



# INHALT

Vorwort	5
Stimmungen & Meinungen	6
Der Verband Internet Reisevertrieb e.V.	8
Fachbeiträge	59
VIR Vollmitglieder	65
VIR Förderer	75
VIR Kooperationen	86
Impressum	89

# MARKTFORSCHUNGSERGEBNISSE

FUR: Deutscher Gesamt-Reisemarkt	20
Ulysses-Web-Tourismus: Last-Minute-Reisen	34
GfK: Umsätze des Online-Reisemarkts	38
FUR und GfK: Mobile Internet-Nutzung	43
ruf: Young Traveler Kompass	48





# Liebe Leserinnen und Leser,

die Online-Touristik ist weiter auf Wachstumskurs – wie die Studien in dieser Ausgabe der VIR Daten & Fakten zeigen, wurden Reiseangebote im Internet auch im Vorjahr noch stärker als bisher nachgefragt und gebucht. Eine erfreuliche Entwicklung für die Online-Reiseindustrie, deren Interessen der VIR nach außen nachhaltig vertritt.

Überaus spannend wird im Reisejahr 2016 zu verfolgen sein, wie stark sich die Nachfrage nach verschiedenen Reisearten zukünftig entwickelt. Denn der anhaltende Trend, Reisen selbst zusammenzustellen, macht sich auch im digitalen Segment bemerkbar. Hier sind von Seiten der Anbieter Ideen und Innovationen gefragt.

Die Online-Touristik hat ein fantastisches Alleinstellungsmerkmal: Sie bietet Urlaubern den größten Reisekatalog der Welt. Nirgendwo sonst findet sich eine derartige Fülle an Informationen und Angeboten. Niemand sonst kann eine derart große Lust auf das Reisen wecken. Doch es gibt nicht nur jede Menge Informationen und Daten – die Urlauber können nach individuellen Ansprüchen filtern, aktuelle Verfügbarkeiten abfragen, sich mit Filmen und Bildern inspirieren lassen und über Bewertungen die Erfahrungen anderer einholen. Das Blättern in diesem größten Reisekatalog der Welt ist bereits ein Erlebnis!

Dabei sorgen politische Vorgaben und Richtlinien nicht selten für einen Dämpfer. Immer mehr ist auch der VIR in seiner Rolle als Interessenverband der touristischen Internetwirtschaft auf der politischen Bühne gefordert. Unter anderem ist unsere Expertise im Beirat für Fragen des Tourismus des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie gefragt. Auffällig ist, dass immer mehr Richtlinien von der Europäischen Union vorgegeben werden, die nicht mehr nur die Touristik betreffen, sondern die digitale Branche allgemein. Hier ist es wichtig, weiterhin individuelle Lösungsvorschläge zu erarbeiten und sich für faire Wettbewerbsbedingungen im jeweiligen Segment einzusetzen.

Lassen Sie sich mit den VIR Daten & Fakten 2016 von aktuellen Trends und Tendenzen in der Online-Reiseindustrie inspirieren! Wir freuen uns auch über den Besuch unserer neu gestalteten Website www.v-i-r.de – mit noch mehr Hintergrundinformationen und Wissenswertem, Neuheiten und Neuerungen und natürlich einem viel tieferen Einblick in unsere Verbandsarbeit.

Herzliche Grüße

# Michael Buller

Vorstand Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)

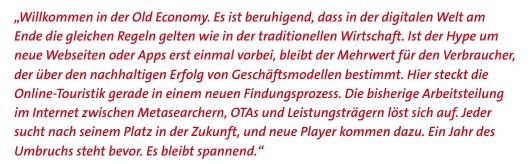
DATEN & FAKTEN 2016

5

# STIMMUNGEN UND MEINUNGEN 2016

#### **Thomas Hartung**

Chefredakteur Gloobi.de und Reise vor9







#### **Alexander Schwarz**

General Manager Airbnb Germany, Austria & Switzerland

"Das Teilen von persönlichen Gegenständen ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Zugang wird zunehmend wichtiger als der bloße Besitz, unabhängig davon, ob sich Menschen eine Wohnung, ein Auto oder ihren Arbeitsplatz mit anderen teilen. Seitdem Menschen zusammenleben, teilen sie auch. Aber erst das Internet verbindet die Welt zu einer potenziell globalen Gemeinschaft von Teilenden. Auch in der Reisebranche wächst der Sharing-Markt weiter und viele Menschen werden offener für die Vorteile dieser Art zu reisen. Die Sharing Economy steht vor allem für einzigartige Reiseerlebnisse. Die Menschen können so hautnah in neue Kulturen eintauchen und dank der Gastgeber-Community leichter persönliche Kontakte knüpfen."



#### **Claudia Freimuth**

 $Inhaber in freimuth teamentwicklung \&\ prozessoptimierung, Projektleiter in DRV-Netz Werkstatt, Dozent in Hochschule Bremen$ 

"Das 21. Jahrhundert bietet mit der Digitalisierung eine großartige Chance der persönlichen Selbstentfaltung. Menschen in allen Altersstufen können ihre Ideen schneller verwirklichen. Das ist fortschrittliche Lebensqualität, die es möglich macht, eigene Potentiale auszuschöpfen. Auch die Touristik enthält viele innovative Möglichkeiten. Der VIR bietet dazu eine wunderbare Plattform, kreativen Geschäftskonzepten Raum zu geben und Menschen Mut zu machen, mit Leidenschaft, Herz und Verstand Ideen umzusetzen."

#### **Christoph H.L. Klenner**

Generalsekretär, European Technology & Travel Services Association (ETTSA)

"Die Tourismusindustrie muss sich auch 2016 wieder außergewöhnlichen Herausforderungen stellen. Die anhaltende Terrordrohung, Migration sowie zunehmenden politischen und militärischen Konflikte werden unser Geschäft nach wie vor stark beeinträchtigen. Gemeinsam müssen wir das Vertrauen des Kunden aufrechterhalten und alles daran setzen, das Reisen weiterhin so sicher und angenehm wie möglich zu gestalten. Was unsere gemeinsame politische Arbeit angeht, müssen wir dafür sorgen, dass unsere so dynamische Branche nicht überreguliert wird, damit wir weiterhin wachsen, zur wirtschaftlichen Expansion Europas beitragen und noch mehr hochqualifizierte Arbeitsplätze schaffen können."





#### Kai Michael Schäfer

Founder & CEO Beach-Inspector.com, Gewinner des VIR Innovationswettbewerb Sprungbrett 2015

"Wenn es darum geht, potentielle Kunden außerhalb der SchnäppchenSegmente zu überzeugen, ist es mit einem Komplett-Angebot und starker
Marke nicht mehr getan. Kuratierte Angebote, die auf die individuellen
Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten sind, werden an Bedeutung gewinnen.
Kein aufgeklärter Kunde möchte sich durch tausende von Angeboten wühlen,
um das Richtige für sich zu finden. Zudem wird der zunehmende Drang von
Kunden nach Individualität und Erlebnisqualität einen stärkeren Einfluss auf
Buchungsentscheidungen ausüben. Wer es schafft, Erlebnisse und Emotionen
statt Pauschalurlaub zu verkaufen, wird hier zu den Gewinnern zählen."

# Ziele & Aufgaben

#### Wer wir sind:

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist der Interessenverband der deutschen Online-Reiseindustrie. Dem Verband haben sich mit ebookers.de, expedia.de, holidaycheck.de, hrs.de, ltur.de, lastminute.de, travelchannel.de und weg.de acht der größten deutschen Online-Reiseportale als sogenannte Vollmitglieder angeschlossen sowie über 30 weitere Unternehmen, die den VIR als Fördermitglieder unterstützen.

#### Was wir tun:

Als Branchenverband der Online-Touristik hat sich der VIR eine Reihe von Zielen und Aufgaben gesetzt. Vorrangig setzt sich der VIR für die kontinuierliche Weiterentwicklung der Online-Touristik und ihr Ansehen in der Öffentlichkeit ein. In diesem Rahmen lässt der Verband beispielsweise Marktforschungsstudien durchführen und engagiert sich für verbindliche Qualitätsstandards und Transparenz. Zudem unterstützt der VIR Innovationen, bietet den Mitgliedern eine Netzwerkplattform und fördert den Nachwuchs der Branche. Im Beirat des Tourismusausschusses engagiert sich der VIR auf politischer Ebene für die Branche. Außerdem steht er Verbrauchern und Medien mit seiner Expertenmeinung bei touristischen Themen beratend zur Seite.

#### Das bewegt uns dazu:

Wir sehen enormes Zukunftspotenzial in der Online-Touristik. Zudem halten wir es für unerlässlich, die gemeinsamen Interessen der Mitglieder zu bündeln und der Öffentlichkeit als zentrale Anlaufstelle für Themen um die Internet-Reiseindustrie zu dienen.

#### Struktur

#### Vollmitglieder

Die Vollmitglieder des VIR – ebookers.de, expedia.de, holidaycheck.de, hrs.de, lastminute.de, ltur.de, travelchannel.de und weg.de – zählen zu den bundesweit führenden Online-Reiseportalen, die zusammen über 3 Milliarden Euro Umsatz erwirtschaften.

#### **Förderer**

Neben den Vollmitgliedern unterstützen über 30 weitere Unternehmen die Arbeit des VIR als Fördermitglieder. Dies sind u. a. Technologie-Anbieter, Versicherungen, Reiseveranstalter und Zahlungsdienstleister, die mit ihren Produkten und Leistungen im Online-Tourismus agieren. Mit ihrer Fördermitgliedschaft unterstützen sie die Ziele des VIR: Qualitätssicherung, Sicherheit und Innovation in der Branche.

#### Beirat

Ein Team aus sechs Beiräten unterstützt den VIR ehrenamtlich in den Bereichen Marktforschung, Mitgliedervertretung, Public Relations, Rechtliches, Social Media und Technologie.

#### Kooperationen:

Der VIR kooperiert mit verschiedenen Unternehmen, Verbänden und Hochschulen, um seinen Mitgliedern bestmögliches Know-how und beste Konditionen anbieten zu können.

Sie möchten gerne Mitglied im VIR werden?

Unter 089-610 667 29 und info@v-i-r.de beantworten wir Ihre Fragen zur Mitgliedschaft.

#### Vorstand & Geschäftsstelle:

Der Vorstand wird von den VIR Vollmitgliedern für eine Amtszeit von zwei Jahren gewählt. Er ist in seiner Funktion der erste Ansprechpartner und offizielle Repräsentant des VIR. Michael Buller ist seit 2009 Inhaber dieses Amtes und leitet den Verband mit seinen Mitarbeitern in der Geschäftsstelle Unterhaching bei München.













# VIR FÖRDERER

































































#### **Dr. Dominik Rossmann**

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

"Die Branche steht vor weiteren Herausforderungen, die sich insbesondere aus den zunehmenden Ansprüchen und Erwartungen der Reisenden gegenüber einer Online-Buchung ergeben. Der VIR als engagierter Interessenverband unterstützt die Tourismusindustrie auf dem Weg in die moderne Tourismusindustrie."



# **DER VIR BEIRAT**

#### Prof. Dr. Hans-Josef Vogel

BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH Beirat für den Bereich Rechtliches

"Seit mehr als 10 Jahren begleitet der VIR die Online-Touristik, ist ihr Sprachrohr, aber auch ein Mahner für die Interessen der Verbraucher und des Fair Play im Markt. Auch in Zukunft wird sich der VIR sowohl für die rechtlichen Belange der Verbraucher als auch die seiner Mitglieder einsetzen."



#### **Andreas Nau**

Managing Director Central Europe, Expedia Beirat für den Bereich Mitglieder

"Reisen ist ein wichtiger, wachstumsfördernder Wirtschaftsfaktor, der Jobs schafft. Unsere Rolle als VIR ist es, die Zukunft des Reisens zu vertreten und die Führungsrolle Deutschlands in Kernbereichen wie Mobile und Cloud Computing sicherzustellen sowie die Debatte um die Sharing Economy, Echtzeit-Services und die Förderung digitaler Kompetenzen anzuführen."



#### **Thomas Helbing**

Vorstand Ray Sono AG Beirat für den Bereich Technologie

"2016 wird das Jahr des 'digital angereicherten Kernprodukts'. In der Touristik also die um digitale Services erweiterte Reise. Diese digitale Transformation ist unabdingbar, um durch die Schaffung dieser digitalen Mehrwerte seine Kunden zu binden und somit das Geschäftsmodell langfristig zu sichern."



#### Michael Faber

Tourismuszukunft, Berater & Geschäftsführer Touristik Beirat für Social Media

"Das sind die 7 Social Media Trends 2016: Videos & Live-Streaming, Messaging-Dienste für Kundenservice & Marketing, Social Media Werbung, Social Commerce, Content – aber richtig, Influencer Marketing und Social Search."

#### **Thomas Wilde**

Geschäftsführender Gesellschafter Wilde & Partner Public Relations Beirat für den Bereich PR

"Die unbestrittene Erfolgsgeschichte des Online-Reisevertriebes leidet immer wieder unter 'schwarzen Schafen', die unweigerlich ins Visier von Verbraucherschützern und Medien gelangen. Und die das Potenzial haben, den Ruf der Branche zu beschädigen. Dem VIR fällt immer stärker die Rolle des Ombudsmanns zu, der sich für die gesamte Online-Reiseindustrie stark macht."



#### **VIR** Initiativen

Urlauber buchen ihre Reisen immer mehr über das Internet. Dabei können sie nur die Webseite sehen, nicht aber hinter die Kulissen und wie dort gearbeitet wird. So ist es vor allem für Laien schwierig, die Angebote und den Umgang mit den eigenen Daten zu überprüfen. Datenschutzvorfälle wecken Zweifel bei den Kunden und so steigt der Bedarf an unabhängigen Prüfungen, die durch seriöse Gütesiegel dokumentiert werden. Anerkannt sind die vom Bundesjustizministerium und der Initiative D21 empfohlenen Gütesiegel Trusted Shops, EHI Geprüfter Online Shop und s@fer-shopping von TÜV-SÜD.



#### s@fer-shopping-Siegel des TÜV-SÜD

Der VIR empfiehlt seinen Mitgliedern eine Prüfung durch den TÜV-SÜD. Um das s@fer-shopping Siegel vom TÜV-SÜD zu erhalten, muss der Anbieter technisch und organisatorisch zuverlässig sein sowie hohen Ansprüchen an Servicequalität und Sicherheit gerecht werden. Geprüft wird dies anhand eines dreistufigen Testverfahrens:

#### Stufe 1: Der Angebotscheck

Findet sich der Kunde einfach zurecht? Kann der Kaufvorgang problemlos abgeschlossen werden? Die Tester prüfen den Internetauftritt des Reiseportals auf Handhabbarkeit. Dafür führen sie beispielsweise Testbuchungen durch oder kontrollieren die Vertragsbedingungen, die Service-Hotline und das Verhalten bei Stornierungen und Reklamationen.

#### Stufe 2: Der Sicherheits-Check

Sind die Sicherheitsvorkehrungen beim Buchen und Bezahlen ausreichend? Ist das Portal von außen angreifbar? Die Tester überprüfen das Reiseportal auf technische Schwachstellen und die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz.

#### Stufe 3: Der Ortstermin

Um die Qualifikation des Personals, die internen Abläufe, den Umgang mit Kundendaten sowie den Schutz und die Wartung der IT einschätzen zu können, prüfen die Experten von TÜV-SÜD den Anbieter auch direkt vor Ort. Nur so können sie sicherstellen, dass Bestellungen tatsächlich gemäß den Zusagen abgewickelt werden und ob Partner angemessen in Qualitäts- und Sicherheitsstrategien einbezogen werden.



#### **Trusted Shops**

Vertrauen und Sicherheit sind zentrale Erfolgsfaktoren für die Online-Buchung von Reisen. Und genau dafür steht das laut einer aktuellen elaboratum-Studie bekannteste Gütesiegel im deutschen E-Commerce: mit dem Gütesiegel von Trusted Shops zeigen Reiseportale, dass sie dauerhaft strenge Qualitätskriterien erfüllen und vertrauenswürdig sind. Dazu gehören der verantwortungsvolle Umgang mit Kundendaten und eine transparente Kommunikation ebenso wie ein verlässlicher Kundenservice. Auf dieser Basis bietet Trusted Shops zu dem Gütesiegel einen Käuferschutz an. So buchen Kunden ihre Reise ganz entspannt und ohne finanzielles Risiko – unabhängig von der Zahlungsart.

Und weil laut aktueller Umfrage von Trusted Shops mit 7.000 Verbrauchern 90% aller Kunden die Bewertungen anderer Kunden vor der Buchung lesen, profitieren Reiseportale gleich zweifach vom Trusted Shops Bewertungssystem: Die Anzeige von Bewertungs-Sternen bei Google hilft, den Traffic zu steigern und die Erfahrungsberichte zufriedener Urlauber sorgen für mehr Transparenz, mehr Vertrauen – und mehr Buchungen. Der VIR kooperiert mit Trusted Shops, dem europäischen Marktführer mit über 15 Jahren Erfahrung und mehr als 20.000 Shops. Das Gütesiegel ist für VIR Mitglieder freiwillig.

# VIR Checkliste - Tipps zur Reisebuchung im Internet

#### 1. Wahl des Buchungsportals

Los geht es bei der Wahl des Buchungsportals - ein seriöses Portal erkennen Verbraucher anhand folgender Eigenschaften: Angaben des Impressums, der AGB's, der Rechtsform des Unternehmens sowie die Handelsregisternummer sind Mindestkriterien. Zudem bieten unabhängige Gütesiegel eine gute Orientierung für die Seriosität eines Anbieters. Renommierte Zertifikate sind zum Beispiel das s@fer shopping Siegel des TÜV-SÜD sowie das Siegel von Trusted Shops.

#### 2. Preise prüfen

In der Reisebranche ist der Wettbewerb hart, die Margen sind niedrig. Niedrigpreise sollten deshalb misstrauisch stimmen. Zwar gibt es Preisunterschiede, aber kein seriöser Anbieter kann seine Wettbewerber massiv unterbieten. Zudem müssen Reiseanbieter den finalen Tarif auf den ersten Blick ersichtlich gestalten. Dies bedeutet, dass alle unvermeidbaren Kosten wie Steuern und Servicegebühren von Beginn an aufgeführt sein müssen. Weist ein Reiseportal den Kunden erst im Laufe der Buchungsstrecke auf unvermeidbare Kosten hin, so ist dies nicht zulässig.

#### 3. Leistungen der Reisepakete vergleichen

Augen auf beim Vergleich: Preisunterschiede ergeben sich oftmals durch unterschiedliche Leistungen. Details wie Zimmerkategorie, Freigepäck, Verpflegung und Extras müssen für einen Preisvergleich übereinstimmen. Besonders beim Transfer lohnt es sich, genau hinzuschauen. Denn dieser ist nicht immer im Angebot inkludiert und so kann es zu unerwarteten Zusatzkosten kommen.

#### 4. Erfahrungen anderer Reisenden nutzen

Im Internet lassen sich schnell und unkompliziert Foren-Einträge, YouTube-Videos und Fotos anderer Reisender finden. Eine gute Recherchequelle sind auch renommierte Bewertungsportale wie HolidayCheck, hier finden sich wertvolle Berichte.

#### 5. Sorgfalt bei der Dateneingabe

Besondere Sorgfalt ist bei der Eingabe der Namens- und Adressdaten geboten. Wer sich beispielsweise beim Nachnamen vertippt, muss unter Umständen gegen Mehrkosten um- oder neubuchen.

#### 6. Kostenfreie Zahlungsart

Kunden haben bei einer Online-Reisebuchung Anspruch auf mindestens eine gängige kostenfreie Zahlungsmethode. So muss in Deutschland der Anbieter die Zahlung entweder mit einer vielfach verwendeten Kreditkarte wie VISA oder Mastercard oder per Überweisung ermöglichen und darf hierfür keinen Aufpreis verlangen.

#### 7. Ein Sicherungsschein ist Teil der Online-Pauschalreise

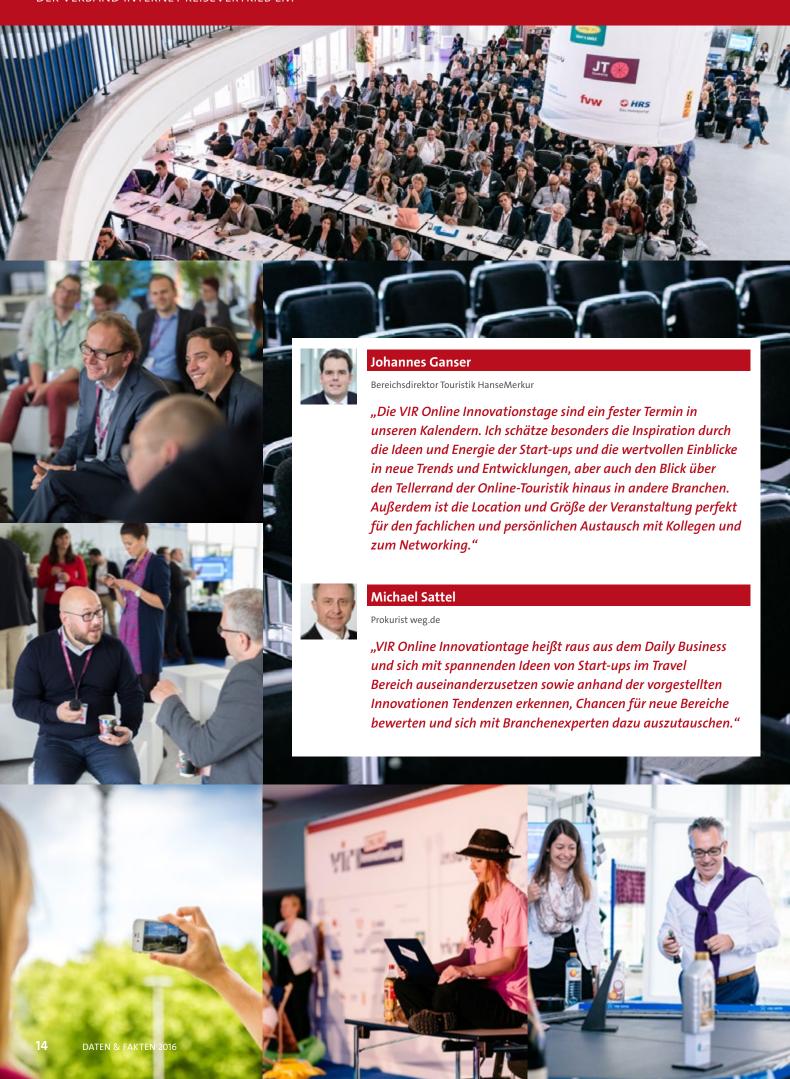
Bei der Buchung sollte ein besonderes Augenmerk auf dem Sicherungsschein liegen. Das Gesetz sieht die Aushändigung dieses Sicherungsscheines immer dann vor, wenn Kunden eine Pauschalreise oder ein Paket aus Flug und Hotel buchen. Das Dokument sichert Urlauber im Ernstfall gegen eine eventuelle Insolvenz des Anbieters ab.

#### 8. Der Urlaub kann kommen

Nachdem Sie Ihre Auswahl sorgfältig überprüft haben, bleibt nur noch eines zu tun: Buchen und den Urlaub genießen! Unser Tipp: Im Internet gibt es zahlreiche Angebote, mit denen sich Urlaube bereits von zuhause aus planen lassen. Die Strände der Umgebung können beispielsweise bereits im Voraus auf dem Strand-Portal Beach-Inspector erkundet werden.

DATEN & FAKTEN 2016

13





Jedes Jahr wieder trifft sich das Who's who der Deutschen Online-Reisebranche im Marshall Haus der Messe Berlin, um sich auf den VIR Online Innovationstagen von Entwicklungen, Innovationen und Trends aus verschiedensten Branchen inspirieren zu lassen. Medienpartner der Veranstaltung ist die touristische Fachzeitung fvw.

# Wann und wo finden die VIR Online Innovationstage 2016 statt?

Traditionell werden die VIR Online Innovationstage im Marshall Haus auf dem Gelände der Messe Berlin ausgetragen. Das Event findet vom 22.-23. Juni 2016 statt.

#### Wie lautet das Programm?

Das Programm wird auch dieses Jahr wieder aus zwei verschiedenen Elementen bestehen. Die Veranstaltung beginnt wie gewohnt mit dem VIR Online Innovationswettbewerb Sprungbrett, der Start-ups und etablierten Unternehmen die Chance gibt, neben einem Preisgeldgewinn Kontakte in der Touristik zu knüpfen. Der zweite Veranstaltungsteil steht dieses Jahr unter dem Motto "Reset". Referenten verschiedenster Branchen werden im Campusstyle Methoden und Best-Practise Beispiele zum Thema vorstellen und somit die Möglichkeit eines Austauschs öffnen.

# Wie kann man sich anmelden und wie viel kostet die Teilnahme?

Die Registrierung ist ab Anfang April über die Webseite des VIR möglich. Die Standard-Teilnahmegebühr für beide Tage wird 259 € betragen. Zudem gibt es bis zum 30. April einen Frühbuchertarif von 199 €. Für VIR Mitglieder gelten Sonderkonditionen.

22. und 23. Juni 2016

#### Wer sind die Teilnehmer?

Das Event der Online-Touristik wartet mit den Top-Entscheidern der Branche als Gästen auf. Neben den VIR Mitgliedern kommen mehr als 250 Gäste touristischer Unternehmen sowie Leistungsträger zusammen.

Nähere Informationen unter www.vir-online-innovationstage.de











#### Kai Michael Schäfer

Co-Founder Beach-Inspector.com

Gewinner Kategorie "Start-up" VIR Innovationswettbewerb Sprungbrett 2015

"Die Teilnahme auf dem VIR Sprungbrettwettbewerb ist eine einmalige Möglichkeit, sein Business und die dahinter liegende Geschäftsidee der versammelten Online-Reisebranche zu präsentieren. Das zeitnahe Feedback, die in kürzester Zeit erreichten hochwertigen Kontakte und die massive Steigerung des Bekanntheitsgrades innerhalb der Branche sollten jedem Travel-Gründer Grund genug sein, am Innovationswettbewerb Sprungbrett teilzunehmen."



#### **Felix Undeutsch**

Senior Manager MICE & Groups - Expedia

Gewinner Kategorie "Etablierte" VIR Innovationswettbewerb Sprungbrett 2015

"Als VIR Mitglied verfolgen wir den VIR
Innovationswettbewerb Sprungbrett immer mit großem
Interesse. Im vergangen Jahr haben wir selbst mit unserem
MICE- und Gruppenbuchungs-Tool daran teilgenommen
und die unabhängige Jury überzeugt. Der Sieg hat
nicht nur uns darin bestätigt, dass unser Produkt gut
und innovativ ist, sondern auch unsere Partner aus der
Hotellerie und Veranstalterszene."





#### START-UPS & ETABLIERTE AUFGEPASST:

# VIR Innovationswettbewerb "Sprungbrett"

Innovative Geschäftsideen gefragt: Bereits zum neunten Mal ruft der VIR zum VIR Innovationswettbewerb Sprungbrett, den Wettbewerb für Start-ups und innovative Unternehmen in der Online-Touristik, auf. Gefragt sind neue Geschäftsideen mit Relevanz für die Online-Touristik. Schirmherren des Wettbewerbs sind die TUI für die Kategorie Start-up und die FVW Mediengruppe für die Kategorie Established.

#### Wer kann sich bewerben?

Gesucht werden sowohl Start-ups als auch etablierte Unternehmen mit außergewöhnlichen Geschäftsideen, die die Internet-Reisebranche überzeugen. Die folgenden Bedingungen sind Voraussetzung für eine Bewerbung:

- → innovativ & online
- einen Mehrwert bieten
- → für die Online-Touristik relevant
- → zum Zeitpunkt der Bewerbung weniger als 12 Monate am Markt (Kategorie Start-up)

#### Was kann man gewinnen?

Das Preispaket für den Sieger der Kategorie Start-up:

- → 5.000 € Preisgeld von HRS
- → Messestand / Pressekonferenz auf der ITB Berlin 2017 gesponsert von der ITB Berlin
- → Studie in Kooperation mit der Internationalen Hochschule Bad Honnef Bonn
- → PR-Workshop der Agentur Wilde & Partner Public Relations GmbH
- → Rechtsberatung durch die Rechtsanwaltsgesellschaft BEITEN BURKHARDT
- → 2 Jahresmitgliedschaften im Travel Industry Club
- → Gestaltungsleistungen im Wert von 500 € von einfach.Kommunikationsdesign
- → Strategie-und Marketingworkshop mit Gründercoach Axel Jockwer
- → 1 Mietwagengutschein von Sunny Cars
- → 1 Premium Jahresabo der FVW

#### Preise für den Zweit- und Drittplatzierten der Kategorie Start-up:

- → 1 Jahresmitgliedschaft im Travel Industry Club
- → 1 Mietwagengutschein von Sunny Cars
- → 1 Premium Jahresabo der FVW
- → 1 Coaching (vier/zwei Stunden) von Tourismuszukunft

#### Preis für den Sieger der Kategorie Etablierte:

→ Gratulationsanzeige in der FVW

#### Wo und wann kann man sich bewerben?

Bewerbungen können bis zum 30. April 2016 unter

→ www.v-i-r.de/sprungbrett/

eingereicht werden.

#### Wann findet der Wettbewerb statt?

Die besten fünf jeder Kategorie werden zum Final-Pitch auf die VIR Online Innovationstage eingeladen. Diese finden vom 22.-23. Juni 2016 im Marshall Haus der Messe Berlin statt. Dort entscheidet eine Fachjury über die Gewinner, die im Anschluss im Rahmen der Abendveranstaltung am 22. Juni gekürt werden.



# **MARKTFORSCHUNG & STUDIEN**

# Methodische Grundlagen

#### **GfK**

→ www.gfk.com

GfK MobilitätsMonitor / GfK TravelScope 2.0: Mehrtägige Privatreisen ab 50 km mit Vorabbuchung (inkl. z.B. kurze und lange Urlaubsreisen, Haupturlaubsreisen, Zweit- und Dritturlaube, sowie VFR)

- » Erhebung: monatliche Haushaltsbefragung in einem GfK Konsumentenpanel
- » Stichprobe: 19.000 Haushalte mit ca. 40.000 Personen
- » Erhebungsart: schriftliche Erfassung des Informations-, Buchungs- und Reiseverhaltens (90% online, 10% offline)
- » Hochrechnung: 74 Mio. Personen in Deutschland ab o Jahre

#### GfK GXL / Cross Media Visualizer:

- » Erhebungsart: passive Messung des Online-Nutzungsverhaltens in einem internet-repräsentativen Sample
- » Stichprobe: Desktop n= 19.000, Smartphone n= 2.200, Tablets n= 500

#### **GfK Consumer Choices:**

- » Erhebungsart: Erfassung und Hochrechnung von Handelsdaten aus Stichproben unterschiedlicher Absatzkanäle
- » Stichprobe: In das Handelspanel fließen weltweit Daten von mehr als 425.000 Verkaufsstellen ein.

#### **GfK ConsumerScope, Division Entertainment:**

- » Erhebungsart: Erhebung des Smartphone- und Tablet-Besitzes in einem GfK Konsumentenpanel
- » Stichprobe: 19.500 Personen
- » Erhebungsart: schriftliche Erhebung (90% online, 10% offline)
- » Hochrechnung: 68 Mio. Personen in Deutschland ab 10 Jahre

#### www.reiseanalyse.de

#### Reiseanalyse

#### Reiseanalyse RA online 11/2015 (FUR)

- » n=2.521 Befragten in November 2015, repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung im Alter 14 70 Jahre
- » Befragung von Personen, die Internetzugang haben und das Internet nutzen
- » Zufallsstichprobe aus einem on-und offline rekrutierten Panel mit derzeit ca. 165.000 Personen im Rahmen des Ipsos i:omnibus Plus

#### Reiseanalyse RA 2016 face-to-face (FUR)

- » N=7.712 Befragte im Januar/Februar 2016, 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

## → www.ruf.de

#### Ruf

#### Ruf Young Traveler Kompass 2016

- » n= 2.671 Befragte im Kernalter zwischen 10 und 27 Jahren, 39 % davon männlich und 61% weiblich
- » Diese besuchten schwerpunktmäßig ein Gymnasium (36%), oder eine Hochschule (20%)
- » Die Online-Befragung fand zwischen dem 25. Dezember 2015 und 10. Januar 2016 statt

# **Ulysses Web-Tourismus**

→ www.web-tourismus.de

Studie "Last-Minute-Reisen 2015"

- » Stichprobe n= 1.263 repräsentativ für die Deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre
- » Erhebungszeitraum: Januar 2016, Projektionsfaktor: ~ 51.900

# Zusammenfassung der Studien

#### **GfK**

Die Studien der GfK zeigen die Entwicklung der Umsätze des Reisemarkts für private Reisen ab 2 Tagen Dauer. Der Fokus liegt auf dem Online-Reisemarkt.

- » Das Wachstum aus dem Gesamt-Reisemarkt kommt auch 2015 aus dem Online-Buchungsweg, der um 7% zum Vorjahr zulegen konnte.
- » Analysiert nach Reiseorganisation, ist der Anteil an Online-Buchungen insbesondere bei Kombinations- und nur Unterkunftsbuchungen gestiegen.
- » Führend bei der Online-Buchung aufgeschlüsselt nach Reisezielen sind Großbritannien, Irland, Skandinavien sowie Frankreich und die Benelux-Länder.
- » Urlaubsarten, die besonders gerne online gebucht wurden, sind Städte-, Event- und Besuchsreisen. Allerdings konnten insbesondere Wellness- und Rundreisen ein Wachstum über den Online-Kanal verzeichnen.

#### Reiseanalyse:

Die Reiseanalyse analysiert die Entwicklungen der Urlauberzahlen, deren Reiseverhalten und Internetnutzung. Ein Schwerpunkt liegt bei den Urlaubsreisen mit 5 Tagen Dauer und länger.

- » Gut ¾ der Deutschen machen im Jahr mindestens eine Urlaubsreise (5+ Tage). insgesamt beträgt das Volumen knapp 70 Mio. Urlaubsreisen. Diese Werte sind seit langer Zeit sehr stabil.
- » Ein Drittel der Urlaubsreisen führen ins Inland, ein weiteres Drittel ans Mittelmeer und das letzte Drittel in den Rest der Welt. Aktuell können Ziele am europäischen Mittelmeer und auf der Fernstrecke Marktanteilgewinne verbuchen.
- » Das Internet wird sowohl zur Information als auch zur Buchung von Urlaubsreisen noch mehr als in den vergangenen Jahren genutzt. 61% der Bevölkerung haben es schon einmal zur Information zum Thema Urlaubsreisen genutzt und 43% zur Buchung von Urlaubsreisen.
- » Der Teil der Bevölkerung, der online ist und gerne verreist, hat sich zu 90% schon einmal im Internet informiert und zu 79% auch bereits seine Urlaubsreise online gebucht.
- » Das mobile Internet wird sowohl vor der Reise als auch während der Reise vermehrt insbesondere zur Information zur Urlaubsreise, aber auch zur Buchung genutzt.

#### ruf

Der Ruf Young Traveler Kompass untersucht die Online- und Mobile-Nutzung der Jugendlichen, allgemein und in Bezug auf Urlaubsreisen.

- » Nachrichten über WhatsApp, Snapchat und Facebook sind die am häufigsten genutzten Kommunikationsdienste der Jugendlichen.
- » Musik- und Video-Streaming-Dienste nehmen eine größer werdende Rolle im Medienalltag der Jugendlichen ein.
- » Die wichtigsten Informationsquellen bei der Reiseplanung der Jugendlichen sind Fotos und Videos vom Reiseziel sowie Gespräche und Tipps von Freunden.
- » Das Smartphone spielt im Urlaub eine sehr wichtige Rolle, mehr als 90% der Jugendlichen nutzen es im Urlaub beispielsweise zum Versenden von Fotos oder auch zur Information zum Reiseziel.

#### **Ulysses Web-Tourismus**

Die Studie von Ulysses-Web-Tourismus beleuchtet die Last-Minute-Reisen der Deutschen.

- » Bei der Frage nach der Urlaubsplanung 2016 zeigt sich, dass mehr Deutsche kurzfristig Urlaub buchen wollen.
- » Dieser Trend spiegelt sich auch in den Ergebnissen der Frage wieder, ob für 2016 ein Last-Minute Urlaub geplant ist. Dies bejahten 18,8%, wohingegen es im vergangenen Jahr nur 14,4% waren.
- » Spanien verdrängt Deutschland von Platz eins der beliebtesten Last-Minute-Reiseziele, während Österreich Frankreich von Platz vier auf Platz sieben verweist.





# Eckdaten der Urlaubsnachfrage

Basis: Urlaubsreisen Jan. bis Dez der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; Kurzurlaubsreisen Nov. bis Okt. der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-70 Jahre Quelle: RA 2015 und RA 2016, FUR



#### **URLAUBSREISEN (AB 5 TAGE DAUER)**

Jahr	Urlaubsreisende	Urlaubsreisen pro Person	Urlaubsreisen	Ausgaben pro Person	Umsatz
2015	53,4 Mio.	1,29	69,1 Mio.	€ 954	€ 65,9 Mrd.

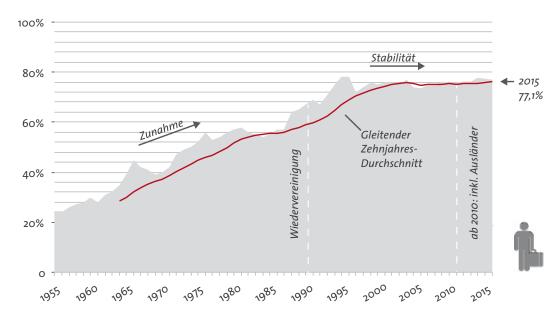
#### **KURZURLAUBSREISEN (2-4 TAGE)**

Jahr	Kurzurlaubs- reisende	Kurzurlaubsreisen pro Person	Kurzurlaubs- reisen	Ausgaben pro Person	Umsatz
2015	31,7 Mio.	2,43	77,1 Mio.	€ 274	€ 21,1 Mrd.

Im vergangenen Jahr unternahmen die Deutschen knapp 70 Mio. Urlaubsreisen (5 Tage und länger) und 77 Mio. Kurzurlaubsreisen (2 bis 4 Tage Dauer). Für Urlaubsreisen gaben sie dabei insgesamt knapp € 66 Mrd. aus, für Kurzurlaubsreisen gut € 21 Mrd.

# Urlaubsreiseintensität 1954 bis 2015

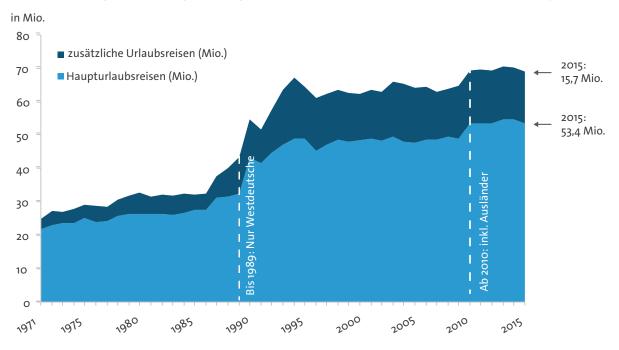
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2016, FUR; 1954-1969: Diverse Studien



2015 unternahmen gut 77% der Bevölkerung in Deutschland mindestens eine Urlaubsreise von fünf Tagen oder länger. Seit Mitte der 1990er Jahre liegt die Urlaubsreiseintensität recht stabil auf dem hohen Niveau von etwa drei Viertel der Bevölkerung.

### Volumen der Urlaubsreisen 1971 bis 2015

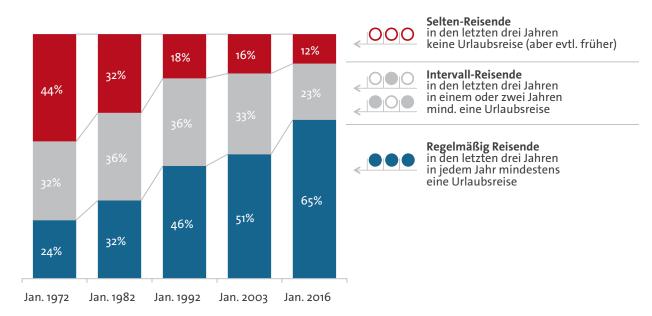
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 1971 bis 2016, FUR



Die meisten Menschen machen pro Jahr nur eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen Dauer. Knapp 23% aller Urlaubsreisen sind zusätzliche Urlaubsreisen von Personen, die mehrmals im Jahr in den Urlaub fahren.

# Reiseregelmäßigkeit 1972 bis 2016

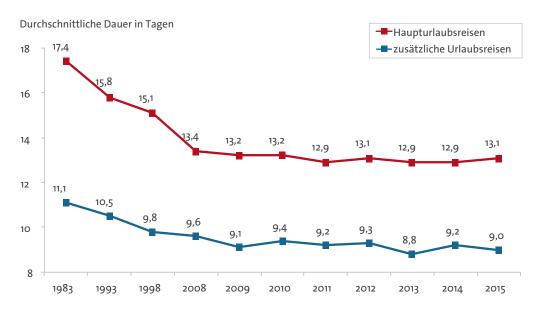
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 1972 bis 2016, FUR



Urlaubsreisen gehören heute in Deutschland zum festen Konsumrepertoire: 64% sind "regelmäßig Reisende", nur 12% haben in den zurückliegenden 3 Jahren gar keine Urlaubsreise unternommen. Dies ist ein Grund für die hohe Stabilität der Gesamtnachfrage.

# Urlaubsreisedauer 1983 bis 2015

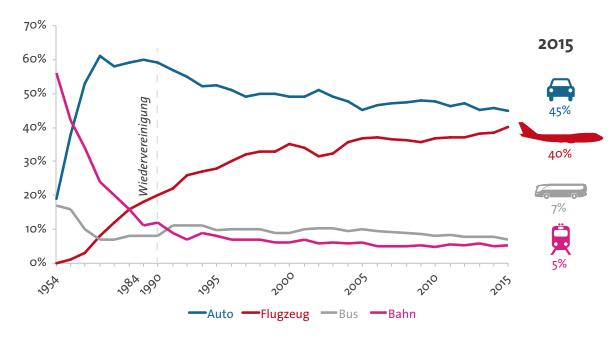
Basis: Alle Haupturlaubsreisen bzw. zusätzliche Urlaubsreisen der Deutschen 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 1983 bis 2016, FUR



Die Urlaubsreisedauer bei Haupturlaubsreisen hat sich in den vergangenen Jahren bei knapp 13 Tagen eingependelt. Die durchschnittliche Urlaubsreisedauer bezogen auf alle Urlaubsreisen der Deutschen 2015 betrug 12,2 Tage und ist damit im Vergleich zum Vorjahr konstant geblieben.

# Verkehrsmittel der Urlaubsreise 1954 bis 2015

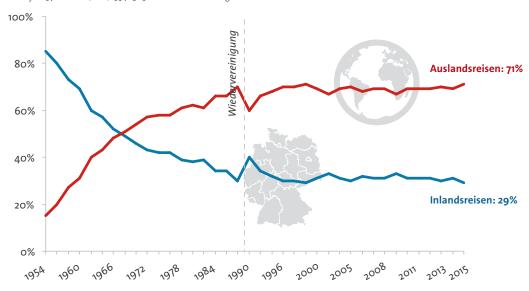
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche Auto inkl. Pkw mit Wohnwagen oder Wohnmobil · Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2016, FUR; 1954-1969: Diverse Untersuchungen



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

# In- und Auslandsreisen 1954 bis 2015

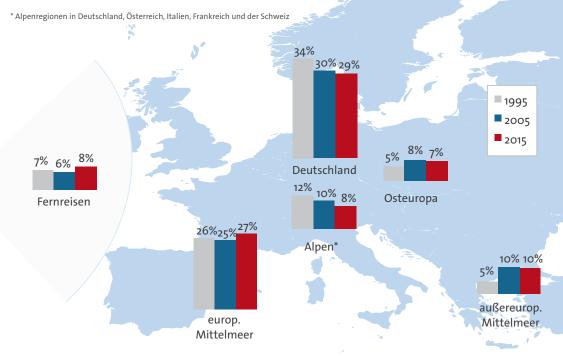
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre; bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2016, FUR; 1954-1969: Diverse Untersuchungen



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

# Regionale Verteilung der Urlaubsreisen

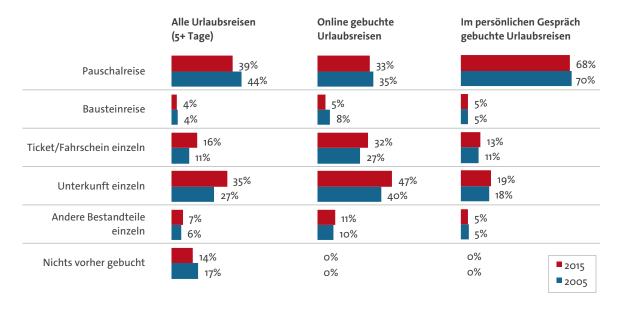
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre; bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche Quelle: Reiseanalyse 1996 bis 2016, FUR



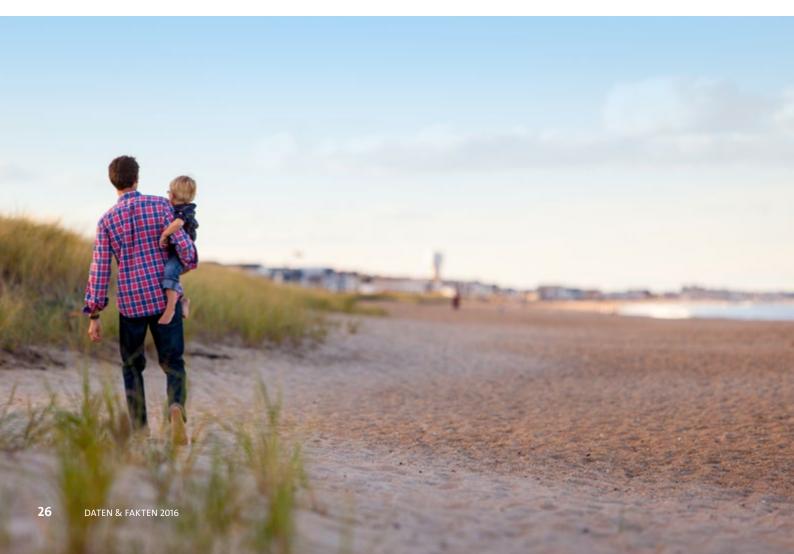
Grob gesprochen führen ein Drittel der Urlaubsreisen ins Inland, ein weiteres Drittel ans Mittelmeer und das letzte Drittel in den Rest der Welt. Aktuell können Ziele am europäische Mittelmeer und auf der Fernstrecke Marktanteilsgewinne verbuchen.

# Organisation von Urlaubsreisen

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage, Jan. bis Dez der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; · Quelle: Reiseanalyse 2011 und 2016, FUR

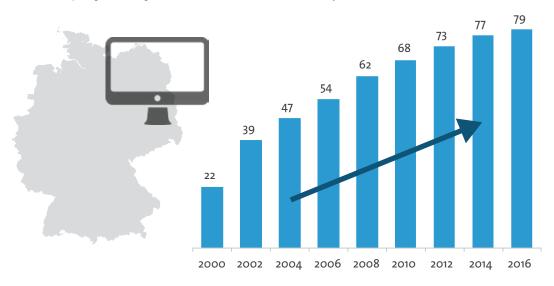


Bei allen Urlaubsreisen bleibt die Pauschalreise, allerdings mit rückläufiger Tendenz, aktuell die wichtigste Organisationsform, vor Einzelbuchungen der Unterkunft mit positivem Trend. Bei den online gebuchten Reisen hat zeigt sich der langfristige Strukturwandel der Urlaubsorganisation bereits: Hier dominieren Einzelbuchungen der Unterkunft deutlich vor der Pauschalreise. Bei den persönlich gebuchten Reisen, v. a. im Reisebüro, dominiert klar die Pauschalreise.



# Internetzugang 2000 bis 2016

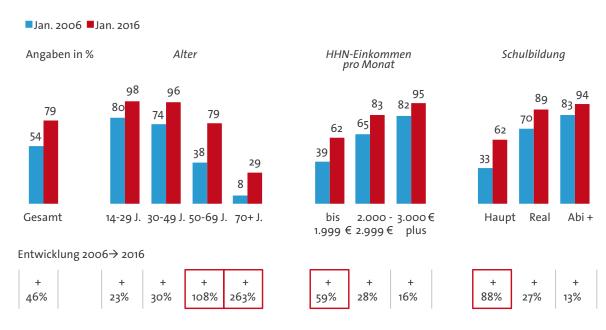
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre; bis 2009 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 2001 bis 2016, FUR



79% der Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland hatten im Januar 2016 Zugang zum Internet – mehr als dreimal mal so viele wie im Januar 2000.

# Internetzugang 2006 und 2016 im Detail

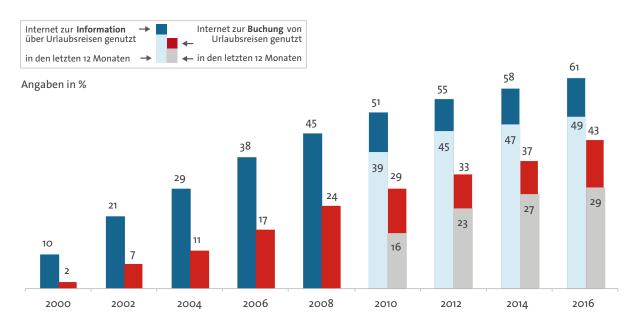
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre; 2006 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 2006 und 2016, FUR



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

# Internetnutzung für Urlaubsreisen

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre; bis 2010 nur Deutsche · Quelle: Reiseanalyse 2001 bis 2016, FUR

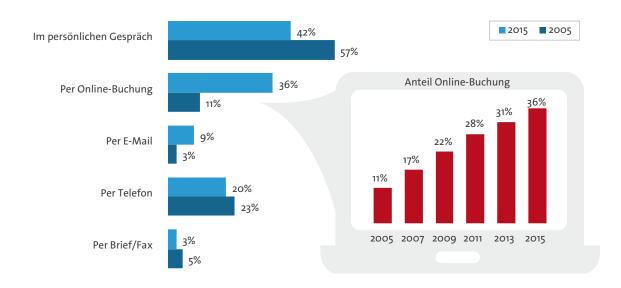


Das Internet gewinnt auch beim Thema Urlaubsreisen immer mehr an Bedeutung: Im Januar 2016 hatten sich 61% der Bevölkerung jemals im Internet zum Thema Urlaubsreisen informiert, 49% der Bevölkerung (auch) innerhalb der vergangenen 12 Monate. Zur Buchung von Urlaubsreisen hatten es 43% der Bevölkerung zu diesem Zeitpunkt schon genutzt, 29% (auch) innerhalb der vergangenen 12 Monate.



# Buchungswege von Urlaubsreisen

Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) mit Vorabbuchung der deutschsprachige Bevölkerung ab 14+ Jahre bis 2009 nur Deutsche · Quelle Reiseanalyse 2006-2015, FUR

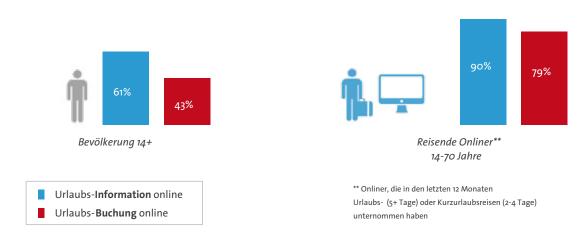


Trotz kontinuierlichen Verlusten seit 2005 bleibt das persönliche Gespräch noch der bedeutendste Buchungsweg von Urlaubsreisen. Das stärkste Wachstum im Zeitverlauf verzeichnen Online- und E-Mail-Buchungen. Es ist zu erwarten, dass schon vor 2020 die Mehrheit der Urlaubsreisen online bzw. per E-Mail gebucht werden.



# Online Information und Buchung in relevanten Segmenten

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre bzw. 14-70 Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2016, FUR



Innerhalb der Bevölkerung haben 61% das Internet bereits zur Urlaubs-Information genutzt, 43% haben gebucht. Schaut man auf die Internetnutzer, die gerne verreisen, steigen die Werte auf 90% bzw. 79% an. Das heißt also: Wer sowieso online ist und gerne in den Urlaub fährt, nutzt das Internet auch für die Reiseplanung.

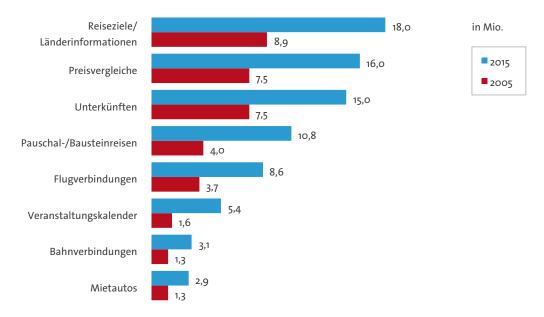
#### **Eckdaten Online Reisemarkt**

	2015	2016*
Bevölkerung ab 14 Jahre	70,5 Mio.	69,2 Mio.
Hier von:		
Deutsche	64,6 Mio.	63,6 Mio.
deutschsprachige Ausländer	6,0 Mio.	5,6 Mio.
Hier von:		
Personen mit Internetzugang	54,8 Mio.	54,9 Mio.
Personen mit mobilem Internetzugang	39,5 Mio.	43,7 Mio. —
Internet schon zur Urlaubsinfo genutzt	42,4 Mio.	42,3 Mio.
Internet schon zur Urlaubsbuchung genutzt	28,6 Mio.	29,5 Mio.
Personen ohne Internetzugang	15,7 Mio.	14,3 Mio.
Reisende 2014 bzw. 2015	54,6 Mio.	53,4 Mio.
Hier von:		
Reisende mit Internetzugang	45,3 Mio.	45,5 Mio.
Reisende ohne Internetzugang	9,3 Mio.	7,9 Mio.

\*Neue Basis für die Hochrechnung der Untersuchungsergebnisse sind die Volkszählungsdaten (Zensus) 2011, die ab Mitte 2015 in der Marktforschung genutzt werden können. Sie führt zu einer Verringerung des Gesamtvolumens und leichten Verschiebungen in den Strukturen, die bei Vergleichen mit den in den Vorjahren berichteten Ergebnissen zu berücksichtigen sind.

# Urlaubsinfo im Internet: Information zu Reisezielen vor Preisvergleichen und Unterkünften

Basis: Haupturlaubsreisen (= wichtigste Urlaubsreise 5+ Tage eines Jahres) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre • Quelle: Reiseanalyse 2006 und 2016, FUR

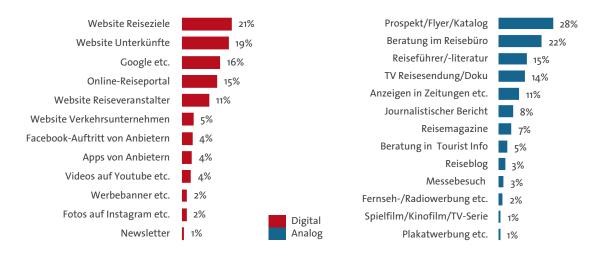


In den vergangenen 10 Jahren hat sich die Zahl derjenigen, die sich vor einer Reise im Internet informieren, mehr als verdoppelt. Dahinter stecken nicht nur mehr Internetnutzer, sondern auch eine deutliche Zunahme der Nutzungsintensität dieses Informationsmediums. Am Ranking der Informationsinhalte hat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



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

Basis: Haupturlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre 2015 · Quelle: Reiseanalyse 2016, FUR – Modul Inspiration und Information

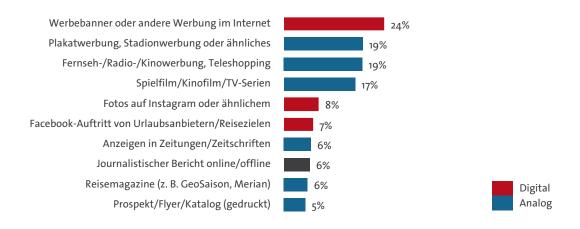


Vor der Urlaubsreise kommunizieren die Anbieter über verschiedene Marketinginstrumente mit den Kunden. Im Schnitt nutzt ein Urlauber dabei 2,2 der abgefragten Quellen zur Inspiration und Information für seine Reise. Dabei informieren sich 28% digital und analog, 16% ausschließlich digital und 27% ausschließlich analog. 29% nutzen keine der genannten Quellen.



# Welche Marketinginstrumente sind aus Kundensicht besonders nervig? (TOP 10 von 25)

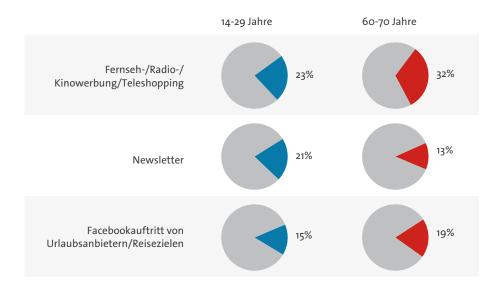
Basis: deutschsprachige Urlaubs- und Kurzurlaubsreisende 14-70 Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2016, FUR – Modul Inspiration und Information



Generell lassen sich die Deutschen von der Ansprache durch Marketinginstrumente der Urlaubsanbieter nicht so schnell nerven. Wenn, dann fühlen sie sich am ehesten genervt durch Werbung im Internet, durch Out-of-home Werbung, durch Fernsehwerbung oder Produktplatzierung in Filmen.

# ,Nervigkeit' von Marketinginstrumenten nach Alter

 $Basis: deutschsprachige \ Urlaubs-\ und\ Kurzurlaubsreisende\ 14-70\ Jahre\cdot Quelle: Reiseanalyse\ 2016, FUR-Modul\ Inspiration\ und\ Information$ 

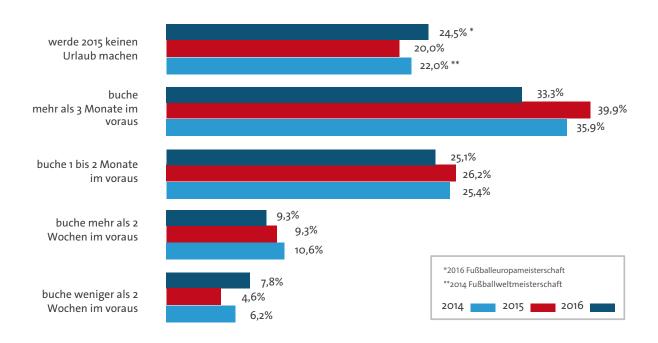


Insgesamt sind die Unterschiede zwischen den Altersgruppen bezüglich der "Nervigkeit" von Marketinginstrumenten gering. Es gibt allerdings auch Unterschiede, z.B. bei der Fernsehwerbung oder den Facebookauftritten von Reiseanbietern (hier sind die Älteren mehr genervt) oder den Newslettern (hier sind die Jüngeren mehr genervt).



# Planung und Buchung des Urlaubs 2016

Basis: aller Befragten = repräsentativ für alle Deutschen ab 14 Jahren (n = 1.263) · Quelle: Ulysses – Web-Tourismus - Last-Minute-Reisen 2015

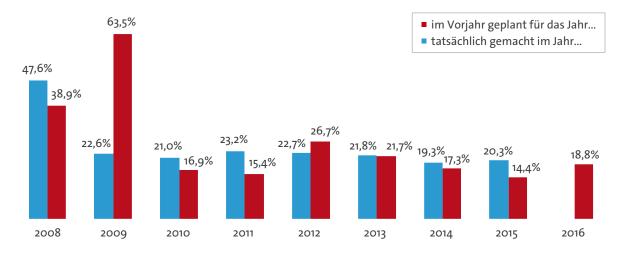


Wie in 2014 findet auch 2016 wieder eine Fußballmeisterschaft statt. Dies spiegelt sich auch darin wieder, dass mehr Deutsche planen, den Urlaub kurzfristig zu buchen.

# Last-Minute-Planung und tatsächliche Durchführung

Quelle: Ulysses – Web-Tourismus - Last-Minute-Reisen 2015

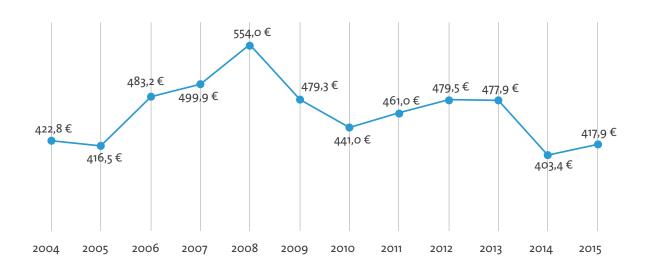
Hinweis: Die Frage nach der Planung wird immer am Ende des Vorjahres gestellt – im Lesebeispiel Ende 2015 für das aktuelle Jahr 2016.



14,4% der Deutschen gaben an, im Jahr 2015 eine Last-Minute-Reise durchführen zu wollen. Tatsächlich gemacht haben es jedoch 20,3% der Deutschen. Für 2016 planen mehr Deutsche als im vergangenen Jahr, eine Last-Minute-Reise zu machen.

# Durchschnittliche Ausgaben für die Last-Minute-Reise

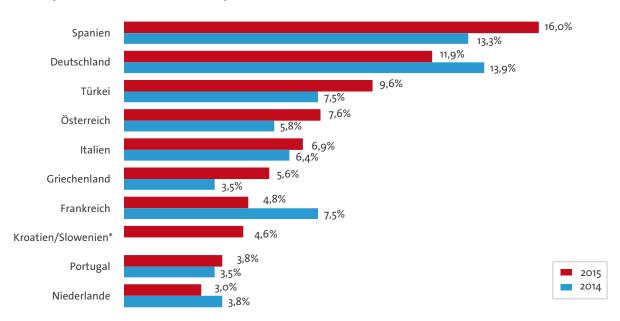
Quelle: Ulysses — Web-Tourismus - Last-Minute-Reisen 2015



Die durchschnittliche Ausgaben pro Person für eine Last-Minute-Reise sind, nachdem sie von 2013 auf 2014 stark gefallen waren, 2015 wieder leicht gestiegen auf rund 417 € pro Person.

# Top-10 Last-Minute-Reiseziele der Deutschen 2015

Quelle: Ulysses – Web-Tourismus - Last-Minute-Reisen 2015



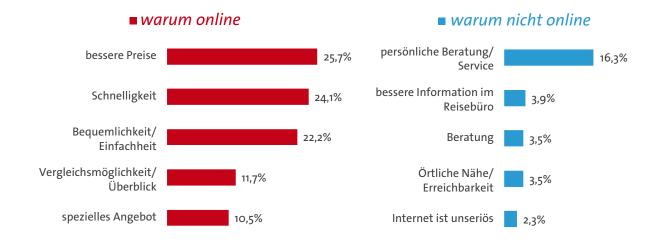
<sup>\*</sup> im Vorjahr nicht unter den Top 10

Spanien verweist 2015 Deutschland auf Platz zwei der beliebtesten Last-Minute-Ziele. Österreich konnte 2015 um mehr als 3 Prozentpunkte zulegen und rangiert auf Platz vier.



# Top 5 Gründe, warum eine Last-Minute-Reise online bzw. nicht online gebucht wurde

Quelle: Ulysses – Web-Tourismus - Last-Minute-Reisen 2015



## **GFK: UMSÄTZE DES ONLINE-REISEMARKTS**

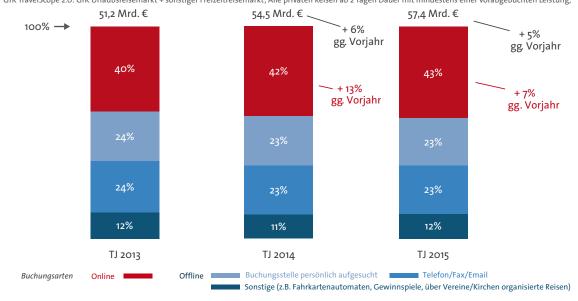




## TJ 2013 bis 2015: Vorabgebuchte Leistungen nach Buchungsweg

Basis: Anzahl Reisen mit vorabgebuchten Leistungen in Tsd. / 74,2 Mio. Personen ab O Jahre

GfK TravelScope 2.o: GfK Urlaubsreisemarkt + sonstiger Freizeitreisemarkt; Alle privaten Reisen ab 2 Tagen Dauer mit mindestens einer vorabgebuchten Leistung,

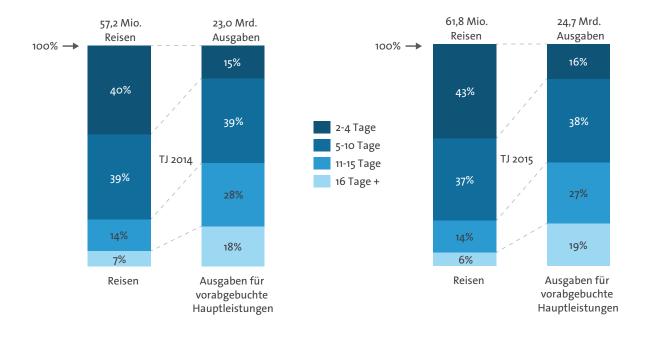


Das Wachstum aus dem Gesamtmarkt kommt auch 2015 besonders aus dem Online-Buchungsweg, der auch 2015 wieder stark gewachsen ist.

## TJ 2014/2015: Online-Buchungen nach Reisedauer

Basis: Anzahl Reisen mit vorabgebuchten Leistungen in Tsd. / Verbraucherausgaben für vorabgebuchte Leistungen in Mio. Euro / 74,2 Mio. Personen ab o Jahre;

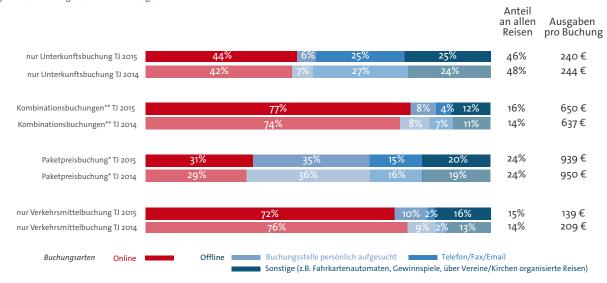
Quelle: GfK TravelScope 2.0: GfK Urlaubsreisemarkt + sonstiger Freizeitreisemarkt; Alle privaten Reisen ab 2 Tagen Dauer mit mindestens einer vorabgebuchten Leistung,



2015 machten Kurzreisen (mit 2 bis 4 Tagen Dauer) über 40% der online gebuchten Reisen aus. Den größten Anteil der Ausgaben, der online gebuchten Reisen, machen jedoch Reisen mit einer Dauer von 5 bis 10 Tage aus.

## TJ 2014/2015: Onlinebuchungsanteil nach Reiseorganisation

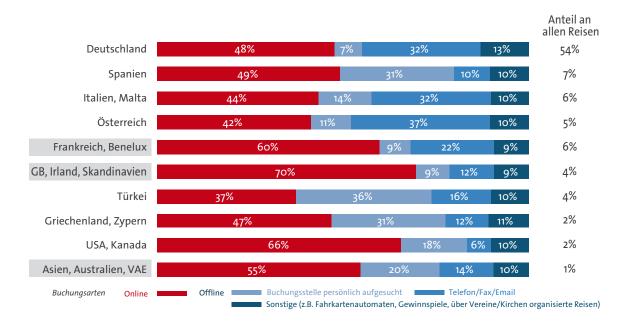
Basis: Basis: 74,0 Mio. Personen ab o Jahre - Alle privaten Reisen ab 2 Tagen Dauer mit mindestens einer vorabgebuchten Leistung · Quelle: GfK TravelScope 2.0: GfK Urlaubsreisemarkt + sonstiger Freizeitreisemarkt · \*Unterkunft und Verkehrsmittel werden in einem Betrag und einem Buchungsakt gebucht \*\*Unterkunft und Verkehrsmittel werden in zwei getrennten Buchungsakten für eine Reise gebucht



Der Anteil der Online-Buchungen, differenziert nach Reiseorganisation, ist sowohl bei nur Unterkunft-, Kombinations- und Paketpreisbuchungen gestiegen.

## TJ 2015: Online-Buchungsanteil nach Reiseziel

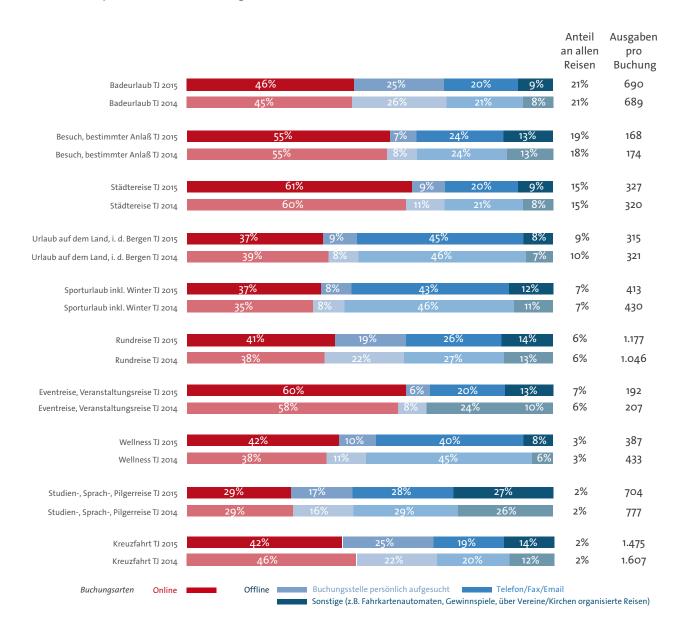
Basis: Basis: 74,0 Mio. Personen ab o Jahre - Alle privaten Reisen ab 2 Tagen Dauer mit mindestens einer vorabgebuchten Leistung · Quelle: GfK TravelScope 2.0: GfK Urlaubsreisemarkt + sonstiger Freizeitreisemarkt



Den höchsten Anteil an Online-Buchungen nach Reiseziel verzeichnen, wie im vergangenen Jahr, USA und Kanada, Großbritannien, Irland und Skandinavien sowie Frankreich und die Benelux. Ihren Online-Buchungsanteil ausbauen konnten Österreich, Griechenland und Zypern.

### TJ 2014/TJ 2015: Onlinebuchungsanteil nach Urlaubsart

Basis: Basis: 74,0 Mio. Personen ab o Jahre - Alle privaten Reisen ab 2 Tagen Dauer mit mindestens einer vorabgebuchten Leistung Quelle: GfK TravelScope 2.0: GfK Urlaubsreisemarkt + sonstiger Freizeitreisemarkt

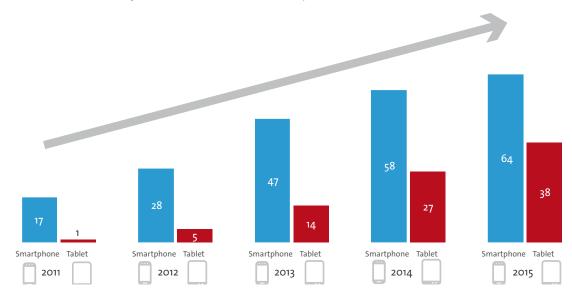


Bei mehr als 50% der Städte- und Besuchsreisen wird mindestens eine Leistung online gebucht. Bei 60% der Event-/Veranstaltungsreisen wird mindestens eine Leistung online gebucht. Wellness- und Rundreisen wurden im Vergleich zum Vorjahr im TJ 2015 verstärkt online gebucht.



## Ausstattung der Deutschen mit mobilen Endgeräten

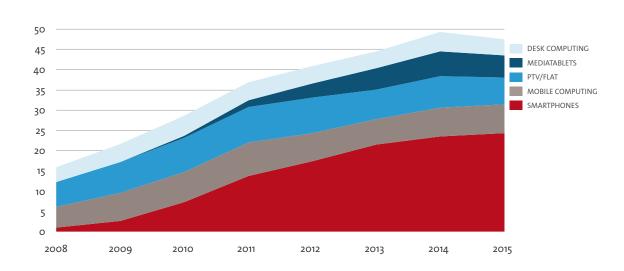
Basis: Deutsche Personen ab 10 Jahre, jeweils zum 1.1. (in %) · Quelle: GfK ConsumerScope, Division Entertainment



Die Ausstattung der Deutschen mit mobilen Endgeräten steigt weiterhin an, jedoch hat sich das Wachstum insbesondere bei den Smartphones verlangsamt.

## Entwicklung der verkauften Endgeräte in Deutschland

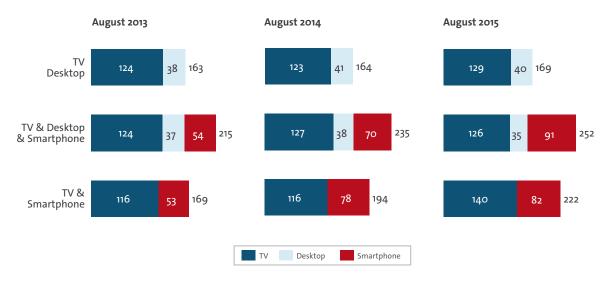
Basis: Verkaufte mobile Endgeräte (in Mio.) · Quelle: GfK Consumer Choices sales data Germany Q1 2008 to Q4 2015



Smartphones und Tablets verdrängen fixed line Ausgabemedien. Jedoch stagniert die Wachstumskurve der verkauften Smartphones.

## Durchschnittliche Nutzungszeiten pro Medienkanal bei Multiscreen-Situationen

Basis: August 2013: 51,7 Mio. vs. August 2014: 53,3 Mio. vs. August 2015: 55,1 Mio. ab 14 Jahren · Quelle: GfK GXL & TV Panel August 2013

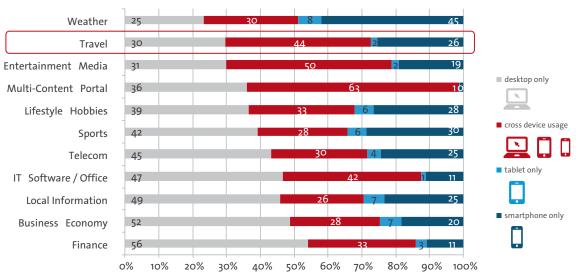


Betrachtet man die Entwicklung der Nutzungszeiten pro Medienkanal bei Multiscreen-Situationen, stellt man fest, dass Smartphones immer mehr zu einem festen Bestandteil bei Multiscreen-Nutzungssituationen werden. Die meisten, nämlich 50% der Bevölkerung, gehen dabei mit ihrem Smartphone oder Tablet online.

### Multiscreen-Nutzung im Vergleich nach Branchen

Basis: Durchschnittliche Nutzung Januar – Mai 2015 | Deutsche Online-Bevölkerung 55,1 Mio · Quelle: GfK Crossmedia Visualizer

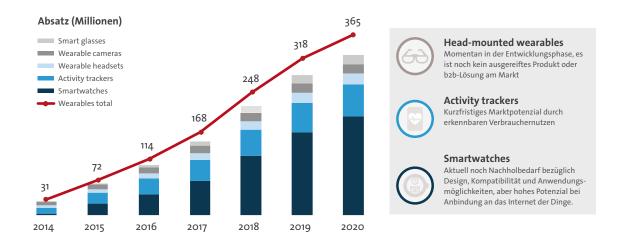
exklusive und kombinierte Device-Nutzung nach Branchen, Anteile in %



Die Reisebranche ist unter den Top drei Branchen im Hinblick auf die Cross-Device Nutzung mit einem Anteil von 44%. Nur Multi-Content Portale und die Entertainment Branche haben einen höheren Anteil in der Cross-Device Nutzung.

## Einschätzung zur Entwicklung von Wearables (weltweit)

Sources: GfK Boutique, GfK "The Future of Wearables"; August 2014

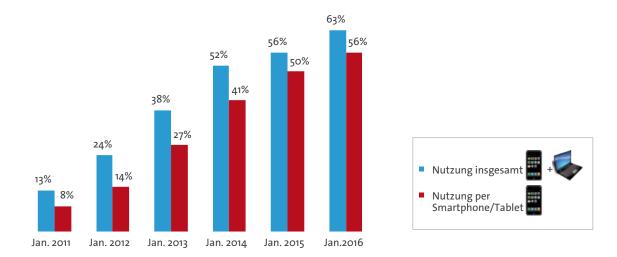


Der Verkauf von sogenannten Wearables wird laut Schätzungen in den nächsten Jahren stark ansteigen. Einen großen Anteil davon werden Smartwatches und Activity Trackers ausmachen.



### **Mobile Internetnutzung**

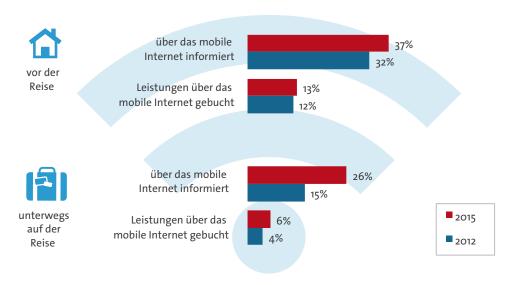
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2011 bis 2016, FUR



Aktuell nutzen 63% der deutschen Bevölkerung das mobile Internet – fast 5 mal so viele Menschen wie vor fünf Jahren. Die meisten, nämlich 56% der Bevölkerung, gehen dabei mit ihrem Smartphone oder Tablet online.

## Nutzung des mobilen Internet bei Reisen

Basis: deutschsprachige Urlaubs- und Kurzurlaubsreisende 14-70 Jahre, die das mobile Internet nutzen · Quelle: Reiseanalyse 2013 und 2016, FUR



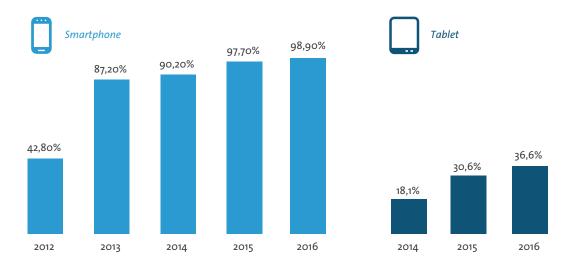
Bei der Nutzung des mobilen Internet bei Reisen überwiegt aktuell der Informationsaspekt: Vor ihrer Reise informieren sich 37% der Nutzer über das mobile Internet, unterwegs sind es 26% - fast eine Verdoppelung gegenüber 2012. Die Nutzung des mobilen Internet zur Buchung von Reiseleistungen ist im Vergleich zur Information noch nicht so stark ausgeprägt: 13% buchen vor der Reise mobil, 6% unterwegs – etwas mehr als in 2012.





## Besitzt Du ein Smartphone und/oder Tablet?

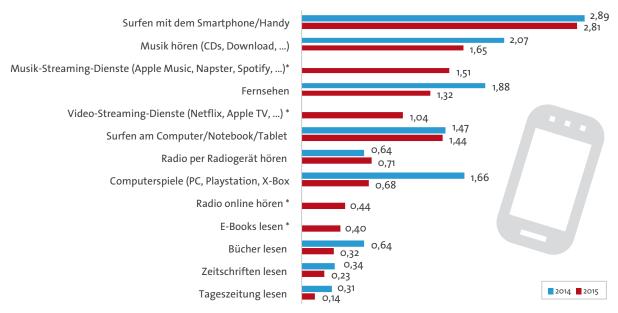
Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016



Nahezu jeder Jugendliche besitzt 2016 ein eigenes Smartphone. Zwar ist der Anteil der Tabletbesitzer unter den Jugendlichen weiterhin gestiegen, jedoch hat sich das Wachstum im Vergleich zum Vorjahr verlangsamt.

## Wie viel Zeit verbringst Du in etwa täglich mit der Nutzung folgender Medien?

Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren, (Durchschnittswerte in Stunden) Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016

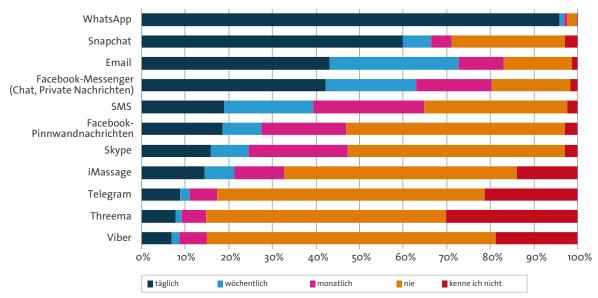


<sup>\*</sup> Daten im Vorjahr nicht erhoben

Mit dem Surfen mit dem Smartphone verbringen die Jugendlichen weiterhin viel Zeit am Tag, während weniger Zeit mit Computerspielen und Fernsehen pro Tag wie im vergangenen Jahr verbracht wird.

## Welchen Kommunikationsdienst nutzt Du wie häufig?

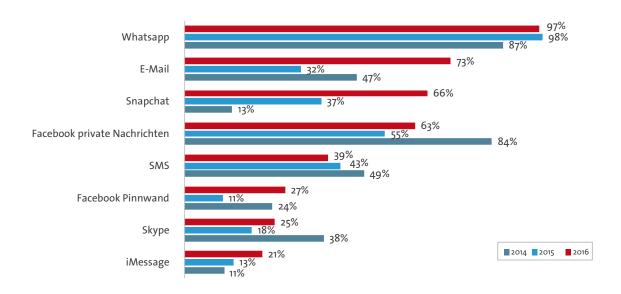




WhatsApp ist unter Jugendlichen weiterhin der am intensivsten genutzte Kommunikationsdienst. Dennoch konnte der Kommunikationsdienst Snapchat stark zulegen und rangiert hinter WhatsApp auf Platz zwei.

## Welche Kommunikationsdienste nutzt Du täglich oder wöchentlich?

Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016



Täglich oder wöchentlich nutzen 2016 bereits 66% der Jugendlichen Snapchat. Die regelmäßige SMS-Nutzung der Jugendlichen hat sich dagegen reduziert.

## Nutzt Du Video-Streaming-Dienste (z.B. Apple TV, Netflix, SkyGo...)?

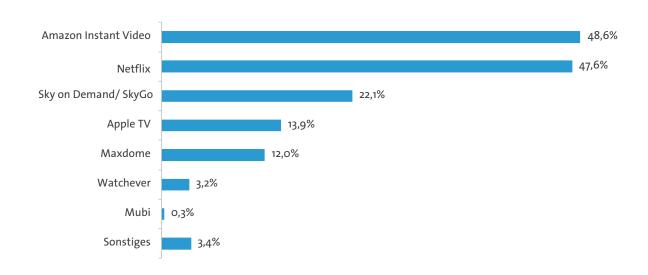
Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016



Video-Streaming Dienste werden nahezu von jedem zweiten Jugendlichen genutzt. Auch denjenigen, die keine Video-Streaming Dienste nutzen, sind die Dienste ein Begriff.

## Welche Video-Streaming Dienste nutzt Du?

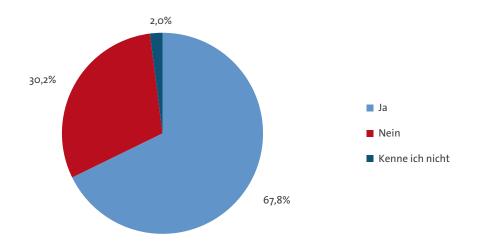
Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016



Führend unter den genutzten Video-Streaming Diensten sind Amazon Instant Video und Netflix. Mit deutlichem Abstand rangiert Sky on Demand mit 22,1% auf Platz drei.

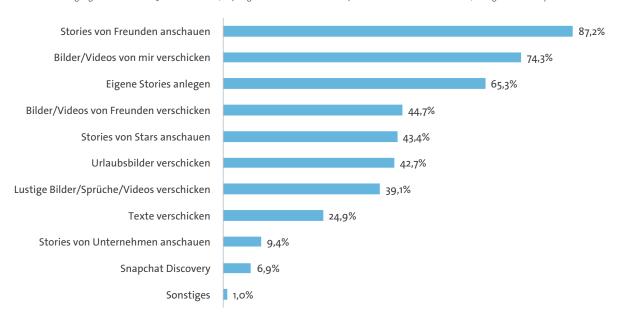
### **Nutzt Du Snapchat?**

Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016



## Wie nutzt Du Snapchat?

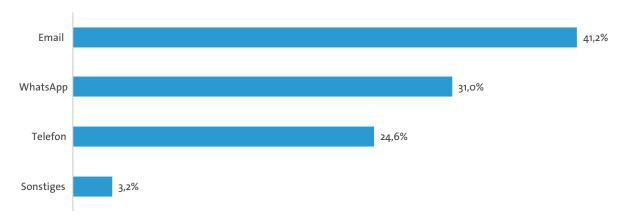
Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016



Jugendliche nutzen Snapchat hauptsächlich, um private Inhalte wie Stories, Fotos und Videos mit Freunden auszutauschen. Stories von Unternehmen folgen dagegen recht wenige Jugendliche.

# Wie würdest Du lieber mit Reiseunternehmen kommunizieren (wenn es die Möglichkeit gäbe)?

Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016



Bei der Frage, wie sie am liebsten mit einem Reiseunternehmen kommunizieren würden, rangiert die E-Mail als Kommunikationsdienst noch vor dem sonst beliebtesten Kommunikationsdienst WhatsApp. Dahingegen würden mehr Jugendliche per WhatsApp als per Telefon mit dem Unternehmen kommunizieren.



# Wie wichtig sind Dir folgende Informationsquellen bei deiner Reiseplanung? (1= sehr wichtig, 6= unwichtig)

Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016

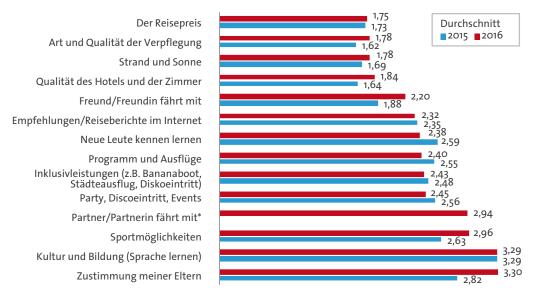
\* Daten im Vorjahr nicht erhoben



Die drei wichtigsten Informationsquellen der Jugendlichen bleiben weiterhin Fotos und Videos vom Reiseziel, Gespräche und Tipps von Freunden und die Webseite des Reiseveranstalters. An Wichtigkeit gewinnen konnten Reiseführer und Soziale Netze.

# Was ist dir bei der Auswahl deines Urlaubs besonders wichtig? (1= sehr wichtig, 6= unwichtig)

Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016



Während der Reispreis bei der Auswahl des Urlaubs vergangenen Jahr nur auf Platz vier lag, ist es nun das wichtigste Kriterium. Stark an Bedeutung gewonnen hat das Kriterium neue Leute kennen lernen.

## Wie nutzt Du dein Smartphone im Urlaub (außerhalb von Deutschland/in der EU)?

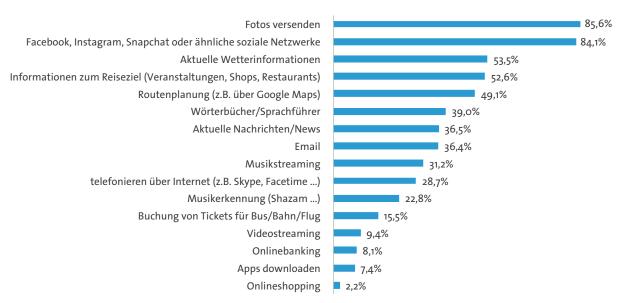
Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016



Nur 5% der Jugendlichen nutzen ihr Smartphone im Urlaub nicht. Mehr als jeder Dritte bezahlt sogar für die Internetnutzung im Urlaub außerhalb Deutschlands.

## Wenn Du im Urlaub dein Smartphone nutzt, wozu genau nutzt Du es? (Mehrfachnennungen möglich)

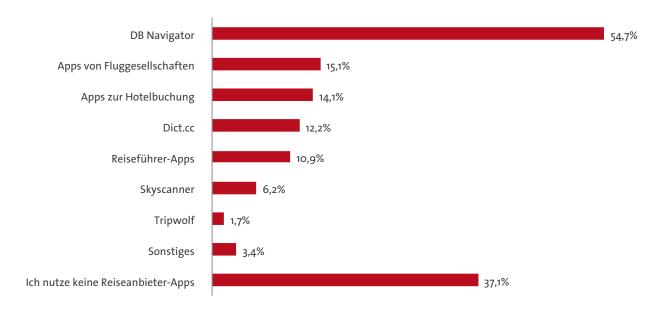
Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016



Während des Urlaubs wird das Smartphone insbesondere zum Versenden von Fotos und dem Austausch in Sozialen Netzwerken verwendet. Knapp jeder zweite Jugendliche gab jedoch auch an, das Smartphone für Informationen zum Reiseziel, zur Routenplanung sowie zu Wetterinformationen zu nutzen.

## Welche Reiseanbieter-Apps nutzt Du? (Mehrfachnennungen möglich)

Basis: Onlinebefragung im Dezember 2015 und Januar 2016, 2671 Jugendliche zwischen 10 und 27 Jahren • Quelle: ruf Reisen GmbH, Young Traveler Kompass 2016



Bei der Nutzung von Reise-Apps liegt die DB Navigator App mit knapp 55% klar auf Platz eins. Apps von Fluggesellschaften sowie Apps zur Hotelbuchung werden von 15,1% beziehungsweise 14,1% der Jugendlichen genutzt.





#### 2016 – Die Uhr tickt

Eines der wesentlichen Themen des Jahres 2016 wird die anstehende Umsetzung der neuen Pauschalreiserichtlinie in deutsches Recht sein.

Die EU war laut den Erwägungsgründen der Auffassung dass viele Reisen in einer rechtlichen Grauzone statt fänden. Nun solle der Schutz solcher Reiseleistungen angepasst, die Transparenz erhöht und Reisenden und Unternehmen mehr Rechtssicherheit geboten werden. Da es sich um eine Richtlinie handelt, muss nun der nationale Gesetzgeber diese in deutsches Recht überführen. Zeit hat er dafür bis Ende 2017. Sein Handlungsspielraum ist jedoch begrenzt, denn selbst wenn der Kunde stärker geschützt werden soll, darf der nationale Gesetzgeber erst einmal nichts anderes regeln, als was in der Richtlinie geregelt ist. Mit der Überführung in deutsches Recht wird sich Manches wesentlich ändern und die Tourismuswirtschaft muss sich beizeiten auf die kommenden Veränderungen einstellen.

Ändern wird sich der Begriff des Reisenden: auch der Reisende, der mehrere Reiseleistungen außerhalb eines Rahmenvertrages bucht, ist von der Pauschalreiserichlinie geschützt. Neu eingeführt wird eine Kategorie der verbundenen Reiseleistungen. Dies ist noch keine Pauschalreise, jedoch ist es auch mehr als isolierte Reiseleistungen, die vermittelt werden. Verbundene Reiseleistungen liegen schon vor, wenn anlässlich eines Besuchs bei einer Vertriebsstelle oder eines (online) Kontaktes mehrere Reiseleistungen gebucht werden, oder eine gezielte (Weiter-)Vermittlung binnen 24 Stunden stattfindet. In diesen Fällen muss der Vermittler einen Insolvenzschutz für von ihm vereinnahmte Zahlungen sicherstellen und den Verbraucher vor Vertragsschluss informieren, dass dieser nicht die einer Pauschalreise zukommenden Rechte hat.

Bei den vorvertraglichen Informationen darf sich der Reiseveranstalter nun auch zur Sprache äußern in der Leistungen erbracht werden, wenn die Nutzung von einer wirksamen mündlichen Kommunikation abhängt. Ebenso darf er sich auch zur Eignung der Reise im Allgemeinen für Personen mit eingeschränkter Mobilität (Art. 5 I a (vii) und (viii)) äußern. Man darf gespannt sein, ob dies zur Folge hat, dass ab 2018 Prozesse um die Sprachkenntnisse des Golflehrers oder des Masseurs deutsche Gerichte beschäftigen und welche Minderungsquoten sich dann ergeben.

Auf "große Freude" bei den Vermittlern trifft auch Art. 15. In diesem wird festgeschrieben, dass nunmehr Adressat aller Nachrichten, Ersuchen oder Beschwerden des Reisenden auch der Vermittler ist. Dieser leitet die Kommunikation an den Veranstalter weiter – unverzüglich. Reisevermittler sollten sich also auf eine rege Weiterleitung einstellen, wenn der Kunde die Kommunikation mit dem Vermittler bevorzugt.

Auch die Beistandspflicht in Art. 16 wird noch manches an Aufwand erfordern. Hier muss der Veranstalter unter anderem Unterstützung leisten bei der Herstellung von Fernkommunikationsverbindungen.

Klarheit schafft auch Art. 20. Wer als Vermittler die Produkte eines nicht EU-Veranstalters vertreibt, muss entweder selber für Insolvenzschutz sorgen oder sicherstellen, dass der Veranstalter den Bestimmungen der EU nachkommt.

Spannende Rechtsstreite lässt auch Art. 21 erwarten. Richtigerweise haftet der Unternehmer für technische Mängel im Buchungssystem. Ausgenommen diese wurden durch unvermeidbare, außergewöhnliche Umstände verursacht. Dies ist der gleiche Begriff, der schon bei der Fluggastrechte Richtlinie für viele Prozesse sorgte.

Immerhin hat die EU auch eine Vielzahl von Standard-Texten für Informationen vorgesehen, die in Zukunft eingesetzt werden können.

Neben der Pauschalreise-Richtlinie werden auch andere Themen in 2016 in die Umsetzung gehen: die EU-Datenschutzgrundverordnung, die irgendwann zu erwartenden Regeln zum Ersatz des Safe-Harbor-Abkommens, die Online-Streitschlichtung der EU und vieles mehr. Es wird also ein spannendes Jahr!



Prof. Dr. Hans-Josef Vogel

Rechtsanwalt, Partner BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

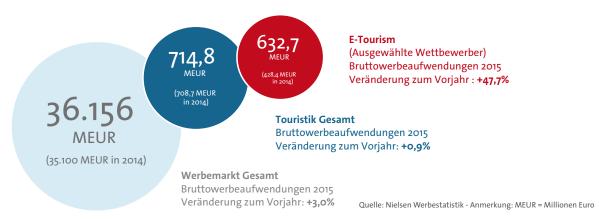
Honorarprofessor an der IUBH Bad Honnef Bonn

#### **ERKENNTNISSE AUS DER NIELSEN WERBESTATISTIK**

#### Der Online-Touristik Werbemarkt in Deutschland

Das Werbeverhalten im Touristikmarkt unterscheidet sich in einigen Punkten grundlegend von dem deutschen Werbemarkt insgesamt. Beispielsweise wuchs der Touristikwerbemarkt 2015 schwächer als der gesamte deutsche Werbemarkt, der ein Plus von 3% verzeichnete. Gegenteilig verläuft der Bereich E-Tourism/ Online-Touristik. Die Werbeausgaben der Unternehmen im Geschäftsfeld E-Tourism stiegen im Jahr 2015 von 428 Millionen Euro auf 633 Millionen Euro, was ein Plus von 48% gegenüber dem Vorjahr ausmacht. Damit wuchs der E-Tourism-Werbemarkt deutlich stärker als der Touristikwerbemarkt insgesamt.

### Marktübersicht für das Jahr 2015

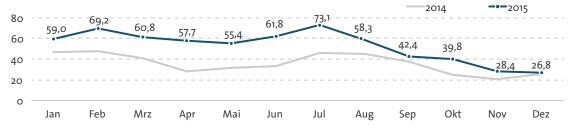


Die höchsten Bruttowerbeaufwendungen im Jahr 2015 fielen im Sommer an, mit dem Monat Juli an der Spitze, wo die ausgewählten Wettbewerber im Bereich E-Tourism 73,1 MEUR investierten. Der Monat mit den niedrigsten Ausgaben war mit 26,8 MEUR der Dezember. Insgesamt war das monatliche Werbeaufkommen in 2015 durchgehend höher als in den jeweiligen Vorjahresmonaten.

## Die Gesamtentwicklung des Werbemarkts der Online-Touristik in Deutschland

Quelle: Nielsen - Betrachtungszeitraum 2015 - Anmerkungen: MEUR = Millionen Euro

Bruttowerbeaufwendungen in MEUR, nach Monaten, alle Mediengruppen

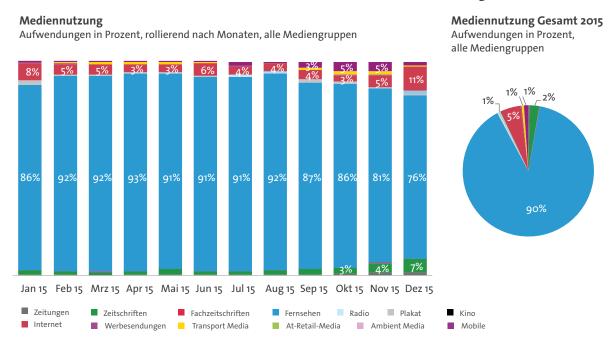


In allen Monaten im Jahr 2015 war TV unangefochten das Leitmedium für Werbung aus dem Bereich E-Tourism. Als zweitstärkstes Medium im Mediamix folgte Internet, welches im Dezember 2015 einen Anteil von mehr als 10% an der gesamten Mediennutzung erreichte. In den letzten drei Monaten des Jahres reduzierten sich die Werbeausgaben für TV, während der Printanteil auf bis zu 7% im Mediamix anstieg.



**Fernando Reimann**Client Business Partner Analytics
The Nielsen Company (Germany) GmbH

### Der Mediamix der Online-Touristik in Deutschland 2015



Begriffsabgrenzung: Ambient Media = Außenwerbung, At-Retail-Media = Werbung am Ort der Kaufentscheidung, Internet = Onlinewerbung von 23 Vermarktern (ausgenommen Google), Mobile = Mobile Display Advertising, Transport Media = Verkehrsmittelwerbung · Quelle: Nielsen · Betrachtungszeitraum 2015

Auch insgesamt betrachtet war TV mit einem Anteil von 90% unangefochten das Leitmedium. Als zweitstärkstes Medium im Mediamix folgte mit großem Abstand Internet und auf Platz drei rangiert Print. Die in anderen Branchen beliebten Werbeformen wie Werbesendungen oder Radio wurden im Bereich E-Tourism kaum genutzt.

## Ranking Top 15 Werbetreibende

			2015		2014
Ausgewählte Wettbewerber*		SoA Anteil in Prozent	Aufw MEUR	YoY in Prozent	Aufw. MEUR
1	Unister	21,80%	138	105,5	67,2
2	Trivago	12,80%	80,7	16,6	69,2
3	Comvel	9,90%	62,8	31,5	47,8
4	KAYAK	5,80%	36,7	85,3	19,8
5	Wetter.com	5,60%	35,6	52,5	23,3
6	Discavo	5,60%	35,2	5,5	33,3
7	HRS	5,10%	32,3	3,3	31,2
8	Booking.com	3,10%	19,7	16,8	16,8
9	Expedia	3,10%	19,6	14	17,2
10	Tropo	2,90%	18,4	-32,6	27,3
11	<b>Evolution Internet Fund</b>	2,60%	16,4	443,1	3
12	WIMDU	2,50%	15,6	23,4	12,7
13	Secretescapes.de	2,40%	15,1	52,9	9,9
14	Holidaycheck	2,30%	14,4	67,6	8,6
15	Reisen Aktuell	2,20%	14,2	38,3	10,2
Total			632,7		428,4

Quelle: Nielsen - Betrachtungszeitraum 2015 - Anmerkungen: SoA = Share of Advertising, YoY = Year on Year; MEUR = Millionen Euro \*das Portal check24 konnte nicht berücksichtigt werden

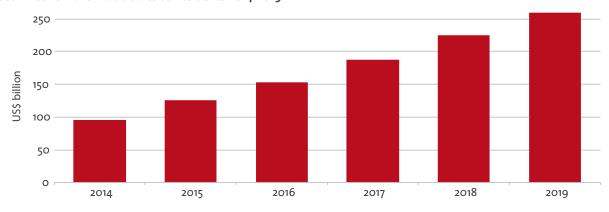
Das Ranking 2015 wurde von Unister mit 138 MEUR angeführt, gefolgt von Trivago und Comvel mit einem Werbeaufkommen von 81 MEUR bzw. 63 MEUR. Am stärksten wuchsen die Werbeausgaben des Wettbewerbers Evolution Internet Fund, während besonders Tropo seine Werbeinvestitionen im Jahr 2015 senkte.

#### **ERKENNTNISSE AUS DEM EUROMONITOR PASSPORT**

#### Von der online zur mobilen Ära in der Touristik

Immer mehr Verbraucher verfügen über mobile Endgeräte und nutzen diese auch verstärkt als Zugang zum Internet. Folglich hat die Bedeutung der mobilen Kanäle als Kontakt- und Verkaufskanal auch in der Reisebranche stark zugenommen. Resultierend lassen sich wachsende Zahlen an Reisebuchungen via mobiler Endgeräte wie Tablets und Smartphones feststellen. 2014 betrug die weltweite Anzahl an Reisebuchungen via mobiler Geräte US \$ 96 Milliarden. Schätzungen zufolge wird diese bis 2019 auf US \$ 259 Milliarden steigen.

#### Global Mobile Travel Value Sales to Residents 2014-2019



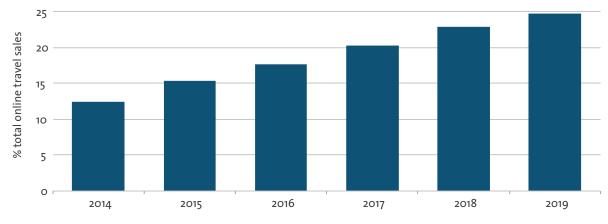
Note: including both direct sales and sales through intermediaries in all travel categories

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources

Der Anteil des mobilen Vertriebskanals an allen weltweiten Online-Reisebuchungen wächst konstant. Diese Entwicklung ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen: Unter anderem das stärkere Wachstum des Verkaufs von mobilen Geräten im Vergleich zu Desktop Geräten, die zunehmende Durchschnittsgröße von Smartphone Bildschirmen, die Bemühungen von Reiseunternehmen, Apps und mobiloptimierte Webseiten zu erstellen, sowie die zunehmende Vertrautheit der Verbraucher im Umgang mit mobilen Geräten.

2014 wurden 12,5 % der weltweiten Online-Reisebuchungen über den mobilen Vertriebskanal getätigt. Es wird erwartet, dass dieser Anteil bis 2019 auf 25% steigen wird. Zudem ist davon auszugehen, dass Buchungen über mobile Endgeräte langfristig einen Großeteil der gesamten weltweiten Online-Reisebuchungen ausmachen werden.

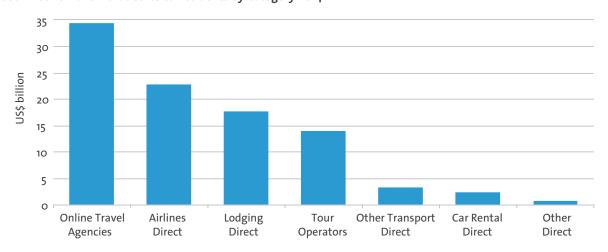
#### Global Mobile Sales as Share of Total Online Travel Sales 2014-2019



Note: including both direct sales and sales through intermediaries in all travel categories
Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources

Mit US \$ 34 Milliarden waren 2014 die Online Travel Agencies (OTAs) weltweit die führende Kategorie für Reisebuchungen über mobile Vertriebskanäle. Die zwei großen OTAs, Expedia Inc und The Priceline Group, machten hier 2014 schätzungsweise zwei Drittel der globalen Reisebuchungen über mobile Vertriebskanäle aus. Unter den führenden chinesischen OTAs, Ctrip und Qunar, war der Anteil an mobilen Reisebuchungen mit über 40% in 2014 besonders hoch.

#### Global Mobile Travel Value Sales to Residents by Category 2014

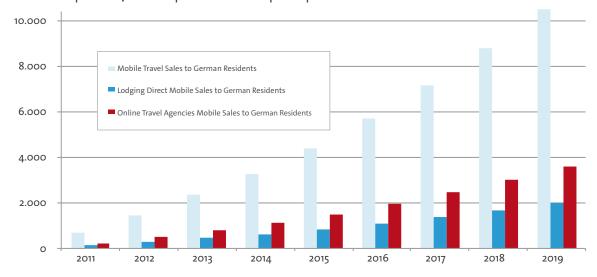


Note: including both direct sales and sales through intermediaries in all travel categories

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources

Die Zahl der Reisebuchungen über mobile Endgeräte stieg auch in Deutschland seit 2011 immens an. Alle Sparten der Touristik konnten ein starkes Wachstum in diesem Bereich verzeichnen, jedoch hatten die Reiseveranstalter über den Zeitraum 2011 bis 2014 das größte Wachstum. Über den größten Anteil an den mobilen Reisebuchungen der Deutschen verfügen allerdings die OTAs und die Fluggesellschaften. Bezüglich der mobilen Endgeräte, über die die Deutschen die Buchungen tätigen, bleiben Smartphones und Tablets weiterhin führend. Wearables oder anderweitig verknüpfte Geräte wie connected cars spielen aktuell nur eine geringfügige Rolle.

#### Market Sizes | Historic/Forecast | Retail Value RSP | € mn | Current Prices



 $Source: Euromonitor\ International\ from\ official\ statistics,\ trade\ associations,\ trade\ press,\ company\ research,\ trade\ interviews,\ trade\ sources$ 



Angelo Rossini
Contributing Analyst
Euromonitor International

## VIR VOLLMITGLIEDER



## Die Selbstverpflichtungserklärung der VIR Vollmitglieder

Die im VIR vertretenen Vollmitglieder haben sich geschlossen und als erste ihrer Branche zu dieser Selbstverpflichtungserklärung bekannt. Wichtigstes Anliegen ist es, die Privatsphäre des Verbrauchers zu schützen und Missbrauch zu verhindern. Die VIR Partner gehen von einer gemeinsamen Basis aus: Alle Partner setzen auf ein geeignetes IT-Sicherheitskonzept. Insbesondere gilt es, gemeinsame Standards weiterzuentwickeln und einzuhalten und die gleichbleibende gute Qualität der Angebote zu sichern.

#### Die Vollmitglieder des Verband Internet Reisevertrieb e.V. verpflichten sich:

- die maximale Sicherheit im Umgang mit sensiblen, persönlichen Daten bereitzustellen: Mittels der leistungsstarken Verschlüsselungs- Technologien SSL (Secure Sockets Layer) und TLS (Transport Layer Security) werden alle Transaktionen geschützt
- 2. einen wirksamen Schutz vor Viren aktiv einzusetzen und ständig zu aktualisieren
- 3. die ständige Optimierung effizienter Bestell- und Zahlungsvorgänge sicherzustellen
- 4. zu einer engen Zusammenarbeit mit Institutionen zum Schutz der Verbraucher
- 5. zur Zertifizierung der sicheren Übermittlung und Abwicklung von Buchungsvorgängen über das Internet durch eine neutrale Institution
- **6.** die volle "Geld-zurück-Garantie" bei Nichterhalt der Reisedokumente zu gewährleisten, sofern der Nichterhalt von dem jeweiligen Mitglied zu vertreten ist
- 7. eine qualifizierte, persönliche Beratung vor und während der Buchung anzubieten
- 8. keine unlautere Werbung zur Kundenakquisition einzusetzen
- 9. eine Qualitätssicherung für alle Produkte und Partner sicherzustellen
- 10. nur verfügbare Produkte anzuzeigen und gebuchte Produkte direkt verbindlich zu bestätigen
- auch nach der Reise bei Fragen, Anregungen und Rückmeldungen aus den Urlaubsgebieten als qualifizierte Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen
- 12. den Bestimmungen der §651a ff BGB zu entsprechen, sofern das Mitglied als Veranstalter auftritt. Damit ist beispielsweise eine Insolvenzversicherung mit einem Sicherungsschein (§651 k BGB bei Pauschalreisen) nachzuweisen.



















ebookers.de gehört zur ebookers Gruppe, einem der größten Online-Reiseunternehmen in Europa mit Sitz in Großbritannien und ist Teil des internationalen Reisekonzerns Orbitz Worldwide (NYSE: OWW). ebookers ist seit 1999 im Internet aktiv und hat heute Filialen in 12 europäischen Ländern. In Deutschland ist ebookers.de seit September 1999 online.

Das Angebotsportfolio von ebookers.de umfasst Flugangebote von rund 450 Linien-, Charter- und Billigfluggesellschaften, individuelle Kombinationen von Flug, Hotel und Mietwagen, ständig aktualisierte Pauschal- und Lastminute-Angebote, preisgünstige Mietwagenangebote, über 110.000 Hotels weltweit mit mehr als 2 Million Hotelbewertungen, Bestpreis-Garantie sowie regelmäßigen Rabattaktionen.

Für mobile Benutzer bietet ebookers eine mobile Website sowie kostenlose Multiprodukt-Apps für das iPad, das iPhone und Android-Geräte, mit vorteilhaften Flug- und Mietwagentarifen und exklusiven Ermäßigungen.

Alle Dienste, die Kunden von ihrem Reisebüro "um die Ecke" gewohnt sind, bietet auch ebookers.de, das zum wiederholten Mal mit dem TÜV-SÜD-Siegel s@fer-shopping ausgezeichnet wurde. Ein weiterer Meilenstein war der Start des eigenen Treueprogramms ebookers Bonus+ im August 2014. ebookers.de ist damit das erste Online-Reisebüro in Deutschland, das seinen Kunden ein einfaches, eigenes Treueprogramm anbietet.

Das Online-Reiseportal ist Mitglied bei der IATA und dem DRV sowie Gründungsmitglied des VIR.

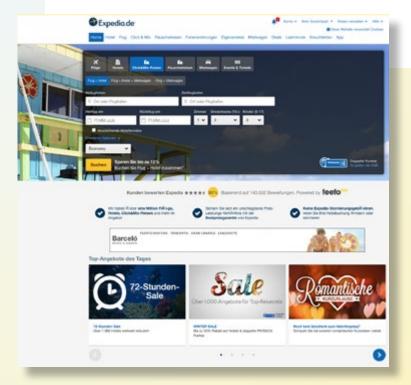


- ebookers.com Deutschland GmbH
- Friedrich-Ebert-Allee 69
- **53113 Bonn**
- www.ebookers.de



Über 240.000 Übernachtungsmöglichkeiten (von individuellen Boutique-Hotels bis zu namhaften Hotelketten), 400 Fluggesellschaften sowie eine breite Auswahl an Mietwagen und Aktivitäten vor Ort machen Expedia zum weltweit führenden Online-Reiseportal. Expedia.de hilft seinen Kunden mit einer großen Auswahl und speziellen Filtermöglichkeiten dabei, genau die Reise zu finden, die am besten auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten ist. Dank der ausgezeichneten Expedia App können Flüge und Übernachtungen nun auch bequem und einfach mit dem Smartphone geplant und gebucht werden. Dank hilfreicher Funktionen – z.B. Karten der Flughafenterminals, Benachrichtigungen zum Flugstatus, Wegbeschreibungen, Check Out-Zeiten – macht die Expedia App Reisen zum Kinderspiel. In Deutschland kooperiert Expedia.de mit dem Bonusprogramm PAYBACK. Für die Buchung von Flügen erhalten Reisende pauschal 100 Punkte und bei der Buchung von Pauschalreisen, Click & Mix-Angeboten sowie Hotels gibt es für je ausgegebene 2 Euro einen PAYBACK Punkt.

Inspirationen und Tipps für die nächste Reise finden sich auf Facebook: www.facebook.com/expedia.de. Expedia.de ist ein Tochterunternehmen von Expedia, Inc. Das Unternehmen bietet seinen Kunden zahlreiche Leistungen für Privat- und Geschäftsreisen, treibt die Nachfrage und Buchungen für Tourismusdienstleister und gibt Werbekunden die Möglichkeit, ihre Produkte und Dienste mit Expedia Media Solutions zielgruppengerecht in Szene zu setzen. Über das Expedia® Affiliate Network wickelt Expedia die Buchungen und Bestellungen einiger weltweit führender Fluggesellschaften und Hotelketten, namhafter Marken, viel besuchter Webseiten und zahlreicher anderer Geschäftspartner ab (NASDAQ: EXPE). Für weitere Unternehmens- und Brancheninformationen besuchen Sie www.expediainc.com oder Twitter@expediainc.



- Expedia.com GmbH
- Landshuter Allee 10
- ♦ 80637 München
- www.expedia.de
- e-mail: service@expedia.de



HolidayCheck ist das größte unabhängige Urlaubsportal im deutschsprachigen Raum. Auf www.holidaycheck.de finden Urlauber ein Hotel nach ihren Wünschen, können mit anderen Urlaubern in Kontakt treten und direkt buchen. Wir helfen unseren Kunden durch relevante Informationen, hochwertigen Content und eine interaktive Community, die richtigen Unterkünfte und Aktivitäten für ihre Reise zu finden. Grundlage hierfür ist eine Datenbank mit mehr als sechs Millionen Hotelbewertungen sowie Urlaubsbildern und Videos. Aus den Angeboten von über 100 Reiseveranstaltern liefert HolidayCheck den garantiert besten Preis für das Wunschhotel und die Traumreise.

Das Unternehmen ist eine 100-prozentige Tochter der börsennotierten Tomorrow Focus AG, einer der führenden Anbieter digitalter Medieninhalte in Deutschland. Hauptgesellschafter der Tomorrow Focus AG ist das Verlagshaus Hubert Burda Media. Die HolidayCheck AG hat ihren Sitz im schweizerischen Bottighofen nahe der deutschen Grenzstadt Konstanz am Bodensee.



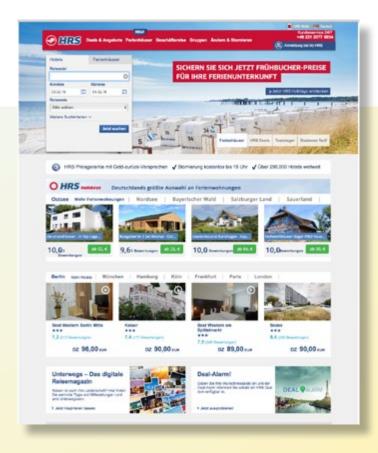
- HolidayCheck AG
- Bahnweg 8
- CH-8598 Bottighofen
- www.holidaycheck.de
- e-mail: info@holidaycheck.de



HRS ist ein Hotelbuchungsportal für Geschäfts- und Privatreisende. Rund 300.000 Hotels weltweit sind im Portfolio, davon rund 180.000 individuell geführte Häuser ohne Anschluss an eine Kette. Erleichtert wird die Hotelauswahl durch detaillierte Hotelbeschreibungen, Fotos und Videos sowie rund fünf Millionen Gästebewertungen. Als Innovationsführer stellt HRS Applikationen für alle gängigen Smartphones und Tablets zur Verfügung, um den Kunden auch unterwegs die schnelle und einfache Hotelbuchung zu ermöglichen.

In der Zusammenarbeit mit großen Firmenkunden bietet HRS weltweit eine Vielzahl an kostenfreien Tools und Services, die die gesamte Wertschöpfungskette rund um die Hotelbuchung abdecken. Deshalb buchen neben Millionen von Privatkunden mehr als 40.000 Firmenkunden über die Portale der HRS Group – darunter Global Player wie Google, Siemens, Hitachi oder Alibaba – sowie Zehntausende kleine und mittelständische Unternehmen.

Der HRS Business Tarif bietet Geschäftsreisenden in 35.000 Hotels Preisvorteile bis zu 30 Prozent auf die tagesaktuellen Hotelzimmerpreise im Internet und ist bis 18 Uhr am Anreisetag kostenfrei stornierbar. Daneben bietet HRS eine Bestpreis-Garantie mit Geld-zurück-Versprechen. Das 1972 gegründete Unternehmen gehört zur HRS GROUP und hat seinen Sitz in Köln. Mit rund 1.500 Mitarbeitern weltweit unterhält die Unternehmensgruppe, zu der auch HRS Holidays, HOTEL DE und Tiscover gehören, 25 Niederlassungen weltweit.



- ► HRS Hotel Reservation Service
- Blaubach 32
- **№** 50676 Köln
- www.hrs.de



Seit fast 30 Jahren ist die L'TUR Tourismus AG Europas Marktführer für Last Minute-Reisen. 1987 von Karlheinz Kögel in Baden-Baden gegründet, ist der Kurzfrist-Spezialist inzwischen in fünf Ländern präsent. L'TUR ist einerseits Veranstalter, andererseits extrem starke Vertriebsmarke und funkt als Multichannel-Anbieter auf allen für Kunden relevanten Kanälen: Buchungen sind sowohl im Internet unter www.ltur.com, in mehr als 140 L'TUR-Shops, an Flughafencountern sowie telefonisch unter der Hotline 0049-(0)761 557 557 möglich. Mit einer digitalen Reichweite von 250.000 Nutzern gehört der Last Minute-Pionier auch im Web 2.0 zu den erfolgreichsten deutschen Reiseanbietern.

L'TUR ist Vorreiter in dynamischer Produktion. Konzentriert auf die letzten Wochen vor Abreise, produziert das Unternehmen täglich über 200 Millionen Last Minute Angebote. Auf Basis der modernen PlayerHub-Technologie werden Plätze von rund 20.000 Hotels und 250 Airlines wie Air Berlin, Condor, Emirates, Eurowings, Lufthansa oder TUIfly zu attraktiven Urlaubspaketen kombiniert. Neben klassischen Badeferien sind unter anderem auch City-Trips, Kreuzfahrten sowie Wellness- und Luxus-Reisen verfügbar.

Bei der Reisebuchung sorgt L'TUR für eine Transparenz, die man kaum irgendwo findet: Der Kurzfrist-Spezialist vergleicht in Echtzeit die Preise der wichtigsten deutschen Mitbewerber und zeigt diese seinen Kunden direkt an. Falls ein anderer Anbieter einmal günstiger sein sollte, wird automatisch ein Sofort-Rabatt angeboten. Als einer der ersten Reiseveranstalter überhaupt hat L'TUR außerdem eine Mobile-App mit integrierter Buchungsfunktion auf den Markt gebracht. Ein weiterer USP ist die Spezialisierung auf ultrakurzfristige Reisen. Die Super Last Minute Angebote von L'TUR gelten ab 72 Stunden vor dem Abflug und sind selbst auf den allerletzten Drücker noch buchbar.



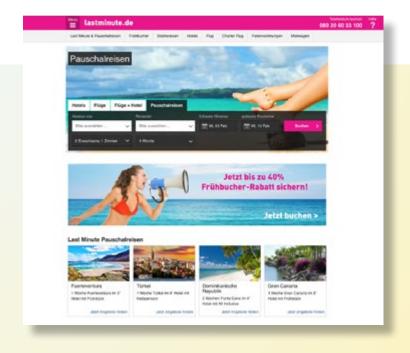
Die TUI Group ist mit 70 Prozent an dem Unternehmen aus Baden-Baden beteiligt, L'TUR-Gründer Karlheinz Kögel hält 30 Prozent. Im abgelaufenen Geschäftsjahr sind knapp 700.000 Gäste mit L'TUR verreist. Der Gesamtumsatz beläuft sich inklusive Vermittlungsgeschäft im Geschäftsjahr 2014/15 auf 451 Mio. Euro.

- L'TUR Tourismus AG
- Augustaplatz 8
- **№** 76530 Baden-Baden
- www.ltur.com
- e-mail: presse@ltur.de

## lastminute.de

lastminute.de ist der Reise-Spezialist im Internet, der hilft, das Beste aus seiner Freizeit herauszuholen - am liebsten natürlich spontan: Ob Strandurlaub, Kurztrip, Städtereise, Flug, City- oder Designhotel. Die Produktpalette umfasst täglich mehrere Millionen Angebote aller namhaften Reiseveranstalter mit Preisgarantie, tausende Hotels weltweit und Flüge von über 300 Airlines. Dabei immer im Mittelpunkt: Mehr für weniger zu bekommen – sei es mit einem 5\* Urlaub zum 3\* Preis oder den einzigartigen lastminute.de Top Secret Hotel Angeboten, mit denen bis zu 35% Rabatt auf 4\* und 5\* Hotels möglich sind.

In den vergangenen Jahren wurde lastminute.de mehrfach ausgezeichnet: Stiftung Warentest prüfte 2012, wo sich die Suche nach Pauschalreisen lohnt und kürte lastminute.de zum Testsieger mit der Bestnote (2,3) sowie der höchsten Bewertung in der Prüfkategorie "Website" – 2015 belegte Stiftung Warentest darüber hinaus die faire Preisdarstellung bei der Flugbuchung bei lastminute.de. Computerbild ernannte lastminute.de 2012 aufgrund der besten Verfügbarkeit und Preisverlässlichkeit zum Testsieger im Seriositätscheck der Online Reisebüros und verlieh kürzlich das Gütesiegel "Top Reise-Website 2015". lastminute.de gehört, wie auch Bravofly, Rumbo, Volagratis und Jetcost, zur lastminute.com group, ein führendes Unternehmen in Europa für Online Reise und Freizeit.



- LMnext DE GmbH
- Barthstr. 26
- ♦ 80399 München
- www.lastminute.de
- e-mail: presse@lastminute.de



Travelchannel gehört zu den renommiertesten Online-Reiseportalen in Deutschland. Bereits im Jahr 1999 war es der Anspruch der Gründer, die Nutzer im Internet mit den besten Reise-Angeboten zu versorgen. Daran hat sich bis heute nichts geändert.

Dank dieser Kompetenz und der Kooperation mit vielen Reiseveranstaltern, Hotels und Airlines bietet Travelchannel seinen Kunden eine große Auswahl an Reiseangeboten. Die Palette reicht von günstigen Kurzfristangeboten bis hin zu exklusiven Kreuzfahrten. Dabei können sich die Besucher in den Urlaubswelten von aktuellen Reiseangeboten zu verschiedenen Bereichen wie Städtereisen oder Luxusurlaub inspirieren lassen. Wer sich lieber persönlich beraten lassen möchte, kann den exklusiven Telefonservice nutzen. Die kompetenten Reise-Experten von Travelchannel stehen den Kunden bei der Buchung des perfekten Urlaubs mit Rat und Tat zur Seite.

Neben der Beratungskompetenz steht Travelchannel für Sicherheit und Transparenz bei der Online-Buchung. Das Reiseportal wird regelmäßig vom TÜV-SÜD auf Qualität, Sicherheit und Transparenz geprüft und mit dem s@fer Shopping Zertifikat ausgezeichnet. Daneben punktet Travelchannel regelmäßig bei Verbrauchertests und Kundenbewertungen.

Travelchannel und seine Betreibergesellschaft Travel Viva sind seit Sommer 2014 ein Teil von UNISTER Travel.



- Travel Viva GmbH
- Luitpoldstraße 9
- ♦ 63739 Aschaffenburg
- Website: www.travelchannel.de
- E-Mail: info@travelchannel.de



weg.de, die Hauptmarke der COMVEL GmbH, ist seit zehn Jahren eine feste Größe im Tourismusmarkt. Gegründet wurde die COMVEL GmbH 2005 in München und betreibt neben weg.de die Reiseportale ferien.de und restplatzboerse.de in Deutschland sowie weg.at in Österreich. Die COMVEL GmbH gehört zu den am schnellsten wachsenden Touristikunternehmen Europas und ist ein Unternehmen der ProSiebenSat1. Group.

Der Claim "Gut beraten, besser erholt." betont die Service- und Beratungsqualität von weg.de als wichtigen Markenkern. Kunden wählen aus Millionen von Pauschal-, Rund- und Last Minute-Reisen, Flügen, Hotels, Ferienhäusern und -Wohnungen, Mietwagen, Städtetrips, Skireisen, Kreuzfahrten und vielem mehr. weg.de-User erhalten mit detaillierten Such- und Sortiermöglichkeiten sowie einer klaren Navigation ein Tool, mit dem die Buchung unkompliziert, sicher und intuitiv ist. Informationen zu Hotels, Reisezielen und verifizierte Hotelbewertungen bieten umfassenden Support. Aktionen wie Gewinnspiele und Produktspecials sowie das TV-Format Reiseclub runden das Angebot ab. Für eine individuelle Reiseplanung stehen weg.de-Kunden die erfahrenen Reiseexperten des Special Service Teams zur Seite.

In Tests überzeugt weg.de regelmäßig mit Bestnoten: So kürte das Technikmagazin CHIP die Telefon-Hotline von weg.de 2015 zum Testsieger mit Bestnoten in den Kategorien Service, Wartezeit und Erreichbarkeit.



#### **Kontakt:**

- COMVEL GmbH, competence & service in travel
- Landsberger Straße 314
- ♦ 80687 München
- www.weg.de
- e-mail: info@weg.de



# VIR FÖRDERER





Die Allianz Global Assistance Gruppe (AGA) zählt zu den weltweit führenden Anbietern von Reiseschutz und Assistance-Leistungen. Die mehr als 12.700 Mitarbeiter sprechen 58 Sprachen. Sie sorgen mit einem Netzwerk von 400.000 Serviceanbietern dafür, dass Hilfe weltweit schnellstmöglich dort ankommt, wo sie benötigt wird. 250 Millionen Menschen (vier Prozent der Weltbevölkerung) profitieren von den Dienstleistungen der Gruppe auf allen fünf Kontinenten. Die Geschäftsfelder der AGA umfassen Versicherungsprodukte wie die Reiserücktritt-Versicherung und die Auslandsreise-Krankenversicherung. Darüber hinaus ist die AGA Spezialist für Assistance- und Serviceleistungen für Gesundheit, Haus und Mobilität.

AGA International S.A.
Bahnhofstr. 16 • 85609 Aschheim bei München
www.allianz-assistance.de • e-mail: service@allianz-assistance.de

### amadeus

Amadeus Germany ist Deutschlands führender Anbieter von IT-Lösungen für die Reisebranche mit einem umfassenden Angebot für den Vertrieb touristischer Leistungen über verschiedene Kanäle wie Reisebüros, Call Center und das Internet. Zu den Kunden zählen Reiseveranstalter, Airlines, Hotels, Mietwagenanbieter, Fähr- und Kreuzfahrtgesellschaften, Reiseversicherer, Bahnunternehmen und Reisebüros sowie Reiseeinkäufer, also Reisende und Unternehmen. Mit seinen leistungsstarken Geschäftsreiselösungen ermöglicht Amadeus Germany auch effizientes Travel Management in Unternehmen. Weitere Informationen finden Sie unter www.de.amadeus.com und blog.de.amadeus.com.

Amadeus Germany GmbH Siemensstraße 1 • 61352 Bad Homburg www.de.amadeus.com • e-mail: vertrieb@de.amadeus.com



Bewotec ist ein unabhängiges Unternehmen mit über 120 Mitarbeitern und über 6000 Kunden. myJack: CRS, Mid-&Backoffice, CRS (TOMA, IRIS.Plus), Versicherungs-, Flug- und Mietwagenmaske, Kunden- und Vorgangsverwaltung, Buchhaltung, Listen & Auswertungen sowie Webauftritt und APP für Reisebüros. DaVinci: DaVinci ist die Komplettlösung für Reiseveranstalter zur durchgängigen Darstellung der Geschäftsprozesse. DaVinci in bestens in den OTDS Player und die dynamische Produktion integriert. Player: Der OTDS Player ist das fortschrittlichste Vertriebs- und Produktionssystem. Der dynamische Player paketiert externe Hotel- und Flugleistungen. Anschlüsse an WBS Blank und DaVinci.

Bewotec Softwareentwicklungs- und Vertriebs GmbH Karl-Schiller-Str. 3 • 51503 Rösrath www.bewotec.de • e-mail: info@bewotec.de

### berge & meer

Die 100-prozentige TUI-Tochter mit Sitz in Rengsdorf im Westerwald ist Deutschlands Nummer 1 im Reise-Direktvertrieb. Neben Rund- und Erlebnisreisen sind auch Kreuzfahrten, Badeurlaub, Städtereisen und Kurztrips buchbar - alles zu einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis. Regelmäßige Katalogaussendungen und Online-Maßnahmen informieren die Kunden über das aktuelle Angebot. Zu buchen sind die Reisen im Internet und telefonisch. Im unternehmenseigenen Call Center stehen den Kunden zudem qualifizierte Ansprechpartner für Fragen rund um die Reise zur Verfügung. Neben einem starken Eigengeschäft kooperiert Berge & Meer erfolgreich mit zahlreichen Partnern wie dem Discounter Aldi.

Berge & Meer Touristik GmbH Andréestraße 27• 56578 Rengsdorf www.berge-meer.de • e-mail: info@berge-meer.de



BillPay ist deutscher Marktführer für die Abwicklung der Zahlarten Rechnungskauf, Lastschrift und die einzigartige PayLater-Teilzahlung. Mit PayLater können Reiseanbieter ihre Umsätze durch höhere Warenkörbe und die Gewinnung neuer Kunden signifikant steigern. Mit PayLater können sich Kunden ihre Reisewünsche jederzeit und überall erfüllen und das mit transparentem Gebührenmodell und flexibler Laufzeit (3, 6 oder 12 Monate). Dabei fragt BillPay keine unnötigen Daten ab, sondern nur Namen, Adresse und Geburtsdatum. BillPay trifft die Kreditentscheidung über die Reisefinanzierung in Echtzeit (1-3 Sek.) und ist verfügbar für Onlinebuchungen, Reisebüros, Telefonverkauf sowie mobile Lösungen.

BillPay GmbH Zinnowitzer Str. 1 • 10115 Berlin www.billpay.de • e-mail: kontakt@billpay.de



Die BPCS Consulting Services GmbH mit Sitz in München 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, Versicherungsprodukte spezialisiert. Firmen wird ein komponentenbasiertes All-Sparten-System der Produktfamilie MDtravelsuite zur Verfügung gestellt. Führende Unternehmen der Touristik, wie z.B. TUI oder ADAC, nutzen die Systembausteine von BPCS Consulting Services GmbH.

BPCS Consulting Services GmbH Leonhardsweg 2 • 82008 Unterhaching www.bpcs-consult.com • e-mail: info@bpcs-consult.com



Mit über 3.200 Mitarbeitern und modernsten Verarbeitungsmaschinen sorgen wir dafür, dass jährlich Milliarden Fotos, Fotogeschenkartikel sowie Millionen Exemplare vom CEWE FOTOBUCH – davon ca. 60% zum Thema Reisen - präzise und in höchster Qualität unsere Produktionsstandorte verlassen. Zu unseren Kunden gehört sowohl der stationäre Handel als auch der Internethandel. Insgesamt beliefern wir über 30.000 Handelskunden in 24 europäischen Ländern. Im neuen Geschäftsfeld Online Druck werden Werbedrucksachen über die Vertriebsplattformen CEWE-PRINT.de, saxoprint und viaprinto vermarktet.

CEWE Stiftung & Co. KGaA Meerweg 30-32 • 26133 Oldenburg www.onlinefotoservice.de



Datatrans, der führende Schweizer Payment Service Provider, ist auf die technische Zahlungsverarbeitung und Tokenisierungslösungen im Online-Handel spezialisiert: Entwicklung und Betrieb von anspruchsvollen, maßgeschneiderten Zahlungslösungen – seit 2001. Das eigentümergeführte Unternehmen ist unabhängig, international ausgerichtet, kooperiert mit einer Vielzahl von Finanzdienstleistern und agiert ausschliesslich im Interesse der Online-Händler. Datatrans betreibt eine eigenentwickelte Zahlungsplattform – sämtliche Systeme sind mehrfach redundant ausgelegt, garantieren für höchste Ausfallsicherheit und sind seit 2006 nach dem höchsten PCI DSS Level 1 zertifiziert. Mehr Infos: www.datatrans.ch

Datatrans AG Swiss E-Payment Competence Kreuzbühlstrasse 26• 8008 Zürich www.datatrans.ch



Der Bereich Online-/Mobile-Vertrieb und Marketing ist Teil der DB Vertrieb GmbH und ist verantwortlich für den Vertrieb über www.bahn.de und der App DB Navigator. Hauptaufgabe ist der konsequente Ausbau des Vertriebswegeanteils des Online-/Mobile-Vertriebes für Bahnkernleistungen und Mobilitätsbausteine. Die Generierung der Reichweite erfolgt durch digitales Marketing, CRM-Kampagnen, Content-Marketing und Kommunikationsmaßnahmen Des Weiteren verantwortet der Bereich die Social Media und Customer Engagement Kanäle des Personenverkehrs sowie das Content-Management.

DB Vertrieb GmbH Stephensonstraße 1 • 60326 Frankfurt www.bahn.de



Die DER Touristik der REWE Group zählt mit 7 Milliarden Euro Umsatz und 9.400 MitarbeiterInnen (2014) zu den führenden Reisekonzernen in Europa. 7,7 Millionen Gäste verreisen pro Jahr mit den Veranstaltern der DER Touristik in 179 Reiseländer weltweit. Zu den Reiseveranstaltern zählen die Marken ITS, Jahn Reisen, Travelix, Dertour, Meier's Weltreisen und ADAC Reisen (D), Kuoni (CH und GB), Helvetic Tours (CH) und Apollo (Skandinavien). In Österreich und den osteuropäischen Ländern Slowakei, Tschechien, Polen und Ungarn ist die DER Touristik mit eigenen Veranstaltern vertreten. Im stationären Reisevertrieb ist die DER Touristik mit rund 2.100 Vertriebsstellen deutschlandweit Marktführer.

DER Touristik Frankfurt GmbH & Co. Emil-von-Behring-Straße 6 • 60424 Frankfurt www.dertouristik.com



Die Incoming-Agentur EC Travel bietet Partnern vom Firmensitz Algarve aus den Einkauf sämtlicher Ground Arrangements wie Hotelübernachtungen, Transfers etc. für Gesamt-Portugal an. EC Travel agiert darüber hinaus als strategischer Partner, um individuell erarbeitete Produkte für Veranstalter zu gestalten. Im Jahr 2014 betreute EC Travel über 120.000 Kunden von Partnerunternehmen, und erwartet einen Umsatz von circa 16,5 Millionen Euro. EC Travel wird von dem deutschstämmigen Eliseu Correia geleitet, der sich durch sein großes Engagement für das Reiseziel Portugal und speziell die Algarve auch hierzulande einen Namen in der Tourismusindustrie gemacht hat.

EC Travel • Rua das Prainhas Urbanização Village Marina• Lote 23, Loja D 8700-408 Olhão | Portugal www.ec-travel.net • e-mail: ec@ec-travel.net



FTI Touristik bietet Reiseerlebnisse in über 100 Ländern auf 5 Kontinenten an. Zu den Angeboten zählen Urlaube mit Eigenanreise, Badeurlaube, individuelle Reisen nach dem Bausteinprinzip, Kreuzfahrten sowie Städtereisen. Deutschlandweit vertreibt der Veranstalter sein Produktportfolio sowohl über 10.000 Partneragenturen als auch über wichtige Onlineportale in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich und Teilen Osteuropas. Die orange Veranstaltermarke ist Teil der FTI GROUP, die an 4. Stelle aller deutschen Reiseveranstalter steht. Weltweit beschäftigt die Group mit Hauptsitz in München rund 6.500 Mitarbeiter und erzielte im Geschäftsjahr 2014/15 einen Umsatz von 2,6 Milliarden Euro.

FTI Touristik GmbH Landsberger Str. 88 • 80339 München www.fti.de



Auf GetYourGuide (www.getyourguide.de) finden sich über 27.500 Touren, Aktivitäten und Attraktionen für mehr als 2.500 Reiseziele weltweit. Das Unternehmen zählt zu den erfolgreichsten touristischen Start-ups Europas. GetYourGuide beschäftigt rund 200 Mitarbeiter und hat seinen Hauptsitz in der deutschen Start-up Metropole Berlin. Zusätzlich zu seinem umfangreichen Online-Angebot hat GetYourGuide ein starkes Vertriebsnetzwerk aufgebaut und kooperiert mit führenden europäischen Online-Reiseagenturen und -Veranstaltern, aber auch mit Unternehmen wie Booking.com, Dertour oder Thomas Cook.de. Alle Angebote von GetYourGuide sind über die kostenfreie App buchbar: www.getyourguide.de/apps/

GetYourGuide Deutschland GmbH Erich-Weinert Straße 145c • 10409 Berlin www.getyourguide.de

## G|I|A|T|A

GIATA wurde 1996 in Kassel gegründet und hat mit über 100 Mitarbeitern heute ihren Sitz in Berlin. Als Marktführer im deutschsprachigen Raum bereitet GIATA die digitalen Bild- und Textdaten der Reiseveranstalter auf und erstellt daraus schlüsselfertige Anwendungen. Mit der GIATA ID und dem dazugehörigen Produkt MultiCodes liefert GIATA die weltweit größte Hoteldatenbank, die inzwischen über 390.000 Objekte und über 19 Millionen zugeordnete Buchungscodes von mehr als 400 Lieferanten beinhaltet. GIATA bietet außerdem über 159.000 eigene Hotelbeschreibungen in mittlerweile 15 Sprachen an. Auch Fact Sheets und Hotelbilder gehören zu diesem Lizenzpaket. Alle Webservices werden täglich aktualisiert, neue Datensätze sind innerhalb eines Tages von der Datenbank abrufbar.

GIATA GmbH Schlesische Straße 26D • 10997 Berlin www.giata.de • e-mail: vertrieb@giata.de



H&H Touristik blickt auf 29 Jahre Erfahrung zurück und hat sich auf Mittelmeerflugreisen, Fernreisen in die Emirate, Eigenanreisen in Deutschland, Österreich, Italien sowie Golfreisen spezialisiert. Mit den neuen Sparten Kreuzfahrten und einer dynamischen Reiseproduktion setzt das Unternehmen auf neue Kunden. Für namhafte Unternehmen wie Tchibo, LIDL oder Netto produziert H&H Touristik erfolgreich Produkte. Im Fokus 2016 steht der weitere Ausbau des Onlinevertriebs auf eigenen und fremden Portalen. H&H Touristik ist an den Incomingagenturen DE&HA Türkei und Ägypten beteiligt, nach dem Service Quality System TÜV-zertifiziert und exklusiver Reisepartner des Deutschen Golfverbandes (DGV).

H&H Touristik GmbH Kaiserstrasse 94a • 76131 Karlsruhe www.hht.de



Die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) bietet im Direktvertrieb das umfangreichste Produktangebot für Hamburg-Reisen. Als Qualitätsanbieter richtet die HHT ihre Service- sowie Reiseangebote an den aktuellen Kundenbedürfnissen aus und ist damit als Marketing- und Vertriebsagentur beispielgebend im Destinationsmanagement. Mit dem Internetauftritt www.hamburg-tourismus.de erreicht die Hamburg Tourismus GmbH jährlich mehr als 13,5 Besucher. Ein zukunftsfähiges Layout, erlebbare Inspirationen und Tipps von Hamburger Persönlichkeiten machen Lust auf Hamburg. Ergänzt wird das Informationsangebot um die Hamburg Tourismus App. Damit hat die HHT einen innovativen, interaktiven Reisebegleiter mit rund 1.500 Sehenswürdigkeiten etabliert.

Hamburg Tourismus GmbH Wexstraße 7 • 20335 Hamburg www.hamburg-tourismus.de • info@hamburg-tourismus.de



Die HanseMerkur Reiseversicherung AG gilt seit über 35 Jahren als Qualitätsanbieter in der touristischen Assekuranz. Als zweitgrößter Reiseversicherer in Deutschland bieten wir unseren Kunden mehr als "nur" eine Reiseversicherung, nämlich ein hohes Maß an persönlicher Zuwendung und Aufmerksamkeit, schnelle und flexible Lösungen, partnerschaftlich faire Beratung und zeitgemäß maßgeschneiderte Produkte. Ganz nach unserer Philosophie: "Hand in Hand ist…HanseMerkur". Langjährige und vertrauensvolle Partnerschaften verbinden uns mit renommierten Unternehmen. Darunter finden sich z.B. FTI, DERPART, Germanwings, TUIfly.com, AIDA Cruises, L'TUR und viele mehr.

HanseMerkur Reiseversicherung AG Siegfried-Wedells-Platz 1 • 20354 Hamburg www.hmrv.de • e-mail: reisepartner@hansemerkur.de



JT Touristik ist ein etablierter und inhabergeführter Reiseveranstalter aus Berlin und Experte für Reisen in die Vereinigten Arabischen Emirate. Das weltweite Angebot von JT Touristik umfasst Lastminute- und Pauschalreisen sowie Hotel-Specials für rund 13.000 Hotels in 150 Destinationen. Zu den wichtigsten Zielgebieten gehören neben Dubai und Abu Dhabi auch Italien, Ägypten, Türkei und Spanien, sowie der Indische Ozean mit Malediven, Seychellen und Mauritius. Darüber hinaus bietet das Unternehmen eine große Auswahl an Städtereisen weltweit an. JT Touristik verfügt über die TÜV-Zertifizierung "s@fer-Shopping" und ist mit seinen Angeboten auf einer Vielzahl von Reiseportalen und in über 10.000 Reisebüros vertreten. Nähere Informationen finden Sie unter www.jt.de.

JT Touristik GmbH Spreetalallee 1 • 14050 Berlin www.jt.de • e-mail: service@jt.de



Der Nelles Verlag ist Ihr Spezialist für digitale und gedruckte Reiseinformationen. Mit der E-Marketinglösung BOOKES erhalten Ihre Kunden Premium-E-Book Reiseführer. BOOKES lässt sich voll automatisiert in Ihre Buchungsprozesse integrieren. Ein direkter Mehrwert für Ihr Unternehmen für eine nachhaltige Kundenbindung. Das Nelles POICMS bietet Ihnen geokodierten Smart-Content per API. Kombinieren Sie Ihre Reiseangebote mit unseren Reiseinformationen für eine optimale Kundengewinnung. Mit der NELLES CUSTOM-PRINT-Lösung erhalten Ihre Kunden gedruckte Reiseführer. Ausgestattet sind Ihre Reiseführer mit Ihrem Firmenlogo oder einem selbstgestalteten Firmenumschlag und Zusatzseiten Ihres Unternehmens.

Nelles Verlag GmbH Machtlfinger Strasse 11 • 81379 München www.nelles.com



Bei PayPal steht der Mensch im Mittelpunkt. Seit seiner Gründung im Jahr 1998 steht PayPal an der Spitze der Revolution des digitalen Bezahlens und wickelt jeden Tag fast 11,5 Millionen Zahlungen für seine Kunden ab. PayPal ermöglicht es Menschen, sich besser mit ihrem Geld und miteinander zu verbinden, indem ihnen das Unternehmen dabei hilft, Geld zu senden, ohne dabei Finanzinformationen preiszugeben. Bei PayPal haben Menschen die Flexibilität, Zahlungen per Guthaben auf ihrem PayPal-Konto, Lastschrift und Kreditkarte zu leisten. Mit seinen 16 Millionen aktiven Kundenkonten in Deutschland hat PayPal eine offene und sichere Bezahlumgebung geschaffen, die Menschen und Unternehmen nutzen können, um Zahlungen durchzuführen – online, in Reisebüros und auf mobilen Geräten

PayPal Deutschland GmbH Marktplatz 1 • 14532 Europarc Dreilinden www.paypal.de



Die Pisano Holding GmbH in Hamburg ist eine Kapitalbeteiligungsgesellschaft für Unternehmen der Travel Technology. Dabei investiert Pisano in Firmen, die auf touristische Prozesse bzw. touristischen Content ausgerichtet sind. Über das Engagement als klassische Beteiligungsgesellschaft und Branchenholding hinaus, stellt sich die Pisano Holding GmbH mit ihren Unternehmen als zentral gesteuerte Firmengruppe auf: Midoco GmbH in Hilden (www.midoco.de), der Midoffice-Marktführer für touristische Onlineportale. CIC Creative Internet Consulting GmbH in Bensheim (www.cic.de) mit intelligenten Lösungen für Content Management, Cross Media Publishing und E-Commerce in der Touristik. Interactive CMS GmbH in Berlin (www.interactivecms.de) mit Ihren Contentlösungen, der automatischen Textgenerierung für Reiseanbieter und der "Virtual Travel Lounge" VTL36o.com.

Pisano Holding GmbH Alter Fischmarkt 5 • 20457 Hamburg www.pisano-holding.com • info@pisano-holding.com



Die ruf Reisen GmbH ist Europas führender Veranstalter für Jugendreisen, geschäftsführende Gesellschafter sind Thomas Korbus und Burkhard Schmidt-Schönefeldt. ruf wurde 1981 von Studenten der Freizeitpädagogik rund um Thomas Korbus zunächst als Verein gegründet. Heute steuert ruf weltweit 70 Destinationen an. Rund 75.000 junge Menschen buchen Jahr für Jahr die Angebote mit Erlebnis-, Sport- und Kulturaktivitäten, sowie Fern-, Städte- und Sprachreisen. Auch im Programm sind Ski- und Snowboardreisen, Gruppen- und Abifahrten. In den Urlaubsorten sorgen rund 1.600 geschulte Reiseleiterinnen und Reiseleiter für die Betreuung. Die Angebote sind mehrfach ausgezeichnet worden.

ruf Reisen GmbH Boulevard 9 • 33613 Bielefeld www.ruf.de • info@ruf.de



Sabre Corporation ist ein führender Technologiedienstleister der weltweiten Reise- und Tourismusbranche. Hunderte Fluggesellschaften und mehrere Tausend Hotels nutzen bereits Sabre-Lösungen in den Bereichen Software, Datenanalyse, Mobile und Vertrieb für entscheidende Unternehmensprozesse wie Reservierungen für Fluggäste und Reisende, Revenue Management und Flug-, Netzwerkund Besatzungsmanagement. Sabre betreibt ebenfalls einen führenden globalen Reisemarktplatz, der jährlich geschätzte Reiseausgaben von über \$ 110 Milliarden durch die Verbindung von Reiseanbietern mit ihren Kunden verarbeitet. Die Unternehmenszentrale von Sabre befindet sich in Southlake, Texas, USA. Das Unternehmen ist in ca. 160 Ländern weltweit tätig.

Sabre Deutschland Marketing GmbH Weidestrasse 122b • 22083 Hamburg www.sabretravelnetwork.com



Mietwagen für den perfekten Urlaub! Bei Sunny Cars finden Sie seit 25 Jahren Mietwagen für über 120 Länder. Wir bieten Ihnen einen hohen Qualitäts- und Servicestandard für einen perfekten Urlaub von Anfang an. Mietwagen von Sunny Cars stehen für eine ungetrübte Urlaubsstimmung zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis ohne versteckte Zusatzkosten, denn die wichtigsten Leistungen sind im Mietwagenpreis bereits enthalten und garantieren sorgloses Fahrvergnügen. Buchbar sind die Mietwagen-Angebote von Sunny Cars im Reisebüro, auf www.sunnycars.de oder telefonisch unter 089 / 82 99 33 99.

Sunny Cars Deutschland GmbH Paul-Gebhardt-Allee 42 • 81245 München www.sunnycars.de • e-mail: info@sunnycars.de



Die taa - travel agency accounting GmbH gilt als leistungsstarker Backoffice-Partner für klassische Reisemittler, Reisebüroorganisationen und Online-Travel-Agencies. taa betreut mit rund 170 Mitarbeitern mehr als 1.000 Kunden mit einem jährlichen Umsatzvolumen von 4 Milliarden Euro. Das Leistungsspektrum umfasst alle Bereiche des Finanzwesens und geht über die Abwicklung der laufenden Buchhaltung hinaus. Mit aktuellen Zahlen, Reportings und Benchmarks schafft taa betriebswirtschaftliche Klarheit. Alles gemäß unseres Mottos "taa - Rechnen Sie mit uns".

travel agency accounting GmbH Lützetaler Str. 5c • 63868 Großwallstadt www.taa.de • e-mail: info@taa.de



traffics ist seit 1999 eines der führenden Unternehmen für Travel Technology und steht für innovative, kundenorientierte Lösungen in der Reiseindustrie. Das Produktportfolio reicht vom touristischen Computerreservierungssystem über Internet Booking Engines bis hin zu exklusivem touristischem Content. Damit ist die Berliner Firma einer der führenden Anbieter von Reservierungs-, Beratungs- und Buchungssystemen für Reisebüros, Web, TV und Mobile Apps. Mit HeliView bietet traffics die weltweit einzigartige Technologie zur interaktiven Reisesuche mit integrierter Buchungsfunktion aus der Helikopterperspektive. Zu den Systemnutzern gehören mehr als 6.000 Reisebüros sowie renommierte Reiseportale, Airlines, Hotels und Reiseanbieter. Durch die kontinuierliche Arbeit an Innovationen hat traffics bereits mehrere Awards verliehen bekommen.

Traffic Softwaresysteme für den Tourismus GmbH Königstadt-Carree, Mollstr. 32 • 10249 Berlin www.traffics.de • e-mail: service@traffics.de



Travelport ist eine kommerzielle Plattform mit Vertriebs-, Technik-, Zahlungs- und weiteren Lösungen für die globale Reise- und Tourismusindustrie. Mit über 3.500 Mitarbeitern ist Travelport in über 170 Ländern präsent und erzielte 2014 einen Nettoumsatz von 2,1 Milliarden Euro. Zu Travelport gehören:

- ► die Vertriebssysteme Galileo und Worldspan
- ▶ travel-IT, ein Spezialist für den Vertrieb von Veranstalterleistungen
- eNett, ein neuartiges B2B-Zahlungssystem, das auf die Anforderung von Reisemittlern abgestimmt ist und einen effizienten, sicheren Weg für das Bezahlen von Reiseleistungen darstellt
- ► Locomote, eine Unternehmen, das sich auf mobile Travel Management-Lösungen spezialisiert hat

Travelport – Galileo, Deutschland GmbH Lyoner Strass Str.15 • 60528 Frankfurt am Main • www.travelport.com e-mail: kundenbetreuung.deutschland@travelport.com



Traveltainment, ein Unternehmen der Amadeus IT Group SA, ist der IT-Partner für den Reisevertrieb im Internet und im Reisebüro. Über die Traveltainment IBE und das bewährte Beratungs- und Angebotsvergleichssystem Traveltainment Bistro Portal buchen jährlich Millionen von Kunden ihren Urlaub. Aussagekräftige Reiseinformationen und Kundenbewertungen ergänzen die Reiseangebote namhafter Veranstalter. Traveltainment ist führend an der Entwicklung und Implementierung des Datenformats OTDS beteiligt. Zu den bedeutenden Brancheninnovationen gehört die dynamische Pauschalreise-Produktion mit den Traveltainment Produkten Datamix und Dynamix. Amadeus beschäftigt weltweit rund 13.000 Mitarbeiter, davon arbeiten etwa 400 Mitarbeiter für Traveltainment.

TravelTainment GmbH Carlo-Schmid-Straße 12 • 52146 Würselen/Aachen www.traveltainment.de



TrustYou ist globaler Marktführer für Online-Reputationsmanagement mit Hauptsitz in München. Es ist das Ziel von TrustYou, die Entscheidungen Reisender durch das Suchen, Analysieren und Filtern von Hundert Millionen Reisebewertungen im Internet positiv zu beeinflussen. Die erhobenen Daten werden durch eine webbasierte Software von Hotels, Unterkünften und Restaurants genutzt, um das Feedback der Gäste nachzuverfolgen, zu überprüfen und darauf zu reagieren. Für Reisevermittler bietet TrustYou Zusammenfassungen an, sogenannte Meta-Reviews™, Meinungsbilder aus verifizierten Bewertungen. Dies hilft Reisenden, die richtige Buchungsentscheidung zu treffen. Weitere Informationen: www.trustyou.com

TrustYou GmbH • Munich Center of Technology Agnes-Pockels-Bogen 1 • 80992 München www.trustyou.com • e-mail: service@trustyou.net



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 führenden 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, discount-travel.com und airtours.de sowie die Online-Vermarktung. Dies umfasst Konzeption, Planung, Definition und Steuerung eines kundengerechten Angebotsmix, Planung und Umsetzung der Marketingaktivitäten im Online-Bereich sowie Weiterentwicklung von Kundenbindungsmaßnahmen.

TUI.com GmbH Hausvoigteiplatz 3 • 10117 Berlin www.tui.com • e-mail: info@tui.com

## wirecard

Die Wirecard AG ist ein globaler Technologiekonzern, der Unternehmen dabei unterstützt, Zahlungen aus allen Vertriebskanälen anzunehmen. Als ein führender unabhängiger Anbieter bietet die Wirecard Gruppe Outsourcing- und White-Label-Lösungen für den elektronischen Zahlungsverkehr. Über eine globale Plattform stehen internationale Zahlungsakzeptanzen und -verfahren mit ergänzenden Lösungen zur Betrugsprävention zur Auswahl. Für die Herausgabe eigener Zahlungsinstrumente in Form von Karten oder mobilen Zahlungslösungen stellt die Wirecard Gruppe Unternehmen die komplette Infrastruktur inklusive der notwendigen Lizenzen für Karten- und Kontoprodukte bereit. Die Wirecard AG ist an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert (TecDAX, ISIN DE0007472060, WDI). Weitere Informationen finden Sie im Internet auf www.wirecard.de oder folgen Sie uns auf Twitter @wirecard.

Wirecard AG Einsteinring 35 • 85609 Aschheim www.wirecard.de



Xamine liefert nationalen und internationalen Online-Unternehmen mit einer selbst entwickelten Technologie qualitativ hochwertige Daten des Online-Werbemarktes. Die Xamine Technologien und Services analysieren regelmäßig die Aktivitäten werbetreibender Unternehmen in den Suchmaschinen Google, Bing und Co., um die Performance ihrer Paid Search Kampagnen nachhaltig zu steigern, Kosten zu senken und sich vor Schaden durch Brand Bidding und AdHijacking zu schützen. Zusätzlich zu herausragenden technischen Self-Service Produkten bietet Xamine auf Kundenwunsch eine Kombination von technischer Analyse und exzellenter Online-Expertise im Rahmen einer Full-Service-Betreuung.

Xamine GmbH Holzstraße 28, • 80469 München www.xamine.com • e-mail: info@xamine.com



# VIR KOOPERATIONEN





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

Der bevh ist die Branchenvereinigung der Online- und Versandhändler. Die Branche setzt aktuell jährlich im B2C-Geschäft allein mit Waren rund 49 Mrd. Euro um, der Online-Anteil beträgt 85 Prozent. Der jährliche Gesamtumsatz im B2B-Geschäft wird auf mindestens 8,1 Mrd. Euro geschätzt. Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Der bevh vertritt die Brancheninteressen aller Mitglieder gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.



#### **FVW Mediengruppe**

Die FVW Medien GmbH ist ein unabhängiges Fachmedienhaus für die Tourismus- und Mobilitätsbranche. Zum Portfolio zählen anspruchsvolle journalistische Print- und Digitalprodukte, renommierte Veranstaltungen sowie umfangreiche Schulungsangebote. Mit dem abgestimmten Angebot bietet FVW Medien heutigen und künftigen Entscheidern, Unternehmern und Vertriebsexperten relevante Informationen und Hintergrundwissen, damit sie in ihrem Geschäftsalltag richtig entscheiden. Ausführliche Informationen zu dem Portfolio sind unter www.fvw-medien.de hinterlegt.



#### **Hochschule München**

Die Fakultät für Tourismus an der Hochschule München ist die größte akademische Ausbildungseinrichtung für Tourismus im deutschsprachigen Raum. Unsere Professor(inn)en, Lehrbeauftragte und Gastprofessor(inn)en aus aller Welt arbeiten in Lehre und angewandter Forschung der Tourismuswirtschaft. Aufgrund dieser Größe können wir die faszinierende Bandbreite der ganzen Tourismuswirtschaft anbieten und nehmen mit akademischem Gewicht an der Gestaltung des regionalen, nationalen und internationalen Tourismus teil. Um der wachsenden Digitalisierung der Branche gerecht zu werden und diese innovativ voranzutreiben, bieten wir zudem ein ausgefeiltes Lehrangebot zu "Digital Tourism". www.tourismus.hm.edu



#### **ICOMP**

ICOMP, die "Initiative for a Competitive Online Marketplace", gilt seit ihrer Gründung 2008 als ein wichtiger Vertreter für faire und wettbewerbsorientierte Netzpolitik in Europa. Neben dem VIR sind 28 weitere große, mittelständische und kleine Unternehmen Mitglieder der Initiative, darunter Microsoft, ProSiebenSat.1 und die britische Premier League. 2016 wird sich ICOMP vermehrt mit der Entstehung des Digitalen Europäischen Binnenmarkts beschäftigen und unseren Mitgliedern eine branchen- und länderübergreifende Stimme in Europa geben. Der Fokus liegt dabei auf grenzüberschreitendem Handel und der Nutzung von Services und Gütern, der Ausgestaltung einer wettbewerbsfähigen Plattformregulierung und auf den Herausforderungen rund um Datenschutz und Big Data.



#### International School of Business and Management Bad Honnef • Bonn

Die IUBH vereint unter ihrem Dach drei Sparten der akademischen Ausbildung im Tourismus: An der School of Business and Management, im Dualen Studium und im Fernstudium bietet die Hochschule akkreditierte englisch- und deutschsprachige Bachelor- und Masterstudiengänge mit vielen Spezialisierungen an. Hochrangige Dozenten, namhafte Unternehmenskooperationen und international ausgerichtete und praxisorientierte Studieninhalte bereiten die Studenten bestmöglich auf ihre Zukunft als Manager vor. Die IUBH unterstützt den VIR bei zahlreichen Marktforschungsprojekten sowie als Sponsor im Rahmen des VIR Innovationswettbewerbs "Sprungbrett".



#### **ITB Berlin**

2016 ist ein ganz besonderes Jahr für die ITB Berlin: Die Leitmesse der weltweiten Reisebranche wird 50 Jahre alt. Was 1966 im kleinen Rahmen begann, entwickelte sich schnell zu einem Welterfolg. Beginnend mit neun Ausstellern aus fünf Ländern, machen heute über 180 Länder aus allen fünf Kontinenten mit ca. 10.000 Ausstellern und 160.000 Besucher aus der ganzen Welt die Messe aus. Auf 160.000 m² gibt es geografisch gegliederte Hallen und verschiedene Marktsegmente wie Travel Technology, Abenteuer- oder Kulturtourismus zu entdecken. Der ITB Berlin Kongress, der weltgrößte Tourismuskongress, ist mit 200 Veranstaltungen, 400 Top-Referenten und 23.000 Kongressbesuchern unentbehrliche Informations- und Networkingplattform. Die ITB Asia findet jährlich in Singapur statt.



#### OTDS e.V.

Der OTDS-Verein wurde 2011 zur Förderung eines offenen Datenstandards für die Touristik gegründet. Ihn eint die Vision, OTDS als einheitliches, gemeinsames und kostenfreies XML-Datenformat in der Reisebranche zu etablieren. Eine kontinuierlich wachsende Zahl von Reiseveranstaltern und Leistungsträgern setzt OTDS heute zur Übermittlung ihrer Angebote an die Vertriebssysteme ein. Damit stehen sowohl in Internet-Plattformen als auch in Reisebüros immer mehr Reiseangebote mit mehr Details und Angebotsoptionen in höchster Datenqualität zur Verfügung – Reiseportale und Reisebüros können so ihre Nutzer und Kunden mit zuverlässigen Informationen beraten und abschließend zur Buchung führen.



#### rtk online Group

Stetige und direkte Ansprache der Kunden mit Informationen und Angeboten gehört in allen (Online)-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. Durch den aktiven Erfahrungsaustausch mit dem VIR und seinen Mitgliedern werden Weiter- und Neuentwicklungen von Tools positiv beeinflusst.



#### **Tourismuszukunft**

Die Zukunft des Tourismus gestalten: Mit diesem Anspruch berät und begleitet Tourismuszukunft touristische Unternehmen und Verbände. Basierend auf dem weit gefächerten Know-how unserer Netzwerkpartner unterstützen wir unsere Kunden dabei, neue Strategien und Lösungen fürs digitale Zeitalter zu finden. Wir denken über die Zukunft nach – und helfen Ihnen, diese für Ihr Unternehmen zu gestalten. Ob Analyse, Beratung, Schulung oder Umsetzung – für jedes Prozess-Stadium finden Sie im Tourismuszukunft-Team kompetente Partner. So begleiten wir viele unserer Kunden schon seit Jahren – und gestalten gemeinsam mit ihnen den Fortschritt.



#### Travel Industry Club e.V.

Der Travel Industry Club wurde 2005 gegründet und fungiert als eine zentrale Networking Plattform für die Entscheider und Führungskräfte der Reiseindustrie. Der Wirtschaftsclub versteht sich als innovativer "Think Tank" der deutschen Reiseindustrie: Hier werden komplexe Zukunftsthemen erörtert und Ideen entwickelt - dabei wird der Blick auch immer über den touristischen Tellerrand hinaus gerichtet. Zusätzlich zu den zahlreichen Veranstaltungen in ganz Deutschland rückt der TIC die wirtschaftliche Bedeutung der Reiseindustrie stärker ins Licht der Öffentlichkeit, der Medien und der Politik und bringt mit dem Young TIC den Nachwuchs mit den führenden Akteuren der Branche zusammen.



#### **Trusted Shops GmbH**

Die Vertrauenslösung von Trusted Shops: mehr Traffic, höhere Konversion, mehr Umsatz. Vertrauen und Sicherheit sind zentrale Erfolgsfaktoren im E-Commerce. Das gilt insbesondere für die Online-Buchung von Reisen. Genau dafür steht die Vertrauenslösung von Trusted Shops: Mit dem Gütesiegel zeigen Reiseportale, dass sie dauerhaft strenge Qualitätskriterien erfüllen und vertrauenswürdig sind. Mit der Geld-zurück-Garantie ermöglichen zertifizierte Portale ihren Kunden ein entspanntes Buchungserlebnis. Und Kundenbewertungen helfen, den Traffic im Reiseportal zu steigern, zum Beispiel durch die Anzeige von Sternen bei Google. Zusätzlich sorgen die Erfahrungsberichte zufriedener Urlauber für mehr Vertrauen.



Die Delphintherapie für behinderte Kinder muss kein Traum bleiben. Dafür können Sie sorgen. Unterstützen Sie dolphin aid.

dolphin aid e.V. Stadtsparkasse Düsseldorf IBAN: DE86 3005 0110 0020 0022 00 • BIC: DUSSDEDDXXX

### **WWW.DOLPHIN-AID.DE**





Die Flüchtlingshilfe München leistet über ihre aktiven ehrenamtlichen Mitglieder Unterstützung für Flüchtlinge in München. Zu ihren Aufgaben zählen unter anderem Deutsch- und Alphabetisierungskurse, Hausaufgabenhilfe, Freizeitangebote, materielle Hilfe sowie Unterstützung für Schwangere, junge Mütter und Neugeborene. Der gemeinnützige Verein finanziert sich über Spenden – auch Sie können mit Ihrer Spende dazu beitragen, dass Geflüchteten ein guter Start in ein neues Leben ermöglicht wird.

# Weitere Informationen finden Sie unter www.fluechtlingshilfe-muenchen.de

Spendenkonto: Flüchtlingshilfe München e.V. Kontonr. 1000854974, BLZ 70150000, bei Stadtsparkasse München, IBAN: DE12701500001000854974, BIC-/SWIFT-Code: SSKMDEMMXXX













Nur Deutsch, Deutsch/Französisch, Deutsch/Tigrinia, Deutsch/Persisch und Deutsch/Dari gibt es nur als Dewnload auf der Webseibe.

