

Neue Wege bei der Kommunikation mit den Zielgebietsagenturen

Das Ende des Metallkoffers

H heute sieht der Comail-Versand vielfach immer noch folgendermaßen aus: Nachdem die Informationen aus dem Veranstaltersystem bereitgestellt wurden, müssen diese teilweise sehr umfangreichen Listen ausgedruckt werden. Sie sind im Idealfall je nach Art der Information und nach Empfänger sortiert. Die Listen müssen dann manuell getrennt und den verschiedenen Koffern zugeordnet werden. Danach werden diese Koffer per Bote an die Flughäfen gebracht, von den dortigen Mitarbeitern dem hoffentlich jeweils richtigen Flugzeug zugeordnet und auf die Reise geschickt. Im Zielgebiet müssen sie in Empfang genommen und in die Agenturen gebracht werden und erreichen dann irgendwann nach hoffentlich nicht allzu langer Zeit den hoffentlich zuständigen Mitarbeiter. Ein langer Weg, der mit viel Zeit und Kosten verbunden ist und dazu auch noch fehleranfällig ist.

Comail-Versand im Zeitalter der neuen Medien

Axel Brand, Vorstand Consulting und Vertrieb, berichtet, daß die Tourdata AG, ein mittelständisches IT-Dienstleistungsunternehmen, eine Lösung entwickelt hat, die jeden dieser Schritte überflüssig macht. Damit werden diese Kosten vollständig eingespart. Zudem können in fast beliebiger Frequenz Informationen zwischen Veranstaltern und den Leistungsträgern weltweit sicher an den richtigen Adressaten übermittelt werden.

Der Transfer kann unmittelbar im Anschluß an die Bereit-

Schon von weitem fallen die Metallkoffer mit der Aufschrift „COMAIL“ an den Flughäfen ins Auge. In diesen Koffern versenden Reiseveranstalter wichtige Informationen an die Zielgebiete. Das ist ein langer und beschwerlicher Weg. Um so erstaunlicher ist, daß viele Reiseveranstalter dabei offenbar nach wie vor nicht nach mehr Geschwindigkeit, Effizienz und vor allem deutlicher Kosteneinsparung suchen.



stellung der Informationen aus den Veranstaltersystemen erfolgen. Damit beträgt der Zeitvorteil durchschnittlich mindestens einen Tag. Weiterhin werden die Daten zwar verteilt, können dann aber zu jedem Zeitpunkt abgerufen werden. Eine Archivfunktion steht selbstverständlich zur Verfügung, um bei Bedarf auch ältere Daten (bis zu zwei Wochen) abrufen zu können. Als Leistungsträger stehen zwar die Zielgebietsagenturen im Vordergrund, es ist jedoch ebenfalls möglich und von Tourdata bereits realisiert worden, daß Airlines und Hotels in das System eingebunden werden und die für sie relevanten Informationen online abrufen können.

In der Praxis sieht das dann so aus: Die zu transferierenden Informationen, wie Ankunfts-/Transferlisten, Flug- oder Hotelauslastungen werden wie bisher vom Veranstaltersystem automatisch bereitgestellt und auf Anforderung produziert, auf den Produktionsserver abgelegt und von Tourdata abgeholt. Grundsätzlich kann die Lösung mit jedem Veranstaltersystem zum Einsatz kommen. Einzige zusätzliche Voraussetzung sind einige Informationen im Kopf der gelieferten Listen. Sie dienen dazu, eine eindeutige Zuordnung zum Ziel (-gebiet), der Agentur, der Art der Liste und mehr zu erreichen. Als zusätzlicher Komfort kann auf diese Art auch die Schriftgröße der späteren An-

zeige und des Drucks, eingestellt werden. Diese Details werden jedoch während der folgenden Verarbeitung wieder herausgefiltert, so daß der Empfänger eine Liste erhält, die dem bekannten Layout entspricht.

Die Tourdata-Lösung kann diese Informationen nun zu jedem einstellbaren Zeitpunkt lesen, für die Darstellung aufbereiten und unmittelbar danach auf einem Server bereitstellen, der 24 Stunden täglich an sieben Tagen pro Woche über das Intranet des Veranstalters oder das Tourdata-Extranet erreicht werden kann. Üblicherweise werden die Daten zweimal täglich in dieser Form aufbereitet. Damit ist gewährleistet, daß auch Änderungsinformationen die Leistungsträger zeitnah erreichen können. Die Mitarbeiter von Agenturen, Airlines oder Hotels grei-

fen über ihren Internet-Browser auf die Informationen zu. Der Zugriff erfolgt auf per Zertifikat gesichertem Wege (SSL). Durch Eingabe des Nutzers und dessen Zuordnung wird sichergestellt, daß nur die exakt für diesen Empfänger bereitstehenden Informationen abgerufen werden können. Der Nutzer hat dann die Wahl, ob er nur am Bildschirm arbeitet, den Bildschirm ausdruckt oder mit einer speziellen Printfunktion gleich so druckt wie die bisherige Papierversion.

Die Zuordnung der Nutzer erfolgt über eine Administrator-Funktion, die es dem Veranstalter ermöglicht, alle Einstellungen selbst vorzunehmen. Hierüber kann auch eine weitere Differenzierung in eigene oder fremde Agenturen erfolgen, denen dann jeweils mehr oder weniger Informationen zur Verfügung stehen. Die An-

wendung ist mehrsprachig, um einen internationalen Einsatz zu unterstützen.

Tourdata hat bei der Entwicklung Wert darauf gelegt, daß auch zukünftig individuelle Ergänzungen leicht und schnell eingearbeitet werden können. So ist angedacht, auch auf umgekehrtem Wege Informationen von den Leistungsträgern zum Veranstalter zu transferieren. Weiterhin hat die Tourdata eine neue Lösung für die Bearbeitung von Hotelverträgen durch die Einkäufer im Zielgebiet erstellt. Auch hier ist denkbar, diese Technologie zum Austausch mit dem Veranstalter zu nutzen, ohne die Einkaufstour unterbrechen zu müssen.

Last but not least sind nicht nur In-

formationen an Leistungsträger, sondern auch an Vertriebspartner übermittelbar. Hierzu gehören zum Beispiel Statistiken und Auswertungen für die Zentralen von Reisebüroketten. Letztlich sollte jede Produktion von stapelweise bedrucktem Papier, welches dann später versandt wird, auf den Prüfstand. Fest steht jedenfalls: Die Kunden und die betreffenden Leistungsträger der Tourdata AG, die die beschriebene Lösung bereits nutzen, vermischen den Metallkoffer nicht. ■



Der Autor:

Axel Brand ist der Vorstand für „Vertrieb und Consulting“ beim IT-Dienstleister Tourdata AG in Leverkusen