

Die Kunden gestalten mit

Wie **Iso Travel Solutions** seine modulare Travel-Tech-Plattform für das komplexer werdende Veranstalter-Geschäft ausbaut.

JOCHEN EVERSMEIER

Zur ITB 2026 präsentierte Iso Travel Solutions einen ganzen Strauß neuer Anwendungen: das Preisoptimierungstool Yield-up, Agentic AI für KI-gestützte Beratung und perspektivisch für Buchungen sowie einen MCP-Server zur Anbindung von KI-Modellen. Parallel wurden die Kernsysteme Pacific und Atlantic sowie die IBE und die Caching-Plattform Fastsearch ausgebaut.

Welche Strategie dahintersteht, erklärten die Manager Moritz Goeb, Markus Kretschmer, Helge Moser und Johannes Reichel im Gespräch mit fw | TravelTalk in der Zentrale der Iso-Gruppe in Nürnberg. Zu dieser gehört der Traveltech-Anbieter Iso Travel Solutions.

WACHSTUM MIT PROJEKTEN UND NEUEN KUNDEN

Zu den Touristikkunden zählen der Direktveranstalter Trendtours und der Freizeitparkbetreiber Merlin Entertainment, der beispielsweise für Legoland-Parks das Reservierungssystem Pacific nutzt. Aktuell steht

die Traveltech-Firma vor einem Wachstumsschub: „Für 2026 erwarten wir im touristischen Segment rund 20 Prozent mehr Umsatz als im Vorjahr“, kündigt Markus Kretschmer, Prokurist und Vertriebsleiter von Iso Travel Solutions, an.

Treiber sind Projekte für neue Kunden, darunter der österreichische Veranstalter Eurotours, der Busreiseprozessor Polster & Pohl aus Leipzig und der Eventreise-Anbieter Beyond Hospitality. Ein großer Airline-Veranstalter kann namentlich noch nicht genannt werden, auch wenn das Projekt bereits seit Jahresanfang läuft.

Die Vertriebszyklen für eine vollständige Veranstalter-Lösung dauern Kretschmer zufolge oft ein Jahr – manchmal auch länger. Die Einführung erfolgt schrittweise innerhalb von 6 bis 18 Monaten.

Grundlage ist ein projektgetriebenes Geschäftsmodell. „Modulare Branchenlösungen mit individueller Anpassung“, so fasst Moritz Goeb,



Touristik in der DNA

Die **Iso-Gruppe** ist ein international tätiger IT-Dienstleister, gegründet 1979 von Harald Goeb im Umfeld des damaligen Reservierungssystems Start, später Teil von Amadeus. Die Touristik gehört damit schon immer zur DNA der Firma. Heute beschäftigt die inhabergeführte Gruppe mehr als 700 Mitarbeiter und erzielte 2025 einen Umsatz von 156 Mio. Euro. Neben Travel Tech entwickelt Iso Software für Airlines und 84 Flughäfen weltweit, für die öffentliche Verwaltung, Medizintechnik und Datenqualität in SAP.

Die Tochter **Iso Travel Solutions** wurde 2003 gegründet und fokussiert sich auf Travel Tech. Rund 120 Mitarbeiter arbeiten an sieben Standorten. Das Unternehmen entwickelt **Reservierungssysteme** wie Pacific und Atlantic sowie **E-Commerce-Lösungen** wie IBE und das **CMS Travel-Web**. Der Ansatz: ein leistungsfähiger Software-Kern, der an die Anforderungen des Kunden angepasst wird.



Hausbesuch bei Iso Travel Solutions in Nürnberg:
(von vorne nach hinten) Moritz Goeb, Markus Kretschmer, Johannes Reichel und Helge Moser.

Geschäftsführer von Iso Travel Solutions sowie Finanzchef der Iso-Gruppe und Sohn des Gründers Harald Goeb, den Ansatz zusammen.

Innovationen folgen bei Iso Travel Solutions einem klaren Prinzip: Der Anbieter entwickelt keine vollständig fertigen Standardlösungen, sondern setzt auf einen stabilen Systemkern, der im Projekt mit einem konkreten Kunden erweitert wird.

INNOVATIONEN ENTSTEHEN IM KUNDENPROJEKT

„Der Kunde entwickelt seine Lösung ein Stück weit mit“, erklärt Helge Moser, Director Business Development. Goeb ergänzt: „Der Systemkern ist da. Aber wir schauen uns genau an, wie und wofür will dieser spezifische Kunde unser System nutzen.“ Zentral für die Kundengewinnung, so Kretschmer, sei die Fähigkeit, hybride Einkaufsarchitekturen abzubilden. Der Grund: Veranstalter kombinieren zunehmend eigenes Inventory mit externen Quellen wie Aggregatoren oder Direktanbindungen.

„Sobald ein Veranstalter eigenes Inventar hat, kommt er mit Systemen, die nur dynamisch paketieren, nicht mehr zurecht – und umgekehrt“, erklärt Johannes Reichel, Vertriebs- und Marketing-Chef der Iso-Gruppe. Das Problem: Viele Systeme im Markt sind bislang entweder auf eigenes Inventar oder auf dynamische Paketierung ausgerichtet.

„Genau diese Intelligenz, beides zu kombinieren, ist gefragt“, so Markus Kretschmer. Veranstalter müssten flexibel reagieren – etwa wenn eigene Kontingente für gut laufende Reisen ausverkauft sind, um mit dynamisch paketieren Angeboten nachzulegen, oder wenn extern erhältliche Reiseleistungen günstiger werden als die eigenen Kontingente.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf den Produktdefinitionen. Klassische Prozesse wie etwa das Stammdatenmanagement seien weiter stark manuell geprägt. „Dieser Prozess muss stärker automatisiert werden“, erklärt Moser.

Als weitere zentrale Anforderungen nennt Iso individualisierbare Reisepakete und die Integration margenstarker Zusatzleistungen. Hinzu kommen dynamische Vertragsmodelle im Hoteleinkauf sowie KI-gestützte Automatisierung im Backend und Frontend, um Prozesse zu skalieren, Mitarbeiter zu entlasten und die Chancen des aufkommenden Agentic Travel Commerce zu nutzen.

Technisch stützt sich Iso dabei auf mehrere Kernprodukte. Das Reservierungssystem Pacific bildet das Fundament für klassische Veranstalter-Prozesse. Atlantic adressiert dynamische Paketierung. Fastsearch sorgt als Cache für schnelle Verfügbarkeit von Angebotsdaten.

KI ALS STRATEGISCHER ENTWICKLUNGSSCHRITT

Im E-Commerce kommen die Internet Booking Engine (IBE) und das touristische Content-Management-System Travel-Web zum Einsatz. Zusammen entsteht eine Plattform, die den gesamten Prozess von der Produktion einer Reise bis zum Vertrieb modular abdeckt.

Daneben investiert Iso Travel Solutions „substanziell in KI“. Im Bereich Agentic Commerce sieht das Tech-Unternehmen noch Herausforderungen, hat aber bereits zur ITB einen MCP-Server sowie einen Chatbot vorgestellt, mit dem die Reiseprodukte aus Pacific KI-gestützt gesucht und gebucht werden können.

Bereits im Testbetrieb ist dagegen Yield-up, eine durch Business Intelligence (BI) und künstliche Intelligenz (KI) gestützte Lösung für das Yield Management. Das System unterstützt Nachfrageprognosen, Preisoptimierung und Upselling. Ziel ist eine datenbasierte Steuerung von Kapazitäten und Margen.

Für den Agentic Travel Commerce geht es noch um weit mehr: Alle Komponenten einer Reisebuchung wie Inhalte, Zahlungsabwicklung und Identitätsmanagement müssen sicher verbunden werden. Diesen Weg will Iso gemeinsam mit seinen Kunden gehen.