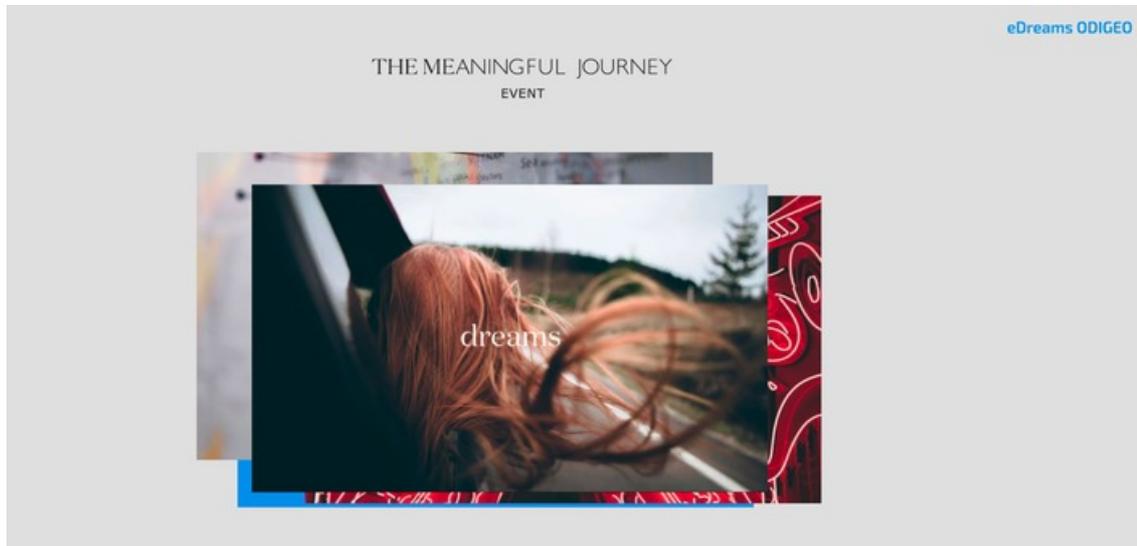


02.10.2018 – 17:00 Uhr

## Warum reisen wir? eDreams ODIGEO (Opodo, eDreams, Go Voyages, Travellink, Liligo) stellt die sechs emotionalen Motivationen hinter der Urlaubsreise vor



Hamburg (ots) -

Im Rahmen der sogenannten "The Meaningful Journey"-Initiative hat eDreams ODIGEO, das größte Online-Reiseunternehmen Europas, die emotionalen Motivationsgründe hinter dem Reiseverhalten der Europäer identifiziert. Die Analyse hat sechs Gruppen und 15 Emotionen miteinbezogen, die Reisende im Laufe eines Trips erleben - von der Inspirationsphase bis hin zur Rückkehr.

Die Ergebnisse der Studie The Meaningful Journey, die erste ihrer Art in Europa, wurde vergangene Woche in der Unternehmenszentrale in Barcelona einem internationalen Publikum vorgestellt. Dazu gehörten Live-Demonstrationen der neuesten Technologien, mit denen das Unternehmen die Bedürfnisse der Reisenden analysieren und so personalisierte Reiseerlebnisse anbieten kann.

Warum reisen die Europäer und warum reisen die Deutschen?

Unterschiedliche Motivationen beeinflussen, warum sich Reisende für einen bestimmten Ort entscheiden oder wie sie sich vor, während und nach ihrem Trip fühlen. Obwohl jeder Reisende einzigartig ist und die Gründe je nach Art der Reise variieren - z.B. lange Ferien im Vergleich zu Wochenendausflügen - lassen sich trotzdem sechs Reisetypen und deren emotionale Treiber identifizieren: Sucht Vergnügen (23%), Persönliche Verbindung (23%), Zugehörigkeitsgefühl (14%), Entspannung (15%), Kontrolle und Disziplin (13%) und Einzigartigkeit (12%).

Im internationalen Vergleich sind vor allem die südeuropäischen Länder (Italien, Spanien und Portugal) von der Suche nach dem größten persönlichen Vergnügen motiviert (6%, 24% bzw. 23%), während die nordischen Länder wie zum Beispiel Schweden (32%) aber auch Frankreich (26%) nach persönlichen Verbindungen suchen. In den Mittelmeerländern ist außerdem am häufigsten die Gruppe der Reisenden anzutreffen, die ein einzigartiges Erlebnis haben möchte. Die Deutschen suchen im Vergleich zum internationalen Durchschnitt mehr nach Entspannung im Urlaub.

Technologie, die die Reise optimiert

Auf der Veranstaltung stellte eDreams ODIGEO des Weiteren die neuesten Technologien vor, mit denen das Unternehmen die Bedürfnisse der Reisenden identifizieren und bedienen kann. Damit unterstreicht eDreams ODIGEO seinen Fokus auf Künstliche Intelligenz als strategischen Unternehmensbereich. Mithilfe der algorithmischen Analyse von aggregierten und anonymisierten Daten ist eDreams ODIGEO heute in der Lage, täglich mehr als 8 Milliarden Vorhersagen zu treffen, um individuellen Präferenzen zu entsprechen. Dank des maschinellen Lernens hat das System die Zeit, die es braucht, um den Kunden die verschiedenen Flugoptionen anzuzeigen, um 88 Prozent verringert.

Tatsächlich führen ein Drittel der Kunden mehr als eine Reisesuche durch. Meistens geht es dabei darum, verschiedene Termine zu testen und so den besten Preis zu finden. Diese Suchmuster kann eDreams ODIGEO jetzt in Echtzeit verstehen und mit einer Genauigkeit von 80 Prozent alternative Ergebnisse vorhersehen und anbieten, noch bevor ein Kunde die Anfrage überhaupt gestellt hat.

Außerdem hat das Unternehmen hochmoderne Lernalgorithmen eingeführt, ähnlich denen der autonomen Autos, die es dem

System ermöglichen, selbstständig zu lernen und sich automatisch an veränderte Umgebungen anzupassen. Diese Art von Algorithmus hilft eDreams ODIGEO, die Tests und schließlich Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen zu beschleunigen. Die 18,5 Millionen Kunden, die über die verschiedenen Marken - eDreams, Opodo, GO Voyages, Travellink oder Liligo - suchen und buchen, haben Zugang zu einem personalisierten Online-Erlebnis, das ihnen genau bietet, was sie brauchen, wann immer sie es brauchen, und ihnen hilft, dabei dabei Zeit und Geld zu sparen.

Dana Dunne, CEO von eDreams ODIGEO, erklärt: "Technologie ist der Schlüssel, um die Bedürfnisse und Entscheidungen der Reisenden zu verstehen. Und wie wir festgestellt haben, ist es ebenfalls entscheidend, nicht nur funktionale, sondern auch emotionale Auslöser einzubeziehen, um wirklich zu erfassen, was eine Reise für jeden Einzelnen sinnvoll macht. Dank dieser Studie und einem besseren Verständnis der verschiedenen emotionalen Motive, das wir dank künstlicher Intelligenz und User Experience generieren konnten, können wir unser Angebot weiter verfeinern und optimieren. Wir wollen auch in Zukunft sicherstellen, dass wir unseren Kunden ein wirklich personalisiertes Reiseerlebnis bieten, das es ihnen ermöglicht, mehr von der Welt zu sehen."

Weitere Informationen über die Studie zur Reisemotivation, der emotionalen Reise und den Technologien zum Verständnis der Reisenden finden Sie auf der folgenden Microsite: [www.themeaningfuljourney.com](http://www.themeaningfuljourney.com)

Inspiration gibt es ebenfalls in einem einzigartigen Video: <https://www.youtube.com/watch?v=fFWbQ4rt3XE>

Kontakt:

Burson Cohn & Wolfe GmbH  
Susan Wolters  
Tel.: 069 - 23809 27  
Mail: [edreamsodigeo@bm.com](mailto:edreamsodigeo@bm.com)

#### Medieninhalte



*The Meaningful Journey - eDreams ODIGEO 2018 / eDreams ODIGEO (Opodo, eDreams, Go Voyages, Travellink, Liligo) stellt die sechs emotionalen Motivationen hinter der Urlaubsreise vor. Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/101081](http://www.presseportal.de/nr/101081) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Opodo Deutschland/edreamsodigeo.com"*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100050024/100820584> abgerufen werden.