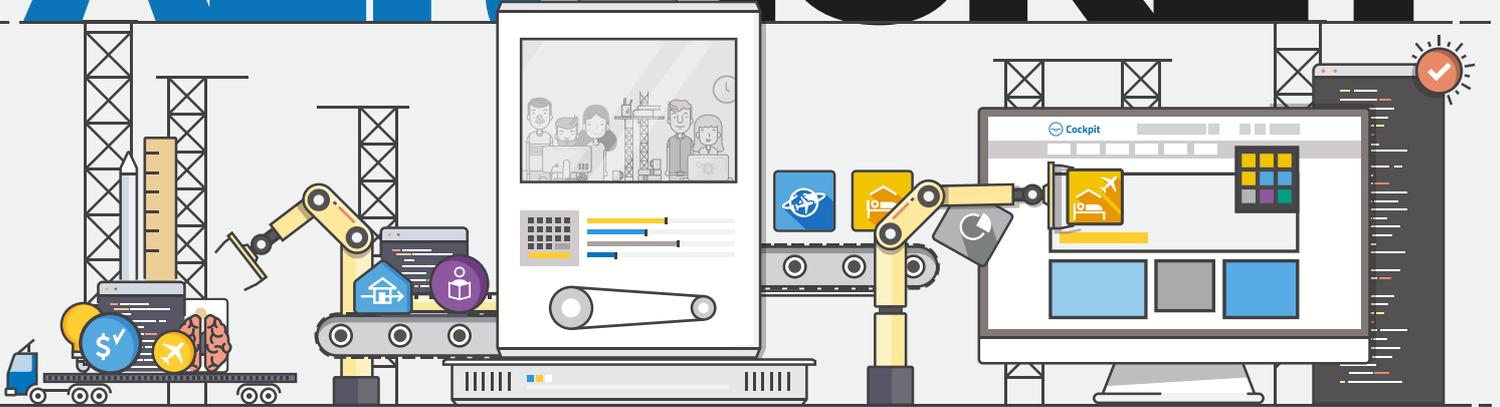
The logo features the word "AER" in blue and "TICKET" in black. A crane is positioned behind the letter "T", and an airplane is flying in the sky above the "A".

# AERTICKET



# 30 Jahre

KREATIV. INNOVATIV.

## IMPRESSUM

AERTiCKET GmbH  
Boppstr. 10, 10967 Berlin  
Telefon +49 (0)30 69 80 21 80  
E-Mail [info@aer.de](mailto:info@aer.de)  
Web [www.aerticket.de](http://www.aerticket.de)

Geschäftsführung: Rainer Klee (Vorsitz),  
Ute Matzeit (stellvertretende Vorsitzende),  
Andreas Ochse, Thomas Wiedau, Lars Holling  
Beiratsvorsitzender: Rainer Hageloch

Amtsgericht Berlin-Charlottenburg, HRB 173559 B  
USt-ID: DE308082077



# 30 Jahre Reisebüro & Consolidator

## Rainer Klee blickt zurück

30 Jahre Titanic und AERTICKET. Das ist mein halbes Leben.  
Ein ganz schön arbeitsreiches Leben mit durchschnittlich 60-70 Stunden Arbeit in der Woche.

Was bleibt an Erinnerungen?

Begonnen hat alles als kleines Reisebüro-Kollektiv aus sechs festen Mitunternehmern. Das bedeutete unendliche Diskussionen bis spät in die Nacht auf wöchentlichen Plenumsitzungen, meist in einem nahegelegenen Restaurant. Konsensfindung war angesagt, denn alle waren gleichberechtigt, einen Chef gab es nicht.

Die Idee, ein Reisebüro aufzumachen, war in unserem 12köpfigen Taxikollektiv entstanden. Frei nach dem Motto „Wir wollen nicht unser Leben lang im engen Taxi sitzen“ sollte das Reisebüro unser zweites Standbein werden. Der Name „Titanic Reisen“ war uns wohl eher nach einigen Gläsern Rotwein eingefallen.

Ich selbst hatte vor der Reisebürogründung, in den Jahren von 1985 bis 1988, im Rahmen der Solidaritätsarbeit mit den Sandinisten in Nicaragua bereits erste Erfahrungen gesammelt, indem ich Hunderte von Tickets für die Flüge von Projektmitarbeiter und Brigadisten nach Nicaragua günstig besorgt hatte. Unsere ersten großen Carrier in der Zeit waren deshalb auch Iberia und Cubana.

1988 war eine aktive, politische Zeit im damaligen Westberlin. Die halbe Stadt beteiligte sich an Aktionen gegen die damals stattfindende Tagung von IWF und Weltbank. Unser kleines Reisebüro am Schlesischen Tor, mitten in Kreuzberg 36 diente der Protestbewegung als Infoladen.

Die ersten beiden Gründungsmitglieder verabschiedeten sich schon nach kurzer Zeit wieder, sie hatten „keinen Bock, sich für Kunden so zum freundlichen Dienstleister machen zu lassen“.

Am meisten erinnere ich noch an unseren Ärger, als wir feststellten, dass - oh Wunder -, natürlich nicht alle Reisebüros die gleichen Einkaufskonditionen hatten. Was im ersten Schritt mal dazu führte, dass wir heimlich Tickets in einem anderen Reisebüro gekauft haben, meistens bei Artu in der Nähe. Weil wir nicht wollten, dass unsere Kunden wegen unserer schlechten Konditionen bei uns mehr zahlen mussten, als bei der Konkurrenz.

Unsere Kunden waren damals vor allem andere Kollektivist\*innen, wie zum Beispiel taz Mitarbeiter. In Westberlin arbeiteten in den 80er Jahren laut einer Senatsstatistik ca. 200.000 Menschen in selbstbestimmten und selbstverwalteten Kollektiven oder Projekten.

Bitte erinnert euch, dass 1988, als Titanic Reisen gegründet wurde, die Mauer noch stand! Flüge nach Westen ab Tegel bzw. Tempelhof gab es ausschließlich mit Pan Am, Air France und British Airways. Ab Schönefeld flogen zusätzlich diverse osteuropäische Airlines. Gebucht wurde per Telefon bei einem der Consolidator dieser Airlines. Erst 1989 ging es für uns richtig los mit dem Amadeus Vorläufer START, ab 1990 dann mit eigener IATA. Dazu mussten wir als Branchenoutsider externe Prüfungen ablegen. Und unser Erspartes floss in die IATA Bürgschaft.

Meine Bekanntschaft zu einigen Kollegen vom Reisebüro Schenker, ich erinnere mich an Michael, Petra und Belgin, führte zur endgültigen Professionalisierung. Sie erzählten mir „wie man so arbeitet im Reisebüro“ – und wir installierten dann auch unser erstes Midoffice System. Von ihnen bekam ich auch den alles entscheidenden Tipp wegen der Ausschreibung für einen größeren Reisetat, auf den wir uns prompt beworben haben. Als absolute Außenseiter.

Mitbewerber waren Schenker, Hapag Lloyd, Euroloyd und andere etablierte Anbieter. An den Ablauf erinnere ich mich noch wie heute: Man bekam 120 aktuelle Buchungen und wer die am billigsten anbieten konnte, erhielt den Zuschlag. Warum bekamen ausgerechnet wir den? Weil wir einfach die schnellsten waren und auch am Wochenende im Einsatz waren. Und nachdem wir die Plätze gebucht hatten, waren manche günstigen Buchungsklassen dann eben einfach weg

Ich erinnere mich auch noch daran, dass das bisherige Reisebüro des Kunden so sauer darüber war, dass sie bei Airlines versucht haben, uns die Plätze zu streichen. Das konnten wir allerdings nachweisen, und damit hatte sich dieser Mitbewerber selbst disqualifiziert.

Für mich begannen die folgenden beiden Jahre jeden Morgen mit einer 45minütigen Motorradfahrt ins abgelegene Kladow. Teil des Deals war der Betrieb eines Implants - und was tut man nicht alles...

Dieser erste erfolgreich gewonnene Großkunde, der bei uns ausschließlich Tickets nach Asien, Afrika und Lateinamerika gebucht hat, war der Beginn eines erfolgreichen Consolidators. Jede Airline rannte uns nämlich die Tür ein, als sie vom Deal erfuhr und im Handumdrehen hatten wir eine Reihe von attraktiven Consolidatornettos. Und da wir Mitglied in der Reisebürokooperation „Reiseläden aktuell“ waren, die sich kurz darauf in AER eV umbenannte, konnten wir zahlreiche Tickets zu diesen günstigen Konditionen an andere Mitglieder der Kooperation verkaufen.

Dieses Geschäft wuchs so rasant, dass wir bereits Ende 1992 auf die Idee kamen, einfach einen eigenen Consolidator zu gründen, und zwar im Rahmen der AER Kooperation. Die damals übrigens ganze 40 Mitglieder hatte (heute sind es 1.000). Aus Sicht vieler damaliger Mitglieder war das allerdings ein Einstieg in den bösen Kapitalismus.

Sie wollten stattdessen lieber unabhängig shoppen bei drei bis vier Vertragsconsolidatoren wie A+B Osnabrück, Kleine Fluchten Bielefeld oder SuS Erlangen. Es folgten endlose Diskussionen - und am Ende wurde 1993 mit knapper Mehrheit der Consolidator AER Reiseservice GmbH gegründet.

Auf dem Weg dahin hatte sich die Kollektividee langsam verloren. Mit Beatrice und Clara stiegen zwei weitere Gründungskollektivistinnen aus, weil ihnen das Unternehmen zu groß wurde. Neue Mitarbeiter hielten von der Kollektividee wenig. Unerfahrene Quereinsteiger aufzunehmen war mittlerweile nicht mehr möglich. Also entstand die AER Reiseservice GmbH als ganz „normales“ Unternehmen mit mir als Geschäftsführer. Bei Titanic Reisen wurde Ilona Geschäftsführerin, hier blieben allerdings weiterhin sechs Mitunternehmer bis zum Verkauf 2013 in der Leitung.

Kuriose Erlebnisse folgten, wie zum Beispiel die Eröffnung unseres eigenen Lufthansa City Centers 1993 in Kreuzberg. Musste sein, weil wir anders die Lufthansa Consolidatorkonditionen nicht bekamen. Muss nicht sein, dass wir jetzt schon Lufthansa in unserem schönen Stadtteil haben, dachten sich einige Kreuzberger. Und fackelten unser schönes Büro kurzerhand ab. Zum Glück wohnte ich darüber, so konnten wir nach einer nächtlichen Kabelverlegungsaktion am nächsten Morgen als Consolidator einfach weiter machen.

Was dann folgte, war ein schlagender Beweis für erfolgreiche Solidarität unter dem Motto „gemeinsam sind wir stark“. Jede neue Airline, die wir hinzubekamen, wurde begeistert von den Kooperationsmitgliedern gebucht und von 1993 bis 1996 wuchsen wir nochmal immens. So sehr, dass uns leider auch die IATA irgendwann schrieb, sie brauche jetzt 4 Mio. DM Bürgschaft. Da war er dann doch, der böse Kapitalismus. In dem nur diejenigen Geld verdienen, die schon viel davon haben.

Rettung kam durch den Einstieg von JSR/STA – mit dem zugleich auch rund 50 neue Mitglieder, die enge STA Agenturen gewesen waren, in die AER Kooperation einstiegen. Wir übernahmen den Flugticketgroßhandel von STA und verkauften keine Studententickets mehr. Die nächste Professionalisierungsphase begann, diesmal vor allem im Bereich Finanzen und Controlling. Den damaligen STA Finanzchef Roland Kreling, der später bei AERTICKET Finanzvorstand wurde, haben wir des Öfteren zur Verzweiflung getrieben. Er führte beispielsweise Budgeterstellung bei uns ein. Aus meiner Sicht heute noch ein nutzloses Unterfangen, das noch nie in unserer Geschichte zu einem einzigen Euro Mehrgewinn geführt hat.

Und endlich kamen die letzten fehlenden Airlines in unserem Angebot dazu. Den härtesten Kampf gab es mit Qantas, die tatsächlich die letzte Airline waren, mit der wir einen Vertrag schlossen.

Es folgten weitere arbeitsreiche Jahre. Rückblickend würde ich sagen, am schönsten war es mit bis zu zwölf Mitarbeitern. Dann wurde es furchtbar anstrengend, bis wir ab 2002/2003 auf rund 150 Mitarbeiter gewachsen waren. Dann wurde es spürbar besser, denn nun gab es Verantwortliche für Bereiche wie Technik und IT, HR, Finanzen usw. – und ich musste nicht mehr alles selbst machen.

Dieses Wachstum war bizarrer Weise eine Reaktion auf die Krise nach dem furchtbaren Anschlag von 9/11. Möglich wurden das Wachstum und die Gründung der AERTICKET AG nämlich durch unsere Fusion mit dem Sixt Consolidator Ende 2001. Aus eigenen Mitteln hätten wir die Krise trotz Gehaltsver-

zichts etc. nicht meistern können. Also brauchten wir einen potenten Mehrheitsgesellschafter – und durften durch den Einstieg von Sixt auch gleich noch die schillernde Welt von Erich und Regine Sixt kennen lernen. Zum Glück verloren sie nach zwei Jahren mit mäßigen Gewinnen die Lust und stiegen wieder aus.

So, das waren die Highlights der Gründungsphase. Manche Anekdote ließe sich noch erzählen, aber das würde den Rahmen sprengen.

Was war das Erfolgsgeheimnis? Ich würde sagen, es war eine Mischung.

An erster Stelle die unglaublich engagierten Mitunternehmer und dann die ebenfalls super engagierten KollegInnen der ersten Jahre, die diesen Geist aufgegriffen haben und nach dem Motto „gemeinsam schaffen wird das“ richtig zugepackt haben.

Das gute Gefühl, sich als David im Kampf gegen die Goliaths der Branche behaupten zu müssen hat uns ebenfalls jahrelang getragen. Bis wir irgendwann im Umfeld von drei Konzernen die Nummer Eins geworden waren.

Wichtig sind natürlich auch die ersten 40, dann später 100 Kunden der Anfangsjahre, die uns einfach als „ihren“ Consolidator begriffen haben.

Der Rest war das Glück, hin und wieder einfach zur rechten Zeit am richtigen Ort gewesen zu sein. Und das Glück, nicht auf all diejenigen gehört zu haben, die schon 1993 meinten, dass die Zeit für Consolidator vorbei wäre. Ja, davon gab es einige.

Vor allem aber war es harte Arbeit und viel Energie, die in dieses Unternehmen gesteckt wurde. Wir wollten langfristigen und nachhaltigen Erfolg, dafür haben wir uns richtig reingekniet.

In der heutigen Start-Up-Welt schlägt einem dafür blankes Unverständnis entgegen. Moderne Entrepreneurs denken nämlich gerne bereits bei der Gründung über ihren Ausstieg nach - und nicht erst nach 30 Jahren.

## Mein Ausblick

Wie wird sich das Geschäft mit Linienflügen entwickeln? Das ist die große Frage für uns, unsere Agenturen und Geschäftspartner. Für einige Airline-Strategen lautet die Antwort garantiert: Reisebüros wird es früher oder später nicht mehr geben. Mit wenigen Ausnahmen wie ausgewiesenen Spezialisten für Nischenmärkte, deren Vertrieb ausgezeichnete Zielgebietskenntnisse oder das Beherrschen ausgefallener Fremdsprachen voraussetzen.

Auch der Begriff Partnerschaft ist weithin zum Fremdwort geworden. Manche Airlines werden von Controllern geleitet, nicht von Managern. Deshalb misst man Erfolg und Misserfolg umstrittener Maßnahmen wie DCC Fees nicht. Dabei müsste man so etwas genau unter die Lupe nehmen: Vielleicht wird auf der einen Seite Summe X gespart, aber da alle in der Regel mit einem Load-Faktor unter 80% unterwegs sind, kann niemand sagen, wieviel mehr Umsatz es gegeben hätte, hätte man die Kunden nicht permanent vor den Kopf gestoßen.

Leider wird auf etlichen Airline-Webseiten gelogen, dass es eine echte Schande ist, vor allem im Bereich des sogenannten Direktvertriebes. Hand aufs Herz: Welcher Vertrieb ist schon wirklich direkt? Die meisten Airlines sind munter auf Metasearch-Webseiten wie Kayak oder Skyscanner unterwegs und zahlen erhebliche Summe für Platzierungen durch Google AdWords, Google Flights, usw. Angeblich ist bei Airlines ja die Abwicklung des Fulfilments, das Service Center und alles was sonst noch zum Vertrieb dazu gehört, umsonst. Auch Fraud gibt es nicht. Also ist der Nettopreis der Nettopreis, egal ob für uns und unsere Kunden oder auf der Airline Webseite.

Das Ziel solcher Airline-Strategen ist nur das Eine: Sie wollen um buchstäblich jeden Preis an die Daten des Kunden kommen. Und ab dann versuchen, den Kunden immer wieder direkt zu bedienen. Getrieben von der Hoffnung, dass das den Anteil der Flüge mit der eigenen Airline erhöht.

Der schlimmste Kunde ist in ihren Augen der ganz normale Passagier. Der entscheidet beim Kauf eines Flugtickets nämlich schlicht nach Preis und Reisezeit, der Rest ist für ihn austauschbar. Nicht ganz zu Unrecht, denn ein Sitz ist ein Sitz ist ein Sitz und in der Economy sind die Sitze der verschiedenen Airlines nun wirklich kaum unterscheidbar. Der Reisende will eine Auswahl an Airlines im Vergleich haben und gerne kompetente Beratung wie z.B. den Hinweis, welche Umsteigeflughäfen man besser meiden sollte, wann man unbedingt einen Sitzplatz ggf. auch gegen Gebühr buchen muss, etc.

Die Airlines dagegen glauben tatsächlich, ihr Produkt sei unique. So vermarkten sie es auch: Wartet noch ein bisschen, mit NDC werden wir euch unsere Einzigartigkeit beweisen. Garniert mit einem Bild vom Sitz (wozu?), vom Essen (what's the deal, schmeckt doch alles gleich?), von gutaussehenden und gut gelaunten Flugbegleitern und Flugbegleiterinnen, die sich auch alle irgendwie ähnlich sehen. Selbst zu Business und First-Class gibt es zehnmal mehr Infos auf neutralen Webseiten wie z.B. vorne-sitzen.de – aber auch dort sieht das meiste Essen irgendwie gleich aus.

Ein paar kleine Zusatzfeatures wie Lounge Access, Wlan oder Fast Lane ließen sich auch über GDS verkaufen. Was steckt also hinter dem Versuch, ein austauschbares Produkt als einzigartig darzustellen?

Richtig. Man will den Kunden verwirren, soweit es nur geht. Mit einer Vielzahl an Fare Families, jeder Menge Gebühren für einzelne Leistung, die den Flug in der billigsten Fare Family ergänzen und angeblich in Summe immer noch billiger als die nächsthöhere Fare Family sind. Mit unzähligen, inzwischen schwer durchschaubaren Angeboten wie „Wie viele Meilen bekomme ich wann?“.

So wird dem Kunden permanent das Gefühl gegeben, dass er für die Airlines kein „Fluggast“, sondern bloß eine wandelnde Geldbörse ist. Wer findet es denn schön, 4.000 Euro für einen Sitz in der Business Class bei Swiss zu zahlen – und dann noch obendrauf für die Reservierung der dortigen Einzelsitze seit neuestem 189 Euro je Strecke draufzulegen?

Was steckt dahinter? Die verzweifelte Hoffnung, dass der Kunde irgendwann resigniert, zum loyalen Kunden einer einzigen Airline wird und freiwillig nur noch dorthin fliegt, wo diese halbwegs schnell hinfliegen? Oder haben wir doch noch heimliche Freunde in den Airlines, die das Ganze nur veranstalten, damit der Beratungsbedarf immer höher wird und damit wieder mehr Leute zur Beratung ins Reisebüro kommen?

Wir werden sehen, was die Zukunft zeigt. Mindestens auf den innereuropäischen Verbindungen ist das Thema ohnehin durch. Die alten Legacy Carrier haben aufgegeben, man fliegt mit Eurowings, Joon und anderen oder gleich mit Low Cost. Hier ist Fliegen zu 100% austauschbar geworden – und niemand behauptet mehr etwas anderes. Auch der Reisebüronutzen beschränkt sich mehr oder weniger auf Preisvergleiche zwischen den zahllosen Nonstop-Angeboten, die das Fliegen bezahlbar

und bequem für alle gemacht haben. Wobei sich „bequem“ auf komfortable Nonstop-Verbindungen bezieht, nicht auf immer kürzere Sitzabstände oder nicht mehr verstellbare Rückenlehnen und anderen Auswüchse des Preiskampfes.

Kommen wir zu unserem Hauptgeschäft, der Langstrecke.  
Hier herrscht eine Komplexität wie nie zuvor.

Für einen simplen Flug fragen wir zuweilen mehr als 40-50 Quellen an. Und zwar entweder über Direktschnittstellen oder auf den Datenbanken unserer Partner-Consolidator auf der ganzen Welt. Nachdem große OTAs dafür gesorgt haben, dass der Markt global und transparent wurde, mussten wir ebenfalls reagieren und unseren Kunden einen Zugang zu anderen Märkten bereitstellen. Sonst wären sie ohne Chance im Vergleich zu Metasearchern oder Kunden, die überall herumshoppen. Alle haben wir inzwischen die Statistik gelesen, dass die meisten Flugkunden mehr Zeit bei der Online-Recherche verbringen als beim Fliegen selbst. Hoffentlich sitzen sie gut dabei. Sonst wäre es komplett absurd.

Wir können jedenfalls eine Renaissance des Reisebüros beobachten. Die Menschen merken allmählich, dass sie oft besser damit fahren, wenn Ihr Reisebüro oder dessen Veranstalter einen Hotel-Tour Operator Fare mit einem Flug Tour Operator Fare verbindet. Hierin und in einer wirklich guten und vor allem kompetenten Beratung liegt die Zukunft.

Wir stellen hierfür die richtigen Tools bereit. In den nächsten sechs bis zwölf Monaten wird unser Geschäft nicht mehr im kryptischen GDS Modus ablaufen, sondern komplett digital. Niemand wird es sich mehr leisten können, nur auf einer statt auf 50 Quellen beruhende Angebote zu erstellen.

Das kommt einer kleinen Revolution gleich, denn dadurch ändern sich auch die Berufsbilder.

Der Reisebüromitarbeiter wird vom GDS Profi zum Berater und Dienstleister, der emphatisch ermittelt, was für seine Kunden im Dschungel der Angebote wirklich das Beste ist. Der den Kunden in seiner Vorfreude auf die Reise abholt und ihn dann mit seinem hervorragenden Service begeistert. Und ihn damit komplett überzeugt, dass die gesparte Zeit für eigene Onlinerecherchen, wertvolle Tipps zu Sitzplätzen und Verbindungen sowie im Idealfall gigantische Zeitersparnisse ihr Geld wert sind.

Unsere eigenen Leute werden wiederum immer mehr zum technischen Help Desk. Und unsere ganze Firma entwickelt sich zum Technologieunternehmen.

Unsere Reisebüros verstehen immer mehr, dass die Flugbuchung z.T. eine Nebensächlichkei ist. In immer mehr Fällen geht der Kunde vom Ziel aus, von dem schönen Hotel, das er sich eigentlich nicht leisten kann, aber zum Schnäppchenpreis besorgt haben will, von dem, was er unterwegs sehen will - z.B. auf einer Rundreise -, was er für Leute kennenlernen will - z.B. in bestimmten Stadtvierteln.

Moderne Start Ups wie Voyage Privé oder Secret Escapes, Inbound Veranstalter wie Evaneos oder Trip.me und auch die meisten anderen Veranstalter haben das schöne, „perfekte“ Urlaubserlebnis als Ziel. Und nicht wie viele Reisebüros lange Jahre den immer schrecklicheren, weil immer unbequemeren Flug in den Urlaub.

Der Flug ist mittlerweile einfach nur noch das notwendige Übel, denn irgendwie muss man ja hinkommen. Insofern glauben wir, dass die Airlines hier irren. Die Entscheidung über die Fluggesellschaft wird immer zweitrangiger, je öfter die Leute geflogen sind und je mehr die Airlines alles verschlechtern bzw. sich einzeln bezahlen lassen. Am meisten wachsen doch auch auf der Langstrecke inzwischen Low-Cost-Carrier wie Norwegian oder Wow.

Der Weg ist das Ziel.

Oder: Was bedeutet die Umkehrung des Buchungsverhaltens für uns?

Klar, auch hier müssen wir investieren. Jeder unserer Kunden muss in der Beratung selbstverständlich in der Lage sein, das tollste Hotel zu finden. Das können wir in Kürze bieten, denn unsere neue Hotel IBE vereint die Angebote aus Bistro mit Bettenbanken wie Hotelbeds, Tourico und GTA sowie bekannter Portale wie Expedia und Booking.com. Nirgendwo ist das Angebot größer. Und auch hier wächst das Angebot an Tour Operator Fares. Jeder unserer Kunden ist also perfekt für den neuen Trend „Urlaubserlebnis“ gerüstet.

Bleibt nur noch die leidige Frage, wovon wir denn alle in Zukunft leben wollen? Im Grunde leben es die Portale ja vor. Flüge gibt es ohne Aufschlag oder gar mit Abschlag. Erträge kommen fast nur noch aus dem Verkauf von Landleistungen jeder Art, aus genau den richtigen Ancillaries, aus genau der richtigen Versicherung und was noch so an Zusatzleistungen denkbar ist von Fare Keep bis Check In für den Kunden. Dazu kommt die Ermittlung des genau richtigen Buchungszeitpunktes mit Hilfe der entsprechenden Prediction Tools.

Und auch wir werden langsam vom Aufschlag je Ticket weggehen zu zahlreichen kleinen Mini-Gebühren für die unzähligen Services, die wir anbieten.

Glauben wir weiter an die Existenzberechtigung von Reisebüros? Aber ja.

Nie waren sie wichtiger. Und in allen Industrieländern halten sich Offline und Online in etwa die Waage. Je schlechter die Beratung im Reisebüro, desto größer ist das Onlinegeschäft. Unser Land hat pfiffige Agents, die ihre Kunden gut beraten. Wir investieren deshalb gerne in Reisebüros.

Glauben wir an unsere eigene Existenzberechtigung? Natürlich auch.

Aber wir sind eben im Prozess des Wandels. Was war es für ein schönes, einfaches Geschäft, einfach nur ein paar Millionen Tickets auszuliefern. Heute liefern wir über unsere Cockpit-Webseiten die unterschiedlichsten Services, haben Dutzende von Infoseiten und aktuelle Tarifinfos. In der Cockpit-IBE bieten wir mehrere hundert Millionen globaler Tarife und in der Hotel-IBE mehr als 1,5 Millionen Hotels.

Wandel ist anstrengend. Aber Wandel macht auch Spaß. Freuen wir uns gemeinsam auf eine tolle Zukunft in diesem schönen Gewerbe, das wie kein anderes immer wieder große Gefühle bei allen Beteiligten hervorruft!

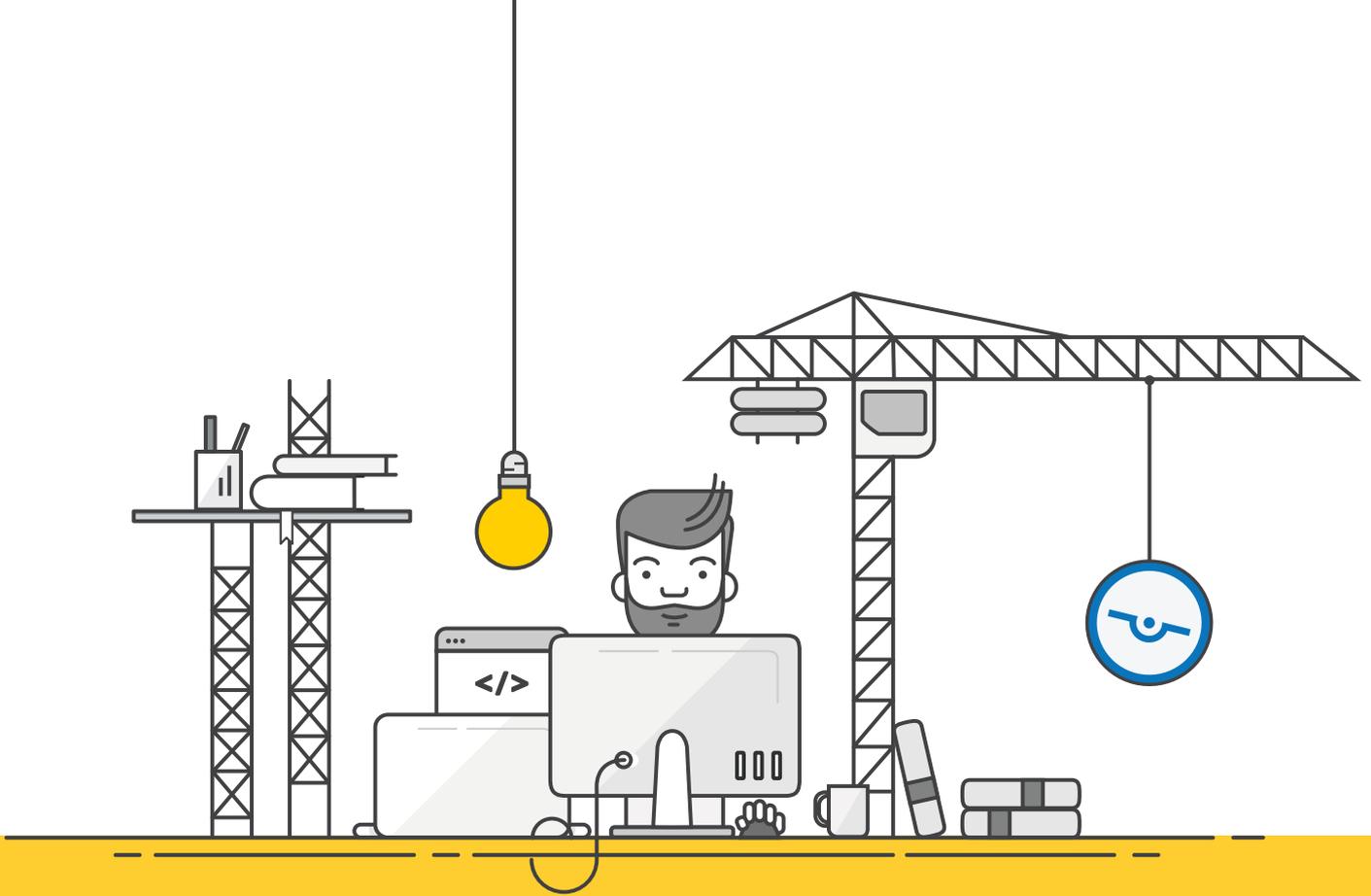




# AUF DASS DIE GEMEINSAME REISE NOCH LANGE WEITERGEHT!

**Wir gratulieren zu 30 Jahren AERTiCKET.**

**Und freuen uns auf viele weitere Jahre erfolgreicher Zusammenarbeit.**



# Innovativ. Kreativ. Seit 30 Jahren.

Aus Kreuzberg in die Welt

## Wie alles anfing

Die Geschichte

In der links-alternativen Szene West-Berlins entstanden in den 70er und 80er Jahren zahlreiche Firmen, die alles anders machen wollten: keine Chefs, Geschäftsentscheidungen nach dem Konsensprinzip und Einheitslohn waren die Ziele eines solchen alternativen Kollektivs.

Darüber hinaus wollte man eine verantwortungsvolle Rolle in der Gesellschaft übernehmen, indem man beispielsweise aus den selbst erwirtschafteten Überschüssen andere Projekte unterstützte. Auf dem Höhepunkt dieser Bewegung gab es in West-Berlin mehr als 200.000 Arbeitsplätze in solchen alternativen Betrieben und sozialen Projekten.

# Herzlichen Glückwunsch!

British Airways, ihre Partner  
Iberia und American Airlines  
bedanken sich für 30 Jahre  
erfolgreiche Zusammenarbeit.



Titanic Reisen entstand 1988 als alternatives Reisebüro in Berlin-Kreuzberg. Die Gründer des Reisebüro-Kollektivs waren in der Lateinamerika-Solidaritätsbewegung aktiv und hatten bei der Organisation der Reisen von Arbeitsbrigaden nach Nicaragua so viel Erfahrung bei der Buchung von Flügen gesammelt, dass sie dachten, sie können doch einfach kurzerhand selbst ein Reisebüro eröffnen.

In der ersten Zeit war das Reisegeschäft von der Insellage West-Berlins geprägt. Bis zur Wiedervereinigung im Jahr 1990 durfte der zivile Luftverkehr zwischen West-Deutschland und West-Berlin nämlich ausschließlich durch US-amerikanische, britische und französische Fluggesellschaften durchgeführt werden, das waren insbesondere Pan Am, British Airways und Air France. Dazu gab es für den zu Berlin, Hauptstadt der DDR, gehörenden Flughafen Schönefeld mit einem vergleichsweise riesigen Angebot von Airlines wie Interflug, Lot, Tarom, Balkan Air bis hin zu Cubana. Eigentlich reichte damals ein Telefon aus, um Flugtickets zu verkaufen.

Titanic entschloss sich anders als die meisten vergleichbaren kleinen Reisebüros, eine eigene IATA-Nummer zu beantragen. Befreundete Büros aus der Nachbarschaft bestellten daraufhin die ersten Tickets bei Titanic und der Flugtickethandel begann.

Aus der alternativen Idee wurde ein geschäftlicher und persönlicher Erfolg: Innerhalb weniger Jahre entwickelte sich Titanic zu einer alternativen Reisebüroketten mit zeitweise bis zu zwölf Filialen im Berliner Stadtgebiet. Alle sechs Gründungsmitglieder des ehemaligen Kollektivs blieben übrigens bis zum Verkauf der Firma im Jahr 2012 mit dabei, ohne dass es jemals zu ernsthaften Streitigkeiten gekommen wäre.

## Eine gute Idee wird zum guten Geschäft

### Einstieg in den Flugticketgroßhandel

1991 fing Titanic Reisen professionell mit dem Großhandel von Flugtickets aus dem Reisebüro heraus an und wurde Mitglied im AER e.V. Die vorhandene IATA-Nummer und der durch viele Kunden aus NGOs beachtliche Netfare Umsatz wurden genutzt, um mit den Fluggesellschaften Verträge zu schließen und in der Folge auch AER e.V.-Mitglieder mit günstigen Tickets zu beliefern. Das Prinzip der gegenseitigen Hilfe stand im Vordergrund, man verstand sich als Einkaufskooperation.

Die Vertragsverhandlungen mit den Airlines gestalteten sich zäh, denn die meisten Fluggesellschaften standen den alternativen Kreuzbergern sehr zurückhaltend gegenüber. Die ersten Verträge kamen mit Garuda Indonesia und Philippine Airlines zustande, weitere Airlines folgten.

Die Abwicklung des Consolidatorgeschäfts lief in dieser Anfangszeit quasi nebenbei und wurde von Titanic-Mitbegründer Rainer Klee und der Mitgesellschafterin Sandra Heck in den späten Abendstunden erledigt. Tagsüber saß man ja am alternativen Counter und verkaufte Reisen. Ein solches Arbeitspensum hält niemand auf Dauer durch, schon bald wurde der erste Reisebüromitarbeiter eingestellt, der sich ausschließlich um den Flugticketgroßhandel kümmerte.

Erfolgreiche Geschäftsideen werden gerne übernommen. 1992 begann das in Erlangen beheimatete Büro SUS Reisen ebenfalls mit dem Flugticketgroßhandel und übernahm im gleichen Jahr eine Reihe von Airline-Verträgen des Consolidators KFB aus Bielefeld.

**AERTICKET**

**30 JAHRE**



**ALLES IM GRIFF**



**HERZLICHEN  
GLÜCKWUNSCH!**

**AIRFRANCE**  **KLM**  **DELTA** 



## Tickets, Tickets, Tickets

Die Gründung der AER Reiseservice GmbH

Knappe zwei Jahre nach dem Einstieg in den Flugticketgroßhandel hatte dieser Geschäftsbereich von Titanic Reisen das stattliche Volumen von gut 10 Mio. DM erreicht.

Im Juni 1993 war es dann so weit: Der Consolidator AER Reiseservice GmbH wurde gegründet und Titanic Reisen übergab sein Consolidatorgeschäft und die ersten drei Mitarbeiter an die neue Firma.

Die AER Reiseservice GmbH unter der Geschäftsleitung von Rainer Klee nahm ihre Geschäftstätigkeit in den Hinterräumen eines LCC Reisebüros auf. Die Firma startete förmlich durch: Bereits nach einem Jahr konnte AER seinen Kunden Tickets von rund 30 Airlines anbieten. Der AER e.V. stieg als Hauptgesellschafter in die GmbH ein und die 40 Mitglieder, die diese Reisebürokooperation damals hatte, bestellten ihre Tickets fleißig beim AER-eigenen Consolidator. Sehr gute Steigerungsraten führten zu besseren Vertragskonditionen und der Umsatz wuchs von ca. 25 Mio. DM im Jahr 1994 auf 40 Mio. DM 1995.

## Erfolg mit Folgen

Die Verdoppelung des Umsatzes und der Einstieg eines Konzerns

1996 verdoppelte sich der Umsatz der AER Reiseservice GmbH. Die Hinterräume des Reisebüros boten dem zehnköpfigen Team mittlerweile längst nicht mehr genug Platz, und AER bezog die ersten eigenen Firmenräume in der Kreuzberger Gräferstraße.

Aus der Einkaufskooperation alternativer Reisebüros war spätestens mit dem Umzug endgültig ein „richtiger“ Consolidator geworden. Geblieben waren der Anspruch auf die eigenen unternehmerische Unabhängigkeit und die selbstauferlegte Verpflichtung, allen Kunden faire Konditionen und günstige Preise zu bieten.

Der Flugticketgroßhandel war - und ist bis heute - ein Geschäft, das nur über große Stückzahlen funktioniert. Die AER Reiseservice GmbH würde wachsen müssen, um erfolgreich zu werden und zu bleiben. Gleichzeitig würden immer höhere Umsätze zu immer höheren IATA-Bürgschaften führen. Beides war der Geschäftsleitung von Anfang an bewusst.

Aus diesem Grund begannen im gleichen Jahr die Verhandlungen mit STA Travel über deren Beteiligung an der AER Reiseservice GmbH, sie sollten sich über das ganze Jahr hinziehen. Innerhalb des Hauptgesellschafters AER e.V. gab es engagierte Diskussionen über die Beteiligung einer so großen Firma wie STA, die Mitglieder fürchteten die Unabhängigkeit „ihres“ Consolidators. Die Organisationskulturen von AER und STA hätten unterschiedlicher kaum sein können, Improvisation auf der einen traf auf minutiöse Planung auf der anderen Seite. Auch hier gab es eine Menge Gesprächsbedarf. Zum Jahreswechsel 1996/1997 war man sich einig geworden, und die STA Travel GmbH beteiligte sich an der AER Reiseservice GmbH.

1997 mussten mehrere LCCs das von ihnen nebenbei betriebene Consolidatorgeschäft ausgliedern. Sie schlüpfen auf Anraten ihrer Kooperationen einerseits und der Lufthansa andererseits unter die



Voted Best Airline  
in North America

# WIR BEDANKEN UNS.

Für die jahrzehntelange gute Zusammenarbeit  
und wünschen AERTiCKET alles Gute zum 30. Jubiläum.

Das Air Canada Deutschland Team.



**AIR CANADA**

| A STAR ALLIANCE MEMBER 



Fittiche der neu gegründeten Franchise Kooperation AER Ticketline (die später in Ticket Plus umbenannt wurde).

Im selben Jahr gab STA 10 % seiner AER-Anteile an die Reisebüro-Kette Travel Overland ab. Travel Overland wiederum wurde später von der Otto Freizeit und Touristik GmbH übernommen. Seitdem träumten wir davon, irgendwann einmal Travel Overland zu übernehmen.

1998 übernahm AER weitere kleine Flugticketgroßhändler in Hamburg, Hannover, Frankfurt und Mainz und legte damit den Grundstein zu einem Netz von Filialen im gesamten Bundesgebiet, das die Nähe zum Kunden garantieren sollte. Dieses Wachsen in die Breite zeigte den gewünschten Erfolg: Der Umsatz der AER Reiseservice GmbH stieg von 165 Mio. DM im Jahr 1998 auf 300 Mio. DM im Jahr 2000.

Nach fünf Jahren boten nun die Firmenräume in der Gräfestraße nicht mehr genug Platz für die mittlerweile auf rund 70 Köpfe angewachsene Belegschaft. AER zog im Sommer 2001 mitsamt ihren Töchtern, dem Servicecenter aircall und der Tarifdatenerfassung airfair in neue, bedeutend größere Räume in der Zossener Straße - natürlich ebenfalls in Kreuzberg.

## Wir steigen groß ein

Die AER Reiseservice GmbH wird zur AERTICKET AG

2001 war ein Katastrophenjahr für die Luftfahrtbranche: Nach den Terroranschlägen am 11. September ging die Zahl der Flugbuchungen dramatisch zurück. Auf den schwersten Geschäftseinbruch der Firmengeschichte reagierte die Belegschaft von AER mit verstärktem Zusammenhalt - und mit einem freiwilligen Gehaltsverzicht.

Die technische Ausstattung von AER war zwar in den vergangenen Jahren mitgewachsen, hielt aber den mittlerweile gestiegenen Bedürfnissen des Unternehmens nicht mehr Stand. Eine beachtliche Investition war nötig. Da die Geschäftsführung aber gleichzeitig mit kommenden Umsatzeinbrüchen im Consolidatorgeschäft und mit dem dadurch begründeten, vorhersehbaren Wegfall von Incentives rechnen musste, nahm AER im November 2001 Verhandlungen mit der Sixt AG über ein mögliches Joint Venture auf.

Diese verliefen erfolgreich und bereits am 1. Januar 2002 wurde der Consolidator der Sixt AG, ehemals SUS in Erlangen, in die AER GmbH integriert. Im Zuge dessen wurde umfirmiert und aus der AER Reiseservice GmbH wurde die AERTICKET AG, an der die AER Reiseservice GmbH knapp 75 % und die Sixt Travel GmbH gut 25 % der Anteile hielt.

Diese nagelneue Aktiengesellschaft, nun auch mit einem Aufsichtsrat als Kontrollinstanz, funktioniert als Struktur bis heute sehr gut. Sie investierte in ihrem ersten Geschäftsjahr fast den gesamten Gewinn erfolgreich in den Aufbau einer neuen Technik und in die Erschließung neuer Geschäftsfelder. Im Frühjahr 2003 kam mit der Tarifdatenbank AER Pilot die erste kombinierte IATA- und Conso-Tarifdatenbank auf den Markt. Wenige Monate später stellte AERTICKET seinen Kunden den Amadeus Fare Wizard zur Verfügung, eine internetbasierte B2B Buchungsmaschine für Reisebüros ohne eigenes CRS.

# Jubel, Travel, Heiterkeit.



**30**

Jahre erfolgreiche  
Zusammenarbeit.  
**Wir sagen Danke!**



Wir lieben Fliegen.

 **Condor**

Das Online-Geschäft war in dieser Zeit auch in der Reisebranche zunehmend wichtiger geworden. Die AERTiCKET AG hatte den Service für ihre Kunden in diesem Bereich vorausschauenderweise rechtzeitig ausgebaut.

Im gleichen Jahr war auch die neue, entscheidend verbesserte Ticketautomation fertig geworden. Dank dieser Technologie werden einer Ticketbuchung automatisch die korrekten Tarife, Entgelte und Gebühren sowie die Provision des buchenden Reisebüros zugewiesen. So konnte AERTiCKET die Tickets seiner Kunden schneller und fehlerfreier ausstellen als dies mit der manuellen Ticketausstellung bisher möglich war.

2004 beendete Sixt sein Engagement und die langjährigen Gesellschafter Titanic Reisen, AER e.V., STA Travel und die OTTO Freizeit und Touristik GmbH erhöhten ihre Anteile. Auch der Vorstand selbst beteiligte sich nun.

Wenige Zeit später wurde die Raiffeisenbank Altötting-Mühldorf (die spätere VR meine Raiffeisenbank eG) zur Hausbank von AERTiCKET und ihr Vorstandsvorsitzender Wolfgang Altmüller wurde Mitglied des Aufsichtsrates. Damit wurde der Grundstein gelegt für ein jahrelanges und äußerst produktives Miteinander, das 2009 schließlich zum Einstieg der Bank führte, die heute der größte Gesellschafter von AERTiCKET ist.

## Mehr als Tickets

Vom Consolidator zum Full Service Dienstleister

In den folgenden Jahren erweiterte AERTiCKET seine Angebote um touristische Leistungen. 2009 stellte die Firma ihren Kunden die Hotel-IBE AERHOTELS und die Buchungsmaschine AERBAUKASTEN für die kombinierte Buchung von Flug & Hotel & Event zur Verfügung.

Der Markt würde sich im Consolidator-Bereich immer stärker konzentrieren, das stand für die Firmenleitung von AERTiCKET schon 2006 fest. Der Consolidator, der zu fairen Preisen das gesamte Tarif- und Dienstleistungsangebot liefern konnte, wollte rechtzeitig vorsorgen und seinen Kunden als kompetenter Partner zur Seite stehen.

2008 beteiligte sich die AERTiCKET AG am erfolgreichen Fernreiseveranstalter Explorer Fernreisen GmbH und machte damit einen ersten Schritt ins Veranstaltergeschäft.

Der Geschäftsbereich Ethnic Travel war für AERTiCKET seit etlichen Jahren zu einer wichtigen Stütze des Umsatzes im Kerngeschäft geworden. 2007 machte die Lufthansa AERTiCKET auf den amerikanischen Consolidator Picasso Travel aufmerksam, dessen Geschäftsschwerpunkt im Bereich Ethnic Travel lag. 2008 stieg AERTiCKET bei Picasso Travel ein und übernahm in den folgenden drei Jahren immer mehr Anteile dieses Unternehmens.

Mittlerweile war das alte Domizil für die inzwischen 174 Mitarbeiter zu klein geworden. Nach längerem Umbau war es endlich soweit und im September 2011 erfolgte der langersehnte Umzug ins „AERTiCKET-Haus“ in der Kreuzberger Boppstraße. Mit dem Eigentümer des Hauses hatte sich AERTiCKET auf ein Sanierungsmodell geeinigt, bei dem sich die Firma an der Planung beteiligte und den Umbau der neuen Firmenräume deshalb ganz in ihrem Sinne gestalten konnte.

*Emirates gratuliert:*

**30 JAHRE**

*AERTICKET*

Wir bedanken uns herzlichst für die gute Zusammenarbeit  
und freuen uns auf eine spannende Zukunft.



Heute präsentiert sich die AERTICKET AG als moderner Full Service Dienstleister: Wir machen zentralen Flugeinkauf, sind Abwickler für den Vertrieb, IT-Technologie- und Datenbanken-Anbieter, fungieren als IATA-Agent für Reisebüros und Veranstalter und bieten unseren Kunden Fulfilment-Dienstleistungen im Reisebereich in allen Abstufungen.

## **Back to the roots**

Firmengründer Rainer Klee und die AER Kooperation nehmen die Geschäfte in die Hand

AERTICKET strukturierte 2016 um - und die Reisebüro-Kooperation AER übernimmt zusammen mit dem Vorstandsvorsitzenden Rainer Klee 100 Prozent der Anteile, die RT Gruppe und STA Travel scheiden als Aktionäre aus.

Im Zuge der neuen Struktur wechselt der Veranstalter Explorer Fernreisen, der seit 2008 zum Unternehmen gehörte, an die RT Gruppe.

## **AERTiCKET erfindet sich neu**

Vom Flugticketgroßhändler zum Product Owner

„Ab 2018 verstehen wir uns überwiegend als Technik-Company.“, gab Gründer, Geschäftsführer und Anteilseigner Rainer Klee das Ziel vor. Das Geschäftsmodell Flugticket-Großhandel steht bereits seit Jahren unter ständigem Anpassungsdruck, der seit dem Aus der Standardprovision von Airlines empfindlich geworden ist.

Das Berliner Unternehmen geht kreativ damit um, entwickelt ein neues, eigenes Reservierungssystem - die Buchungswelt Cockpit. Und erfindet sich damit neu.

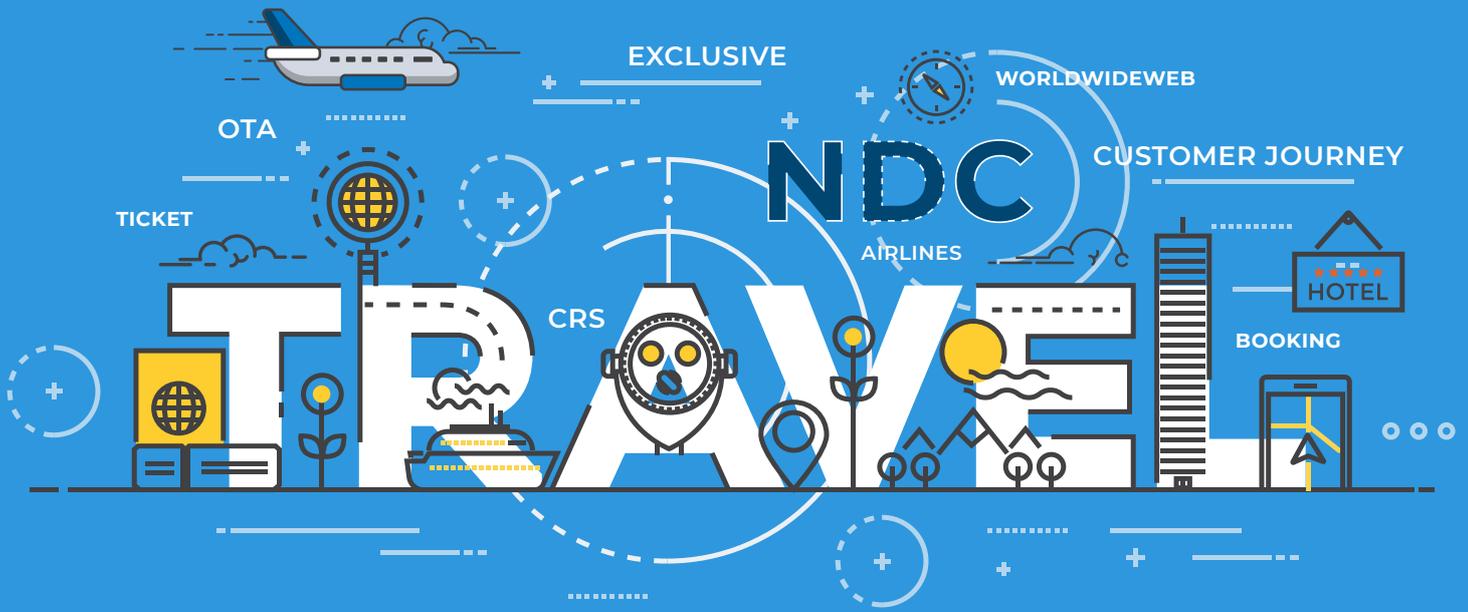


# Herzlichen Glückwunsch zu 30 Jahren

Wir gratulieren AERTICKET  
zum 30jährigen Jubiläum und  
bedanken uns für die langjährige  
vertrauensvolle Zusammenarbeit,  
der wir auch in Zukunft mit großer  
Freude entgegensehen.

From *Abu Dhabi* to the world

الإتihad  
**ETIHAD**  
AIRWAYS  
ABU DHABI



# A short history of NDC

AERTICKET-Geschäftsführer Andreas Ochse erläutert die Entstehung des IATA Standards NDC

## Starten wir gemeinsam

Eine kurze Zeitreise ins Deutschland der 50er Jahre

Nierentische waren der neueste Schrei, Deutschland wurde Fußball-Weltmeister, eine Nacktszene von Hildegard Knef erhitze die Gemüter und Adenauer band die Bundesrepublik in die Westgemeinschaft ein. Das Wirtschaftswunder stand in voller Blüte und die private Kaufkraft stieg kontinuierlich an. Immer mehr Menschen konnten sich Urlaubsreisen leisten, auch die Nachfrage nach Flügen stieg. Daher ist es nicht weiter verwunderlich, dass Lufthansa beim Neustart 1955 gleich ein halbes Dutzend Büros eröffnete, das erste übrigens in Düsseldorf. Auch das neu strukturierte Deutsche Reisebüro expandierte nach Wegfall des Eröffnungs- und Kaufverbots ab Mitte des Jahrzehnts. Schnell entwickelte sich eine Reisebranche, in der direkte und indirekte Vertriebsstrukturen nebeneinander existierten. Ganz ähnlich verlief die Entwicklung auch in anderen Ländern Europas und in den USA.



# 30

الطيران العماني  
**OMAN AIR**



OMAN AIR GRATULIERT AERTICKET ZUM

# 30-JÄHRIGEN JUBILÄUM!



Medaille für den 30. Geburtstag  
des Oman Air-Flugzeuges



Medaille für den 30. Geburtstag  
des Oman Air-Flugzeuges



Medaille für den 30. Geburtstag  
des Oman Air-Flugzeuges

In den 50er Jahren war die Buchung einer Flugreise noch Handarbeit. Man ging ins Reisebüro und fragte nach Flügen. Der Reisebüromitarbeiter rief daraufhin im Stadtbüro der in Frage kommenden Fluggesellschaft(en) an und erfragte die Verfügbarkeit von Plätzen. Arbeitsgruppen in den Stadtbüros überwachten mithilfe von Reservierungstafeln den Verkauf der Flüge.

Das sollte sich grundlegend ändern als American Airlines 1964 das erste Computerreservierungssystem (CRS) unter dem Namen „Semi-Automated Business Research Environment“ – kurz SABRE – auf den Markt brachte. Als erstes seiner Art diente SABRE der automatischen Erfassung von Buchungsdaten. In den folgenden Jahren führten immer mehr Fluggesellschaften CRS ein und stellten den Reisebüros sog. Reservierungsterminals zur Verfügung. Größere Reisebüros hatten häufig zahlreiche Terminals, die auch noch unterschiedlich zu bedienen waren. In den 70er Jahren wurde dieses Durcheinander durch das Bündeln von Angebotsrecherche und Buchung unterschiedlicher Fluggesellschaften in einem System mit einheitlichen Eingabeformaten gelöst. Das war die Geburtsstunde des Global Distribution System (GDS). Zugleich aber war es der Beginn einer auseinanderdriftenden Entwicklung vom GDS einerseits und den internen Systemen von Fluggesellschaften andererseits.

In den 70er Jahren wollten noch mehr Menschen fliegen. Um mehr Menschen über weitere Strecken befördern zu können, brauchte man größere Flugzeuge mit neuer Technik. Die Lösung war die „Königin der Lüfte“, die Boeing 747. Das bekannteste und meist genutzte Flugzeug dieser Epoche wurde schon im Februar 1969 im zivilen Flugverkehr eingesetzt.

In Deutschland gab es bald Reisebüros an jedem Ort; die 70er und 80er Jahre waren eine Hochphase des indirekten Vertriebs. Der direkte Vertrieb über die Airlines selbst machte allerdings ebenfalls gute Geschäfte, denn Reisende konnten ihr Flugticket zum gleichen Preis wie im Reisebüro auch in den Stadtbüros der Fluggesellschaften kaufen.

## „Bin ich denn schon drin?“

1989 entwickelte der Informatiker Tim Berners-Lee eine Art Intranet mit grafischer Benutzeroberfläche, nannte es „World Wide Web“ und legte mit seiner Erfindung die Grundlage für das Internet, wie wir es heute kennen. Knapp zwei Jahre später gab die US-Regierung das Netz zur kommerziellen Nutzung frei und damit fiel offiziell der Startschuss fürs Internet.

Weltweit entdeckten Unternehmen das Internet als neuen direkten Vertriebskanal, natürlich auch in der Flugbranche. Die repräsentativen Stadtbüros der Airlines wurden nach und nach geschlossen, man investierte eher in den Direktvertrieb über „elektronische Medien“, wie es damals noch genannt wurde. „Online Travel Agencies“ (OTA), die sich mit ihren Buchungsportalen ganz auf den Internetverkauf konzentrierten, gewannen rasch an Bedeutung und der Markt veränderte sich.

Durch das Internet wurden Flugpreise für Reisende transparent und Leistungen vergleichbar. Das verstärkte den Wettbewerb zwischen stationärem Reisebürovertrieb auf den einen sowie OTAs und Airlines auf der anderen Seite.

Die OTAs verbessern ihre Buchungsmaschinen kontinuierlich und machten das Buchen von Flügen im Netz immer einfacher. Auch die Airlines optimierten ihren Online-Verkauf, integrierten auf ihren

# AMERICAN EXPRESS

---



WIR GRATULIEREN  
AERTiCKET ZUM  
30-JÄHRIGEN JUBILÄUM  
UND WÜNSCHEN  
WEITERHIN VIEL ERFOLG!

Herzlichen Dank für die  
sehr gute Zusammenarbeit.

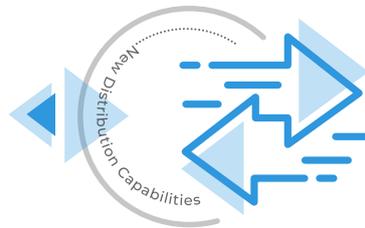


DON'T  
*do business*  
WITHOUT IT™

American Express Services Europe Limited, Zweigniederlassung Frankfurt am Main,  
Theodor-Heuss-Allee 112, 60486 Frankfurt am Main, Registergericht Frankfurt am Main, HRB 57783  
© 2018 American Express®

eigenen Buchungsportalen immer neue Funktionen und bedienten allmählich alle Stationen entlang der sog. „Customer Journey“ online. Um das leisten zu können, mussten sie ihre internen Systeme anpassen. Die Schere zwischen dem Funktionsangebot des GDS und den technischen Möglichkeiten der Airlines ging deshalb immer weiter auf. Der stationäre Vertrieb steckte in einem Dilemma. Mit der GDS basierten Technik war es kaum möglich, Kunden an weiteren Stationen der Customer Journey zu betreuen. Dabei ist es übrigens bis heute geblieben: Kein GDS bietet beispielsweise Check In an.

Wer im großen Stil Tickets verkaufen will, muss jedoch auch Kundenservice bieten. Oder professionelle Vertriebspartner haben. Die Airlines entdeckten den indirekten Vertriebskanal Reisebüro deshalb quasi wieder neu und ermöglichten wenigen ausgewählten Vertriebspartnern den Zugriff auf ihre internen Systeme durch Direktschnittstellen. Zwar fehlte es noch an einheitlichen Standards, weshalb sich die Direktschnittstellen von Airline zu Airline in Aufbau und Leistungsumfang stark unterschieden. Dem wollte die IATA abhelfen. Sie entwickelte und beschrieb mit den „New Distribution Capabilities“ (NDC) einen neuen Standard, der den Datenaustausch und die Abläufe vereinheitlichen sollte.



Im Sinne der Vertriebskanalstrategie gestalteten nun einige Fluggesellschaften die verfügbaren Angebote bei Nutzung einer Direktanbindung attraktiver als bei Nutzung anderer Vertriebskanäle. Oder sie boten über NDC zusätzliche Leistungen an. So ergab sich den Usern – die in den allermeisten Fällen OTAs waren – ein klarer Wettbewerbsvorteil.

In der Folge kamen Dienstleister auf den Markt, die durch eigene Schnittstellenplattformen Direktanbindungen aggregieren und Nutzern verfügbar machten. Neben OTAs sind mittlerweile – wir sind bereits in der heutigen Zeit angelangt – auch einige Reisebüros in der Lage, sich direkt oder mittels Aggregatoren Zugang zu den Angeboten im Direktkanal zu verschaffen. Allerdings ist dieser Zugang wegen technischer Hürden für viele Büros unerreichbar.

## Warum habe ich so weit ausgeholt?

Ich wollte Sie abholen.

Seit 1988 versorgt AERTiCKET die Reisebranche mit Flugtickets zu den bestmöglichen Preisen. Das Durchstarten des Internets, die damit verbundenen Veränderungen im Markt, das Dilemma der Reisebüros und die technische Entwicklung in der Branche wirken auch auf uns.

AERTiCKET ist nach wie vor ein Flugticketgroßhändler mit fairen Preisen und Rundum-Service. AERTiCKET entwickelt sich aber zusätzlich gerade zum Entwickler von Applikationen und Tools für die Reisebranche.



Beste Regionale  
Fluggesellschaft  
in Europa 2017

# AEGEAN AIRLINES GRATULIERT ZUM 30JÄHRIGEN JUBILÄUM.



SCHÖQSQUARE



A STAR ALLIANCE MEMBER 

## Unser technisches Rückrat

Die Cockpit Buchungswelt und die Applikation für Endkunden: My Cockpit

Beide Applikationen bilden zugleich die Basis der Integration von Direktanbindungen in die Buchungsabläufe der AER Systeme. So konnten wir z.B. schon 2015 innerhalb von nur sechs Wochen die Direktschnittstelle der Lufthansa Group einbinden und die LH-Angebote ohne DCC unseren Kunden im Cockpit zur Verfügung stellen.

Seit Dezember 2017 bieten laut IATA bereits 36 Fluggesellschaften NDC-basierte Prozesse im Bereich der Direktanbindungen an. Aufgrund des Wettbewerbsvorteils ist davon auszugehen, dass weitere Fluggesellschaften folgen werden – nicht zuletzt auch wegen des Risikos, sonst ggf. den Anschluss zu verpassen. Die Anzahl an NDC basierten Prozessen und Direktschnittstellen wird also garantiert weiter zunehmen.

Reisebüros haben in den Direktschnittstellen eine moderne technische Alternative zur traditionellen GDS-Technologie. Eine Technologie, die es ihnen möglich macht, individuelle Angebote zu liefern und den Bedarf nach verkaufsbegleitenden Informationen – Stichwort: „Rich Content“ – zu liefern. Die führenden GDS Anbieter haben bisher eher verhalten auf die mögliche Positionierung als Aggregator reagiert und erst vor Kurzem NDC basierte Reisebüro Lösungen für Ende 2018 angekündigt. Auf funktionaler Ebene zeichnet sich bisher noch kein klares Bild ab, welche „Features“ ein GDS in welchem Umfang wann zur Verfügung stellen wird. Auf kommerzieller Ebene steht die Frage im Raum, mit welchem Geschäftsmodell die GDS Betreiber NDC betreiben werden. Und zu welchen Konditionen sie das tun werden.

## Mein Fazit

Was lehrt der Blick in die Geschichte?

Direktanbindungen sind für die Wettbewerbsfähigkeit des stationären Reisebüros wirklich wichtig. Sie sind der künftige Garant für bestmögliche Preise und der Zugang zu weiteren Dienstleistungen entlang der Customer Journey. Besonders wichtig ist dabei das Bestreben der Fluggesellschaften, dynamische Preisangebote zu liefern. Die IATA führte aus, dass sich die Top 20 Fluggesellschaften (die ca. 30% des Passagier volumens befördern) zum Ziel gesetzt haben, bis 2020 mindestens 20% des indirekten Vertriebs über NDC basierte Schnittstellen abzuwickeln. Direktanbindungen haben für uns deshalb eine erhebliche strategische Relevanz – begreifen wir uns doch nach wie vor als Dienstleister des Reisebüros. Und schließlich wollen wir auch künftig sicherstellen, dass in unserer Cockpit Buchungswelt die bestmöglichen Tarife und in My Cockpit attraktive weitere Dienstleistungen zur Verfügung stehen. Die Positionierung der GDS Anbieter ergibt bisher kein klares Bild. Deshalb setzen wir trotz des höheren Aufwands auf die direkte Anbindung – und sind deshalb zurzeit in der Zusammenarbeit mit den Airlines die Flexibelsten. Zum Nutzen unserer Kunden.



Seit 98 Jahren verkörpern wir den Spirit of Australia,  
dreißig davon mit toller Unterstützung durch Euch!  
Wir bedanken uns für die großartige Zusammenarbeit,  
gratulieren herzlich zum Jubiläum und  
wünschen Euch weiterhin viel Erfolg!

FEAR NOTHING



# Titanic Reisen

Mitbegründerin und Geschäftsführerin Ilona Paschke erzählt eine Erfolgsstory

**1988**

## Mauerstadt Westberlin

Die alternative Bewegung im Kreuzberg der 80er Jahre war kreativ und innovativ. Einige Aktivisten hatten bei der Organisation politischer Reisen nach Nicaragua so viel Erfahrung bei der Buchung von Flügen gesammelt, dass sie kurzerhand ein eigenes Reisebüro eröffneten. Als Kollektiv gleichberechtigter Partner und unter dem paradoxen Namen „Titanic Reisen“.

# HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH AERTICKET

Qatar Airways gratuliert zum  
30-jährigen Jubiläum und  
bedankt sich für die langjährige  
erfolgreiche Zusammenarbeit.



# 1989

## Selbstverwaltung und Selbstausbeutung

Die erste Kollektivistin steigt früh wieder aus. Ich steige an ihrer Stelle ein und bin schnell Feuer und Flamme.

Die Arbeit nimmt kein Ende und wir schonen uns alle nicht. Unser Reisebüro erwirtschaftet nicht genug, um davon zu leben. Also müssen wir neben der Arbeit bei Titanic Reisen anderswo arbeiten, um unseren Lebensunterhalt zu verdienen. Die Männer fuhren nachts Taxi, ich machte Nachtschichten im Krankenhaus. Nebenbei nahmen wir an IATA-Schulungen und weiteren Fortbildungen teil.

Jeder von uns hatte ein Telefon, von Computern war allerdings noch keine Spur. Am Freitag besprachen wir unseren Anrufbeantworter deshalb mit Dutzenden von Last-Minute-Angeboten.

Als wir eine IATA Lizenz bekamen, fuhr ich zu einer Ticketing-Schulung nach Seeheim – und war dort die einzige Teilnehmerin, die noch nie ein Ticket ausgestellt hatte. Auf dieser Schulung lernte ich Sandra Heck kennen, die damals bei Hapag Loyd arbeitete.

Wir erwirtschafteten 3 Mio DM Jahresumsatz.

# 1990

## Unser erster Großkunde bricht das Eis

Sandra verließ Hapag Loyd und stieg in unser Kollektiv ein. Dank eines Tipps von Kollegen aus dem Schenker Reisebüro nahmen wir an einer Ausschreibung des DED teil. Wir waren absolute Außenseiter – und klotzten richtig rein. In Nachtschichten saßen wir da und buchten im Akkord. Aus dem Malaysia-Urlaub flog Rainer für ein Wochenende nach Berlin zum Gespräch mit dem DED – und wir gewannen tatsächlich diese Ausschreibung. Ganz ehrlich: Ich bin bis heute stolz auf uns!

Unser erster Großkunde bedeutete den Durchbruch: Nun mussten wir bei den Airlines nicht mehr nach guten Konditionen fragen, denn jetzt kamen die Airlines zu uns und boten uns ihre „Graumarkttarife“, wie es damals noch hieß, an. Weil das Geschäft boomte, hatten wir mittlerweile auch die ersten Angestellten. Und mit Bellaciao Reisen gründeten wir unseren ersten eigenen Veranstalter.

Vietnam Airlines gratuliert zum

# 30-jährigen Jubiläum!



# 1993

## Der Erfolg frisst das Kollektiv – der Kollektivgedanke bleibt

Das Consolidator Geschäft wuchs so rasant, dass wir daraus eine eigene Firma machten. Die AER Reiseservice GmbH wurde gegründet, und war von Anfang an ein ganz reguläres Wirtschaftsunternehmen, kein Kollektiv mehr.

Titanic Reisen blieb ebenfalls auf Erfolgskurs, wir eröffneten unsere erste Filiale in Dahlem, in Laufweite zur Freien Universität.

# 1994

## Kreuzberg fackelt nicht lange

Unser wenige Monate vorher eröffnetes LCC Reisebüro am Südsternebrannt nach einem Brandanschlag aus. Das Consolidatorgeschäft wurde in die Privatwohnung von Rainer Klee verlagert, Titanic verkauft Reisen in der Oppelner Straße und in Dahlem.

# 1996 -1998

## Wir werden immer mehr

Wir eröffneten weitere Filialen in der Berliner Charité in Mitte, in der Neuköllner Hermannstraße und in der Zossener Straße in Kreuzberg.

# 1999

## Arbeitet doch, wo ihr wollt

Zwei Kolleginnen hatten genug von Laufkundschaft und arbeiten lieber als freie Mitarbeiterinnen und selbständige Reiseberaterinnen von zu Hause aus. Ein erfolgreiches Modell, heute haben wir alleine zwölf freie MitarbeiterInnen.

# SOUTH AFRICAN AIRWAYS

## Gratuliert AERTiCKET zum 30-jährigen Jubiläum

Wir fliegen Ihre Kunden täglich nonstop und über Nacht von Frankfurt und München nach Johannesburg und von dort aus gemeinsam mit unseren Partnern SA Express, Airlink und Mango zu den schönsten Urlaubs- und Geschäftsreisezielen im Südlichen Afrika.

**SAWUBONA – WILLKOMMEN AN BORD!**



**SOUTH AFRICAN AIRWAYS**

A STAR ALLIANCE MEMBER 



Im selben Jahr eröffneten wir eine weitere Filiale in der Kastanienallee im Prenzlauer Berg. Nahmen ATS als Gesellschafter auf und übernahmen damit deren Filiale am Kurfürstendamm. Allerdings am etwas weniger noblen Ende in Halensee...

# 2001

## Erfolg, der sich sehen lassen kann

Mit Eröffnung einer Filiale in der Grünberger Straße war unser Jahresumsatz von 3 Mio. DM 1998 auf und 40 Mio. Euro gewachsen. Mittlerweile hatten wir Airport Büros in Tegel, Tempelhof(!) und Schönefeld eröffnet und wieder geschlossen, neue Filialen dazu gekauft und andere schließen müssen. Und waren mit dem DED als Folge der Wiedervereinigung von Berlin-Kladow nach Bonn gezogen.

# 2008

## Über die Stadtgrenzen hinaus

Mit dem Kauf von „Vorne Sitzen“ holten wir ausgewiesene Spezialisten in Sachen Business- und First Class-Tarifen in unsere Reisebüro Kette.

# 2011

## Wir werden Teil eines größeren Systems

Mit dem Verkauf an die Raiffeisen Touristik Group GmbH ändert sich für unser Alltagsgeschäft: Nichts. Als erfolgreiches, mittelständisches Unternehmen unter dem Dach eines Konzerns durften wir weiterhin ziemlich selbständig unseren Geschäften nachgehen.

UNITED  
AIRLINES



A STAR ALLIANCE MEMBER 

It's time  
to celebrate.



© 2018 United Airlines, Inc. Alle Rechte vorbehalten.

*Wir gratulieren AERTICKET zum  
30 jährigen Firmenjubiläum.*

**2012**  
-2013

## Bundesweites Wachstum

In den beiden folgenden Jahren kamen drei Travel Overland Filialen und drei Reisebüros der Firma „High Fly“ in Hamburg dazu. Die Travel Overland Büros verkauften wir 2016 an Explorer Fernreisen.

**2017**

## Back to the Roots

Mit einem lachendem und einem weinenden Auge stimmte die RT Group dem Rückkauf zu und seit einem Jahr gehört Titanic Reisen wieder einigen der ursprünglichen Gründer.

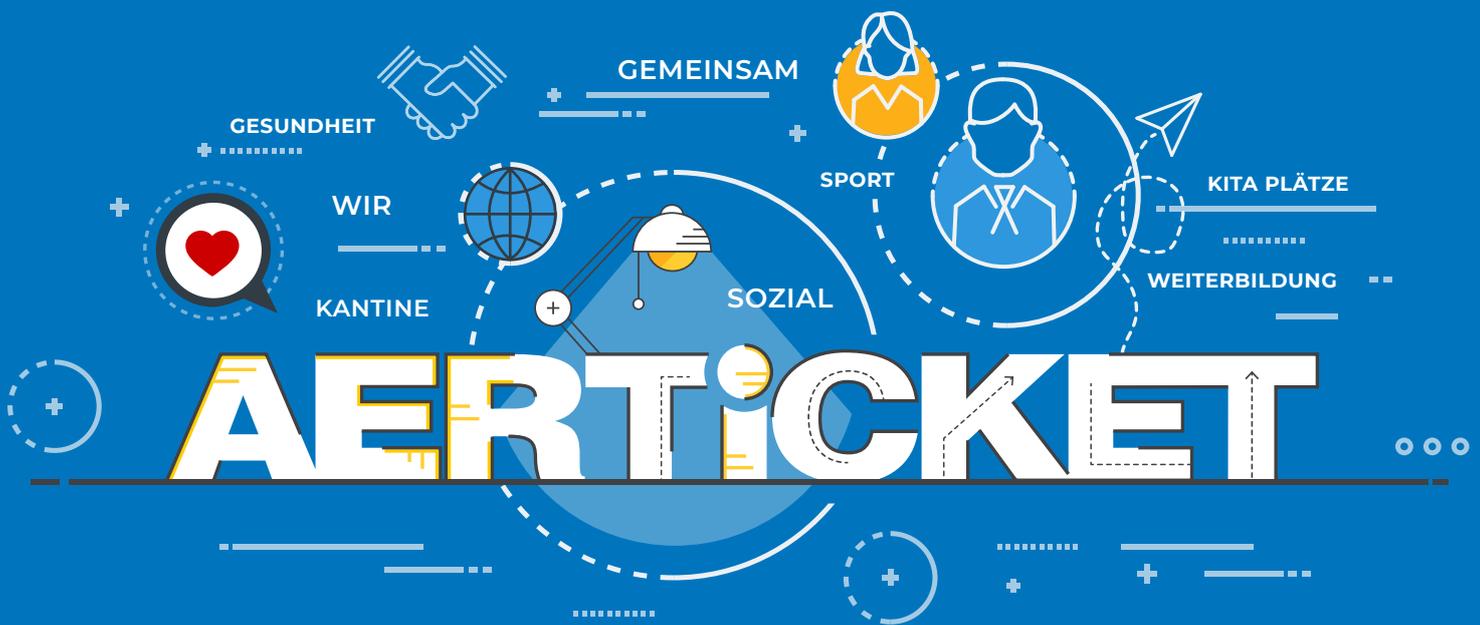
Heute haben wir neun Büros, 40 MitarbeiterInnen und machen 45 Mio Jahresumsatz.

**titanic  
reisen**



# LATAM Airlines wünscht alles Gute zum 30-jährigen Bestehen!

Entdecken Sie mit uns **über 120 Destinationen** in Lateinamerika.



# Unsere Mitarbeiter

Wir sind AERTiCKET

Es sind die Menschen, die unser Unternehmen voranbringen – durch ihren Einsatz und ihre Leistungsbereitschaft, ihr Know-how und ihre Kreativität. Für uns liegt es deshalb auf der Hand, dass wir ein Umfeld schaffen müssen, indem sich unsere Mitarbeiter optimal entfalten können.

Ein Arbeitgeber, der viel fordert, muss auch viel bieten. Deshalb unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, ihr Engagement im Beruf mit ihrer persönlichen Lebensplanung in Einklang zu bringen. Unser Angebot an Workshops und Seminaren zur Weiterbildung, zahlreiche gemeinsame Freizeitaktivitäten wie Museumsbesuche, Film oder Bowling-Abende sowie gemeinsame Ausflüge und Reisen, die Förderung von Kitaplätzen für die Kinder unserer Mitarbeiter, das kostenlose Mittagessen in unserer eigenen Kantine und zahlreiche gemeinsame Freizeitaktivitäten bis hin zu gemeinsamen Reisen sind unser Beitrag dazu.

A STAR ALLIANCE MEMBER 

**TAP**

**AIRPORTUGAL**

# HAPPY BIRTHDAY!

Wir gratulieren  
zum 30-jährigen  
Jubiläum



---

## Gut gebildet und gerüstet

Workshops, Seminare, Sprachkurse und Studium

Allen Mitarbeitern bieten wir die Möglichkeit, an einem Business Coaching teilzunehmen und bei Bedarf unsere betriebsinterne Mediation in Anspruch zu nehmen. In unseren Firmenräumen halten interne Dozenten regelmäßig Englischkurse in kleinen Gruppen mit individueller Förderung ab.

Betriebliche fachliche Weiterbildung ist eine Voraussetzung für qualifiziertes Arbeiten, wir fördern sie deshalb ausgesprochen gerne. Wer sich neben seinem Beruf durch ein Studium weiter bilden möchte, wird von uns dazu nicht nur ermuntert sondern auch finanziell unterstützt.

Führungskräfte sollen ihre Mitarbeiter inspirieren und motivieren und ihnen ein Vorbild sein. Um diesen Ansprüchen besser gerecht werden zu können, nehmen unsere Führungskräfte regelmäßig an Workshops teil. Wir bieten auch eigene Führungskräfte Seminare ausschließlich für Frauen an.

---

## Arbeitszeit ist Lebenszeit

Wir ermöglichen unseren Mitarbeitern, Beruf und Familie beziehungsweise Arbeiten und Leben in Einklang zu bringen. In unserem Unternehmen gibt es schon seit vielen Jahren ein flexibles Arbeitszeitmodell. Teilzeitarbeit ist in vielen Unternehmensbereichen möglich und in Absprache mit ihren Abteilungen haben schon erstaunlich viele AERler Sabbatmonate genommen.

Dank unserer langjährigen Kooperation mit einer prämierten Berliner Kindertagesstätte können die Kinder unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Nähe des Arbeitsplatzes oder des Wohnortes ihrer Eltern betreut werden. Zehn Plätze pro Jahr stehen dem AER-Nachwuchs garantiert zur Verfügung. Da es in unserem Unternehmen immer mehr junge Familien gibt, wird dieses Angebot von Jahr zu Jahr wichtiger.

---

## Gemeinsam geht es besser

Die gesellschaftlichen Höhepunkte des AERTICKET-Jahres sind die Betriebsausflüge und Firmenparties. Unsere stets am Freitag während der ITB in Berlin stattfindende Betriebsfeier ist jedes Jahr wieder ein rauschendes Fest und ein voller Erfolg. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus allen Filialen feiern gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern meistens bis in die frühen Morgenstunden. Unsere Betriebsausflüge führen uns jedes zweite Jahr in eine andere deutsche Stadt oder Region. 2017 erkundeten rund 150 AERlerInnen Halle an der Saale, 2014 waren wir in der Europastadt Görlitz/Zgorzelec, 2012 in Eisenach, Erfurt und Weimar.



# Happy 30!

Germania gratuliert AERTiCKET herzlich zum 30-jährigen Jubiläum und freut sich auf viele weitere Jahre erfolgreicher & partnerschaftlicher Zusammenarbeit.



---

## Sitzen ist das neue Rauchen

Sitzende Büroarbeit gilt als Gesundheitsrisiko – wir gehen deshalb bewusst dagegen an. Mehrmals pro Woche werden Massagen durch einen ausgebildeten Masseur angeboten, die sehr gefragt sind. Darüber hinaus gibt es schon seit vielen Jahren medizinische Vorsorgeuntersuchungen und Schutzimpfungen in unseren Firmenräumen. In unseren eigenen Sporträumen können unter Anleitung eines Fitnesscoaches Kurse in Yoga, Pilates und Selbstverteidigung belegt werden. Die Teilnahme an diesen Kursen ist umsonst.

Sehr beliebt ist auch das „Vibrationstraining“ bei dem jeweils zwei Kollegen unter Anleitung eines Trainers 20 Minuten auf einer vibrierenden Platte stehen und dabei individuelle Übungen machen. Die Übungen sind effizient – und die Trainingstermine oft schon für Wochen ausgebucht.

Seit zehn Jahren ist die firmeninterne Laufgruppe AERRUNNER aktiv, die bereits mehrfach erfolgreich an den jährlichen Firmenläufen in mehreren Städten teilgenommen hat. Einige Teilnehmer sind aktive Läufer, für andere zählt der Spaß an der gemeinsamen Aktivität. Um Geschwindigkeit alleine geht es bei den AERRUNNERn nämlich nicht. Bei uns kann jede/r mitlaufen, walken oder skaten. Seit fünf starten wir gemeinsam mit unseren Kunden durch! Die AERRUNNER treten bei den Firmenläufen in Berlin, Hannover, Hamburg, Leipzig und Frankfurt am Main an und haben nicht nur gemeinsam viel Spaß gehabt, sondern haben auch einige tausend Euro für gute Zwecke „erlaufen“. AERTICKET spendete nämlich für jeden aktiven Teilnehmer in einem der AERRUNNER Teams 100 Euro an soziale Projekte in der jeweiligen Stadt.

---

## Wer gut arbeitet, soll auch gut essen

Essen und Trinken hält bekanntlich Leib und Seele zusammen. Das gemeinsame Essen ist uns wichtig – und zwar seit der Gründung unserer Firma. In den ersten Jahren unseres Bestehens saßen noch alle Mitarbeiter gemeinsam um einen großen Tisch, dafür sind wir mittlerweile zu viele geworden. Aber gemeinsam gegessen und geredet wird bei uns immer noch in jeder Mittagspause.

In unserer schicken, geräumigen AERKANTiNA sorgen unsere beiden Köche für ausgesprochen gesunde und sehr leckere Mahlzeiten. Das hat sich herumgesprochen, Kunden und Geschäftspartner freuen sich schon darauf, wenn ihre Meetings bei uns in die Mittagszeit fallen und sie mitessen dürfen...

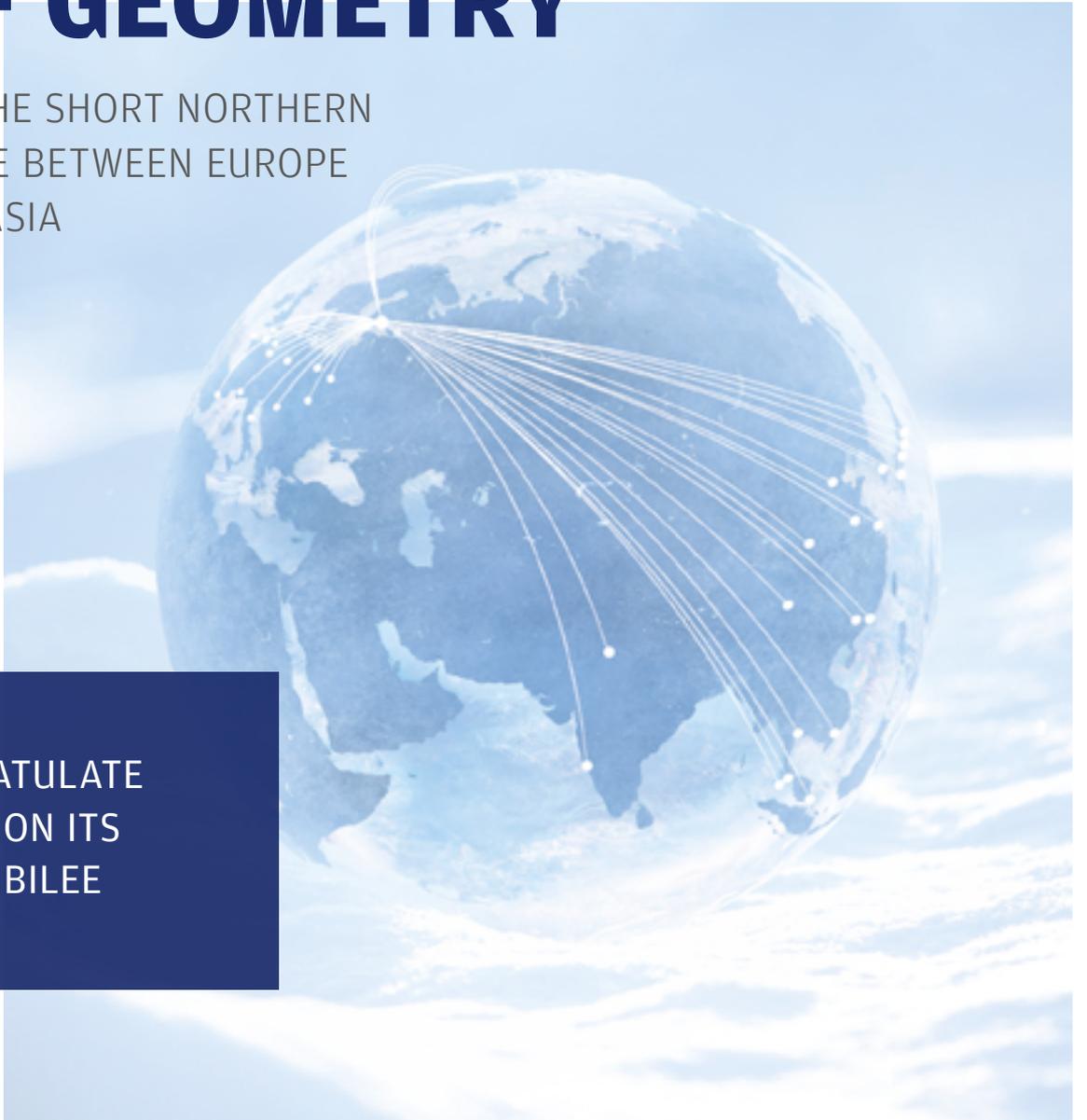
Wir lassen uns diesen gesellschaftlichen und kulinarischen Höhepunkt des Arbeitstages etwas kosten: Das tägliche Mittagessen ist für alle AERTICKET-Mitarbeiter umsonst.



# SAVING TIME IS A MATTER OF GEOMETRY

FLY THE SHORT NORTHERN  
ROUTE BETWEEN EUROPE  
AND ASIA

THE NORDIC WAY



WE CONGRATULATE  
AERTICKET ON ITS  
30-YEAR JUBILEE

Connect in the north at our Helsinki hub and save time when traveling between east and west. Fly the short northern route and enjoy our convenient transfers at Helsinki Airport.



**FINNAIR**

## Gut vertreten

Seit rund 15 Jahren engagiert sich die siebenköpfige Mitarbeitervertretung von AERTiCKET für einen fairen und vertrauensvollen Umgang miteinander und für die gute Zusammenarbeit in sämtlichen Teams und Abteilungen unseres Unternehmens. Die Mitarbeitervertreter fungieren in Verhandlungen mit der Geschäftsleitung als Partner und werden bei sämtlichen personellen Fragen mit einbezogen. Sie beraten und unterstützen ihre Kolleginnen und Kollegen und wirken im Bedarfsfall bei Diskussionen als Moderator.

## Gut ausgebildet

Seit stolzen 20 Jahren bildet AERTiCKET aus und deckt so den Bedarf an qualifizierten Nachwuchskräften. 2017 waren bei AERTiCKET 15 Auszubildende und zwei Studenten im dualen Studium beschäftigt. Insgesamt hat AERTiCKET bisher rund 120 junge Leute ausgebildet. Davon haben wir gut die Hälfte nach erfolgreich abgeschlossener Ausbildung übernommen.

Unsere Auszubildenden werden nach einer kurzen Einarbeitung in den regulären Arbeitsablauf integriert. Wir leiten sie dazu an, von Anfang an so selbstständig wie möglich zu handeln. Und wir erwarten von unseren Auszubildenden, dass sie sich unter Anleitung durch erfahrene Kolleginnen und Kollegen schnell das nötige fachliche und organisatorische Know-how aneignen, um anspruchsvolle Aufgaben gut zu meistern und Probleme selbstständig zu lösen.

Innerbetrieblicher Unterricht, ergänzend zur Berufsschule und zur Ausbildung in der Praxis, ist bei uns selbstverständlich. Dank ihrer guten Vorbereitung auf die Abschlussprüfung vor der IHK schneiden unsere Auszubildenden meist überdurchschnittlich gut bei den Prüfungen ab.

Das zahlt sich aus: Auch 2017 wurde AERTiCKET von der IHK als einer der besten Ausbildungsbetriebe Berlins ausgezeichnet.

Die intensive Zusammenarbeit mit der Berufsschule OSZ Lotis liegt uns am Herzen, unser Unternehmen ist aktives Mitglied des Fördervereins der Berufsschule.

## Die Zahlen zum Schluss

Im Dezember arbeiteten 233 Mitarbeiter für AERTiCKET. Der Altersdurchschnitt liegt bei stolzen 41 Jahren, die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt knapp acht Jahre.

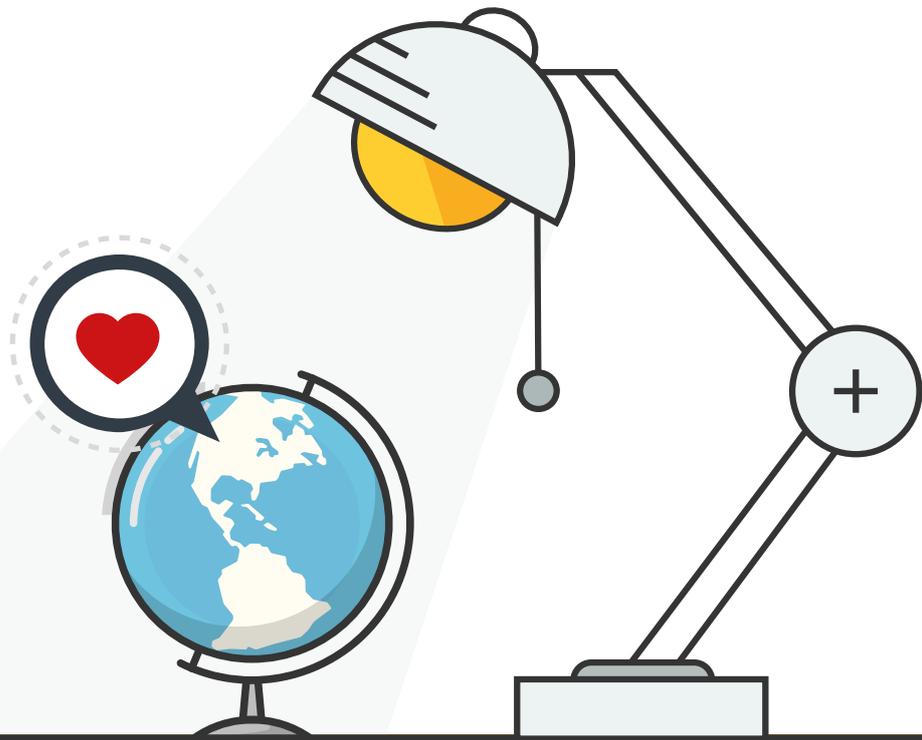
Bei uns arbeiten rund 65% Frauen, sie sind selbstverständlich auf allen Hierarchieebenen vertreten.



## We congratulate AERTiCKET on their 30 years jubilee

Have an extraordinary travel experience  
this summer onboard our modern aircraft:  
B777-300ER from Frankfurt or A330 from Munich





# Engagement

Für eine menschliche Welt

Zukunftsorientierte Unternehmenspolitik liegt für AERTICKET nicht ausschließlich in der Verfolgung wirtschaftlicher Ziele. Wir wollen im Rahmen unserer Möglichkeiten Verantwortung übernehmen und unseren eigenen Beitrag dazu leisten, Missstände zu bessern oder zu verhindern. Gesellschaftliches Engagement wird unter den herrschenden Umständen immer wichtiger, wir sehen es deshalb als wichtige Aufgabe.



Thai Airways gratuliert  
SMOOTH AS SILK zum  
30-jährigen Jubiläum



I FLY   
THAI



Als Unternehmen der Reisebranche fühlen wir uns gegenüber Menschen, die in Urlaubsgebieten leben, verantwortlich. Regionen wie Südostasien und Lateinamerika sind wegen der Schönheit und Vielfalt ihrer Natur und Kultur sehr beliebte Reiseziele. Leider sind für einige Touristen auch die Kinder dieser Länder verlockend. Mit der wachsenden Zahl von Reisen in diese Regionen steigt deshalb bedauerlicherweise auch das Risiko für Mädchen und Jungen, Opfer von sexueller Gewalt durch eben diese zu werden. Hier setzen wir an, denn wir nehmen es nicht hin, dass Menschen die Schönheit ihrer Heimat zum Verhängnis werden kann.

Gemeinsam mit Geschäftspartnern wie der AER Reisebüro Kooperation unterstützen wir daher das humanitäre Kinderhilfswerk terre des hommes. Dieser 1967 gegründete Verein fördert mehr als 450 Hilfsprojekte für notleidende Kinder in 29 Ländern der Erde. Um betroffenen Kindern zu helfen, unterstützt terre des hommes Initiativen vor Ort, die Aufklärungsarbeit leisten und praktische Hilfe für die kindlichen Opfer von Naturkatastrophen, Armut oder sexueller Ausbeutung bieten.

Bereits vor mehr als zehn Jahren haben wir diese Unterstützung zu einer festen Partnerschaft ausgebaut und gemeinsam mit terre des hommes das Projekt „Kinder in Reiseländern schützen“ ins Leben gerufen. Dieses Projekt fördert Hilfsprojekte in Thailand, Kambodscha, Indien und Chile, die den Opfern sexueller Gewalt eine neue Lebensperspektive ermöglichen. Es wendet sich aber auch direkt an die Öffentlichkeit weltweit, und zwar mit der klaren Botschaft, einzugreifen und Verbrechen an Kindern zu verhindern.

Seit vier Jahren sind wir zusätzlich eine direkte Kooperation mit terre des hommes eingegangen. Unser Ziel ist es, ausgewählte Projekte nachhaltig und vor allem längerfristig – über einen Zeitraum von mehreren Jahren – zu unterstützen. Im Fokus steht die Förderung von Bildungsprojekten für Kinder und Jugendliche in aller Welt, insbesondere in Lateinamerika. Alle Projekte werden von gemeinnützigen Organisationen vor Ort betrieben und in enger Zusammenarbeit mit diesen Organisationen von terre des hommes unterstützt.



## **Auch 2017 war es wieder RUNtastisch!**

Seit zehn Jahren gibt es bei AERTICKET eine firmeninterne Laufgruppe. Die AERRUNNER haben seitdem schon etliche Male erfolgreich an Wettläufen teilgenommen.

Seit fünf Jahren startete AERTICKET gemeinsam mit laufbegeisterten Kunden durch. AERRUNNER-Teams treten bei den Firmenläufen in Berlin, Hannover, Hamburg, Leipzig, Nürnberg, München und Frankfurt am Main an. Mitarbeiter und Kunden haben gemeinsam Spaß auf der Piste und „erlaufen“ nebenbei Spendengelder. AERTICKET spendet nämlich für jeden aktiven Teilnehmer in einem AERRUNNER Team 100 Euro an soziale Projekte in der jeweiligen Stadt.



# Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung

Erläuterungen

Die folgenden Zahlen und Kennzahlen beruhen auf den Jahresabschlüssen 2017 der AERTICKET GmbH, AERTICKET Consolidator Holding GmbH, AERTICKET Conso GmbH und Airfair Flugservice GmbH, im Folgenden AERTICKET Gruppe genannt.

## Vermögens- und Finanzlage

Das Vermögen der AERTICKET Gruppe hat sich im Jahr 2017 um 29,1 Mio. Euro auf 127,4 Mio. Euro erhöht. Diese Erhöhung resultiert im Wesentlichen aus Forderungen gegen verbundene Unternehmen. Demgegenüber haben sich die Verbindlichkeiten um 20,3 Mio. Euro und das Eigenkapital um 8,7 Mio. Euro erhöht.

Das Anlagevermögen verminderte sich um 1,4 Mio. Euro auf 42,1 Mio. Euro. Die Verminderung setzt sich zusammen aus Abschreibungen auf Softwarelizenzen (0,5 Mio. Euro), Anlagen im Bau (0,3 Mio. Euro), Grundstücke und Gebäude (0,1 Mio. Euro) sowie aus der Verringerung der Finanzanlagen (0,5 Mio. Euro).

Die flüssigen Mittel betragen jetzt 16,0 Mio. Euro (Vorjahr 18,2 Mio. Euro). Die Liquiditätslage ist unverändert gut. Die Gesellschaft konnte ihren Zahlungsverpflichtungen stets pünktlich nachkommen.

Die AERTiCKET Gruppe hat unverändert ein gezeichnetes Kapital von 2,0 Mio. Euro. Die Kapitalrücklage in Höhe von 15,9 Mio. Euro ist ebenfalls unverändert und resultiert im Wesentlichen aus der bereits in 2016 vorgenommenen Verschmelzung. Insgesamt beträgt das Eigenkapital – unter Berücksichtigung des Gewinnvortrages in Höhe von 7,3 Mio. Euro und des Jahresüberschusses aus 2017 in Höhe von 8,7 Mio. Euro – zum 31.12.2017 nunmehr 33,9 Mio. Euro. Relativ zur Bilanzsumme beträgt die Eigenkapitalquote 26,6% (Vorjahr 25,7%). Es wurde keine Ausschüttung in 2017 vorgenommen und der Jahresüberschuss in Höhe von 8,7 Mio. Euro wird auf neue Rechnung vorgetragen.

## Ertragslage

Zu den externen Herausforderungen zählten in 2017 zum einen die Airline Insolvenzen der Air Berlin/ Niki Gruppe Mitte August und Monarch Airlines sowie auch die Insolvenz des Reiseveranstalters JT Touristik. Ein Blick auf die Zahlen in 2017 verdeutlicht jedoch, dass die genannten Insolvenzen keine wesentlichen Auswirkungen auf die AERTiCKET Gruppe hatten. Die AERTiCKET Gruppe hat das internationale Geschäft auch in 2017 weiter und stetig ausgebaut und war/ist somit im Wettbewerb gut aufgestellt. Dies spiegelt sich auch anhand der gestiegenen Ticket- und Umsatzzahlen wider. Dies zeigt, dass das Geschäftsmodell selbst in gesamtwirtschaftlich herausfordernden Zeiten ein starker Motor ist, der Wachstum und Arbeitsplätze in der Gruppe sichert.

Die kumulierten Gesamtleistungen der AERTiCKET Gruppe betragen im Geschäftsjahr 82,4 Mio. Euro. Die Umsatzerlöse sind gegenüber dem Vorjahr um insgesamt rund 13,2 Mio. Euro auf 74,7 Mio. Euro gestiegen. Dies ist im Wesentlichen auf ein höheres Buchungsvolumen und dadurch in höherem Maße erzielten Airline- und GDS-Incentives zurückzuführen. Die sonstigen betrieblichen Erträge betragen nahezu unverändert 7,7 Mio. Euro.

Der Personalaufwand beträgt 13,1 Mio. Euro und ist aufgrund der Einstellung von 19 zusätzlichen Arbeitnehmer/-innen um 1,2 Mio. Euro gestiegen. Die AERTiCKET Gruppe beschäftigt jetzt 233 Mitarbeiter/-innen (ohne Geschäftsführung und Auszubildende). Die Summe der Aufwendungen (ohne Personal) beläuft sich auf 58,6 Mio. Euro. In diesem Zusammenhang sind im Wesentlichen die gezahlten Provisionen und Incentives (37,8 Mio. Euro) sowie die betrieblichen Kosten (18,6 Mio. Euro) zu nennen.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit betrug im Geschäftsjahr 10,7 Mio. Euro nach zuletzt 7,2 Mio. Euro in 2016. Die planmäßigen Abschreibungen sind infolge der getätigten Investitionen in das Anlagevermögen um 0,8 Mio. Euro gestiegen und betragen 2,0 Mio. Euro.

Die AERTiCKET Gruppe hat durch ihre Struktur, die finanziellen Rücklagen und die sich erweiternde Produktpalette und Internationalisierung beste Voraussetzungen, in den kommenden Geschäftsjahren weiterhin erfolgreich zu sein.

\*Die angegebenen Werte für 2016 und 2017 sind kumuliert dargestellt, d.h. sie sind nicht konsolidiert.

# BILANZ 2017

## Kennzahlen zur Gewinn- und Verlustrechnung\*

	31.12.2017		31.12.2016		Abw. +/-
	T€	%	T€	%	T€
Umsatzerlöse	74.694	90,6	61.454	89,3	13.240
sonstige betriebliche Erträge	7.724	9,4	7.365	10,7	359
<b>Gesamtleistung</b>	<b>82.418</b>	<b>100,0</b>	<b>68.818</b>	<b>100,0</b>	<b>13.599</b>
Personalaufwand	-13.112	15,9	-11.920	17,3	-1.192
Raumkosten	-1.053	1,3	-1.115	1,6	62
Versicherungen, Beiträge und Abgaben	-226	0,3	-301	0,4	75
gezahlte Provisionen und Incentives	-37.800	45,9	-31.207	45,3	-6.594
Fahrzeug-, Werbe- und Reisekosten	-879	1,1	-690	1,0	-188
sonstige betriebliche Aufwendungen	-18.607	22,6	-16.392	23,8	-2.215
Summe Aufwendungen (ohne Personal)	-58.565	71,1	-49.704	72,2	-8.861
<b>Summe Aufwendungen</b>	<b>-71.677</b>	<b>87,0</b>	<b>-61.625</b>	<b>89,5</b>	<b>-10.052</b>
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA)</b>	<b>10.740</b>	<b>13,0</b>	<b>7.194</b>	<b>10,5</b>	<b>3.547</b>
Abschreibungen	-2.045	2,5	-1.210	1,8	-835
<b>Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>	<b>8.695</b>	<b>10,6</b>	<b>5.983</b>	<b>8,7</b>	<b>2.712</b>
Finanzergebnis (Zinsen und Beteiligungen)	1.633	2,0	1.037	1,5	596
<b>Betriebsergebnis (EBT)</b>	<b>10.328</b>	<b>12,5</b>	<b>7.020</b>	<b>10,2</b>	<b>3.308</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie sonstige Steuern	-1.618	2,0	-1.108	1,6	-510
<b>JAHRESÜBERSCHUSS</b>	<b>8.711</b>	<b>10,6</b>	<b>5.913</b>	<b>8,6</b>	<b>2.798</b>

\*Die angegebenen Werte für 2016 und 2017 sind kumuliert dargestellt, d.h. sie sind nicht konsolidiert.

# BILANZ 2017

## Kennzahlen zur Vermögenslage\*

	31.12.2017		31.12.2016		Abw. +/-
	T€	%	T€	%	T€
<b>AKTIVA</b>					
<b>Anlagevermögen</b>					
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.584	1,2	2.407	2,4	-823
Sachanlagen	427	0,3	515	0,5	-88
Finanzanlagen	40.122	31,5	40.625	41,3	-504
<b>Summe Anlagevermögen</b>	<b>42.133</b>	<b>33,1</b>	<b>43.547</b>	<b>44,3</b>	<b>-1.415</b>
<b>Umlaufvermögen</b>					
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände (inkl. Abgrenzungsposten)	69.279	54,4	36.530	37,2	32.750
Liquide Mittel	16.016	12,6	18.244	18,6	-2.228
<b>Summe Umlaufvermögen</b>	<b>85.295</b>	<b>66,9</b>	<b>54.774</b>	<b>55,7</b>	<b>30.522</b>
<b>SUMME AKTIVA</b>	<b>127.428</b>	<b>100,0</b>	<b>98.321</b>	<b>100,0</b>	<b>29.107</b>
<b>PASSIVA</b>					
<b>Eigenkapital</b>					
Gezeichnetes Kapital	2.011	1,6	2.011	2,0	0
Kapitalrücklagen	15.940	12,5	15.940	16,2	0
Gewinnvortrag	7.269	5,7	1.356	1,4	5.913
Jahresüberschuss	8.711	6,8	5.913	6,0	2.798
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>33.930</b>	<b>26,6</b>	<b>25.220</b>	<b>25,7</b>	<b>8.711</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>					
Steuerrückstellungen und sonstige Rückstellungen	12.022	9,4	10.996	11,2	1.026
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.728	1,4	499	0,5	1.229
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	60.313	47,3	37.666	38,3	22.647
sonstige Verbindlichkeiten (inkl. Abgrenzungsposten und latente Steuern)	19.434	15,3	23.940	24,3	-4.506
<b>Summe Verbindlichkeiten</b>	<b>93.497</b>	<b>73,4</b>	<b>73.101</b>	<b>74,3</b>	<b>20.396</b>
<b>SUMME PASSIVA</b>	<b>127.428</b>	<b>100,0</b>	<b>98.321</b>	<b>100,0</b>	<b>29.107</b>

\*Die angegebenen Werte für 2016 und 2017 sind kumuliert dargestellt, d.h. sie sind nicht konsolidiert.

