NewsRoom.pr

Travel Partner präsentiert sich mit 47% Umsatzplus und digitalisiertem Incoming-Tourismus auf der ITB Berlin

Als größte konzernunabhängige Incoming-Agentur Österreichs präsentiert sich die Travel Partner Group auf der Internationalen Tourismus-Börse Berlin (ITB) als Innovationstreiber im digitalen Tourismusmanagement. Das Tiroler Unternehmen mit Hauptsitz in Ellmau und über 40 Jahren touristische Erfahrung setzt auf Digitalisierung und Künstliche Intelligenz, um Abläufe im internationalen Reisegeschäft effizienter und transparenter zu gestalten. Mit einem aktuellen Umsatzwachstum von 47 Prozent im laufenden Geschäftsjahr unterstreicht Travel Partner den wirtschaftlichen Erfolg seiner Digitalisierungsstrategie und zieht eine erste Bilanz des laufenden Wintergeschäfts.

10.03.2026 *Ellmau, Tirol* *Fachtouristik, Tourismus* *Travel Partner*

Tanja Poot (Marketingchefin der Travel Partner Group) und Stuart Kugler (CDO der Travel Partner Group) erläutern den Technologieschub des Unternehmens auf der ITB in Berlin.

Mit Standorten in Ellmau, Schwaz, Wien und dem neuen Büro in Aadorf in der Schweiz stärkt Travel Partner die Verbindung zwischen Tiroler Tourismuskompetenz und internationaler Marktdynamik. Ein starkes Netzwerk von über 400

Vertriebspartnern sowie die Spezialisierung auf FIT- und Gruppenreisen machen das Unternehmen zu einem der wichtigsten Player im zentraleuropäischen Tourismusgeschäft.

Die zentrale Stärke von Travel Partner liegt in der Verbindung von lokaler Expertise und technologischer Innovationskraft. Mit neuer Technologie automatisiert das Unternehmen alle Kernprozesse – von Einkauf und Preisgestaltung über Vertrieb und Kundenbetreuung bis hin zu Analyse und Reporting. Ziel ist es, Reiseveranstaltern, internationalen Reiseplattformen und Partnerhotels in Zentraleuropa maximalen digitalen Komfort und Transparenz zu bieten.

Starkes Umsatzplus in der laufenden Wintersaison

„Wir sehen, dass sich die harte Arbeit und hohen Investitionen der vergangenen fünf Jahre deutlich auszahlen. Durch unseren gezielten Technologieschub konnten wir in der laufenden Wintersaison bislang ein Umsatzplus von 57 Prozent erzielen. Auch der kommende Sommer entwickelt sich mit derzeit 36 Prozent Umsatzwachstum sehr positiv. Insgesamt ergibt sich damit aktuell ein Umsatzanstieg von rund 47 Prozent im laufenden Geschäftsjahr – ein klares Zeichen dafür, dass unsere digitale Strategie aufgeht“, erklärt **Michael Poot**, CEO der Travel Partner GmbH.

ITB-Bilanz: Markumfeld bleibt herausfordern

Trotz der positiven Geschäftsentwicklung sieht Travel Partner das wirtschaftliche Umfeld in Europa weiterhin differenziert. „Gerade in unseren wichtigsten Herkunftsmärkten – allen voran Deutschland – spüren wir eine gewisse Konsumzurückhaltung. Viele Menschen wägen ihre Ausgaben aktuell deutlich stärker ab als noch vor einigen Jahren“, erklärt Poot.

Die wirtschaftliche Unsicherheit sei in vielen Gesprächen mit Vertriebsplattformen und Reiseveranstaltern deutlich spürbar. Hintergrund seien unter anderem eine schwächere Konjunkturentwicklung, steigende Unternehmensinsolvenzen sowie Meldungen über Restrukturierungen und Stellenabbau in verschiedenen Branchen, die zu einer spürbaren Verunsicherung vieler Konsumenten führen. „Unser Wachstum resultiert deshalb nicht aus einem allgemein stärker werdenden Markt“, betont Poot. „Es ist vor allem das Ergebnis unserer strategischen Entscheidung, den internationalen Vertrieb konsequent zu digitalisieren und zusätzliche globale Vertriebsplattformen anzubinden. Dadurch erschließen wir neue Nachfragequellen und erweitern unsere digitale Vertriebsfläche deutlich über klassische Vertriebskanäle hinaus.“

Die Folge: Travel Partner erreicht heute internationale Märkte und Kundengruppen, die über traditionelle Vertriebsstrukturen nur schwer zugänglich waren. „Gerade in einem vorsichtigeren Marktumfeld zeigt sich, wie wichtig eine breite internationale Vertriebsbasis und effiziente digitale Prozesse sind“, so Poot.

Buchungen und Preise in Echtzeit

Diese neue Technologie vereinfacht nicht nur die internen Abläufe, sondern eröffnet auch neue internationale Vertriebschancen für Hotels. Durch digitale Schnittstellen konnte Travel Partner zuletzt zahlreiche neue internationale Reiseplattformen anbinden, die bislang nur eingeschränkt oder gar nicht zugänglich waren. Hotelpartner profitieren damit von einer deutlich erweiterten Marktreichweite: Verfügbarkeiten, Preise und Angebote werden automatisiert in Echtzeit in internationalen Vertriebssystemen ausgespielt und sind für Reiseveranstalter und Plattformen weltweit sofort buchbar. Für Hotels bedeutet das mehr Sichtbarkeit und zusätzliche Buchungspotenziale in internationalen Märkten. Travel Partner entwickelt sich damit zunehmend zur Integrationsdrehscheibe für den internationalen Tourismus und setzt neue Maßstäbe für einen digital vernetzten Hotelvertrieb.

Travel Partner setzt zunehmend auf KI-basierte Anwendungen, die repetitive Abläufe automatisieren und Mitarbeitende entlasten. **Stuart Kugler**, CDO der Travel Partner GmbH hat die digitale Transformation des Unternehmens maßgeblich mitgestaltet und erläutert: „Wir erweitern permanent unsere digitale Infrastruktur entscheidend weiter: Neben der bereits digital angebundenen Veranstalterwelt binden wir nun auch zukünftig Hotels und Appartements direkt über Channel-Manager-Systeme in unsere Plattform ein. Damit werden Buchungen, Preise und Verfügbarkeiten künftig automatisiert in Echtzeit verwaltet – ein wichtiger Schritt, der Prozesse vereinfacht und die Zusammenarbeit mit den Partnerhotels deutlich effizienter macht.“

Die aktuelle Winterbilanz zeigt: Reisen konzentrieren sich zunehmend auf die Monate Dezember bis Februar, während März zur wachsenden Herausforderung wird. Gäste reisen kürzer und pro Jahr weniger häufig in den Urlaub – das bedeutet, dass

zur Erreichung vergleichbarer Umsätze mehr Ankünfte erforderlich sind.

„Unser Ziel ist es, das aktuelle Wachstum nachhaltig fortzusetzen – durch zusätzliche internationale Vertriebswege und eine höhere Auslastung für unsere Hoteliers. Weiteres Potenzial sehen wir im zukünftigen Ausbau des Gruppenreisegeschäfts“, erklärt Michael Poot.

Über Travel Partner Group
Die Travel Partner Group wurde 1985 in Ellmau (Tirol) gegründet und ist heute die größte konzernunabhängige Incoming-Agentur / DMC Österreichs. Das Unternehmen entwickelt maßgeschneiderte Reisepakete, unterstützt den Individualvertrieb von Hotels in der Ferien- und Stadthotellerie und organisiert Gruppenreisen für internationale Märkte. Ergänzt wird das Angebot durch digitale Vertriebslösungen für Hotels und Reiseveranstalter. Als Schnittstelle zwischen über 500 internationalen Reiseveranstaltern und touristischen Dienstleistern setzt die Travel Partner Group auf moderne Technologien und langfristige Partnerschaften.

Artikel-Statistiken

Aa Zeichen: 5803
Zeichen ohne Leerzeichen: 5108
Wörter: 706
Lesezeit: 4 Minuten

Fotos, 300 dpi

Tanja Poot (Marketingchefin der Travel Partner Group) und Stuart Kugler (CDO der Travel Partner Group) erläutern den Technologieschub des Unternehmens auf der ITB in Berlin.

© Travel Partner

Michael Poot (Geschäftsführer der Travel Partner Group) zeigt sich zufrieden – und hat den Wachstumskurs fest im Blick.

© Travel Partner

Anhang

Medienkontakt

Maximiliane Mollenhauer, MA
ProMedia Kommunikation
Brunecker Straße 1
6020 Innsbruck
t: +43 512 214004-21
m: +43 681 84300428
maximiliane.mollenhauer@pro.media

Rückfrage-Hinweis

Tanja Poot
Travel Partner
Austraße 2a
6352 Ellmau
t: 43 50 36361
https://www.travel-partner.com/
marketing@travel-partner.com