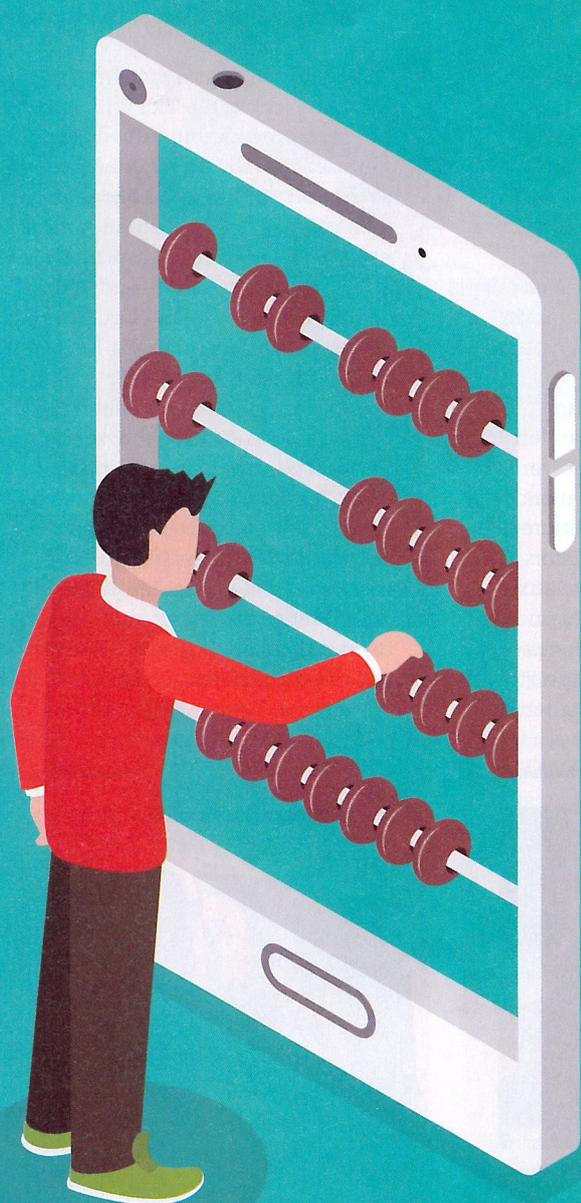


Provision – jetzt beginnt das Rechnen

Die große Story

Veranstalter-Check Jedes Jahr im Sommer stellen TUI, Cook & Co ihre neuen Vergütungsmodelle vor. Wir haben die sechs größten Anbieter unter die Lupe genommen und die Modelle für Euch zusammengefasst. **» Rabea Spira**



Mit den Provisionen ist es wie mit einer Liebesbeziehung: Am Ende müssen beide Seiten glücklich und zufrieden sein. Sonst funktioniert's nicht. Mit der Veröffentlichung ihrer Modelle glauben die Veranstalter, eine gute Grundlage für eine harmonische Beziehung zu den Reisebüros gelegt zu haben. Schauinsland-Reisen setzt auf Bewährtes, FTI kommt mit Sonderaktionen und TUIs Vergütungsmodell ist **kompliziert wie eh und je**. Tatsächlich zurren auch TUI und DER Touristik fürs neue Touristikjahr 2016/17 nur etwas nach. Außerdem setzen die großen Anbieter weiter stark auf eigene Hotelmarken.

Ob die Modelle für die Büros tatsächlich gut oder schlecht sind, dazu möchte sich noch kein Vertriebsmanager aus dem Fenster lehnen. Schließlich laufen noch die Nachverhandlungen von Ketten und Kooperationen mit den Veranstaltern. „Die **Anbieter bekennen sich zum stationären Vertrieb**“, freut sich immerhin Andreas Quenstedt, Geschäftsstellenleiter der Kooperation Deutscher Reisering. Ob durch Sonderverkaufaktionen wie den „Wintersprinter“ bei FTI oder den Drei-Prozent-Puffer für die Superprovisionen bei TUI: Reisebüros können von den neuen Vergütungen durchaus profitieren.

Fakt ist allerdings auch: „Die neuen Modelle der Reisekonzerne haben an Komplexität nicht eingebüßt“, sagt Reisering-Chef Quenstedt. So hat sich bei DER Touristik nach der Zusammenlegung der Provisionen für die Pauschal- und Bausteinmarken 2015 nochmal einiges verändert. Positiver Trend: Immer mehr Veranstalter legen ihre **Modelle auf zwei Jahre fest**, geben den Reisebüros damit eine bessere Planungssicherheit. Mit Thomas Cook hatte im vergangenen Jahr erstmals sogar ein Konzern die Vergütung auf zwei Jahre angelegt.

Derzeit sieht Quenstedt am Counter aber ein ganz anderes Problem: „Die Reisebüros sind in einem Buchungstunnel.“ Durch die angespannte Lage etwa in der Türkei, Ägypten und Tunesien sei die Verunsicherung groß. „Da geht es um Buchungen und nicht um die sinnvolle Steuerung, weil jeder Euro zählt“, so Quenstedt. Ein Trend, der aber hoffentlich keiner bleibt.

FOTO: THINKSTOCK

» TUI

Marktführer teilt Provision auf

Neues zeigt sich im Vergütungsmodell der TUI für das kommende Geschäftsjahr. Eine wichtige **Veränderung gibt es beim Mindestumsatz**: Den hat der Marktführer um 50.000 Euro herabgesetzt, zehn Prozent Provision bekommen Reisebüros künftig bei einem Umsatz von 175.000 Euro. Aber Achtung: Die Provision wird aufgeteilt. Während des laufenden Jahres zahlt TUI sieben Prozent Provision, die restlichen drei Prozent gibt es am Jahresende auf den Gesamtumsatz obendrauf.

Ebenfalls neu: Die Superprovision gibt es auch dann, wenn Agenturen lediglich 97 Prozent des Vorjahresumsatzes erreichen. Der stationäre Vertrieb hat künftig also einen Drei-Prozent-Puffer. Auch das Wachstum bei ihren eigenen Marken belohnt TUI:

Wenn Reisebüros damit 50.000 Euro oder fünf Prozent mehr Umsatz bringen, dann zahlt TUI auf diesen Mehrumsatz fünf Prozent zusätzlich.

Einen Blick zwei Jahre in die Zukunft gibt es ebenfalls von TUI, denn der Veranstalter halbiert für das Geschäftsjahr 2017/18 den individuellen Wachstumsvorteil, früher Airbag genannt. Ab dann kann nur noch ein Umsatzrückgang von maximal zehn Prozent ausgeglichen werden.

Fazit: Das Provisionsmodell der Hannoveraner ist überaus komplex. Einiges wird einfacher, etwa fallen die drei Staffellungen beim Mehrumsatz weg, anderes wird komplexer. Bestimmte Umsatzklassen hat TUI gestrichen, dafür neue eingerichtet. Unbedingt genau hinschauen im kommenden Jahr!



» DER Touristik

Mehr Geld bei weniger Hotelumsatz

Nachdem das erste Einheitsmodell von DER Touristik die Saison 2015/16 gut überstanden hat, bleiben die Provisionen auch für 2016/17 stabil. Nach der Zusammenlegung der Vergütung von DER Touristik Köln und Frankfurt hat der Veranstalter den Gesamtmindestumsatz für **zehn Prozent Provision auf 150.000 Euro** festgelegt. Das bleibt auch im Touristikjahr 2016/17 so, ebenso die Umsatzstufen. Die Provision wird auch weiter nach Höhe des Umsatzes und der Entwicklung bei DER Touristik gezahlt.

Neu: Weniger Umsatz muss der stationäre Vertrieb bei den konzerneigenen Hotelmarken LTI, Club Calimera, Prima Sol und Cooeo erbringen: 15.000 Euro hat DER Touristik dafür festgesetzt. Die Summe ist ausschlaggebend für den Bonus. Der liegt je nach Umsatzstaffel zwischen 0,25 Prozent und 0,8 Prozent.

Fazit: Durch die Fusion der Vergütung der Kölner Pauschal- und der Frankfurter Bausteinmarken erscheint das Provisionsmodell teilweise etwas unübersichtlich. Gut hinschauen und noch besser kalkulieren lohnt sich also – insbesondere im Hinblick auf das abgelaufene und laufende Touristikjahr.



» Thomas Cook

Zusatzbonus für Mehrumsatz

Mehr Provision für alle hat sich Thomas Cook mit seinem Vergütungsmodell auf die Fahne geschrieben. 2015/16 wurde ordentlich umstrukturiert: Nur noch ein Sortiment, Wachstumschancen auch für kleine Reisebüros und die Erhöhung des Hotel-Incentives. Und: **Das Modell wurde für zwei Jahre ausgelobt.**

Cook hatte „mehr Verdienst, mehr Sicherheit und mehr Transparenz“ versprochen, nachdem das Konzept für 2014/15 stark kritisiert worden war. Damals hatte man etwa den Mindestumsatz angehoben. Im aktuellen Modell gibt es ab 175.000 Euro Umsatz zehn Prozent Provision.

Neu: Der Konzern legt fürs neue Touristikjahr nach und zahlt zehn Prozent Zusatzprovision auf den Mehrumsatz

für Buchungen der Wintersaison 2016/17 und den Sommer 2017. Der Bonus gilt für die Marken Neckermann, Thomas Cook Signature, Signature Finest Selection, Thomas Cook Kreuzfahrten, Thomas Cook International, Bucher Last Minute, Air Marin sowie alle dynamischen Produkte dieser Anbieter. Erhalten können ihn Reisebüros, die seit 1. November 2014 einen Agentur-Vertrag mit Cook haben. Außerdem wichtig: Der Mehrumsatz bezieht sich immer auf den Vergleichszeitraum des Vorjahrs.

Fazit: Achtung beim Reisezeitraum: Den Zusatzbonus gibt es nur bei Buchungen vom 1. Juli bis 30. September dieses Jahres. Die Reisettermine laufen vom 1. November 2016 bis 31. Oktober 2017.



Klarheit siegt

Eine aktuelle Umfrage unter Reiseverkäufern auf TravelTalk.de bestätigt die Vermutung: Beständigkeit bei den Provisionsmodellen zahlt sich aus. Das Modell von Schauinsland-Reisen liegt ganz vorne, gefolgt von FTI. Thomas Cook und Alltours teilen sich ein solides Mittelfeld. In der Abstimmung wird aber auch deutlich, dass komplizierte Vergütungsmodelle offenbar eher verwirren, als auf Zuspruch stoßen: DER Touristik und TUI liegen dahinter auf den letzten Plätzen.

**Provisionen 2016/17:
Welcher der sechs führenden
Veranstalter hat das beste
Vergütungsmodell?**

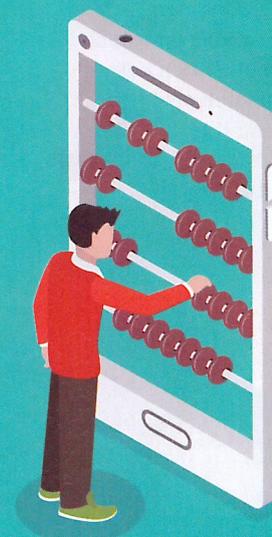
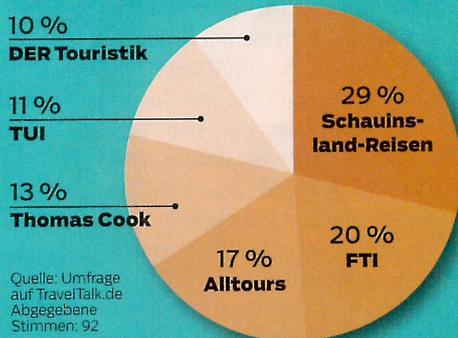


FOTO: THINKSTOCK

» FTI

Zwei neue Sonderaktionen

Zehn Prozent Provision gibt es beim Veranstalter FTI bei einem Mindestumsatz von 75.000 Euro. Die **Umsatzstaffeln bleiben unverändert**, lediglich für Agenturen mit einem zum Vorjahr erreichten Jahresumsatz von mehr als 200.000 Euro gibt es unterjährig elf statt zehn Prozent.

Neu: FTI startet mit zwei neuen Bonusmodellen ins Touristikjahr 2016/17. Mit dem „Wintersprinter“ erhalten alle stationären Reisebüros mit FTI-Agenturnummer über alle Staffeln hinweg

13 Prozent. Gültig ist der Wintersprinter für Angebote in Ägypten, Marokko, Oman, den Emiraten und für alle Landbranda-Hotels. Buchungszeitraum: bis 30. September 2016 mit Abreise vom 1. November bis 31. Oktober 2017. Zusätzlich gibt es den Desti-Plus-Bonus (0,3 Prozent). Länder und Hotels sind dieselben wie beim „Wintersprinter“, ein Buchungszeitraum ist nicht vorgeschrieben.

Fazit: Gute Umsätze lohnen sich im neuen Jahr so richtig.



» Alltours

Mehr Kontakt zu Reisebüros

Bei Alltours ändert sich im kommenden Geschäftsjahr nicht viel. Der Veranstalter bleibt seiner Linie mit dem auf zwei Jahre angelegten Provisionsmodell treu: **Ab der ersten Buchung gibt es zehn Prozent** – den Mindestumsatz hatten die Düsseldorfer zum Geschäftsjahr 2014/15 abgeschafft. Nach wie vor fließen die Umsätze von allen Alltours-Produkten in die Vergütung ein. Dazu zählen Alltours Flugreisen, Alltours-X, Byebye sowie Eigenanreise und Versicherungsleistungen.

Achtung: Nur-Flug-Produkte bleiben weiter außen vor.

Nicht neu, aber wichtig: Mit einem Umsatz von 75.000 Euro können Büros 10,25 Prozent verdienen, ab 100.000 Euro gibt es 10,5 Prozent. Um 11,25 Prozent Provision zu erzielen, müssen 190.000 Euro umgesetzt werden – bislang waren es 210.000 Euro.

Fazit: Alltours bemüht sich um ein gutes Verhältnis zu den Reisebüros. Ein Plus: Schulungen und mehr Info-Reisen.



» Schauinsland-Reisen

Fokus auf Beständigkeit

Als erster Veranstalter hatte Schauinsland einen **Zwei-Jahres-Vertrag** für den stationären Vertrieb vorgelegt, das war für das Geschäftsjahr 2013/14. Seit der Saison 2015/16 verlängern die Duisburger allerdings wieder jährlich.

An der Zuverlässigkeit hat das aber nichts geändert. Auch im Touristikjahr 2016/17, das gab Schauinsland diesmal sogar noch früher bekannt, bleibt alles beim Alten: Ab der ersten Buchung gibt es zehn Prozent Provision. Die siebenstufige Umsatzstaffel geht bis

350.000 Euro, Reisebüros erhalten dafür 13 Prozent.

Nicht neu, aber beständig: Schauinsland bleibt bei der festen Vergütung von zehn Prozent bei Nur-Flug-Buchungen und übernimmt auch weiterhin das Disagio, wenn der Kunde mit Kreditkarte bezahlt.

Fazit: Auf Schauinsland ist Verlass. Das Modell ist transparent und die Umsatzstaffeln mit sieben Stufen noch recht übersichtlich angelegt.

