

[Home](#) / [News](#)
Travelport

KAMPAGNE ZUR UNTERSTÜTZUNG VON FLUGREISENDEN MIT GEISTIGER BEHINDERUNG

TOURISTIK, TECHNOLOGIE
06.03.2019

Unternehmen macht in Smartpoint auf den Spezial-Code bei Flugbuchungen aufmerksam – Kampagne anlässlich der Special Olympics World Games in Abu Dhabi erreicht weltweit 100.000 Reisebüromitarbeiter



Team Jordan arriving at the Special Olympics MENA Games 2018

© Andreas Schaad

Touristikkalender Aktuelles E-Paper

Alle Termine der Branche auf einen Klick.


traveller
20 | 2019


ZUM KALENDER HINZUFÜG

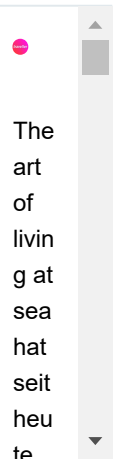
Travelport, eine führende Travel Commerce Plattform, hat eine weltweite Kampagne zur Steigerung der Bekanntheit und Nutzung des Special-Service-Request-Codes (SSR) DPNA¹ bei Flugbuchungen gestartet. Mit dem Code können Reisebüromitarbeiter und andere Nutzer sogenannter GDS, also globaler IT-Systeme zur Reservierung und Buchung von Reiseleistungen, die Airline auf eine geistige Behinderung der Reisenden und einen damit verbundenen zusätzlichen Bedarf an Unterstützung hinweisen. Anlass der Kampagne sind die Special Olympics Weltspiele 2019, die vom 14. bis 21. März in Abu Dhabi stattfinden.

ADVERTISING

TWEETS

VON

@DER_TRAVELLER



The
art
of
livin
g at
sea
hat
seit
heu
te

Einbetten

Auf
Twitter
anzeigen

Die Notwendigkeit einer solchen Kampagne machen Untersuchungen von Travelport zur Nutzung des SSR-Codes deutlich. Von den 250 Millionen Flugbuchungen, die 2018 über Travelport vorgenommen wurden, wurde der Code nur in 4.309 Fällen genutzt. Dies entspricht einem Anteil von 0,0015 Prozent, während zugleich rund 2,6 Prozent der Bevölkerung weltweit und damit etwa 200 Millionen Menschen eine geistige Behinderung haben. Von 136 Reisebüromitarbeitern, die von Travelport zu dem Thema befragt wurden, war die Existenz des Codes DPNA lediglich 24 Prozent bekannt.

Special Service Request Codes werden in der Luftfahrt genutzt, um besondere Bedürfnisse von Reisenden an die Airlines zu übermitteln, beispielsweise der Bedarf an einem Rollstuhl. Dabei handelt es sich um vierbuchstellige Codes, die vom Weltluftfahrtverband IATA definiert werden. Zum besseren Verständnis für die Airline wird der Code DPNA um zusätzliche frei formulierte Beschreibungen der individuellen Bedürfnisse ergänzt. Sobald eine IATA Mitglieds-Airline eine Buchung mit diesem Code erhält, ist eine Bestätigung des Codes verpflichtend. Informationen zur Nutzung des Codes stehen zudem unter www.travelport.com/travelunified zur Verfügung.

Kampagne erreicht international mehr als 100.000 Reisebüromitarbeiter

Mit der sechsmonatigen Kampagne erreicht Travelport mehr als 100.000 Reisebüromitarbeiter in 30 Ländern. Sie umfasst sogenannte Electronic Direct Mails (EDMs) und Infomeldungen sowie grafische Hinweise in der Buchungsoberfläche Travelport Smartpoint. Reisebüromitarbeiter nutzen Smartpoint um Flüge, Hotelzimmer und mehr zu recherchieren und zu buchen. Die EDMs und Infomeldungen werden global angezeigt, die grafischen Hinweise hingegen während des Buchungsprozesses, sobald ein Flug zu einer von mehr als 30 der meistfrequentierten Destinationen weltweit gebucht wird. Das Gleiche gilt für alle Flüge, die in die Vereinigten Arabischen Emirate führen, das Gastland der Special Olympics Weltspiele 2019.

Für die Anzeige der Hinweise nutzt Travelport Flächen und Tools, die sonst von Werbekunden gebucht werden können. Bis zum Ende der Kampagne am 31. August 2019 nutzt Travelport Anzeigenraum im Gegenwert von 100.000 US-Dollar für die Kampagne. Die Inhalte der Kampagne werden damit insgesamt mehr als 3,5 Millionen Mal angezeigt.



Gordon Wilson, President and Chief Executive Officer von Travelport, sagte: „Reisen kann für Menschen, die besondere Unterstützung benötigen, mitunter eine große Herausforderung sein. Als wir herausfanden, wie wenig der SSR-Code DPNA genutzt wird, entschlossen wir uns zum Handeln. Unser Point of Sale, Travelport Smartpoint, ist mit seiner grafischen Gestaltung und den Eingabeaufforderungen der perfekte Kanal, um Reisebüromitarbeiter weltweit auf die Existenz dieses Codes hinzuweisen und sie an dessen Nutzung zu erinnern. So können sie gemeinsam mit unseren Airline-Kunden das Reisen für Menschen mit Behinderung angenehmer gestalten. Wir hoffen, dass diese Kampagne nicht nur Einfluss auf die Reisebranche hat, sondern auch andere Unternehmen und Organisationen dazu bringt, Möglichkeiten zu prüfen, wie Menschen mit geistiger Behinderung unterstützt und Verbesserungen geschaffen werden können.“

■ *Linda Pistagno, External Affairs Manager der IATA, sagte: Wir haben*

Linda Cristagno, External Affairs Manager bei IATA, sagte: „Wir haben den SSR-Code DPNA eingeführt, um Menschen mit geistiger Behinderung zu unterstützen. Wir freuen uns sehr, dass Travelport diese Kampagne gestartet hat, und rufen alle unsere Mitglieds-Airlines und Reisebüros dazu auf, diesen und alle anderen IATA-Codes, die im Zusammenhang mit Behinderungen stehen, zu nutzen, so dass jeder Reisende jederzeit angemessene Unterstützung erhält.“

Linda Celestino, Vice President, Guest Service and Delivery bei Etihad Airways, sagte: „Als offizielle Partner-Airline der Special Olympics World Summer Games 2019 sind wir stolz darauf, die Nutzung des DPNA Special Service Request zu fördern. Dies hilft unseren Mitarbeitern an den Flughäfen und an Bord der Maschinen sehr bei der Unterstützung von Menschen mit Behinderung. Als Vorbereitung für die Teams, die anlässlich der Special Olympics im Netzwerk von Etihad reisen, wurden unsere Mitarbeiter zudem besonders darin geschult, wie sie Gästen mit geistiger Behinderung am besten assistieren können.“

Dr. Yousef Al Hammadi, Chief Intelligence Officer der Special Olympics World Games Abu Dhabi 2019, sagte: „Es ist toll zu sehen, dass Unternehmen wie Travelport sich von den Werten der Special-Olympics-Bewegung inspirieren lassen und innovative Lösungen schaffen, um den Alltag und die Lebensqualität von Menschen mit Behinderung zu verbessern. Die World Games sind ein Katalysator für Wandel, und diese Initiative ist ein großartiges Beispiel, wie wir Inklusion auch über die Spiele hinaus fortführen können.“

Die Special Olympics World Games 2019 feiern die Fähigkeiten und Errungenschaften von Menschen mit geistiger Behinderung und sollen weltweit Akzeptanz fördern. Hinsichtlich der Anzahl der teilnehmenden Nationen und Athleten, der Qualität der Wettkampfstätten und der Einbeziehung von Gastland und -stadt liegt die Veranstaltung gleichauf mit klassischen Olympischen Spielen. 7.000 teilnehmende Athleten repräsentieren bei den Spielen 170 Nationen, so viele wie nie zuvor. Ihre Fähigkeiten und ihre Entschlossenheit werden sie in 24 Disziplinen unter Beweis stellen. 500.000 Zuschauer werden vor Ort erwartet, Millionen weiterer Fans weltweit werden die Wettkämpfe verfolgen.

¹ Die IATA-Abkürzung steht für „Disabled Passenger with Intellectual or Developmental Disability Needing Assistance“.

traveller Branchenabend 2019 Instagramfeed



TEILEN: [Facebook](#) | [Twitter](#) | [WhatsApp](#) | [E-Mail](#)

Thomas Cook

Cook's Club City Beach Rhodes

Boutique Flair: Thomas Cook eröffnet Cook's Club City Beach Rhodes.

Hotel 14.08.2019

Czech Tourism

Neue UNESCO-Weltkulturerbestätten

Das deutsch-tschechische Erzgebirge und das Gestüt Kladruby nad Labem in Ostböhmen bereichern als jüngste UNESCO-Kulturerbestätten das...

Destination 14.08.2019

ÖAMTC

Höhere Verkehrsstrafen in Kroatien

Bis zu 2.700 Euro Strafe oder Gefängnis drohen – Reaktion auf dramatische Unfallstatistik.

Auto & Bahn 14.08.2019

ROBINSON CLUB CABO VERDE

Immer Sonne. Immer Wellen. Immer was los!

Surfen, Kiten, Beachlife, Partytime... ROBINSON hat eine bestehende Anlage im Süden der

sonnenverwöhnten

FTI

Drei neue Magaloge

Reisebroschüren im trendigen Magazin-Stil sind bei FTI-Kunden en vogue. Ab August finden Urlaubshungrige in den Reisebüros die neuen Magaloge des...

Uganda

Erhöhung der Genehmigungspreise

Ugandas Wildtier Behörde erhöht die Preise der Genehmigungsbescheinigungen.