

Strategischer Zukauf

Was Viator mit der Reiseplattform Axolot vorhat

von Jochen Eversmeier | Montag, 13. Januar 2025

E-Mail

f

in

X

X

Meistgelesen

Pauschalreise-Richtlinie (10)

Touristik warnt vor Chaos durch neue Regeln

Interview mit Verhandlerin Austermühle (15)

Verdi warnt: Touristikern droht Risiko von Altersarmut

Cannes & Co (3)

Drei Städte schränken Kreuzfahrtanläufe ein

Flüge in die USA

Mann oder Frau – Airlines müssen sich entscheiden

Blick hinter die Kulissen (+Galerie)

Nach FTI-Pleite: So richtet sich Sonnenklar TV neu aus



Ehrgeizige Ziele für Axolot: Viator-Chefs Christian Goedsche und Bastian Haustein mit Axolot-Product-Owner Heiko Schneck.

Axolot, der digitale Marktplatz für Spezialreiseveranstalter, gehört nun zum Aachener Travel-Tech-Spezialisten Viator Group. Mit dem Verkauf durch den AER an Viator soll das B2B-Tool für Veranstalter und Reisebüros auch außerhalb des AER wachsen.

Das IT-Haus Viator Group hat den digitalen Marktplatz Axolot von der AER Kooperation erworben. Der Kauf erfolgte bereits im Oktober 2024, wie jetzt bekannt wurde. Die Käuferin Viator steht mit mehr als 80 Prozent der Anteile selbst im Besitz der AER Gruppe. Was also versprechen sich die Verantwortlichen von dem Eigentümerwechsel bei Axolot?

Die Such- und Findeplattform für besondere Reisen soll "künftig eigenständig am Markt agieren", erklärt Viator-Geschäftsführer **Christian Goedsche**. Ziel der Übernahme sei es, Axolot unabhängiger zu machen, neue Veranstalter zu gewinnen und mehr Reisebüros zu erreichen. Die Plattform war 2017 von Viator für den AER entwickelt worden und zur ITB 2018 gestartet.

Axolot stärker als Buchungs-Tool positionieren

"Viele Reisebüro-Organisationen haben Interesse an Axolot, wollten sich jedoch nicht zu eng an den AER binden", sagt Goedsche. Auch intern ermögliche die Eigenständigkeit schnellere Entscheidungen und Innovationen, beispielsweise bei der geplanten Automatisierung von Prozessen, der Integration in gängige Reisebüro-Tools und beim Anschluss weiterer Veranstalter-Systeme.

Operativ verantwortlich für Axolot bleiben **Heiko Schneck** und **Katrin Schmedemann**. Beide sind mit dem Erwerb der Plattform vom AER zu Viator gewechselt. Schneck betreut die Veranstalter und ist als Product Owner zuständig für die Weiterentwicklung, während Schmedemann als Ansprechpartnerin die Reisebüros unterstützt. Beide arbeiten von ihren Wohnorten aus und sollen das geplante Wachstum vorantreiben.

Perspektivisch plant Viator, Axolot stärker als Buchungs-Tool zu positionieren und den Medienbruch zwischen Suche und Buchung zu reduzieren. Bislang lässt sich der weitaus größte Teil der Reisen auf Axolot nicht durchbuchen. "2025 wollen wir wichtige Schritte in Richtung Automatisierung gehen", kündigt Goedsche an, ohne ins Detail zu gehen.

Fokus auf nachhaltigen Reiseprodukten

Ein weiterer Fokus liegt auf nachhaltigen Reiseprodukten. Viator plant, beispielsweise Anreisen per Bahn in Axolot zu integrieren – vor allem für Reisen innerhalb Europas. In Kooperation mit der **Deutschen Bahn** betreibt das IT-Haus bereits ein **System, mit dem Veranstalter touristische Bahnfahrkarten einbinden und Rail-&-Fly-Gutscheine erstellen können**.

Die Matchmaking-Plattform Axolot bietet aktuell etwa 5000 Reiseangebote von 80 Spezialveranstaltern wie Chamäleon, Elan Sportreisen, Niltours, Travel to Life oder Troll Tours an. Das B2B-Tool ermöglicht Reisebüros, außergewöhnliche Reisen zu finden und für ihre Kunden zu buchen. Endkunden können Axolot entweder direkt über die Reisebüro-Website nutzen oder indirekt, indem sie ins Reisebüro gehen.



Ansicht von Axolot: Die Matchmaking-Plattform verbindet Kundenwünsche mit besonderen Veranstalterangeboten und ermöglicht Expedienten, diese zu vermitteln.

Mindestprovision von zehn Prozent

Aktuell können 4700 Agenturen auf die Plattform zugreifen, ein Viertel von ihnen nutzt Goedsche zufolge Axolot aktiv. Die Mehrheit ist über Systeme wie **Paxlounge**, **UI Office** von Bosys, **Bewotec** **My Jack** oder **Cockpit** von Aerticket angebunden und kann darüber Axolot kostenfrei nutzen. Büros, die Axolot direkt nutzen möchten, zahlen eine monatliche Gebühr von 19 Euro.



Mehr dazu

Zugriff auf Spezialveranstalter

Axolot-Datenbank wartet mit neuen Features auf

Jeder Veranstalter auf Axolot garantiert eine Mindestprovision von zehn Prozent, in Spitzenfällen sind laut Goedsche bis zu 15 Prozent möglich. Für die Präsenz auf der Plattform zahlen die Veranstalter abhängig von ihrer Größe eine monatliche Gebühr ab 49 Euro.

Marktchancen für Spezial- und Rundreisen

An der Positionierung soll sich nichts ändern: "Wir sehen in den Spezialreiseveranstaltern und Reisevermittlern genau die Zielgruppe, die Axolot benötigt", unterstreicht Christian Goedsche. Der Markt für Spezialisten in Deutschland, Österreich und der Schweiz biete noch großes Potenzial. Allein in Deutschland gibt es nach Zahlen des Deutschen Reiseverbands 2300 Veranstalter, der weitaus größte Teil davon sind Spezialisten.

Die Viator Group in Kürze

Die Viator Group hat ihren Sitz in Aachen. Der Travel-Tech-Spezialist beschäftigt 20 Mitarbeitende, davon 15 Entwickler. Gegründet 2012 von Spezialveranstaltern aus den Reihen des **Forum anders reisen (FAR)**, ist seit 2014 die **AER Kooperation** Mehrheitseignerin. Sie hält 81,25 Prozent an Viator. Zu den bekanntesten Produkten gehört die B2B-Reiseplattform **Axolot**, die auf Spezialreiseveranstalter und Agenturen zugeschnitten ist. Weitere Produkte sind Tools für **touristische DB-Fahrkarten** und **Rail-&-Fly-Gutscheine** sowie der **Viator Workspace** für kleinere Veranstalter.