



# TRAVEL BLOCK

Vacationing Through The **Blockchain**

[travelblock.io](https://travelblock.io)



## Dieses Whitepaper wurde ausschließlich für Informationszwecke erstellt und dient nicht als Anlageberatung.

Der Zweck dieses Whitepapers besteht darin, die voraussichtlichen Pläne von TravelBlock für die Entwicklung eines neuen Blockchain-Tokens ("Token") zu beschreiben, das auf einer von TravelBlock gesponserten Plattform ("Plattform") verwendet wird.

Der Inhalt dieses Dokuments sollte nicht als eine Garantie oder ein Versprechen für die Entwicklung von TravelBlocks Business, der Plattform, dem Token, der Verwendung oder dem Wert der Plattform oder des Tokens wahrgenommen werden. Auch wenn dieses Whitepaper die aktuellen Pläne von TravelBlock repräsentiert, könnten diese Pläne künftig nach dem Ermessen von TravelBlock aufgrund technischer, regulatorischer oder Marktveränderungen modifiziert werden. Der letztendliche Erfolg dieser Pläne hängt von vielen externen Faktoren ab, die außerhalb der Kontrolle von TravelBlock liegen. Obwohl TravelBlock sich bemüht, die in diesem Dokument enthaltenen Fakten und Analysen so präzise wie möglich formulieren, können sich diese Fakten oder Analysen als falsch erweisen. Dieses Whitepaper stellt weder eine Meinung zu Verkaufsempfehlungen noch eine Angebotsaufforderung von TravelBlock zum Kauf von TRVL-Token dar.

Wie bei allen Kryptowährungen ist der Kauf von TRVL-Token mit vielen potenziellen Risiken verbunden, sodass die Käufer dieser Token einen Teil oder den gesamten Wert des Geldes, das für den Kauf aufgebracht wurde, verlieren können.



## 01 Übersicht

## 02 Probleme mit GDS

- 2.1. GDS Kosten
- 2.2. Der GDS Sicherheitsalptram

## 03 Probleme mit OTAs

- 3.1. OTA Kosten
- 3.2. OTA Sicherheit
- 3.3. OTA Mangelnde Transparenz

## 04 Allgemeine Zuverlässigkeitsfragen

- 4.1. Überbuchung
- 4.2. Unzuverlässige Bewertungen

## 05 Die TravelBlock-Lösung

- 5.1. Cost-Plus-Modell zur direkten Anbindung von Kunden und Anbietern
- 5.2. Gesichert durch die Blockchain
- 5.3. Ermöglichung einer geschlossenen Verbraucherguppe
- 5.4. Online Vertrieb
- 5.5. Validierte Bewertungen

## 06 Andere Vorteile

- 6.1. TravelBlock Prämienprogramm
- 6.2. TravelBlock Prämienprogramm
- 6.3. Concierge-Dienstleistung

## 07 Das TRVL Token

## 08 ICO und Zuweisung

## 09 Fahrplan

## 10 Partnerunternehmen

## 11 Team



TravelBlock wird die Reisebuchung revolutionieren, indem Reisende über die Blockchain direkt mit Anbietern verbunden werden, was zu 30%-60% Einsparungen beim Reisekauf sowie zu einer erheblichen Erhöhung der Zuverlässigkeit, Transparenz und Transaktionssicherheit führt.

Das aktuelle Ökosystem der Reisebuchung wird von zwei mächtigen Vermittlern, die zwischen Kunden und Anbietern stehen, im Würgegriff gehalten: Globale Vertriebssysteme (GDS) und Online-Reisebüros (OTAs).

GDS ist ein computergestütztes B2B-Reservierungsnetzwerk, das von Reisebüros, OTAs und Konsortien wie American Express als ein einziger Zugangspunkt für die Buchung von Flug-, Hotel- und Mietwagen genutzt wird. Gemeinsam steuern Sabre, Galileo, Amadeus und Travelport den Großteil der GDS-Branche. Diese Unternehmen erheben erhebliche Gebühren für die Nutzung dieser Netze - zum Beispiel betragen die durchschnittlichen Mehrkosten für ein über GDS gebuchtes Flugticket \$12 (USD), und die durchschnittliche Hotelbuchungsprovision beträgt 20%. Ursprünglich in den 70er und 80er Jahren entwickelt, geht GDS dem modernen Web voraus, und leider geht die Sicherheit ihrer veralteten Systeme auch jedem modernen Begriff von Websicherheit voraus. Auf die privaten Informationen der Passagiere kann über eine einzige 6-stellige Kennung in Verbindung mit dem Nachnamen des Reisenden zugegriffen werden, so dass jeder, der diese Informationen besitzt, seine Reservierung ändern oder die Heimatadresse oder E-Mail-Adresse des Reisenden erfassen kann.

Auf der OTA-Seite dominieren zwei Unternehmen: die Priceline Group (einschließlich Booking.com) und Expedia (einschließlich Travelocity und Orbitz). Die weltweite Online-Reisebuchung im Jahr 2016 überschritt 523 Mrd. \$ (USD), was mehr als die Hälfte des gesamten Reiseverkaufsvolumens ausmacht, und ihr Marktanteil wächst weiter. Dieses effektive Duopol hat es den OTAs ermöglicht, Reiseveranstaltern "Tarifintegritätsvereinbarungen" aufzuerlegen, die sicherstellen, dass niemand öffentlich niedrigere Preise als sie selbst anbieten kann, selbst auf den Websites dieser Anbieter.

TravelBlock wird diesen Morast an versteckten Gebühren und künstlichen Preisen durch ein einfaches Kosten-Plus-Modell ersetzen, das von der Blockchain angetrieben wird. Das Inventar wird mit einem Mengenrabatt von Elite-Reiseanbietern gekauft und auf einer sicheren Plattform gelistet. Mitglieder (jeder, der einen TRVL-Token erworben hat) können auf dieser Plattform Flug-, Hotel-, Kreuzfahrt- oder Mietwagenreservierungen mit TRVL-Tokens vornehmen, und die daraus resultierenden Transaktionen werden sofort ausgeführt und sicher in der Blockkette aufgezeichnet. Da die Plattform von TravelBlock nur Mitglieder mit einer Website ist, die ein Login erfordert, ist sie praktisch privat und ermöglicht es TravelBlock, Tarifvereinbarungen und deren aufgeblähte Margen zu umgehen und somit seinen Kunden einen deutlich niedrigeren Preis anzubieten.

Neben erheblichen Einsparungen und echter Sicherheit bietet TravelBlock zahlreiche weitere Vorteile gegenüber den bisherigen Buchungssystemen. Das TravelBlock Rewards Programm bietet einen erheblichen Rabatt auf jeden Einkauf, in einigen Fällen bis zu 35%, und gibt TRVL Token an Mitglieder zurück, die für zukünftige Reisekäufe verwendet werden können. Das Empfehlungsprogramm von TravelBlock vergibt bis zu 5% aller TRVL-Token, die von der Person ausgegeben werden, die an den Referrer weitergeleitet wurde. Seine Plattform wird auch Premium-Concierge-Dienste bieten, die es den Mitgliedern ermöglichen, die Freude und den Erfolg ihrer Reisepläne zu maximieren.

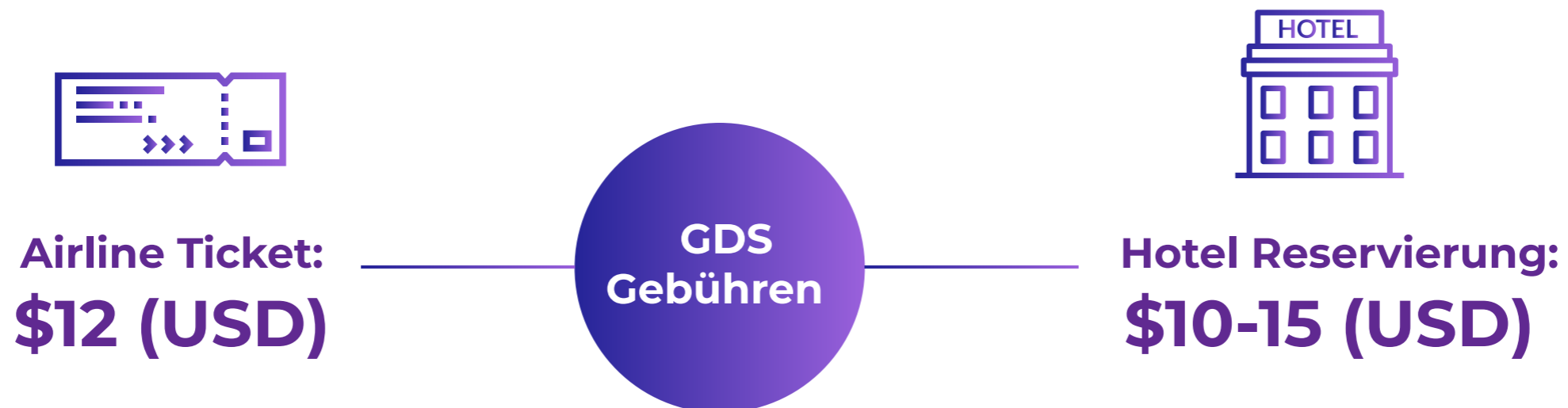
Weltweit ist die Reisebranche ein atemberaubendes 7,6 \$ TRL (USD)-Unternehmen, das für jeden mit der richtigen Kombination aus Erfahrung, Verbindungen, Einsicht und technischem Geschick eine enorme Chance für technologische Störungen bietet. Reiseveranstalter und Verbraucher sind frustriert über den Status quo, frustriert über hohe Provisionen und Tarife, frustriert über monopolistische Vermittler, die bei jeder Buchung Miete abziehen. Das Team von TravelBlock besteht aus einer Reihe von Branchenspezialisten mit mehr als 50 Jahren Erfahrung im Reise- und Gastgewerbe und ist einzigartig positioniert, um diese Chance zu nutzen. um diese Gelegenheit zu nutzen. Ihre Erfahrung wurde bereits genutzt, um Partnerschaften mit den meisten führenden Reiseanbietern einzugehen und den Zugang zu den besten Beständen zu gewährleisten. Außerdem ist die Buchungsplattform bereits entwickelt und bereit für die Umstellung auf Blockchain. Für die GDS und die OTAs ist die Schrift an der Wand.



## 1.1 GDS-Kosten

Wie oben erwähnt, fungiert GDS als Vermittler zwischen Reiseanbietern und anderen am Vertrieb von Reisedienstleistungen beteiligten Unternehmen wie Reisebüros, OTAs und großen Reisekonsortien wie ABC, BSI, American Express, BCD, CCRA, Carlson Wagonlit, Radius und Thor GDS fungiert als zentrale digitale Datenbank für die Zuordnung und Verfolgung von Reservierungen für seine Kunden und ermöglicht es ihnen, Reisebuchungen weltweit in Echtzeit zu koordinieren.

Im Gegenzug berechnen die GDS-Unternehmen ihren Kunden für jede Transaktion eine Gebühr. Abhängig von dem Geschäft, das der Reiseveranstalter abschließen kann, und der Preisstruktur des jeweiligen GDS-Unternehmens liegen die Buchungsgebühren zwischen 2-4% der Kosten eines Flugtickets und zwischen 15-20% für eine Hotelbuchung. Dies entspricht etwa \$12 (USD) pro Flugticket, was etwa zwanzigmal höher ist als die Kosten für den Verkauf über direkte Kanäle. Bei Hotels liegen die Kosten zwischen \$10-15 (USD) pro Hotelreservierung. Während die Reiseveranstalter die Gebühren direkt bezahlen, sind es die Verbraucher, die letztendlich die Last tragen, denn um rentabel zu bleiben, müssen die Gebührenkosten im Kaufpreis berücksichtigt werden.



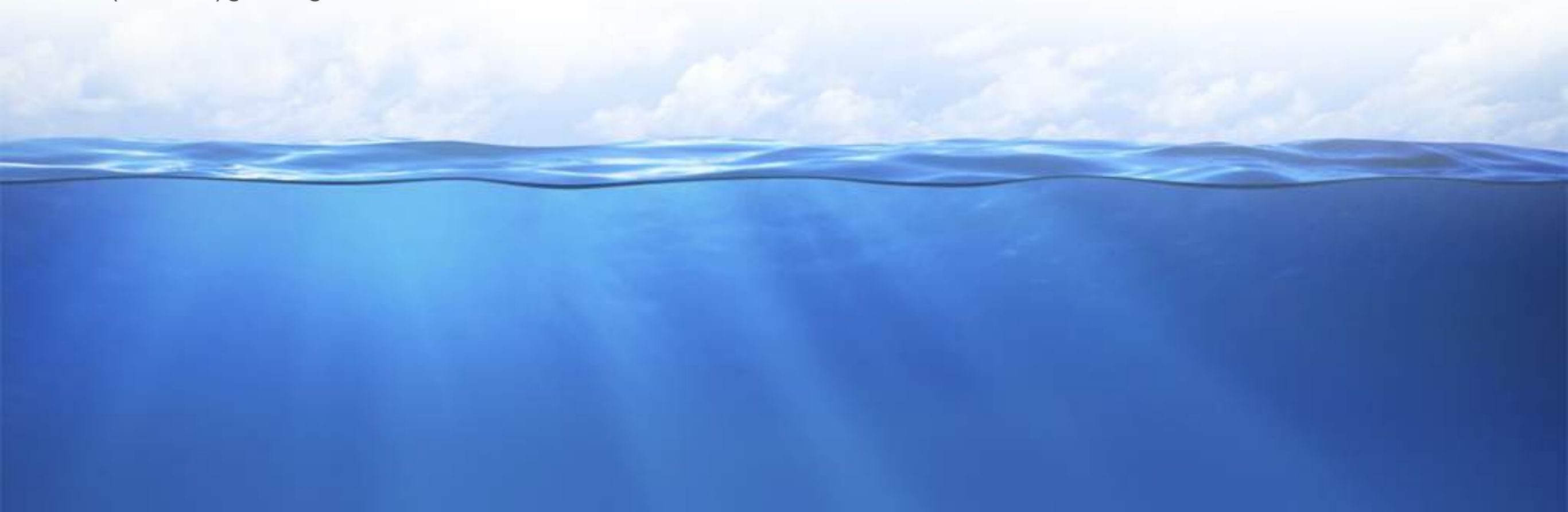


## 1.1 GDS-Kosten

Zusätzlich zu den Gebühren pro Transaktion erheben die GDS-Unternehmen eine Reihe von Nebengebühren, darunter eine Startgebühr, jährliche Wartungsgebühren und Gebühren für den Zugriff und die Nutzung ihrer Datenbank.

Eines ist sicher: Die GDS-Unternehmen sind beim Abschöpfen der Gewinne der Anbieter fett geworden und haben jedes Jahr Milliarden von Dollar eingestrichen. Allein bei Travelport ist der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 7% gestiegen

In der Branche wächst der Widerstand gegen die hohen Kosten, die durch den Einsatz von GDS entstehen. Es gab einen großen, wenn nicht sogar sehr erfolgreichen Schub in der Hotellerie, das Niveau des Direktverkaufs über die eigenen Websites zu steigern, mit der erklärten Absicht, dem Griff der GDS und OTAs zu entgehen. Die Fluggesellschaften, insbesondere die europäischen Fluggesellschaften, haben eine eigene Revolte angeführt. Ryanair hat die Vereinbarung mit Amadeus unter Berufung auf die exorbitante Gebührenstruktur gekündigt. Lufthansa erhebt nun einen Zuschlag von 16 US-Dollar für die über GDS gebuchten Tarife und schließt sich damit Air France KLM und British Airways an, die ebenfalls GDS-Zuschläge erheben. Die Fluggesellschaften haben auch begonnen, die Strategie der Entbündelung von Lebensmitteln und Gepäck von ihren Tarifen anzuwenden, um den Prozentsatz zu reduzieren, den sie zur Zahlung von GDS (und OTAs) gezwungen sind.



## 2.2 Der GDS Sicherheitsalbtraum

Nur wenige Menschen wissen, wie einfach und tief ihre persönlichen Daten bei einer Reisebuchung mit GDS sind. Der Grund dafür ist das Personal Name Record (PNR) Daten-Ökosystem, das die GDSs und über sie Zehntausende von Reiseanbietern nutzen, um Reservierungen zu verfolgen.

Immer wenn jemand eine Reservierung vornimmt, wird ein PNR für diese Transaktion erstellt. PNRs store:



### Reservierungsdetails:

inklusive Mietwagen, Hotel und Gepäck.



### Persönliche Informationen:

einschließlich Telefonnummern, Geburtsdatum, E-Mail und eventuell Postanschrift und Passdaten.



### Vielflieger-Informationen

Und für jemanden, der einen GDS-Zugang hat oder bekommen kann:



### Kreditkarten- oder andere Zahlungsinformationen\*



## 2.2 Der GDS Sicherheitsalbtraum

GDS war eines der ersten "Cloud"-Datenspeichersysteme, das lange vor dem Aufkommen des modernen Webs im Einsatz war. Daher wurde das PNR-System nicht auf Sicherheit ausgelegt. Stattdessen wurde es entwickelt, um die reibungslose Übertragung von Informationen zu maximieren, wenn die Kommunikationsinfrastruktur nur viel kleinere Informationspakete verwalten konnte.

Fluggastdatensätze werden durch einen einzigen 6-stelligen alphanumerischen Pin referenziert, der jedem bekannt ist, der eine Bordkarte an einem Airline-Kiosk abgerufen hat. Dieser Code ist auf alles gedruckt, von der Bordkarte bis zum Check-in, manchmal versteckt hinter einem Barcode (der leicht mit einer Telefonapplikation übersetzt werden kann), aber oft nur explizit auf den Reisedokumenten.

Für den Zugriff auf einen PNR sind nur zwei Dinge erforderlich: die 6-stellige Kennung und der Nachname des Reisenden. Dies führt nicht nur zu den persönlichen Daten des Reisenden, sondern ermöglicht es Ihnen auch, diese Reservierung zu ändern oder zu stornieren. Forscher der Berliner Security Research Labs witzelten: "Während der Rest des Internets darüber debattiert, welche zweiten und dritten Faktoren verwendet werden sollen, bieten GDSs keinen ersten Authentifizierungsfaktor.

Die Sicherheitsexperten Karsten Nohl und Nemanja Nikodijevic zeigten auf dem 33. Chaos Communications Congress in Hamburg, wie trivial es ist, Fluggastdatensätze unerlaubt einzusehen und zu verändern und so die Sicherheitsprobleme zu lösen:

### Grobe Zugangskontrolle:

Einige wenige globale Datenbanken enthalten Informationen über Reisende in Systemen, die über Jahrzehnte gewachsen sind und heute keine moderne IT-Sicherheit mehr bieten.

### Schwache Authentifizierung:

Passagiere authentifizieren sich nur mit ihrem Nachnamen und einem Low-Entropy (oft sequentiellen) Buchungscode, der auch auf Ausweisen und Tags aufgedruckt ist.

### Unzureichende Geschwindigkeitsbegrenzung:

Zahlreiche Web-Oberflächen erlauben es, diese Buchungscode zu erzwingen, was die Privatsphäre der Reisenden gefährdet.

### Kein Logging:

Reisende werden nie erfahren, wer auf ihre Informationen zugegriffen hat, da der PNR-Zugang international nicht protokolliert ist.

## 2.2 Der GDS Sicherheitsalbtraum

Die GDS-Sicherheit war so schwach, dass Nohl sich zu Beginn des Vortrags beim Publikum dafür entschuldigte, wie wenig Hacking-Technik aufgedeckt werden würde, da eigentlich so wenig benötigt wurde.

Trotz des Drucks zahlreicher Sicherheitskräfte Watchdog-Gruppen und betroffenen Regierungen, Die GDS-Unternehmen haben sich gesträubt, die Sicherheit des PNR-Systems, entweder durch Hinzufügen von einen weiteren Authentifizierungsschritt, oder auch nur die Protokollierung. der auf PNR-Datensätze zugreift. Die Kosten der Umstrukturierung wäre jedoch gewaltig, mit einigen Schätzung es würde soviel wie \$2 BN erfordern (USD), um die notwendigen Änderungen vorzunehmen.

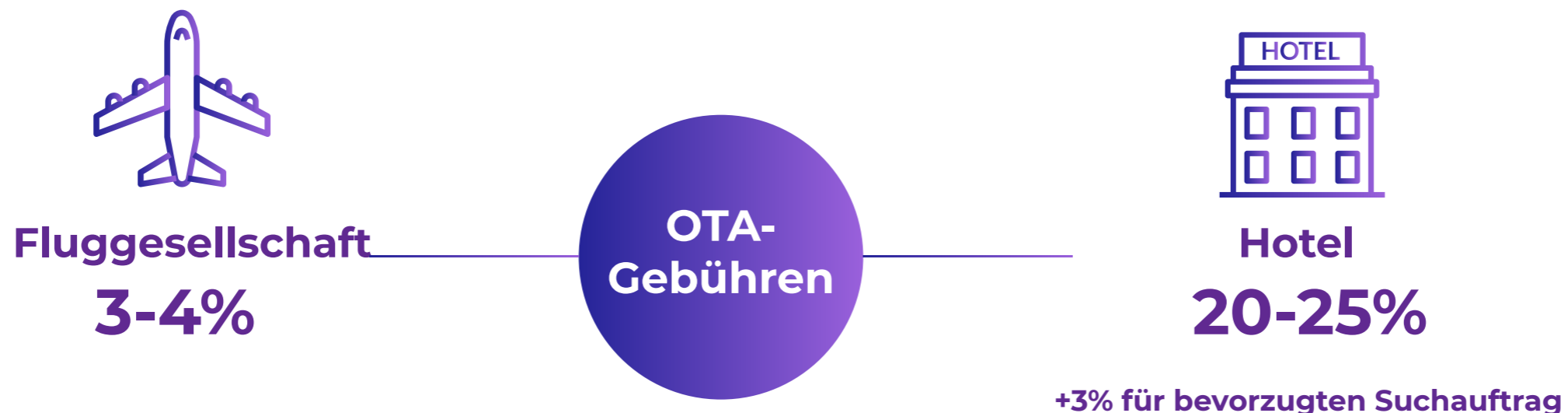


## 3.1 OTA-Kosten

Obwohl OTAs eine vergleichbare Gebühr wie GDSs erheben, für Flugbuchungen zwischen 2-4% berechnen sie eine noch höhere Provision für Hotels, aber-Auflage zwischen 20-30%. Darüber hinaus bezahlen die Hotels eine zusätzliche Provision von ca. 3%, wenn sie eine "Vorzugsnotierung" wünschen, die im Grunde genommen bedeutet, dass die verfügbaren Unterkünfte eines Hotels wird näher am Anfang der Suche angezeigt. Liste. Die Gebühren sind so exorbitant, dass ein Experte kommentierte, dass" es Hoteliers sich wundern lässt, wenn sie betreiben in der Tat ein Franchise unter Expedia's Kontrolle."

OTAs' Kommissionen für Hotels waren nicht immer so steil - bei ihrer Gründung waren ihre Provisionen näher an 5-10%. Aber als sie sich zu einem dominieren mehr als die Hälfte des Reisemarktes. Buchung hat sich der Provisionssatz um 1,5 Mio. springt und springt.

Wie GDSs haben auch Hotelketten kürzlich versucht, gegen die Abhängigkeit von OTAs zurückzudrängen, um die potenzielle Kunden ins eigene Web zu bringen -Standorte für den Direktvertrieb. Aber zumindest für Hotels, OTAs' Webauftritt ist eine fast unerschöpfliche unüberwindbare Aufgabe. Während die Hotels nur 6-9% von ihre Einnahmen aus dem Marketing, während die OTAs, die die Vorteil der reduzierten Infrastrukturkosten inhärent als Online-Unternehmen, verbringen Sie 35-40%. Im Jahr 2016 gab die Priceline-Gruppe 3,5 Dollar aus. Bn (USD) allein in Google Adwords. Sogar die Suche nach einem Hotel mit Namen wird oft stattdessen befördern Sie direkt zu einem der zahlreichen "Shells" der OTAs. Seiten", die eine große Ähnlichkeit mit der des Hotels haben Webseite. Einfach ausgedrückt, Hotels können einfach nicht konkurrieren mit OTAs um die Webpräsenz auf deren eigene.





## 3.1 OTA-Kosten

Sie sind sich ihrer beherrschenden Stellung in der OTAs haben nicht gezögert, den Markt zu nutzen. es. Die Hotels sind gezwungen, einseitige "Ratenintegritätsvereinbarungen" zu akzeptieren, die garantieren, dass sie niemals einen besseren Preis als den auf den Websites der OTAs, auch nicht auf ihren eigenen Websites, anbieten werden. OTA's waren auch nicht schüchtern, diese Vereinbarungen durchzusetzen. In einer Umfrage gaben 40% der britischen Hotels an, dass sie wurden von einer OTA bedroht, weil sie gegen die Preisvereinbarungen. Kommentieren in einem EU-Bericht zu Problemen in der Branche, ein Experte stellte fest, dass Ratenparitätsklauseln, "könnte die gleichen Effekt wie ein Kartell", denn "wenn ein großer Die Firma sagt:'Wir verwenden eine Preisparitätsklausel', die der Preis ist mehr oder weniger fest auf dem Markt."





## 3.2 OTA-Sicherheit

Obwohl OTAs eine robustere Sicherheit nutzen Strategie als bei den GDSs war es nicht ausreichend, die verhindern, dass sie wiederholt gehackt werden. Dieses Jahr bestätigte Orbitz, dass im letzten Quartal von 2017, über 880.000 Zahlungskartensätze waren mit exponierten Informationen, einschließlich -Name, Zahlungskarteninformationen, Geburtsdatum, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, physische und/oder Rechnungsadresse und Geschlecht.

Sowohl Expedia als auch Booking.com haben bestätigt, dass ihre Daten ebenfalls gehackt wurden. Unter Verwendung der persönlichen Daten, die von diesen Websites über die jüngsten Reservierungen ihrer Kunden gewonnen wurden, haben Hacker Phishing-Programme entwickelt, in denen sie sich als Hotel ausgeben, um Kreditkarteninformationen zu erhalten.



## 3.3 OTA Mangelnde Transparenz

Neben hohen Provisionen und mangelnder Sicherheit wurden den OTAs zahlreiche irreführende Praktiken in Bezug auf diesowohl auf ihre Preis- als auch auf ihre Listungsstrukturen, einschließlich:

### Köder- und Switch-Preise:

Benutzer finden, dass die anfänglich niedrige Quote, die sie versuchten wird durch einen wesentlich höheren Satz ersetzt.

nach dem Auschecken, ein Problem, das OTAs Attribut zu wie oft ihre Seiten die Verfügbarkeit aktualisieren können. Die angegebenen Preise beinhalten keine Gebühren und Steuern, irreführender Benutzer Auschecken.

### "Personalisierte" Preisgestaltung:

Unbekannte Algorithmen Anpassung des Listenpreises auf Basis der Browser-Historie des Nutzers und Ausgabemuster.

### Irreführende Verfügbarkeitsansprüche:

Die Zimmer sind als "Keine weiteren Zimmer in diesem Hotel verfügbar" aufgeführt, wenn sie tatsächlich nur auf der Seite nicht verfügbar sind.

Die Angebote sind als "Nur heute Abend" aufgeführt. das Angebot besteht auf ewig.

### Undurchsichtige Suchergebnis-Algorithmen:

Nicht veröffentlicht Algorithmen passen die Reihenfolge der Suchergebnisse an

Hotels zahlen zusätzliche Provisionen für höhere Auflistung.

Unzureichend geprüfte positive Bewertungen führen zu höhere Platzierung.

## 4.1 Überbuchung

Virale Videos eines Fahrgastes, der gewaltsam in die Luft gejagt wurde. "rausgegangen" aus einem United-Flug haben vor kurzem Überbuchungspraktiken der Fluggesellschaften auf die im Vordergrund der Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit. Die Praxis, ist jedoch seit langem sowohl legal als auch die Industriestandard. Noch ist die Überbuchung der alleinigen Provinz der Luftfahrtindustrie; die Hotellerie sich auch routinemäßig damit beschäftigt.

Das Dilemma für Reiseveranstalter ist, dass einige Prozent der Zeit, die Kunden einfach nicht zeigen. Um dem entgegenzuwirken, was sonst nur Umsatzeinbußen bedeuten würde, haben beide Branchen Algorithmen entwickelt, die versuchen, den tatsächlichen Prozentsatz der No-Show in Abhängigkeit vom antizipierten Verkehrsaufkommen zu prognostizieren und entsprechend zu überbuchen.

Da diese Prognose wahrscheinlich ist, werden einige Passagiere gezwungen sein, einen anderen Flug zu nehmen oder eine andere Unterkunft zu finden. Die Kunden werden zwar für die Unannehmlichkeiten, die Praxis der Überbuchung senkt das Vertrauen der Verbraucher in die Gesamtwirtschaft Zuverlässigkeit und Integrität der Reisebranche.

## 4.2 Unzuverlässige Bewertungen

Kundenrezensionen gehören zu den größten Treiber zu den Online-Käufen der Verbraucher: 61% von Verbraucher lesen Rezensionen, bevor sie einen Kaufvertrag abschließen. und die Konversionsraten steigen um 133%. nach der Lektüre einer positiven Rezension. Die Einsätze sind noch höher in der Reisebranche, da die günstigen Bewertungen führen zu einer höheren OTA-Suchergebnisliste.

Leider für Verbraucher, gefälscht oder gepflanzt Bewertungen plagen die meisten Online-Sites - einige Schätzungen die Anzahl der Falschbewertungen so hoch wie 15%, und OTAs sind keine Ausnahme von der Regel. In einem Analyse von über 40.000 TripAdvisor-Rezensionen, eine Studie ergab, dass rund 20% von ihnen waren entweder unzuverlässig oder gefälscht. Das Bed and Breakfast Association erklärte, dass OTAs häufig nicht bestätigen, dass Rezensionen tatsächlich geschrieben wurden von jemandem, der eine Unterkunft gebucht hat.

Obwohl die OTAs vor kurzem versucht haben Verbesserung des Screenings, das Problem ist schwer zu lösen.

zu verwalten, da die Validierung nicht in den Fundamentale Struktur des Überprüfungsprozesses, zumal Bewertungen anonym bleiben können.

Die Lösung von TravelBlock für die Probleme der GDS/OTA-Dominanz der Reisebuchung kann sein Geschäftsmodells in den Bereichen Detail. Kurz und bündig ausgedrückt, besteht dieses Modell aus von vier Hauptelementen:



Ein Cost-Plus-Modell zur direkten  
Anbindung von Kunden und Anbietern



Gesichert durch Blockchain



Geschlossene Verbrauchergruppe



Online Vertrieb



## 5.1 Cost-Plus-Modell direkt anschließen Kunden zu Providern

Im Gegensatz zu GDS/OTA wird bei TravelBlock keine als Mittler fungieren Erleichterung von Transaktionen zwischen Anbietern und Kunden. Stattdessen umfasst es einen einfachen Kosten-plus Einzelhandelsmodell

TravelBlock kauft das Inventar direkt bei der Elite-Reiseanbieter zu einem vergünstigten Preis.Großhandelspreis. Dann verkauft sie dieses Inventar mit Gewinn direkt an ihre Mitglieder. auf ihrer Website und bietet ihnen einen signifikanten Preis. unter den von OTA vorgeschriebenen Preisen Ratenintegritätsvereinbarungen. (siehe auch 5.3 unten) Indem wir das GDS/OTA-Ökosystem ganz vermeiden, TravelBlock-Mitglieder zahlen keine Provisionen oder versteckte Gebühren.

Weil Mitglieder direkt Reisen kaufen Inventar, anstatt es nur zu reservieren, Es besteht keine Möglichkeit der Überbuchung. Weil TravelBlock nur sein eigenes Inventar auflistet,den Anbietern werden keine zusätzlichen Provisionen berechnet für eine bevorzugte Auflistung. Suchen auf der Plattform werden stattdessen von einem Mitglied bestellt. bevorzugter Sortierfilter.

### Kosten plus bedeutet:

- ✓ Keine Kommissionen
- ✓ Keine versteckten Kosten
- ✓ Keine Überbuchung
- ✓ Kein bevorzugtes Listing
- ✓ Keine dynamischen Preise

Preise auf der Plattform von TravelBlock werden generiert. einfach durch Kosten plus; sie werden nie sein "personalisiert" oder dynamisch angepasst auf Basis von über das Ausgabeverhalten oder den Browser eines Mitglieds Geschichte. Da das Inventar nicht austauschbar ist, Auch die Preise für Köder und Schalter werden gestrichen.

Schließlich haben TravelBlock's Branchenverbindungen Partnerschaften mit vielen Eliten zu sichern. Reiseveranstalter, die sowohl die Attraktivität ihres Inventars als auch die sofortige Verfügbarkeit bei der Markteinführung sicherstellen. (siehe Liste der Partner unten) Mitglieder haben Zugriff auf das Inventar der wichtigsten OTAs sowie auf über 500.000 buchbare private Resort-Wochen zu jeder Zeit.

**Geschlossene Verbrauchergruppe**

**Online Vertrieb**

## 5.2 Gesichert durch Blockkette

Blockchain ist im Grunde genommen eine kryptographisch gesichertes, dezentrales, verteiltes Ledger. Sätze von Buchungen in diesem Ledger werden in Blöcke, von denen jeder einen kryptographischen Hash von vorhergehenden Blöcken in der Serie, die sie verknüpfen zusammen in einer Kette. Diese Blöcke sind nicht auf einem zentralen Server untergebracht, sondern sind stattdessen in einem von jedem Knoten im gesamten verteilten Netzwerk.

Neue Einträge in der Blockkette können nur in der wenn sich alle Netzwerk-Validierer einig sind. dass die Integrität der Kette erhalten bleibt und da jeder neue Block einen Hash des Block in der Serie, ist es sehr schwierig, die den Inhalt des Buches böswillig zu verändern, ohne dass die den größten Teil des Netzwerks zu untergraben. TravelBlock wird als DApp gebaut werden. (dezentrale Anwendung) auf dem Ethereum Blockkette. Sein Token, das TRVL-Token, wird ein Standard ERC20 Token, das die Mitglieder gegen eine Reise eintauschen können. Inventar auf der Plattform. Da nicht alle seine Mitglieder werden Krypto-versierte, TravelBlock hat außerdem in Partnerschaft mit Processing.com, um Folgendes anzubieten nahtlose Konvertierung zwischen fiat und TRVL Token direkt auf der Plattform.

### Der Blockchain-Vorteil

**Dezentralisiertes kryptographisch gesichertes Ledger schützt die Mitglieder vor einer Transaktion Daten, die auf eine Weise gestohlen wurden, dass die zentralen Plattformen die OTAs nicht einsetzen können.**

TravelBlock wird diese Implementierung von Blockkette zum Schmieden eines unauslöschlichen und sicheren Buches für alle Mitgliedertransaktionen, zum Schutz dieser Informationen aus dem Angriff und die Bildung einer zuverlässigen die bei Bedarf eingesehen werden kann. Problem oder Streit.

Im krassen Gegensatz zu den überholten und gefährdeten Systeme stellt die Blockkette die Schnittkante von kryptographische Sicherheit. Zentralisierte Plattformen einen Single Point of Failure darstellen, wodurch sich deren Anfälligkeit für Hacker. Die dezentrale und verschlüsselte Art der Transaktionsinformationen werden auf TravelBlock's blockchain ledger schirmt es genau von der Art von Angriffen, die es Hackern erlaubten, eine Razzia durchzuführen. persönlichen und Kreditkarteninformationen aus dem zentralisierte Plattformen, die von Expedia genutzt werden und Booking.com.

## 5.3 Geschlossene Verbrauchergruppe

OTA's Ratenintegritätsvereinbarungen verhindern Reisen Anbieter davon abhalten, jedem die Möglichkeit zu geben, Preise zu listen, die niedriger sind als die, die auf der Seite ihre Website. Aber glücklicherweise gibt es ein Schlupfloch, nämlich kann man sich für die Bildung eines Closed Consumer entscheiden. Gruppe. Geschlossene Verbrauchergruppen benötigen Mitgliedschaft in der Gruppe, um Zugang zu deren Inventarisierung - ein bekanntes amerikanisches Beispiel würde ist Costco. Weil Angebote, die innerhalb der Gruppe sind nicht öffentlich zugänglich, sie sind "eingezäunt". aus" von den Tarifintegritätsvereinbarungen, und somit kann zu einem deutlich niedrigeren Preis angeboten werden.

### **Geschlossene Verbrauchergruppe**

**Besitz eines TRVL-Tokens = Mitgliedschaft in der TravelBlock.**

**Mitglieder haben Zugang zu privat gelistetem Inventar auf der Website von TravelBlock.**

**Private Mitgliedschaft erlaubt TravelBlock zu ignorieren Integrität bewerten und die Margen reduzieren, indem sie die Mitglieder eine kombinierte Ersparnis von 30%-60%.**

TravelBlocks Blockchain-Implementierung bildet die Grundlage für die Bildung eines Closed Consumer Gruppe durch das TRVL-Token. Einen besitzen TRVL Token ist ausreichend, um Mitglied zu werden und Zugang zur Website von TravelBlock zu erhalten. Da diese Website ein Login erfordert und nur für Mitglieder zugänglich ist, ist die Auflistung nicht öffentlich, so dass TravelBlock die künstlichen Preise umgehen kann, die OTAs dem Markt durch ihre Ratenintegritätsvereinbarungen auferlegt haben.

Wenn Sie die Einsparungen des Wegfall von OTA/GDS-Gebühren und Provisionen zusammen mit dem reduzierten Reiseaufschlag Inventar, TravelBlock's Mitglied kann erwarten Mitglieder haben Zugang zu privat gelistetem Inventar

## 5.4 Online Vertrieb

Wie wir in der Sektion OTA-Kosten gesehen haben, sind die Reisen Anbieter waren nicht in der Lage, mit der Online-Präsenz von OTAs, in großer Teil aufgrund der großen Ressourcenunterschiede die OTAs dem Marketing widmen können - 35-40% als im Gegensatz zu den 6-9%. Reiseveranstalter verwalten können. OTAs haben zwei Vorteile:

**1**

**Der Schwerpunkt ihrer Tätigkeit liegt in den Bereichen Vertrieb und Marketing.**

**2**

**Durch die ausschließliche Online-Bereitstellung werden die Infrastrukturkosten im Vergleich zu anderen Anbietern drastisch gesenkt.**

Ohne eine andere Möglichkeit sind die Reiseveranstalter mit OTAs in den Viskositätskreislauf eingesperrt werden, die eine die Einnahmequelle, die die OTAs erschließen können sie, aber anfällig für ihren einseitigen Preis. Forderungen und ständig steigende Gebühren stellen und Provisionen. Während sich dieser Zyklus verschlechtert, werden die Reisen die Unzufriedenheit der Anbieter mit den bestehenden Ökosystem ist stärker und stimmlicher geworden, aber das an und für sich hat es ihnen nicht erlaubt. der Falle entkommen. Zum Glück für sie kann TravelBlock folgende Vorteile nutzen genau die gleichen Vorteile wie die OTAs, während die und gleichzeitig ihre monopolistische und räuberisches Geschäftsmodell.

Wie OTAs, TravelBlock nutzt eine Online-Distribution Modell, das die Ausgaben reduziert Infrastruktur. Aus diesem Grund kann TravelBlock einen äquivalenten Betrag für das Marketing ausgeben, die der aktuelle Plan liegt bei 40% des Umsatzes. Das hier, aber da, wo die Gemeinsamkeit endet.wie wir in den letzten drei Abschnitten im Detail gesehen haben.

Um die OTAs zu bekämpfen, die sich bereits in der hat TravelBlock drei Hauptwaffen:

überragenden Preis, echte Sicherheit, und die Unzufriedenheit von Reisenden und Reiseanbietern mit dem Status quo. Durch das Angebot eines attraktiveren sowohl mit Anbietern als auch mit Kunden zu handeln.

modernste Technologie, TravelBlock hat sich zum Ziel gesetzt das OTA-Monopol auf seinem eigenen Territorium anzufechten.



## 5.5 Validierte Bewertungen

Last but not least ermöglicht die reine Mitgliederplattform von TravelBlock in Kombination mit der unauslöschlichen Aufzeichnung aller Transaktionen, sicherzustellen, dass alle für die Website erstellten Bewertungen echt sind. Einschränkung der Bewertungen auf Mitglieder, die tatsächlich gekauft, dass spezifische Reisedienstleistung garantiert die Authentizität ihres Inhalts. Validierung von Der Anfang ist eine viel zuverlässigere Screening-Strategie, als zu versuchen, zu erraten, ob irgendein anonyme Überprüfung wurde nachträglich eingepflanzt, wie es die OTAs derzeit tun müssen.



## 6.1 TravelBlock Prämienprogramm

Die Art und Weise, wie das TRVL-Token implementiert ist in Ethereum ermöglicht es TravelBlock, ein einzigartiges Belohnungssystem für seine Mitglieder. Zusätzlich zu den bereits beträchtlichen Einsparungen erhalten die Mitglieder einen Rabatt von bis zu 35% durch das TravelBlock Reward Programm, ein Rabatt, der in Form von Reward TRVL Token gewährt wird, die für zukünftige Einkäufe auf der Plattform verwendet werden können. Die Funktionsweise ist wie folgt:

- ✓ **Mitglieder kaufen Reiseinventar mit TRVL-Token**
- ✓ **Ein Teil dieser Token, abhängig von der Belohnungsrate für diesen Gegenstand, wird als Belohnungs-TRVL-Token in die Brieftasche des Mitglieds zurückgeschickt.**
- ✓ **Reward TRVL Token können nur für neue Einkäufe auf der Plattform verwendet werden. Sie können nicht verkauft oder übertragen werden.**
- ✓ **Die Rückgabe über das Prämienprogramm ist die einzige Möglichkeit, TRVL zu sperren.**

## 6.2 Empfehlungsprogramm

Als zusätzliche Marketingstrategie und als zusätzlicher Anreiz für seine begeisterten Kunden bietet TravelBlock ein extrem generöses Empfehlungsprogramm an.

**Das System ist einfach:**

**Bis zu 5% von jedem Kauf mit TRVL von der verwiesenen Person wird der Referrer bei jeder Transaktion bei der Buchung Plattform.**

Token, die auf diese Weise vergeben werden, sind normale Token. wie die aus dem Belohnungsprogramm. Das Ausgeben von gesperrten Belohnungs-Token löst nicht aus. den Empfehlungsbonus.

## 6.3 Hausmeisterservice

Rezensionen können Sie nur so weit bringen. Zu wissen, dass nur wohin man gehen soll, und jemanden zu haben, der dafür sorgen kann. Sie erhalten wirklich dort sind die Schlüssel zum erfolgreichen Reisepläne, ob geschäftlich oder privat.

TravelBlock bietet erstklassigen Concierge-Service an auf seiner Plattform, um sicherzustellen, dass seine Mitglieder ihre Chancen für eine perfekte Reise zu maximieren.

Das TRVL-Token ist ein ERC20-Token, das dazu dient die folgenden Funktionen auf dem TravelBlock Plattform:





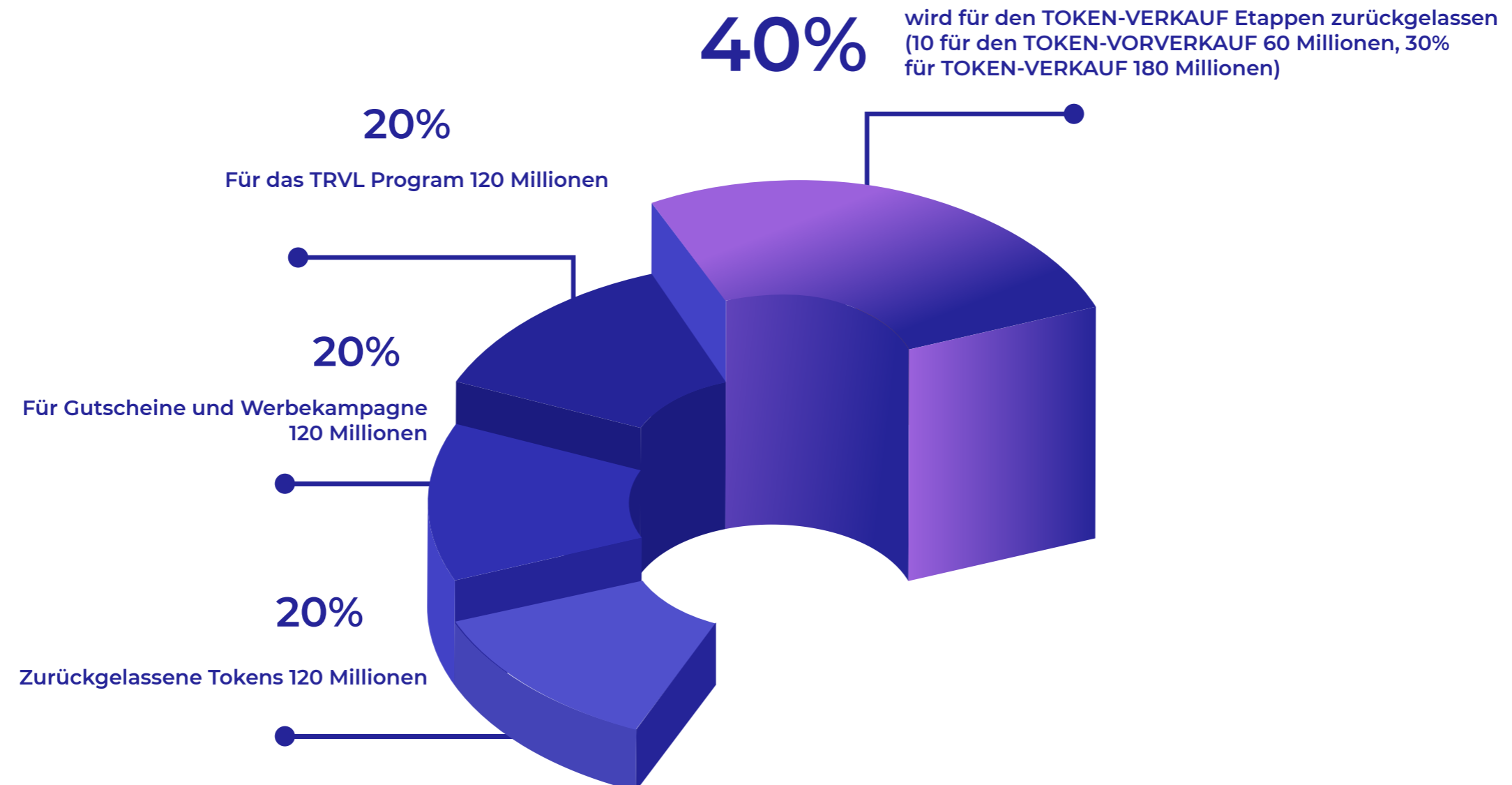
Gesamtvorrat: 600.000.000 TRVL Tokens

Minimaler Kauf-Betrag:  
0.1 ETH  
Maximaler Kauf-Betrag:  
250 ETH  
Gas limit:  
25,000  
Emissionsrate:  
Keine neuen Tokens werden  
herausgegeben.

Hartes Eigenkapital:  
\$32,100,000  
  
Softkapital:  
\$4,500,000

Etappe 1  
OKEN-VORVERKAUF 03.03.-18.04.2018. 60.000.000 Tokens für 11,5 Cents  
+ 15% Bonus:  
Gesamtbetrag: 6.900.000 \$

Etappe 2  
TOKEN-VERKAUF 18.06. – 18.07.2018. 180.000.000 Tokens für 14 Cets  
+ 10% Bonus:  
Gesamtbetrag: 25.200.000 \$





### AUFBAU EINER PARTNERSCHAFT MIT TOP-REISEANBIETERN

Travelblock setzte sich in Verbindung mit marketführenden Reiseunternehmen.

### EINRICHTUNG DES NETZWERKS

Die TravelBlock Technologie war entwickelt und begründet.



### ENTWICKLUNG DER INFRASTRUKTUR

Die Vorbereitungen von TravelBlock Arbeitsplattform für Coins und Anwendererfahrung ist abgeschlossen

### MITTENDRIN IN VORVERKAUF VORBEREITUNGEN

TravelBlock Team rüstet sich für Teilnahme und Förderung mehrfache Blockchain Konferenzen.





### TRVL MASSENVERKAUF

Vorverkauf 3. März 2018  
Token Verkauf 18. Juni

### COIN/NETWORK INTEGRATION

TravelBlock verbindet TRVL Coins mit TRVL Arbeitsplattform



### TRVL DEBITKARTE

TravelBlock gründet Partnerschaft mit einer der weltweit führenden Karten-Anbieter, um einen BTC/ETC/TRVL tauglichen Dienst ausbauen zu können.

### WELTWEITE EXPANSIONSPROGRAMME

Wir stellen eine neue Campagne vor, die sich für populäre Reiseziele konzentriert, und wo wir weitere Büros eröffnen wollen.







## Firmengründer



**Douglas Saunders**  
Mitbegründer und  
Geschäftsführer



**Jeff Bredy**  
Mitbegründer und  
Betriebsleiter



**Steve Knight**  
Vizepräsident /  
Direktor der Geschäftsentwicklung

## Marketing-Team



**Anna Martinez**  
Marketingchef



**Keith Wareing**  
Marketing-Berater



**Chris Woulds**  
Marketing-Berater



**Alberto Enríquez**  
Marketing-Berater



**Javier Ruedas**  
Community Manager



**Brian Yun**  
Direktor des asiatisch-  
pazifischen Marketings



**Geoff Hughes**  
Strategisches Marketing &  
Planungsberater

## Unsere technische Kompetenz



**Zsolt T.**  
Systemintegration



**Gengis Cetina**  
Senior Entwickler



**Spencer Cheng**  
Blockchain-Berater



**Jonathan Horta**  
Webentwickler



**Brian Hacker**  
Blockchain-Berater



**Johnny Gil**  
Webdesigner



**Ryan Zarick**  
Intelligenter  
Vertragsentwickler

Camilleri, M. A. (2017). *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*.

European Travel Technology Services Association. (2017). *Airline Distribution Costs*, (October). Retrieved from <http://www.ectaa.org/files/cms/20171024-infrata-airline-distribution-myths-full-report.pdf>

WTTC. (2017). *Travel & Tourism Economic Impact 2017*, 1–24.

Duran, J. (2015). *Website, GDS and OTA: the right mix in distribution channel investments* - eHotelier. Retrieved April 25, 2018, from <https://ehotelier.com/insights/2015/06/16/website-gds-and-ota-the-right-mix-in-distribution-channel-investments/>

Vellapath, R. (2018). *GDS surcharges and the evolving distribution landscape*. Retrieved April 17, 2018, from <https://www.tnooz.com/article/gds-surcharges-and-the-evolving-airline-distribution-landscape/>

Camilleri, M. A. (2017). *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*.

*Ibid.*

Vellapath, R (2018).

*Ibid.*

Nohl, K., & Nikodijevic, N. (2017). *Where in the World Is Carmen Sandiego? (33c3)* - talk at 33rd Chaos Communications Congress, Hamburg. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=n8WVo-YLyAg&feature=youtu.be>

Hasbrouck, E. (2015).

Paganini, P. (2017). *#33C3 - Changing travelers flight bookings is really too easy for hackers*, Security Affairs. Retrieved April 16, 2018, from <https://securityaffairs.co/wordpress/54969/hacking/flight-bookings.html>

Auchard, E. (2016). *Flight booking systems lack basic privacy safeguards, researchers say*. Retrieved April 16, 2018, from <https://uk.reuters.com/article/us-cyber-travel/flight-booking-systems-lack-basic-privacy-safeguards-researchers-say-idUKKBN14G116>

Nohl, K., & Nikodijevic, N. (2017).

Hasbrouck, E. (2015).

EU. (2016). *Online Platforms and the Digital Single Market*. Com(2016) 288/2, 10th Report of Session 2015-16. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Clampet, J. (2016). *Everything You Wanted to Know About the Hotel Industry's Gripes Against OTAs* – Skift. Retrieved April 24, 2018, from <https://skift.com/2016/04/25/everything-you-ever-wanted-to-know-about-hotel-industrys-complaints-against-otas/>

Page, V. (2015). *How Expedia Makes Money* | Investopedia. Retrieved April 24, 2018, from <https://www.investopedia.com/articles/investing/080315/how-expedia-makes-money.asp>

Clampet, J. (2016).

Gaggioli, A. (2015). *Analysis of Major Online Travel Agencies - OTAs - Cloudbeds*. Retrieved April 26, 2018, from <https://www.cloudbeds.com/articles/analysis-of-major-online-travel-agencies-otas/>

Tnooz Staff. (2017). *Google can rejoice: Priceline Group spent \$3.5 billion on PPC in 2016*. Retrieved April 26, 2018, from <https://www.tnooz.com/article/priceline-group-3-5-billion-advertising-2016/>

EU (2016).

Clampet, J. (2016).

EU. (2016).

Associated Press. (2018). *Orbitz says travel booking platform likely hacked - Chicago Tribune*. Retrieved April 16, 2018, from <http://www.chicagotribune.com/business/ct-biz-orbitz-hack-data-breach-20180320-story.html>

Sullivan, B. (2015). *Expedia warns users about "unauthorized access" of name, phone, email and booking info - bobsullivan.net*. Retrieved April 26, 2018, from <https://bobsullivan.net/cybercrime/expedia-warns-users-about-unauthorized-access-of-name-phone-email-and-booking-info/>

Howard, B. (2014). *Scammers target leading online travel agent Booking.com - BBC News*. Retrieved April 26, 2018, from <http://www.bbc.com/news/business-29942503>

Source 9: Elliot, C. (2018). *The mystery of bait-and-switch airfares*. Retrieved April 23, 2018, from <http://www.elliott.org/blog/the-mystery-of-the-missing-airfare/>

EU (2016).

Ibid.

Ibid.

Freed, J. Q. (2016). *Hotel Revenue Strategy: When to give OTAs your best rate*. Retrieved April 23, 2018, from <http://duettocloud.com/ota-get-best-rate/>

Zdanowicz, C., & Grinberg, E. (2018). *Passenger dragged off overbook United flight - CNN*. Retrieved April 26, 2018, from <https://www.cnn.com/2017/04/10/travel/passenger-removed-united-flight-trnd/index.html>

Weinberg, T. (2016). *Are fake online reviews killing consumer confidence? - Marketing Land*. Retrieved April 24, 2018, from <https://marketingland.com/fake-online-reviews-killing-consumer-confidence-194239>

Ibid.

Schuckert, Markus, Liu, Xianwei and Law, Rob. (2016). *Insights into Suspicious Online Ratings: Direct Evidence from TripAdvisor*. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(3), 259-272.

EU (2016).



**TRAVEL**  
BLOCK

[travelblock.io](https://travelblock.io)