

VIR Innovationstage 2026 – Tag 1: Den Tourismus von morgen gestalten

Berlin, 23. Juni 2026 – Unter dem Motto „Vision 2030“ diskutierten Branchenvertreterinnen und -vertreter beim ersten Tag der VIR Innovationstage 2026 des [Verband Internet Reisevertrieb e. V.](#) über die Zukunft der Reisewirtschaft, neue Kundenbedürfnisse, Künstliche Intelligenz und die Frage, wie Unternehmen in Zeiten permanenter Veränderungen resilient bleiben können.

Zum Auftakt machte VIR-Vorstand Michael Buller deutlich, vor welchen Herausforderungen die Branche steht: „Bereits heute nutzen Millionen Menschen KI für ihre Reiseplanung. Die entscheidende Frage ist, welche Rolle unsere Branche in einer Welt mit KI künftig einnehmen wird.“

Vision 2030: Tourismus aktiv gestalten

Die Eröffnungsk keynote „Vision 2030 – den Tourismus weiterdenken!“ von Catharina Fischer ([NEXT Stop: Future](#)) und Florian Bauhuber ([Realizing Progress](#)) stellte zentrale Erkenntnisse des gemeinsam mit dem VIR entwickelten [impulse4travel](#)-Manifests 2030 vor. Im Fokus standen Offenheit und Vernetzung, Ethik und KI, neue Arbeits- und Reiseformen sowie die Rolle der Mitarbeitenden als Treiber des Wandels. Die zentrale Botschaft: Tourismus muss künftig stärker gestalten statt verwalten und Veränderungen aktiv vorantreiben.

Reisetrends 2035: Digitale Buchungen auf dem Vormarsch

Einen Blick auf die Nachfrageentwicklung warf Ulf Sonntag ([Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. \(FUR\)](#)) mit der Vorstellung der Reiseanalyse-Trendstudie 2035. Die Ergebnisse zeigen eine weiterhin hohe Reisebereitschaft der Deutschen und einen anhaltenden Trend zu digitalen Buchungen. Künstliche Intelligenz wird von Reisenden bereits heute vor allem zur Inspiration und Reiseplanung genutzt.

Neue Wachstumsfelder für die Branche

In mehreren Workshops wurden Zukunftsthemen und neue Geschäftsmodelle diskutiert. Daniela Gerdes ([Mon Bliss](#)) zeigte im Workshop „Longevity-as-a-Service“, wie Gesundheit, Technologie und Tourismus zu neuen Angeboten für mehr Lebensqualität verschmelzen. Im Workshop „Bleisure & Workation“ erläuterte Kai Böcking ([Bleisure Traveller](#)), warum die Verbindung von Geschäftsreisen, Freizeit und mobilem Arbeiten langfristig an Bedeutung gewinnen wird.

Darüber hinaus wurde Nachhaltigkeit im Workshop „Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil und Business-Booster: Wo ihr ansetzen könnt“ als strategischer Erfolgsfaktor beleuchtet. Anhand von Praxisbeispielen wurde gezeigt, wie Unternehmen ökologische Verantwortung mit wirtschaftlichen Chancen verbinden können.

KI verändert die Spielregeln der Touristik

Ein Schwerpunkt des ersten Veranstaltungstages lag auf den Auswirkungen von Künstlicher Intelligenz. Ob personalisierte Beratung, automatisierter Kundenservice, intelligente Assistenten oder neue Zahlungsprozesse – KI verändert bereits heute Geschäftsmodelle, Vertrieb und Kundenbeziehungen grundlegend.

In der Live-Podcast-Aufzeichnung „Reisen auf Autopilot? KI, Agentic AI und Evolution in der Touristik“, moderiert von Roman Borch ([Travelholics](#)), diskutierten Marco Otte-Witte ([Mainmatter](#)), Henrike Lewerenz ([Google](#)), Salim Sahi ([HoloLogix.ai](#)) und Hennig Höne ([FDP-Landtagsfraktion NRW](#)) über Agentic AI, autonome Assistenten und die Zukunft dialogbasierter Reisebuchungen.

Praxisnahe Einblicke in die KI-Transformation gab Franz Braun ([FXB Management](#)) im Workshop „Vom Buzzword zur Wertschöpfung – KI bei Sunny Cars“. Sein Fazit: Der Erfolg von KI entsteht nicht durch den Hype um neue Technologien, sondern durch konkrete Anwendungsfälle mit echtem Mehrwert. Marco Otte-Witte und Florian Pichler (Mainmatter) zeigten zudem auf, wie KI bereits heute Websites, Vertriebskanäle und Markenführung verändert.

Weitere Perspektiven lieferten Markus Stumpe ([Alyza](#)) zum Einsatz von KI als lernende Wissensbasis im Kundenservice sowie Pascal Beij ([Unzer](#)) und Vertreter von Mastercard, die die Zukunft des digitalen Bezahls in einer Welt autonomer KI-Agenten beleuchteten.

Resilienz als Zukunftskompetenz

Neben technologischen Entwicklungen stand die Widerstandsfähigkeit von Unternehmen und Mitarbeitenden im Fokus. Mirko Jacobowski ([A3M](#)) zeigte in seinem Vortrag, wie Unternehmen durch Frühwarnsysteme, klare Prozesse und Krisentrainings ihre Resilienz stärken können. Zum Abschluss des Fachprogramms beleuchtete Johannes Ganser ([HanseMerkur](#)) die Bedeutung persönlicher Resilienz als Schlüsselkompetenz für Führungskräfte und Teams.

Nach einer Ansprache des [Tourismuskordinators der Bundesregierung, Dr. Christoph Ploß](#), klang der erste Veranstaltungstag bei der VIR Night aus und bot Raum für Networking, Austausch und neue Impulse.

Zukunftsweisend geht es an Tag 2 der VIR Innovationstage weiter. Das [vollständige Programm der VIR Innovationstage](#) finden Sie auf der VIR-Website.

Sie können bei den VIR Innovationstagen nicht dabei sein? Das Hauptbühnenprogramm wird auch in diesem Jahr über die [fvw](#) gestreamt.

Alle [Impressionen und Bilder](#) des ersten Tages finden Sie hier zum Downloaden.

[Das vollständige impulse4travel Manifest finden Sie zum Nachlesen hier.](#)

Der VIR bedankt sich herzlich bei seinen diesjährigen Sponsoren, ohne welche die VIR Innovationstage nicht möglich wären:

[ADVANT Beiten](#), [Alyza](#), [Amadeus](#), [bluecode](#), [Chain4Travel](#), [DERTOUR Group](#), [FVW](#), [destination.one](#), [experian](#), [FVW](#), [HanseMerkur](#), [HoloLogix.AI](#), [ITB Berlin](#), [Mainmatter](#), [Realizing Progress](#), [Sunny Cars](#), [Team neusta](#), [traffics](#), [Travelholics.media](#), [YOUR PASS](#) | [Mastercard](#)

Über den VIR:

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist seit über 20 Jahren die zentrale Stimme der digitalen Touristik in Deutschland. Seine mehr als 90 Mitgliedsunternehmen zählen zu den führenden Akteuren des digitalen Reisevertriebs – darunter etablierte Online-Reiseportale, Reiseveranstalter, Technologieanbieter und innovative Start-ups. Laut den FUR-Zahlen wurde 2025 bei 77 % der Reisen ab einer Übernachtung mindestens eine Reiseleistung digital gebucht. Der VIR vertritt die Interessen der Branche gegenüber Politik, Medien und VerbraucherInnen, fördert Innovationen und Nachwuchs und sensibilisiert die Touristik für die Zukunftsthemen der Digitalisierung.

VIR-Mitglieder sind:

A3M, ACCON-RVS, adigi, AERTICKET, Allianz Partners, Amadeus Germany, ASI Reisen, Banaki, Berge & Meer, Bluecode, Booking.com, .BOSYS, BPCS Consulting Services, CFM, Chain4Travel, DERTOUR Group, EC Travel, elysium, ERGO Reiseversicherung, Europ Assistance, Eurotours, Evaneos, expipoint, Expedia Group, fanz, FerienDiscounter, For You Travel, GIATA, GO Jugendreisen, Hamburg Tourismus, HanseMerkur, HolidayCheck, holidayheroes, honeepot, HRS, Invia Group, Involatus Carrier Consulting, journeyway, LEGOLAND Holidays, Mastercard, Midoco Group, NewTravel, OBS OnlineBuchungsService, onlinejungle.camp, Onsai, OPINSTAR, Passolution, Payone, PayPal, Peakwork, Sabre, schauinsland-reisen, solamento, Speech AI, spotAR, Stadt und Land Reisen, Sunny Cars, taa travel agency accounting, ta.ts, team neusta, traffics, TraSo, Travee, travelbasys, Travel Data & Analytics (TDA), Travelport, Travel Token Marketplace, TripPika, TURESPAÑA, U-hob, ViralSpoon, vivido travel, 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.