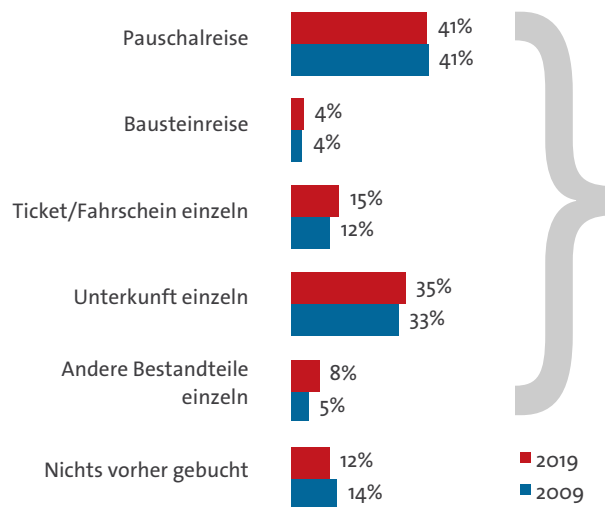
- ◆ Bei allen Urlaubsreisen ist die Pauschalreise weiterhin die wichtigste Organisationsform, vor Einzelbuchungen der Unterkunft. Gebucht werden die Pauschalreisen insbesondere analog.
- ◆ 2019 wurden noch mal mehr lange Urlaubsreisen als im vergangenen Jahr online gebucht (44%) als im persönlichen Gespräch (39%). Für den Gesamtmarkt ab einer Übernachtung liegt der Anteil der Onlinebuchungen bei allen vorab gebuchten Reisen bei 58%.
- ◆ Über digitale Kanäle, das heißt E-Mail Buchungen sowie Online-Buchungen, wurden im Jahre 67% aller vorab gebuchten Reisen ab einer Übernachtung gebucht. Bei den Kurzurlaubsreisen liegt der Anteil der digitalen Kanäle mit knapp 81% noch einmal höher.
- ◆ Die höchsten Anteile von Buchungen über digitale Kanäle haben Urlaubsreisen + 5 Tage in die Niederlande, nach Frankreich und Skandinavien.
- ◆ Urlaubsarten mit den höchsten Anteilen von Buchungen über digitale Kanäle sind Familien- und Aktivurlaube sowie Städtereisen. Gesundheitsurlaube und Kreuzfahrten haben aktuell noch vergleichsweise niedrige Onlinebuchungsanteile, konnten im digitalen Kanal aber stark zulegen.



Organisation von Urlaubsreisen 5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre; 2009: nur deutsche Staatsbürger; Mehrfachnennungen möglich

Quelle: Reiseanalyse 2010 und 2020, FUR



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

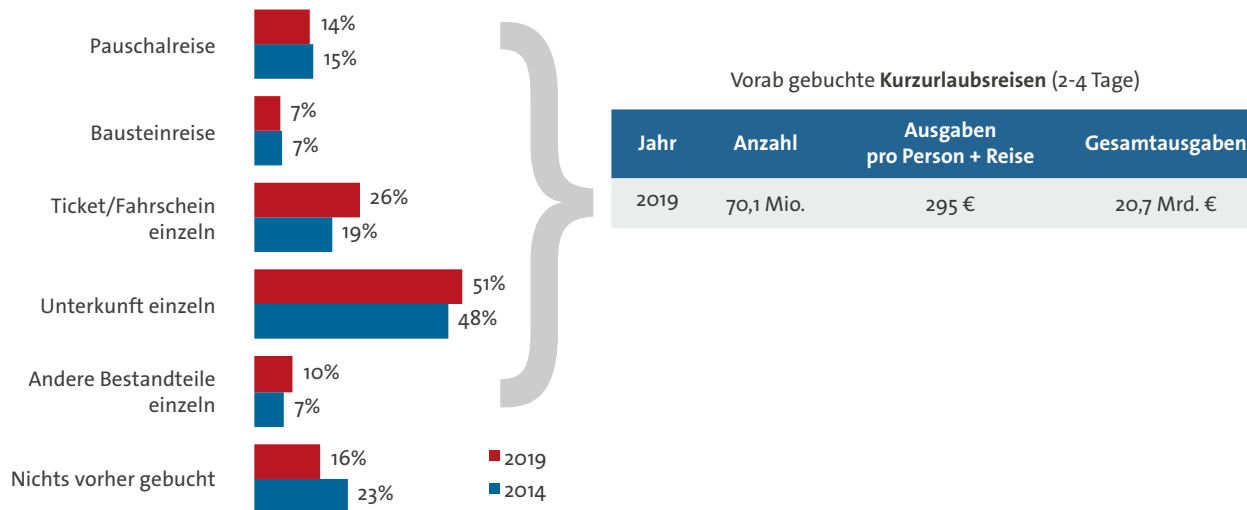
Jahr	Anzahl	Ausgaben pro Person + Reise	Gesamtausgaben
2019	62,6 Mio.	1.090 €	68,2 Mrd. €

Bei Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer ist die Pauschalreise die wichtigste Organisationsform, vor Einzelbuchungen der Unterkunft. Die Anzahl der vorab gebuchten Urlaubsreisen, bei denen mindestens eine Leistung vor Reisebeginn gebucht wurde, lag 2019 bei 62,6 Millionen.



Organisation von Kurzurlaubsreisen

Basis: Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14-75 Jahre; 2014: 14-70 Jahre; Mehrfachnennungen möglich · Quelle: Reiseanalyse 2015 und 2020, FUR

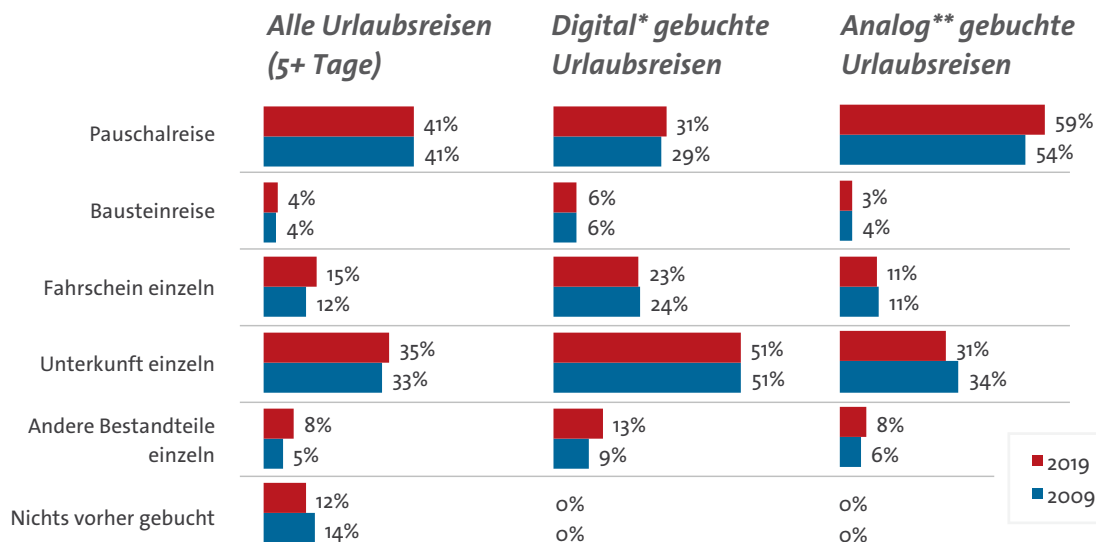


Bei allen Kurzurlaubsreisen sind Einzelbuchungen der Unterkunft die wichtigste Organisationsform, vor Einzelbuchungen von Fahrscheinen, beides mit positivem Trend. Die Anzahl der vorab gebuchten Kurzurlaubsreisen liegt aktuell bei 70,1 Mio.



Organisation von Urlaubsreisen 5+ Tage nach Buchungsweg

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre; 2009: nur deutsche Staatsbürger; *per Online-Buchung oder per E-Mail bzw. **im persönlichen Gespräch, per Telefon oder per Brief/Fax gebucht; Mehrfachnennungen möglich · Quelle: Reiseanalyse 2010 und 2020, FUR

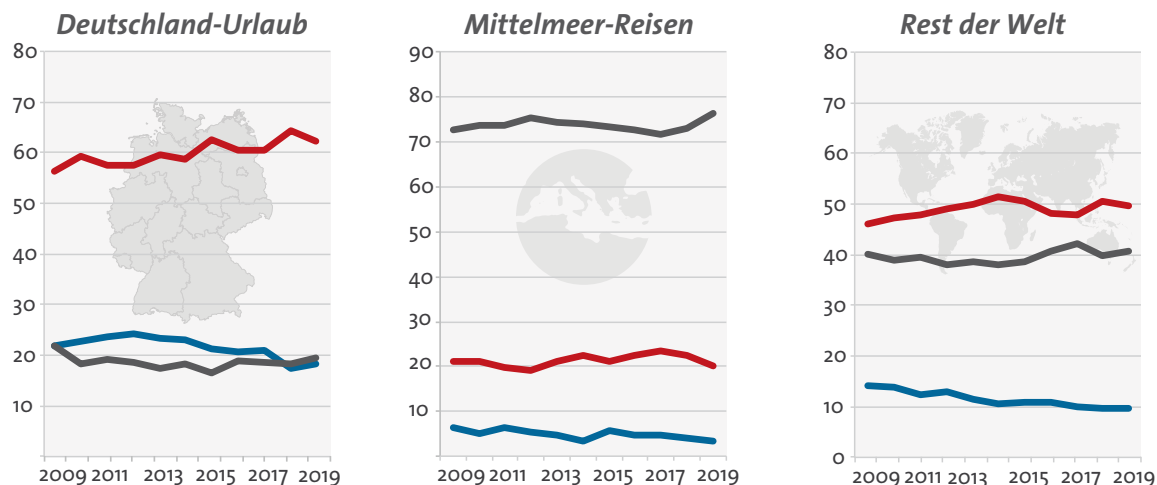


Bei allen Urlaubsreisen ist die Pauschalreise unverändert die wichtigste Organisationsform, vor Einzelbuchungen der Unterkunft. Bei den digital gebuchten Reisen zeigt sich der langfristige Strukturwandel der Urlaubsorganisation bereits: Hier dominieren Einzelbuchungen der Unterkunft deutlich vor der Pauschalreise. Bei den analog gebuchten Reisen dominiert klar die Pauschalreise.



Organisation der Reisen: Sehr stark abhängig vom Reiseziel

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschen Staatsbürger, 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2010 bis 2020, FUR



Angaben in % — Nur einzelne Leistungen gebucht — Pauschalreise oder Baustein-/Modulreise — Nichts vorher gebucht

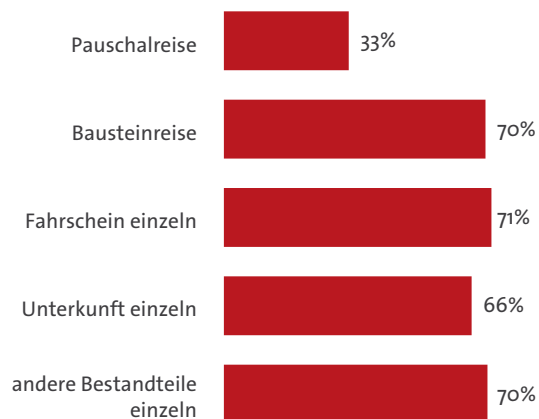
Inlandsurlaube werden überwiegend individuell organisiert und dabei vor allem Einzelleistungen vorab gebucht, aktuell mit einem Anteil von 62% an allen Urlaubsreisen. Bei Mittelmeer-Reisen dominieren klar die Pauschal- und Bausteinreisen mit einem Anteil von 76%. Bei Reisen in andere Ziele liegt der Anteil von Reisen mit Buchung von Einzelleistungen mit 50% etwas über den Pauschal- & Bausteinreisen (41%).



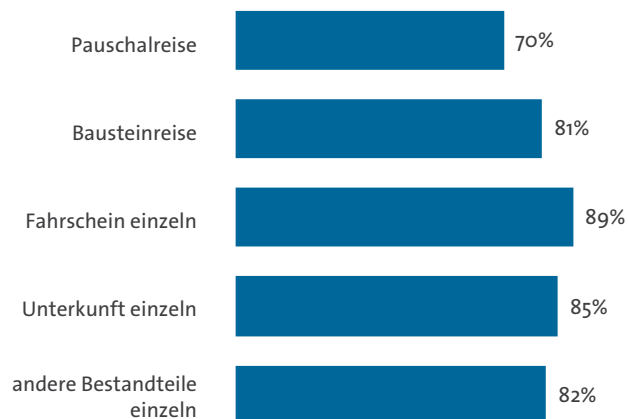
Anteil der Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseorganisation

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils und Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14-75 Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils · Quelle: Reiseanalyse 2020, FUR

Urlaubsreisen, ab 5+ Tage Dauer



Kurzurlaubsreisen, 2-4 Tage Dauer



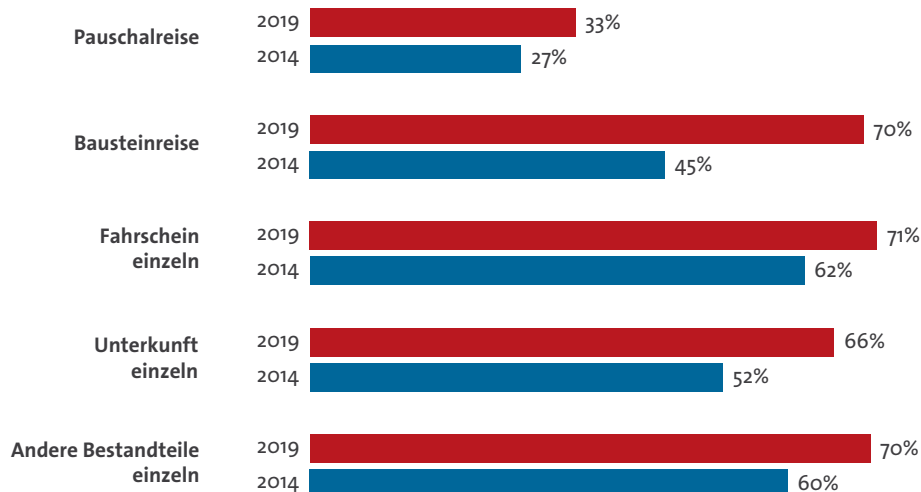
Bei den Kurzurlaubsreisen liegt der Anteil der Buchungen über digitale Kanäle in allen Organisationsformen über den Werten bei den langen Urlaubsreisen. Am größten ist der Unterschied bei den Pauschalreisen: Bei den langen Urlaubsreisen wurde ein Drittel der Pauschalreisen digital gebucht; bei den Kurzurlaubsreisen ist der Anteil mit 70% mehr als doppelt so hoch.



Anteile der Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseorganisation

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

Quelle: Reiseanalyse 2015 und 2020, FUR

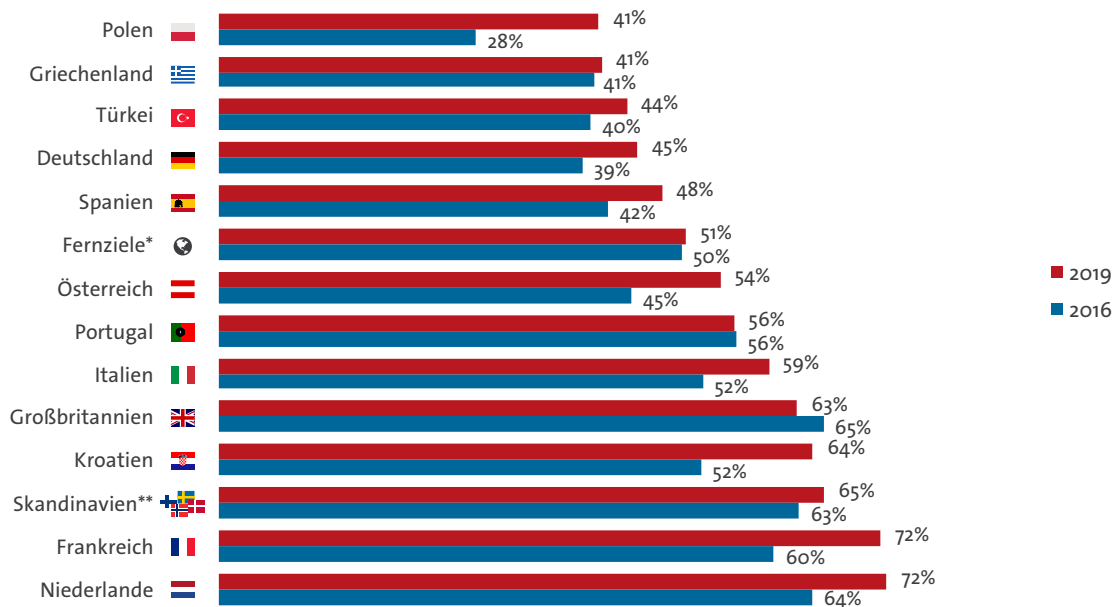


Der Anteil der Onlinebuchungen ist in allen Organisationsformen deutlich gestiegen. Am höchsten sind die Werte bei der Bausteinreise sowie der Einzelbuchung von „anderen“ Leistungen (z.B. Mietwagen).



Anteil der Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseziel

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, in die jeweilige Destination, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; *Reiseziele außerhalb Europas & des Mittelmeerraums; **Skandinavien = Dänemark, Norwegen, Schweden, Finnland · Quelle: Reiseanalyse 2017, 2020, FUR



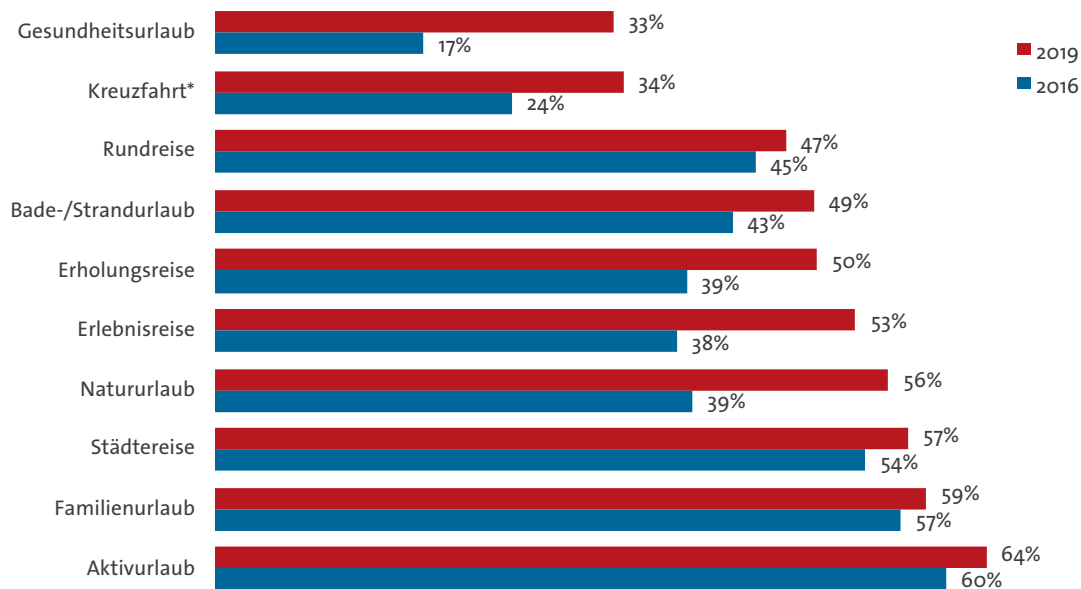
Schaut man auf wichtige Reiseziele der Deutschen, findet man die höchsten Anteile von Buchungen über digitale Kanäle bei Urlaubsreisen in die Niederlande, nach Frankreich und nach Skandinavien. Reisen nach Griechenland, Polen und in die Türkei haben die niedrigsten Anteile von Buchungen über digitale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



Anteile der Buchungen über digitale Kanäle nach Urlaubsort

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

*Unterkunft: Kreuzfahrtschiff auf See · Quelle: Reiseanalyse 2017 und 2020, FUR



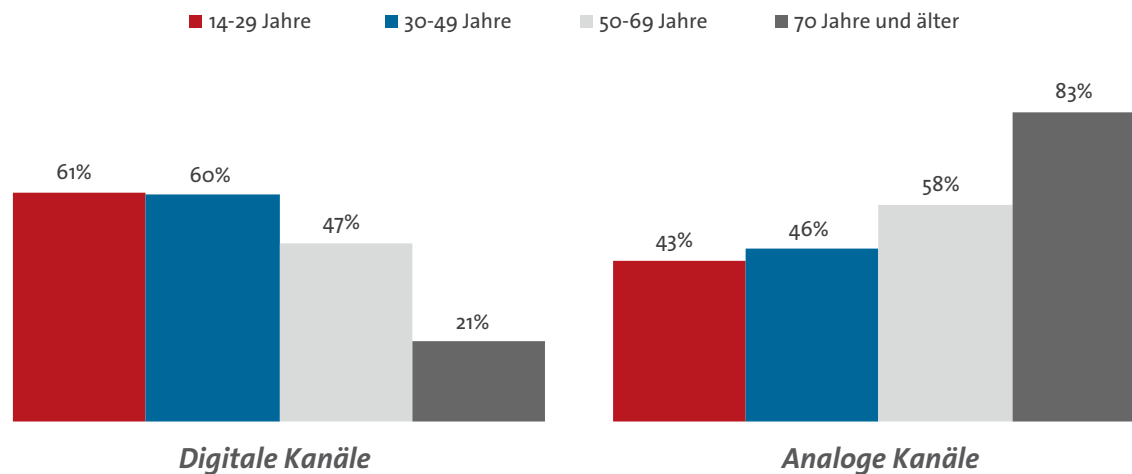
Schaut man auf wichtige Urlaubsorten der Deutschen, findet man die höchsten Anteile von Buchungen über digitale Kanäle bei Aktiv- und Familienurlaubs und Städtereisen. Gesundheitsurlaube und Kreuzfahrten haben aktuell noch vergleichsweise niedrige Onlinebuchungsanteile.



Alter und Buchungskanäle 2019 bei Urlaubsreisen 5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; Mehrfachnennungen möglich

Quelle: Reiseanalyse 2017 und 2020, FUR

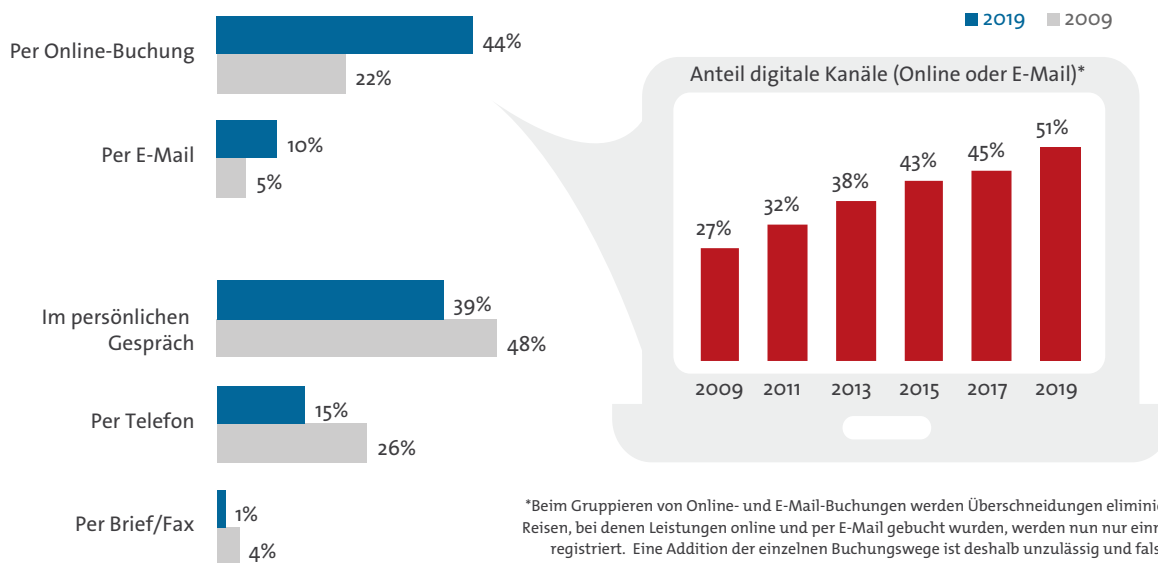


Die Buchungskanäle sind stark altersabhängig. Die aktuelle Verteilung legt nahe, dass die digitalen Buchungskanäle auch in Zukunft zunehmen werden.



Buchungswege von Urlaubsreisen 5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; 2009: nur deutsche Staatsbürger;
Mehrfachnennungen möglich · Quelle: Reiseanalyse 2010 und 2020, FUR

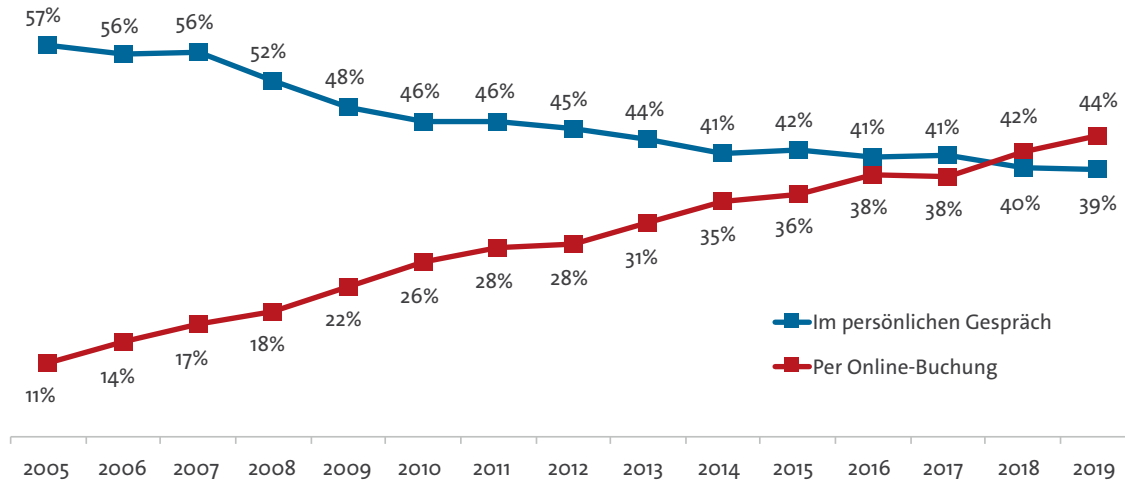


2019 wurden erneut mehr Urlaubsreisen per Online-Buchung gebucht als im persönlichen Gespräch. Diese Feststellung bekräftigt den langfristigen, durch die Digitalisierung getriebenen Strukturwandel bei der Urlaubsbuchung. Es ist davon auszugehen, dass der Anteil der Online-Buchungen in den kommenden Jahren weiter ansteigen wird.



Langfristige Entwicklung der Buchungswege von Urlaubsreisen 5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; bis 2009: nur deutsche Staatsbürger;
Mehrfachnennungen möglich · Quelle: Reiseanalyse 2010 bis 2020, FUR



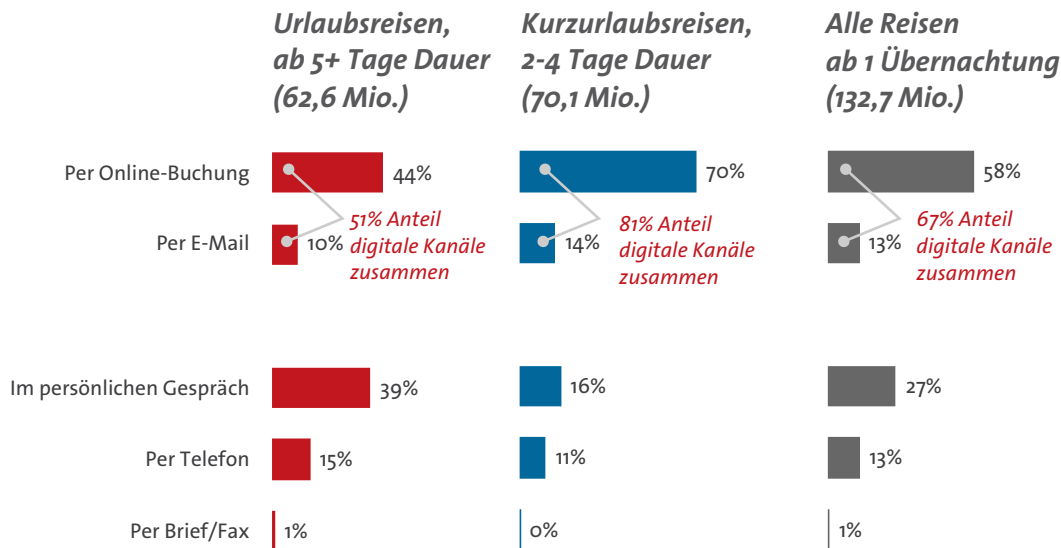
2018 wurden erstmals mehr Urlaubsreisen (5+ Tage) per Online-Buchung gebucht als im persönlichen Gespräch.

2019 konnten die Online-Buchungen weiter zulegen und sich nun deutlich vor den Buchungen im persönlichen Gespräch absetzen.



Alle Urlaubsreisen 2019 ab einer Übernachtung: Buchungswege

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils und Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14-75 Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; Mehrfachnennungen möglich · Quelle: Reiseanalyse 2020, FUR



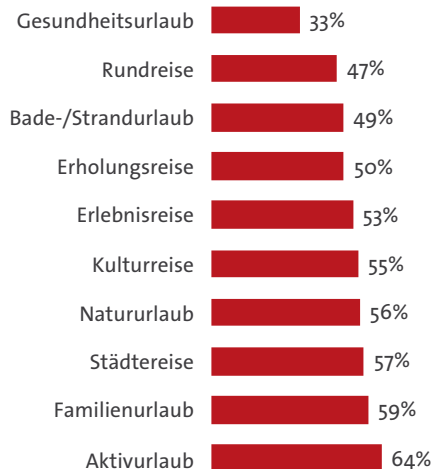
Der vergleichende Blick auf die Buchungswege der Kurzurlaubsreisen 2019 zeigt, dass die digitalen Kanäle hier bereits dominieren. Für den Gesamtmarkt ab einer Übernachtung liegt der Anteil der Onlinebuchungen bei allen vorab gebuchten Reisen bei 58%, per E-Mail gebuchte Reisen bei 13%. Insgesamt wurde im letzten Jahr bei 2 von 3 Reisen zumindest ein Reisebestandteil online gebucht.



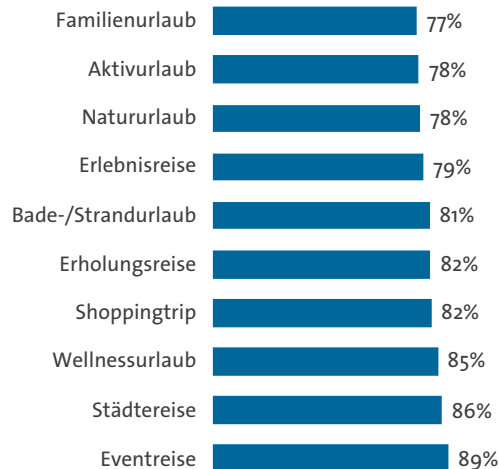
Vergleich lange Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen: Anteil digitale Kanäle nach Urlaubsart

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils und Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14-75 Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils · Quelle: Reiseanalyse 2020, FUR

Urlaubsreisen, ab 5+ Tage Dauer



Kurzurlaubsreisen, 2-4 Tage Dauer



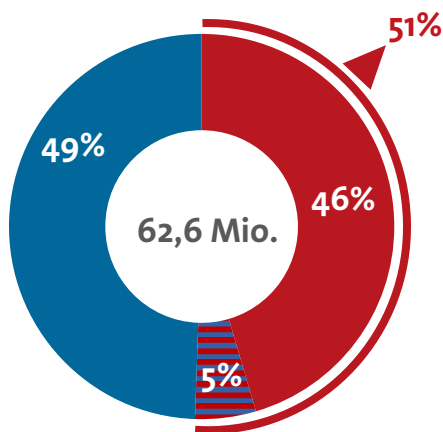
Bei den Kurzurlaubsreisen liegt der Anteil der Onlinebuchungen bei allen Urlaubsarten über den Werten bei den langen Urlaubsreisen. Sehr hohe Werte von Onlinebuchungen findet man bei langen und kurzen Urlaubsreisen im Boomsegment der Städtereisen.



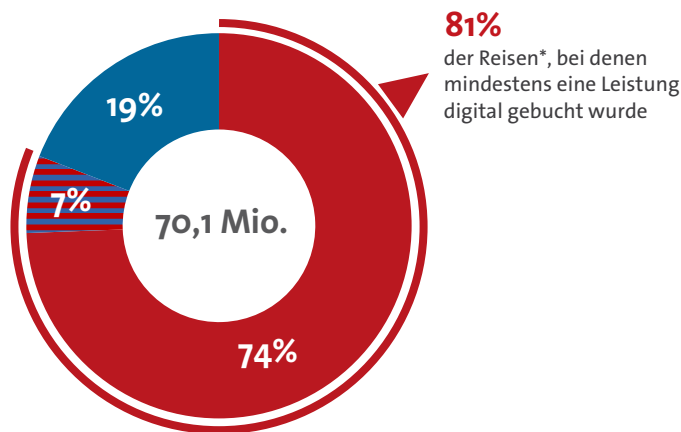
Digital- und analog gebuchte Reisen 2019

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils und Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14-75 Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils • Quelle: Reiseanalyse 2020, FUR

Urlaubsreisen 5+ Tage



Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage



■ ausschließlich analog ■ ausschließlich digital (Online- und E-Mail-Buchungen) ■ beides

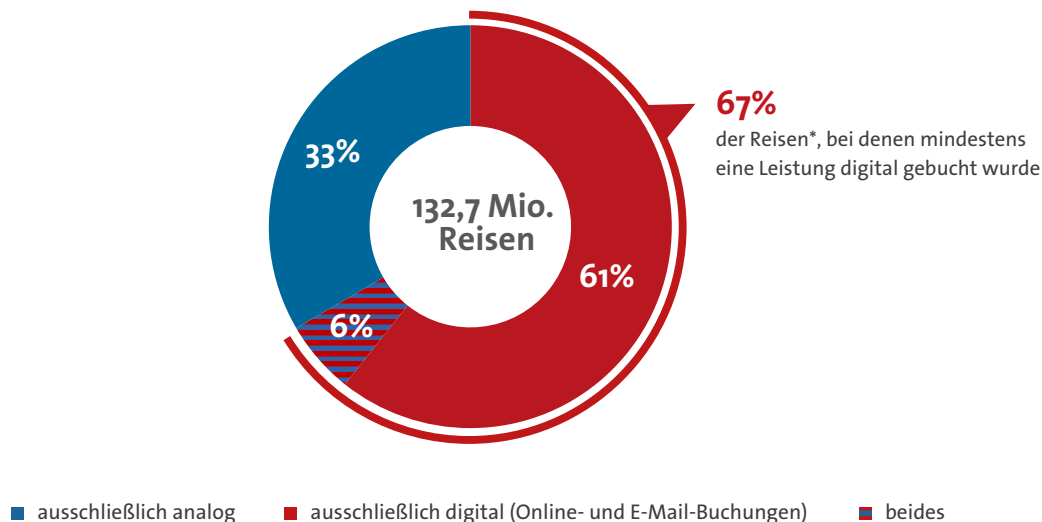
Bei 51% der 62,6 Mio. vorab gebuchten Urlaubsreisen (5+ Tage Dauer) wurde mindestens eine Leistung über digitale Kanäle gebucht, dabei wurden 46% ausschließlich digital gebucht, bei 5% wurde digital und analog gebucht. Bei 81% der 70,1 Mio. vorab gebuchten Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage Dauer) wurde mindestens eine Leistung über digitale Kanäle gebucht, dabei wurden 74% ausschließlich digital gebucht, bei 7% wurde digital und analog gebucht.



Digital- und analog gebuchte Urlaubsreisen 2019 ab einer Übernachtung

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

Quelle: Reiseanalyse 2020, FUR



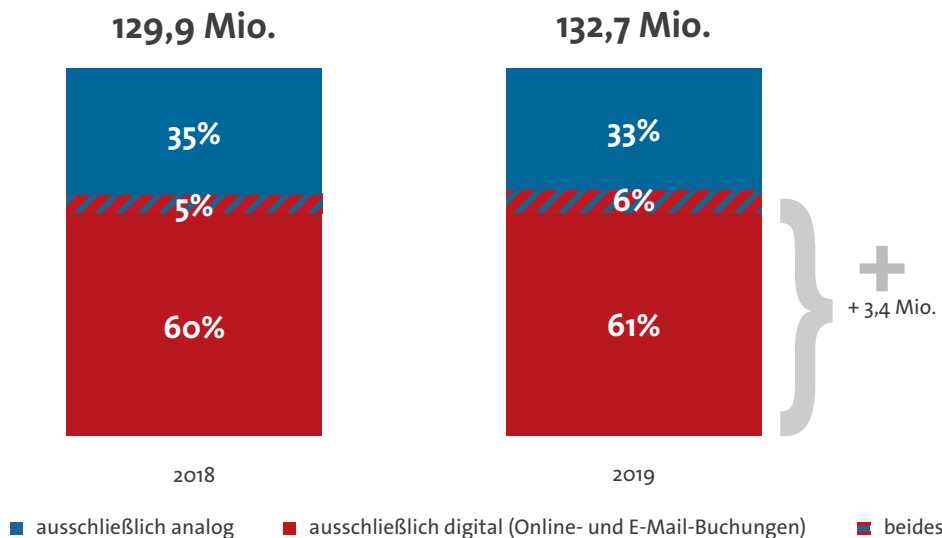
Der Gesamtmarkt von 132,7 Mio. vorab gebuchten Reisen ab einer Übernachtung teilt sich auf in 61%, bei denen ausschließlich über digitale Kanäle gebucht wurde, 33% bei denen ausschließlich analog gebucht wurde und 6% bei denen digitale und analoge Kanäle zur Buchung genutzt wurden.



Digital- und analog gebuchte Urlaubsreisen ab einer Übernachtung

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

Quelle: Reiseanalyse 2019 bis 2020, FUR



Der Gesamtmarkt von kurzen und langen Urlaubsreisen ab einer Übernachtung mit Vorabbuchungen wuchs von 129,9 Mio. im Jahr 2018 auf 132,7 Mio. im Jahr 2019. Das Volumen aller digital gebuchten Reisen stieg gegenüber dem Vorjahr absolut um 3,4 Mio. Die Anzahl der ausschließlich digital gebuchten Reisen stieg um 2,1 Mio.



GASTBEITRAG „MINDESTLOHN“ STR



Länder mit höherem Mindestlohn erweisen sich als effizienter

Von Lucie Geffroy, Junior Analyst bei STR, und Claudia Salvador, Analytics Manager bei STR

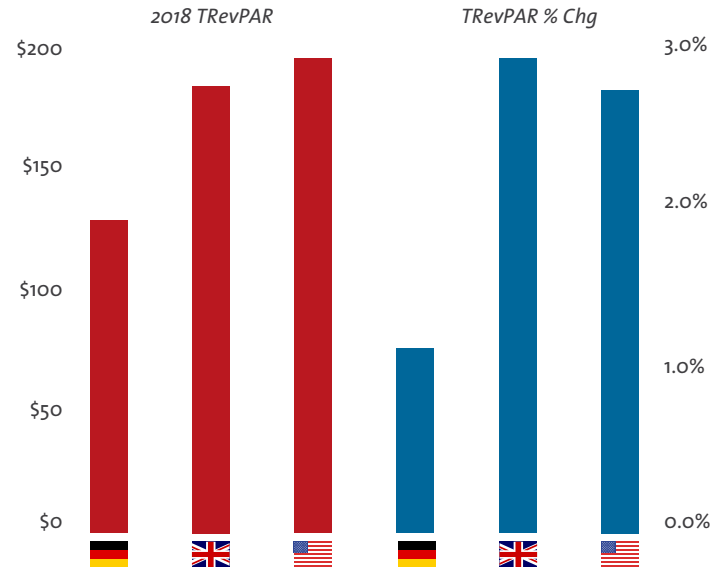
Die Lohnkosten zählen nicht nur zu den höchsten Ausgaben für Hotels, sondern auch zu den am häufigsten diskutierten Themen des Gastgewerbes. So hat die 2018 von STR ausgewertete konstante Stichprobe für weltweite Daten ergeben, dass sich diese im Schnitt auf 31 % des Gesamtumsatzes oder 49 % der Gesamtkosten belaufen.

In den vergangenen Jahren hatten Hotelbetreiber bei der Einstellung und Bindung gut ausgebildeter Mitarbeiter mit zunehmendem Gegenwind zu kämpfen, insbesondere im operativen Bereich. Sinkende Arbeitslosenzahlen, Gesetze zur Erhöhung des Mindestlohns, Arbeitnehmer, die das Gastgewerbe verlassen, um einer weniger herausfordernden Beschäftigung in anderen Branchen nachzugehen sowie strengere Einwanderungsgesetze, welche den Pool möglicher Arbeitskräfte deutlich einschränken, sind nur einige Gründe für diese schwierige Situation.

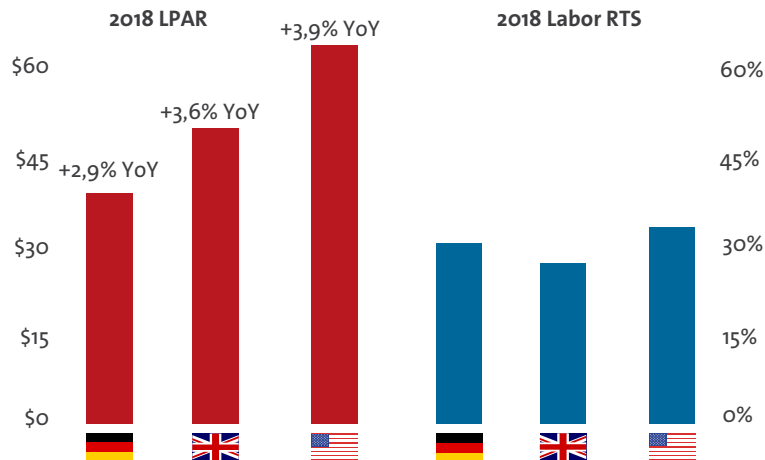
Dieser Arbeitskräftemangel trägt zudem zu steigenden Kosten für Mitarbeiterbindung und Personalbeschaffung bei. So sind heutzutage konkurrenzfähigere Gehälter und Zusatzleistungen gefragt, um die fähigsten Mitarbeiter für sich zu gewinnen. Dazu kommt, dass der Mindestlohn angehoben wurde und somit ebenfalls zu einem nicht unerheblichen Kostenfaktor geworden ist.

Auswirkungen der Arbeitskosten in den USA, Deutschland und dem Vereinigten Königreich

Die 2018 im Rahmen des P&L-Programms von STR erfassten Hoteldaten sowie die makroökonomischen Daten von Oxford Economics ergaben einen Wachstumsrückgang des Gesamtumsatzes pro verfügbarem Zimmer (TRevPAR) im Vergleich zu den vorhergehenden Jahren. Das stärkste Wachstum verzeichneten Hotels im Vereinigten Königreich mit 2,9 %, gefolgt von den USA (+2,7 %) und Deutschland (+1,1 %). Schaut man sich jedoch absolute Zahlen an, zeigt sich, dass sowohl die USA als auch das Vereinigte Königreich weiterhin einen starken TRevPAR von 193,86 bzw. 182,73 USD verzeichneten. Deutschland liegt hingegen mit einem TRevPAR von 127,77 weit abgeschlagen dahinter.



Ein ähnlicher Trend ist bei den Lohnkosten pro verfügbarem Zimmer (LPAR) zu beobachten. Den höchsten Absolutwert verzeichnen die USA, gefolgt vom Vereinigten Königreich und Deutschland. Betrachtet man dieses Ergebnis im Verhältnis zum Absatz, wirkt die Performance ausgeglichener. In den USA belaufen sich die Arbeitskosten auf 33,1 % des Gesamtumsatzes, während sie in Deutschland 30,7 % und im Vereinigten Königreich 27,4 % betragen.



Diesen Anteilen steht ein weltweiter Durchschnitt von 31 % gegenüber, wenngleich dieser damit geringer ausfällt als in Ländern wie Frankreich (38,4 %). Schaut man sich die prozentualen Veränderungen an, zeigt sich, dass die Arbeitskosten stärker gestiegen sind als der Gesamtumsatz.

Investitionen in Mitarbeiter können für die Branche Positives bewirken

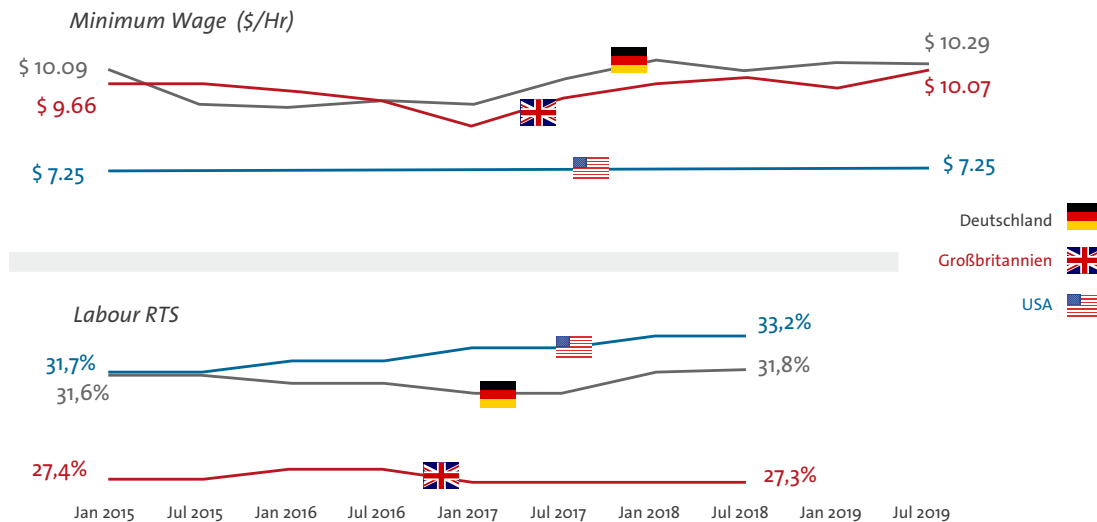
Zwischen Mindestlohn und dem Verhältnis der Arbeitskosten zum Umsatz zeigt sich ein interessanter Zusammenhang. Länder mit ei-

nem höheren Mindestlohn verzeichnen offenbar eine geringere Arbeitskosten-Umsatz-Rate. Dies bedeutet jedoch nicht, dass zwischen den Kennzahlen ein Zusammenhang besteht. Allerdings leisten Arbeitnehmer effizientere Arbeit, wenn sie das Gefühl haben, fair entlohnt zu werden.

Hierzu ist anzumerken, dass in den USA Maßnahmen ergriffen wurden, um den im Gastgewerbe üblichen Mindestlohn anzuheben. So bezahlen einige Bundesstaaten beispielsweise zusätzlich zum landesweit üblichen Mindestlohn eine Prämie, und die Anzahl der Bundesstaaten, die im Gastgewerbe solche Erhöhungen durchsetzen, steigt kontinuierlich an. Darüber hinaus wirken sich von Gewerkschaften ergriffene Maßnahmen, wie etwa Streiks, landesweit direkt auf die Arbeitskosten aus, wie sich vor kurzem gezeigt hat. Dies könnte teilweise erklären, warum in den USA eine höhere Arbeitskosten-Umsatz-Rate herrscht.

Mitunter ist es schwierig, die optimale Balance zwischen Rentabilität und Konkurrenzfähigkeit in Bezug auf Beschäftigung zu finden. Die Zahlen zeigen, dass Hotels letztlich mit einer gesteigerten Mitarbeiter-Performance belohnt werden, wenn sie umfassender in Arbeitskosten investieren, wie es die geringere Arbeitskosten-Umsatz-Rate und die höheren TRRevPAR-Zahlen belegen. Zudem könnten sie von geringeren Personalbeschaffungskosten sowie Schulungskosten für neue Mitarbeiter profitieren.

Minimum Wage vs Labour RTS







VIR MITGLIEDER



Die Expedia Group ist ein weltweit führendes Online-Reiseunternehmen mit einem beachtlichen Portfolio an Reisemarken, das Expedia®, Hotels.com®, trivago®, HomeAway®, und Egencia® u.v.m. umfasst. Mit mehr als 1.4 Millionen Unterkünften, über 500 Fluggesellschaften, einer Auswahl an Mietwagen und mehr als 35.000 Aktivitäten bietet die Expedia Group Reisenden eine große Auswahl an Reiseoptionen.



www.expediagroup.com



Active since early 2000 Elmar Travel Group is the leading online travel agent for holiday packages in the Benelux offering over 10,000 holiday packages to 50 countries in categories as sun, city, car, winter and long-haul with the brand VakantieDiscounter. As of 2020 Elmar Travel Group is aiming to launch in Germany operating under the name Feriendiscounter broadening its footprint. The Elmar Travel Group operates from its head office in Amsterdam.



www.vakantiediscounter.nl



Die differenzierten Geschäftsmodelle der Invia Group ermöglichen passgenaue Produkte für ihre Kunden: Vom Verkauf kompletter Urlaubspakete durch ab-in-den-urlaub.de bis zur schnellen und einfachen Buchung von Flügen und Hotelzimmern auf fluege.de und hotelreservierung.de. Diese Vielfalt zählt sich aus und macht Invia zu einem der führenden Online-Anbieter im Bereich Pauschalreise- und Flugticket-Vermittlung.



www.invia.com



Das Buchungs- und Bewertungsportal HolidayCheck verfügt über mehr als 9,9 Millionen Hotelbewertungen, ein eigenes TÜV-zertifiziertes Online-Reisebüro mit rund 220 Reiseexperten, Angebote von mehr als 100 Reiseveranstaltern und touristischen Anbietern sowie eine sehr aktive Community im Reiseforum. So ermöglicht es HolidayCheck Urlaubern, die passende Reise zu buchen.



HRS ist der ideale Begleiter für die Geschäftsreise und zählt in Europa zu den Top-Hotelportalen. Geschäftsreisende profitieren von einer einfachen und effizienten Hotelbuchung und innovativen Lösungen für 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 mehr als 35 Büros.



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.

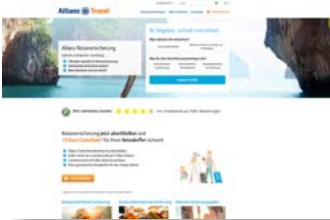




weg.de ist eines der bekanntesten Reiseportale Deutschlands und bietet seinen Kunden das gesamte Reiseportfolio an. weg.de wurde im März 2005 in München gegründet und ist eine Marke der COMVEL GmbH, die seit 2018 neben lastminute.de, lastminute.com, Bravofly, Rumbo, Volagratis und Jetcost Teil der Im group ist, die wiederum eines der führenden Unternehmen der Online-Reisebranche in Europa ist.

weg.de

www.weg.de



Allianz Travel ist die Reiseversicherungs-Marke von Allianz Partners mit Firmensitz in Frankreich, Saint Ouen. Als B2B2C-Marktführer im Bereich Assistance und Versicherungsleistungen ist Allianz Partners weltweiter Spezialist für folgende Bereiche: Reise, Auto und Mobilität, Gesundheit und Rehabilitationsmanagement, Wohnen und Gebäude sowie Appliance Protection.

Allianz Travel

www.allianz-reiseversicherung.de



Berge & Meer wurde 1978 in Rengsdorf im Westerwald gegründet. Viele Millionen Kunden haben seitdem ihren Urlaub mit Deutschlands führendem Reise-Direktanbieter verbracht. Heute bietet der Experte für Rund-, Erlebnisreisen und Kreuzfahrten mehr als 1.500 Reisen in über 140 Länder an. Kataloge und Website informieren über das Angebot, das online und telefonisch über das hauseigene Call Center buchbar ist.

berge & meer

www.bergeundmeer.de



Der Bereich „digitaler Vertrieb und Marketing“ verantwortet die online und mobil verfügbaren Vertriebskanäle bahn.de und die App DB Navigator. Im Fokus steht vor allem der Ausbau der digitalen Vertriebskanäle für Bahnkernleistungen und Mobilitätsbausteine. Hierzu gehören auch das Content-Management auf bahn.de sowie digitales Marketing und die Social Media-Kanäle des DB Personenverkehrs.



www.bahn.de



Die DER Touristik Group besteht aus einem Expertennetz, das in 16 europäischen Ländern aktiv ist. 9,9 Mio. Gäste verreisen jährlich mit der DER Touristik Group in 179 Länder. Der Umsatz beträgt 6,7 Mrd. Euro (2018) und die Gruppe beschäftigt 10.500 Mitarbeiter. Mit 17 Veranstaltern und über 30 Reise-spezialisten sowie rund 2.800 Reisebüros in Europa ist die Unternehmensgruppe breit aufgestellt.

DER
Touristik

www.dertouristik.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



Seit Mai 2019 firmiert die ERV (Europäische Reiseversicherung) als ERGO Reiseversicherung. Sie überzeugt durch eine hohe Kundenorientierung sowie ihren Qualitätsanspruch und Service. Als einer der führenden Reiseversicherer weltweit ist sie in über 20 Ländern vertreten. Ihr internationales Netzwerk sorgt dafür, dass Kunden vor, während und nach der Reise optimal betreut werden.

ERGO
Reiseversicherung

www.reiseversicherung.de



Die Europ Assistance wurde 1963 als weltweit erste Notfallorganisation gegründet. Als 100%-iges Tochterunternehmen der GENERALI-Gruppe unterhalten wir ein weltweit operierendes Netzwerk, um Urlaubs- und Geschäftsreisenden in Krisensituationen zu helfen. National wie international agierenden Online-Reiseunternehmen werden maßgeschneiderte Reiseversicherungslösungen und ausgereifte Buchungstechnologien angeboten.



www.europ-assistance.de



Evaneos ist der führende Online-Marktplatz für Individualreisen weltweit und gilt als Pionier einer neuen Art der Reiseplanung: personalisiert, authentisch und nachhaltig. Reisende planen in direktem Kontakt mit lokalen deutschsprachigen Experten 100% maßgeschneiderte Reisen. Zur Community zählen 2.000 lokale Experten in 160 Reisezielen und über 500.000 Reisende.



www.evaneos.de



For You Travel ist ein Reiseveranstalter mit Spezialisierung in 72 Urlaubsdestinationen rund um das Mittelmeer und den 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“, Klasse statt Masse. Zur Grundlage hierzu gehören eine einzigartige Leistungsträgerauslese und ein qualitativ ausgewähltes Destinationsmanagement.



www.foryoutravel.de



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 in Teilen Osteuropas. FTI Touristik ist Teil der FTI GROUP, die an vierter Stelle der Reiseveranstalter Europas steht und weltweit über 12.000 Mitarbeiter beschäftigt.



www.fti.de



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.

GROUPON

www.groupon.de/getaways



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 der Website erreicht die Hamburg Tourismus GmbH jährlich mehr als 15 Mio. Besucher. Ergänzt wird das Informationsangebot um die Hamburg Tourismus App.



www.hamburg-tourism.de



Die HanseMerkur Reiseversicherung AG ist einer der marktführenden deutschen Reiseversicherer mit einer Erfahrung von mehr als 40 Jahren. Getreu dem Motto „Hand in Hand ist HanseMerkur“ werden den Partnern leistungsstarke Produkte und eine kompetente Partnerbetreuung geboten. Als Qualitätsanbieter zeichnet sich das Unternehmen durch Partnerschaften mit z.B. FTI, Reiseland, AIDA oder Eurowings aus.



LEGOLAND® Holidays (LLH) ist der eigene Reiseveranstalter der LEGOLAND® Deutschland Freizeitpark GmbH und hat wie der Park seinen Sitz in Günzburg. Mit einem Online-Anteil von ca. 95 Prozent an den Gesamtbuchungen hat LLH einen starken Fokus auf dem 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.



schauinsland-reisen ist ein mittelständischer, konzernunabhängiger Reiseveranstalter und steht mittlerweile auf Platz fünf der deutschen Flugreiseveranstalter. Bei einem Jahresumsatz von 1,37 Milliarden Euro reisten im Touristikjahr 2018/19 insgesamt 1,64 Millionen Teilnehmer mit dem in Duisburg ansässigen Unternehmen in den Urlaub.





Seit mehr als 28 Jahren bieten die Car Rental Experts nicht nur ein richtig gutes Produkt und perfekten Service, sondern ebenso die ideale technische Umsetzung für den Verkauf. Die Rundum-Sorglos-Mietwagenpakete von Sunnycars sind in über 120 Urlaubszielen weltweit buchbar. Autobooker.com ist der Mietwagen-Metasearcher für den touristischen B2B-Vertrieb.



www.sunnycars.de



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.



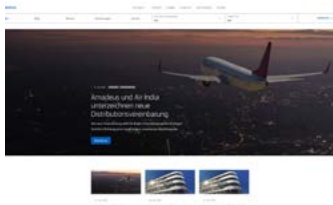
www.tui.com



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.



Die AERTiCKET-Gruppe versorgt Reisebüros, Reiseveranstalter und Internetportale mit Flugtickets von 170 Airlines zu optimalen Preisen. Die Gruppe ist führend in der Entwicklung innovativer Produkte, erklärtes Ziel sind Technologien für die Zukunft der Reisebranche. AERTiCKET bietet den kompletten Service: Fulfilment für Portale, Servicehotlines für Reisebüros, Flugtariferfassung für Airlines.



Reisen ermöglicht Fortschritt. Amadeus ermöglicht Reisen. Dank der Lösungen von Amadeus finden Reisende genau das, was sie suchen – ob über Reisebüros, Suchmaschinen, Reiseveranstalter, Fluggesellschaften, Hotels, Mietwagenfirmen und Bahngesellschaften oder an Flughäfen. Jedes Jahr trägt Amadeus dazu bei, mehr als 1,6 Milliarden Menschen mit Reiseanbietern in über 190 Ländern zusammenzubringen.





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 sie 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.de



Über 30 Jahre Erfahrung, 6.000 Kunden. myJACK: Reisebürosoftware mit Front-, Mid-, Back-Office. DaVinci: Reiseveranstaltersoftware, durchgängige Darstellung der Geschäftsprozesse. Mit OTDS Player/dyn. Produktion. OTDS Player: Vertrieb und Produktion. Dynamische Paketierung interner mit externen Leistungen. flexStore: EchtzeitDynamic Packaging. Sofort buchbare Reiseangebote in allen Systemen.

BEWOTEC

www.bewotec.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.

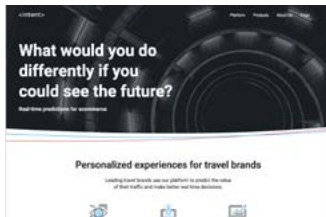
BPCS

www.bpcs-consult.de



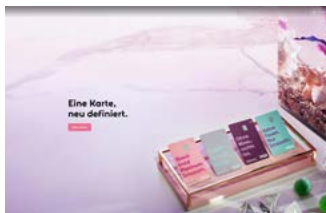
GIATA ist weltweiter Marktführer für touristischen Content. Mit über 79 Millionen Matchings bei 338 Suppliern für über 1.099.000 unique Objekte hat GIATA die weltgrößte Matchingdatenbank mit über 21.500 Kunden in 74 Ländern. GIATA liefert außerdem standardisierte Texte zu mehr als 337.000 Hotels in 24 Sprachen.

G|I|A|T|A
www.giata.de



Intent 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.

<intent>
www.intent.com



Klarna ist einer der führenden Zahlungsanbieter in Europa und eine lizenzierte Bank, die das Bezahlerlebnis revolutionieren will. Sie gibt Kunden die Möglichkeit, per Rechnung, Ratenzahlung, Lastschrift oder Sofortüberweisung zu bezahlen und bietet dabei ein sicheres und einfaches Checkout-Erlebnis. Klarna arbeitet mit ca. 190.000 Händlern zusammen und ist in insgesamt 17 Ländern aktiv.

Klarna.
www.klarna.com/de



Die Unternehmen der MIDOCO Holding GmbH entwickeln Midoffice Software für die internationale Reisebranche. Zum Portfolio gehören MIDOCO Midoffice, Umbrella.net Midoffice und Umbrella Faces-Profilautomatisierung. Die Produkte optimieren Arbeitsabläufe in TMCs, Reisebüros, OTAs und bei Reiseveranstaltern durch Prozessautomatisierung und Anbindung an Buchungssysteme.



team neusta bietet im Kerngeschäft Beratung, Entwicklung und Umsetzung von komplexen Software-, Mobile- sowie eCommerce-Lösungen. Hinzu kommen Leistungen in den Bereichen Konzeption, Personal, Design, Usability und Kommunikation. team neusta beschäftigt an elf Standorten in Deutschland und der Schweiz 1.100 Angestellte.



Für ein Business in der Tourismusbranche ist PayPal der perfekte Partner. Dank einfacher, schneller und sicherer Bezahlung kann die Chance auf mehr Buchungen und neue Kunden gesteigert werden. 23 Millionen Kunden nutzen PayPal allein in Deutschland, weltweit sind es 300 Millionen in über 200 Märkten.





Ob neue Märkte erobert, mehrere Payment Gateways integriert oder Kartendaten mit Dienstleistern ausgetauscht werden sollen: Die Plattform von PCI Proxy ermöglicht es, schnell und einfach schlanke Zahlungsprozesse aufzubauen – dank unserer anbieterunabhängigen Speicherung von Zahlungsdaten mittels PCI Proxy und einer direkten Anbindung an Acquirer und Zahlungsmittel weltweit.



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 ein globales Distributionssystem (GDS), das im Jahr mehr als 120 Milliarden Dollar umsetzt.



Mit seinem Cloud-basierten Ansatz hat sich Salesforce insbesondere auf den Bereich der CRM's spezialisiert. Zu den Kunden des Unternehmens zählen große ebenso wie kleine und mittelständische Kunden. Für ihr Partner- und Kundenmanagement vertrauen derzeit rund 150.000 Nutzer weltweit auf die Technologie von Salesforce.



www.salesforce.com/de



SIX Payment Services bietet Händlern sichere, innovative Lösungen für den bargeldlosen Zahlungsverkehr: vom Terminal am Verkaufspunkt über den Netzbetrieb, E-/M-Commerce bis hin zur Kartenverarbeitung und Zahlung. Als Tochtergesellschaft von Worldline, dem größten Technologiepartner Europas für Händler und Banken, begleitet SIX Payment Services mit rund 1.500 Mitarbeitern Kunden aus 33 Ländern.



Die TAA ist Dienstleister in allen Fragen rund ums Back-Office. Egal ob betriebswirtschaftliche Arbeitsabläufe, Dokumentenmanagement oder Reisekosten – seit mehr als 20 Jahren legt die TAA den Fokus auf eine individuelle und persönliche Betreuung jedes einzelnen Kunden. Das Unternehmen hält damit den Rücken frei, so dass sich die Kunden voll und ganz auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können.



Seit über 20 Jahren entwickelt ta.ts die IBIZA-Anwendungen für Rechnungswesen und Reporting und ist marktprägender und erfolgreicher Backoffice-Systemanbieter für den deutschen Reisevertrieb. IBIZA Buchhaltung und das Reporting-System IBIZA Cockpit sind einsetzbar für Leisure- und Business-Reisebüros jeder Größe, für Ketten und Online-Unternehmen im In- und Ausland. Mit dem breiten Leistungsspektrum rundet die ta.ts ihr Service-, Support- und Trainingsangebot vollumfassend ab.





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
www.traffics.de



travelbasys entwickelt IT-Lösungen und unterstützt mit Buchhaltungs-Systemen auf Basis von Software as a Service (SaaS). Mehr als 1.200 Reiseanbieter nutzen die Softwaredienstleistungen von travelbasys. Die auditierten Systeme verarbeiten ein Volumen von über 8 Mrd. Euro und mehr als 12 Mio. Vorgänge. Damit sind die Systeme von travelbasys marktführend im Buchhaltungs- und Administrationsbereich für Reiseunternehmen.

travelbasys
Your Operating System for Success
www.travelbasys.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



Seit 2008 ist TrustYou Vorreiter für Gästefeedback-Lösungen. Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, Unternehmen zu helfen, ihren Gästen besser zuzuhören, Feedback einfach zu analysieren und erfolgsversprechend umzusetzen. Das Gütesiegel "TrustScore" sowie die Meta-Review werden von Google, Skyscanner, Kayak und Hotels.com weltweit angezeigt.

TRUSTYOU
www.trustyou.com



Wirecard ist eine der weltweit am schnellsten wachsenden digitalen Plattformen im Bereich Financial Commerce. Wir bieten sowohl Geschäftskunden als auch Verbrauchern ein ständig wachsendes Ökosystem an Echtzeit-Mehrwertdiensten rund um den innovativen digitalen Zahlungsverkehr in allen Vertriebskanälen. Die Wirecard AG ist an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert.

wirecard
www.wirecard.com/de



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.

XAMINE
online intelligence
www.xamine.de



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 400.000 Apartments zurückgreifen.



act macht touristische Leistungsträger fit für den demografischen Wandel und Vorgaben der PRRL. Das Konzept zur digitalen Erfassung und Distribution von Accessibility Content ermöglicht zukünftig eine passgenaue Ansprache und Beratung von Reisenden mit eingeschränkter Mobilität. Es wird ein Customer Journey mit 100 prozentigem Praxisbezug gewährleistet.



Adigi digitalisiert die Urlaubsberatung: Mit Künstlicher Intelligenz werden Urlaubsanfragen verstanden, interpretiert und mit individuell passenden Reiseangeboten in Echtzeit automatisiert beantwortet. Das geht schneller, günstiger und v.a. besser als bei herkömmlicher manueller Bearbeitung und ist beliebig skalierbar. Adigi ist eine B2B-Lösung für Reiseanbieter.





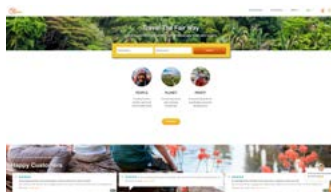
bontravo digitalisiert persönliche Reiseberatung und beantwortet so den Beratungsbedarf der Kunden, die online buchen wollen und zugleich individuell beraten werden möchten. Dafür kombiniert bontravo das Know-How erfahrener Reiseberater mit sämtlichen digitalen Kanälen. Das ergibt ein zeit- und ortsunabhängiges Reiseberatungserlebnis. Agil, effizient und persönlich.



Das 2016 gegründete StartUp CamperBoys GmbH vermietet 25 vollausgestattete Campingbusse direkt am Münchener Flughafen. Alle Mieter*innen erhalten nicht nur einen top modernen VW Bus, sondern darüber hinaus Zugang zur CamperBoys App – einem digitalen Reiseassistenten mit Routenempfehlungen und allen wichtigen Infos zur Reise.



www.camperboys.de



FairVoyage macht nachhaltig reisen einfach. Afrika und exotische Destinationen können weltweit mit lokalen Experten erkundet werden. Diese werden nach höchsten Nachhaltigkeitsstandards ausgewählt. Die Kunden zahlen lokale Preise, FairVoyage versichert das Geld mit der Schweizer Reisegarantie STS. Somit können die Kunden sorglos und bewusst in den Urlaub gehen und hinterlassen nur positive Spuren.



www.fairvoyage.com



FLYLA ist eine Buchungsplattform für Studierende mit individuell verhandelten Flug-Angeboten, bei denen Studierende über 50% sparen. Als erstes Flugportal kompensiert FLYLA alle Flugbuchungen automatisch und ohne Mehrkosten für den Kunden. Zu den Partnern zählen Lufthansa Group, Etihad Airways und viele mehr.



Fly Money helps travelers pay like locals. Payments methods got extremely fragmented in last years - cash, mobile wallets, credit cards, prepaid card emerged, and created lots of friction for leisure travelers when paying abroad. From Europe, through China to Africa we provide our customers with local currency solutions so they can shop safely and transparently during their holidays.



heyundo ist das Vergleichsportal für aktives und erlebnisreiches Reisen. Von Jugend- & Sprachreisen über Städte- & Fernreisen bis hin zu Aktiv- & Erlebnisreisen bietet heyundo eine einzigartige Auswahl unterschiedlichster Angebote der beliebtesten Veranstalter der jeweiligen Branche. Schnell und einfach findet hier jeder die Reise, die zu ihm passt.





journaway ist Europas größtes Buchungsportal für Rundreisen und vergleicht tagesaktuell über 20.000 Rundreisen von mehr als 250 Veranstalter-Websites. Ob Safari in Südafrika, Studienreise nach Indien oder ein Aktivurlaub in kleiner Reisegruppe durch Kanada – es stehen Rundreisen in mehr als 100 Ländern zur Auswahl.

journaway

www.journaway.com/de



Juvigo ist Europas führende Buchungsplattform für betreute Ferien camps, Jugendreisen und Sprachreisen. Eltern und Kinder können aus Reisen zu rund 700 Destinationen in 17 Länder wählen und einfach online buchen. Mittlerweile gibt es Juvigo auch in den Niederlanden, Belgien und Frankreich. 2017 gewann das Berliner Unternehmen den VIR-“Sprungbrett” Wettbewerb.

Juvigo
Der FerienFinder

www.juvigo.de



List and Ride ist eine Online Plattform, über die Fahrräder ortsunabhängig, überregional und sinnvoll kategorisiert angeboten, gesucht und gemietet werden können. Verschiedene Anbieter wie Fahrradhändler, Hotels und Privatpersonen nutzen den Dienst, um deren Leihbestand effizient und webbasiert zu vermieten.



LIST & RIDE

www.listnride.de



Mami Poppins ist das erste Online-Miet-Portal für Reiseausstattung. Hier können Familien mit Kleinkind die nötige Baby- und Kind-Ausstattung für den Urlaub mieten. Lieb gewonnene Mietgegenstände können auch neu gekauft werden. Dafür wird die Miete dem Kaufpreis angerechnet. Das Startup ist in Deutschland, Österreich und vor Ort auf Mallorca tätig.



www.mami-poppins.de



Bei Mamistravelguide beginnt der Urlaub bereits bei der Suche. Finden statt suchen! Ziel ist es, die Suche im Internet nach einer passenden Unterkunft für Familien und den passenden Erlebnissen für den nächsten Urlaub nachhaltig zu erleichtern und zu einer positiven Erfahrung zu machen. Das erreicht Mamistravelguide durch eine innovative Suchmaschine und eine handverlesene und getestete Auswahl der schönsten Häuser in ganz Europa.



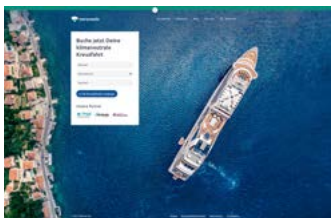
www.mamistravelguide.com



Meine-Weltkarte stellt personalisierbare Weltkarten auf Leinwand zum selbst ausmalen und pinnen her. Design, Größe, Schrift und Schriftart sind individualisierbar, so entsteht eine maßgeschneiderte Vorlage, auf der Reisende ihre bisher besuchten Ziele farbig markieren können. Auch Unternehmenslogos können integriert werden.



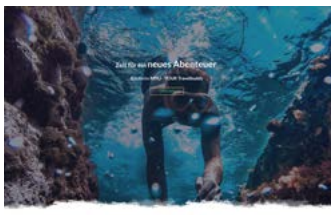
www.meine-weltkarte.de



Klimaneutral auf Kreuzfahrt: Am Standort Köln arbeitet das Team von Meravando seit 2019 mit unbändiger Entschlossenheit an seiner Mission, Kreuzfahrten nachhaltig zu gestalten. Im Vordergrund steht dabei das Bedürfnis, ein Umdenken im Kreuzfahrttourismus zu bewirken und gleichzeitig dazu beizutragen, den weltweiten CO₂-Ausstoß zu senken.



Motorradreisen, Trainings und Transporte finden und buchen – Hier sieht man die Welt am besten: auf einem Motor mit zwei Rädern dran. Mit hunderten Angeboten von Partnern sind bei MOTOURLISMO die größte Auswahl an Motorradreisen, Motorradtouren, Motorrad-Trainings und Motorrad-Transporten zu finden, zu vergleichen und zu buchen. Viel Spaß beim Entdecken.



MYLI – YOUR Travelbuddy ist der persönliche virtuelle Reisebegleiter, der jede komplexe Individualreise so einfach und sicher gestaltet, wie die Buchung einer Pauschalreise. Doch diese Kurzbeschreibung wird den Fähigkeiten der Eidechse eigentlich nicht gerecht. Weitere Infos unter: www.myli-travel.com

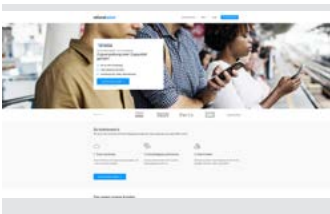




Mit mehr als 1 Millionen Abfragen pro Monat hat sich das Start-up Passolution am Markt etabliert. In einer Datenbank liefert es Einreise-, Visa- und Impfbestimmungen an Reisebüros, Veranstalter und OTA's, die so ihre Pflicht nach Pauschalreiserrichtlinie erfüllen. Dank Integration in rund 50 Softwaresysteme und unkomplizierter API-Anbindung ist für jeden etwas dabei.

Passolution

www.passolution.de



refundrebel setzt für Bahnreisende Ansprüche auf Entschädigungszahlungen bei Zugausfällen/-Verspätungen gegenüber Bahnunternehmen durch. Das Angebot gilt sowohl für Privat- als auch Geschäftskunden und deckt Reisen mit allen Bahnunternehmen in Deutschland ab. refundrebel arbeitet zudem mit OTAs zusammen. Eine nahtlose Integration in bestehende (Buchungs-)Systeme ermöglicht einen hoch automatisierten Entschädigungsprozess, mit dem sich Reisekosten minimieren lassen.



www.refundrebel.com



Die Reise-Rebellen GmbH ist ein junges StartUp aus der digitalen Touristik und bietet mit seiner Onlineplattform reiseaffinen Usern gut recherchierte Reiseangebote mit dem Schwerpunkt Kreuzfahrten sowie ein umfangreiches Magazin. Mit technischen Neuerungen und innovativen IT-Lösungen konnten sie bereits in der Aufbauphase ihren Platz am Markt finden und stärken.



www.reise-rebellen.de



re:spondelligent bietet neben einer umfassenden Review-Management Software den ersten Response-Assistenten für die Gastronomie, Hotellerie und Campings an. Die Lösung garantiert ein professionelles und individuelles Beantworten von Gäste-Feedback, um dieses als Marketinginstrument zu nutzen. Egal ob Einzel- oder Kettenbetrieb, die Lösung passt sich dem Kunden an.

re:spondelligent

www.respondelligent.com



Die RightNow Group ist ein europaweit führendes Consumer Claims Purchasing-Unternehmen mit verschiedenen Plattformen im Reise- und Mobilitätsbereich. Mit Produkten wie Geld-für-Flug.de oder Bahn-Buddy.de kauft RightNow Konsumenten Rechtsansprüche aus nicht-angetretenen Flugtickets oder verspäteten Bahntickets ab und zahlt diese innerhalb von 24 Stunden aus.

RightNow

www.right-now-group.de



Silverscreen Tours ist das erste Reiseportal speziell für den Filmtourismus. Wir vermitteln Touren zu Drehorten von bekannten Filmen und TV-Serien, beispielsweise Game of Thrones, Harry Potter, Herr der Ringe und Star Wars. Die Touren werden vorwiegend von lokalen Reiseveranstaltern organisiert und angeboten. Silverscreen Tours bietet diesen Reiseveranstaltern eine Plattform, um ihre Angebote beim Endkunden zu vertreiben.

Silverscreen.tours

www.silverscreen.tours



sleeperoo bietet nachhaltige Pop-Up-Erlebnismächte an außergewöhnlichen Orten, in- und outdoor, an. Im Umfeld größerer Städte werden Orte mit den Design|sleep Cubes neu inszeniert. Spots profitieren von hoher medialer Sichtbarkeit und neuen Gästen. Interessierte können sich gerne bewerben, die Zusammenarbeit ist im Eigenbetrieb durch sleeperoo oder als Franchise möglich.

sleeperoo
Die Nacht, der Ort und Du.

www.sleepereoo.de



Der TennisTraveller ist DAS authentische und unabhängige Informations-, Empfehlungs- und Bewertungsportal für Tennishotels, Tenniscamps und Tennisreisen. Über Tennis-spezifische Search Engines finden Tennisspieler das für ihre Anforderungen passende Hotel oder Camp. Die Plattform wurde 2018 gegründet und bietet schon jetzt das größte Angebot in Sachen Tennisurlaub.

TennisTraveller
about the night...

www.tennistraveller.net



TRASTY inspiriert durch Reiseblogs aus der ganzen Welt zur Urlaubsbuchung. Die Plattform aggregiert Weblogs automatisiert und bereitet die dort enthaltenen Reisetipps neu auf. Auf dem Reiseplan können Reiseideen gesammelt und als individuelle Reise zusammengestellt werden. Die Reisebuchung erfolgt direkt online oder durch einen geeigneten persönlichen Reiseexperten.

TRASTY
www.trasty.de



triper [treiper] ist das zukünftig größte Gastgeber Netzwerk der Welt für Reisende in aller Welt. Egal ob Amsterdam, Berlin, Sydney, Kapstadt oder sonstwo - bei triper finden Reisende ihren lokalen Gastgeber für 1-2 Stunden, der ihre Reiseerlebnisse ergänzt und unvergessen macht. triper ist die Online-Community für echte und reale Begegnungen, wo bestenfalls Fremde zu Freunde werden.



www.triper.one



TRIP*PERFECT – it's all about Trip Planning: One for all? Each separately? Why not both! Plus: sharing, chatting, deciding together and on top keeping all documents in one place. Today, many channels, platforms, tools in use, information is available but distributed. Congratulation, if you are mastering it. We don't! To avoid this chaos, we better use TRIP*PERFECT.



trip-perfect.de



TrustYourTrip ist eine Plattform zur Reiseplanung. Nutzer haben die Möglichkeit, sich von den Erfahrungen von Freunden und ähnlichen Reisetypen für ihren individuellen Trip inspirieren zu lassen. Diese Trips umfassen persönliche Empfehlungen einer ganzen Reise zu Orten, Unterkünften, Restaurants und Aktivitäten, und stellen so ein umfassendes Bild zur Inspiration dar.



www.trustyourtrip.com



Die ucandoo GmbH mit Sitz in Erfurt ist das Fintec der Reisebranche. In Zusammenarbeit mit der RTK bietet ucandoo einen Service für finanziertes Reisen an. Per Instant-Bonitätsprüfung bei der Partnerbank des Unternehmens entscheidet der Kunde im Reisebüro unkompliziert vor der Buchung, ob er den Kredit im Anspruch nehmen möchte.



Im digitalen Zeitalter geht die Überraschung verloren, der Urlaub wird schon vor der Reise erlebbar. Dem wirkt das Start-up Unplanned entgegen und bietet Boutique Blind Booking zu Zielen in ganz Europa an. Die Reisenden erfahren erst kurz vor Abreise, wohin es geht, und werden mit ausgewählten und ausgefallenen Unterkünften, Überraschungen und Local-Tipps überrascht.



Mit der urlaubsrente ist es möglich, sich auch im Rentenalter mindestens einmal pro Jahr lebenslang einen Urlaub leisten zu können. Sie verknüpft erstmalig und einzigartig den Wunsch nach „Urlaub im Alter“ mit einem innovativen Finanzprodukt. Die urlaubsrente bietet höchste Flexibilität in der Ein- sowie Auszahlungsphase. Sie ist sehr verständlich dargestellt und vollständig digital abschließbar.





Urlaub mit Hund stellt viele Reisende vor eine besondere Herausforderung. Die Suche nach dem richtigen Angebot ist oft langwierig und zeitaufwändig. Vawidoo findet die ideale Unterkunft und plant individuell den perfekten Urlaub für Reisende mit Hund. Viele besondere, hundefreundliche Unterkünfte, hilfreiche Checklisten und Informationen runden das Angebot ab.



www.vawidoo.com



Virtualpro360° ist spezialisiert auf hochwertige, intelligente virtuelle 360° Rundgangs-Lösungen für Hotels, Ferienimmobilien und Gastronomie (360° Panorama Foto, 360° Videos, 360° Tour, 360° Webseite). Der Vorteil: bis zu 6 x mehr Direktbuchungen, eine höhere Auslastung in der Nebensaison, Up- und Cross Selling Optimierung und eine wesentlich stärkere Kundenbindung.



www.virtualpro360.de



Viselio ist ein Schweizer Start-up, welches Reisenden bei der Einholung von Reisevisa unterstützt. Bisher können Bürger mit Wohnsitz in Deutschland, Frankreich, Österreich, Großbritannien, Schweden, den Niederlanden und Schweiz den Service nutzen. Viselio hat den gesamten Prozess mithilfe der Entwicklung des ersten vollautomatisierten Visumantragsformulars digitalisiert und vereinfacht.



www.viselio.com



World is a Village ist eine KI basierte Matchingplattform, die den internationalen Schüleraustausch demokratisieren will. Gleichgesinnte, weltoffene Familien treffen sich auf der Plattform und organisieren untereinander den Austausch. Transparent, sicher und kostengünstig. World is a Village ist in mehr als 30 Ländern mit 20 Sprachen vertreten.



www.worldisavillage.com



ONLINE

> Innovationstage

23. und 24. Juni 2020

← Save
the date!

Hier trifft sich
das Who-is-Who der
Touristik!



VIR KOOPERATIONEN



Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bev)

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



Deutscher Tourismusverband (DTV)

Seit 1902 setzt sich der DTV für eine erfolgreiche touristische Entwicklung in Deutschland ein. Als Dachverband kommunaler, regionaler und landesweiter Tourismusorganisationen vertritt er die Interessen seiner Mitglieder gegenüber Politik und Behörden, vernetzt Akteure miteinander und fördert einen zukunftsweisenden Qualitätstourismus im Reiseland Deutschland.



EBC Hochschule

Die EBC Hochschule ist eine private, staatlich anerkannte Hochschule mit Standorten in Hamburg und Düsseldorf und bietet Studiengänge im Wirtschafts- und Gesundheitsbereich, in denen sich die Studierenden zu hochqualifiziertem Fach- und Führungsnachwuchs entwickeln. In den Bachelorstudiengängen sind ein obligatorisches Auslandssemester sowie zwei Praktika im In- und Ausland integriert.



European Campus Rottal-Inn

Der European Campus Rottal-Inn (ECRI) ist internationaler Studienstandort der Technischen Hochschule Mittelhessen (THM) und zählt derzeit etwa 700 Studierende aus 80 Nationen. Der ECRI ist Bayerns einziger komplett englischsprachiger Campus. Die Forschung im eigenen Tourismuslabor arbeitet an den Schwerpunkten Customer Experience, Smartness, Sustainability und Health.



Fachhochschule des Mittelstands

Die Fachhochschule des Mittelstands (FHM) mit Stammsitz in Bielefeld hat insgesamt 8 Standorte mit ca. 5000 Studierenden aus dem In- und Ausland. Am FHM Campus Berlin angebotene B.A.- und Master-Studiengänge fokussieren das Internationale Hotel- und Tourismusmanagement, Digital Business, International Technology Transfer Management und International Management.



FH Westküste

Die FH Westküste in Heide bietet im Bereich Tourismus einen Bachelor- sowie deutsch- und englischsprachige Masterstudiengänge an. Neben einer individuellen Betreuung von Studierenden kann die FH Westküste durch modernste Ausstattung, praxisorientierte Lehre und die Verknüpfung mit der Forschung über das ansässige Institut für Management und Tourismus überzeugen.



Hochschule Bremen

International, praxisorientiert, vernetzt – Das ist die Hochschule Bremen. Der BWL-Studiengang Tourismusmanagement wird an der School of International Business der HSB angeboten. Das Erlernen einer Fremdsprache sowie Projektarbeiten in Kleingruppen gehören ebenso zum Hochschulalltag wie das integrierte Auslands-Semester und -Praktikum an einer der über 60 Partnerhochschulen.



Hochschule für angewandtes Management

Die Hochschule für angewandtes Management ist die größte private Hochschule Bayerns mit Sitz in Ismaning und weiteren Studienzentren im deutschsprachigen Raum. Staatlich anerkannt garantieren die Abschlüsse die Gleichwertigkeit zu staatlichen Hochschulen. Das Studienkonzept kombiniert die Vorteile eines Fernstudiums mit denen eines Präsenzstudiums.



Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde

Die Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE) ist mit etwa 2.100 Studierenden und 59 Professor*innen die kleinste Hochschule in Brandenburg. Nachhaltige Entwicklung bildet die Handlungsmaxime und wird konsequent in allen Bereichen der Hochschule (Lehre, Forschung, Betrieb und Transfer) partizipativ umgesetzt und weiterentwickelt.

▲ Hochschule Harz



Hochschule Harz

Das Institut für Tourismusforschung der Hochschule Harz repräsentiert die gesamte Wertschöpfungskette des Tourismus inklusive übergreifender Aspekte wie Marketing, Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Die Zusammenarbeit mit Praxispartnern sowohl im Bereich der Auftragsforschung als auch studentische Projekte stärken den Vernetzungsgedanken.



Hochschule Heilbronn

Die touristischen Bachelor- und Masterstudiengänge sind auf die Anforderungen im Tourismus abgestimmt und bieten einen hohen Praxisbezug, ein großes Sprachangebot sowie ein breites Netz an Partnerhochschulen in der ganzen Welt. Am topmodernen Campus werden optimale Bedingungen zur Vorbereitung einer Karriere in einer der emotionalsten und wichtigsten Branchen geboten.



Hochschule Kempten

Die Fakultät Tourismus an der Hochschule Kempten ist eine der drei eigenständigen, etablierten Fakultäten in Deutschland, die sich auf die Tourismus- und Freizeitbranche spezialisiert haben. Ein internationales, praxiserfahrenes Team aus 14 Professoren vermittelt im Bachelor- und Master-Studiengang betriebswirtschaftliche und touristische Kenntnisse. Das Motto lautet I³: innovativ, international und individuell.



Hochschule München

Die Fakultät für Tourismus bietet Bachelor- und Masterprogramme mit Auslandserfahrung an. Die Digitalisierung der Branche wird durch den Schwerpunkt „Digital Marketing & Management“ von Prof. Dr. Ralph Berchtenbreiter unterstützt. Man verfügt über ein Forschungslabor für Lehre, Forschung und Industrieprojekte. Das „Work & Study“ Programm vernetzt Unternehmen und zukünftige digital orientierte Mitarbeiter.



Hochschule Worms

Der Fachbereich Touristik/Verkehrswesen der Hochschule Worms wurde im Jahr 1978 gegründet und zählt zu den bekanntesten und renommiertesten seiner Art in Deutschland. Die Bachelor- und Masterstudiengänge decken die gesamte touristische Wertschöpfungskette ab. Seit 2019 gibt es gemeinsam mit dem Fachbereich Informatik eine Professur „Digitalisierung in Tourismus und Verkehr“.



ISM

Die International School of Management (ISM) zählt zu den führenden Wirtschaftshochschulen in Deutschland. Die staatlich anerkannte, private Hochschule hat Standorte in Dortmund, Frankfurt/Main, München, Hamburg, Köln, Stuttgart und Berlin. Alle Studiengänge (Bachelor, Master, MBA) zeichnen sich durch Internationalität, hohe Lehrqualität sowie starken Praxisbezug aus.



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 Touristik. Neben Destinationen werden Marktsegmente wie Technology, Tours & Activities, Business Travel, Adventure Travel, LGBT+, Responsible oder Medical Tourism bedient. Parallel zur Messe findet mit Top-Referenten*innen und hochaktuellen Themen der Branche der weltgrößte Tourismuskongress, der ITB Berlin Kongress, statt.



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. Mit dem 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, diese für Ihr Unternehmen zu gestalten.



Travel Industry Club e.V.

Der Travel Industry Club ist der einzige unabhängige Wirtschaftsclub, in dem Macher und Beweger der Tourismus-industrie organisiert sind. Die Mitglieder sind führende Köpfe und Nachwuchstalente der Branche. Ziel ist es, die wirtschaftliche Bedeutung der Reiseindustrie stärker ins Licht der Öffentlichkeit zu rücken, sowie die Vernetzung in der Branche und darüber hinaus.

IMPRESSUM

Herausgeber: Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)
Leonhardsweg 2 | D-82008 Unterhaching

Vertretungsberechtigter Vorstand: Michael Buller

Telefon: 0049-(0)89-610 667 29
Fax: 0049-(0)89-610 667 10
E-Mail: info@v-i-r.de
Internet: www.v-i-r.de

ISBN 978-3-00-065046-8
Schutzgebühr 15.- €

Redaktion: VIR: Lara Hass, Annette Krause

Grafik: www.einfach-kommunikationsdesign.de
Christian Brözel

Bildnachweise: Danke an Unsplash.com (Seite): Caleb George, Sai Kiran Anagani, Lachlan Dempsey, Toa Heftiba, Stil TV, Element5 Digital, Jamie Davies, Church of the king, Leaving St Maarten, Palm Trees in the sky, Eric-Nopanen, Kevin Ianeselli (Cover), Raphael Nogueira (2), Marvin Meyer (14), Jamie Davies (16), Lius Villasmil (22), Ivana Cacina (30), Nordwood Themes (35), Wynand Uys (42), Nick Karvounis (46), Bimo Luki (63), Road Trip with Raj (69)
Fotos VIR Online Innovationstage: www.offenblende.de

*Wer lebt, sieht viel.
Wer reist, sieht mehr.*

ARABISCHES SPRICHWORT



ONLINE

Innovationstage

23. und 24. Juni 2020

Touristik. Entscheider. Treffen.

IN PARTNERSCHAFT MIT



ITB
BERLIN

Marshall Haus der Messe Berlin
www.v-i-r.de/vir-online-innovationstage