

Reisering will Ameropa aus Sortiment streichen

von Bianca Wilkens

Reisering-Vorstand Wolfgang Schmidt legt seinen Mitgliedern nahe, Ameropa nicht weiter zu verkaufen. Damit reagiert die Reisebüro-Kooperation auf die Ankündigung des Veranstalters, fürs begonnene Touristikjahr lediglich eine einstellige Einstiegsprovision zu zahlen.



Wolfgang Schmidt, Vorstand Deutscher Reisering, macht Druck auf Ameropa.
Foto: Deutscher Reisering

Der Deutsche Reisering zieht als erste Reisebüro-Kooperation eine harte Konsequenz aus dem neuen Provisionsmodell von Ameropa. „Der Vorstand des Deutschen Reiserings gibt seinen Mitgliedern die dringende Empfehlung, Ameropa aus dem Sortiment auszulisten“, teilt Wolfgang Schmidt, Vorstand Deutscher Reisering und Geschäftsführer der Reisebüro Schumacher GmbH, dazu mit. „Das Einzelagentur-Vertragsmodell von Ameropa bleibt deutlich hinter den wirtschaftlichen Notwendigkeiten des stationären Reisebüro-Vertriebs zurück. Das bedauern wir sehr.“

Der Hintergrund: Ameropa hatte vor wenigen Tagen verkündet, im neuen Touristikjahr 2018/19 einstellige Einstiegsprovisionen zu zahlen. Die Grund- und Staffelprovisionen für stationäre Einzel-Reisebüros sehen 7 Prozent Grundprovision für Agenturen mit einem Jahresumsatz bis 10.000 Euro vor. Bis 14.999 Euro gibt es 9 Prozent, bis 29.999 Euro 10 Prozent. Hinzu kommt eine Staffelprovision. Ein Prozent kommt bei einem Jahresumsatz bis 74.999 Euro hinzu, zwei Prozent bei einem Umsatz bis 119.999 Euro und drei Prozent bei einem Umsatz ab 120.000 Euro.

Dazu sagte Stefan Schwarz, Geschäftsführer vom ADAC Regionalclub Schleswig-Holstein und Vorstandsmitglied vom Deutschen Reisering: „Der durchschnittliche Umsatz einer Ameropa-Agentur ist eher überschaubar. Die Reisepreise von Ameropa sind im Allgemeinen

nicht sehr hoch. Insofern ist es für ein Reisebüro eine Herausforderung, die Umsatzklassen für eine höhere Schnittprovision zu erreichen.“

Der Argumentation von Ameropa, wonach der gestiegene Mehraufwand der Reiseverkäufer im stationären Vertrieb nicht auf das Kernprodukt von Ameropa zurückzuführen sei, sondern auf andere Ursachen zurückgehe, kann der Deutsche Reising nicht folgen. Andreas Quenstedt, Geschäftsstellenleiter Deutscher Reising, betont, Prozesskosten-Analysen hätten schon vor Jahren gezeigt, dass eine einstellige Provisionszahlung nicht ausreichend sei. „Eine Neuauflage einer Prozesskosten-Analyse unter aktualisierten Parametern, wie Inflation und gestiegene Personalkosten, würden wir begrüßen und unterstützen“, so Quenstedt.

Der Deutsche Reising ist ein Zusammenschluss von Reisebüros aus ganz Deutschland, mit Schwerpunkt in den neuen Bundesländern und Süddeutschland. Bundesweit zählt die Kooperation 220 Standorte.