



## PRESSEMITTEILUNG

### **BEST-REISEN: Gut aufgestellt und offen für neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Veranstaltern und Reisebüros**

- **Geschäftsentwicklung im Berichtsjahr 2017/18 sehr erfolgreich**
- **Jahresdividende verzinst Aktie mit 11 Prozent**
- **Neue Aufsichtsratsmitglieder im Amt**
- **Vorstand stellt Zwei-Säulen-Strategie vor – inklusive neuer Lösung für Reisebüro-Eigenveranstaltungen**

**Filderstadt, 2. Mai 2019.** Die Aktionäre der BEST-RMG Reisen Management AG und ihrer Marke BEST-REISEN blickten auf der Hauptversammlung am 2. Mai 2019 in Stuttgart auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2017/18 zurück.

#### **Geschäftsentwicklung**

„Sowohl auf Reisebüro- als auch auf Kooperationsbasis kann man die Geschäftsentwicklung der BEST-RMG Reisen Management AG als höchst erfolgreich bewerten“, sagte Udo Hell, der scheidende Vorsitzende des Aufsichtsrats, in seinem Lagebericht. „BEST-REISEN ist kerngesund und blickt selbstbewusst und gewinnorientiert in die Zukunft.“

Die gute Geschäftsentwicklung spiegelt sich erneut in der Dividende für das Geschäftsjahr 2017/18. Die Hauptversammlung folgt dem Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat und stimmt der Ausschüttung einer Jahresdividende in Höhe von elf Prozent zu. „Zwischen Aufsichtsrat und Vorstand herrscht Einigkeit darüber, dass die Interessen der Gesellschafter und die Vorteile der Mitglieder in den Mittelpunkt von wirtschaftlichen und strategischen Entscheidungen gestellt werden“, sagte Udo Hell. Und mit Blick auf das Ende seiner Amtszeit resümierte Hell: „Gemeinsam haben wir die anderen Vertriebssysteme in der Umsatzentwicklung abgehängt, wir verbuchen das mit Abstand größte Mitgliederwachstum der Branche, wir haben uns zur Marke gemacht, wir sind klarer Qualitätsführer. Und mit einer regelmäßigen Verzinsung des Grundkapitals in Höhe von mindestens elf Prozent über Jahre hinweg, einem starken BonusPlus-Programm und besten Superprovisionen ist auch noch gewährleistet, dass die Zusatzverdienste für die angeschlossenen Mitglieder als Beste im Markt gelten. BEST-REISEN ist die einzige echte Organisation für starke, selbstbewusste und leistungsorientierte Reisebürounternehmer.“

#### **Aufsichtsrats-Wahlen und Ausscheiden von Udo Hell**

Während der Hauptversammlung fanden turnusgemäß Wahlen für Aufsichtsratspositionen statt. Aron Stiefvater und Uwe Wenglikowski traten nicht zur Wiederwahl an. Auch Udo Hell stellte nach 14 Jahren im Aufsichtsrat, davon zwölf als Vorsitzender, sein Amt zur Verfügung:



„Es ist an der Zeit, dass sich nun ein neues Gremium zusammenfindet – denn an cleveren und tüchtigen Unternehmern fehlt es dieser Organisation wahrlich nicht.“

Neu in den Aufsichtsrat gewählt wurden Heike Schiller-Balzer, Gaby Schlichenmaier und Dennis Hänsdieke. In ihren Positionen bleiben Ute Marx, Antje Landwehr und Erich Schuster. Einen neuen Vorsitzenden wird der reformierte Aufsichtsrat während seiner ersten Sitzung wählen.

„Im Mittelpunkt Ihrer Tätigkeit stand immer die Kooperation, in deren Dienst Sie sich ohne Wenn und Aber gestellt haben“, sagte Cornelius Meyer, Vorstand Marketing & Vertrieb der BEST-REISEN, zum Abschied an die Adresse von Udo Hell. „Die gemeinsame Sache im Blick behalten, Vertrauen in die Integrität des Anderen und die Wertschätzung des gemeinsamen Erfolgs – das ist das eigentliche Geheimnis unserer großartigen Entwicklung. Dafür sagen wir Danke.“

„Wir tun gut daran, wenn wir uns unserer Erfolge bewusst sind und stolz auf unsere Kooperation sind – denn dass gerade eine Organisation, die ausschließlich ihren Reisebüros gehört und eben keinen Konzern im Hintergrund hat eine derart dominante Führungsposition einnehmen konnte, ist nicht selbstverständlich“, sagte Udo Hell in seiner letzten Ansprache als Aufsichtsratsvorsitzender. „Und damit das so bleibt, ist unser Zusammenhalt und das Vertrauen in die Redlichkeit der Kooperation von elementarer Bedeutung. Es war mir eine Ehre, mich für BEST-REISEN einzusetzen.“

## **Ende der Gießkannenvergütung**

In seiner Grundsatzrede analysierte Vorstand Cornelius Meyer das Verhältnis zwischen Reiseveranstaltern und dem Reisevertrieb. „Die Branche ist in eine Konsolidierungsphase eingetreten, und die verfügbaren Mittel unserer Handelsherrn sind endlich geworden – die Bruchlandungen so mancher Anbieter zeugen davon“, sagte Meyer. „Das bedeutet im Umkehrschluss, dass es mit dem heutigen Prinzip einer Gießkannenvergütung schlichtweg nicht möglich ist, die Provisionen zu erhöhen.“ Es werde immer offensichtlicher, dass es völlig neue Logiken und Modelle der Zusammenarbeit zwischen Reiseveranstaltern und Reisebüros brauche, damit sie gemeinsam auch in einer durch und durch digitalisierten Welt die erste Wahl für die Urlaubsbuchung der Menschen bleiben. „Es ist unbedingt ratsam, dass sich Reiseveranstalter und Reisebüros wieder verbrüdernd und das gemeinsame Wissen über die Kunden besser teilen und einsetzen. Die Debatte um die richtige Vergütung darf uns nicht weiter blockieren.“

## **Zwei-Säulen-Strategie I: Neue Formen der Zusammenarbeit**

BEST-REISEN setzt für die langfristige Strategie daher auf zwei Säulen. Zum einen fordere Cornelius Meyer eine neue Form der Zusammenarbeit zwischen Produzenten und Vertrieb. „Über allem muss das Leistungsprinzip stehen und die Gewährleistung, dass eine gute Performance auch gut entlohnt wird“, so Cornelius Meyer. „Mittelfristig müssen beide Seiten



sich konzentrieren und selektieren, sich also noch bewusster als bisher füreinander entscheiden. Enge Bündnisse aus Produkt und Vertrieb werden am Ende die Gewinner sein.“

Als Beispiel für künftige Bündnisse verwies Meyer auf die Kooperation mit Schauinsland-Reisen. Der Veranstalter informiert BEST-REISEN-Reisebüros, wenn er Reiseunterlagen an gemeinsame Kunden versendet: „Hier sind wir wieder einmal diejenigen, die den Takt vorgeben, denn schon kommen weitere Anbieter auf uns zu und möchten dem Beispiel von Schauinsland folgen und ähnliche Projekte mit uns testen.“ Außerdem legt BigXtra exklusiv für BEST-REISEN „Fundstücke“ mit besonders gutem Preis-Leistungs-Verhältnis auf. „Die Rückmeldungen der Mitglieder, die diese Produkte bereits aktiv nutzen und einsetzen, machen deutlich, dass die Ziele Zusatzumsatz und Neukundengewinnung mit den ‚Fundstücken‘ sehr erfolgreich unterstützt werden können“, bilanziert Cornelius Meyer.

## **Zwei-Säulen-Strategie II: Neues Modell für Reisebüro-Eigenveranstaltungen**

Die zweite Strategie-Säule von BEST-REISEN zielt darauf, unabhängiger von den Handelsherren zu agieren. Dazu wird BEST-REISEN seinen Mitgliedern im Rahmen der Digitaloffensive eine neue, datenbasierte und digitale Buchungstechnologie als Alternative zur bisherigen Buchungswelt in der Kooperation anbieten. Diese ermöglicht die schnelle und einfache Zusammenstellung von Reisen, die Reisebüros ihren Kunden als eigenes Produkt anbieten. Das System zieht aus einem weltweiten Angebotspool das Passende heraus, prüft es auf Verfügbarkeit, baut es in eine Reise ein und ermittelt die Realisierbarkeit vor Ort. Jedes Reisebüro kann die Eigenveranstaltung mit einer eigenen Marge versehen. „Damit werden BEST-REISEN-Büros in die Lage versetzt, mit den günstigsten Preisen am Markt mitzuhalten, gleichzeitig aber deutlich besser vom Verkauf der Reise zu profitieren als bei der klassischen Vermittlung“, so Cornelius Meyer. „Diese höchste Flexibilität in Echtzeit wollen wir anbieterübergreifend und veranstalterunabhängig aufbauen.“

## **Rückblick auf die Jahrestagung auf der AIDAnova**

Die Jahrestagung 2018 auf dem Kreuzfahrtschiff AIDAnova, abgehalten im Februar 2019 und die branchenweit erste Kooperations-Jahrestagung auf einem Kreuzfahrtschiff, bewertet Cornelius Meyer im Rückblick als „höchst professionell, dabei abwechslungsreich, unterhaltsam, emotional und gleichzeitig sehr informativ“. Und weiter: „Mit dem nun vorhandenen geballten Fachwissen zu den Besonderheiten dieser Schiffsklasse wird es uns gelingen, eine Spitzenposition in der Vermarktung eines der aktuell beliebtesten Urlaubsangebote Deutschlands einzunehmen.“ Die Platzierung von AIDA im „Präferierten Sortiment“ der Kooperation im Geschäftsjahr zuvor sei bereits klar strategisch gewesen – mit dem Ergebnis, dass AIDA Cruises auch 2018 Spitzenreiter im Kreuzfahrtssegment von BEST-REISEN war.

Nach der Jahreshauptversammlung fanden traditionell der Strategietag und die interne Austauschrunde statt. In allen Pausen standen die wichtigsten Partner der Kooperation im Rahmen einer Messe für Fachgespräche bereit.



# BEST-REISEN

Der starke Verbund unabhängiger Reisebüros | seit 1990

## Digital Day

Im unmittelbaren Anschluss an die Hauptversammlung beginnt der erste Digital Day von BEST-REISEN mit einem Ortstermin in der Outletcity Metzingen, wo sich der stationäre Handel strategisch digital aufrüstet. Das Tagungsprogramm des Digital Day am nächsten Tag bietet unter anderem einen Vortrag von Professor Peter Wippermann zur Frage, was die Kunden von morgen erwarten und wie der stationäre Vertrieb seinen Mehrwert in der Aufmerksamkeit der Menschen auch in Zukunft sichtbar machen kann. Eine mehrstündige Google-Zukunftswerkstatt sowie umfangreiche Präsentationen und Workshops zu digitalen Themen mit René Morawetz, von Amadeus, Amadeus Leisure IT, Bewotec, MessengerPeople, Montis, TravelXperts und Travelzoo bieten umfangreiches Praxiswissen.

**Über die BEST-REISEN:** Die BEST-REISEN ist eine Vertriebskooperation, die ausschließlich Reisebüros gehört. Sie vereint vor allem leistungsstarke, inhabergeführte Reisebüros, die sich durch eine ausgeprägte Dienstleistungsqualität sowie einen besonders qualifizierten Beratungsservice auszeichnen. Heute zählt die BEST-REISEN AG mit Hauptsitz in Filderstadt bei Stuttgart rund 620 Mitglieds-Reisebüros. Die BEST-REISEN hat eine Doppelspitze: Vorstand Finanzen & IT ist Frank Winkler, Vorstand für Marketing & Vertrieb ist Cornelius Meyer. Aufsichtsratsvorsitzender ist Udo Hell.