

VERANSTALTER

Ameropa: Massiver Druck aus dem Vertrieb

Dienstag, 20.11.2018



Ameropa: Der Spezialist für Kurz- und Städtereisen steht in der Kritik. Foto: hsvrs/istockphoto

Nach den Kooperationen Deutscher Reisinger und Best-Reisen sowie der Franchise-Kette Alltours Reisecenter sortieren weitere Reisebüro-Organisationen Ameropa aus ihrem Kernsortiment aus. Hintergrund ist der massive Einschnitt bei der Vergütung für Einzelagenturen. Das Rückstufen der Einstiegsprovision von zehn auf sieben Prozent sei ein absolut falsches Signal, heißt es im Vertrieb. Zudem wirke es sich auch negativ auf die Verträge mit Ketten und Kooperationen aus.

„In den vergangenen Wochen und Monaten wurde immer wieder Kritik an Provisionsmodellen und der Verlagerung von Mehrarbeit an den Counter geäußert“, sagt Manuel Molina, Chef der Dresdner TSS-Kooperation. Nun sei man an einen Punkt gekommen, „aktiv zu handeln“. Und das heißt: TSS listet Ameropa aus dem Sortiment aus.

„Wir sehen nach zähem Verhandeln keine andere Chance, als unseren Mitgliedern naheulegen, den Veranstalter nicht mehr zu verkaufen“, so Molina. Die Rückendeckung seiner Mitglieder hat er dafür: „Unzählige Gespräche mit den Kollegen in den Reisebüros haben uns nochmals deutlich gemacht, dass die wirtschaftlichen Notwendigkeiten und stetig wachsenden Aufgaben der Agenturen zunehmend unvereinbar mit den Provisionsmodellen einzelner Veranstalter sind“, berichtet der TSS-Chef. Dass dies nun offensichtlich gerade bei einem mittelständisch geprägten Veranstalter wie Ameropa nicht erkannt werde, bedauere er „besonders.“

Im Zuge der Auslistung von Ameropa wurden alle TSS-Partnerbüros über den Sachverhalt sowie entsprechende Schritte und Konsequenzen informiert. Im Rahmen von internen Gesprächsrunden sowie durch den TSS-Außendienst werden zudem Alternativen für Produkte des Spezialisten für Kurz- und Städtereisen aufgezeigt.

Einen ähnlichen Weg geht auch der gesamte Reisebüro-Vertrieb von DER Touristik: Auch er hat für das Geschäftsjahr 2018/2019 keine Vereinbarung mit Ameropa geschlossen und empfiehlt den angeschlossenen Reisebüros, alternative Angebote aus dem eigenen Veranstaltersortiment zu buchen.

Dies gilt sowohl für die Filialen der DER-Kette als auch für die Franchiser von Derpart sowie für die gesamte DTPS-Allianz. Zu ihr gehören neben dem Deutschen Reising die Kooperationen Tourcontact, Protours/RCE sowie die Karstadt Reisebüros, viele ADAC Reisebüros und die Franchiser von DER Touristik.

Noch unentschieden ist man bei TUI: Sowohl die Filialen als auch der Franchise-Bereich befindet sich noch in Verhandlungen mit Ameropa, heißt es in Hannover.

Nicht betroffen von der aktuellen Situation sind die Reisebüros der QTA-Allianz. „Wir haben bei den meisten Veranstaltern langfristige Verträge. Das gilt auch für Ameropa“, sagt Sprecher Thomas Bösl auf Anfrage von touristik aktuell. Gleichzeitig verweist er auf eine „lange Partnerschaft“ mit der Bahntochter und „viele starke Ameropa-Agenturen“ unter den eigenen Mitgliedern. Dies gelte es zu bewahren.

Auch für die Reisebüros der TVG-Kette, zu der die Marken Sonnenklar TV Reisebüro, Flugbörse und 5 vor Flug gehören, ändert sich vorerst nichts. Für sie sind im laufenden Geschäftsjahr zehn Prozent Einstiegsprovision garantiert.

Offen ist, wie Ameropa-Chef Kai de Graaff mit der Situation umgeht. In einem Interview in der aktuellen Ausgabe von touristik aktuell (ta 45/2018) beteuert er, dass von der Provisionsumstellung lediglich rund 400 Büros betroffen seien. Zudem äußert er die Hoffnung, sich mit Ketten und Kooperation gütlich einigen zu können. Diese wüssten „so gut wie wir, dass wir gemeinsam viel zu tun haben, um den digitalen Playern etwas entgegenzusetzen.“