

ATCOM SOLL PHOENIX UNLIMITED UND BLANK ABLÖSEN

## DER Touristik setzt alles auf eine neue Karte

Ob Da Vinci, Blank oder X-Res – allein von deutschen Software-Schmieden gibt es mehr als ein Dutzend Systeme, mit denen Veranstalter ihre Reisen produzieren und in die Vertriebssysteme einspeisen können. Die DER Touristik hat dagegen ihr Reservierungssystem Phoenix Unlimited über viele Jahre selbst entwickelt. Es ist eine mutige Entscheidung von DER-Touristik-CEO Sören Hartmann und dem neuen Zentraleuropa-Chef Ingo Burmester, nun eine Kehrtwende einzuleiten und mit Atcom auf ein System zu setzen, das bei anderen großen Veranstaltern erprobt ist.

Die Entscheidung erfolgt spät, aber hoffentlich nicht zu spät. Lange hieß es, der Point of no Return sei überschritten, zu viel Geld in das Projekt geflossen. Aber durch die Digitalisierung verschärfen sich die Anforderungen: Wenn die Daten der Veranstalter zu langsam und in unzureichender Qualität ausgespielt werden, strafen sie die Reisebüros und

im Internet Google ab. Die DER Touristik hat das in der schwierigen Einführungsphase von Phoenix Unlimited selbst erlebt, als TUI und andere Marktanteile bei Bausteinreisen gewannen.

Heute würde wohl kein größerer Veranstalter mehr ein eigenes System programmieren. Schließlich muss auch

in der Weiterentwicklung das Rad ständig selbst neu erfunden werden. Besser ist es, von den fortlaufenden Verbesserungen eines Anbieters zu profitieren die dieser auf viele Kunden umlegen kann. Wie schnell die IT voranschreitet, zeigen Fernreise-Start-ups von Viamonda bis Fineway oder auch LMX Individuell. Mit Meraki Travel hat die DER Touristik in England selbst einen neuen Rundreisekonfigurator gegründet.

Die vielen, erfolgreichen Spezialisten können sich fokussieren. Die DER Touristik hat als Generalist ganz andere Herausforderungen, sie bewegt große Volumen, hat eine riesige Produktbreite sowie mehrere Vertriebskanäle und muss angesichts des harten Wettbewerbs die Yield-Steuerung perfektionieren. Die Rewe-Tochter steht nicht nur in Konkurrenz zu anderen Veranstaltern, sondern auch zu Leistungsträgern, die zunehmend direkt vertreiben. Der nächste Schuss mit Atcom muss also sitzen.



**KLAUS HILDEBRANDT**

Mehr Speed  
im Vertrieb  
Seite 25



AM EUROPÄISCHEN HIMMEL HERRSCHT EIN RUINÖSER PREISKAMPF

## Profiteur ist der Kunde – noch

Was nach der Air-Berlin-Insolvenz 2017 auf dem deutschen und dem österreichischen Flugmarkt passiert ist, war so nicht absehbar. Schon riefen die Air-Berlin-Wettbewerber eine Konsolidierung herbei und beklagten Überkapazitäten. Doch nachdem sich der Lufthansa-Rivale samt seiner österreichischen Tochter Niki mit zuletzt 144 Maschinen verabschiedet hatte, war das Angebot schnell größer denn je.

Lufthansa stockte bei ihrer Low-Cost-Tochter Eurowings kräftigt auf, Easyjet machte sich in Berlin breit, die International Airlines Group engagierte sich mit Level in Wien, und Ryanair schickte obendrein auch noch Laudamotion ins Rennen. Mit Preisen, die nach wie vor in erster Linie darauf abzielen, den Sitz-

Wer davon profitiert, ist klar: der Kunde. Er zahlt aktuell für Flüge so wenig wie nie zuvor. Für Ryanair hat das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt jüngst einen Rückgang beim erzielten Durchschnittspreis um 20 auf 59 Euro binnen eines Jahres ermittelt. Auch Easyjet und Eurowings haben im Schnitt elf Euro

verloren. Und das bei steigenden Kerosin- und Personalkosten. Die Folgen sind in den Bilanzen abzulesen. Ryanair beklagt weniger Gewinn, Easyjet in Berlin und Eurowings insgesamt hohe Verluste.

Lange wird dieser Preiskampf nicht mehr funktionieren. TUI-Chef Fritz Jousen hat bereits eine weitere Konsolidierung vorausgesagt. Nur wer macht den Anfang? Ryanair hat jetzt gute Argumente – und kann die fehlenden Boeing-737 Max-Maschinen als Grund für ein Entrümpeln des eigenen Flugplans vorschreiben. Verlierer wären dann unter anderem die kleinen Flughäfen, bei denen Airlines stets zuerst den Rotstift ansetzen. Und auch die Kunden müssten sich umstellen: Ihre Wege zum Airport würden länger und die Flugpreise vermutlich steigen. Aber wie letztere



**RITA MÜNCK**

zu jüngsten  
Entwicklungen  
bei Ryanair  
Seite 28

