

Digitalisierung im Tourismus: Das Internet als Wegbereiter

München, 20. Oktober 2025 – Der Tag des Internets findet jährlich am 29. Oktober statt. Was 1969 mit der ersten elektronischen Nachricht aus dem ARPANET, dem Vorgänger des Internets, begann und 1989 mit der wegweisenden Idee von Tim Berners-Lee zu dem wurde, was wir gemeinhin als „das Internet“ kennen – ist eine globale Erfolgsgeschichte, die Menschen aller Generationen verbindet und neue Möglichkeiten schafft.

„Heute kann fast jeder, unabhängig von Ort, Generation oder Sprache, die Welt entdecken und Kaufentscheidungen eigenständig und informiert treffen“, so [VIR](#) Vorstand Michael Buller.

Seit Beginn des 21. Jahrhunderts hat sich der Zugang zum Internet rasant entwickelt – und mit ihm die gesamte Reisebranche. Laut den [VIR Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2022](#) verfügten im Jahr 2000 nur 22 % der deutschen Bevölkerung über einen Internetzugang. 10 Jahre später waren es bereits 68 % und 2022 hatten 90 % der Bevölkerung Zugriff auf das Internet. Vor allem ältere Menschen haben dabei stark aufgeholt. Das Internet ist längst kein Medium der Jüngeren mehr, sondern ein Werkzeug für alle, die sich informieren, kommunizieren, Produkte und Services erwerben sowie sich miteinander vernetzen möchten.

Auch für Anbieter eröffnete die Nutzung des Internets neue Möglichkeiten. Zwischen 1995 und 2005 entstanden die ersten Online-Buchungsportale wie [lastminute.com](#), [Expedia](#), [HRS](#), [HolidayCheck](#), [weg.de](#) oder [Booking.com](#) – der Startschuss für eine neue Form des Reisevertriebs. Innerhalb von nur 20 Jahren wurde der gesamte Reiseprozess digital: von der Inspiration über die Buchung bis hin zur Erfahrung vor Ort. Anbieter können ihre Angebote heute dynamisch gestalten, Preise flexibel anpassen und in kürzester Zeit individuelle Urlaubspakete schnüren. Mit der mobilen Revolution ab 2011 bekam die Digitalisierung zusätzlichen Schub: Bewertungsplattformen wie HolidayCheck sowie Reise-Apps prägen seither die Möglichkeiten von VerbraucherInnen ebenso wie die der Anbieter. So haben 74 % der VerbraucherInnen im vergangenen Jahr bei Reisen ab einer Übernachtung mindestens eine Reiseleistung digital gebucht. ([vgl. VIR Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2025](#)). Zudem hat erstmalig 2024 die E-Mail Buchung das Telefon überholt.

Dabei werden Online-Medien wie Suchmaschinen oder Websites von Reisezielen mittlerweile als wichtigste Informationsquelle genutzt. Auch Social Media gewinnt immer mehr an Bedeutung: Bereits 40% der Deutschen greifen als Inspirationsquelle darauf zurück (vgl. VIR Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2025). Diese Entwicklung hat für VerbraucherInnen gleich mehrere Vorteile: mehr Freiheit, Komfort und Transparenz bei der Urlaubsbuchung. Informationen zu Reisezielen, Unterkünften oder Transportmitteln sind jederzeit verfügbar. Dank der Einführung des Smartphones mit

dem Verkauf des ersten iPhone 2007, ist selbst die spontane Buchung unterwegs problemlos möglich. Zudem bündeln Apps und Wallets heute Routen, Sehenswürdigkeiten, Wetterdaten sowie Transportoptionen und ermöglichen somit ein ganzheitliches, vernetztes Reiseerlebnis.

Die Corona-Pandemie wirkte in diesem Zusammenhang als Digitalisierungs-Booster. Virtuelle Beratung, kontaktloses Bezahlen und flexible Buchungsprozesse wurden in kurzer Zeit in allen Vertriebskanälen zur Normalität. Die Tourismus-Branche hat bewiesen, dass digitale Lösungen nicht nur Effizienz schaffen, sondern auch Sicherheit in unsicheren Zeiten bieten können.

Heute sehen wir weitere rasante Entwicklungen wie Künstliche Intelligenz und sie sind in nie dagewesener Barrierefreiheit für jedermann nutzbar – ein Suchschlitz und 20 \$ genügen. ChatGPT hatte 2022 bereits 5 Tage nach Start eine Million NutzerInnen, 2 Monate später waren es sogar schon 100 Millionen aktive NutzerInnen im Monat. Damit stellte ChatGPT einen neuen Rekord für die am schnellsten wachsende Nutzerbasis auf.

KI entwickelt sich zu einem neuen Instrument, um Reisen individueller, nachhaltiger und komfortabler zu gestalten. Sie erkennt Reisebedürfnisse, empfiehlt passende Angebote, optimiert Preise und sorgt für Echtzeit-Kommunikation zwischen Reisenden und Anbietern. Nachhaltigkeit spielt dabei auch eine Rolle – smarte Anwendungen zeigen CO₂-Emissionen oder nachhaltige Alternativen an und machen umweltbewusstes Reisen leichter zugänglich.

Gleichzeitig eröffnen Blockchain-Technologien sichere und transparente Buchungsprozesse sowie eine schnelle Abwicklung der Transaktionen. So hat [Chain4Travel](#) mit dem Camino Network eine blockchainbasierte Infrastruktur entwickelt, welche auf die Bedürfnisse der Reisebranche abgestimmt ist.

„Die Geschwindigkeit, die wir derzeit mit Künstlicher Intelligenz erleben, übersteigt weit die des Internets. Ein Blick in die Zukunft zeigt uns, dass bereits die nächsten spannenden Innovationen vor uns liegen – Entwicklungen, die uns nachhaltig prägen werden“, schließt VIR-Vorstand Michael Buller.

Über den VIR:

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist seit über 20 Jahren der Interessenverband der deutschen Digital-Touristik, die laut FUR-Zahlen von 2024 rund 67 Prozent der Urlaubsreisen ab einer Übernachtung mit vorab gebuchten Leistungen ausmacht. Der VIR ist nicht nur Ansprechpartner für die Branche, sondern auch für VerbraucherInnen, Medien und Politik. Zu den VIR-Mitgliedern gehören über 90 Unternehmen, die in der digitalen Touristik tätig sind. Sie unterteilen sich in die vier

Cluster OTA, Supplier & Tour Operator, Service- & Travel Technology Provider sowie Start-up. Zu den Aufgaben des VIR zählen auch die Nachwuchsförderung, die Unterstützung von Innovationen und Neuentwicklungen, sowie die Sensibilisierung der Touristik für wichtige Trends und Themen.

Zu den VIR-Mitgliedern gehören über 90 Unternehmen, die in der digitalen Touristik tätig sind. Sie unterteilen sich in die vier Cluster OTA, Supplier & Tour Operator, Service- & Travel Technology Provider sowie Start-up. Zu den Aufgaben des VIR zählen auch die Nachwuchsförderung, die Unterstützung von Innovationen und Neuentwicklungen, sowie die Sensibilisierung der Touristik für wichtige Trends und Themen.

VIR-Mitglieder sind:

1-CP, A3M, ACCON-RVS, adigi, AERTICKET, Allianz Travel, Amadeus Germany, Berge & Meer, audio solutions, Bewotec, Booking.com, .BOSYS, BPCS Consulting Services, CampNerd, CFM, Chain4Travel, DERTOUR Group, EC Travel, elysium, ERGO Reiseversicherung, Europ Assistance, Evaneos, expipoint, Expedia Group, fanz, FerienDiscounter, Flyla, For You Travel, GIATA, GOVOYAGE, Hamburg Tourismus, HanseMerkur, HolidayCheck, holidayheroes, holidays2market, honeepot, HRS, Invia Group, Involatus Carrier Consulting, journaaway, Juvigo, LEGOLAND Holidays, Mastercard, Midoco Group, NewTravel, Nomady, OBS OnlineBuchungsService, onlinejungle.camp, OPINSTAR, Passolution, Payone, PayPal, Peakwork, Sabre, schauinsland-reisen, solamento, Stadt und Land Reisen, Sunny Cars, taa travel agency accounting, ta.ts, team neusta, traffics, TraSo, travelbasys, Travel Data & Analytics (TDA), Travelport, TripPika, TURESPAÑA, ViralSpoon, vJourney, Voyage Privé, We Love Holidays Deutschland, weg.de, WIIF, Wirelane, worcay, Worldpay, WorldTransfer, Xamine und ZAUBAR.

Geschäftsstelle:

Verband Internet Reisevertrieb e.V., Leonhardsweg 2, D-82008 Unterhaching, Tel.: 089-453574370, E-Mail: presse@v-i-r.de oder info@v-i-r.de, Internet www.v-i-r.de

Pressemeldungen im Internet: Die aktuellen Pressemeldungen stehen im Internet unter www.v-i-r.de im Bereich "Presse" zum Download zur Verfügung. Ebenfalls ist die Aufnahme in den Presseverteiler möglich. Nutzen Sie auch unseren Service und abonnieren Sie den VIR im RSS-Feed.