

Handelsvertreter? Aber klar!

Seit Jahren gehört der **Handelsvertreterstatus** fest zur deutschen Touristikbranche. Festgeschrieben ist er im Paragraph 84 des Handelsgesetzbuches. Die bröckelnden Margen der Veranstalter sorgten in den vergangenen Jahren allerdings immer wieder zu Diskussionen über ein mögliches Ende des Handelsvertreterstatus. Der Vertrieb hat davor gewaltigen Respekt – auch mit Blick auf die Niederlande. Dort hat sich die Zahl der Reisebüros nach der Auflösung des Handelsvertreterstatus halbiert. Wir haben die Chefs von Ketten und Kooperationen gefragt, wie sie die handelsrechtliche Zukunft des klassischen Vertriebs einschätzen. | Von Matthias Gürtler



Birgit Aust,
Flugbörse/Sonnenklar

„Der Markt ist aktuell so stark im Umbruch, dass das Thema Handelsvertreterstatus per se nicht im Fokus steht. Tonangebend ist das

Zusammenspiel zwischen Veranstaltern und Vertrieb generell, das neu aufgesetzt werden muss. Das wird aus meiner Sicht von beiden Seiten viel Einsatz und Kompromissfähigkeit fordern. Wenn aber vernünftig und gemeinschaftlich agiert wird, werden die kommenden Jahre auch bei geänderten Rahmenbedingungen zu einem sehr erfolgreichen Miteinander führen.“



Cornelius Meyer,
Best-Reisen

„Wenn es Produzenten und Vertrieb gelingt, eine gemeinsame, partnerschaftliche und langfristige Basis der Zusammenarbeit zu

finden, die nicht im Dauerstreit um die richtige Vergütung stecken bleibt, sondern ganz klar kunden- und auch qualitätsorientiert ausgerichtet ist, kann sich aus meiner Sicht ein stabiles Prozedere etablieren – und zwar zum beiderseitigen Nutzen. Dies gilt sowohl für das aktuelle Verhältnis Handelsherr/Handelsvertreter als auch in einer Welt der Händler.“



Albin Loidl,
Thomas Cook

„Wir können natürlich nicht in die Glaskugel gucken, doch uns als Veranstalter verbindet mit den Reisebüros eine enge Partnerschaft,

die durch den Handelsvertreterstatus allen Beteiligten Rechtssicherheit gibt und sich in der Praxis seit Jahrzehnten bewährt hat. Auch in der Gesetzgebung der Europäischen Union ist die Handelsvertreterrichtlinie fest verankert. Die Frage nach einer Änderung des Modells des Handelsvertreterstatus stellt sich für uns daher zum jetzigen Zeitpunkt nicht.“



Andreas Quenstedt und
Michael Walther

Deutscher Reisering

„Der Handelsvertreter ist ein Erfolgsrezept in der Touristik! Reisebüros sind ein effizienter Vertriebsweg für Veranstalter, denn ihre

Bezahlung erfolgt erst mit der Vermittlungsleistung. Der Veranstalter muss dafür weder eigenes Personal noch Infrastruktur vorhalten. Der Handelsvertreter begünstigt weitgehenden Full Content und Preisgleichheit in den Vertriebskanälen. Dies schafft Sicherheit und Planbarkeit. Wir glauben deshalb an eine erfolgreiche Arbeitsteilung zwischen Vertrieb und Veranstalter. Bei einem Aus für den Handelsvertreterstatus wird die Existenz sowohl von Reisebüros als auch von Veranstaltern aufs Spiel gesetzt. Das wären aus unserer Sicht die Folgen:

1. Preisdifferenzierung: Für ein und dasselbe Produkt wird es im Markt verschiedenste Preise geben. Rabatte werden durch die Möglichkeit der freien Preisgestaltung ein noch größeres Thema. Das Produkt Reise wird Discount-Ware.

2. Fokus auf Direktbuchung: Die Reisen der Veranstalter werden auf den eigenen Internet-Plattformen zum Nettopreis angeboten, Reisebüros müssen eigene Endpreise kalkulieren. Da sie eine Durchschnittsprovision von mindestens elf Prozent benötigen, ergeben sich automatisch erheblich höhere Preise für den Endverbraucher. Die Veranstalter werden durch den zunehmenden Direktvertrieb aber schnell personelle Probleme bekommen.

3. Schere im Vertrieb: Der Kostendruck im Gesamtvertrieb steigt. Online-Vermittler und hybride Vertriebe von reinen Pauschalreisen, welche mit ausgedünntem Personal Buchungen nur einsammeln, haben ökonomische Vorteile.

4. Suche nach dem optimalen Preis: Für Kunden wird es noch schwieriger, Pauschalreisen miteinander zu vergleichen. Sie werden zunehmend Flug und Hotel separat buchen. Und das spielt Expedia und Booking in die Hände.

5. Reisebüros als Veranstalter: Alternativ müssten Reisebüros selbst zu Veranstaltern werden. Sie haben schon heute Zugriff auf Bettendatenbanken mit auskömmlichen Provisionen. Flüge und Transfers hinzubuchen ist möglich, aber beschwerlich. Diesen Weg würden viele Büros nicht mitgehen, Gewinner würden spezialisierte Büros sein.“

1971
—
1972

Karstadt und Quelle steigen mit Transeuropa ins Reisegeschäft ein • Der IT-Anbieter Start wird gegründet, ebenso Galileo • TUI und Steigenberger eröffnen den ersten Robinson Club • TUI angelt sich Iberotel • Transeuropa Reisen wird in KS-Touristik umbenannt, diese hält 25 Prozent an TUI • Erstmals 30 Millionen Touristen in Spanien • Neckermann Reisen begrüßt den millionsten Fluggast