

KAMPAGNE ZEIGT ERFOLG

VERANSTALTER

30.09.2019

Ermutigende Ergebnisse zum Welttourismustag: Kampagne für Unterstützung von Menschen mit geistiger Behinderung auf Flugreisen zeigt Erfolg – Durch Initiative von Travelport verdoppelt sich Nutzung spezieller Buchungscodes nahezu – Aufklärungskampagne Travel United bis mindestens Jahresende verlängert.



Die Nutzung einer speziellen Buchungsfunktion, mit der Reisebüromitarbeiter den Airlines besondere Bedürfnisse von Passagieren mit geistiger Behinderung mitteilen können, hat sich seit dem Start einer globalen Aufklärungskampagne des Reisetechologieunternehmens Travelport nahezu verdoppelt. Weltweit stieg der Wert¹ im Vergleich zum Vorjahr um 89 % an, in Europa liegt der Wert mit 94 Prozent leicht darüber. In Asien und Afrika wurden Steigerungen von 273 % beziehungsweise 259 % verzeichnet. In Ozeanien wuchs der Wert um 22 %, in Nord- und Südamerika waren kaum Veränderungen festzustellen.

Sogenannte Special Request Codes (SSR) werden in der Luftfahrt genutzt, um den Fluggesellschaften spezielle Wünsche oder Anforderungen der Reisenden zu übermitteln. Die hierfür verwendeten vierbuchstabigen Codes sind von der International Air Transport Association (IATA) definiert. Unter anderem mit dem SSR-Code DPNA² können Reisebüromitarbeiter Airlines darauf hinweisen, wenn Reisende aufgrund einer Behinderung Hilfe benötigen. Viele Fluggesellschaften, Flughäfen und Hotelketten verfügen über besondere Programme, mit denen sie auf individuelle Bedürfnisse eingehen können, sofern sie rechtzeitig informiert werden.

Travelport hatte die Kampagne **Travel Unified** im März 2019 gestartet, nachdem Untersuchungen des Unternehmens ergeben hatten, dass der Code im GDS³ von Travelport außergewöhnlich selten verwendet wird. Eine Umfrage unter Reisebüroorganisationen und Gespräche mit NGOs ergaben, dass dies vermutlich an der fehlenden Bekanntheit des Codes lag.

Im Rahmen der Kampagne informierte Travelport hunderttausende Reisebüromitarbeiter weltweit mehr als zehn Millionen Mal mit Benachrichtigungen nach der Anmeldung im System Travelport Smartpoint sowie mittels grafischer Aufforderungen. Mit Travelports IT-Anwendung für Verkaufsstellen suchen und buchen Reisebüromitarbeiter unter anderem Flugtickets und Hotelzimmer. Die Flächen, die Travelport für die Hinweise nutzte, werden üblicherweise als Werbefläche an Reiseanbieter wie Fluggesellschaften und Hotels verkauft.

Der aus den Vereinigten Arabischen Emiraten stammende Vlogger **Khalid Al Ameri** hatte darüber hinaus die positive Erfahrung seiner Familie auf einer Reise nach Bahrain mit Etihad Airways in einem Video dokumentiert. Der SSR-Code DPNA war bei der Buchung seines Sohnes, der im Autismus-Spektrum lebt, angewendet worden. Das **Video** wurde seit seiner Veröffentlichung am Welt-Autismus-Tag mehr als sechs Millionen Mal angesehen, 100.000 Mal geteilt und erhielt 10.000-fachen Zuspruch.

Fiona Shanley, Chief Customer and Marketing Officer bei Travelport, sagte: „Unserem Unternehmen geht es darum, die beste Technologie zu entwickeln, um den Kauf und das Management von Reisen kontinuierlich zu verbessern, und zwar für alle Beteiligten. Die Bekanntheit der Möglichkeiten zur Unterstützung von Menschen mit besonderen Bedürfnissen zu erhöhen, liegt uns sehr am Herzen. Die bisherigen Ergebnisse bestärken uns, und mit der Entscheidung, die Kampagne Travel United bis mindestens Ende des Jahres 2019 auszudehnen, werden wir noch mehr Reisende und Reisebüromitarbeiter erreichen. Wir rufen alle Fluggesellschaften, Flughäfen, Hotels und andere Partner aus der Reisebranche dazu auf, noch mehr dafür zu tun, dass alle das Reiseerlebnis bekommen, das sie verdient haben, auch die 200 Millionen Menschen weltweit mit geistiger Behinderung.“

Linda Ristagno, External Affairs Manager bei der IATA, sagte: „Flugreisen sind integraler Bestandteil der Mobilität in der heutigen Welt, und alle Menschen mit Behinderung – ob von außen erkennbar oder nicht – sollten die Möglichkeit haben, sicher, verlässlich und ihren Bedürfnissen angemessen zu reisen. Mit der Verabschiedung der IATA AGM-Resolution im Juni verpflichteten sich unsere Mitglieds-Airlines, Flugreisen für die geschätzt eine Milliarde Menschen mit einer Behinderung auf der Welt zu verbessern. Die Aufklärungskampagne Travel Unified ist ein hervorragendes Beispiel dafür, wie ein Unternehmen in diesem Bereich die Initiative ergreift, und sie erinnert uns alle daran, dass Reisen mit einem simplen vierbuchstabigen Code verbessert werden können. Der korrekte Einsatz von DPNA gibt den Fluggesellschaften die notwendigen Informationen, die sie benötigen, um Passagiere mit geistiger Behinderung zu unterstützen. Wir bestärken die Reiseindustrie, weiterhin Aufmerksamkeit für diesen Code zu schaffen, und möchten, dass Passagiere mit Behinderung wissen, dass sie an Bord stets willkommen sind.“

¹ Für die Analyse wurden Daten von Travelport genutzt. Der SSR-Code DPNA steht in allen Globalen Distributionssystemen zur Verfügung.

² Die offizielle Beschreibung des SSR-Codes DPNA der IATA lautet: „Disabled Passenger with Intellectual or Developmental Disability Needing Assistance“. Der Code muss mit zusätzlichen Angaben im Freitext versehen werden, so dass die Fluggesellschaft den konkreten Bedarf versteht. Erhält eine IATA-Mitglieds-Airline eine Buchung mit dem Code, ist eine Bestätigung zwingend erforderlich.

³ GDS sind hochtechnologische Reservierungsnetzwerke, mit denen Reisebüromitarbeiter, Geschäftsreisebüros und große Unternehmen Flugtickets, Hotelzimmer, Mietwagen und andere reiserelevante Leistungen suchen und buchen können.

Weitere Informationen finden Sie unter www.travelport.com

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