

Best und Alltours Reisecenter ohne Deal mit Ameropa

von Tobias Pusch

Nach dem Deutschen Reising haben sich Best Reisen und Alltours Reisecenter wegen der geänderten Vergütung nicht mit Ameropa auf einen neuen Vertrag geeinigt. Ameropa-Chef Kai de Graaff sieht sich zu unrecht in der Kritik und will mit guten Verkäufern individuelle Verträge schließen.



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 seiner neuen Staffel an – eine Zahl, die im Vertrieb für Aufruhr sorgte. Die Kooperation Deutscher Reising empfahl ihren Mitgliedern, die Bahn-Tochter nicht mehr zu verkaufen, auf der fvw-Website hagelte es unterdessen böse Kommentare gegen den Veranstalter. Dabei bietet das Modell laut fvw-Berechnungen für Einzelbüros in den Umsatzbereichen ab 15.000 Euro gleich gute Bedingungen, ab 30.000 Euro teilweise sogar spürbare Verbesserungen.

Bei Ketten- und Kooperationsverträgen sind diese Schwellen laut 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 der Geschäftsführer 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.“

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

Ameropa weist Kritik zurück

Ameropa-Geschäftsführer Kai de Graaff sieht sein Unternehmen zu Unrecht in der Kritik. „Die Einstiegsprovision von sieben Prozent gilt 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 fvw. Die Verhandlungen mit Best Reisen seien letztendlich an Kleinigkeiten gescheitert, beim Deutschen Reising sei es unterdessen auch um andere Themen gegangen, auf die de Graaff auf Nachfrage nicht näher eingehen wollte. Der Deutsche Reising gehört zur DER-Touristik-Kooperationsallianz 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 de Graaff, würden nur eine einstellige Einstiegsprovision zahlen.

Er 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 Agenturen taxiert er auf „300 bis 400“ von insgesamt rund 8000. Diese kleinen Ameropa-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.“ Laut de Graaff sei für die Reisebüros hingegen der Aufwand mit Ameropa geringer als mit den Produkten anderer Veranstalter. „Bei uns muss niemand ein Booklet zusammenbasteln, und Ärger mit Flugverschiebungen gibt es bei uns ebenfalls nicht.“

Allen Reisebüros, die nennenswerte Ameropa-Umsätze erzielen, deren Franchisesystem oder Kooperation aber keinen Vertrag mit dem Veranstalter abgeschlossen hat, bietet de Graaff nun ein einzelvertragliche Zusammenarbeit an. Das Provisionsmodell 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 stehen 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 dar“, fasst er die Systematik zusammen.

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