

2015



**PROLOGIS**

Experts in Aviation Consultancy

## New Distribution Capability – NDC

Die neue Vielfalt im Vertrieb:  
Wie sieht der Markt den neuen  
Datenstandard?

Autoren:

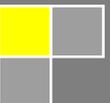
Hanna Schaal  
Senior Consultant  
schaal@prologis.aero

Dennis Schrage  
Senior Consultant  
schrage@prologis.aero

Judith Kloeg  
Consultant  
kloeg@prologis.aero

Copyright © 2015 PROLOGIS AG

All rights reserved. This study or any portion thereof may not be reproduced or used in any manner whatsoever without the express written permission of the publisher except for the use of brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law.



## Executive Summary

Nichts ist so beständig wie der Wandel. Wer sich mit dem Vertrieb in der Luftfahrt beschäftigt, weiß, dass dieser Sinnspruch für die Branche definitiv zutrifft. Ab September 2015 führt etwa die Lufthansa Group für Flüge ihrer Gesellschaften Lufthansa, SWISS und Austrian Airlines bei einer Buchung über die Globalen Distributionssysteme (GDS) eine Gebühr ein. Dieser Schritt zeigt: Die Airlines forcieren den direkten Vertriebskanal immer mehr, also die Buchungen über ihre eigenen Webseiten und APPs. Gleichzeitig wächst für alle – ob Legacy Carrier oder Low-Cost-Anbieter – die Bedeutung von kostenpflichtigen Zusatzleistungen, wie Sitzplatzreservierungen oder (Zusatz-) Gepäck. Vor allem im indirekten Vertrieb fehlen aktuell aber häufig die technischen Voraussetzungen, um diese entsprechend anbieten und verkaufen zu können. Die Darstellung von Rich Content und die Produktdifferenzierung sind hier bislang oft nicht möglich.

Seit drei Jahren arbeitet die IATA (International Air Transport Association), die weltweit 250 Fluggesellschaften vertritt, daher an dem Projekt New Distribution Capability (NDC). Der neue Datenstandard soll flexibler und dynamischer sein als z.B. der Nachrichtenstandard EDIFACT (Electronic Data Interchange For Administration), der in den 1980er-Jahren entstanden ist. NDC soll nun die Möglichkeiten im Vertrieb deutlich erhöhen.

Allerdings: Die Meinungen über NDC gehen stark auseinander. Lässt NDC wirklich „Schlimmes befürchten“, beispielsweise für Reisebüros und die Anbieter von Reservierungssystemen? Oder ist es vielmehr eine Chance, um weitere Produkte in den Markt zu transportieren und Zugang zu neuen Informationen zu erhalten? Der Online-Branchendienst Tnooz.com veröffentlichte Ende 2014 eine Umfrage zur NDC-Haltung von „Travel Buyers“, vorwiegend aus dem britischen Raum: 17% von knapp 200 Befragten unterstützen demnach NDC; 20% lehnen den Datenstandard ab. Die überwiegende Mehrheit, 63%, haben sich noch keine Meinung gebildet: Sie geben an, dass ihnen Informationen fehlen, um sich ein Urteil bilden zu können.

Was genau steckt hinter NDC? Was denken die Marktteilnehmer darüber? Inwieweit wird bereits an Lösungen gearbeitet? PROLOGIS, eine international tätige Beratungsgesellschaft mit mehr als 50 Kunden in über 30 Ländern, verfolgt die laufenden NDC-Entwicklungen schon seit geraumer Zeit und steht im intensiven Austausch mit den verschiedenen involvierten Parteien. Mit dieser Studie liefert PROLOGIS Antworten auf offene Fragen der Branchenakteure. Im Rahmen einer umfassenden Marktbefragung mit Fluggesellschaften, Reisebüros, Reiseveranstaltern, Flugticketgroßhändlern sowie Anbietern von Preisvergleichsseiten, Distributions- und Reisetechnologien wurde untersucht, wie die Studienteilnehmer zum Thema NDC stehen und was sie von diesem neuen Standard erwarten.

Sehr schnell wurde deutlich: NDC beschäftigt die Branche stark. 87% aller Befragten halten NDC laut dieser Studie für relevant bis sehr relevant für die Industrie. 74% rechnen damit, dass sich der neue Datenstandard in den kommenden zehn Jahren am Markt durchsetzen wird.

Es zeigte sich aber auch, dass viele Fragen offen sind und große Unsicherheit herrscht. Aktuell gibt es zwar Pilotprojekte der IATA, in denen die Airlines und andere Marktteilnehmer erste Erfahrungen mit NDC gewinnen können. Bis Ende 2015 soll die Zahl der Unternehmen, die daran teilnehmen, auf 24 steigen. Gegenüber 2013 und 2014 entspricht dies zwar einer Verdopplung: Bei mehr als 400 Airlines weltweit heißt das aber auch, dass immer noch nur ca. 6% der Unternehmen beteiligt sind.

Entsprechend ist die Unruhe groß: Die Studienteilnehmer erwarten generell, dass auf Airlines und Reisemittler „signifikante“ und „massive“ Kosten für die Entwicklung neuer Systeme zukommen. 57% der interviewten Airline-Repräsentanten rechnen zudem damit, dass ihre Systemlandschaft (zunächst) komplexer wird. Fragt man die Teilnehmer aber nach den konkreten Risiken und Herausforderungen für das eigene Unternehmen, blieben 41% eine Antwort schuldig: Viele haben sich damit noch nicht auseinandergesetzt. 45% wiederum konnten sich nicht dazu äußern, ob sich der NDC-Einsatz rentieren könnte oder würde. Lediglich 37% arbeiten aktiv an internen NDC-Entwicklungen. Grundsätzlich kann PROLOGIS aus der Diskussion mit vielen verschiedenen Marktteilnehmern den Schluss ziehen, dass die NDC-Konzepte sehr stark vom jeweiligen Geschäftsmodell des Unternehmens abhängen und mittlerweile zahlreiche Anwendungsgebiete betrachtet werden.

Wie und wann NDC Anwendung finden wird, ist noch unklar. Allerdings zeigt sich auch: Unabhängig davon, ob und wie gut der Datenstandard vom Markt angenommen wird – das IATA-Projekt hat schon jetzt dazu beigetragen, dass Themen wie Produktdifferenzierung, Personalisierung und, ganz allgemein gesprochen, „Merchandising“ in der Branche vorangetrieben werden. Alexander von Koslowski, Vice President DER Touristik Online GmbH, spricht von der „*Ablösung des klassischen IATA-Vertriebs*“ insgesamt. „*Da ist NDC natürlich in dem ganzen Spiel nur ein Mosaikstein, aber ein sehr, sehr wichtiger.*“

An dieser Stelle bedanken wir uns bei allen Mitwirkenden, ohne deren Unterstützung diese Studie nicht hätte entstehen können. Unser Dank gilt insbesondere den Vertretern der Airlines, ihren Vertriebspartnern und Dienstleistern, die uns mit ihrem Wissen und ihrer Zeit unterstützt haben, sowie der Journalistin, Frau Jennifer Lachman, für die abschließende redaktionelle Überarbeitung.

Wir hoffen, dass die Ergebnisse und Erkenntnisse dieser Studie den Beteiligten und Betroffenen der aktuellen NDC Initiative ein klareres Bild über die Konzeption sowie über die Konsequenzen von NDC vermitteln und sie so dazu beitragen, dass dieser neue Standard sich zukünftig zu einem wesentlichen Eckpfeiler für den wirtschaftlichen Erfolg der Airlines und ihrer Partner entwickelt.

-----  
Hamburg im Juli, 2015

Die Autoren:

- Frau Hanna Schaal, Senior Consultant (schaal@prologis.aero)
- Herr Dennis Schrage, Senior Consultant (schrage@prologis.aero)
- Frau Judith Kloeg, Consultant (kloeg@prologis.aero)