

Aladdin - Der Weg zum virtuellen Reiseveranstalter?

1. Ausgangslage

Der Tourismus ist als Branche bekannt, welche die neuesten Entwicklungen (e-commerce, m-commerce, multimedia, smart cards, virtual identity und vieles mehr) in kurzer Zeit aufnimmt und in praktische Lösungen für den Kunden und die beteiligten Geschäftspartner umsetzt. So rasch wie die Technologien von der Branche wahrgenommen und teilweise umgesetzt werden, so langsam schreitet deren Reifungsprozess zu breitenwirksamen integrierten Lösungen voran. Die Branche sieht sich dabei mit den folgenden Problemen in der Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) konfrontiert:

- Traditionelle Klein- und Mittelunternehmen mit Schwergewicht im operativen Geschäft
- Dünne Eigenkapitaldecken, gedrückte Margen und somit fehlende Reserven für grössere Investitionen. Demgegenüber stehen hohe Investitionskosten für integrierte ICT-Lösungen.
- Schwierigkeiten in der horizontalen und vertikalen Kooperation, da die „Tourismusprodukte“ aus einer Reihe von Erlebnissen verschiedener Anbieter zusammengesetzt sind und somit grosser Koordinationsbedarf besteht.
- Diffuse und nicht klar definierte IT-Kompetenz innerhalb der Branche. Experten sind nur schwer ausfindig zu machen. Es besteht auch kein konsequentes Wissensmanagement was die Fähigkeiten dieser Branchenexperten angeht.

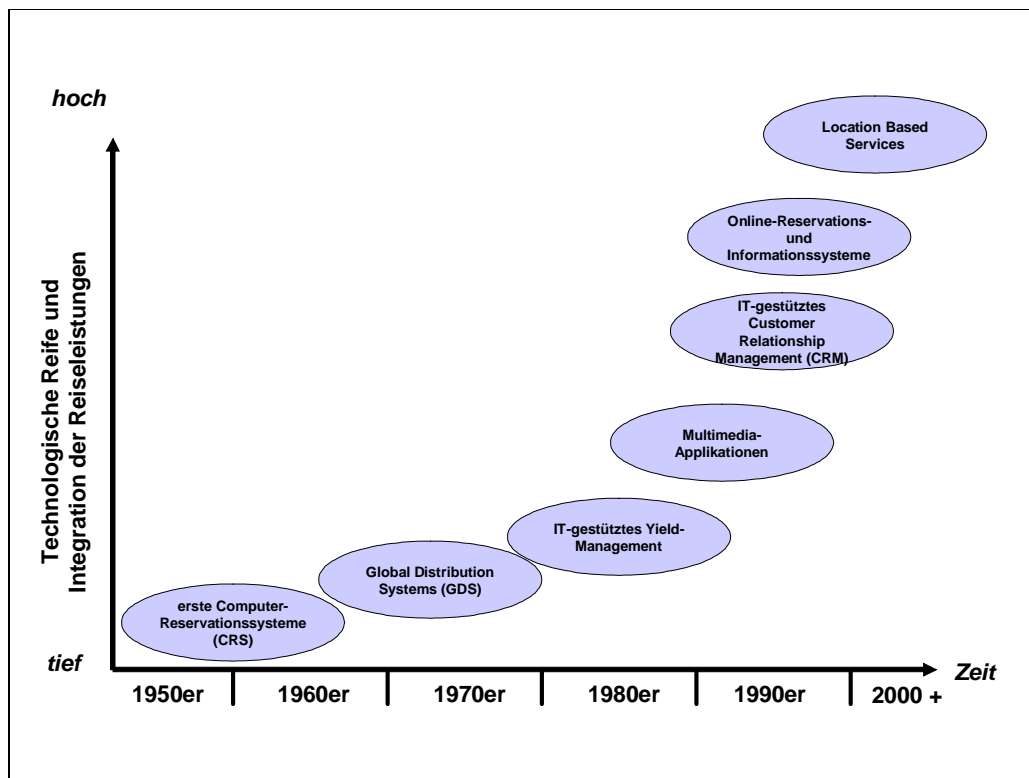
Das aktuelle Verhalten der Akteure in der Tourismusbranche lässt sich folgendermassen charakterisieren:

- Rasche Aufnahme innovativer Ideen und Lösungen
- Punktuelle Erfolge aber keine Kontinuität
- Schwer nachweisbare, teilweise unmögliche Messung der „Erfolgsgeschichten“
- Gewünschte, aber nur punktuell erfolgte Koordination und Integration der Lösungen

2. Tendenz zur Integration der Lösungen

In den vergangenen Jahrzehnten hat die Informations- und Kommunikationstechnologie grosse Schritte gemacht. So wurden in den 50er Jahren die ersten Reservationssysteme durch die Airlines entwickelt. In den 60ern und 70ern wurden diese Systeme auf Reiseveranstalter und Mietautofirmen, später auch auf Hotelketten ausgedehnt. Diese Integration verschiedener Leistungen in verschiedenen Regionen der Welt unter einem Dach wird über Globale Distributions-Systeme (GDS) sichergestellt. In den 80er Jahren führte man - ebenfalls durch die Airlines angetrieben - die ersten IT-gestützten Yield-Management -Systeme ein, die bei Reiseveranstaltern und Reisebüros in den 90ern in angepasster Form übernommen wurden. Auch in den 80ern haben die ersten Multimedia-Lösungen in der Tourismusbranche ihren Einzug gehalten. Dabei ging es vorerst um Informationswände, die mit courtesy phones oder mit Leuchtkarten ausgestattet waren. Die neuesten Modelle stellen sämtliche Inhalte und Informationen der Destinationen zur Verfügung, die mittels touch- screen interaktiv den Gast beraten und seine Reiseerfahrung voraus-

steuern. Heute werden Location Based Services (LBS)¹ immer mehr durch die ICT-Lösungen unterstützt (Internet, Mobile Telekommunikation, 3D-Applikationen, etc.). In den 80er Jahren begannen auch die ersten Hotelsoftwarefirmen Module für die Kundenhistorie anzubieten. Dieser Ansatz wurde konsequent weiterverfolgt und fand seine Bestätigung seit der Mitte der 90er Jahre bis heute mit den IT-gestützten Customer Relationship Management - Systemen (CRM). Die modernen Lösungen bieten elektronische Kundenkarten an, die für bargeldlosen Verkehr, Zutrittsberechtigungen, Rabattsysteme und vieles mehr einsetzbar sind. IT-gestützte CRM - Systeme erleben zur Zeit grosse Popularität in Europa und vor allem in Alpenländern. Schliesslich hat das Internet in den letzten ca. 5 Jahren dazu geführt, dass Reservierungssysteme und LBS neu für den einzelnen Gast Online zugänglich geworden sind. Dieser neue Vertriebsweg hat einen Strukturwandel innerhalb der Reisebranche bewirkt, indem heute immer mehr Buchungen Online ausgelöst werden und Reisebüros und teilweise Reiseveranstalter eine Substitution ihrer Leistungen durch die Technologie befürchten müssen. Die untenstehende Abbildung liefert einen groben Überblick der bisherigen branchenspezifischen ICT-Entwicklungen.

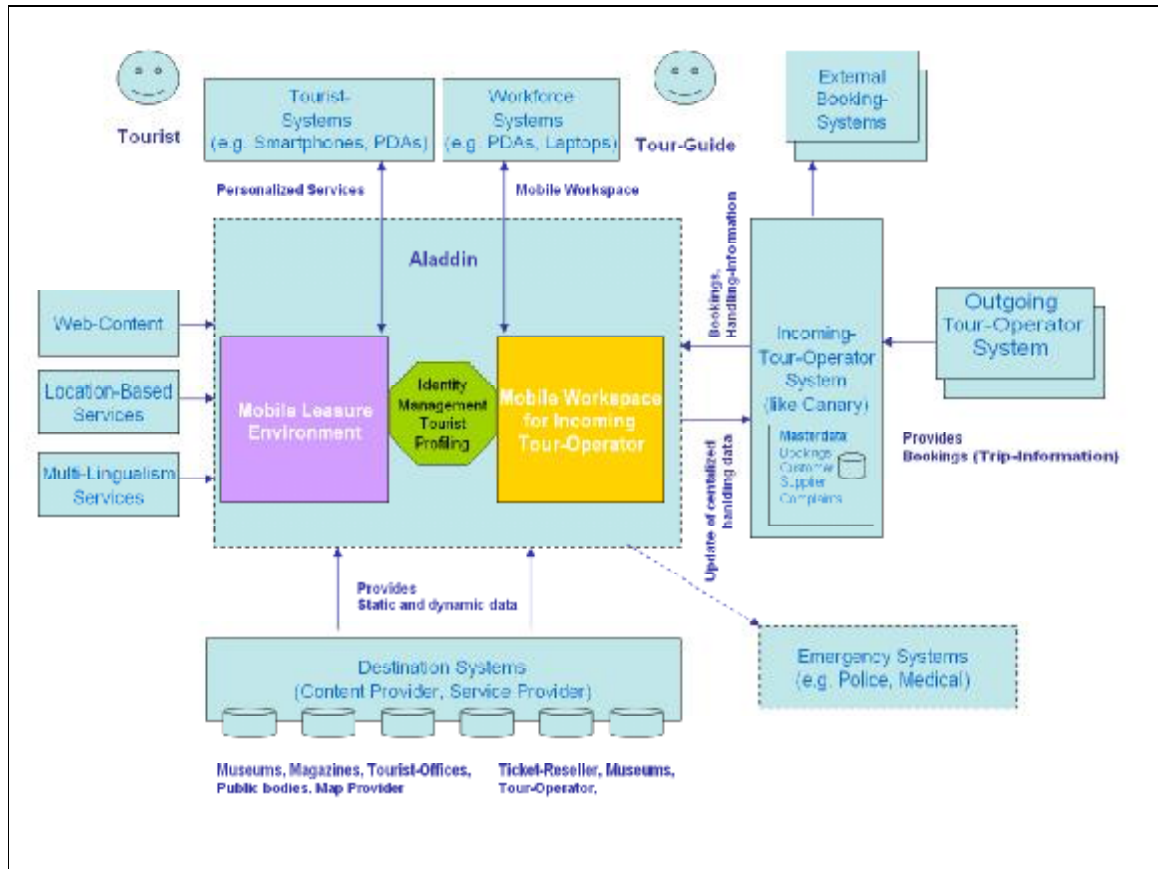


3. Aladdin - der logische nächste Schritt

Im Rahmen eines von der EU-Forschung unterstützten Projektes, beteiligt sich das IDT an einem Vorhaben, welches versucht, die neuesten Applikationen bei LBS im Rahmen einer integrierten Lösung zu testen. Das Projektkonsortium besteht aus zehn Institutionen, die sich die Arbeit für drei Test-

¹ Location Based Services sind alle Dienstleistungen, die ein Zielgebiet / eine Destination / ein Resort zur Verfügung stellt, um den Gast bei seiner Anreise, vor Ort und bei seiner Abreise mit Hilfe von Informationen zu betreuen. Einerseits geht es darum, den Gast auf lokale Angebote aufmerksam zu machen, andererseits will man die Bequemlichkeit im Rahmen der Reise erhöhen und unangenehme Überraschungen vermeiden sowie positive Erlebnisse fördern.

destinationen aufteilen: Stockholm (SE), Budapest (HU) und Kufstein (A). Ziel des Projektes ist die Entwicklung einer mobilen Lösung, welche einerseits die Arbeitsapplikationen für Incoming-Reiseveranstalter und andererseits die Dienstleistungen und Informationen einer Destination vereinigt. Die Untersuchung unterschiedlicher Szenarien umfasst die Nutzung einer solchen Lösung für Reiseleiter vor Ort, für Tourismusorganisationen, aber auch für den Endkonsumenten (Tourist). Die untenstehende Abbildung liefert einen Überblick des 'Aladdin-Modells'



Aus der Sicht des Konsortiums, eine ideale mobile Applikation für Destinationen umfasst drei Komponenten:

1. Das mobile Arbeitsumfeld für die Incoming-Gesellschaften und Reiseveranstalter (mobile workspace)
2. Mobile Betreuung des Touristen im Rahmen der von ihm nachgefragten Informationen und Leistungen (mobile leisure environment)
3. Die Integration der beiden Bereiche, welche sich eines 'Identitätsmanagements' des Touristen bedient, sodass der Gast einerseits bequem alle Informationen aus einer Hand erhält und andererseits sein Datenschutz gewährleistet wird.

Auf diese Weise integriert Aladdin eine Reihe von Applikationen und Endgeräte, auf einer gemeinsamen Plattform, welche dem Anbieter und dem Gast zugute kommt. Speziell zu erwähnen ist die Einbindung von Mehrsprachsystemen (multi-lingualism services). So wird im Rahmen des Projektes auch getestet, ob die Informationen, die dem Gast zur Verfügung stehen auch in mehreren Sprachen geliefert werden können und welche Herausforderungen sich in diesem speziellen Kontext präsentieren..

Das Projekt dauert insgesamt 18 Monate und sieht als nächste Schritte die Zusammenstellung der Applikationspakete und die darauf folgende Durchführung der Tests in den drei ausgewählten Partnerdestinationen.