

Die Deutschen im Gutscheinfieber:

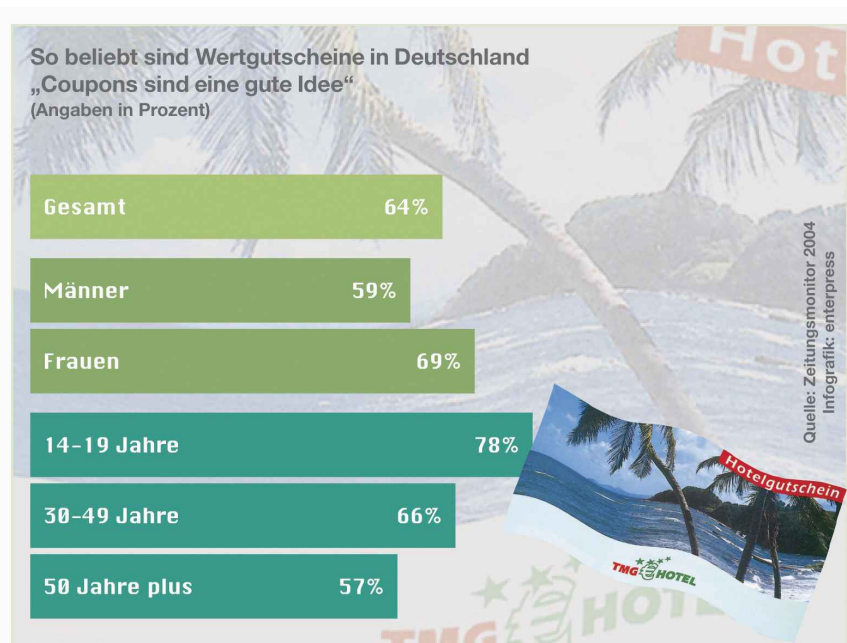
Wuppertal, den 05.10.2005

## Humbug oder Big Idea?

**Gutscheine liegen bei den Deutschen wieder im Trend: Ob für die Bahnkarte bei Lidl oder für ein Flugticket als Beigabe zur Autoinspektion. Laut einer Studie der Zeitungs Marketing Gesellschaft halten 64 Prozent der Deutschen Gutscheine für eine „gute Idee“. Beste Erfahrungen mit Gutscheinen hat auch die Wuppertaler Touristik-Gruppe TMG gemacht. Allein im laufenden Jahr sollen 200.000 ihrer Hotelgutscheine eingelöst werden.**

Schon einmal hatte das „Couponing“ – so der Fachbegriff – die deutschen Marketingfachleute elektrisiert. In den Jahren 2002 und 2003 gab es einen regelrechten „Schnipsel-Hype“. Verantwortlich dafür waren nicht zuletzt Zahlen aus den USA. Dort wurden laut der Unternehmensberatung A.T. Kearney allein 2002 satte 300 Milliarden Gutscheine verteilt. Doch in Deutschland blieben die Ergebnisse – nicht zuletzt wegen der zum Teil dilettantischen Umsetzung – weit hinter den hochgesteckten Erwartungen zurück. Das renommierte Kölner EuroHandelsinstitut wies Rückläufe im Promillebereich nach.

Jetzt packen viele Unternehmen das Thema wieder professioneller an – mit beachtlichen Erfolgen. Ein aktuelles Beispiel ist der Hotelgutschein der Wuppertaler Touristikgruppe TMG, der die Reisebranche kräftig aufmischt. Dieser Gutschein ist die Eintrittskarte zu einer günstigen Urlaubswelt: Mit ihm können Urlauber zu Nettopreisen Hotels buchen. Bis zu 40 Prozent lassen sich so im Vergleich zu herkömmlichen Angeboten sparen.



/...2



Auf der ITB haben RTL-Redakteure das neuartige Modell mit etlichen anderen Angeboten verglichen. Das Ergebnis: „Bei unserem Preisvergleich für ein Vier-Sterne-Hotel auf Mallorca schnitt der neue Direktanbieter mit rund 900 Euro für zwei Wochen im Sommer jedenfalls tatsächlich am günstigsten ab. Andere Direktvermittler und Pauschalanbieter verlangen für die gleich Reise zum Teil bis zu 490 Euro mehr“ (RTL Aktuell vom 11.03.2005).

Das Prinzip des TMG-Hotelgutscheins ist denkbar einfach: Der Kunde wählt aus dem TMG-Hotelführer oder dem Online-Katalog unter [www.tmghotel.de](http://www.tmghotel.de) sein Wunschquartier aus. Schon jetzt sind hier weltweit über 800 Hotels aufgeführt, die den strengen TMG-Standards genügen. „Wir streben langfristige Verträge mit rund 20.000 Komforthotels an“, so TMG-Chef Karsten Lehmann.

Mit dem Hotelgutschein hat der Erholungssuchende die Chance, zu Grundpreisen zu buchen, wie sie bislang nur großen Reiseveranstaltern vorbehalten waren. Er zahlt lediglich eine so genannte Servicepauschale (pro Tag und Person) direkt im Hotel. Diese Pauschale beinhaltet Halbpension oder All Inclusive. Die eigentlichen Übernachtungskosten sind bereits im Hotelgutschein enthalten.

Ein Hotelgutschein kostet 35 Euro. Er berechtigt zur Buchung von vier Urlaubstagen für zwei Erwachsene und alle Kinder bis 18 Jahre. Bei längeren Reisen werden einfach mehrere Gutscheine eingelöst. „Ich glaube, die Gründe für die Steigerung der Reisepreise in den vergangenen Jahren sind im Kern bei den Veranstaltern zu suchen“, sagt TMG-Chef Karsten Lehmann. „Wir haben beim Hotelgutschein nichts anderes gemacht, als die Einzel-Leistungen mit den Hotels, den Fluggesellschaften und den deutschsprachigen Incoming-Agenturen, die die Betreuung vor Ort sicherstellen, zu vernünftigen Preisen zu kalkulieren. Wir haben also ein Paket geschnürt, das einer Pauschalreise vergleichbar ist.“ Schon im kommenden Jahr will TMG über drei Millionen Gutscheine absetzen.

Die **TMG-Gruppe** mit Sitz in Wuppertal ist einer der Marktführer im Bereich „mobiler Reiseverkauf“. Allein im vergangenen Jahr erwirtschaftete das flächendeckende Verkäufer-Netz mit Reisen und Reiseversicherungen einen Umsatz von 25,3 Millionen Euro. Insgesamt erwirtschaftete die Unternehmensgruppe im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von rund 100 Millionen Euro. Den Großteil machte dabei die TMG Reiseteam GmbH aus, die unter anderem den innovativen TMG-Hotelgutschein betreut. Sie setzte 67 Millionen Euro um.



Ansprechpartner für Rückfragen:

**TMG-Gruppe**

Karsten Lehmann

Steinbeck 54

42119 Wuppertal

Fon: 0202/ 24 31 96 13

Fax: 0202/ 24 31 93 31

**enterpress**

Tom Brankamp

Fichtenstraße 75

40233 Düsseldorf

Fon: 0211/ 98 96 0 96

Fax: 0211/ 98 96 0 62

