



# BRÜCKEN SCHLAGEN ZWISCHEN ZWEI WELTEN

**Die GDS-Betreiber wollen die neuen Airline-Angebote der NDC-Welt in die Reisebüros bringen. 2019 wird es ernst. Aber die Herausforderungen sind groß.**

GEORG JEGMINAT

**D**ie Flugbuchung von London nach Mailand, die im Reisebüro von Meon Valley Travel in London vorgenommen wurde, war auf den ersten Blick nicht spektakulär. Und doch markierte sie den Anfang einer Umwälzung im Flugvertrieb: Am 23. Oktober 2018 erfolgte erstmals in einem stationären Reisebüro via GDS, nämlich über Travelport, eine NDC-Buchung. „Der gesamte Bestellvorgang mit PNR, EMD, Ticketing wird in Zukunft durch One Order abgelöst – für die Airline selbst, aber auch in Zusammenarbeit mit ihren Partnern“, erläutert Alexander von Bernstorff, Direktor Airline Solutions bei Interes, der die NDC-Entwicklung bei der Iata seit Jahren begleitet. Um zu vermeiden, dass die GDS-Betreiber Amadeus, Sabre und Travelport nicht zu viel Geschäft an die NDC-Direktkanäle verlieren, forcieren sie nun selbst den Einsatz dieses neuen Datenformats. Allerdings stehen sie noch immer vor großen Herausforderungen. „Die Buchung bei Meon war ein besonderer Moment für den Airline-Vertrieb. Aber wir sind noch immer in einer sehr frühen Phase der NDC-Nutzung“, ordnet Travelport-CEO Gordon Wilson ein. In den kommenden Monaten werden alle drei GDS-Betreiber NDC-Buchungen in der jeweiligen

Bedienoberfläche freischalten. Zudem werden sie Zugänge über Webservices und Schnittstellen (API) bereitstellen. Damit sollen die Reisebüros einerseits Zugriff auf die vielen Zusatzleistungen bekommen, mit denen die Fluggesellschaften Extraerlöse erzielen wollen. Andererseits stehen den Reiseverkäufern auch die Vorzugskonditionen zur Verfügung, die beispielsweise die Lufthansa-Gruppe nur über NDC anbietet. Ziel der Airlines ist es, schneller und agiler im Vertrieb zu werden. „Der Datenstandard NDC ist eine wichtige Voraussetzung für dynamisches Pricing und eröffnet den Fluggesellschaften viele neue Spielräume im Vertrieb“, umreißt Mark Friesen, Berater von Quinta Consulting, einen der Effekte. Zudem wollen die Airlines ihre Angebote weiter ausdifferenzieren, um den Vergleich mit anderen Airlines zu erschweren und den reinen

Preiswettbewerb zu reduzieren. Deshalb haben Netzwerk-Carrier ein Interesse, dass auch der indirekte Vertrieb mit Hilfe von NDC beliefert wird.

### Das sind die Herausforderungen für die GDS-Betreiber

**REISEBÜROS MITNEHMEN.** Reiseverkäufer müssen mitziehen und dazulernen. Denn nur wenn sie die Zusatzleistungen verkaufen, sind sie und die GDS für die Airlines wertvoll. Bisherige Erfahrungen seien nicht sehr positiv, wie Rainer Klee, Chef von Aerticket, bemängelt. Aerticket bietet bereits diverse Zusatzleistungen über das System Cockpit. Reiseverkäufer müssen bei der GDS-Bedienung zudem umlernen. Dort werden die über NDC aufgerufenen Angebote speziell gekennzeichnet, weil Arbeitsabläufe, beispielsweise bei Umbuchungen, anders funktionieren werden als bisher üblich.

**PARALLEL BETRIEB NDC UND GDS.** Hintergrund für die veränderten Arbeitsabläufe ist, dass die Buchungen über NDC prinzipiell nicht in einem GDS-Buchungsdatensatz (PNR) landen, sondern in einem One-Order-Datensatz. One Order kennt keine Flugtarife, sondern nur Preise und sieht grundsätzlich nicht einmal ein Ticketing vor. „In der Übergangsphase benötigen Airlines dennoch einen PNR für NDC-Buchungen, weil viele Prozesse, insbesondere die Flughafenprozesse wie das Check-in, darauf aufbauen“, berichtet von Bernstorff. Die GDS-Betreiber entwickeln deshalb einen Rückkanal von der NDC-Buchung in das traditionelle GDS.

„Viele Airliner halten reine NDC Booking Engines für die richtige Lösung, betrachten ihre Unternehmen aber noch nicht als reif dafür, insbesondere in organisatorischer Hinsicht“, so von Bernstorff. Iata-CEO Alexandre de Juniac hat aber bereits gefordert, dass die Flughäfen und dort aktive Dienstleister ebenfalls IT-Systeme für die NDC-Kommunikation einführen sollen. Doch das dürfte noch Jahre dauern.

**VERTRÄGE MIT AIRLINES.** 53 Fluggesellschaften sind bei der Iata für das Offer and Order Management (NDC Level 3) zertifiziert, knapp 30 von ihnen pushen den neuen Datenstandard aktiv. Die GDS-Betreiber können bisher nur wenige Namen nennen. Insider vermuten, dass es ein Ringen um die Geschäftsmodelle mit den Airlines gibt.

Die Airlines treiben das Thema auch, um ihre Distributionskosten entscheidend zu senken, und nutzen den NDC-Direktvertrieb als Druckmittel. Andererseits fehlen bei NDC Funktionen wie das Ticketing und das Interlining, so dass trotzdem GDS-Tools genutzt werden müssen. GDS-Manager deuten an, dass die NDC-Schnittstellen wegen der Verträge erst nach und nach für den Vertrieb freigeschaltet werden.

**VERLUST TECHNISCHER INTELLIGENZ.** Aufgrund historischer Entwicklungen verbreiteten Airlines ihre Tarife und Flugplandaten über unterschiedliche Firmen wie APTCO und AOG und lieferten Sitzverfügbarkeiten erst im Moment der Buchungsanfrage über ein Passenger Service System (PSS). Erst in den GDS wird das Produkt kreiert. Diese und zahlreiche weitere Funktionen sollen im One-Order-Datensatz zukünftig voll in der Kontrolle der Airlines sein. GDS-Betreiber könnten also zu reinen Datentransportern werden. Dem widerspricht allerdings Gianni Pisanello, Chef des NDC-X-Programms bei Amadeus: „Das Flugangebot, die Zusatzleistungen, deren Kombinationen und Preise werden zunehmend fragmentiert in die Märkte gebracht. Deshalb wird die Rolle der GDS als Reintegrator wichtiger werden.“ Diese Aufgabe werde nicht einfach, wie Travelport-Manager Marcel van de Wal ankündigt. „Macht den Standard wirklich zu einem Standard“, fordert er von den Airlines. Denn so flexibel NDC genutzt werden kann, so variantenreich können sie den Datenstandard verwenden, etwa indem gleiche Leistungen unterschiedlich bezeichnet werden. Kathy Morgan, Vice President NDC bei Sabre, ergänzt: „Es ist unsere Aufgabe, den Wert des indirekten Vertriebs, aber auch dessen Effizienz in seiner Arbeit zu erhalten.“ Die Nutzung von NDC über die GDS-Provider dürfte also einige Hürden zu überwinden haben und ebenso wenig glatt verlaufen wie bei den ersten Direct-Connect-Lösungen.

## WAS SOLL NDC LEISTEN?

New Distribution Capability (NDC) ist ein Datentransportformat auf der Basis von XML. Es wurde unter Leitung des Airline-Verbands Iata entwickelt, um die Leistungsfähigkeit im Vertrieb der Airlines zu erweitern. Es kann flexibel unterschiedliche Produkte in den Kauf bringen, es soll den Airlines die volle Kontrolle über ihren Vertrieb zurückgeben und das individualisierte Produktangebot für Reisende ermöglichen. Statt im gewohnten PNR landet die NDC-Buchung in einem One-Order-Datensatz.

30. JANUAR 2019, 14.30 – 16.00 UHR

**Themenkreis Distribution: Von der Theorie zur Praxis – wie NDC und One Order den Vertrieb von Flugleistungen verändern**

Diskussionsrunde und Round Tables