

Direct Connect

Leider fehlt der Anschluss

von Oliver Graue und Martin Jürs

Montag, 16. Juli 2018



Travel Manager und Reisebüros sind sauer: Nach wie vor gibt es keine effiziente Technik, mit deren Hilfe sich bei Lufthansa direkt buchen ließe.

Seit einiger Zeit erhebt die Lufthansa für Ticketkäufe eine Gebühr: Firmen, die klassisch über ihr Reisebüro oder ihre Online-Software (OBE) buchen, zahlen 16 Euro zusätzlich. Zumindest, wenn dies über die großen Reservierungssysteme (GDS) geschieht. Für bestimmte Europa-Flüge kommen noch mal 20 Euro hinzu. Für Firmen, die viel unterwegs sind, macht sich das schnell bei den Reisekosten bemerkbar.

Weniger problematisch wäre all dies, wenn sich Direct Connect – also der direkte Zugriff auf das Tarifsystem der Airline –, bei dem die Gebühren nicht anfallen, einfach herstellen ließe. Das aber ist nicht der Fall, wie etliche Travel Manager am Rande der jüngsten VDR-Tagung in München berichteten. Denn sowohl bei der Lufthansa als auch bei den Technikanbietern scheint vieles von dem, was theoretisch funktionieren sollte, in der Praxis noch nicht zu klappen. Manch ein Geschäftsreiseplaner erzählt genervt, wie sich die Dienstleister gegenseitig den Schwarzen Peter zuschieben – ohne zu einer Lösung zu gelangen.

Wer hilft weiter?

„Bei mir begann es schon damit, dass mir der Lufthansa-Vertreter keine konkrete Auskunft geben konnte“, sagt ein Travel Manager. „Mir wurde empfohlen, mich an den Betreiber unserer OBE zu wenden. Der wiederum riet mir, mit Lufthansa Kontakt aufzunehmen.“ Dabei sehen sich die Travel Manager vor allem einem „zunehmenden Rechtfertigungsdruck ausgesetzt“, wie es eine Planerin formuliert: „Auf der Lufthansa-Internet-Seite entdecken unsere Reisenden niedrigere Preise als die, die sie über unsere OBE buchen sollen. Soll ich jetzt allen wieder gestatten, dass sie ihre Flüge selbst im Netz buchen?!”

Andere LH-Repräsentanten geben den Firmen nicht nur keine Antwort, sondern stellen ihnen selbst Fragen, etwa, was diese von Direct Connect erwarteten und ob ihre OBE das Gewünschte schon darstellen könnte. „Als Travel Manager erwarte ich, dass solche Fragen zwischen den Dienstleistern geklärt werden“, sagt ein Einkäufer. „Zudem müsste Lufthansa doch selbst wissen, was ihre OBE-Partner können und was nicht. So aber fühle ich mich als Spielball zwischen den Dienstleistern und als Bittsteller, der erst mal seine Hausaufgaben machen soll.“

Tatsache ist: Eine standardisierte Lösung, Direct Connect in etablierte Travel-Management-Prozesse einzubauen, gibt es nach wie vor nicht – jedenfalls keine, die sich für Unternehmen nutzen lässt, die kleiner sind als Siemens oder VW. „Alles, bislang angeboten wird, ist reines Stückwerk“, urteilt Travel-Management-Berater Jörg Martin (CTC Corporate Travel Consulting). So gestattet manche Lösung zwar eine Ticketbuchung – doch schon bei Umbuchungen oder Stornierungen treten Probleme auf. Und komplizierte Umwege über Software wie Farelogix sind für Firmen ebenso ineffizient wie die Buchung direkt über die Lufthansa-Website.

Lufthansa selbst spricht hingegen von einem „geringen Aufwand“, den Unternehmen hätten, wenn sie in ihrer OBE die Direktbuchung einflegen wollten. Dann aber profitierten sie von der Möglichkeit, komplett Pauschalen mit den Airlines aushandeln zu können, eine höhere OBE-Nutzungsrate zu erzielen, auf klassisches Ticketing zu verzichten und direkt umzubuchen.

Reisebüro-Lösung gesucht

Fest steht nur eines: Für Firmen, die mit Reisebüros kooperieren, ist die Direktbuchung weitgehend unmöglich. Zwar verspricht LH noch für dieses Jahr eine „bessere Anbindung der Geschäftsreiseketten an Direct Connect“, wie es heißt: „Dann können Firmen auch offline ohne GDS-Gebühren buchen.“ Ziel sei eine Art technischer Drehscheibe, in die alle sowohl über OBE als auch über Reisebüro vorgenommenen Direct-Connect-Buchungen einfließen – und zwar aller Airlines.

Die Travel Manager, auch das wurde auf der VDR-Tagung deutlich, erwarten von ihren

Reisebüro-Partnern Unterstützung beim Zugriff auf Direct Connect. Diese jedoch zeigen sich hier nach wie vor skeptisch bis reserviert. Zwar sei man generell offen für neue Vertriebsansätze, heißt es etwa bei CWT. Allerdings werde das Konzept von Buchungen, die außerhalb der GDS mittels Direct Connect durchgeführt werden, derzeit nicht unterstützt, so die klare Ansage.

Auch deswegen nicht, weil die verschiedenen globalen Buchungssysteme nach Ansicht des internationalen Geschäftsreiseanbieters nach wie vor die effizientesten Plattformen sind: sowohl um den Fluggesellschaften den Vertrieb zu ermöglichen als auch um den Firmenkunden einen transparenten und vollständigen Preisvergleich zu bieten.

Ein Horn, in das auch andere Dienstleister stoßen, selbst wenn sie wie HRG oder BCD Firmenkunden betreuen, die über einen einen direkten Zugang ins LH-Tarifsystem verfügen. Direct-Connect-Schnittstellen erforderten beträchtliche Investitionen, und fraglich sei, ob sich dieser Aufwand lohnt. „Es gibt branchenweit noch kein zuverlässiges System oder Verfahren, das jede Buchung, die außerhalb des GDS getätigt wurde, zuverlässig erfassen kann“, so BCD. Darüber hinaus fielen Kosten für Erfassung und Speicherung von Reisedaten an, die für das Travel Risk Management und für Einkaufsgespräche erforderlich seien.

Wenig überraschend, dass der Anbieter daher selbst über keine Direct-Connect-Schnittstelle zu LH verfügt, auch wenn Firmenkunde Siemens eine solche nutzt. Die Investitionen hierfür waren allerdings enorm hoch.

Selbst bei den LCC, die wie die meisten über den Umweg Farelogix setzen, hält sich die Begeisterung in Grenzen. Die Erfahrungen mit diesem Kanal seien „durchwachsen“, räumt Tina Roos ein, Bereichsleiterin Front- und Midffioce Technology bei LCC. Insbesondere die Übertragung der via Direct Connect generierenden Buchungsdaten in die verwendeten Reportingsysteme sei sehr aufwendig, so Roos. „Die gewohnte Detailtiefe ist hier nicht an jeder Stelle gegeben“, formuliert es die LCC-Managerin eher vorsichtig.

Themen

• Reisebüro (</suche/schlagworte/Reiseb%C3%BCro/>)

• Deutsche Lufthansa (</suche/schlagworte/Deutsche+Lufthansa/>)

• Software (</suche/schlagworte/Software/>)

• Verband Deutsches Reisemanagement VDR (</suche/schlagworte/Verband+Deutsches+Reisemanagement+VDR/>)

• Farelogix (</suche/schlagworte/Farelogix/>)

• München (</suche/schlagworte/M%C3%BCnchen/>)

• VW (</suche/schlagworte/VW/>)

Die Kommentare für diesen Artikel sind geschlossen.