

NDC wat moeten we ermee.

Arjen Lutgendorff

Nu ook Air France-KLM wereldkundig heeft gemaakt met NDC te gaan werken en per 1 april 2018 een toeslag gaat heffen van €11 per enkele reis op tickets die via GDS worden verkocht, staat de Nederlandse trade op scherp. NDC, wat is het en wat moeten we ermee?

NDC, een op XML gebaseerde standaard voor (het uitwisselen van) airline-data, is ontwikkeld door IATA (International Air Transport Association). Het zijn de IT-providers die er systemen en software voor moeten ontwikkelen. Met NDC als nieuwe standaard kunnen luchtvaartmaatschappijen zich volgens IATA beter differentiëren middels rijkere content, iets waar ook reisagenten van zouden kunnen profiteren en wat volgens IATA en airlines minder goed mogelijk is via GDS. "Reisagenten kunnen straks kiezen om in verbinding te staan met Air France-KLM via NDC, de agency booking tool die wij aan het ontwikkelen zijn of via GDS", aldus Toon Balm, Vice President Sales and Services KLM Nederland.

NDC tot nu toe

NDC kwam nog voor 2012 in beeld en werd in 2012 door IATA's Passenger Services Conference geadopteerd. Met de zogenaamde 787 resolutie werd NDC niet veel later goedgekeurd door het Amerikaanse Ministerie van Transport (DOT). In een statement liet het ministerie destijds weten: 'Het vergelijken van aanbod in het huidige systeem is over het algemeen beperkt tot het vergelijken van tarieven. Het is moeilijk om een vergelijking te maken op het gebied van de prijs én het precieze productaanbod van de verschillende airlines. Resolutie 787 biedt de mogelijkheid dit te verbeteren en zal de concurrentie bevorderen.' Er volgde een pilot in 2013 (onder airlines, technologie- en reisagenten-partners). In 2014 ondersteunden de grote GDS-en (Amadeus, Sabre en Travelport) NDC waarop IATA zorgde voor een certificatiesysteem waar airlines aan moeten voldoen om met NDC aan de slag te gaan.

Belachelijke toeslag

De GDS-toeslag die Air France-KLM invoert is volgens meerdere partijen "belachelijk". Volgens de ECTAA, de Europese organisatie van reisbranche-organisaties, blijkt uit onderzoek dat de kosten voor boeken via GDS en het eigen kanaal van een airline dezelfde kosten met zich meebrengen. Ook de ANVR vindt het argument dat het boeken via GDS duurder is dan boeken via het eigen kanaal onzin. Balm laat daarover desgevraagd tegenover TravelPro weten: "Het is echt niet waar dat het kletsboek is dat een boeking via GDS voor ons duurder is dan via ons eigen kanaal. Ik weet niet waar de ANVR het op baseert, maar wij weten precies wat

de kosten zijn per kanaal. Als je een boeking via GDS vergelijkt met een boeking via een van onze directe kanalen, dan zit daar een substantieel verschil in." Jeroen Martron (CEO Airtrade): "American Airlines kiest voor NDC, maar voert geen GDS-toeslag door. Dat vind ik veel zuiverder. Als je het wel doet, geef dan een redelijke voorbereidingstijd van bijvoorbeeld een jaar. Als ik KLM was geweest, dan had ik het ook ingevoerd zonder GDS-toeslag en had ik functionaliteiten toegevoegd en via KLM.com aangeboden. Je had dan tegen de trade kunnen zeggen dat het voor hen ook mogelijk zou zijn door te koppelen. Dan kan je er langzaam naartoe werken." Ook de ANVR liet weten dat in plaats van een boete op GDS-boeking, Air France-KLM een premie op NDC-gebruik had kunnen zetten zoals American.

Profiteren?

Wie profiteren volgens IATA en airlines van NDC en hoe? Luchtvaartmaatschappijen, omdat zij hun assortiment beter kunnen promoten. Via het eigen kanaal, maar ook via het reisagentenkanaal. Daarnaast is het voor airlines makkelijker om hun nieuwe producten sneller te promoten en zijn er tal van mogelijkheden op het gebied van gepersonaliseerd aanbod. Hoe reisagenten profiteren? Ook reisagenten kunnen volgens IATA toegang krijgen tot de volledige en rijke content van airlines. Op dit moment neemt dat voor reisagenten volgens IATA veel tijd in beslag via GDS. Reisagenten zullen door NDC ook de mogelijkheid hebben om tickets op meerdere manieren te vergelijken, zoals op tijdschema, prijs en waarde. En niet alleen airlines, maar ook reisagenten krijgen door NDC de mogelijkheid om gepersonaliseerd en op maat gemaakt aanbod aan te bieden, evenals het hebben van toegang tot real-time prijs-data/productaanbod.

Positie verstevigen

NDC biedt (online) reisagenten volgens Balm de mogelijkheid om het KLM-product veel beter aan de man brengen. "Het kost tijd, maar de reisagent zal inzien dat het ook voor hen heel veel voordeel kan opleveren. Helemaal ten opzichte van de reisagent die niet denkt aan innovatie. Wij zullen de tijd geven en wij vinden dat wij de reisagent per definitie niet buitenspel zetten. De hele chain is aan het veranderen en als je als agent een plek creëert binnen die chain daar waar je waarde toevoegt, dan heb je bestaansrecht. Wat ons betreft is de reisindustrie continu aan veranderingen onderhevig. Daardoor is het ontzettend belangrijk dat wij ons optimaal kunnen uiten als het gaat om differentiatie, innovatie en flexibiliteit. Dat zijn key elementen geworden om onze positie in de markt te verstevigen. Uiteindelijk gaat het erom om de klant optimaal te bedienen."

Onderschatten

Dat partijen als Air France-KLM, Lufthansa en British Airways enthousiast zijn over NDC is volgens Martron gedeeltelijk een self-fulfilling prophecy. "In de GDS-en staan ongeveer 500 luchtvaartmaatschappijen en er zijn ongeveer 55 airlines die NDC overwegen. Vanuit de airline is het een mega operatie, want ze worden zelf technologie provider en dat onderschatten sommigen. Het is ook één van de redenen waarom veel airlines het vooralsnog bij GDS houden. Ik begrijp dat KLM deze kant op beweegt, maar ze frustreren in een keer de hele trade. De agency tool waar ze mee komen, kan nog niet eens de helft van wat een GDS kan. Er zitten nul interfaces aan naar systemen, dus ik heb daar geen hoge pet van op."





Toon Balm



Jeroen Martron

Omzeilen

Volgens Walter Schut, Adjunct Directeur ANVR, kan je de GDS-toeslag niet zomaar omzeilen. "Bij Lufthansa is het alternatief niet eens gebaseerd op NDC. Daarnaast is het zo dat, op het moment dat het alternatief wel op NDC is gebaseerd, dat er allerlei NDC-versies zijn. De nieuwste NDC-variant is versie 17.2, terwijl er ook airlines zijn die met oudere versies werken. Vergelijk het met de ANVR-XML die wij voor de ANVR-leden hebben ontwikkeld. In de eerste 1.2 versie kon je een ticket zoeken en boeken, maar wijzigen, annuleren, betalen, bagage toevoegen, stoelen reserveren, enzovoorts, moest allemaal nog worden ontwikkeld. Daarnaast gebeurt het ook dat airlines functionaliteiten kunnen uitzetten in NDC. De NDC-versies rollen over elkaar heen, evenals de versies van de airlines: probeer daar als automatiseerder van de agent maar eens chocola van te maken." De eerste NDC-API van KLM, die in april wordt verwacht, zal volgens Schut natuurlijk nog niet alle functionaliteiten bieden van een GDS. "Dat betekent dat een eenvoudige boekingen mogelijk is via de NDC-API. Zodra het complexer wordt, is het voor de agent niet mogelijk om via de NDC-API eenzelfde rijke content te leveren als dat een airline op haar eigen kanalen doet en moet je terugvallen op het GDS."

Controle over pricing

Bij partijen die via GDS distribueren, gaat de pricing ook via GDS. Daar ligt nog een reden waarom luchtvaartmaatschappijen voor NDC kiezen, want via NDC hebben zij veel meer controle over de pricing. Ook Martron kan dat, voor de airline dan, als een voordeel zien: "Op deze manier kan je bij een zoekopdracht door vermoedelijk een zakenreiziger (bijvoorbeeld vertrek om 9.00 uur 's ochtends en terug om

18.00 uur 's avonds) een aanbieding laten zien voor toegang tot een lounge. Dat kan niet via GDS. Je kan via NDC ook werken met gebundelde tarieven waar bijvoorbeeld een gratis tankbeurt bij Shell bij zit, gratis parkeren op Schiphol, enzovoort." Balm laat weten dat het etaleren van de Air France-KLM producten via GDS te weinig recht doet aan de manier waarop de airline haar producten wil etaleren. "We investeren per jaar honderden miljoenen in onze producten en die producten hebben daardoor een bepaalde waarde. Ook voor de klant. Via GDS kan je tussen prijs en schema kiezen en dat is het."

Kritiek

De ANVR heeft in de afgelopen maanden regelmatig met KLM gesproken over NDC, maar communiceerde de inhoud niet richting haar achterban. Schut: "Wij snappen dat KLM dat nog niet op straat wil hebben. Wij hebben de afweging 'meepraten of niet meepraten' moeten maken en hebben voor de eerste mogelijkheid gekozen. Op die manier is het mogelijk om mee te denken over oplossingen en kunnen we aangeven wat prioriteit heeft voor agenten." Schut is zich ervan bewust dat de ANVR behoorlijke kritiek heeft geuit op de NDC-plannen van KLM. "Het KLM-product via het normale (GDS) agentenkanaal maakt KLM duurder, terwijl er veel te weinig tijd is voor het oppakken van de NDC-API. "Wij krijgen de specificaties van de API in de loop van januari. Dan (pas) weten we wat we moeten ontwikkelen. De automatisering kennende is twee maanden veel te kort, terwijl KLM er al veel langer mee bezig is. Het zou voor de sector mooi zijn wanneer we het wat kunnen oprekken. Maar wij waarderen wel dat KLM ons betreft bij de ontwikkeling van de API. Partijen als British Airways en Lufthansa doen dat niet."

Haken en ogen

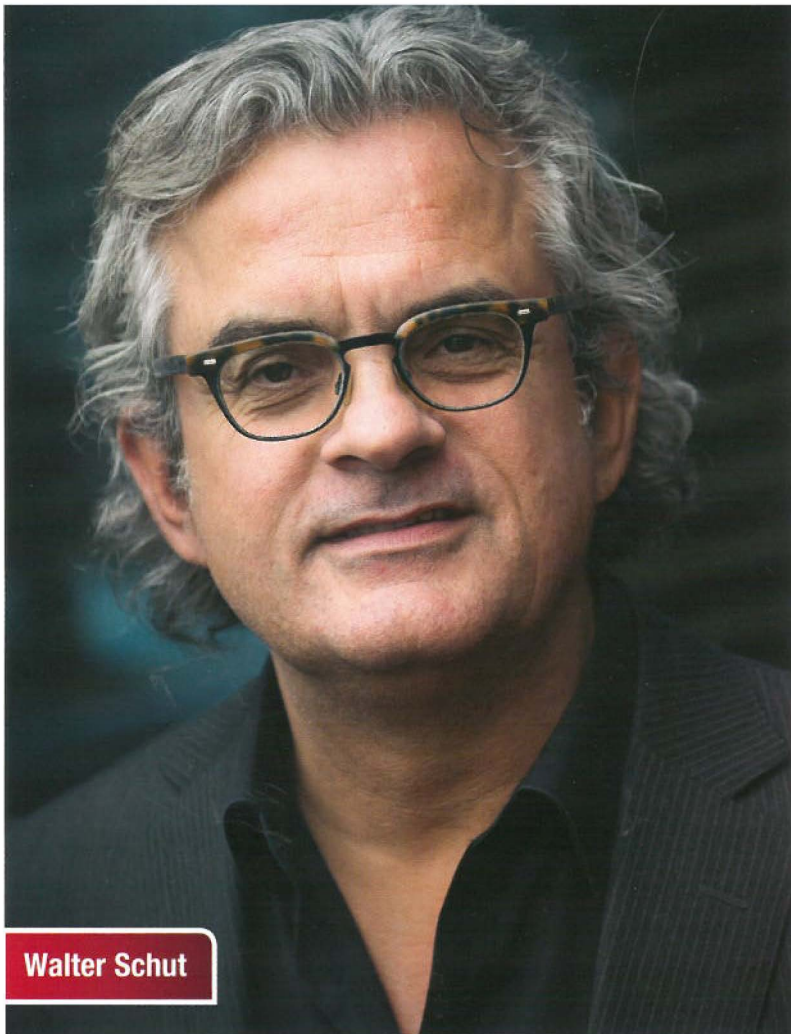
NDC klinkt op papier mooi, maar de standaard is feitelijk een bestaande XML waarbinnen een eigen standaard is gefabriceerd die (nog) niet door alle airlines zo wordt gezien. Martron: "We hebben nu versie 17.2 en iedereen geeft er z'n eigen kleur aan. Daarnaast is het nog een issue dat niet alle GDS-functionaliteiten beschikbaar zijn via NDC en nog volop in ontwikkeling zijn. Haken en ogen dus. De gedachte om een flexibele schil te hebben waardoor je koppelingen kan aangaan met andere partijen via een API snap ik en de filosofie snap ik ook, maar aan de andere kant vind ik dat we het weer heel moeilijk maken voor de distributiekanaalen met z'n allen. Zoeken en boeken klinkt eenvoudig, maar het PNR-management is een volledig onderschatte kant. Betekent dat de trade circa 20% efficiency gaat verliezen. Daarnaast is de vraag of de consument er wijzer van gaat worden. De consument wil kunnen blijven vergelijken."

"De trade gaat circa 20% efficiency verliezen"

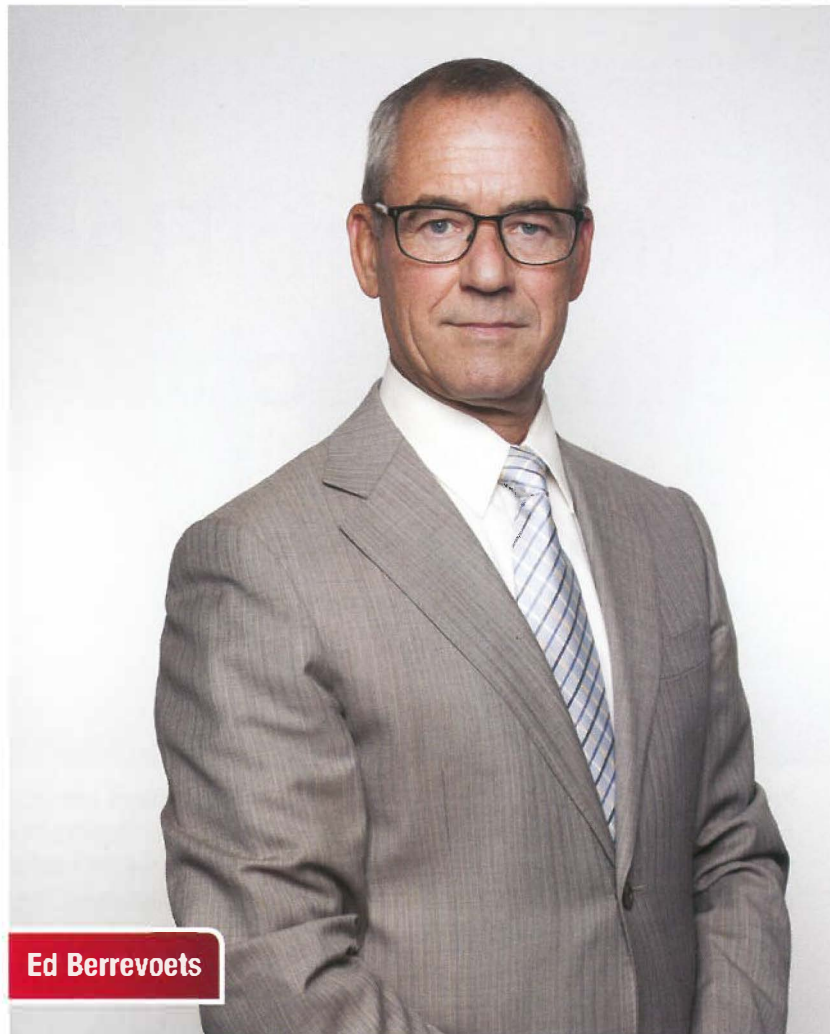
Jeroen Martron

Ondoorzichtige markt

Het nieuwe boekingsplatform dat KLM per 1 januari 2018 introduceert, zadelde reizigers die via (zaken)reisorganisaties boeken op met veel hogere kosten en inefficiënte dienstverlening. De verzuijing van het aanbod van vliegtickets door vliegmaatschappijen leidt tot een ondoorzichtige markt en levert veel meer administratieve rompslomp op. Bovendien wordt het bij calamiteiten veel moeilijker om reizigers



Walter Schut



Ed Berrevoets

te traceren. Dit stelt Ed Berrevoets, algemeen directeur van VCK Travel, in een reactie op het besluit van KLM om een eigen boekingsplatform te introduceren. Berrevoets: "Dit is een grote stap terug in de tijd. Het huidige GDS-concept, zoals dat in vrijwel de hele reiswereld wordt gebruikt, biedt een neutraal vergelijkingsplatform van alle luchtvaartmaatschappijen en toont het totale aanbod. De overgang naar het nieuwe boekingsplatform van KLM betekent het einde van die transparantie. Naast de hogere kosten levert het ook veel extra administratie op, omdat boekingen niet langer centraal kunnen worden beheerd. Dat is totaal inefficiënt en het schaadt de belangen van de reiziger." Berrevoets pleit voor het behoud van het GDS-concept, met een koppeling naar platforms van individuele luchtvaartmaatschappijen.

Risico

Op de vraag of Air France-KLM geen enorm risico loopt door een GDS-toeslag in te voeren, laat Martron weten: "Al hun tarieven zijn meteen €22 duurder dan de concurrentie of ze moeten de tarieven met €22 verlagen om dezelfde prijzen te hebben. Wat dat betreft nemen ze een risico, want ze zouden zichzelf hiermee uit de markt kunnen prijzen. Daarnaast is de reisbranche ook min of meer teleurgesteld. Traditioneel valt KLM, dat ook bekend staat als maatschappij waarvoor het level playing field belangrijk is goed binnen de branche. Dat is letterlijk in een keer weg."

"Dit is een grote stap terug in de tijd"

Ed Berrevoets

Ter sprake

Schut verwacht niet dat agenten KLM gelijk links gaan laten liggen. "Als homecarrier in Nederland heeft de KLM een aantal belangrijke propositities die we allemaal kennen. Ook bij de consument heeft KLM een streepje voor. Wij willen ook helemaal niet stimuleren om ergens anders te boeken, wij willen er juist voor zorgen dat reisagenten het KLM-product zo goed mogelijk kunnen boeken onder gelijke condities. De liefde moet uiteraard wél van twee kanten komen en een €22 hogere prijs dan bij KLM direct is voor de balie een lastige om uit te leggen aan de klant. Ik denk dat er zeker tijdens het ANVR-Congres over gepraat gaat worden, want de impact is groot voor zowel reisagenten als touroperators. Toon Balm spreekt ook en dat is te prijzen. Dit zijn aanzienlijke wijzigingen en dan is het ook logisch en redelijk dat het ter sprake wordt gesteld op het ANVR-Congres. Het zou gek zijn als we zouden doen alsof het niet belangrijk is."

Airtrade Hub

Binnen een week na de bekendmaking door KLM kwam Airtrade met haar Airtrade Hub. "Die timing was heel toevallig, want Airtrade Hub heeft niet per se met NDC te maken. Wij zagen al heel lang dat niet alles meer via GDS wordt geboekt. 22% van de boekingen gaat buiten het GDS om. 3% van onze boekingen die wij in Nederland maken met vertrek Amsterdam boeken we in andere markten. We zagen al lang dat GDS als source niet meer zaligmakend was. Daarom hebben we de Airtrade Hub gebouwd. Het is een mooie bijkomstigheid dat we met Airtrade Hub ook een antwoord hebben op NDC, maar onze strategie is dat we onze klanten op ons domein, 'flight', een zo optimaal tarief aan moeten kunnen bieden zonder dat ze veel moeten shoppen."

Vertragingen

De luchtvaartmaatschappijen binnen SkyTeam houden er ieder een eigen visie op na als het gaat om NDC. Martron: "Dat gaat nog een dingetje worden, bijvoorbeeld op het gebied van codeshares. Er wordt luchtig over gedaan, maar op het gebied van servicing (wijzigen/annuleren) en tariefsoorten die wel of niet herkenbaar zijn, verwacht ik nog menig probleem. Wat dat betreft gaan we terug naar de dark ages. Ik schat in dat er allerlei vertragingen en verliezen gaan ontstaan, omdat we dingen buiten het GDS om moeten gaan doen waar nog niet goed genoeg over is nagedacht door IATA en andere partijen. Pas rond 1 april komt ook de API pas beschikbaar en TMC's kunnen die API vooralsnog niet verwerken en moeten dus het tarief duurder gaan verkopen." Martron laat weten dat Airtrade in staat is om zelf aan een directe airline integratie te doen, zodat het de content zonder toeslag naar binnen kan halen. Toestemming is daarvoor volgens Martron niet nodig. "Wij willen de problemen oplossen voor onze klanten, want wij vinden dat zij niet de dupe mogen worden. Gesprekken hebben we nog niet kunnen voeren over hoe KLM het allemaal ziet, maar ik verwacht dat ook de trade nog met een reactie zal komen."