

# Nachhaltige IT-Cracks

Die **Viator Group** ist erfolgreich mit Buchungslösungen für grünen Tourismus unterwegs. Vor allem die Plattform Axolot soll weiterentwickelt werden

Von Thomas Riebesehl

**A**ls Christian Goedsche kurz über seinen Werdegang spricht, muss er selbst ein bisschen schmunzeln. „Ich bin Bänker mit einer idealistischen Ader“, bringt der Geschäftsführer der Viator Group das Spannungsfeld aus beruflichen Wurzeln als Betriebswirt und persönlicher Weltsicht auf den Punkt. Damit passt er sehr gut zu dem Software-Haus aus Aachen, das er seit seinem Einstieg im Jahr 2017 zusammen mit Co-Geschäftsführer Bastian Hausteин leitet.

## Mehr Wachstum durch AER-Einstieg

Denn Viator hat sich folgendes auf die Fahnen geschrieben: „Unsere Lösungen bringen Reisende, Veranstalter und Vermittler ökologisch, sozial und ökonomisch nachhaltig an ihre Ziele.“ So steht es auf der Website und so verstehen die beiden Chefs grundsätzlich ihr Geschäftsmodell. „Fairness und Nachhaltigkeit sind von Anfang zentrale Bestandteile unserer DNA“, unterstreicht Goedsche.

Die Vorliebe für grünen Urlaub kommt nicht von ungefähr, ist doch der Spezialist für Web-basierte touristische Software aus dem Umfeld des Forums Anders Reisen entstanden. „Schon bevor das Unternehmen 2012 gegründet wurde, haben wir für besondere Reiseanbieter Software und Websites entwickelt“, erzählt Bastian Hausteин. Um wachsen zu können, wurde zwei Jahre später der AER als Investor ins Boot geholt.

Mit der Reisebüro-Kooperation ist man auch operativ eng verbunden. Schließlich waren es die Aachener IT-Experten, die 2017 im Auftrag des AER das Tool Axolot als Marktplatz für Spezialveranstalter entwickelt haben. Laut Christian Goedsche das „Herzensprojekt“ der Viator-Macher – und ein Erfolgsmodell: „Heute sind rund 80 Veranstalter mit 8.000 ausgesuchten und besonderen Reisen in Axolot zu finden.“

## 8.000 Reisen über Axolot buchbar

Am Counter kommt das Buchungssystem, das Viator inzwischen komplett unter eigener Regie führt, gut an. „Wir haben bei Reisebüros inzwischen eine Durchdringung von rund 60 Prozent, das heißt: Über 4.300 Agenturen in ganz Deutschland nutzen es“, resümiert Christian Goedsche. Dennoch ist nach Meinung der Chefs von Viator noch Luft nach oben. „Sehr oft wird Axolot als Suchen-und-finden-Tool genutzt. Wir wollen aber erreichen, dass mehr Reisebüros tatsächlich darüber buchen.“

Dazu hat die Viator Group in der Vergangenheit einiges in die Technik investiert. So wurde das Tool in die Midoffice-Systeme Myjack und Ziel/Synccess integriert, bei Midoco ist man in der finalen Umsetzung. Viel versprechen sich die Axolot-Betreiber zudem von einem neuen Preismodell (siehe Kasten) sowie die vertraglich



Stehen an der Spitze des Software-Spezialisten: Viator-Geschäftsführer Bastian Hausteин (links) und Christian Goedsche

vereinbarte Garantie für Reisebüro-Partner, über das Buchungssystem die bestmöglichen Provisionen zu erzielen.

Im einem nächsten Schritt soll Axolot nun mit Hilfe von KI und Webcrawlern weiterentwickelt werden, um kleine Reiseanbieter noch besser und quasi „auf Knopfdruck“ an das System anzubinden, deutet Viator-Chef Hausteин an. Schon zur ITB startet ein internes Tool, mit dem Reisebüros Veranstalter bewerten können.

## Mehrere Bahn-Tools entwickelt

Neben ihrer B2B-Plattform haben die Software-Entwickler – ganz im Sinne ihres nachhaltigen Credos – aber auch das Thema Bahnreisen ziemlich weit vorangebracht. Allein das in Kooperation mit der Deutschen Bahn 2021 umgestellte System zur Erstellung von Rail & Fly-Tickets, das seither auf Basis von Gutscheincodes arbeitet, nutzen nach den Worten von Bastian Hausteин inzwischen „hunderte Veranstalter“, immer mehr Kreuzfahrtreedereien und auch größere Airlines.

Ebenfalls von Beginn an im Boot war Viator, als der DB-Konzern zwei Jahre zuvor seine traditionellen RIT-Tickets durch touristische Tarife mit dynamischem Pricing ersetzt hat. Und erst vergangenes Jahr dazugekommen ist ein „Bahn-Widget“, mit dem Reiseveranstalter touristische

Fahrkarten direkt in eigene Buchungstrecken integrieren können.

Aller Bahn-Affinität zum Trotz – in erster Linie geht es dem Traveltech-Dienstleister darum, neben den Reisebüros auch Veranstaltern die Arbeit zu erleichtern. „Wir haben als Gegenstück zur Customer Journey einen ‚Travel Life Circle‘ entwickelt. Die Frage ist: Welche Tools brauchen Veranstalter, um Reisen zu kreieren, zu vermarkten, zu buchen, durchzuführen und letztlich alle Phasen nochmal zu betrachten“, sagt Christian Goedsche. „Und genau um diese Anforderungen herum entwickeln wir unsere Lösungen.“



## Neues Preismodell bei Axolot

Seit Jahresbeginn erhebt die Viator Group von Reisebüros für das Nutzen von Axolot eine Grundgebühr von zehn Euro pro Monat. Diese fließt jedoch an die Agentur zurück, sobald sie Angebote über das System bucht. Da Reisebüro-Partner ab der dritten Buchung Kickback-Zahlungen von jeweils fünf Euro erhalten, amortisiert sich die Gebühr bereits nach zwei Buchungen. Weitere Infos und Kontaktmöglichkeit findet man unter [www.viator.group](http://www.viator.group).