



Tal Tandem



21. Juli 2026

AGENDA

01

BEGRÜSSUNG & EINSTIEG INS THEMA

Bürgermeister Joachim Fritz, Vorständinnen Justina Rokita & Sandra Brutscher

02

IMPULSVORTRAG · Benjamin Buhl & Regina Rist (netzvitamine)

Trends & Nachfrageentwicklung · Neue Leistungsanbietervereinbarung · Fragen & Antworten

PAUSE

Zeit für Getränke, Snacks und Gespräche

03

THEMENTISCHE

Vier Tische à 15 Minuten · Wechsel gemeinsam in der Gruppe

04

FRAGEN & AUSTAUSCH

Offener Ausklang für individuelle Rückfragen

Mehr als eine Website. Ein gemeinsamer Vertriebskanal.

Unser Provisionsmodell: Wie wir gemeinsam Gäste gewinnen
und warum sich das für Ihren Betrieb lohnt.



Wohin die Provisionen fließen.



Jede Buchung zahlt doppelt ein: in die Technologie von morgen und in die Destination von morgen.

Zwei Wege zur Buchung → ein klarer Unterschied

Internationale Buchungsplattformen

- In der Regel 15–25 % Provision
- Wertschöpfung fließt aus der Region ab
- Kein direkter Gästekontakt, kaum Gästedaten
- Austauschbare Darstellung neben tausenden Zielen
- Konditionen und Regeln bestimmt die Plattform

Kleinwalsertal-Website

- Faire Provision – bleibt zu 100 % in der Destination
- Jeder Euro wird in Marketing & Technologie reinvestiert
- Direkter Gästekontakt und Gästedaten für Ihren Betrieb
- Ihr Betrieb im authentischen Umfeld der Marke Kleinwalsertal
- Konditionen gestalten wir gemeinsam vor Ort

Vertrieb kostet immer. Der Unterschied ist, wohin das Geld fließt und was es bewirkt.

Die Kleinwalsertal Website verbindet:



Eine starke Marke

Wir schaffen Sichtbarkeit und Begehrlichkeit für unsere Destination.



Professionelles Marketing

Kampagnen, Content, PR und digitale Kommunikation schaffen Reichweite.



Moderne Buchungstechnologie

Ein einfacher und komfortabler Buchungsprozess für unsere Gäste.



Kontinuierliche Weiterentwicklung

Wir investieren laufend in Innovation, Digitalisierung und neue Vertriebschancen.



Gemeinsame Wertschöpfung

Jede Buchung stärkt Ihren Betrieb und unsere Destination.

Ein Kanal: fünf Leistungen, von denen jeder Betrieb profitiert.

Gemeinsam schaffen wir Reichweite.
Gemeinsam schaffen wir Buchungen.
Gemeinsam schaffen wir Zukunft.



Der Gast steht im Mittelpunkt und mit ihm der gemeinsame Erfolg unserer Betriebe und unserer Destination.

18 Monate. Gemeinsamer Beschluss. Ein Ziel.

Der Weg zum neuen Provisionsmodell — von der ersten Idee bis zum GO LIVE





IMPULS

— netzvitamine —

TRENDS & NEUE NACHFRAGE FÜR DEN WALSER TOURISMUS.
DIE NEUE LEISTUNGSANBIETER-VEREINBARUNG.

2026-07-21 | Regina Rist & Benjamin Buhl | im Auftrag der KWT eGen



netzvitamine

netzvitamineBLUE

Seit Juli 2025 sind wir **gemeinwohnbilanziertes Unternehmen**, zertifiziert durch die **ECONGOOD-Community**.
Seit November 2025 zusätzlich mit **freiwilligem Nachhaltigkeitsbericht nach europäischem VSME-Standard**.

Damit bekennen wir uns stolz und ausdrücklich zum modernen Wirtschaftsmodell der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) und dem Ziel einer ethischen Wirtschaftskultur. Als zukunftsfähige Alternative zum gegenwärtigen Wirtschaftsverständnis baut die GWÖ auf den Werten **Menschenwürde, Solidarität sowie soziale Gerechtigkeit, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit, demokratische Mitentscheidung** und **Transparenz** auf.



DURCHSCHNITTliche
BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT
DER MITARBEITENDEN:

8
JAHRE

90 %

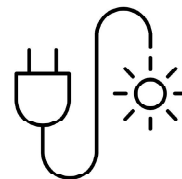
AUS
ÖKOLOGISCHER
HERKUNFT.



DER VERPFLEGUNG
STAMMTE 2024

100%

NATURSTROM



DAVON **3/4**
AUS EIGENER
PRODUKTION

35 % DER MITARBEITENDEN
NUTZTEN 2024 EIN E-AUTO,

15 % ÖFFENTLICHE
VERKEHRSMITTEL,
20 % DAS RAD UND

20 %
GINGEN
ZU FUSS



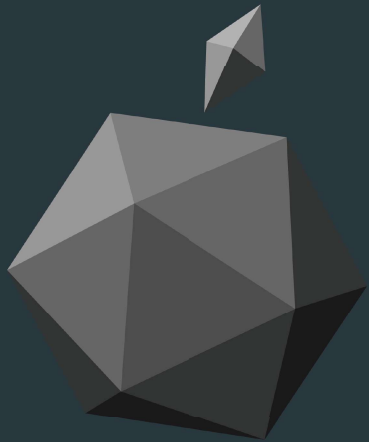
[NETZVITAMINE.DE/GEMEINWOHL >>](https://netzvitamine.de/gemeinwohl)

DISCLAIMER

Das vorliegende Dokument fällt unter § 2 des Gesetzes über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. Sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen verbleiben ausschließlich bei der netzvitamine GmbH.

Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind lediglich nach vorheriger schriftlicher Einwilligung der netzvitamine GmbH zulässig. Dies gilt insbesondere für Fotos, Grafiken u. a. Abbildungen, die zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet worden sind.

Deren Wiedergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung ohne die dafür notwendigen Nutzungsrechte kann Ansprüche des Rechtsinhabers auslösen.



01

TRENDS UND NACHFRAGE-ENTWICKLUNGEN.



DIE ANDAUERENDE TRANSFORMATION

01

Wandel als permanente (Gemeinschafts-)Aufgabe.

- Transformation ist ein **gemeinsamer Lernprozess**, bei dem Ziele immer wieder korrigiert werden dürfen.
- Agile Methoden und **kollektive Intelligenz** gewinnen an Bedeutung – starre Regeln, feste Funktionen und lineare Abläufe sind eher hinderlich.
- Echtes Prozessmanagement treibt die Transformation maßgeblich voran: kontinuierliche Diagnose, laufende Optimierung und die Einbeziehung aller Akteure schaffen eine **Kultur**, in **der offene Kommunikation** und **rasche Reaktion** auf Veränderungen selbstverständlich sind.



DIE GUTE NACHRICHT

Tourismus als "Teil der Lösung" – in unplanbaren Zeiten.

- **Zunehmend differenzierende Ansprüche** der Gäste erfordern eine Individualisierung des Angebots.
- Die **zielgruppenspezifische Aussteuerung** wird zum neuen Standard – nach Lebensphasen und Reisemotiven (Intents).
- **KI-Suchen werden zur Chance:** Destinationen, in denen sich alle Akteure gemeinsam auf eine bedingungslose Nachfrageorientierung committen, werden erfolgreich (bleiben).
- Trotz aller Nachfrage-Hemmungen im 1. HJ 2026 wird die Reise-Intensität im 2. HJ erfahrungsgemäß wieder leicht zunehmen – in sichere und eher nahegelegene **Ziele mit eindeutigem Preis-Leistungsversprechen.**



”

*In über 70 % aller Krisen
kommt es besser,
als wir denken.*



01

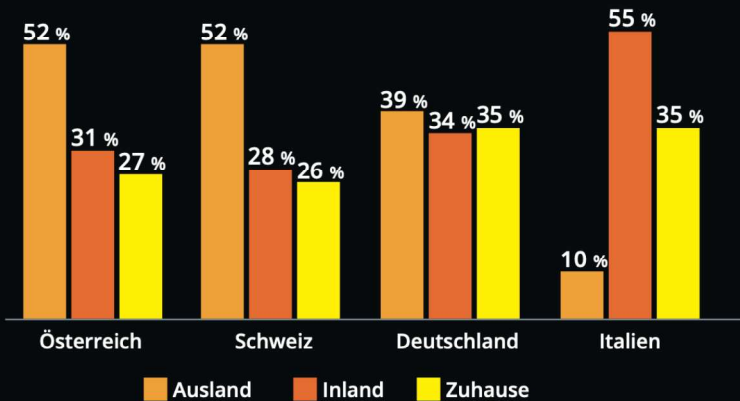
Zitat: Dr. Volker Busch (Keynote GFA 2026) |
Quellen: [Trendstudie Reiseanalyse 2025](#), netzvitamine | Bild: Foto von Nirjhar Basak

FAKTEN AUS DER netzvitamineINFOGRAFIK²⁶ I/II

01

URLAUBSPLÄNE NACH LAND

Staycation sowie Erholung zuhause gewinnen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Italien spürbar an Bedeutung.



» NACHHALTIGE & LOKALE KULTUR

Besonders wichtig sind das Kennenlernen der regionalen Kultur und lokaler Anbieter sowie die Schonung von Natur und Lebensraum.

» ÖFFENTLICHE VERKEHRSMITTEL

Langsame aber stetige Zunahme der An- und Abreisen mit der Bahn.

1. Quartal 2026 im Vorjahresvergleich:

DE ➔ + 3 %
AT ➔ + 5 %
CH ➔ + 3 %

REISEMOTIVE

Erholung bleibt europaweit wichtigster Urlaubsanlass;

Abenteuer



Retreats und Sportevents

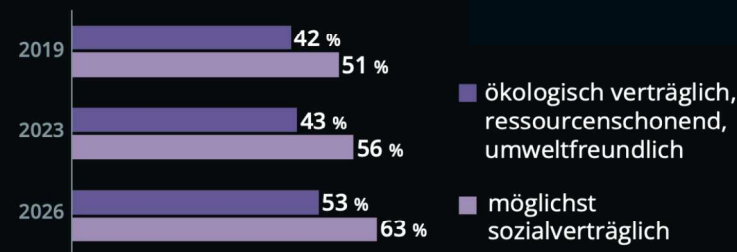


Musik und Kultur



NACHHALTIGKEIT

Der Wunsch nach ökologisch- und sozialverträglichem Urlaub wächst.



53 %

der deutschsprachigen Reisenden nutzen KI zur Inspiration.

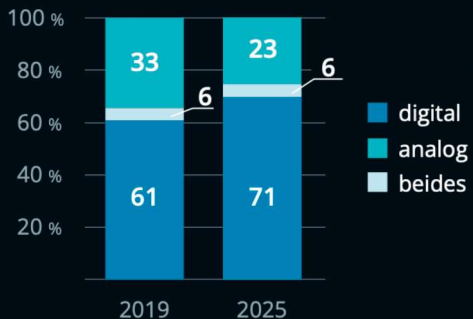
Quellen: netzvitamineINFOGRAFIK²⁶

FAKTEN AUS DER netzvitamineINFOGRAFIK²⁶ II/II

01

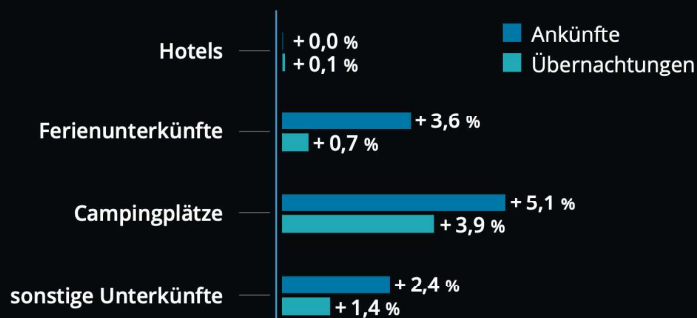
DIGITALE BUCHUNGEN

Der Trend zur digitalen Buchung setzt sich im deutschsprachigen Raum weiter fort.



BELIEBTESTE UNTERKUNFTSARTEN

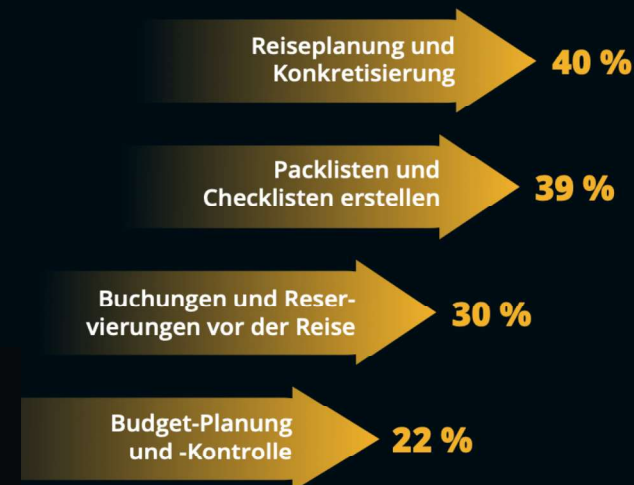
Veränderungen 2025 im Vorjahresvergleich; DE, AT und Südtirol zusammengefasst.*



(* = CH NOCH NICHT VERFÜGBAR)

KI-NUTZUNG BEI DER REISEPLANUNG

31,2 Mio. tatsächliche und potenzielle KI-Nutzer:innen aus dem deutschsprachigen Raum.



KI-NUTZUNG AM URLAUBSORT

(DACH-Raum, bezogen auf Erlebnisse)

53 % Empfehlungen

52 % Sprachassistenten

47 % Navigation

22 % Aktivitäten buchen

Quellen: netzvitamineINFOGRAFIK²⁶

CONSCIOUS TRAVEL

01

Bewusstes und werteorientiertes Reisen.

- **Qualität statt Quantität:** Reiseziele werden bewusst gewählt, kein "Abhaken" von Erlebnissen und Sehenswürdigkeiten (für 70 % der Reisenden steht die mentale Erholung an 1. Stelle)
- **nachhaltiges Reisen:** besonders gefragt sind Angebote, die leichte körperliche Aktivitäten mit erholsamen Momenten der Entspannung verbinden; knapp 77 % der Gäste erwarten, dass ihre Unterkunft nachhaltig ist
- **selektiver Konsum:** Reisende geben gezielt Geld aus, achten auf Mehrwert (vgl. *Bergbahn unlimited*), Komfort und stimmige Erlebnisse; der Fokus auf reinen Luxus gerät in den Hintergrund



Quelle: Sparkasse Reisetrends 2026; Trendradar CIST (15.01.2025); Tageskarte (20.01.2026)
Bild: Shirleen Okt auf Unsplash

WORKATION HAT SICH ETABLIERT

01

Angebote auf die bestehende Nachfrage ausrichten.

- **längere Aufenthalte:** *Workation* (Arbeiten am Urlaubsort) zeichnet sich durch noch mehr Übernachtungen aus (bis zu 3,5 Wochen), wobei insb. Aktivitäten zu den Tagesrandzeiten gesucht werden
- **zusätzliche Wertschöpfung vor Ort:** Verlängerungsnächte bei Geschäftsreisenden werden häufig für naturnahe Erlebnisse im Kontrast zum Arbeitstag genutzt und die Anzahl der beruflichen Reisen wird erhöht, *wobei AT noch nicht unter den Top 5 der beliebtesten Reiseziele ist*
- **Infrastruktur-Ansprüche:** WLAN, mehr Steckdosen und einen separierten Raum zum Arbeiten



AGENTIC COMMERCE ALS NEUES NORMAL

01

KI-gestützte Reisebuchungen als echte Convenience.

- **Agenten-Funktionen:** bereits seit Herbst 2025 können KI-Assistenten Tische reservieren oder Buchungen für Event-Tickets, Erlebnisse und Unterkünfte durchführen
- **Sprachassistenten überall:** im Auto, in der Hosentasche, auf der Uhr und am Telefon – KI-gestützte digitale Assistenten sind bereits fest im Alltag verankert und liefern Echtzeitinformationen in Kombination mit personalisierten Empfehlungen und der Übernahme von vollständigen Prozessen (*wenn die Datenbasis relevant ist*)
- **Agentic Browsing pusht:** die noch für Sommer 2026 angekündigte Einführung des neuen Chrome-Browsers in Europa wird die andauernde (und verstärkt unbewusste) Nutzung von KI-Assistenzfunktionen massiv verstärken
- **Voraussetzungen:** aktuelle und umfassend gepflegte Daten mit entsprechender CC-Lizenzierung, ausnahmslos buchbar, alle Inhalte mind. in Deutsch und Englisch sowie eine technische Auslesbarkeit (unterstützt durch WebMCP und llms.txt)

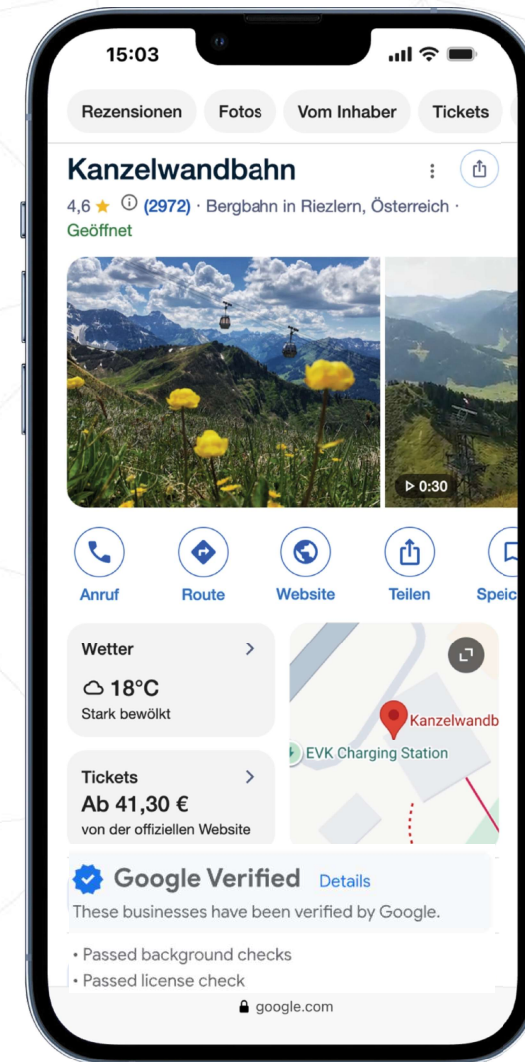


>> zum Video: Ticketbuchung mit Comet

GOOGLE AI IM FOKUS

Unternehmensprofile und Desklinepflege unverzichtbar.

- **klassische Suche und KI unzertrennlich:** immer mehr Recherchen starten direkt in einem KI-Tool; mehr als 40 % der Google-Suchen erhalten bereits eine KI-Zusammenfassung (wobei gut strukturierte und direkt buchbare Individualreise-Angebote den Reiseveranstaltern vorgezogen werden)
- **Google Unternehmensprofile als erste Anlaufstelle:** ergänzend zu den offensichtlichen Informationen prüft die Google AI auch den Aktualitätsgrad von Öffnungszeiten, Bildern und Merkmalen; "Google verified" kennzeichnet zusätzliche Relevanz; die Verknüpfung von buchbaren Angeboten sichert den Erfolg
- **Destinations-Websites als Chance:** relevanter "Direktcontent" auf markengetriebenen Websites werden OTA-Übersichten vorgezogen – unter der Voraussetzung, dass auch hier eine gute Contentqualität in Kombination mit buchbaren Angeboten (Erlebnisse, Events, Unterkünfte) vorliegt, *mind. 18 Monate im Voraus*



Quellen: Anne Schubert (netzvitamineAKADEMIE²⁶); Google 2025-08, Tageskarte; Propellie 2026; netzvitamineINFOGRAFIK²⁶; Travel-Commerce 2026-06
Bild: Vorschau Google Unternehmensprofil (eigene Darstellung netzvitamine)

BARGELD HEMMT ERFOLG

01

4 von 5 Transaktionen im DACH-Raum sind bereits digital.

- **Smartphone & Smartwatch werden zum Standard:** allein 97 % der Deutschen haben bereits kontaktlos bzw. digital bezahlt, 66 % mit Smartphone oder Smartwatch
- **Kostenquote bis zu 160 %:** die Bargeldverwaltung mit Buchhaltung, Steuerberater:in, Bankgebühren, Tagesabschlüssen, Bankfahrten und sonstigem zeitlichen Aufwand ist *im Vergleich zu bargeldlosem Bezahlen deutlich teurer*
- **digitale Bezahlung macht glücklich:** je früher die Zahlung, desto mehr (spontane) Ausgaben vor Ort; zudem weniger Stornierungen und nachweislich bessere Bewertungen
- **Barzahlungen tun weh:** im Gegensatz zu digitalen Zahlvorgängen fühlen Gäste sich nachweislich schlechter, wenn sie bar bezahlen müssen (emotionaler Schmerz)
- **Ausblick:** mit Einführung des *EUDI-Wallet* (European Digital Identity) ab 01/2027 (Akzeptanzpflicht ab 12/2027) wird das digitale Payment Grundvoraussetzung



Quellen: [PwC](#) 05.2025, [lyra.com](#) 09.2025; [Visa](#) 11.2025, [Bitkom](#) 05.2026, [Linkedin Ostseequelle.camp](#) 05.2026; [Bundesregierung](#) 24.06.2026; [Uni Tübingen](#) 16.07.2026 | Bild: [SumUp](#) auf [Unsplash](#)

02

NEUE LEISTUNGSANBIETER- VEREINBARUNG.



NOTWENDIGKEIT EINER NEUAUFSTELLUNG IM KLEINWALSERTAL

02



Marktveränderung insb. der Plattformen

- immer höhere Provisionen erfordern flexibles Geschäftsmodell (Mark-ups)
- immer mehr Plattformen mit Zahlungsabwicklung/ Direkt-Inkasso benötigen individuelle Provisionshöhen
- dynamische Entwicklung der relevanten OTA (neue Schnittstellen; Zusammenschlüsse)

» Anpassung
marktseitig notwendig



Veränderung des Nachfrageverhaltens

- KI-Suchen und KI-Assistenten nehmen immer stärker zu und erfordern eine hervorragende Datengrundlage mit Mehrsprachigkeit und entsprechender Lizenzierung
- KI-Automatisierung (Agentic Commerce) erfordert durchgängige Buchbarkeit auf allen relevanten Plattformen

» Anpassung
nachfrageseitig notwendig



Rechtliche & administrative Anforderungen

- Lizenzregelungen (CC) für Bilder, Texte etc. notwendig, um gemeinsamen Erfolg sicherzustellen
- DAC7, STR u. ä. sorgen für immer höhere administrative Aufwände
- Gebühren-Abrechnung (im Gegensatz zu Provisionen) systemseitig nicht automatisiert abbildbar

» Anpassung rechtlich und
administrativ notwendig



Finanzieller Bedarf

- Kostensteigerungen durch Inflation
- steigende Systemkosten aufgrund Weiterentwicklungen (Funktionen und Schnittstellen)
- Mehraufwand bei den Mitarbeitenden für die Koordination und Abwicklung sowie Leistungsanbieterbetreuung

» Anpassung
finanziell notwendig



NOTWENDIGKEIT VON PROVISIONEN

Ziele.

- **Steigerung der permanenten Sichtbarkeit auf Portalen**
 - └ *Unterkünfte:* Booking.com, Airbnb, HomeToGo-Gruppe, CHECK24, Holidu
 - └ *Erlebnisse zukünftig:* GetYourGuide, Viator etc.
- **Erhöhung der Eigenbuchungen:** durch die permanente Sichtbarkeit auf den Portalen und der kleinwalsertal.com wird der Eigenvertrieb um bis zu 10 % erhöht
- **Sicherstellung der Wirtschaftlichkeit**
 - └ *für die Betriebe* (erfolgsbasierte Abrechnung)
 - └ *für die KWT* (Erwirtschaftung eines höheren Deckungsbeitrags für Reservierungssystem inkl. Schnittstellen und Mitarbeitendenkosten)
- **Schaffung einer dynamischen Kalkulationsgrundlage,** um auf die Marktentwicklungen schnell reagieren zu können und gleichzeitig wettbewerbsfähig zu bleiben



Maßnahmen.

- Einführung einer fixen Provision von **2 % für Buchungen über das feratel-Widget** *(nur für Betriebe relevant, die dieses optionale Zusatzangebot nutzen)*
- Einführung einer fixen Provision von **5 % für Buchungen über KWT** (Website und Tourist-Infos, für Nicht-Mitglieder 10 %) zzgl. einer Systemgebühr von 60 €/ Betriebsnummer + 5 €/ Bett
- auf Drittportalen:
 - └ Einführung einer **garantierten Maximalprovision von 12 %** auf den vom Leistungsanbieter eingestellten Gesamtpreis (Übernachtung und Zusatzleistungen)
 - └ **dynamische, prozentuale Preiserhöhungen** mithilfe von Aufschlägen (Mark-up)

VORTEILE DER ZUSAMMENARBEIT FÜR DIE WALSER BETRIEBE

02

STEIGERUNG VON SICHTBARKEIT UND ERFOLG

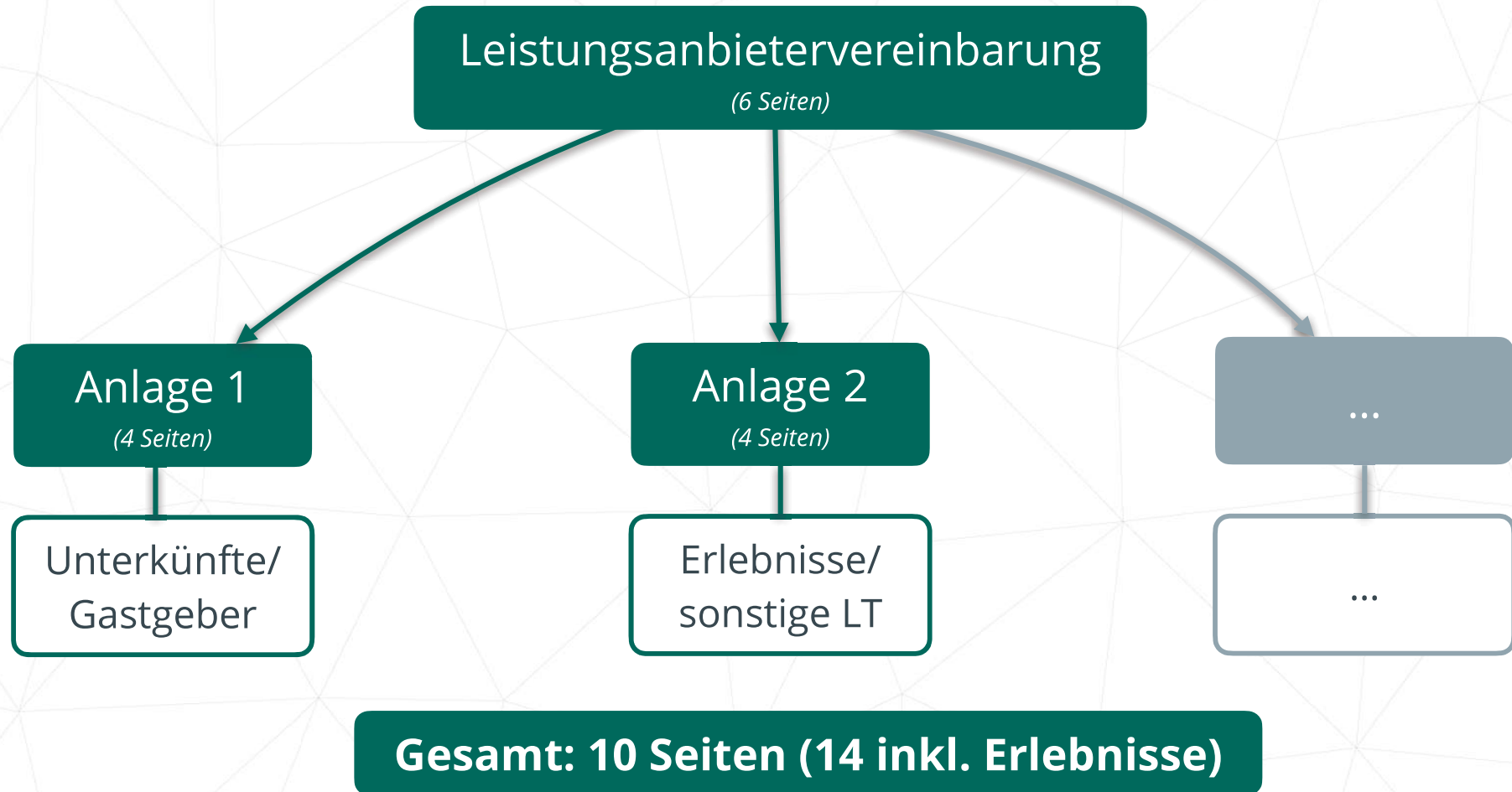
- *gemeinsame Wertschöpfung in der Region:* erfolgsbasierte Abrechnung mit direkter Reinvestition in Marketing- und Vertriebsmaßnahmen
- *Positionierung in den KI-Suchen:* erhöhte Sichtbarkeit des gesamten Kleinwalsertals durch eine hohe Anzahl an buchbaren Leistungen
- *vernetztes Angebot:* die Kombination aus Beherbergung, Erlebnisleistungen, Veranstaltungen und Gutscheinen attraktiviert die Destination
- *laufende Qualitätssicherung:* KWT als zuverlässiger Partner für Marktgeschehen, Nachfrageänderungen & Support

MODERNES SYSTEM ZU FAIREN KOSTEN

- *großer Funktionsumfang mit laufender Weiterentwicklung:* KI-Funktionalitäten zur Textgenerierung und Übersetzung sowie ergänzende Services erleichtern den Alltag
- *Medien-Zugang:* freie Nutzung von Bild- und Videomaterial der KWT für alle Partner
- *Daten-Distribution:* alle Inhalte aus Deskline können sowohl an den AWP, als auch an die vCloud und die allgaeu.de sowie an die großen Portale zur Steigerung des gemeinsamen Erfolgs gechannelt werden
- *Sicherstellung rechtlicher Grundlagen:* die KWT kümmert sich und informiert zu Barrierefreiheit, Widerruf und Reiserecht

AUFBAU NEUE LEISTUNGSANBIETER-VEREINBARUNG

02



HAUPTVEREINBARUNG I/II

- **DAC7:** Angaben des Leistungsanbieters zur Erfüllung steuerrechtlicher Melde- und Informationspflichten
- **Voraussetzungen:** Lastschriftmandat und Provisionsrechnungen per E-Mail
- **§ 1 Vertragszweck, Open Data und Lizenzierung**
 - └ KWT ist zentraler Dienstleister für Marketing und Vermittlung von touristischen Leistungen und betreibt Website, Buchungssystem und Datenbanken (insb. feratel Deskline)
 - └ Open-Data-Ansatz: Sichtbarkeit und Reichweite über Partnerplattformen und Datenbanken – Weiterleitung der Daten unter Berücksichtigung der hinterlegten CC-Lizenzierungen (insb. AWP-App und vCloud)
 - └ CC-Lizenzangaben gelten unwiderruflich, zeitlich und räumlich uneingeschränkt (dauerhafte, weltweite Nutzung); Leistungsanbieter ist für die garantierten Rechte verantwortlich



- **§ 2 Vertrags- und Rechtsgrundlagen, Stellung der KWT, Datenschutz und Stellung Agenturen**
 - └ Erläuterung der entsprechenden Anlagen für Gastgeber und Erlebnisleistungsanbieter
 - └ KWT als Vermittler und Handelsvertreter; Verträge werden immer zwischen Gast/ Kunde und Anbieter geschlossen
 - └ Information zur Vermittlung verbundener Reiseleistungen
 - └ Einhaltung der DSGVO durch beide Parteien
 - └ Kennzeichnung KI-generierter Inhalte
 - └ Sicherstellung Handlungsvollmachten von (Vermittlungs-)Agenturen

HAUPTVEREINBARUNG II/II

- **§ 3 Vertragsanpassungen**

- └ Anpassungen können mit einer Kündigungsfrist von 6 Wochen zum Monatsende per E-Mail bekannt gegeben werden
- └ Sonderkündigungsrecht bis 5 Tage vor Stichtag

- **§ 4 Nutzung von Bild- und Videomaterial der KWT**

- └ Recht zur Nutzung von Logos/ Grafiken, Bildern und Videos der KWT zur Bewerbung von Leistungen
- └ kostenfreies, einfaches, nicht übertragbares, zeitlich und inhaltlich beschränktes Nutzungsrecht

- **§ 5 Vereinbarungsdauer, Sperrung, Kündigung oder Beendigung, Haftungsfreistellung**

- └ Vereinbarung tritt am 01.12.2026 in Kraft und ersetzt alle bisherigen Vereinbarungen
- └ bei Zahlungsrückständen des Anbieters kann der Systemzugang gesperrt werden



- └ Betriebsveränderungen müssen rechtzeitig via E-Mail an die KWT bekannt gegeben werden
- └ Kündigungsfrist für beide Parteien mit 6 Wochen zum Monatsende via E-Mail; nach einer Kündigung wird die Vermittlung eingestellt; die bereits generierten Buchungen sowie Provisionsansprüche bleiben bestehen
- └ Recht zur außerordentlichen Kündigung (bei wiederholtem Zahlungsrückstand, erheblichen Mängeln und Verstoß gegen die Vertragsregeln)

- **§ 6 Schriftform, Unwirksamkeit von Bestimmungen, Gerichtsstand**

- └ für Änderungen gilt die Schriftform
- └ salvatorische Klausel
- └ Zustimmung zu den Anlagen soweit zutreffend
- └ Gerichtsstand = Sitz der KWT

ANLAGE 1 I/V

- **§ 1 Allgemeine Teilnahmevoraussetzungen**

- └ Geschäftssitz im Zuständigkeitsbereich der KWT
- └ es können auch andere Gastgeber bzw. Angebote aufgenommen werden

- **§ 2 Grundsätzliche Leistungen der KWT**

- └ kostenlose oder vergünstigte Serviceleistungen, Teilnahme an Vorträgen, Kursangeboten und Produktschulungen
- └ Marketingaktivitäten und Pressearbeit
- └ kostenfrei aktuelle Informationen per Newsletter
- └ sonstige Marketingaktivitäten werden separat vereinbart

- **§ 3 Listung und Buchung des Gastgebers**

- └ Eintrag im System der KWT
- └ standardmäßig werden die Leistungen als buchbar im System hinterlegt; Gastgeber kann einmalig auf "anfragbar" downgraden



- └ Anbindung durch Schnittstellen zu Plattformen, Buchungssystemen, Metasearcher/ Metabooker
- └ Auswahl der Portale erfolgt durch die KWT; Wegfall oder Hinzutreten von Portalen rechtfertigt keine außerordentliche Kündigung
- └ KWT ist lediglich Vermittler; Leistung ist die Herstellung der technischen Verbindung sowie die Provisionsabrechnung

- **§ 4 Gebühren, Beiträge und Provisionen**

- └ 2 % für Buchungen über das Widget
- └ 5 % (bzw. 10 %) für Buchungen über KWT
- └ max. 12 % vom eingestellten Brutto-Leistungspreis für Drittportale
- └ 60 €/ Betriebsnummer + 5 €/ Bett im Jahr

ANLAGE 1 II/V

- └ KWT ist berechtigt ein Markup für Drittportale zu hinterlegen; einige Drittportale nehmen ergänzenden Preisaufschlag vor
- └ Provisionszahlungen werden i. d. R. vierteljährlich abgerechnet
- └ einzelne Drittportale übernehmen das Inkasso direkt; die KWT fungiert i. d. R. als Abrechnungsstelle bei Drittportalen
- └ die Provision ist auch fällig, wenn der Gast nicht anreist (Berechnung auf Grundlage der anfallenden Stornokosten)
- └ Support- und Wartungs-Aufwände von 1 Stunde pro Monat und Gastgeber sind inklusive; Leistungen die über 1 Stunde hinausgehen, werden mit 70 € Stundensatz in Rechnung gestellt
- └ die Nutzungsgebühr bzw. Provision kann max. alle 12 Monate um bis zu 5 % erhöht werden



- **§ 5 Allgemeine Pflichten des Gastgebers**

- └ der Gastgeber erhält einen Systemzugang
- └ es müssen vollständige und wahrheitsgemäße Angaben gemacht werden
- └ Gastgeber stellt KWT von Ansprüchen Dritter frei

- **§ 6 Besondere Verpflichtungen**

- └ Endreinigung und Bettwäsche dürfen nicht extra ausgewiesen werden
- └ Klassifizierungen müssen wahrheitsgemäß angegeben werden

- **§ 7 Urheber- und Kennzeichnungsrechte**

- └ Urheber- und Kennzeichnungsrechte der Website und Print-Produkten liegen bei der KWT

ANLAGE 1 III/V

- **§ 8 Gestaltungsrechte**

- └ das gilt für Aussehen, Art, Funktionalitäten und sonstige Gestaltungsaspekte werden von der KWT bzw. dem System bestimmt
- └ Suchfunktionen inkl. KI können frei gestaltet werden
- └ alle Gestaltungsrechte werden nach allgemeinen und gleichen Grundsätzen ausgeübt

- **§ 9 Stammdatenerfassung und -pflege**

- └ *Kernstammdaten* (die Anlage der Daten erfolgt durch die KWT): Name, Rechtsform, Anschrift, Inhaber, Sterne, Betriebsnummer, Buchbarkeit, Ausstattung, Eigenschaften, Beschreibungen, Bilder
- └ bei einzelnen Drittportalen kann eine separate Anlage durch den Gastgeber notwendig sein
- └ bei fehlerhaften Angaben kann der Eintrag von der KWT von der Ausspielung ausgenommen werden

- **§ 10 Pflege und Aktualisierung dynamischer Daten**

- └ *dynamische Daten* (die Eingabe obliegt ausschließlich dem Gastgeber): Preise, Kontingente, Vakanzen, An- und Abreisebedingungen, Mindestaufenthalt
- └ die Daten sind Grundlage für die Ausspielung auf Drittportalen; der Umfang der zu vermittelnden Kontinente liegt im Ermessen des Gastgebers (darf das bestehende Angebot nicht übersteigen)
- └ erfolgt innerhalb von 2 Tagen keine Aktualisierung oder erfolgt eine fehlerhafte Eingabe der Daten, kann der Eintrag von der Vermittlung ausgeschlossen werden



ANLAGE 1 IV/V

- **§ 11 Preise des Gastgebers; Leistungseinschränkungen**

- └ der Gastgeber entscheidet über die eingestellten Angebote
- └ Preise dürfen nicht höher als die für Drittportale sein
- └ im Beschreibungstext darf nicht auf günstigere Preise über eigene Kanäle hingewiesen werden
- └ Leistungseinschränkungen sind unverzüglich zu kommunizieren

- **§ 12 Festlegung der Angebote des Gastgebers im Rahmen der konventionellen Vermittlung**

- └ ausschließlich Unterkünfte sowie zugehörige Zusatzleistungen erlaubt
- └ die KWT kann der Aufnahme von bestimmten Angeboten widersprechen



- **§ 13 Buchungsabwicklung**

- └ KWT ist rechtsgeschäftlicher Vertreter des Gastgebers; Vertrag kommt auf Grundlage der Daten im System zustande
- └ KWT haftet nicht für die Erfüllung des Vertrages durch den Gast

- **§ 14 Bewertungen**

- └ bei der Darstellung werden Bewertungen ausgespielt
- └ die KWT übernimmt keine Haftung für negative oder falsche Bewertungen

- **§ 15 Gastaufnahme- und Pauschalreisebedingungen**

- └ die KWT vereinbart grundsätzliche GAB oder AGB
- └ der Gastgeber kann ergänzend eigene GAB oder AGB hinterlegen (in höherer Rangfolge)

ANLAGE 1 V/V

- **§ 16 Zahlungsabwicklung mit dem Gast**

- └ die Zahlungsabwicklung obliegt dem Gastgeber bzw. dem Drittportal
- └ die KWT haftet nicht für Zahlungen des Gastes
- └ eine Ausnahme ist die (Teil-)Zahlung mittels Gutscheinsystem der KWT; hier erhält der Gastgeber den Gegenwert des Gutscheins von der KWT

- **§ 17 Storno, Kündigung, Rücktritt oder Nichterscheinen des Gastes bei Verträgen über Unterkünfte**

- └ Regelungen sind im Rahmen der GAB bzw. AGB der geregelt
- └ ggf. müssen diese bei Drittportalen manuell hinterlegt werden

- **§ 18 Vertragliche Bindung des Gastgebers**

- └ bestätigte Buchungen sind vom Gastgeber einzuhalten und zu erfüllen → ansonsten Ersatzunterkunft und Schadensersatz
- └ Info an KWT; Provisionsansprüche bestehen fort



- **§ 19 Vermittlerpflichten und Haftung**

- └ die KWT haftet für grob fahrlässige oder vorsätzliche Verletzung ihrer Pflichten; nicht für die Erfüllung des Vertrages durch den Gast
- └ die KWT übernimmt keine Haftung für die Funktionalitäten der Schnittstellen und übernimmt keine Haftung für die Leistung der Drittportale
- └ die KWT gewährleistet eine Verfügbarkeit ihres Systems im Umfang von 95 % im Jahresmittel

- **§ 20 Haftung des Gastgebers, Pflicht des Gastgebers zur Haftungsfreistellung**

- └ der Gastgeber stellt die KWT von Ansprüchen von Gästen frei und haftet für Leistungsmängel
- └ der Gastgeber informiert KWT über Einschränkungen (z. B. Bauarbeiten)

- **§ 21 Sperrung des Eintrags/ der Anzeige**

- └ der Eintrag kann für Zahlungsrückstände oder Leistungsmängel gesperrt werden

DIE NEUEN PROVISIONEN & GEBÜHREN IM ÜBERBLICK

02

DIREKTVERTRIEB BETRIEB

- Widget für die eigene Website (wenn genutzt)
- **2 % vom Reisepreis**

KWT-VERTRIEB

- Website & Tourist-Info
- buchbare Betriebe
 - ↳ **5 % vom Reisepreis** für Mitgliederbetriebe der eGen
 - ↳ **10 % vom Reisepreis** für Nicht-Mitglieder
- zzgl. **60 € pro Betriebsnr./ Jahr**
- zzgl. **5 € pro Bett/ Jahr**

DRITTPORTALE

- **max. 12 % vom eingestellten Brutto-Reisepreis**
- durch ein **Mark-up** wird der Reisepreis leicht erhöht, sodass Portalprovisionen und der Deckungsbeitrag der KWT ausgeglichen sind
- der Gastgeber erhält garantiert **mind. 88 %** seines eingestellten Brutto-Reisepreises



PROVISIONEN + MARK-UP

02

	Brutto-Grundpreis inkl. Nebenleistungen (GP) des Leistungs-Anbieters (LA) im System (= feratel Deskline)	Mark-up (netto auf GP)	Brutto-Verkaufspreis für den Gast	Provision POS	Provision feratel	Provision LA	Auszahlung LA	Verbleibend bei KWT
	1.000,00 €			netto VP	netto VP	netto VP	netto GP	netto VP
Buchungsmaske auf der Website des Leistungsanbieters								
feratel-Widget		0,0%		2,0%	0,0%	2,0%	98,0%	2,0%
nur dann, wenn vom LA genutzt (Gastgeber + Erlebnisse)	1.000,00 €	- €	1.000,00 €	20,00 €	- €	20,00 €	980,00 €	20,00 €
Destinations-Kanäle (Vertrag zwischen KWT und Portal)								
kleinwalsertal.com, Tourist-Informationen	1.000,00 €	0,0%	1.000,00 €	5,0%	0,0%	5,0%	95,0%	5,0%
		- €		50,00 €	- €	50,00 €	950,00 €	50,00 €
CHECK24	1.000,00 €	5,5%	1.055,00 €	10,0%	2,0%	16,0%	88,6%	4,0%
		55,00 €		105,50 €	21,10 €	168,80 €	886,20 €	42,20 €
Holidu (inkl. allgaeu.de) HomeToGo-Gruppe	1.000,00 €	8,0%	1.080,00 €	12,0%	2,0%	18,0%	88,6%	4,0%
		80,00 €		129,60 €	21,60 €	194,40 €	885,60 €	43,20 €
Direkt-Portale (Direkt-Verträge und -Inkasso)								
booking.com 12 % zzgl. Payment	1.000,00 €	10,0%	1.100,00 €	13,4%	2,0%	6,0%	88,7%	4,0%
		100,00 €		147,40 €	22,00 €	66,00 €	886,60 €	44,00 €
Airbnb	1.000,00 €	12,5%	1.125,00 €	15,5%	2,0%	6,0%	88,3%	4,0%
		125,00 €		174,38 €	22,50 €	67,50 €	883,13 €	45,00 €

Quelle: Provisionstabelle KWT

PREISRECHNER DER KWT

02

Was bleibt bei mir? – Preisrechner für Gastgeber

Vom Preis, den der Gast zahlt, fließt der weitaus größte Teil direkt an Sie. Das Einbehaltene verteilt sich auf das jeweilige **Buchungsportal** und die **feratel-Systemgebühr** – nur ein kleiner Service-Anteil verbleibt bei Kleinwalsertal Tourismus.

Ihr Grundpreis in feratel Deskline

Leistung: **Übernachtung** Erlebnis

€

Das ist die einzige Eingabe. Alle Mark-ups und Sätze sind pro Kanal fest hinterlegt.

☒ Ihre Auszahlung beträgt netto immer mindestens 88 % Ihres Grundpreises – egal, wie hoch der Online-Preis beim Portal dargestellt wird.

☒ An Sie (Auszahlung) ☐ An das Buchungsportal ☐ An feratel (Systemgebühr) ☐ KWT Vermittlung & Service

DIREKTBUCHUNG BEIM GASTGEBER

feratel-Widget (eigene Website)

Gast zahlt: 1.000,00 €

980,00 €

an Sie - 98 % vom Grundpreis

So verteilt sich der Gastpreis (1.000,00 €):



980,00 € an Sie 0,00 € Buchungsportal 0,00 € feratel 20,00 € KWT Service

ÜBER KWT-KANÄLE (DESTINATIONS-KANÄLE)

kleinwalsertal.com / Tourist-Information

Gast zahlt: 1.000,00 €

950,00 €

an Sie - 95 % vom Grundpreis

So verteilt sich der Gastpreis (1.000,00 €):



950,00 € an Sie 0,00 € Buchungsportal 0,00 € feratel 50,00 € KWT Service

Link zum Preisrechner kommt per Newsletter von der KWT in den kommenden Tagen.



SCHEMATISCHER ABLAUF CHANNEL-MANAGEMENT

02

Habe ich ein eigenes System (PMS)?

JA

mit CM

NEIN

NEIN

JA

beide Wege
für mehr Sichtbarkeit nutzen!

JA

optionale Direkt-Kanäle
z. B. Booking.com, Airbnb
(separater Account notwendig)

Destinations-Kanäle
z. B. kleinwalsertal.com, allgaeu.de
über Holidu, Hometogo, Check 24, ...



ENTSCHEIDUNG DES LEISTUNGSANBIETERS

02

Will ich buchbar sein?

JA

Standard-Einstellung mit
Vertragsunterzeichnung

1. automatische Ausspielung zur Buchung auf den
Destinations-Kanälen



...

OPTIONAL

Empfehlung: Mehr Buchungen durch
Präsenz auf den beiden größten Plattformen.

2. freiwillig Accounts anlegen und mit
feratel verknüpfen, um auch auf den
Direkt-Kanälen sichtbar zu werden

Booking.com



NEIN

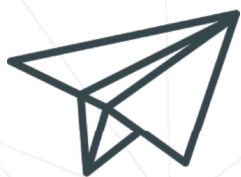
einmalige Möglichkeit: Umstellen auf "anfragbar"
→ per E-Mail an KWT

Angebote werden auf
[kleinwalsertal.com](https://www.kleinwalsertal.com) und in den TI vermittelt
(nur Anfrage, keine Buchung)



NÄCHSTE SCHRITTE

03



VERSAND

Die Präsentation und ergänzenden Infos des Gastgeber-Info-Nachmittags werden per E-Mail versendet.

Schaut euch gerne nochmal alles in Ruhe an!



ENTSCHEIDUNG

Unterschreiben der neuen Partner-Vereinbarung bis zum 30.11.2026 und Abgabe bei/ Versand an KWT.

Selbstverständlich beantworten die Mitarbeiter:innen der KWT eure Fragen: Terminvereinbarung über beratung@kleinwalsertal.com.



GÜLTIGKEIT

Die neue Leistungsanbieter-Vereinbarung gilt ab Unterschrift, frühestens ab 01.12.2026.

Betriebe, die bis zum 30.11.2026 nicht unterzeichnet haben, werden auf Grundlage einer prophylaktischen Kündigung am 01.12.2026 deaktiviert.



03

FRAGEN & ANTWORTEN.



FRAGEN & ANTWORTEN: RECHTLICHES & SUPPORT DURCH KWT

03

- **Wie kann ich die CC-Lizenzierungen rechtlich absichern, damit es keine Urheberrechtsverletzungen meines Fotografen gibt?**
 - └ die vorherige schriftliche Klärung der Bild-Nutzung auch über CC-Lizenzen (CC0, CC-BY, CC-BY-SA) ist dringend empfohlen, kann jedoch auch für Bestandsbilder noch nachträglich mit dem Fotografen vereinbart werden
 - └ die KWT bietet hierfür eine Vorlage, die von Leistungsanbietern kostenlos genutzt werden kann
 - └ die entsprechenden CC-Lizenzen werden danach durch den Leistungsanbieter einzeln je Element (Bild, Text etc.) in feratel hinterlegt – erst danach erfolgt eine Weitergabe an Dritte
- **Was kostet der Support von KWT, wenn 1 Stunde pro Monat überstiegen wird?**
 - └ der Stundensatz liegt bei 70 €. zzgl. USt.
 - └ abgerechnet wird pro angefangener 1/4-Stunde



FRAGEN & ANTWORTEN: RATEN & PFLEGE

03

- **Gibt es bei feratel die Möglichkeit eine 2. Rate einzustellen, z. B. "nicht stornierbar"?**
 - └ ja, das ist möglich, auch in der Übermittlung durch einen Channelmanager
 - └ Beispiel: <https://www.engelberg.ch/unterkuenfte-online-buchbar/#/unterkuenfte/EBG/2602e365-3718-4056-adf6-a9d4e8185bf6/hotel-waldegg---adults-only>
- **Ist feratel mit allen Channelmanagern kompatibel (z. B. Seekda)?**
 - └ im WebClient gibt es unter der Datenwartung den Menüpunkt "Schnittstellen-Wartung"
 - └ im Reiter "Schnittstellen für automatische Datenwartung" sind alle angeschlossenen Hotel- und Ferienwohnungsprogramme aufgelistet sowie deren Anbindungsumfang (z. B. Seekda ist angebunden)
- **Warum kann ich keine Einheiten als Verbindungszimmer/ -wohnungen anlegen?**
 - └ seitens der Portale wird eine Verknüpfungslogik (z. B. 1 Wohnung mit 2 Produkten "groß" und "klein") nicht unterstützt
 - └ eine solche führt immer zur Belegung beider Einheiten, sobald 1 Produkt gebucht wurde
 - └ Gastgeber müssen die Einheiten entweder als 2 kleine Einheiten anlegen *oder* 1 große Einheit



FRAGEN & ANTWORTEN: MARK-UP/ PREISE

03

- **Unterschreiben wir Ratenparität oder kann für feratel-Buchungen ein Markup vom Betrieb aufgeschlagen werden?**
 - └ der Betrieb kann immer ein eigenes Markup aufschlagen
 - └ im Vertrag steht, dass der Preis bei der KWT nicht teurer sein darf als auf anderen Drittportalen; die Preise auf der eigenen Website können günstiger sein
 - └ für Betriebe, die mit dem feratel-Widget arbeiten, wird ein Aufschlag nicht empfohlen, da diese Preiserhöhung auch auf der eigenen Website ausgespielt wird
- **Durch Sondervertriebsmaßnahmen von z. B. booking.com wird mein Betrieb dort temporär günstiger angeboten, als ich es eingestellt habe und gleichzeitig günstiger als bei der KWT – ist das ein Vertragsbruch?**
 - └ diese Marketingaktivitäten gelten als Ausnahme von der Preis-Klausel
 - └ in Vertriebsaktivitäten in beschränkten Zeiträumen darf der Betrieb günstiger auf einzelnen Drittportalen angeboten werden als bei der KWT
- **Warum entfällt die Auszeichnung der "Best-Preis-Garantie" auf kleinwalsertal.com?**
 - └ der Best Preis suggeriert, dass Betriebe, die diesen nicht anzeigen, woanders günstiger sind (Abwertung des Gesamtangebots)
 - └ gemeinsames Ziel ist das übergreifende Versprechen, dass bei KWT alle Angebote einen hervorragenden Preis haben und keines Falls teurer sind als bei den Plattformen (ausgenommen ist die eigene Website)



FRAGEN & ANTWORTEN: DRITTPORTALE^{1/2}

03

- **Welche Drittportale werden bespielt? Wie werden die Drittportale ausgewählt?**

- └ die grundsätzliche Entscheidung, auf welchen Destinations-Kanälen welche Drittportale bespielt werden, obliegt der KWT
→ Ziel ist die Sicherstellung der permanenten Sichtbarkeit des Kleinwalsertals auf den relevanten Drittportalen und die Vermeidung von unverhältnismäßig hohem Abstimmungsaufwand bei Marktveränderungen
- └ maßgebend für diese Regelung sind die dynamischen Marktveränderungen, welche z. B. bei Fusionierung oder Provisionsanpassung von Portalen entstehen → die KWT prüft regelmäßig, welche Plattformen als relevant erachtet und mit welchen Aufschlägen diese bespielt werden
- └ in begründeten Fällen kann der Gastgeber einzelne Kanäle von der Ausspielung ausschließen
→ als begründet wird z. B. die Anbindung des jeweiligen Portals über einen eigenen Channelmanager des Gastgebers angesehen (z. B. Check24), nicht jedoch die persönliche Meinung des Gastgebers über ein Portal
- └ ausgenommen von dieser Regelung sind die optionalen "Direkt-Kanäle" booking.com und Airbnb – hier ist die Mitwirkung des Gastgebers erforderlich → für eine Anbindung ist je Portal ein eigener Account notwendig (bestehende Accounts werden einfach verknüpft; Neu-Accounts werden im Abstimmung mit der KWT angelegt)

- **Sind Hometogo und Airbnb nicht auf Ferienwohnungen spezialisiert? Warum soll ich als Hotel dort ausgespielt werden wollen?**

- └ Hometogo hat durch sein Partnernetzwerk (lastminute.de, e-domizil, ...) ein großes Portfolio in dem auch Hotel-Angebote ausgespielt und nachgefragt werden
- └ Airbnb hat 2022 sein Geschäftsmodell aktualisiert und macht inzwischen einen erheblichen Anteil seines Umsatzes durch Hotelbuchungen (siehe "Tolle Hotels für deine nächste Reise")



FRAGEN & ANTWORTEN: DRITTPORTALE ^{2/2}

03

- **Expedia schiebt seine Daten z. B. auch zu Check24 – wie kann eine Doppelausspielung vermieden werden?**
 - └ bei Check24 ist eine Doppelausspielung gewünscht, da es ein Vergleichsportal ist → idealerweise erscheint dann die kleinwalsertal.com als günstiges Angebot
 - └ bei booking.com, Holidu und Hometogo erfolgt ein Duplikaten-Check: Daten von der DMO bzw. KWT werden priorisiert → euer Betrieb muss daher auf jeder Drittplattform exakt gleich geschrieben werden, damit der Duplikaten-Check funktionieren kann
- **Sind die Destinationskanäle verpflichtend oder können diese analog booking.com oder Airbnb ausgewählt werden?**
 - └ die Destinationskanäle sind grundsätzlich verpflichtend – zur Stärkung der gemeinsamen Sichtbarkeit des Tals
 - └ Ausnahme: Betrieb hat ein eigenes Channelmanagement und bespielt den Kanal direkt
- **Wenn ich bereits auf Drittportalen buchbar bin, was muss ich dann tun?**
 - └ per E-Mail im Rahmen der Vertragsunterzeichnung einen Hinweis an die KWT senden, dass bereits eine Buchbarkeit bei den Kanälen besteht
 - └ bei booking.com und Airbnb kann ohne die Mitwirkung des Gastgebers keine Ausspielung durch die KWT erfolgen (keine Gefahr der Doppelausspielung)



FRAGEN & ANTWORTEN: STORNIERUNG

03

- **Die Drittportale haben zum Teil eigene Stornierungsregelungen – werden dennoch unsere AGB aus feratel übernommen?**
 - └ bei den Destinationskanälen werden i. d. R. die Stornierungsregeln aus feratel übernommen
 - └ bei booking.com (siehe: <https://partner.booking.com/de/hilfe/richtlinien-zahlungen/richtlinien/stornierungsrichtlinien-einrichten>) und Airbnb (siehe: <https://www.airbnb.de/help/article/475>) müssen eigene Stornierungsregeln gepflegt werden
→ die KWT unterstützt hier gerne
- **Was muss ich tun, wenn der Gast vor Ort entscheidet, eine Nacht kürzer zu bleiben als ursprünglich gebucht?**
 - └ die Stornierung muss im eigenen System durchgeführt und gleichzeitig die Übermittlung an das AWP-System sichergestellt werden
 - └ zusätzlich muss die KWT via E-Mail über die Stornierung informiert werden, um dies in feratel entsprechend zu hinterlegen und in der Provisionsabrechnung zu berücksichtigen



04

THEMEN-TISCHE.



Vier Themen. Vier Tische. Eine Runde.

60 Minuten insgesamt · 4 Tische · 15 Minuten pro Tisch · Wechsel gemeinsam in der Gruppe

01

Gastgeberberatung



- Google Business Profil
- Channelpartner
- Vermarktung & Darstellung

02

Online Marketing



- KI & neue Suchsysteme
- Bilder und Lizenzen
- Tools für eure Website

03

Kundenservice



- Urlaub mit Hund
- Anzahlung bei Buchungen
- Buchungslücken füllen

04

Produktmanagement



- Veranstaltungen 2026 & 2027
- Mehrwert für Gastgeber



Fragt, diskutiert, gebt uns Rückmeldung — jeder Tisch hat eigene Ansprechpartner aus dem KWT-Team.

MEHR netzvitamine



netzvitamine GmbH

Elsa-Brandström-Straße 3a | 87527 Sonthofen

Standort Nord: Steinhöft 9 | 20459 Hamburg

+49 8321 2733943 | info@netzvitamine.de | www.netzvitamine.de

Wir sind zertifiziert:



RELEVANTE THEMEN FÜR VOLLBLUTTOURISTIKER:INNEN.

AKADEMIE-WOCHEN²⁷

VOM 18. BIS 29. JANUAR 2027

UNTERNEHMENS-
TICKETS
–
IHR ENTSCHIEDET
IM TEAM, WER
AN WELCHEM
THEMA TEILNIMMT.

2 ONLINE-
KURZSCHULUNGEN
PRO TAG
–
KOMPakter
FRISCHEKICK
ZUM JAHRESAUFTAKT.

ALLE KURSE LIVE
–
MIT CHECKLISTEN
UND TIPPS VON
FÜHRENDEN
EXPERTINNEN &
EXPERTEN.



AKADEMIE
— netzvitamine —

[NETZVITAMINE.DE/AKADEMIE >>](https://netzvitamine.de/akademie)

15 % RABATT FÜR GEMEINWOHL
BILANZIERTE UNTERNEHMEN.