

Geändertes Vergütungssystem

Reisebüros von Best und Alltours ohne Provisions-Deal mit Ameropa

Der Protest gegen die geänderte Vergütung bei Ameropa zieht weitere Kreise. Best-Reisen und Alltours Reisecenter haben sich deshalb nicht mit dem Veranstalter auf einen neuen Vertrag geeinigt. Ameropa-Chef Kai de Graaff sieht sich zu Unrecht in der Kritik und will mit guten Büros individuelle Verträge schließen.



Tobias Pusch
19.11.2018, 15:39 Uhr

1/2



Ameropa-Geschäftsführer Kai de Graaff setzt auf Einzelverträge mit Agenturen, wenn es mit der Kooperationszentrale keinen Vertragsabschluss gibt.

Foto: Holger Peters Fotografie

Sieben statt zehn Prozent Einstiegsprovision bietet Ameropa Einzelbüros in der neuen Staffel an – eine Zahl, die im Vertrieb für Aufregung sorgte. Die Reisebüro-Kooperation Deutscher Reiserings empfahl ihren Mitgliedsbüros sogar, den Bahn- und Städtereisenveranstalter nicht mehr zu verkaufen.

Ameropa hält dagegen, dass das Modell für Einzelbüros im Vergleich zum vorherigen in den Umsatzbereichen ab 30.000 Euro teilweise sogar spürbare Verbesserungen biete. Berechnungen von TravelTalk belegen das.

Bei Ketten- und Kooperationsverträgen ist diese Schwelle laut Geschäftsführer Kai de Graaff bereits früher zu erreichen. Und doch rechnet sich die neue Regelung offenbar nicht für alle: „Wir sind das neue Angebot von Ameropa mehrfach auf Basis unserer Zahlen durchgegangen, am Ende stand eine Provisionskürzung im Raum“, sagt Cornelius Meyer, Geschäftsführer von Best-Reisen. „Wir haben uns deswegen dazu entschlossen, keinen neuen Rahmenvertrag mit Ameropa abzuschließen. Auch wenn wir diesen Schritt bedauern, denn bislang war die Zusammenarbeit wirklich gut“, so Meyer.

Das aktuelle Angebot habe ihm aber keine andere Wahl gelassen. „Eine einstellige Einstiegsprovision ist ein gefährliches Signal. Es gibt da einfach eine gewisse Hygienebasis, die gewährleistet sein muss“, so Meyer und fügt hinzu: „Wenn wir das jetzt zulassen, dann ist der Weg offen, dann kann das andere Veranstalter dazu motivieren, da gleichzuziehen. Dabei sollten wir doch besser solidarisch und stabil zusammenarbeiten, um gemeinsam die Digitalisierung zu meistern.“

Ameropa weist Kritik zurück

Auch die Führung der Alltours Reisecenter hat sich gegen eine weitere aktive Zusammenarbeit mit Ameropa ausgesprochen. Eine entsprechende Anfrage wurde von den Düsseldorfern kurz und knapp bestätigt. Ursache für den Schritt sei die neue Provisionsregelung.

1/2



2/2

Ameropa-Geschäftsführer de Graaff sieht sein Unternehmen zu Unrecht in der Kritik. „Die Einstiegsprovision von sieben Prozent gilt ja nur für Einzelverträge, mit den Kooperationen haben wir natürlich andere Staffeln vereinbart, die bei 8,1 Prozent beginnen. Für diese Reisebüros liegt die Schwelle zum zweistelligen Umsatz je nach Kooperation bei maximal 10.000 Euro“, sagt er im Gespräch mit dem TravelTalk-Schwestermagazin fvw.

Die Verhandlungen mit Best-Reisen seien letztendlich an Kleinigkeiten gescheitert, beim Deutschen Reiserings sei es unterdessen auch um andere Themen gegangen, auf die de Graaf auf Nachfrage nicht näher eingehen wollte. Der Deutsche Reiserings gehört zum DER-Verbund DTPS.

Gleichzeitig räumt de Graaff ein, die Symbolhaftigkeit des Themas unterschätzt zu haben. „Die aktuelle Debatte hat in meinen Augen oft nicht viel mit Logik oder Sachlichkeit zu tun.“ Auch andere Veranstalter, so der Ameropa-Chef, würden nur eine einstellige Einstiegsprovision zahlen.

De Graaf verwies darauf, dass es für sein Unternehmen „schlicht nicht wirtschaftlich“ sei, Agenturen mit geringem Umsatz von deutlich unter 5000 Euro eine zweistellige Provision zu zahlen. Die Zahl dieser Büros taxiert er auf „300 bis 400“. Diese Agenturen setzten im Schnitt nur 2800 bis 3800 Euro um. „Das sind Zufallsbuchungen, durch die haben wir dann manchmal auch einen hohen Call-Center-Aufwand.“

Weniger Aufwand mit Ameropa-Reisen

Laut de Graaf sei für die Reisebüros hingegen der Aufwand mit Ameropa-Reisen geringer als mit den Produkten anderer Veranstalter. „Bei uns muss niemand ein Booklet zusammenbasteln und Ärger mit Flugverschiebungen gibt es bei uns ebenfalls nicht.“

Für alle Reisebüros, die nennenswerte Ameropa-Umsätze erzielen, deren Franchise-System oder Kooperation aber keinen Vertrag mit dem Veranstalter hat, bietet de Graaff nun ein neues Provisionsmodell an. Dieses orientiere sich an den Sätzen, die den Kooperationen angeboten wurden und beginne demnach bei 8,1 Prozent mit rascher Anhebung auf eine zweistellige Provision. „Reisebüros unter 5000 Euro Umsatz stellen sich schlechter, bei Büros zwischen 5000 und 15.000 Euro bleibt es in den meisten Fällen gleich und Agenturen über 15.000 Euro stehen zumeist besser da“, fasst er die Systematik zusammen.

Insgesamt erzielt Ameropa laut „fww Dossier Veranstalter 2017“ rund 42 Prozent des Umsatzes über den Eigenvertrieb inklusive Online und DB-Reisezentren, der Rest kommt über fremde Agenturen.