

Direct Connect

„Es wird zunächst keine billigen Lösungen geben“

von Oliver Graue

Montag, 11. September 2017



Jörg Martin ist Berater (CTC Corporate Travel Consulting) und leitet daneben den VDR-Fachausschuss Flug.

Nach Lufthansa, Austrian und Swiss kassieren mittlerweile auch British Airways und Iberia eine GDS-Gebühr. Die Debatte um die Direktbuchung verschärft sich. Ein Interview Jörg Martin, Leiter des VDR-Fachausschusses Flug.

Dass war noch einfach: Sämtliche Flugtarife und deren Verfügbarkeit waren in den Reservierungssystemen (Globale Distributionssysteme, GDS) enthalten. Reisebüros waren und sind an diese Systeme angeschlossen und können damit schnell feststellen, welche Flüge am preisgünstigsten sind. Die Idee zu den GDS hatte 1953 der damalige Chef von American Airlines. Heute dominieren die drei Anbieter Sabre, Travelport und Amadeus den Markt. Amadeus wurde 1987 von Air France, Iberia, SAS und Lufthansa gegründet.

Inzwischen weht den GDS jedoch ein kalter Wind entgegen. Wegen der Konkurrenz durch Billigairlines drehen die etablierten Fluggesellschaften jeden Cent zweimal um. Sparen wollen auch bei den GDS-Gebühren, die sie für jede Buchung an die Systeme zahlen müssen. Gleichzeitig kopieren sie das System der Billigheimer: niedrige Tarife für den reinen Flug und Gebühren für jede zusätzliche Leistung wie Gepäck, Sitzplatz-Reservierung oder Mahlzeiten. Solche Extras jedoch – so der Vorwurf der Airlines – ließen sich über GDS nicht verkaufen. Lufthansa verlangt daher seit 2015 für alle Buchungen über GDS eine zusätzliche Gebühr von 16 Euro. Diese entfällt nur bei Firmenkunden, die direkt bei der Airline über spezielle Softw

buchen (nicht zu verwechseln mit der für Firmen unpraktikablen Buchung über die Lufthansa Website).

Das Problem: Diese Software gibt es nicht. Der Kampf zwischen Reisebüros als GDS-Nutzer und den Fluggesellschaften ist zudem voll entbrannt, zumal nach Lufthansa nun auch British Airways eine solche Gebühr erhebt. Zwischen den Fronten sind die Firmenkunden und Geschäftsreisenden. Wie gehen sie mit dem Thema um? Was sollten sie tun? Das fvw Schwesternmagazin BizTravel hat mit Jörg Martin gesprochen, Berater (CTC Corporate Travel Consulting) und Leiter VDR-Fachausschuss Flug.

Fluggesellschaften behaupten, dass sie via GDS keine individuellen Produkte verkaufen könnten, sondern nur Standard. Die GDS widersprechen. Wer hat Recht?

Die Reservierungssysteme waren, als Lufthansa die Gebühr einführte, tatsächlich nicht in der Lage, die neuen Bedürfnisse der Fluggesellschaft abzubilden. Hier geht es aus meiner Sicht aber mehr um strategische, kommerzielle Fragen als um Buchungsfunktionalitäten. Das lässt sich daran ablesen, dass die nun angestoßenen Neuerungen bei den GDS richtig Fahrt aufgenommen haben, seitdem die Airlines sie durch die Kündigung der Verträge aus ihrer Komfortzone geschupst haben.

Es gibt mit Siemens und VW nur zwei Firmenkunden, die Direct Connect nutzen. Warum sind nicht längst viel mehr.

Weil die Lufthansa 2015 zunächst Fakten schuf mit dem Verzicht auf eine weitere GDS-Vereinbarung und sie erst danach begonnen hat, nach neuen Lösungen zu suchen. Für Siemens und VW wurden ja reine Individuallösungen geschaffen. Diese eignen sich sicher nicht als Standard für den breiten Markt. Hier will Lufthansa künftig Lösungen über den US-Schnittstelle Anbieter Farelogix anbieten.

Warum ist es so schwer und so teuer, solche Lösungen herzustellen?

Die Reservierungssysteme, die ja von Fluggesellschaften gegründet wurden, haben sich über Jahrzehnte gemeinsam mit der Industrie entwickelt und verzahnt. Hier geht es nicht nur um Technik und deren Verzahnung, sondern um das Verständnis der Gesamtprozesse. Wenn die Entwicklung einer Alternative einfach und günstig wäre, hätten neue Anbieter bereits vor einigen Jahren angefangen, den lukrativen GDS-Markt aufzumischen.

Wann wird es billige Lösungen geben?

Ich sehe momentan nicht, dass wir kurz- oder mittelfristig dorthin kommen werden. Letztendlich müsste es ein IT-Unternehmen geben, das ein Reservierungssystem mit dessen Funktionalitäten nachbaut – wobei sich die GDS wie gesagt aber ja auch schon weiterentwickeln. Zudem ist billiges Farelogix soll ja ein solches System sein. Billig heißt hier allerdings, ich habe nichts davon.

eingeschränkte Funktionen und kann komplexe Reisen sowie Umbuchungen, Aufzahlungen usw. Ähnliches mehr schlecht als recht darüber abwickeln. Das wiederum macht es teuer. Solar nicht ein sehr hohes Flugvolumen mit Punkt-zu-Punkt-Strecken vorliegt, wird daher auch billiger Direct Connect immer teuer sein. Auch sollte die Online-Nutzungsrate im Unternehmen weit oberhalb der durchschnittlichen 55 Prozent liegen, und das Reisebüro muss mit im Elend sein.

„Die Alternativen sind noch keine“

Farelogix wirbt für sich als gute Lösung .

Wäre es eine solch problemlose Alternative, hätte Lufthansa sich kaum dazu entschieden, 10 Millionen in die Entwicklung zu investieren. Die Alternativen sind eben noch keine, insbesondere nicht für das Firmengeschäft, da hier sehr komplexe Anforderungen zur Integration in den Gesamtprozess bestehen. Zudem stellt sich die Frage, ob dieser US-Anbieter dann auch der präferierte Lösungsanbieter für andere Fluggesellschaften ist, die ebenfalls Buchungsgebühren einführen

Werden also Flugbuchungen für Mittelständler nun erst einmal teuer?

Auf dem Geschäftsreise-Markt haben die Anbieter bisher verstanden, alle finanziellen Differenzen so auszutragen, dass am Ende die Zeche vom Kunden, also vom buchenden Unternehmen, bezahlt wird. Zumindest haben sie keine Chance, die Gebühr einzusparen, es sei denn, sie nutzen die LH-Website. Das ist aber natürlich keine zufriedenstellende Option, vor allem Umbuchungen oder Stornierungen zu aufwändig sind

Gegner kritisieren zudem, dass durch Direct Connect die Vergleichbarkeit der Flugraten verloren geht, welche die GDS liefern.

Dies stimmt nur dann, wenn direkt über die Portale der Anbieter gebucht wird, ohne diese zu einem Aggregator, wie beispielsweise eine Online-Buchungs-Software oder das Reisebüro, auf einem Hilfssystem zu tun

Ein weiterer Vorwurf der Geschäftsreisebüros lautet, dass allein die Fluggesellschaften von Direct Connect profitieren. Ist das richtig?

Das sehe ich auch so, allerdings sind Fluggesellschaften keine Wohlfahrtsinstitute – genau wenig wie die Geschäftsreisebüros. Sie wollen und müssen Geld verdienen. Von daher ist es Streben nach der Maximierung der eigenen Ergebnisse immer vorrangig

Und mit British Airways führt nun die nächste Fluggesellschaft eine GDS-Gebühr ein

Ja, aber British Airways geht einen anderen und wie ich finde besseren Weg. Denn sie verteilt

nicht einfach bestimmte Vertriebskanäle, sondern macht ihren Preisaufschlag an vorhandenen, für sie sinnvollen Funktionalitäten fest. Den Ansatz halte ich für innovativer, da keine Einzellösungen geschaffen werden, sondern generell mit NDC ein neuer Systemstandard forciert wird, von dem alle anderen Airlines, die diesen verwenden, ebenfalls profitieren können. Da lohnen sich dann auch die Entwicklungsinvestitionen bei Systemanbietern.

Manche große Ketten lehnen es ab, Direct Connect anzubieten. Ein Fehler?

Die Kernaufgabe und der Mehrwert eines Reisebüros liegen darin, dem Kunden den kompletten Markt zur Verfügung zu stellen und für ihn die preisgünstigsten Reisemöglichkeiten herauszufinden. Wie ein Reisebüro dies tut, liegt in seiner Verantwortung. Die aktuelle Situation ist für die Reisebüros sehr gefährlich, denn wenn sie ihre Mehrwerte nicht mehr liefern und es die Kunden andere Alternativen gibt, sind sie weg. Das lässt sich heute schon an der Entwicklung des Online-Geschäfts ableSEN.

Warum ist es Ihrer Ansicht nach überhaupt zu einer solchen Entwicklung wie Direct Connect gekommen?

Zum einen ist dies auf die technische Entwicklung zurückzuführen, die Kunden und Anbieter im Internet schnell zusammenbringt. Das hat in den letzten Jahren bereits zu einer erheblichen Steigerung der Direktbuchung geführt. Auch haben die neuen Technologien gezeigt, dass renovierungsbedürftig und unflexibel die Reservierungssysteme geworden sind. Darüber hinaus war es logisch, dass die Fluggesellschaft bei der Optimierung der Vertriebskosten irgendwann auch die GDS-Ausgaben in den Fokus rücken würden.

Ist die Zeit der GDS vorbei?

Nein, das sehe ich nicht. Die Initialzündung, auch hier Entwicklungssprünge zu machen, ist schon erfolgt – wenn auch erst durch den harten Schnitt in der Vertragsbeziehung mit den Airlines. Zudem arbeiten die GDS genauso intensiv an der Umsetzung des NDC-Standards wie andere Systemanbieter.

Dieser Text ist in der BizTravel Nr. 3/2017 erschienen.

Themen

- Deutsche Lufthansa (</suche/schlagworte/Deutsche+Lufthansa>)
- British Airways (</suche/schlagworte/British+Airways>)
- Reisebüro (</suche/schlagworte/Reiseb%C3%BCro/>)
- Iberia (</suche/schlagworte/Iberia>)
- Jörg Martin (</suche/schlagworte/J%C3%BCrg+Martin>)

- Verband Deutsches Reisemanagement VDR (/suche/schlagworte/Verband+Deutsches+Reisemanagement+VDR)
- Swiss International Air Lines (/suche/schlagworte/Swiss+International+Air+Lines)

Die Kommentare für diesen Artikel sind geschlossen