



Während die Veranstalter die Player-Hub-Welt erobern, drohen **FERIENFLUGGESELLSCHAFTEN** den Anschluss zu verpassen.

# Eine Frage der Geschwindigkeit

GEORG JEGMINAT

**T**urboschnell reagieren die neuen Buchungsoberflächen, hinter denen sich Veranstalter-Player von Peakwork, Bewotec und anderen verbergen. Air Berlin beliefert den Veranstalter Binoli mit Hilfe des Pricing Cache von Vayant. Lufthansa nutzt dieselbe Technik und einen eigenen Flight Player, um L'Tur, Bucher Reisen, Hotelplan Suisse und TUI 4U zu versorgen. „Die Datenqualität bei den Preisen und Verfügbarkeiten ist deutlich besser als bei traditionellen touristischen Systemen“, schwärmt Christian Tillmans, Leiter Privatkundengeschäft und Online-Vertrieb bei Lufthansa. Heile Welt also?

**Keineswegs, denn bei vielen Ferienfluggesellschaften**, deren Domäne die Touristik ist, bewegt sich wenig – jedenfalls nicht sichtbar. Einer Studie des Hamburger Airline-Beratungsunternehmens Prologis zufolge könnten viele Charter-Carrier sogar technisch abgehängt werden. Das gelte insbesondere dort, wo die Veranstalter auf die dynamische Produktion setze sowie im Ver-

FOTOS: IMAGO, PROLOGIS

trieb für touristische Destinationen mit ausgeprägtem Einzelplatzverkauf. Zu diesem Ergebnis kommen die Prologis-Mitarbeiter Sonja Scholl und Merlin Schmischke, die während der ITB einen kurzen Einblick in ihre Studie gewährten.

Der Grund für den Rückstand der Ferienflieger: Das Geschäft, das über Kontingente, Pro-Rata-Verträge und Pooling funktioniert, ist schon jetzt technisch schwierig, die Anforderungen an die Steuerung sind komplex.

Dass an der neuen Technik kein Weg vorbeiführt, bestätigt L'Tur-Chef Markus Orth. Die Player-Technik sei schnell und liefere aktuelle Daten.

L'Tur arbeitet bereits mit verschiedenen Varianten, nutzt unter anderem den Flight Player für Content der Linienflieger Air Berlin und Lufthansa und hat sehr früh Erfahrungen mit der Sabre-Variante gewonnen. „Ich bin schon ein richtiger Enthusiast“, sagt Orth über sich.

Er ist überzeugt, dass die Ferienflieger auf Dauer nicht darum herumkommen, die schnelle industrielle Produktion der Veranstalter zu unterstützen. Diese könnten komfortabel auf die für sie interes-



**Disconnected:** Zwischen dem Veranstalter-Vertrieb und den Ferienfliegern öffnet sich eine technische Lücke.

santen Teile des Content, etwa auf Städteflüge, zuzugreifen. Player könnten auch die Nachfrage von Metasearchern im Internet abfangen und bedienen. „Die Investitionen würden sich für die Fluggesellschaften auszahlen“, lautet Orth's Schlussfolgerung. Bei den Ferienfliegern sieht das Bild sehr gemischt aus. Angesichts der Kosten und des Arbeitsaufwands, einen Player mit den Technikunternehmen zu entwickeln, ist vielfach eine unausgesprochene Zurückhaltung spürbar.

## VORREITER UND NACHZÜGLER

Eine Ausnahme ist TUIfly. Sie speist bereits seit mehr als einem Jahr die Player-Technik von Peakwork. Die Flugdaten werden aus dem internen System heraus konvertiert und stehen so auf dem Veranstalter-Portal HLX.com bereit. Technisch funktioniert es bei der Condor ähnlich. „Wir benötigen keinen eigenen Player“, stellt Frank Seedorf, Leiter E-Commerce bei der Condor, fest. „Wer unseren Content benötigt, muss ihn sich holen.“ Entsprechend bedient sich Peakwork

der Angebotsdaten von Condor und konvertiert sie selbst. Paul Schwaiger, Chef der Sun Express, ist noch nicht so weit. Er lässt von seinen Mitarbeitern die technische Entwicklung beobachten. „Wir konzentrieren uns derzeit auf unser Kerngeschäft, die klassische Zusammenarbeit mit den Reiseveranstalter“, sagt Schwaiger. Weder unterbiete man die Veranstalter-Preise im Einzelplatzverkauf, noch halte man bestimmten Content für den exklusiven Vertrieb über die eigene Website zurück. Deshalb sieht er noch nicht die Notwendigkeit, aktiv zu werden.

Bewotec-Geschäftsführer Michael Becher meint: „Für kleinere Airlines ist es schwierig, im Player-Umfeld mitzuspielen. Das größere Problem sehe ich nicht in der Technik, sondern darin, dass bei kleineren Airlines zu wenig Management-Kapazität für dieses Thema existiert und damit auch zu wenig Know-how vorhanden ist, um das Thema selbst aktiv zu gestalten.“ Bei der Bewotec-Tochter Partners-Solutions werden Flugdaten deshalb mit möglichst hoher Frequenz aktualisiert und mit verschiedenen Methoden veredelt.

## UNSICHERE INVESTITION

Viele Ferienflieger scheuen den hohen Aufwand oder arbeiten intern mit älteren Systemen, die die schnelle Player-Hub-Welt nur bedingt bedienen können. Für touristische Airlines aus den Destinationen der deutschen Urlauber stellt sich zudem die Frage, ob sie die unterschiedlichen Anforderungen aus den verschiedenen Quellmärkten überhaupt unterstützen können.

**Zusätzliche Verunsicherung** entsteht durch die Frage, wie sich der vom Airline-Verband Iata propagierte Datenstandard NDC auswirken könnte. Auch touristische Airlines, die über GDS Sitze vermarkten, könnten sich zukünftig den NDC-Anforderungen gegenübersehen. Angesichts schmaler Margen treffen die Airlines solche Investitionsentscheidungen nur sehr vorsichtig. Der Geschäftsführer von Prologis, Gerd Pontius, kommt deshalb zu dem Schluss: „Die Fluggesellschaften benötigen mehr Zeit, bis sich ein Branchenstandard entwickelt hat. Für diesen können sie dann investieren.“

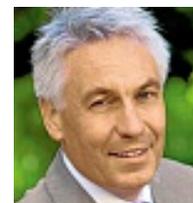
Bis dahin werden sie ihren Content an die Veranstalter oder Technikunternehmen liefern, und sie werden Arbeit in die Datenqualität investieren müssen. Das Risiko aber bleibt, dass Kunden zu den schnelleren Angeboten greifen und zu denen, die seltener Preisunterschiede zwischen der Buchungsanfrage und der tatsächlichen Buchung auswerfen.

**fvw**

## CHARTERFLUG IM WANDEL

➔ **EINE STUDIE** der Airline-Beratung Prologis belegt, dass sich die Distributionswege der Charter-Carrier ändern. Fix-Kontingente werden immer seltener, Pro-Rata-Kontingente nehmen zu.

➔ **JE NACH ZIELGEBIET** wird unterschiedlich gesteuert. Auf Fernstrecken, aber auch Richtung Mallorca arbeiten Veranstalter heute viel mit Einzelplätzen. Richtung Türkei können Airlines nach wie vor Kontingente verkaufen.



**Berater Gerd Pontius** von Prologis betreut mehr als 50 Carrier weltweit.