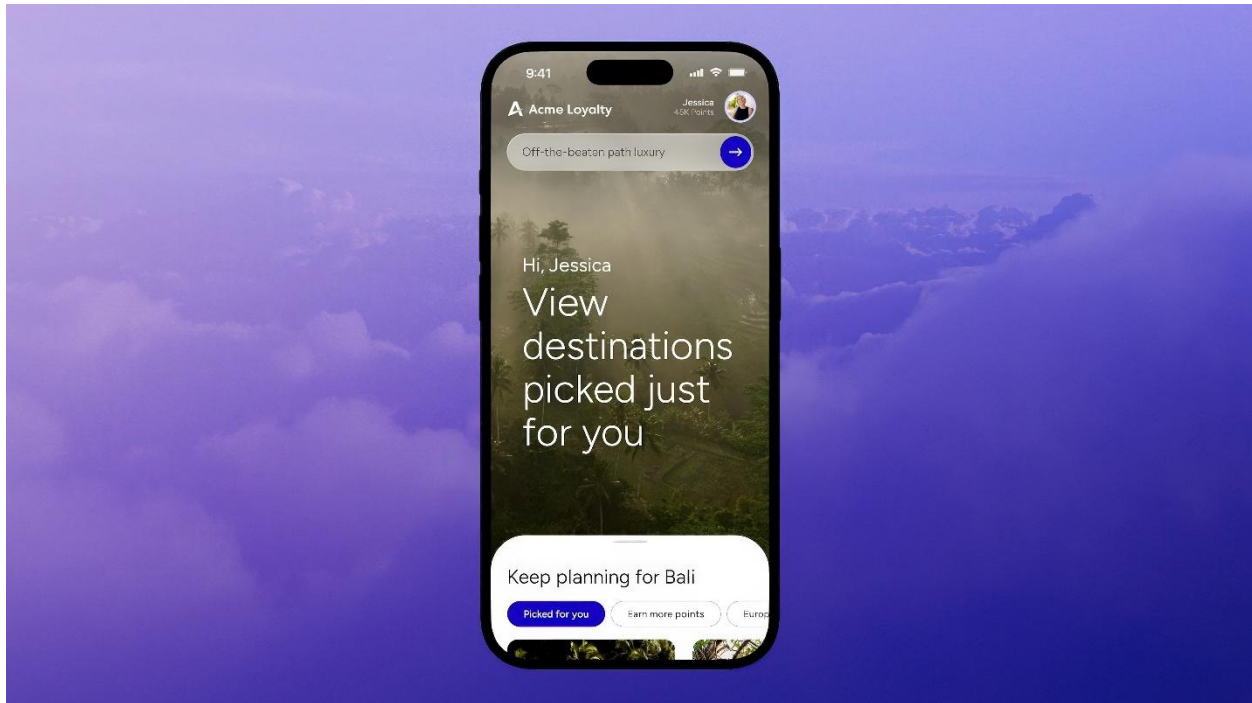




Expedia Group B2B stellt KI-Toolkit und Plattform für die Zukunft des Reisevertriebs vor

Neue KI-Funktionen und Merchandising-Funktionen unterstützen Marken dabei, ganzheitliche Reiseerlebnisse zu schaffen und zu skalieren



Las Vegas/München, 20. Mai 2026 – Die Expedia Group B2B hat heute eine Reihe neuer KI-gestützter Produkte und Partnerschaften angekündigt, die es Unternehmen aller Branchen erleichtern, Reisen in ihr Kundenerlebnis zu integrieren.

„Seit Jahrzehnten schaffen wir hinter den Kulissen die Grundlagen, die die Arbeit im Bereich Reisen vernetzter, nahtloser und vertrauenswürdiger machen – von der Bereitstellung über die Preisgestaltung und die Zahlungen bis hin zum Service“, sagt Alfonso Paredes, President B2B & Chief Commercial Officer der Expedia Group. „Jetzt machen wir es unseren Partnern noch einfacher, diese Infrastruktur zu nutzen. Mit einer einzigen Schnittstelle können Partner ihren Kunden umfassendere Reiseerlebnisse bieten, mehr Aspekte der Reise erfassen und dies mit geringerem Aufwand.“

Expedia Group B2B betreut heute 75.000 Partner aus verschiedenen Branchen sowie 200.000 Reiseberater und die Plattform verarbeitet täglich 21 Milliarden API-Aufrufe (interne Daten der Expedia Group, 2025).

KI-Toolkit für Partner + neue Reiseplattform

Auf der Explore 26 stellte Expedia Group B2B eine Vorschau auf sein neues, derzeit in Entwicklung befindliches KI-Toolkit vor, das in den kommenden Monaten bei ausgewählten Partnern eingeführt wird. Es vereinfacht für B2B-Partner die Einbindung der Funktionen der Expedia Group in KI-Erlebnisse über APIs, Schnittstellen und Agenten-Workflows hinweg.

Im Mittelpunkt steht die Intelligent Experience Platform, eine Reihe kombinierbarer KI-Komponenten, die Partnern dabei helfen sollen, markenspezifische Reiseerlebnisse auf Basis der Expedia Group-Technologie auf den Markt zu bringen. Expedia Group B2B möchte den Zeit- und Investitionsaufwand für Partner bei der Einführung von Reiseerlebnissen reduzieren und sie dabei unterstützen, sich auf eine Zukunft vorzubereiten, in der Reisende zunehmend KI-gestützte Reiseplanung erwarten.

Marketing- und Medienkompetenzen, um mehr Reisende zu erreichen

Die Expedia Group kündigte zudem Verbesserungen im Bereich Marketing und Mediennetzwerk an, die es Partnern ermöglichen, mehr Reisende an mehr Orten zu erreichen.

Zwei neue Merchandising-Lösungen helfen Rapid-API-Partnern dabei, die Nachfrage zu steigern und die Konversionsrate zu verbessern:

- Partner können nun ihr B2B-Partnerportal-Konto nutzen, um Marketingstrategien zu planen und zu verfolgen.
- Die neue Merchandising-API hilft Partnern dabei, überzeugende Marketingerlebnisse plattform- und kanalübergreifend zu gestalten.

Expedia Group Advertising hat Verbesserungen an ihrem Travel Media Network vorgestellt, darunter:

- Ein verbessertes, KI-gestütztes Werbeportal mit Strategien wie dem „Max Room Nights“-Bietverfahren.
- Vielfältigere Anzeigenformate in Suchergebnissen, auf Produktseiten, in „Trips“ und beim Bezahlvorgang.
- Größere Reichweite durch DSPs und exklusive Medienpartnerschaften.

Vertrauen und Unterstützung als fester Bestandteil

Bei all diesen Markteinführungen hob die Expedia Group das Vertrauen und die Infrastruktur hervor, die hinter ihrer B2B-Plattform stehen:

- Ein „Responsible AI Council“, der risikoreiche KI-Implementierungen prüft, bevor sie in großem Maßstab eingesetzt werden.
- Kundenservice als zentrale strategische Kompetenz: Investitionen in Mitarbeiter, Prozesse und KI, um sicherzustellen, dass der Kundenservice auch bei wachsendem B2B-Netzwerk weiterhin hohe Priorität genießt. Expedia Group B2B:
 - Bearbeitet jährlich über 7 Millionen Serviceanrufe für Partner.
 - Bietet rund um die Uhr muttersprachlichen telefonischen Support in 25 Sprachen.

„Partner wollen Wachstum, aber sie wollen auch sicher sein, dass ihre Marke und ihre Kunden in guten Händen sind“, sagt Paredes. „Vor einem Jahr haben wir angekündigt, eine umfassendere

Plattform für Partner aufzubauen, und das haben wir getan. Heute helfen wir Partnern dabei, mehr zu verkaufen, ihren Kunden einen besseren Service zu bieten und einen größeren Teil der Reise abzudecken – mithilfe einer Infrastruktur, die sich seit Jahrzehnten in großem Maßstab bewährt hat.“

###

Über die Expedia Group

Expedia Group, Inc. (NASDAQ: EXPE) ist der weltweite Online-Marktplatz für Reisen, der Menschen hilft, die Welt mit jeder Reise ein bisschen besser kennenzulernen. Die Expedia Group™ nutzt ihre branchenführende Technologie und die umfassenden Daten aus eigener Hand, um Reisende, Partner und Werbetreibende über ihre renommierten Marken zu vernetzen und zuverlässige, personalisierte Erlebnisse zu bieten, die die Zukunft des Reisens aktiv gestalten.

Das Ökosystem der Expedia Group besteht aus drei wichtigen Verbrauchermarken – Expedia®, Hotels.com® und Vrbo® –, dem größten B2B-Vertriebsnetz und einem hochkarätigen Werbenetzwerk. Unter der Leitung eines Führungsteams aus erfahrenen und leidenschaftlichen Mitarbeitenden aus aller Welt unterstützt die Expedia Group Millionen von Reisenden in mehr als 70 Ländern dabei, die Welt zu entdecken – mit Leichtigkeit und Zuversicht.

© 2026 Expedia, Inc., ein Unternehmen der Expedia Group. Alle Rechte vorbehalten. Die Expedia Group und das Expedia Group-Logo sind Handelsmarken von Expedia, Inc. CST: 2029030-50.

Weitere Informationen unter www.expediagroup.com.

Folgen Sie der Expedia Group auf [Facebook](#), [Instagram](#), [X](#) und [LinkedIn](#).

Folgen Sie Expedia auf [Facebook](#), [Instagram](#), [TikTok](#), [Pinterest](#), [X](#) und [YouTube](#).

Folgen Sie Vrbo auf [Facebook](#), [Instagram](#), [TikTok](#), [Pinterest](#), und [X](#).

Folgen Sie Hotels.com auf [Instagram](#), [TikTok](#), [Facebook](#) und [X](#).

Appendix

Expanding ground mobility to complete more trips

To help partners capture more of the end-to-end journey, Expedia Group B2B is expanding its car rental, ground transport and Insurtech solutions.

In a separate announcement today, Expedia Group shared it has entered into an agreement to acquire CarTrawler, an Ireland-based B2B platform powering leading travel brands.

CarTrawler follows Expedia Group's recent acquisition of Tiqets, the Amsterdam-based activities and experiences platform, and together the acquisitions advance the growth strategy the company outlined to expand its Rapid API beyond lodging to include car, flights, activities and trip protection.

CarTrawler's capabilities, coupled with Expedia Group's extensive scale, technology and partner network, unlock several new growth opportunities for partners as well as unrivaled choice and value for travelers. The transaction, which remains subject to customary closing conditions, is expected to close in the second half of 2026.

Pressekontakt:

KLEBER GROUP Büro München

Silke Warnke-Rehm | Vanessa Rödel

Tel: +49 (0) 173 721 05 66

silke.warnke-rehm@klebergroup.com, vanessa.roedel@klebergroup.com

LinkedIn: [KLEBER GROUP](#)