

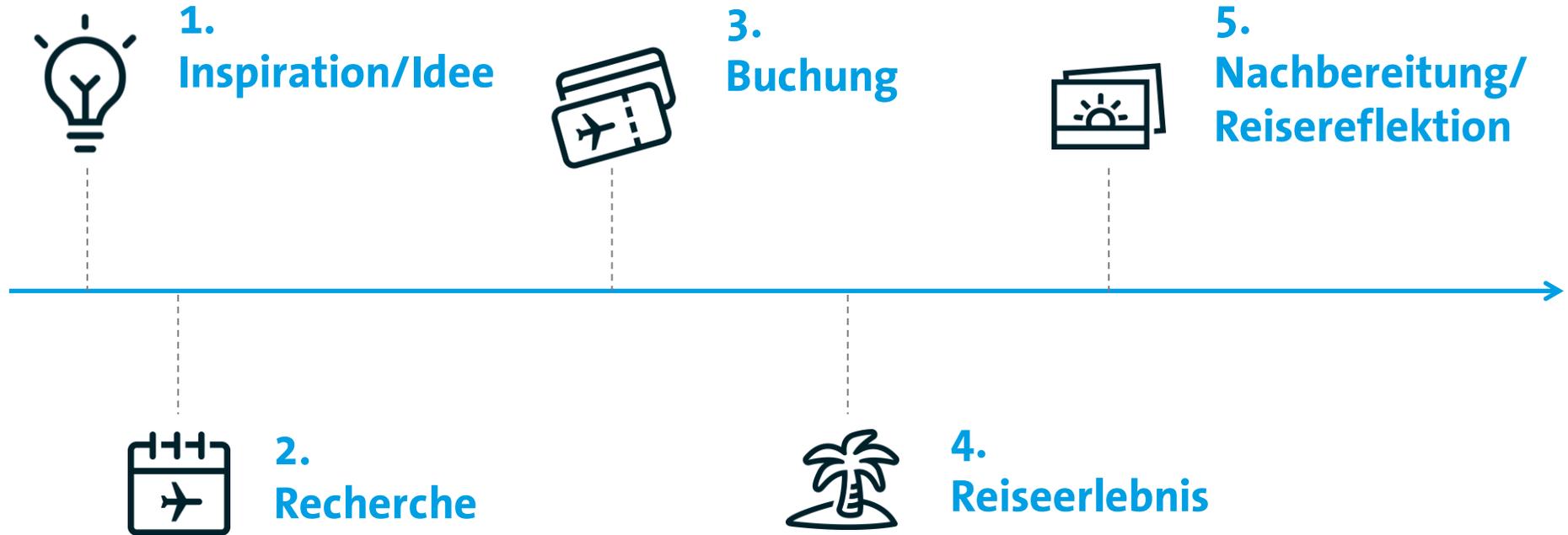
A vintage globe is shown in the background, slightly out of focus. The globe has a classic design with a wooden or metal frame and a map of the world. The map is in shades of blue, green, and brown. The text is overlaid on a white rectangular area on the left side of the globe.

# Von der Pauschalreise zum E-Tourismus: Wie die Digitalisierung die Touristikbranche verändert

**Dr. Bernhard Rohleder** | Bitkom-Hauptgeschäftsführer  
Berlin, 3. März 2016

**bitkom**

# Customer Journey im Tourismus



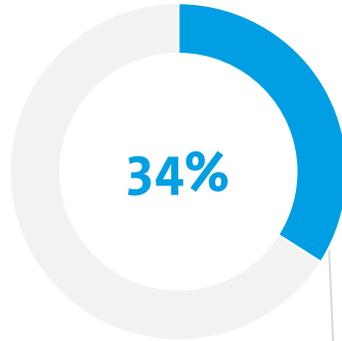
# Verbraucherbefragung

Basis: 803 Internetnutzer ab 14 Jahren

Quelle: Bitkom Research

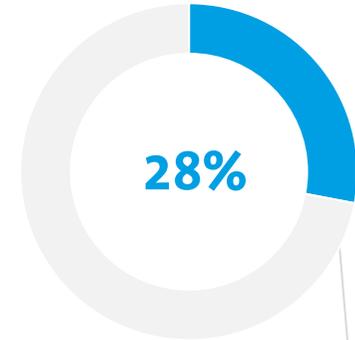
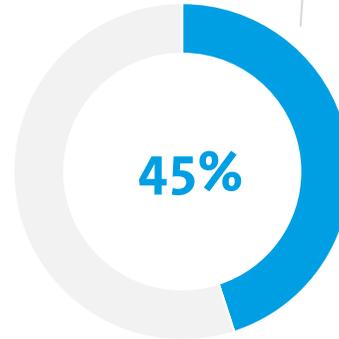
# Internet ist das zentrale Instrument zur Organisation von Reisen

Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Im Internet finde ich häufig **Inspiration** zu neuen Reisezielen, zum Beispiel in Sozialen Netzwerken.

Bei der **Vorbereitung und Planung** einer Reise ist das Internet für mich unverzichtbar.



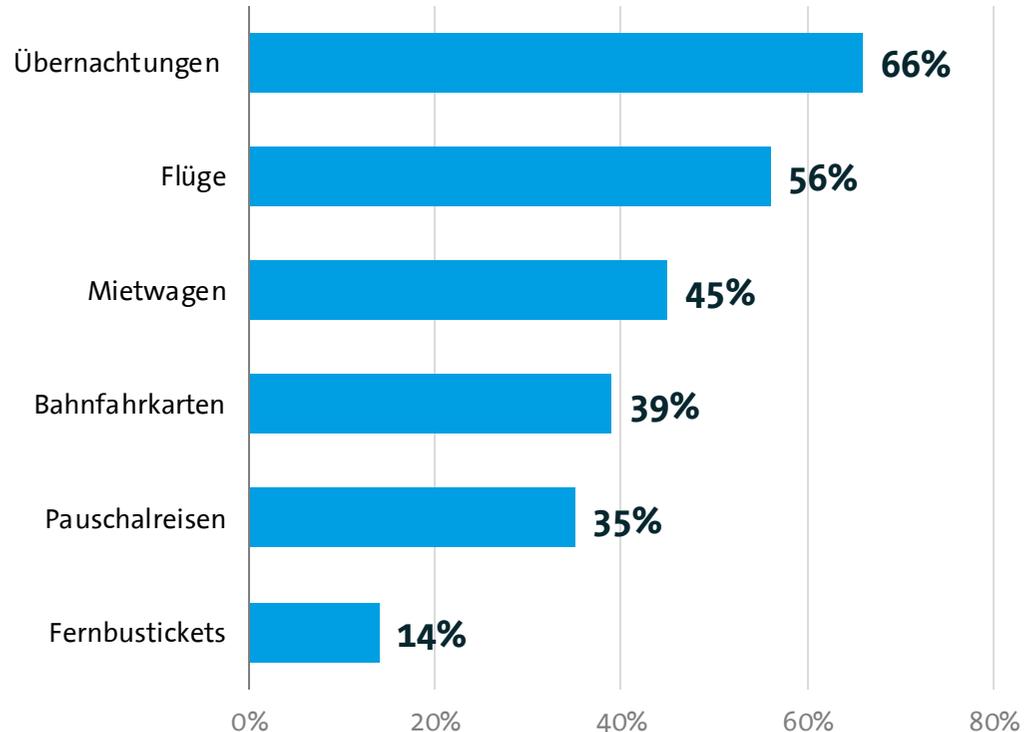
Vor der Buchung einer Urlaubsunterkunft **lese** ich in der Regel die **Online-Bewertungen** anderer Reisender.

# Online-Buchung von Reiseleistungen ist selbstverständlich

Welche Leistungen rund um Reisen und Urlaub haben Sie im Internet bereits gekauft bzw. gebucht?

**80%**

**buchen Leistungen  
rund ums Reisen  
online**



# Plattformen für alternative Unterkünfte sind im Kommen

Welche der folgenden Internet-Plattformen bzw. -Angebote haben Sie genutzt, um eine Unterkunft zu buchen?

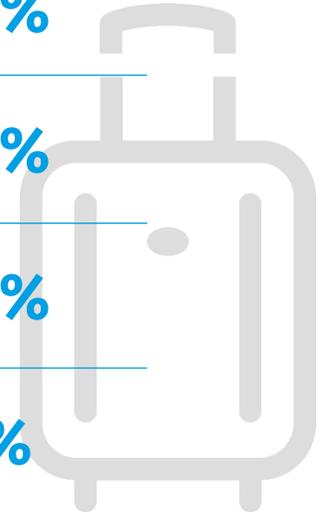
Online-Plattformen für kommerzielle Angebote von Hotels oder Ferienhäusern (z.B. Booking.com oder Ab-in-den-Urlaub.de) **67%**

Internetauftritte der Unterkünfte selbst (z.B. die Webseiten der Hotels, der Ferienwohnung etc.) **60%**

Online-Plattformen für bezahlte Privatunterkünfte (z.B. airbnb oder 9flats) **15%**

Online-Plattformen für kostenlose Privatunterkünfte (z.B. Couchsurfing) **10%**

Wohnungs-Tauschbörsen (z.B. Home For Home, Home Link oder Home Swap) **4%**



# Digitale Reisebegleiter spielen eine wichtige Rolle

Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



45%

Meine **Urlaubsfotos** mache ich überwiegend mit dem Smartphone.



36%

Ich würde gerne für alle Reisedienstleistungen wie Flüge, Mietwagen oder Bahnfahrkarten **nur noch ein digitales Ticket** nutzen, z.B. auf dem Smartphone.



19%

Im Urlaub nutze ich **reisebezogene Apps** für das Smartphone oder den Tablet Computer.



10%

Ich würde gerne meinen **Koffer** bei Flugreisen mit Hilfe digitaler Technologien **zurückverfolgen** können, zum Beispiel per GPS-Sender.

# Expertenbefragung

Basis: 103 Unternehmen aus der Touristikbranche ab 20 Mitarbeitern  
(CEOs, Geschäftsführer oder Vorstände)

Quelle: Bitkom Research

# Intelligentes Reisen dank Big Data, Social Media und Mobile

Wie verbreitet sind folgende Szenarien im Jahr 2025?\*

## Individualisierte Angebote

Reisen werden mithilfe von Big-Data-Analysen auf Verbraucher **persönlich zugeschnitten** (z.B. durch die Analyse von Daten aus Sozialen Netzwerken)

97%



## 55% Collaborative Consumption

Verbraucher schließen sich online zu **Buchungs- bzw. Reisegemeinschaften** zusammen, um von günstigeren Gruppenreisen zu profitieren



## Nahtloses Reisen

74%

Reisende nutzen für alle Reisedienstleistungen wie Flüge, Mietwagen oder Bahnfahrkarten nur noch **ein digitales Ticket** (z.B. per NFC-Technologie auf dem Smartphone)

# Virtual Reality ermöglicht neue Formen des Reisens

Wie verbreitet sind folgende Szenarien im Jahr 2025?\*

Verbraucher **erkunden Reiseziele vorab**  
mithilfe von Virtual-Reality-Brillen

74%

Verbraucher **reisen** komplett **virtuell** zu digital  
**nachgebildeten echten Touristenzielen**

64%

Verbraucher **reisen** komplett virtuell an  
**digital produzierte Fantasieorte**

33%

Verbraucher erkunden Reiseziele vorab in  
sog. **Virtual-Reality-Hallen** (z.B. mit VR-Brillen und VR-Anzügen)

20%

# Customer Journey wird komplett digitalisiert

Wie verbreitet ist folgendes Szenario im Jahr 2025?\*

## 71%

Die gesamte Customer Journey wird digital abgewickelt



1.  
Inspiration/  
Idee



3.  
Buchung



5.  
Nachbereitung  
Reisereflektion



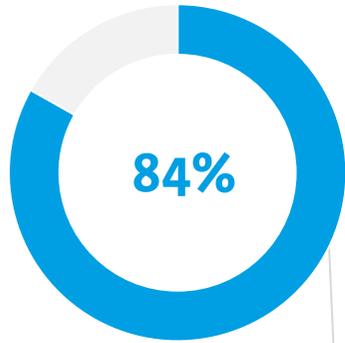
2.  
Recherche



4.  
Reiseerlebnis

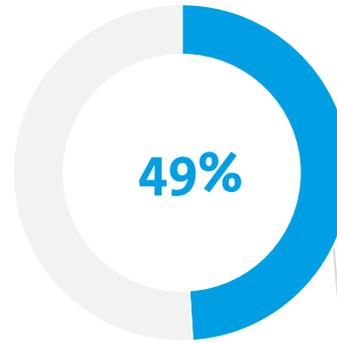
# Digitalisierung fordert Reisebüros und -veranstalter heraus

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?\*

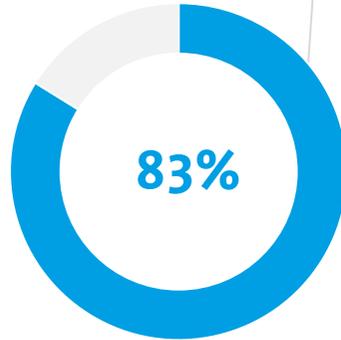


Stationäre Reisebüros können am Markt nur bestehen, wenn sie ihr **Angebot online ergänzen** (Hybrid-Angebote).

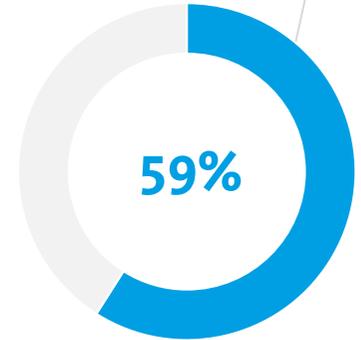
Stationäre Reisebüros müssen ihre **Beratung im Shop um die neuesten digitalen Angebote erweitern**, um am Markt bestehen zu können (z.B. Virtual-Reality-Brillen).



Bei komplexen Reisen oder Luxusreisen bleiben Reiseveranstalter trotz Digitalisierung **unerlässlich**.

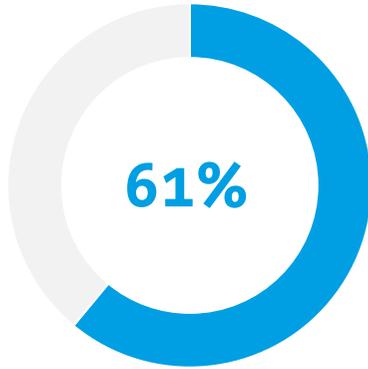


Die Digitalisierung macht Reiseveranstalter in großen Teilen **überflüssig**, weil Verbraucher ihre Reisen überwiegend selbst buchen und organisieren.

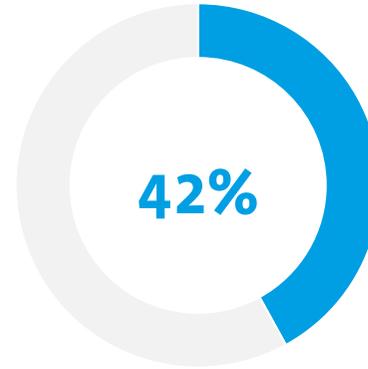


# Online-Plattformen werden als große Konkurrenz gesehen

Inwieweit treffen folgende Aussagen auf Ihr Unternehmen zu?\*



Online-Plattformen  
**für kommerzielle Angebote** von Hotels  
oder Ferienhäusern (z.B. Booking.com  
oder HRS) setzen uns unter Druck.



Online-Plattformen  
**für Privatunterkünfte**  
(z.B. Airbnb oder 9 flats)  
setzen uns unter Druck.



# Zwei Drittel der Firmen investieren in innovative Digitalangebote

Inwieweit treffen folgende Aussagen auf Ihr Unternehmen zu?\*

---

Die **Vermarktung** unserer Angebote erfolgt hauptsächlich **online**

96%

---

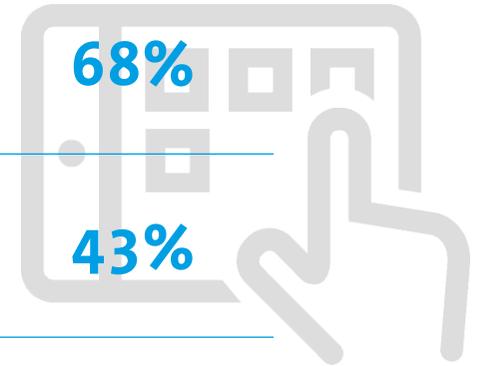
Wir investieren in **digitale Angebote**, die über unsere Webseite hinausgehen, z.B. Apps, ergänzend zu Reisekatalogen

68%

---

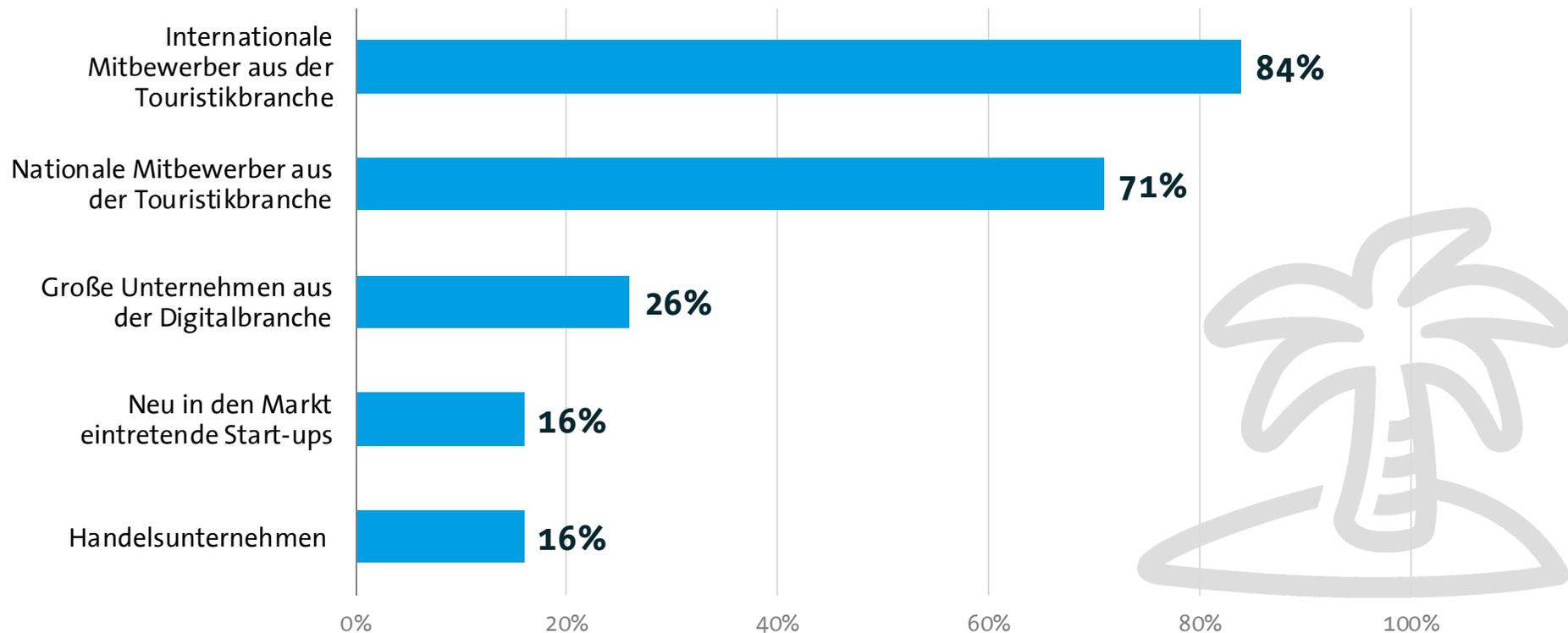
Wir **sammeln und analysieren Daten** aus dem Netz (z.B. aus Sozialen Netzwerken), um individuelle Reiseangebote zu erstellen

43%



# Jeder Vierte sieht große Digitalunternehmen als Konkurrenz

Inwieweit betrachtet Ihr Unternehmen die folgenden Branchen als Konkurrenz für disruptive Neuentwicklungen im Touristiksektor?\*



# Fast alle Touristikunternehmen sehen Digitalisierung als Chance

Sehen Sie die Digitalisierung eher als Chance oder eher als Risiko für Ihr Unternehmen?



A globe is shown in the background, with a semi-transparent white box overlaid on the left side. The globe displays a map with various travel routes marked in red and blue lines. The text is positioned on the left side of the white box. The globe's surface is detailed with geographical features and labels, including 'ANTILLEN' and 'CARIBEA'.

# Von der Pauschalreise zum E-Tourismus – Wie die Digitalisierung die Touristikbranche verändert

**Dr. Bernhard Rohleder** | Bitkom-Hauptgeschäftsführer  
Berlin, 3. März 2016

**bitkom**