

# Rechnen Sie mit dem Wegfall des Handelsvertreterstatus?

Seit Jahren taucht regelmäßig die Diskussion über den **Handelsvertreterstatus** auf. Wir haben aus aktuellem Anlass Chefs von Reisebüro-Kooperationen zum Thema befragt. Deren Einschätzung ist eindeutig. | Von Matthias Gürtler



## Manuel Molina, Geschäftsführer TSS

„Ich halte es für unwahrscheinlich, dass Pauschalreiseveranstalter oder Kreuzfahrtanbieter in dieser Hinsicht aktiv werden. Die Aufhebung des HV-Status durch welchen Leistungsträger auch immer wäre für diesen mit erheblichen Risiken verbunden und ließe sich nicht ohne Weiteres umsetzen. Eine solche Veränderung hätte weitreichende Auswirkungen auf bestehende Vertriebsstrukturen, würde zu einer grundlegenden Neuordnung in der Branche führen und erhebliche Herausforderungen mit sich bringen.“

Vor allem würde der Wegfall zu einem äußerst intensiven Preiswettbewerb führen. Davon abgesehen dürfte Reiseveranstalter und Kreuzfahrtanbietern bewusst sein, dass die Reisebüros als wichtiger Vertriebspartner einen wesentlichen Anteil an ihrem Erfolg haben. Eine Schwächung dieses Vertriebswegs könnte nicht nur den Reisebüros schaden, sondern würde auch zu spürbaren Umsatzrückgängen bei den Leistungsträgern führen. Grundsätzlich halte ich es derzeit noch für sehr unwahrscheinlich, dass es tatsächlich dazu kommt.“

## Hauke Moll, Geschäftsführer RTK

„Der Handelsvertreterstatus ist seit Jahrzehnten ein absolut erfolgreiches Modell – sowohl für Reisebüros als auch Veranstalter. Er bietet dem gesamten Reisevertrieb Planungssicherheit und eine klare Vergütungsstruktur, während Reiseveranstalter von einem starken Vertriebspartner profitieren. Deshalb ist es aus unserer Sicht essenziell, ihn beizubehalten. Wir sind davon überzeugt, dass sich der Status bewährt hat und es wert ist, mit Nachdruck dafür einzutreten. Die Vorteile überwiegen deutlich – und das für

alle Branchenteilnehmer. Daran kann auch die Diskussion über Rückvergütungen nicht rütteln. Diese gibt es in vielen Formen – sei es durch Banken, Reiseveranstalter oder zusätzliche Boni wie etwa Bordguthaben der Kreuzfahrtanbieter. Der Markt wird sie nicht gänzlich verhindern können. Doch die Umsatzverschiebungen, die sich dadurch ergeben, bleiben begrenzt. Letztlich punkten Reisebüros mit ihrer hohen Fachkompetenz, persönlicher Beratung und maßgeschneiderten Angeboten. Und davon profitieren auch die Leistungsträger.“



## Andreas Quenstedt, Geschäftsführer Deutscher Reising

„Ich bin bei diesem Thema sehr entspannt und sehe keinen Grund zur Besorgnis – auch nicht mit Blick auf die neu aufgekommenen Diskussionen um Rückvergütungen und die Klagen von Aida dagegen. Sollte der Kreuzfahrtanbieter irgendwann einmal einen Prozess in Sachen Rückvergütung höchstrichterlich verlieren, ändert auch das nichts am HV-Status. Die einzige Änderung wäre dann, dass ein Leistungsträger dann nicht mehr so hart gegen Rückvergüter vorgehen kann wie es

derzeit Aida tut. Veranstalter, die den Reisebüro-Vertrieb schätzen, werden auch künftig Preisgleichheit in allen Vertriebskanälen und Full-Content gewährleisten. Alle anderen Veranstalter werden mit Umsatzeinbußen zu rechnen haben, darauf können sie sich die Kollegen einstellen. Das wäre zu kurz gedacht. Wir als Deutscher Reising verankern deshalb in unseren Rahmenabkommen Preisgleichheit in allen Vertriebskanälen und Full-Content. Wenn ein Veranstalter das nicht möchte, bleibt er draußen und wird in allen Vertriebssystemen aussortiert.“

## Ömer Karaca, Geschäftsführer Schmetterling

„Nach unserer Einschätzung steht der Handelsvertreterstatus nicht zur Diskussion. Ohnehin erschließt sich uns nicht, welche Vorteile ein Maklerstatus aus Sicht der Leistungsträger haben sollte. Wir gehen davon aus, dass er zu einer starken Preisdifferenzierung führen würde, insbesondere durch die Preisgestaltungen auf den Webseiten der Leistungsträger. Es ist denkbar, dass der eine oder andere Veranstalter diesen Ansatz analysiert und mögliche Vorteile für sein Geschäftsmodell prüft. Dabei steht natürlich die

Frage im Raum, inwieweit ein mögliches Abschaffen des Handelsvertreterstatus mit bestehenden Vertriebsstrukturen wie dem Partnervertrieb vereinbar ist. Insgesamt halten wir es für unwahrscheinlich, dass Veranstalter diesen Weg tatsächlich einschlagen. Wäre der Maklerstatus ein Mittel, um unterschiedliche Preise zu verhindern, statt zu fördern, hätten einige Veranstalter diese Möglichkeit längst genutzt – insbesondere, um die weit verbreiteten Gutscheine- und Cashback-Aktionen bekannter Online-Reiseportale zu unterbinden.“

