

Experten-Lounge Digitale Transformation



Interview mit
Ralf Usbeck



HMM

Best in eHealth

Ausgabe 09/2017



Interview mit Ralf Usbeck

Vita

Ralf Usbeck wurde im November 2013 beim World Travel Market in London international als „Serial Innovator of Travel Technology“ ausgezeichnet.

Wie es dazu kam? Bereits im Alter von 23 Jahren gründete Ralf Usbeck ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung grafischer Informationssysteme beschäftigte. Im Jahr 2000 erfolgte die Umfirmierung von der Usbeck-Engineering GmbH in die heutige TravelTainment GmbH. 2006 verkaufte Ralf Usbeck TravelTainment an das weltweit führende Touristik-Unternehmen Amadeus und baute als CEO der Amadeus Leisure Group das weltweite Leisure Geschäft von Amadeus auf. Er verließ das Unternehmen zweieinhalb Jahre später.

Mit Peakwork setzt Ralf Usbeck den Innovationskurs fort: Peakwork hat das einheitliche Datenformat EDF sowie die innovative Player Hub Technologie® entwickelt. Heute arbeiten die größten Reiseveranstalter in Europa sowie internationale Airlines und Hotelanbieter mit der Player Hub Technologie® oder befinden sich in der Implementierung. Das schnell wachsende Peakwork Vertriebsnetzwerk verbindet heute weltweit Anbieter touristischer Leistungen mit führenden Internetfirmen wie Google, Kayak und Trivago sowie den Social-Media-Netzwerken wie Facebook, Twitter und mehr.

Herr Usbeck, bitte vervollständigen Sie diesen Satz: Wenn ich an eine digitalisierte Tourismusbranche denke, dann ...

“ ...sehe ich ein großes Ziel am touristischen Horizont. Das Thema Digitalisierung fehlt auf keiner Kongressbühne. Fakt ist aber – und da sind sich die Experten einig – dass die deutsche Touristik beim Thema Digitalisierung hinterherhinkt. Hier gibt es noch viel zu tun für die traditionellen Anbieter...”

Sie wollen gemeinsam mit der TUI Ventures "einen globalen Marktstandard für den Vertrieb von touristischen Leistungen etablieren": Wie zufrieden sind sie mit dem Fortschritt der Digitalisierung? Wo sehen Sie die größten Schwachstellen der Branche?

“ Die Digitalisierung ist für international agierende Unternehmen in der Touristik ein wichtiger Baustein für künftiges Wachstum – so auch bei der TUI. Und da kommen wir ins Spiel: Peakwork bietet eine innovative IT-Technologie, die höchst skalierbar die Paketierung von einzelnen Reiseleistungen zu Pauschalreisen sowie den globalen Vertrieb von Reiseleistungen ermöglicht und damit Wachstum beschleunigt. Beispielsweise sind die meisten Veranstaltersysteme nicht für die stetig wachsende Traffic-Last aus dem Internet ausgelegt. Zudem muss ein Veranstalter wie die TUI das Angebot an differenzierten Produkten und Services stetig ausbauen und dieses Endkunden schnell, transparent und maßgeschneidert über alle Distributionskanäle anbieten können.”

Als Geschäftsführer eines renommierten Software-Hauses sind Sie täglich mit den Themen „Digitalisierung und disruptive Technologien“ beschäftigt. Wo sehen Sie das größte Entwicklungspotential in Ihrer Branche?

“ Künstliche Intelligenz und Virtual Reality werden in Zukunft auch die Suche nach der passenden Reise verändern. Aktuell wird die Suche über Spracheingabe verfeinert mit dem Ziel, den passenden Traumurlaub zu finden. Im Projekt mit unserem Partner IBM, dessen Watson Technologie zum Einsatz kommt, machen wir gute Fortschritte. Zudem werden mögliche Reiseangebote über VR-Brillen visualisiert, so dass sich der Kunde vorab durch sein Hotel bewegen kann. Hier wird sich noch viel tun.”



“ Künstliche Intelligenz und Virtual Reality werden in Zukunft auch die Suche nach der passenden Reise verändern.”

Welches Wissen zu digitalen Strategien ist aus Ihrem Blickwinkel universell anwendbar?

“ Die Digitalisierung findet in allen Lebensbereichen statt und beeinflusst das Nachfrageverhalten in allen Branchen. Moderne Technologie muss da mithalten können: rund um die Uhr verfügbar, skalierbar für einen oder tausende Kunden, höchst schnell - und trotzdem individuell in Angebot und Ansprache. Der Kunde wird anspruchsvoller und bringt aus Internet und sozialen Netzwerken Vorwissen mit. Der Anteil der Kunden, die ohne Vorab-Recherche im Internet das Reisebüro betreten, wird verschwindend gering. Der stationäre Handel muss Mehrwerte bieten.”

Das Gesundheitswesen ist eine "Kathedrale des Papiers" - Welche Kathedralen mussten Sie in der Vergangenheit niederreißen?

“ Der deutsche Reisevertrieb war traditionell von einer hohen Anzahl an Reisebüros geprägt, die mit zunehmender Anzahl an Online-Reiseportalen in den vergangenen Jahren verdrängt wurden. Nun kommen globale Metasearcher, Google, Kayak, Trivago und Co., die übergreifende Suchen bieten. Darüber hinaus findet das Thema Reisen stark in den sozialen Netzwerken, wie Facebook, Twitter und mehr statt. Zu allen diesen Partnern betreiben wir technische Schnittstellen. Auch hier geht es wieder darum, den Kunden dort abzuholen, wo er sich bewegt.”

Die Digitalisierung ermöglicht die Vergleichbarkeit von Preisen, Reisezielen, Bewertungen - Anbietern im Allgemeinen. Welche weiteren Vorteile bringt die Digitalisierung für die Tourismusbranche?



Neben der Vergleichbarkeit wächst vor allem auch die Angebotsvielfalt. Für die touristischen Anbieter nimmt die Reichweite zu: So haben wir beispielsweise den größten Reiseveranstalter in der Schweiz, der mithilfe unserer Technologie eine neue Marke aufgebaut hat und als ersten Vertriebsmarkt seine Hotelangebote über Google in den USA verkauft hat. Das Angebot wird nun in immer mehr Märkten online gestellt und vertrieben. Hier verschwinden die globalen Grenzen. Für Endkunden nehmen Angebot und Auswahl zu. Und genau das ist auch das Ziel von Peakwork."





Experten-Lounge

Sie sind Entscheider und Vordenker im Gesundheitswesen und Ihnen gefallen die Interviews in der "Experten Lounge Digitale Transformation"? Sie können sich vorstellen, die Digitale Transformation aus Ihrer Sicht selbst in einem Whitepaper vorzustellen?

Dann freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme unter marketing@hmmdeutschland.de

Experten-Lounge Digitale Transformation

Dieses Dokument, dessen Texte, Grafiken und sonstigen Inhalte genießen Schutz nach dem Urheberrechtsgesetz (UrhG). Die HMM Deutschland GmbH ist Inhaberin der ausschließlichen Nutzungsrechte gemäß § 31 Abs. 3 Satz 1 UrhG. Deshalb sind ohne vorherige Einwilligung der HMM Deutschland GmbH Kopieren und Nachdruck verboten.

Alle Zahlenangaben beziehen sich auf den Zeitpunkt der Drucklegung.

Alle Markennamen, Warenzeichen und eingetragenen Warenzeichen von Drittfirmen, die in diesem Dokument genannt werden, sind Eigentum Ihrer rechtmäßigen Eigentümer. Sie dienen hier nur der Beschreibung bzw. der Identifikation der jeweiligen Firmen, Produkte und Dienstleistungen.

HMM Deutschland GmbH

Eurotec-Ring 10
D-47445 Moers

T +49 (0) 2841 88825.1000
F +49 (0) 2841 88825.1100
E info@hmmdeutschland.de
www.hmmdeutschland.de



HMM

Best in eHealth