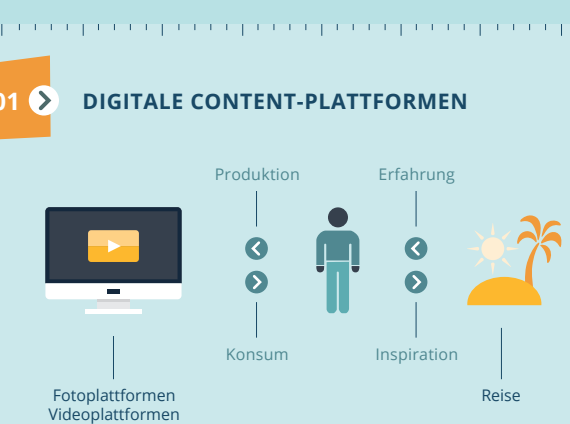




DIGITALISIERUNG IM TOURISMUS

1999

BEWERTUNGSPORTALE



2001

DIGITALE CONTENT-PLATTFORMEN



2003

SOZIALE NETZWERKE



2007

BOOMPHASE DIGITALER REISEPORTALE



2008

ÖFFNUNG UND VERNETZUNG DER AKTEURE



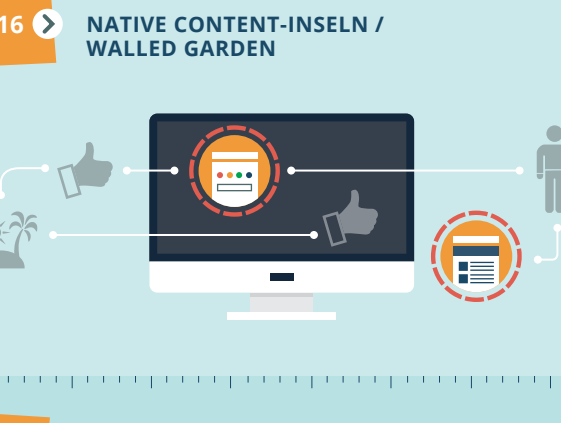
2009

CONTENTSHARING UND NUTZUNG SOZIALER INFORMATIONEN



2011

VERSCHMELZUNG VON IDENTITÄTEN UND WEBSEITEN



2012

MOBILISIERUNG UND GEO-TARGETING



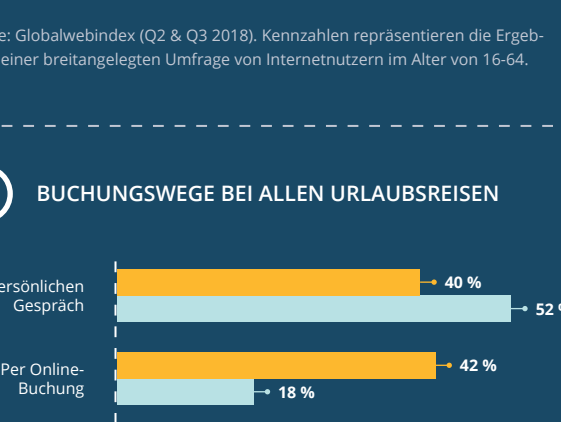
2013

VIRTUALISIERUNG DER REALITÄT / VIRTUAL REALITY



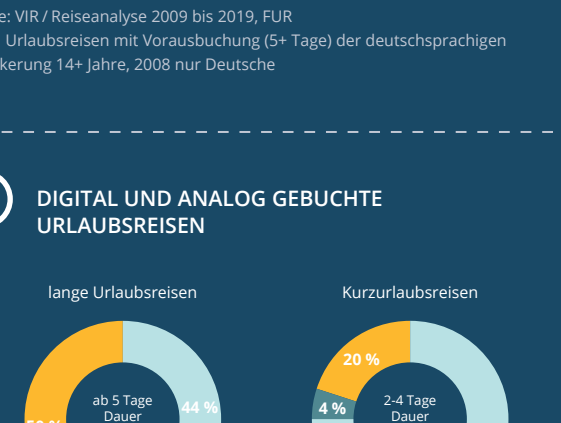
2014

ERWEITERUNG DER REALITÄT / AUGMENTED REALITY



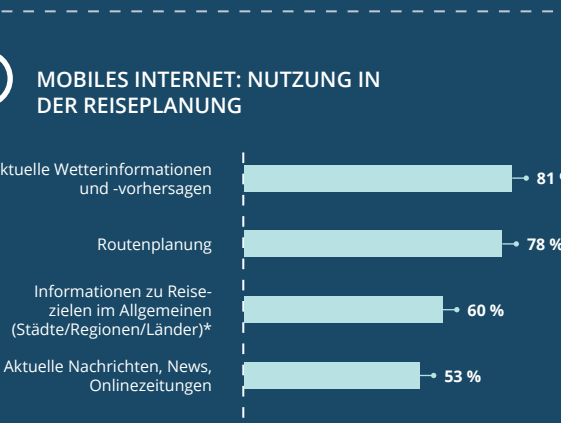
2015

LIVE-CONTENT / INTERAKTIONEN IN ECHTZEIT



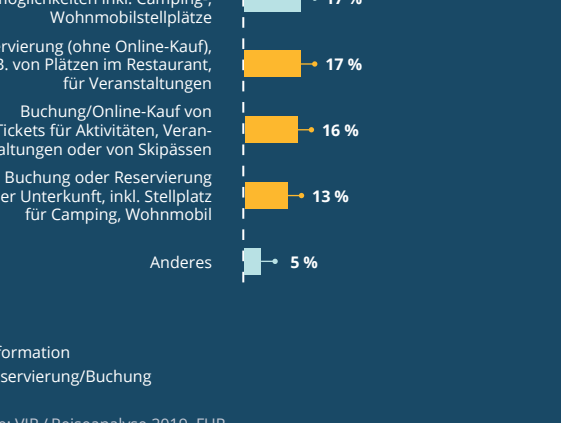
2016

NATIVE CONTENT-INSELN / WALLED GARDEN



2017

DIGITALE ASSISTENZ / KÜNSTLICHE INTELLIGENZ



2018

DEZENTRALE DATENSTRUKTUREN



2019

DIGITAL PAYMENT

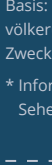


MOBILE ZAHLUNGSFUNKTIONEN

Die finanziellen Aktivitäten der Internetnutzer verstehen



Quelle: Globalwebindex (Q2 & Q3 2018). Kennzahlen repräsentieren die Ergebnisse einer breitangelegten Umfrage von Internetnutzern im Alter von 16-64.



BUCHUNGSWEGE BEI ALLEN URLAUBSREISEN



Quelle: VIR / Reiseanalyse 2009 bis 2019, FUR
Basis: Urlaubsreisen mit Vorausbuchung (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, 2008 nur Deutsche

DIGITAL UND ANALOG GEBUCHTE URLAUBSREISEN

Quelle: VIR / Reiseanalyse 2019, FUR
Basis: Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen ab 1 Übernachtung der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils

MOBILES INTERNET: NUTZUNG IN DER REISEPLANUNG

Quelle: VIR / Reiseanalyse 2019, FUR
Basis: Urlaubs- und Kurzurlaubsreisende in der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-75 Jahre in Deutschland, die das mobile Internet für touristische Zwecke genutzt haben.

* Informationen zu Reisezielen im Allgemeinen (Städte/Regionen/Länder), zu Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, Restaurants und Shops vor Ort

