

Presse-Report Mai 2018

Stand: 4. Juni 2018

Nr. Veröffentlichungsdatum	Headline und Zusammenfassung	Quelle X= Screenshot unten
1 11.05.2018	<p>Wettbewerb: Buchungssystem aus der Box</p> <p>Artikel von Georg Jegminat und Jochen Eversmeier, der sehr nebulös bleibt...</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Peakwork baut grundlegend um. Der alte Geschäftsmodus stößt an seine Grenzen“ • Bisher wären die Peakwork-Lösungen „Maßanfertigungen“ gewesen, würden in die IT-Infrastruktur der Kunden eingepasst. • Mit der „Peakwork Box“ wird die Produktpalette und deren Auslieferung neu aufgestellt auf Basis einer „Manufaktur oder sogar Fabrik“: Kern ist eine Standardlösung für die verschiedenen Kundengruppen • Zitat Gerlach: Mit den individuellen Lösungen haben wir uns zwei Hürden eingehandelt: 1. Time to Market und die Bindung zu vieler Mitarbeiter, 2. Aufwändige Pflege und Entwicklung der verschiedenen Lösungen. • Die „Box“ für Reiseveranstalter ist bereits bei einer Handvoll Unternehmen in Betrieb. „Wir haben eine umfassende Veranstalter-Lösung programmiert. Die Lösungen für andere Reiseunternehmen werden Teillösungen davon sein.“ • Neu ist auch, dass das Hosting nicht mehr auf Servern der Kunden oder im IBM-Rechenzentrum, sondern mit der Box nun in der Google Cloud betrieben wird. (in China: Alibaba-Cloud) • Zitat Gonzaga: „Bei Google können wir deren Funktionen für Big Data und Machine Learning nutzen“ um den Kunden zusätzliche Leistungsmerkmale anzubieten • Der Anschluss neuer Kunden (bspw. eine Veranstalter-Marke mit Lieferanten, Kalkulation und differenzierter Vertriebssteuerung) dauere nun Tage oder sogar nur Stunden, statt ein Jahr. • Im Sommer soll der erste chinesische Veranstalter an den Start gehen, auch zwei OTA konnten gewonnen werden. • Über mehrere Jahre würden alte und neue Systemwelten parallel betrieben. Bestandskunden würden nach und nach umgestellt. 	fww 10/2018 S. 24f
2 11.05.2018	<p>Wettbewerb: Flüge werden zum notwendigen Übel</p> <p>Interview mit E-hoi CEO Detlev Schäferjohann</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vor 3 Jahren führte E-hoi zusammen mit L'tur die dynamische Paketierung von Kreuzfahrten und Flügen ein. Mittlerweile erwirtschaftet das Portal mehr als 10% des Umsatzes mit den X-Produkten • Ehoi hat mittlerweile die Technologie gewechselt: von Peakwork zu Amadeus. „Technisch sind wir schon viel weiter als vor drei Jahren“ • Motiv zum Wechsel: Peakwork war zu stark auf das Last-Minute-Geschäft ausgerichtet. „Mit Amadeus können wir das X-Portfolio viel breiter und (kreuzfahrtgerecht) langfristiger darstellen. Amadeus hat für uns dezidierte Flug-Caches gebaut, an die wir Anfragen stellen. Über eine Schnittstelle zu Amadeus können wir direkt online buchen.“ 	fww 10/2018 S. 56ff

3	11.05.2018	<p>Ex-Windrose-Chef Marc Herrgott kehrt zurück zu Traffics</p> <ul style="list-style-type: none"> Nach 8 Monaten bei Windrose kehrt Herrgott zu Traffics zurück und verantwortet dort die operative Steuerung, die Finanzen und Personal. Salim Sahi zieht sich aus diesen Bereichen zurück und konzentriert sich auf die Weiterentwicklung und Implementierung neuer Geschäftsfelder, allen voran die Destinationsplattform Connected Destination Sahi: „Durch die Neupositionierung unserer Core-Produkte im B2- und B2C-Bereich haben wir es geschafft, das Unternehmenswachstum erfolgreich fortzusetzen. Wir werden mit Schwerpunkten wie der Qualität unserer Daten diese Vorreiterrolle weiter ausbauen.“ 	<p>fwv 10/2018 S. 81 Fvw.de v. 15.5.</p>
4	14.05.2018	<p>„Was bedeutet eigentlich OTDS?“ Newsletter-Beitrag in der „E-Zone“ – ohne Vorankündigung oder Rücksprache mit dem OTDS e.V. verfasst und erschienen. Entsprechend gibt es ein paar Schnitzer im Text...</p> <ul style="list-style-type: none"> „Ziel der Initiatoren ist es, einen einheitlichen Datenstandard zu etablieren, nach dem alle Reiseangebote aufgebaut werden, so dass diese vergleichbar sind und von den gängigen Buchungssystemen in Reisebüros und den IBEs der OTA weiterverarbeitete werden können. Der Kunde erhält einen besseren Überblick über das konkrete Angebot mit Details und Zusatzleistungen Expedienten können gezielter nach dem passenden Angebot suchen Das Arbeiten mit OTDS ist schneller als mit herkömmlichen Formaten, die zu übermittelnde Datenmenge ist geringer und die Reaktionszeiten des Systems sind kürzer. 	<p>ReiseVor9 Newsletter X</p>
5	18.05.2018	<p>Wettbewerb: Peakwork Network: Strong growth for travel bookings via Metasearch an OTA</p> <p>Interview mit Georg Hesse, CEO von Holidaycheck (HC) – das scheinbar zeitnah zu und am gleichen Ort stattfand wie das Interview von ReiseVor9</p> <ul style="list-style-type: none"> Metasearch und OTA-Buchungen sind heute einer der wichtigsten Wachstumszweige von Peakwork. Auch im 1.Q 2018 wurde wieder ein 3-stelliges Wachstum bei den Buchungszahlen erreicht. Peakwork ist neben DE, AT, CH, UK, BENELUX, ES und POR in den USA, CAN, Brasilien, Skandinavien und APAC aktiv. Zu den Metasearch und OTA-Kunden gehörten Google, Kayak, Momondo, Swoodo, Tripadvisor, Trivago, Holidaycheck, CheckFelix, Check2, Kiwi und Expedia Facilitated Booking etabliert sich lt. Peakwork als Trend. Es läuft über effiziente und anwender-optimierte Frontends auf Metasearch-Webseiten, doch der Leistungsträger bleibt „Merchant of Record“, also Vertragspartner und Kontaktperson für den Kunden Europäische Veranstalter wie TUI, Thomas Cook, DER Touristik, Hotelplan und bedfinder nutzen bereits diesen Vertriebskanal Peakwork bietet dafür end-to-end solutions incl. Zahlungsprozesse Auf Facebook ist nun auch die Implementierung für Packages und Nur-Flug Angeboten geplant (Hotels werden dort schon über „Dynamic Ads for Travel“ verkauft) 	<p>TravelDailyNews.com</p>

14. Mai 2018 – 17:25 Uhr

Was bedeutet eigentlich OTDS?

Die Abkürzung steht für „offener touristischer Datenstandard“. Ziel der Initiatoren ist es, einen einheitlichen Datenstandard zu etablieren, nach dem alle Reiseangebote aufgebaut werden, so dass diese vergleichbar sind und von den gängigen Buchungssystemen in Reisebüros und den Internet Booking Engines der Online-Portale (IBE) weiterverarbeitet werden können. Der Kunde erhält so einen besseren Überblick über das konkrete Reiseangebot mit all seinen Details und möglichen Zusatzleistungen, und Reisebüromitarbeiter können gezielter nach dem passenden Angebot suchen. Das Arbeiten mit OTDS ist schneller als mit herkömmlichen Formaten, die zu übermittelnde Datenmenge ist geringer und die Reaktionszeiten des Systems sind kürzer.

Der OTDS-Verein kümmert sich darum, dass möglichst viele touristische Leistungsanbieter den Standard verwenden, und entwickelt das System weiter. Derzeit hat der Verein 28 Mitglieder, darunter sind Veranstalter, Reisebüro-Organisationen, Technikanbieter und Verbände. Die Verwendung des Formats ist kostenlos, und 18 Unternehmen, darunter viele große Player liefern ihr Portfolio im OTDS-Format oder arbeiten konkret an Umsetzungsprojekten.