

## Anforderungen gemäß STRING Expertenworkshop vom 11.04.2024

### 1. Modify

Die Anforderungen aus dem letzten Workshop, insbesondere in Hinblick auf internes Buchen, werden ohne Ergänzung bestätigt. Es wurden keine Informationen identifiziert, die aus Sicht der teilnehmenden IT-Anbieter und Reiseveranstalter bisher nicht in STRING abgebildet werden können.

Hinsichtlich STRING Versicherungen liegen keine neuen Informationen vor, Michael Althoff wird daher nochmals nachfassen.

### 2. Up- und Cross Selling

Zunächst wurden die Begrifflichkeiten nochmals definiert, um diese nachfolgend im Rahmen der Anforderungen eindeutig nutzen zu können. Demnach verstehen die im Expertenkreis vertretenen Anbieter die Begriffe wie folgt:

**Upselling:** höherwertige Angebote innerhalb des gleichen Produkts bzw. der gleichen Buchung.

**Cross-Selling:** zusätzliche Angebote oder alternative Reise (wenn ursprünglicher Buchungswunsch nicht realisierbar). Auch Alternativangebote, sofern die zur Buchung angefragte Reise nicht buchbar ist, werden als Cross-Selling definiert. Ein Cross-Selling kann – anders als das Upselling – eine Änderung des Rechtsstatus beim Anbieter herbeiführen, z.B. Wechsel von einzelner Reiseleistung hin zu Pauschale.

Ergänzend wurde zum **Upselling** festgehalten:

- Eine Umsetzung kann erfolgen bei
  - Suche
  - BA oder vor Ausführung einer BA
  - Buchung (teilweise)
- Upselling-Angebote sind nicht immer vakanzgeprüft (Entscheidung der Veranstalter, keine Relevanz für Schnittstelle)
- Ein Preisvergleich für andere Termine zu einem ursprünglich gewünschten Angebot (das nicht mehr verfügbar ist), soll beim Upselling nicht ausgeführt werden. Die Veranstalter sollen die Möglichkeit haben, per Flag folgende Vorgehensweisen bzw. Steuerungen zu definieren:
  - JA: Upselling-Angebote sind vakanzgeprüft, d.h. Buchung kann direkt ausgeführt werden.
  - NEIN: keine Vakanzprüfung vor Angebot, d.h. vor Buchung muss die Vakanz nochmals geprüft werden.  
Aus Performance-Gründen wird die Bereitstellung vakanz-geprüfter Angebote aus technischer Sicht als sinnvoll angesehen.

Insgesamt ist Upselling eher Teil von Search im Rahmen einer BA oder IB-Abfrage.

Eine Form des Upsellings ist eine Rückspielung des Angebots mit einzelnen alternativen Leistungen, nicht mit insgesamt neuen Paketen. Hin Hinblick auf Preisdifferenzen soll wie folgt vorgegangen werden:

- a) Die Veranstersysteme liefern stets Gesamtpreise pro Angebot; dies gilt auch für die oben genannten Angebotsvarianten. Es obliegt dem Frontend, ob es als eigene Funktion anstelle der jeweiligen Gesamtpreise für Upselling-Angebote eine Preisdifferenz ausweisen möchte.
- b) Die Lieferung rein von Differenzen zum Basisangebot wird durch die Veranstersysteme nicht unterstützt, Aufpreise gegenüber den Gesamtpreisen werden somit nicht als Differenz ausgewiesen und gekennzeichnet.
- c) Der Gesamtpreis kann an der Upselling-Leistung festgemacht werden (optional).

**Cross-Selling** stellt grundsätzlich Alternativen zu einem Komplettangebot dar. Dies gilt vor allem für den Fall, dass das angefragte Angebot nicht (mehr) buchbar ist.

Sofern ein angefragtes Produkt nicht verfügbar ist, kann ein Veranstalter folgende Informationen liefern:

- a) Information, dass gewünschtes Produkt (Einzelleistung oder Paket, je nach Anfrage) ausgebucht und somit nicht verfügbar ist. Hier wird kein Cross-Sell angeboten.
- b) Information, dass ursprünglich gewünschtes Produkt ausgebucht sei und 1-n neue Angebote. Ob der Veranstalter hierbei Cross-Selling Angebote auf exakt die gleichen Reisedaten begrenzt oder auch alternative An- und Abreiseternine anbietet, ist aus Schnittstellensicht irrelevant und obliegt der Entscheidung des Veranstalters.
- c) Es wird aus Implementierungssicht empfohlen, ausschließlich vakanzgeprüfte Alternativen auszuspielen. Die Entscheidung obliegt jedem Veranstalter.

**Zusatzverkäufe** sind eine Sonderform des Cross-Sellings. Angeboten werden stets einzelne Leistungen (keine Pauschalen), die unabhängig von anderen, im Paket inkludierten Leistungen erbracht werden. Die Veränderung einer im Paket inkludierten Leistung (z.B. andere Beförderungsklasse Flug, andere Hotelkategorie) wird als Upselling betrachtet. Letztlich liegt diese Einordnung jedoch im Verantwortungsbereich des einzelnen Veranstalters als Anbieter.

Für Zusatzverkäufe gilt:

- Sie haben üblicherweise einen eigenständigen Preis, d.h. sie sind nicht Bestandteil eines neuen Paket-Gesamtpreises.
- Die Inanspruchnahme von Zusatzprodukten kann von im Paket inkludierten Leistungen abhängig sein. Beispiel: Wellness-Paket kann nur gebucht werden, wenn der Kunde im Hotel wohnt, das das Spa betreibt.

- 
- Für STRING bedeutet dies: es wird eine Verknüpfung benötigt, dass bestimmte Zusatzverkäufe nur mit anderen, dedizierten Leistungen eines Reiseanbieters kombiniert werden können. Dies ist in zwei Prozessvarianten zu beachten:
    - Beim aktiven Anbieten einer Leistung durch den Reiseveranstalter (Push-Angebote).
    - Bei der aktiven Buchungs- oder Vakanzabfrage durch einen Endkunden oder ein Reisebüro (Pull-Angebote).

Bensheim, 29.05.2024  
Gez. Michael Althoff