

«Die Schweiz macht in der dynamischen Produktion zwei Schritte auf einmal»

Dynamisch produzieren mittlerweile einige – auch in der Schweiz. Die Frage bleibt: X, Y oder Z?

Simon Benz

Der Donnerstagmorgen stand im Zeichen der dynamischen Reiseproduktion, dabei drehte sich alles um die Frage: «X, Y, Z – wie werden in Zukunft die Reisen produziert?» Als Auftakt des von TI-Redaktor Stefan Jäggi moderierten Kongresses referierte Ralf Usbeck (Peakwork) über die dynamische Produktion generell und stellte dabei die drei Produktionsarten X, Y und Z vor.

Die Z-Produktion basiert ebenfalls auf der Hub-/Player-Technologie der Y-Produktion, wobei der Veranstalter zusätzlich seine kontingentierte Flug- und Hotelleistungen in den Player einspeisen kann. Der Z-Begriff ist laut Usbeck deshalb noch nicht so geläufig, weil diese Produktionsweise noch von keinem TO angewendet werde. Denn diese funktionieren erst, wenn eine gewisse Anzahl Leistungsträger (Hotels, Airlines, Bettenbanken, GDS) entsprechend leistungsfähige Systeme installiert hätten. Bislang werden diese Systeme laut Usbeck z. B. von Lufthansa, Air Berlin sowie auch von ersten Bettenbanken eingerichtet.

FÜR DIE ANSCHLIESSENDE Diskussion komplettierten Boris Raoul (FTI), Roger Zintl (Kuoni) und Thomas Egger (Online Travel) die Runde.

Gemäss Egger bewegt sich Online Travel mit dem Realtime-Packaging



Die Teilnehmer am TO-Kongress (v. l.): Ralf Usbeck (Peakwork), Thomas Egger (Online Travel), Stefan Jäggi (TRAVEL INSIDE, Moderator), Boris Raoul (FTI) und Roger Zintl (Kuoni).

zwar im Z-Bereich, wobei die zu langen Wartezeiten problematisch seien.

Laut Raoul ist die X-Produktion aufgrund der Überkapazitäten der Airlines heraus entstanden und wurde zunächst in Deutschland eingeführt. Mittlerweile stehen die Chancen für FTI dafür aber auch auf dem Schweizer Markt gut. «Aber ganz ohne eigenen

Content wird es für einen Veranstalter nicht gehen», erklärt Raoul, was wiederum für die Z-Produktion spreche. Die Frage, ob die Schweiz denn den Anschluss an Deutschland verpasst habe, verneint Raoul: «Der Eintritt eines Billigcarriers hat für uns die dynamische Produktion auch in der Schweiz interessant gemacht. Die Schweiz

kommt nun zum richtigen Zeitpunkt und macht zwei Schritte auf einmal. Das Lehrgeld wurde zudem schon in Deutschland bezahlt.»

AUCH BEI KUONI SETZT MAN weiterhin auf eigene Kontingente: «Der TO braucht Flugplätze und Betten als Sicherheit. Wenn wir Potenzial sehen, sichern wir Plätze, auch in der Nebensaison. Die dynamische Produktion über X-Helvetictours.ch ist für uns letztlich eine Ergänzung.»

Aber nicht nur für die TOs, sondern auch für die Online Travel Agencies (OTAs) ist die Kombination von eigenen und fremden Inhalten wichtig, wie Egger hinzufügt: «Die Technologie spielt eine wichtige Rolle, denn das Geschäftsmodell der OTA basiert darauf, zahlreiche Bettenbanken und Flug-Supplier parallel anzufragen, die Antworten zu konsolidieren und dem Kunden zur Verfügung zu stellen. Diese Technik ist heute noch nicht schnell und flexibel genug. Mit den neuen Standards, an welchen wir derzeit arbeiten, wird sich dies verbessern.»

Während gewisse Reisen und Destinationen, z. B. Städtereisen oder die USA, bereits dynamisch produziert werden, ist dies laut Usbeck z. B. für eine Thailand-Rundreise aus technischer Sicht noch nicht richtig möglich. Dafür bräuhete es die Integration entsprechender Templates. «Ein komplett freies System wird meiner Meinung nach gar nicht funktionieren, da die Kombinatorik viel zu umfassend ist und der User höchstwahrscheinlich «Schrottangeboten bekommt», so Usbeck.

Unterschiedliche Kommissionsstrategie

Ein für den Trade wichtiges Thema ist die Kommissionierung. Während FTI gemäss Boris Raoul alle Produkte gleich und unabhängig von der Produktionsart kommissioniert, zahlt Kuoni auf der dynamischen Produktion von X-Helvetictours.ch eine tiefere Kommission. «Dynamische Produkte wie z. B. USA, Arabien oder Städtereisen werden aber weiterhin normal kommissioniert», erklärt Roger Zintl, «unsere Aufgabe ist es letztendlich, den Reisebüros alle Produkte verfügbar zu machen.»

BNZ