



Hier sind wir! Vor genau einem Jahr war Istanbul das Ziel einer Inhaber-Tour des Deutschen Reising. Foto: Reising

# Gespart und gut gesteuert

Wie es der **Reising** schafft, hohe Zusatzprämien auszuschütten

**Berlin.** Wenn das keine Zahlen sind, mit denen man Mitglieder begeistern kann: Zum fünften Mal in Folge hat die Reisebüro-Kooperation Deutscher Reising einen sechsstelligen Jahresüberschuss erwirtschaftet. Exakt 280.000 Euro flossen in diesen Tagen an die 100 Mitglieder.

Neben dem Plus aus Superprovisionen werden ihnen aufgrund einer „sparsamen Haushaltsführung“ zudem weitere 62.000 Euro überwiesen, berichtet Vorstand Kristian Krause.

Im Gegensatz zu anderen Kooperationen kommen die Berliner in ihrer Zentrale mit zwei Vollzeitkräften und zwei Azubis aus. Zudem erhalten Vorstandsmitglieder lediglich eine Aufwandsentschädigung von 250 Euro im Monat. Und last but not least: Als Verein darf der Reising – ähnlich wie die Bielefelder AER-Kooperation – keinen Gewinn machen.

Ausgezahlt wird das Geld je nach Umsatzanteilen der einzelnen Büros. „Mit diesem Tool haben wir ein hervorragendes Instrument zum Steuern in der Hand“, widerlegt Krause die Aussagen einzelner Veranstalter, dass Kooperationen gar nicht in der Lage seien, geschlossen in die eine oder andere Richtung zu steuern.

Doch es wird nicht nur ausgezahlt beim Reising, sondern auch investiert: Mit Hochdruck arbeitet die Kooperation derzeit an einem gemeinsamen CRM-Tool, mit dem die Kundendaten der Reisebüros einheitlich verwaltet werden können. Zudem soll die eigene Corporate Identity tiefer als bisher verankert werden.

Die Strategie hat auch mit dem geplanten Wachstum des Reising zu tun. Läuft alles nach Plan, sollen dem Verein bis 2012 rund 170 Mitglieder angehören. „Damit hätten wir eine

Größe, die gut zu uns passt und für mehr Druck bei den Leistungsträgern sorgt“, ist Krause überzeugt. Dass das Mitgliederplus in diesem Jahr nur bei rund sechs Prozent liegt, begründet der Vorstand mit Geschäftsaufgaben sowie dem Wechsel einiger Büros zu Franchise-Verbänden.

Unverändert bleibt die enge Anlehnung der Berliner Kooperation an die RSG-Vertriebsgesellschaft der Rewe Touristik. Diese nehme der eigenen Zentrale „jede Menge“ Arbeit ab, lobt Krause. Dass sich innerhalb der Vertriebsallianz durch die neue Strategie von Vertriebschef Ralph Schiller viele Dinge ändern und die Vorgaben durchaus auch straffer werden, kommt Krause gerade recht: Die Büros des Reising seien zu einer noch engeren Zusammenarbeit mit ITS, Jahn und Tjaereborg bereit.

Matthias Gürtler