

# Ja zum Entgelt, aber nicht überall

## Service-Entgelte:

Wie die Reisebüro-Kooperation Deutscher Reising eine ganz eigene Lösung fand



Von Matthias Gürtler

Nach langen internen Diskussionen hat sich nun auch der Deutsche Reising für das Einführen von Service-Entgelten in den Reisebüros der Kooperation ausgesprochen. „Wir erachten das als eine sehr wegweisende Zukunftsaufgabe“, heißt es in einer Stellungnahme auf Anfrage von touristik aktuell.

„genau angeschaut“ und beschlossen, sich „nicht einfach der Allgemeinheit anzuschließen“, berichtet Geschäftsstellenleiter Andreas Quenstedt. Stattdessen stelle man den Mitgliedsbüros für ihre Entscheidung eine Orientierungshilfe zur Verfügung. Sie analysiert den Status Quo in der jeweiligen Region des Reisebüros. Der Hintergrund des Ganzen: Während Ketten durch zentrale Vorgaben relativ schnell und abgestimmt agieren könnten, ist die Ausgangssituation bei einer Kooperation eine andere. „Zentrale Empfehlungen oder gar Vorgaben über differenziert dargestellte Service-Dienstleistungen zu vorgefertigten Preisen“ würden von den selbständigen Inhabern selten konsequent angenommen und umgesetzt. Somit würden sie mitunter „vollständig ins Leere“ laufen, beschreibt Quenstedt die Situation.

Darüber hinaus sei die Ausgangslage sehr unterschiedlich: Während bei einigen Mitgliedern des Reising Service-Entgelte bereits zum Alltag gehörten, würden sie von anderen bislang kategorisch abgelehnt. Einige Inhaber wiederum hätten es mit Entgelten versucht und das Thema inzwischen wieder fallen gelassen.

Eines der Ergebnisse der vielen internen Gespräche beim Reising war, „dass es wohl entscheidend und zielführend ist, den regionalen Bezug und die Integration derer in den Mittelpunkt der

Überlegungen zu stellen, die am Counter mit den Service-Entgelten umgehen und sie beim Kunden etablieren müssen“.

Das Ziel des Reising-Projektes war deshalb fortan, eine Kooperations-übergreifende Landkarte zum Thema Service-Entgelte im Reisebüro zu erstellen. Denn jeder Standort, ob nun Groß-, Kleinstadt oder ländliches Reisebüro, habe seine „individuellen Anforderungen und Preisgefüge, die beim erfolgreichen Etablieren von Service-entgelten unbedingt Berücksichtigung finden sollten“, berichtet Quenstedt.

Inzwischen ist die Karte fertig, geholfen haben dabei sowohl die Mitglieder als auch ein Marktforschungsinstitut. Quenstedt zufolge liefert sie genau das, was man erhofft hatte: „Überzeugende Aussagen darüber, in welcher Region für welche Art von Service-Leistung bereits welcher Preis erfolgreich verlangt und welcher Umsatz damit in den Unternehmen generiert wird.“

Besonders wichtig war dem Vorstand des Reising dabei, den regionsbezogenen Benefit für den Reisebüro-Betreiber explizit herauszutellen. Marketing-Profis würden von einem „lokalen Benchmarking“ sprechen.

Quenstedt ist mit dem Ergebnis zufrieden: Dank des eigenen „Schwarmwissens“ und der Hilfe durch einen Dienstleister habe man es geschafft, den Reising-Mitgliedern „eine überzeugende, motivierende und passgenaue Entscheidungsgrundlage zu liefern, um bei der Einführung und konsequenten Umsetzung von Serviceentgelten erfolgreich sein zu können“.



**Intensive Diskussionen, positives Ergebnis: Vorstand des Deutschen Reising, ganz rechts Geschäftsstellenleiter Andreas Quenstedt**

Bei der Empfehlung an die Mitgliedsbüros geht der Reising allerdings einen ganz eigenen Weg. Man habe sich vor der Entscheidung die unterschiedlichen Herangehensweisen im Markt

## Quality Plus: Mehrwertpaket statt Service-Pauschale

Mit seinem Angebot Quality Plus will der RTK-Verbund auch 2022 weiter daran arbeiten, das Erheben von Service-Entgelten flächendeckend in der Reisebüro-Branche durchsetzen. „Damit steigern wir die Umsätze der Büros und tragen zu deren Liquidität bei“, betont Geschäftsführer Thomas Bösl.

Zu Erinnerung: Quality Plus besteht aus zwei Teilen – einem Versicherungspaket und einem Paket mit verschiedenen Service-Leistungen, die Reisebüros ihren Kunden zusätzlich anbieten.

Dazu zählen etwa Sitzplatzreservierungen, Flughafentransfers und Visum-Service-Leistungen. Die Zahl der inkludierten Angebote können die Reisebüros selbst bestimmen.

Der Mehrwert für den Kunden ist enorm und einzigartig in der Branche: Geht es tatsächlich auf Reisen, sind die Kunden besser abgesichert als je zuvor. Gibt es ein berechtigtes Storno, erhalten sie den Paketpreis wieder zurück.

Dabei geht das Reisebüro nicht leer aus: Ihm bleibt der Ertrag aus dem Paket erhalten. Außer-

dem wird im Nur-Flug-Bereich der Ticket-Preis bei einer Stornierung durch die Airline in voller Höhe zurückerstattet.

Der Kfz-Anreiseschutz erstreckt sich auch auf Zubringer wie etwa Flug, Zug oder Schiff und gilt auch für die Anschlussbeförderung.

Quality Plus kann von allen Reisebüros gebucht werden. Einige Veranstalter haben das Mehrwertpaket sogar in ihre Systeme integriert, darunter - TUI, FTI, Schauinsland-Reisen, Olimar und Bentour.