

Pressemitteilung

Wegweisend – lösungsorientiert – initiativ: Mit neuem Event-Konzept und innovativem B2B-Buchungsportal axolot präsentierte sich der AER auf der Jahrestagung 2018 in Berlin

Bielefeld/Berlin, 8. Oktober 2018 – Hochkarätig besetzte Vorträge, spannende Diskussionen sowie eine „Open Space-Plaza“ für internen Experten-Austausch: Auf der Jahrestagung des AER (Arbeitsgemeinschaft Europäischer Reiseunternehmen) vom 4. bis 7. Oktober 2018 präsentierte die Touristikkooperation den über 400 anwesenden Mitgliedern und Branchenvertretern nicht nur das neuartige Veranstaltungskonzept und die B2B-Buchungsplattform axolot, sondern machte auch mit #wirsindmehr von sich reden.

axolot – Marktplatz für außergewöhnliche Reisen

„Bei der Umsetzung des Projektes lag uns besonders am Herzen, unseren Mitgliedern ein innovatives IT-Tool an die Hand zu geben, das sowohl Wettbewerbsvorteile bietet als auch wirtschaftliche und zukunftsichernde Mehrwerte generiert“, skizzierte Rainer Hageloch, Vorstandsvorsitzender der AER Kooperation AG, die Idee von axolot. „Das neuartige Buchungsportal trägt seinen Namen in Anlehnung an den Lurch Axolotl, der über außergewöhnliche Fähigkeiten verfügt. Als quirlig pfliffiger Lurch inszenieren und personalisieren wir unseren B2B-Marktplatz und gewinnen mit ihm als liebevoll gestaltete Figur auch im Web immer mehr Fans“ so Rainer Hageloch weiter. Mit der geplanten Integration ins Cockpit-Modul von AERTiCKET soll axolot jetzt den nächsten großen Schritt gehen. Über 75 Spezialveranstalter haben ihre außergewöhnlichen Erlebnisse schon eingepflegt und über 2.000 aufsehenerregende Reisen stehen nun der Reisewelt offen, die bis dato nur schwer zugänglich waren. Aus einem breiten Spektrum von vielen unterschiedlichen Reisearten kann selektiert werden und axolot gilt als eine der modernsten B2B-Suchmaschinen der Touristikbranche.

Ein Tool mit Mehrwert – Abgrenzung und Exklusivität

Ob Yogareise im Himalaya oder Segeltörn auf dem Titicacasee-See, mit axolot ist alles möglich. „Mithilfe von Algorithmen und unterschiedlichen Reiseummerkmalen kann im Tool gezielt nach Reisen gesucht werden, die exakt auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. Zudem ist auch eine Filterfunktion nach „harten“ Fakten wie zum Beispiel Grundprovision oder garantierte Durchführung möglich“, sagte der AER-Vorstandsvorsitzende weiter. Neben einer attraktiven garantierten Provision von zehn Prozent überzeugt axolot auch mit weiteren Zusatzleistungen: So wurden die Angebote von „Passsolution“ zur Erfüllung vorvertraglicher Informationspflichten sowie die Auflagen zur Berücksichtigung der EU Pauschalreise-Richtlinie vollumfänglich integriert. Reiseveranstalter erhalten durch axolot deutschlandweiten Zugang zu mehr als 6.000 zusätzlichen Vertriebsstellen. Für Mitglieder und Kunden der AER-Gruppe (AER Kooperation, AERTiCKET und Beteiligungen) ist die Nutzung von axolot kostenlos.

Pressemitteilung

axolot - Einfach ausgezeichnet

axolot ist ein Gemeinschaftsprojekt der AER Kooperation, der Viator Group und AERTICKET. Mitte Juni 2018 wurde die Buchungsplattform beim diesjährigen VIR-Innovationswettbewerb „Sprungbrett“ in der Kategorie „established“ mit dem 3. Platz ausgezeichnet.

Neue Wege in 2019 und ein Hoch auf die Nachwuchsarbeit

Zentral und gut erreichbar – und das für alle! Ab 2019 können auch Nicht-Mitglieder an der AER Jahrestagung teilnehmen. „Die Entscheidung, die AER Jahrestagung auch für Nicht-Mitgliedern zu öffnen, haben wir bewusst getroffen. Wir wollen für Freitagabend und den Samstag ein Programm anbieten, das die ganze Reisebranche anspricht“, so Rainer Hageloch. Der Donnerstagnachmittag und Freitag bleiben weiterhin exklusiv den Mitgliedern zur Verfügung. Am Samstag stehen dann außer den Fachvorträgen noch Innovationen aus dem Flugbereich im Fokus. Als weiteres wichtiges Standbein für die Zukunftssicherung des AER sehen Rainer Hageloch und sein Vorstandskollege Pedro Turbany die Förderung des touristischen Nachwuchses. Um das Engagement der vielen Azubis, Nachwuchs- oder Juniorkräfte innerhalb der Kooperation entsprechend zu würdigen, lud der AER auch dieses Jahr wieder seine jungen Nachwuchskräfte in die Bundeshauptstadt ein. Dazu konnten diese sich die im Vorfeld für einen, von Allianz Partners und Deutschen Bahn kostenfrei zur Verfügung gestellten Plätze, bewerben.

#wirsindmehr – Respekt und ein offenes Ohr

Auch hier will der AER ein Zeichen setzen und stellte die Tagung unter das Motto #wirsindmehr. Eine Art Weckruf in Richtung Zivilcourage gegen Fremdenfeindlichkeit, Rassismus und Gewalt, wo doch alle in großem Maße von der Gastfreundschaft fremder Länder und dessen Menschen abhängig sind. Der Slogan begleitete die gesamte Tagung wie ein rotes Band und regte die Touristiker zum gemeinsamen Verständnis füreinander mit regem Austausch und Kommunikation an.

Besser informiert mit der neuen AER Community App

Erstmalig zur Tagung und bereits dort von den Nachwuchskräften vielfach genutzt wurde in Berlin die neue AER Community App gelauncht. Neben der typischen Event App enthält diese Features wie eine Timeline, Informationen zum AER sowie einen Chatbereich und animiert auch nach der Tagung zum networken aller AER Mitglieder.

#WeAERfamily – Networking und Open Space

Der zweite Veranstaltungstag zeigte sich als „Wir unter uns - #WeAERfamily“ und diente gezielt dem ergebnisorientierten Austausch der großen AER Familie. Ob bei der Mitgliederversammlung des AER e.V. oder in den „Open Space Runden“ - hier trafen Information und Diskussion aufeinander. Vertreter aus Reisebüros und Reiseveranstalter sowie AER-Experten aus den Bereichen Strategie, Vertrieb und Marketing nutzen die neu geschaffene Open Space Plattform für regen Debatten und Gespräche. Professionell begleitet wurde das Brain-Networking von der Trainerin, Organisationsberaterin und Moderatorin Frauke Schmidt-Peter von InterCultur.

Pressemitteilung

Reisemesse war gestern – AER Reisemarkt ist heute

Rund 70 namhafte Leistungsträger und AER-Partner aus der Touristik – von Airlines, über Mietwagen- und Versicherungsanbietern bis zu Reiseveranstaltern – waren auch dieses Mal wieder in Berlin dabei und präsentierten sich im Rahmen eines großen Reisemarktes. Dieser wurde in Form einer bunten „Urlaubs-Erlebnis-Area“ im Rahmen einer großen Abendveranstaltung inszeniert „Unsere Jahrestagung dient dem Kennenlernen innerhalb der AER-Familie, aber auch der Vermittlung von Wissensinput und Know-how. Dazu trägt im großen Maße auch der AER Reisemarkt bei, mit dem wir Party, Show und Messe auf einzigartige Weise miteinander verquicken und das Thema Urlaubswelt live inszenieren“, so Pedro Turbany, Vorstand der AER Kooperation, zur Idee des AER Reisemarktes.

Hochkarätige Referenten – Spitzenmanager und Top-Themen

Der dritte Veranstaltungstag der AER Jahrestagung stand unter dem Motto „Wissensinput aus den Bereichen Digitalisierung und neue Arbeitswelt“. Moderiert durch die Fernsehmoderatorin Susanne Heinrich gewährten Referenten aus Touristik, Flug und IT intensive Eindrücke in interessante und neue Themengebiete und gaben nützliche Denkanstöße. Der mehrfach ausgezeichnete Marketingexperte Roger Rankel präsentierte seine erfolgreich erprobten Strategien für mehr Umsatz, die Unternehmerin Mounira Latrache verschaffte einen Überblick zu mehr Achtsamkeit in der Unternehmenswelt und Sebastian Krüger von Ray Sono erläuterte die neuen Methoden und spannenden Prozesse der Digitalisierung – getreu seinem nach Vortragsmotto „Voice will kill the website“. Den Übergang zwischen dem Vor- und Nachmittag schaffte Prof. Dr.-Ing. Engelbert Lütke Daldrup, Vorsitzender der Geschäftsführung der Flughafen Berlin Brandenburg GmbH (FBB). Er skizzierte in seinem überaus spannenden Vortrag die Gegenwart und Zukunft der Hauptstadtregion aus Flughafensicht. Volker Greiner, Vice President North & Central Europe von Emirates, nahm die Teilnehmenden der Jahrestagung mit an Bord seiner Airline und zeigte in seinem Vortrag auf, wie die Fluggesellschaft mit Customer Centricity zu einer der wertvollsten Marken der Welt wurde. Silke Bergemann, Senior Key Account Manager von Aegean unterstrich wiederum, wie sich eine Airline mit gezieltem Storytelling positiv abgrenzen kann. Eine andere Idee verfolgte Sebastian Hoffmann von Iceland Air. Sein Tipp zur erfolgreichen Differenzierung: Mit Charakter und Persönlichkeit zu mehr Individualität.

Feierlicher Abschluss

Mit einem Galaabend krönte die AER Kooperation die diesjährige Jahrestagung im Berliner Wasserwerk. Als großer Sponsor neu mit dabei war die Emirates. „Wir freuen uns sehr, dass wir neben alltours als Hauptsponsor auch die Emirates als neuen Partner für unsere Jahrestagung gewinnen konnten“, so Rainer Hageloch, „es ist das erste Mal, dass eine Airline so groß auf einer Kooperationstagung vertreten ist.“ Zu der Abendveranstaltung luden zudem AERTiCKET und amadeus ein.

Pressemitteilung

Über AER Kooperation

Die AER Kooperation ist ein Unternehmens- und Wirtschaftsverbund unabhängiger Reiseunternehmen und ausschließlich den Interessen seiner Mitglieder verpflichtet. Die Arbeitsgemeinschaft Europäischer Reiseunternehmen wurde als Interessenvertretung selbstständiger Reisebüros in der Rechtsform "eingetragener Verein" bereits 1987 gegründet und es sind ausschließlich die über 1.000 Mitglieder Eigentümer der Kooperation. Im Jahr 2000 wurde die AER Reisebüro Kooperation Verwaltungs-GmbH als Tochtergesellschaft ins Leben gerufen, die im Auftrag des Vereins die Bereitstellung und Abwicklung aller Angebote und Dienstleistungen übernimmt. Ende 2015 wurde die GmbH in die AER Kooperation AG umgewandelt und zahlreiche strategische Firmenbeteiligungen sind bei der AG angesiedelt. So hält die AER Kooperation AG die Mehrheit an der AERTICKET GmbH.

Für weitere Presseinformationen:

Michaela Pinkenburg
Kommunikationsmanagement
AER Kooperation AG
Tel: 05206 / 9150-931
Email: pinkenburg@aer.coop