



Ausschussdrucksache 21(20)81
Ausschuss für Tourismus

35. Sitzung am 23.09.2026

Öffentliche Anhörung

Stellungnahme zum Thema

„Situation der Reisebüros und Reiseveranstalter“

Marija Linnhoff

1. Vorsitzende Verband unabhängiger selbständiger
Reiseunternehmen – Bundesverband e.V. (VUSR)

Stellungnahme des VUSR e. V.

Verband unabhängiger selbstständiger Reiseunternehmen – Bundesverband e. V.

zur öffentlichen Sachverständigenanhörung des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages

„Situation der Reisebüros und Reiseveranstalter“

23. September 2026

1. Vorbemerkung

Die deutsche Reisewirtschaft befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Digitalisierung und Künstliche Intelligenz, ein verändertes Buchungs- und Informationsverhalten, zunehmende Marktkonzentration, Fachkräftemangel, steigende Kosten und eine hohe regulatorische Belastung verändern die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nachhaltig.

Besonders betroffen sind kleine, mittelständische und inhabergeführte Unternehmen. Sie verfügen nicht über dieselben finanziellen, personellen und technologischen Ressourcen wie große Marktteilnehmer und internationale Plattformen.

Der VUSR vertritt die Interessen unabhängiger selbstständiger Reiseunternehmen. Unser Ziel sind faire Wettbewerbsbedingungen, wirtschaftlich tragfähige Geschäftsmodelle und eine starke, vielfältige und technologisch zukunftsfähige Reisewirtschaft.

Dabei geht es nicht um „online gegen stationär“, „groß gegen klein“ oder „Mensch gegen KI“. Entscheidend ist, wie wir die Transformation so gestalten, dass technologische Entwicklung, wirtschaftliche Vielfalt und verlässlicher Verbraucherservice miteinander verbunden werden.

2. Die Zukunft des Reisebüros

Persönliche Reiseberatung bleibt ein wichtiger Bestandteil des deutschen Reisemarktes. Ihre Funktion verändert sich jedoch.

Kunden informieren sich heute selbst über zahlreiche digitale Kanäle und kommen häufig mit konkreten Vorstellungen in die Beratung. Gerade die wachsende Informationsmenge erhöht jedoch den Wert professioneller Einordnung.

Dies gilt insbesondere für komplexe und beratungsintensive Reisen, Familienreisen, Kreuzfahrten, Fern- und Rundreisen sowie individuell zusammengestellte Reiseleistungen.

Der Wert des Reisebüros zeigt sich zudem häufig erst nach der Buchung: bei Flugausfällen,

Streiks, Naturereignissen, politischen Krisen, Erkrankungen, Umbuchungen oder Problemen am Urlaubsort. In diesen Situationen benötigen Reisende kompetente und erreichbare Ansprechpartner.

Diese Leistung muss auch wirtschaftlich anerkannt werden.

3. Wirtschaftliche Situation des Mittelstands

Trotz hoher Reiselust steht ein erheblicher Teil der kleinen und mittelständischen Reiseunternehmen unter wirtschaftlichem Druck.

Personal-, Miet-, Energie-, Versicherungs- und IT-Kosten steigen. Gleichzeitig wachsen administrative und regulatorische Anforderungen.

Dabei darf vermittelter Reiseumsatz nicht mit dem tatsächlichen Ertrag eines Reisebüros verwechselt werden. Reisebüros tragen die Kosten für Personal, Beratung, Technik, Räumlichkeiten, Verwaltung und Kundenbetreuung, während ihre eigene Wertschöpfung nur einen begrenzten Teil des vermittelten Reisevolumens ausmacht.

Neue Dokumentations-, Prüf- und Informationspflichten treffen kleine Betriebe zudem besonders stark. Was ein Konzern auf spezialisierte Abteilungen verteilen kann, muss in einem inhabergeführten Unternehmen häufig die Unternehmerin oder der Unternehmer selbst bewältigen.

Deshalb brauchen wir praxistaugliche Regulierung, Bürokratieabbau und wirtschaftlich tragfähige Vergütungsmodelle.

4. Der Handelsvertreterstatus des Reisevertriebs muss neu betrachtet werden

Neben diesen wirtschaftlichen Herausforderungen stellt sich zunehmend auch eine grundlegende rechtliche Frage: Passt das traditionelle Handelsvertretermodell noch zur wirtschaftlichen Realität des heutigen unabhängigen Reisebüros?

Reisebüros, die Produkte von Reiseveranstaltern vermitteln, werden traditionell auf Grundlage von Agenturverträgen als Handelsvertreter tätig. Die tatsächliche Rolle vieler Reisebüros hat sich jedoch erheblich verändert.

Ein modernes unabhängiges Reisebüro entscheidet über sein Sortiment, vermittelt Produkte zahlreicher Anbieter, beschäftigt eigenes Personal, investiert in eigene Technik und eigenes Marketing, trägt seine Betriebskosten und sein unternehmerisches Risiko und baut eine eigene Kundenbeziehung auf.

Diese Entwicklung findet inzwischen auch in der Rechtsprechung ihren Niederschlag.

Besondere Bedeutung hat das Urteil des OLG Düsseldorf vom 13. Mai 2026 im Rechtsstreit zwischen AIDA Cruises und S-Markt & Mehrwert (VI-6 U 5/24 [Kart]). Das Gericht hat die Stellung des Vermittlers im konkreten Fall kartellrechtlich nicht als die eines sogenannten „echten“ Handelsvertreters behandelt. Damit wurde zugleich deutlich, dass die traditionelle rechtliche Einordnung des Reisevertriebs nicht mehr ohne Weiteres mit seiner heutigen wirtschaftlichen Realität gleichgesetzt werden kann.

Aus Sicht des VUSR darf diese Entwicklung nicht unterschätzt werden.

Wenn Reisebüros einerseits wie selbstständige Unternehmer investieren, wirtschaftliche Risiken tragen und eigenständig am Markt auftreten, andererseits aber weiterhin in wesentlichen Bereichen den Bindungen eines klassischen Handelsvertretermodells unterliegen sollen, entsteht ein Spannungsverhältnis.

Deshalb muss offen diskutiert werden, welche rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen künftig für den unabhängigen Reisevertrieb gelten sollen.

Dabei geht es nicht darum, das Handelsvertretermodell kurzfristig abzuschaffen. Es geht darum, Rechtssicherheit zu schaffen und die tatsächliche unternehmerische Rolle moderner Reisebüros anzuerkennen.

Für die Branche ist dies eine strategische Zukunftsfrage.

5. KI als Chance für kleine und mittelständische Unternehmen

Künstliche Intelligenz wird die Arbeitsweise der Reisewirtschaft grundlegend verändern. Der VUSR betrachtet diese Entwicklung nicht grundsätzlich als Bedrohung.

Richtig eingesetzt kann KI gerade kleinen und mittelständischen Unternehmen helfen. Sie kann Kundenanfragen strukturieren, Informationen auswerten, Angebote vorbereiten und vergleichen, Texte und Reiseinformationen erstellen sowie administrative Routineprozesse automatisieren.

Dadurch entsteht eine der wichtigsten Ressourcen kleiner Unternehmen: Zeit.

Zeit für Beratung, Kundenbindung, Weiterbildung und die Betreuung von Reisenden in Situationen, in denen persönliche Kompetenz tatsächlich benötigt wird.

KI sollte deshalb nicht den Menschen ersetzen, sondern ihn dort entlasten, wo menschliche Arbeitszeit keinen zusätzlichen Kundennutzen schafft.

6. KI ist auch eine Mittelstands- und Wettbewerbsfrage

Die entscheidende Frage lautet nicht, ob KI eingesetzt wird. Sie lautet:

Wer kann diese Technologie nutzen und wer profitiert wirtschaftlich von ihr?

Große Konzerne und internationale Plattformen verfügen über umfangreiche Datenbestände, Investitionsmittel und eigene Technologiestrukturen. Kleine Reiseunternehmen können keine vergleichbaren KI-Infrastrukturen entwickeln.

Deshalb brauchen wir einen wirtschaftlich tragbaren Zugang zu KI-Anwendungen, Qualifizierung, praktikable Datenschutzanforderungen sowie offene und diskriminierungsfreie Schnittstellen und Datenstrukturen.

Technologische Innovation darf nicht automatisch zu weiterer Marktkonzentration führen.

7. KI verändert den Zugang zum Kunden

Künftig wird ein wachsender Teil der Reiseplanung beginnen, bevor ein Kunde überhaupt die Internetseite eines Reisebüros, Veranstalters oder Buchungsportals besucht.

Statt einzelner Suchbegriffe werden Verbraucher ihre Wünsche zunehmend direkt gegenüber KI-Systemen formulieren. Diese Systeme können daraus konkrete Reiseempfehlungen erstellen.

Damit entsteht eine zentrale wettbewerbspolitische Frage:

Wer entscheidet künftig, welche Anbieter und Angebote einem Kunden von einem KI-System überhaupt vorgeschlagen werden?

Wenn wenige Plattformen oder KI-Anbieter den digitalen Zugang zum Kunden kontrollieren, können neue Abhängigkeiten entstehen.

Kleine und mittelständische Unternehmen dürfen in einer KI-geprägten Reisewelt nicht unsichtbar werden, nur weil sie nicht über die finanziellen Möglichkeiten großer Plattformen verfügen.

8. Transparenz, Verantwortung und Qualifikation

Verbraucher müssen erkennen können, ob KI-Empfehlungen allein auf ihrer Anfrage beruhen oder ob Provisionen, kommerzielle Vereinbarungen oder bezahlte Priorisierungen das Ergebnis beeinflussen.

Ebenso müssen Verantwortlichkeiten geklärt werden, wenn KI-Systeme falsche Informationen etwa zu Einreisebestimmungen, Visa, gesundheitlichen Anforderungen oder Flugverbindungen liefern.

Gleichzeitig muss Regulierung verhältnismäßig bleiben. Kleine Unternehmen dürfen nicht durch zusätzliche Haftungs-, Dokumentations- und Nachweispflichten faktisch vom Einsatz

moderner Technologien ausgeschlossen werden.

Mit KI wird auch Qualifikation wichtiger. Wer KI-Systeme einsetzt, muss deren Ergebnisse fachlich überprüfen können.

Technologiekompetenz und touristische Fachkompetenz müssen deshalb zusammenkommen.

9. Faire Vergütung für Beratung und Vermittlung

Qualifizierte Reiseberatung verursacht Kosten. Unternehmen investieren in Fachkräfte, Ausbildung, Weiterbildung, technische Systeme, Datenschutz, Versicherungen und Kundenbetreuung.

Diese Leistungen können langfristig nicht wirtschaftlich erbracht werden, wenn gleichzeitig erwartet wird, dass umfassende Beratung grundsätzlich kostenlos erfolgt.

Neben fairen und verlässlichen Provisionen werden deshalb Service- und Beratungsentgelte zunehmend Bestandteil zukünftiger Geschäftsmodelle sein.

Dabei geht es nicht um zusätzliche Gebühren um ihrer selbst willen, sondern um Transparenz und eine angemessene Vergütung professioneller Dienstleistungen.

10. Bürokratieabbau schafft Raum für Transformation

Wer von kleinen und mittelständischen Unternehmen Investitionen in Digitalisierung, KI, Qualifikation und neue Geschäftsmodelle erwartet, muss ihnen dafür wirtschaftlichen und zeitlichen Handlungsspielraum geben.

Neue Melde-, Dokumentations-, Informations- und Nachweispflichten treffen kleine Unternehmen strukturell stärker als große Organisationen mit eigenen Rechts-, Compliance- und Verwaltungsabteilungen.

Bürokratieabbau ist deshalb Wirtschaftsförderung für den Mittelstand.

Neue Regulierung sollte konsequent darauf geprüft werden, ob sie für Kleinst- und Kleinunternehmen praktisch umsetzbar ist.

11. Die Branche braucht gemeinsame Lösungen

Digitalisierung, KI, Fachkräftemangel, Regulierung und die wirtschaftliche Zukunft des Reisevertriebs können nicht von einzelnen Marktteilnehmern allein bewältigt werden.

Unabhängige Reisebüros, mittelständische Veranstalter und internationale Konzerne haben nicht in jeder Frage dieselben wirtschaftlichen Interessen. Das müssen sie auch nicht.

Zusammenarbeit setzt vielmehr voraus, dass unterschiedliche Interessen offen benannt und trotzdem gemeinsame Lösungen entwickelt werden.

Gerade bei KI brauchen wir gemeinsame Standards, Schnittstellen und Datenstrukturen, an denen Unternehmen unterschiedlicher Größe partizipieren können.

Große Unternehmen können aufgrund ihrer technologischen Ressourcen hierbei eine wichtige Rolle übernehmen. Die Anforderungen kleinerer Marktteilnehmer müssen jedoch von Anfang an berücksichtigt werden.

Digitalisierung darf keine Einbahnstraße sein. Wenn Reisebüros Daten bereitstellen, Prozesse digitalisieren und neue Technologien einsetzen, müssen sie auch an den dadurch entstehenden Effizienzgewinnen und Marktchancen teilhaben können.

12. Zentrale Forderungen des VUSR

Aus Sicht des VUSR sind insbesondere folgende Punkte entscheidend:

Mittelstand stärken. Auswirkungen neuer politischer und regulatorischer Vorgaben auf kleine und inhabergeführte Unternehmen müssen konsequent berücksichtigt werden.

Rechtliche Stellung des Reisevertriebs klären. Die zukünftige Ausgestaltung des Handelsvertretermodells muss der tatsächlichen unternehmerischen Rolle unabhängiger Reisebüros Rechnung tragen.

KI mittelstandstauglich gestalten. Kleine Unternehmen benötigen wirtschaftlichen und technischen Zugang zu modernen KI-Anwendungen.

Faire Wettbewerbsbedingungen sichern. Plattform-, Daten- und KI-Macht dürfen nicht zu neuen strukturellen Abhängigkeiten führen.

Transparenz bei KI-Empfehlungen schaffen. Kommerzielle Einflussnahmen auf Empfehlungen müssen für Verbraucher nachvollziehbar sein.

Offene technische Strukturen fördern. Schnittstellen und Datenstrukturen dürfen kleine Unternehmen nicht vom technologischen Fortschritt ausschließen.

Qualifizierung fördern. Touristische Fachkompetenz muss um digitale und KI-bezogene Kompetenzen ergänzt werden.

Bürokratie reduzieren. Regulierung muss insbesondere für Kleinst- und Kleinunternehmen praktisch umsetzbar bleiben.

Faire Vergütung ermöglichen. Professionelle Beratung und Vermittlung benötigen wirtschaftlich tragfähige Vergütungsmodelle.

Branchenweite Zusammenarbeit stärken. Reisebüros, Veranstalter, Konzerne, Technologieunternehmen und Politik müssen zentrale Zukunftsfragen gemeinsam bearbeiten.

13. Schlussbemerkung

Die Reisewirtschaft steht vor einer der größten Veränderungen ihrer Geschichte.

Die entscheidende Frage lautet nicht, ob diese Transformation stattfindet, sondern unter welchen Bedingungen.

Für den VUSR bedeutet Zukunftsfähigkeit, dass unabhängige Reiseunternehmen moderne Technologien nutzen können, ohne ihre unternehmerische Unabhängigkeit, ihren direkten Kundenzugang und ihre wirtschaftliche Grundlage zu verlieren.

Dazu gehören auch die Überprüfung überkommener rechtlicher Strukturen, faire Vergütungsmodelle und die Klärung der zukünftigen Rolle des Reisebüros als selbstständiger Unternehmer und Vermittler.

Politik muss faire und praxistaugliche Rahmenbedingungen schaffen. Unternehmen müssen in Technologie, Qualifikation und neue Geschäftsmodelle investieren. Und die Branche muss dort zusammenarbeiten, wo gemeinsame Lösungen notwendig sind.

Der VUSR wird die Interessen unabhängiger, kleiner und mittelständischer Unternehmen weiterhin selbstbewusst vertreten und zugleich Brücken bauen, wo Zusammenarbeit sinnvoll und erforderlich ist.

Die Zukunft der Reisewirtschaft wird nicht dadurch gesichert, dass wir klein gegen groß, stationär gegen online oder Mensch gegen KI stellen.

Unser Ziel muss eine wirtschaftlich starke, technologisch moderne und vielfältige Reisewirtschaft sein.

Technologie kann Prozesse übernehmen.

Persönliche Verantwortung kann sie nicht ersetzen.

Das Reiseunternehmen der Zukunft muss deshalb digital leistungsfähig, wirtschaftlich unabhängig und menschlich erreichbar sein.



Marija Linnhoff
Vorsitzende

VUSR e. V. – Verband unabhängiger selbstständiger Reiseunternehmen – Bundesverband e. V.