

DESTINIA ÜBERPRÜFT OPTIONEN, LUFTHANSA-RESERVIERUNGEN NICHT MEHR ANZUBIETEN

Online-Reiseagenturen glauben, dass der Kampf der Fluggesellschaft mit Amadeus dem Konsumenten schadet und darauf abzielt, die Agenturen vom Markt zu verdrängen

Madrid, 26 Juni 2015. Destinia prüft die Möglichkeiten, den Verkauf der Reservierungen von Lufthansa und dem Rest der zur Lufthansagruppe gehörenden Fluggesellschaften (Austrian Airlines, Brussels Airlines, Lufthansa und SWISS) aufgrund der Entscheidung der Fluggesellschaften, einen Zusatzbetrag von 16 Euro pro Reservierung über eines der Globalen Distributionssysteme (GDS) zu berechnen, einzustellen. “Dieser Kampf mit Amadeus ist kein neuer. American Airlines hat schon 2010 eine ähnliche Strategie aufgeföhren, indem sie versucht haben, mehr Umsatz zu ihren direkten Verkaufskanälen umzuleiten und die GDS unter Druck zu setzen, um mit diesen zu verhandeln. Wir werden abwarten, wie sich diese Situation verhält, bevor wir eine entgültige Entscheidung treffen”, signalisiert **Amuda Goueli, CEO Destinia.**

Destinia hat verschiedene Ansichtspunkte, um die Situation zu bewerten: die dominante Position der Lufthansagruppe, die sie auf einigen Routen hat, mit Quoten von bis zu 80%; die aus der Integration einer eigenen Reservierungsplattform resultierenden Kosten, die die Fluggesellschaft plant und die Wettbewerbsproblematik, denn “der Konsument wird seine Auswahloptionen minimierter sehen”, fügt er hinzu.

Was wir heutzutage wissen, ist, dass Lufthansa ein eigenes webbasiertes System für Reiseagenturen besitzt, in dem Reservierungen manuell von den Mitarbeitern vorgenommen werden können, was es zum einen eingrenzt und den Alltagsbetrieb zum anderen teurer macht, da es ein nicht automatisierter Prozess ist. Es gibt aber keine Plattform für eine Integration online. “Wenn wir auf unserer Webseite die Preise von Lufthansa angeben wollen, dann können wir dies nur mit einem zusätzlichen Aufschlag von 16 Euro tun, was die Auswahloptionen unserer Kunden einschränkt und ein ganz klarer Versuch ist, uns vom Markt zu drängen”, versichert Goueli.

Wenn es die mittelfristige Absicht ist, eine Plattform zu entwickeln, mit der Lufthansa zusammen mit den Reiseagenturen arbeiten kann, dann benötigt die Integration Monate an Programmierungsarbeit. “Eine Aufgabe, die nicht nur Kosten verursacht, die wir aufbringen müssen, sondern auch die Tatsache, dass viele kleine Agenturen nicht die Kapazitäten und die Mittel zur Verfügung haben.”, fügt der Geschäftsführer hinzu. Man muss berücksichtigen, dass z.B. Destinia mit ca. 600 Fluggesellschaften arbeitet und wenn jede einzelne von diesen entscheiden würde, eine eigene Plattform zu integrieren, dann wäre dies ein sehr kostspieliges Unterfangen.

“Die Fluggesellschaften haben die GDS hervorgebracht; anschliessend schafften Sie die Provisionen für die Reiseagenturen ab und jetzt attackieren Sie die GDS. Wenn weitere Fluggesellschaften diesem Weg folgen, dann wirkt sich dies nachteilig auf den Wettbewerb im Sektor aus. Wir glauben, Brüssel sollte sehr genau darauf achten, was hier geschieht.” meint Goueli.

Über Destinia

Destinia.com ist eine der fünf größten Online-Reiseagenturen in Spanien mit 65,7 Millionen eindeutigen Nutzern im Jahr 2014. 2001 gegründet, hat die Agentur ca. 2 Millionen Kunden und bietet Dienstleistungen von 300.000 Hotels und ca. 600 Fluggesellschaften an. Mit mehr als 100 Mitarbeitern in Spanien befindet sich Destinia in einem intensiven Prozess der Internationalisierung in Europa und dem Mittleren Osten. Die Onlineplattform ist in 32 Sprachen verfügbar. Destinia ist Pionier, was **Reisen in den Weltraum** (2006) angeht und akzeptiert seit Dezember 2013 Zahlungen mit **Bitcoins**, hat eine App entwickelt, um Hotels mit **Google Glass** (Mai 2014) zu reservieren und erst kürzlich ein Virtual-Reality-Projekt mit **Oculus Rift** (April 2015) vorgestellt.



Pressekontakt

Amaia Arteta

Leitung PR

Mobilt: +34 619 61 00 95

press@destinia.com

Besuchen Sie [unsere Pressesaal](#)