

Andreas Quenstedt (38)

Aufgewachsen ist Andreas Quenstedt im **Reisebüro-Familienbetrieb** in Genthin (Sachsen-Anhalt). Ab dem Jahr 2000 studierte er **Betriebswirtschaftslehre** an der Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) in Berlin. Seit 2004 war er zunächst in unterschiedlichen Funktionen für den Deutschen Reisering tätig, leitet heute die Geschäftsstelle in Berlin. Quenstedt lebt dort im Stadtteil Treptow-Köpenick. Seine Hobbys sind alles rund um Fitness sowie die **Sportfischerei**.

„Der Markt ändert sich gewaltig“

Der Deutsche Reising wehrte sich als erste Reisebüro-Organisation gegen das neue Provisionsmodell von Ameropa. Zur aktuellen Debatte um Vergütungen äußert sich Geschäftsstellenleiter Andreas Quenstedt.

Georg Kern

Rund 220 Standorte gehören deutschlandweit zur Reisebüro-Kooperation Deutscher Reising. Wegen der Vereinsstruktur des Verbunds haben die einzelnen Büros ein vergleichsweise umfangreiches Mitspracherecht. TravelTalk sprach mit Geschäftsstellenleiter Andreas Quenstedt über Provisionen, Fachkräftemangel und den Ausblick für 2019.

TravelTalk Herr Quenstedt, 2018 war ein gutes Jahr für den Deutschen Reising – rund zehn Prozent Plus beim vermittelten Reiseumsatz. Wie wird 2019?

Andreas Quenstedt Prognosen sind zwar schwer zu treffen, weil auch für unsere Branche immer mehr der alte kaufmännische Grundsatz gilt: Abgerechnet wird am Jahresende. Das hat etwa damit zu tun, dass Veranstalter ihre Angebote in den Systemen immer früher freischalten. Was ich aber sagen kann: Wir sehen für 2019 eine positive Entwicklung. Ob es am Ende reicht, 2018 zu übertreffen, weiß ich nicht. Wir waren 2018 extrem erfolgreich.

TT Ein Problem ist ja auch, dass die großen Veranstalter bei den Provisionen die Latte höher legen.

Quenstedt Richtig ist, dass bei einigen Produzenten die Veranstalter-Margen sukzessive unter Druck geraten. Neben der Provisionsdiskussion sollten wir uns damit auch der Frage stellen, was wir im Reisebüro-Vertrieb in Zukunft verkaufen werden, wenn schon Veranstalter aufgrund des eigenen Margendruckes beginnen, über ihre Portfolios nachzudenken. Der Markt ändert sich derzeit gewaltig. Bislang haben wir stets einen partnerschaftlichen Weg gefunden. Ich bin optimistisch, dass dies so bleibt. Dennoch werden wir 2019 deutlich auf die Auswirkungen der Provisionsmodelle hinweisen.

TT Welche Auswirkungen meinen Sie?

Quenstedt Das lässt sich nicht pauschal beantworten. Klar ist: Wollen mehrere Veranstalter an ihren Staffeln schrauben, müssen Reisebüros rechnen, was sich für sie noch lohnt zu verkaufen. Da spielen viele Variablen eine Rolle, etwa Sonder- und Superprovisionen, aber auch technischer Support und Verkaufsförderung.

TT Sehr spitz gerechnet wurde bei Ameropa: Der Reising war die erste Reisebüro-Organisation, die ihren Büros empfahl, den Veranstalter wegen des neuen Provisionsmodells nicht mehr zu verkaufen.

Quenstedt Dazu ist alles gesagt, was es zu sagen gibt. Wichtig ist zu erkennen, dass es sich um eine Entscheidung des von den Mitgliedern gewählten Vorstands handelt. Die Entscheidung kam also von den Reisebüros selbst, aus deren Mitte. Zentralinteressen spielen bei uns keine Rolle, der entscheidende Vorteil unserer Organisation.

TT In der Provisionsdebatte wird von Reisebüros auch immer mal wieder die Sorge geäußert, der Handelsvertreterstatus könnte fallen. Wie sehen Sie das?

Quenstedt Diese Diskussion kommt alle paar Jahre erneut hoch. Geändert hat sich noch nie etwas. Ich sehe hier auch nicht wirklich Tendenzen, dass sich etwas ändert. Denn der Handelsvertreterstatus von Reisebüros hat große Vorteile für die Veranstalter.

TT Welche meinen Sie?

Quenstedt Ein Beispiel: Der Herrschaft muss den Handelsvertreter nur bezahlen, wenn ein Erfolg eintritt – das heißt, wenn Umsatz produziert wird. Fällt der Handels-

vertreterstatus, müssten die Veranstalter selbst mehr Infrastruktur vorhalten, bevor es zu Buchungen kommt. Deren Risiko steigt.

TT Dem wird dann ja oft entgegengehalten, dass der Kunde künftig mehr online bucht, weshalb die Infrastruktur schlanker sein kann.

Quenstedt Tatsächlich bucht der Kunde online mehr preisgünstige und einfache Angebote auf der Kurz- und Mittelstrecke oder erdgebunden. Reisebüros punkten dagegen verstärkt mit komplexeren und hochpreisigen Angeboten, die häufig in die Ferne gehen. Zudem muss man sich ansehen, wie preisgünstig der Online-Vertrieb tatsächlich ist. Wie man es auch dreht und wendet: Das Reisebüro bleibt in Deutschland ein hochinteressanter Vertriebskanal.

TT Welche Rolle spielt 2019 das Thema Fachkräftemangel beim Reising?

Quenstedt Wir haben dieses Thema schon 2016 als besonders wichtig identifiziert. Damals schufen wir unsere Azubi-Kampagne, die wir seither jedes Jahr fortgesetzt haben. 2019 werden wir damit rund 40 Auszubildende aus Büros des Deutschen Reising fördern.

TT Wie sieht diese Kampagne aus?

Quenstedt Büros, die ausbilden, erhalten bei uns 500 Euro als Einstiegsprämie für die Teilnahme am Programm – und anschließend 50 Euro pro Monat auf drei Jahre. Das Geld muss natürlich in irgendeiner Form zur Förderung des Nachwuchses eingesetzt werden. Eine kostenlose Teilnahme an unseren Info-Reisen „Schlaue Counter“ ist für Azubis ebenfalls inklusive.

Das ist der Deutsche Reising

Die Reisebüro-Kooperation feierte 2018 ihren 25. Geburtstag. Ihre Schwerpunkte hat sie in Ost- und Süddeutschland, was sich auch aus der Entstehungsgeschichte heraus erklärt: Die Gründung erfolgte 1993 im Berliner Umfeld. Damals fanden sich ehemalige Jugendtouristler und einige Westberliner Reisebüro-Unternehmer zusammen und brachten den Deutschen Reising gemeinsam auf den Weg. Die Organisation ist ein eingetragener Verein. Der Vorstand wird alle zwei Jahre neu gewählt. Auch dieses Jahr stehen wieder Wahlen an: Die Mitgliederversammlung ist für November in Freyburg (Unstrut) geplant. Der Deutsche Reising ist Mitglied der Reisebüro-Organisation DER Touristik Partner-Service (DTPS).