

„Discounter Reisen“ Ein Marktüberblick

Schlagwörter

Direktvertrieb und Reisen

Verwandte Schlagwörter

Aldi Bahn Berge Berlin **Direktvertrieb** Discounter Geschäft
Gewerkschaft Hongkong Karl Born Korsika Kunden Linde Mallorca Mauritius Namibia
Premiere Reiner Meutsch **Reisen** Süd Tengelmann Thailand Thomas Cook
TUI Westerwald

Ein Marktüberblick
Recherche und Zusammenstellung: Hochschule Heilbronn
Fakultät Wirtschaft II
Studiengang Tourismusmanagement
Prof. Dr. Manfred Lieb und Claudia Brözel M.A.
August 2009

Inhalt

1.	Allgemeine Überlegungen zum branchenfremden Reisevertrieb	2
2.	Lebensmittelmarkt - Discounter	2
3.	Methodik	3
4.	Die Anbieter des Vergleichs im Überblick	4
5.	Reisen im Preisvergleich (im Fokus der Untersuchung: Urlaub mit Eigenanreise)	6
6.	Discount-Reise-Anbieter im Überblick	9
7.	Kritik und Lob	13
8.	Weitere Lebensmittelmarkt-Reise-Anbieter im Überblick	15
9.	Einige Tourismus-Kennzahlen	17
10.	Fazit	17
	Quellenverzeichnis	18

1. Allgemeine Überlegungen zum branchenfremden Reisevertrieb

Bereits seit einigen Jahren ist es möglich Reisen nicht mehr nur im eigenen Vertriebsnetz der Branche zu finden, sondern auch branchenfremd. Die älteste Form des branchenfremden Vertriebs stellt sicherlich die Leserreise über Zeitschriften und Verlage dar. Mittlerweile werden Reisen unter anderem in Baumärkten, Lebensmittelmärkten und Discountern angeboten.

Das Reiseprodukt galt von jeher als beratungsintensiv, daher hat der Weg dieses Produktes in den schnellen branchenfremden Abverkauf eine längere Zeit in Anspruch genommen, als bei anderen Produkten.

Allerdings eignet sich nicht jedes Reiseprodukt für Vertrieb über Verkaufsstellen, die über keine Beratungsmöglichkeit verfügen. Dennoch dürfte durch die Entwicklung des Internets und die genormten Abläufe einzelner Produktbereiche (Bahn, Flug, Hotel, Pauschalreise) den Verkauf auch in branchenfremden Vertriebsstellen gefördert haben.

Auch die gestiegene „Reisekompetenz“ der deutschen Bevölkerung hat dazu beigetragen, dass viele Reiseprodukte nicht mehr beraten werden müssen. Seit Jahren befindet sich die Reiseintensität auf hohem Niveau von rund 75%.¹

Generell gilt für den Reisevertrieb im Discounter, dass die Hauptzielgruppe jüngere Singles und Paare (20 bis 45 Jahre) sowie Familien, die über ein relativ niedriges, eher unterdurchschnittliches monatliches Nettoeinkommen verfügen in Frage kommen.

Urlaub über Vertriebswege außerhalb des klassischen Reisebüros zu verkaufen ist ein Konzept, das inzwischen auch volle Akzeptanz von Seiten der Urlauber – gerade der Einkommensschwächeren – erfahren hat. Die Reisen werden als „Aktionsware“ positioniert und zusätzlich über den Onlinevertrieb vermarktet. Das heißt stets wechselnde Angebote auf einen meist beschränkten Buchungszeitraum. Dabei gilt es immer noch einen Preisvorteil mehr zu haben - ob Wanderstöcke oder Skier, der sich in Form von Give-Aways ausdrückt, die nach dem Urlaub mitgenommen werden können, ein Ausflug oder eine Wellness-Behandlung.

Die Kunden buchen i. d. R. einen 2-Sterne-Preis – erhalten aber 4-Sterne-Qualität. Die Kontingente liefern bekannte Veranstalter mit einer relativ starken Verhandlungsmacht bei den Leistungsträgern und in den Zielgebieten.

Als Verkehrsmittel bevorzugt diese Gruppe aufgrund der niedrigeren Transportkosten das Auto. Diese Tendenz lässt – ungeachtet der hohen Benzinpreise – ein stetiges Wachstum erkennen. Gegebenenfalls kommen auch besonders günstige Flugreisen in Betracht.

2. Lebensmittelmarkt - Discounter

Als Discounter (von engl. discount = Preisnachlass, Rabatt), Discounthäuser oder Discounthandel bezeichnet man Unternehmen des stationären Einzelhandels, die sich

¹ Vgl. www.fur.de Reiseanalyse 2009

tendenziell durch ein relativ schmales und flaches Warensortiment, einfache Warenpräsentation, relativ kleine Verkaufsflächen und durch geringere Verkaufspreise als bei Mitbewerbern anderer Betriebsform auszeichnen. Die erfolgreiche Niedrigpreispolitik der Discounter beruhte in der Anfangszeit hauptsächlich auf rigorosen Kosteneinsparungen bei allen eingesetzten Betriebsfaktoren. Mit dem Begriff Discounter sollte zum Ausdruck gebracht werden, dass gleichsam ein Rabatt in den Verkaufspreis eingerechnet wird, statt ihn - wie früher üblich - nur an Stammkunden oder über Rabattmarken zu gewähren. Im Verlaufe des "Siegeszugs von Selbstbedienung und Discounting"² beruhte die erfolgreiche Niedrigpreispolitik der Discounter, vor allem im Lebensmitteleinzelhandel, jedoch mehr und mehr auf zwei spezifischen Erfolgsfaktoren, a) auf qualitativ hochwertigen Eigenmarken und b) auf dem Finanzierungsvorteil, der aus einem über 52-maligen Lagerumschlag des gesamten Sortiments pro Jahr resultiert.

Der Anteil der Discounter in Deutschland am Lebensmitteleinzelhandel ist stetig gewachsen. Im Jahre 2006 gibt es in Deutschland 14.806 Discount Märkte deren Anteil damit bei knapp 27% am gesamten Lebensmitteleinzelhandel liegt und einen Umsatzanteil von 42% trägt.³

Das Sortiment der Lebensmitteldiscounter hat sich in den letzten Jahren rasant ausgeweitet (Möbel, Foto, Schuh oder auch Elektroartikel). Eine Abgrenzung zu der eigenen Betriebsform der Fachmärkte wird bei den Discountern in der Regel in der nicht geleisteten persönlichen Beratung gesehen.

3. Methodik

Der Verkauf von Reisen in Lebensmittel Discountern stellt aus Sicht der Reiseveranstalter einen zusätzlichen Abverkaufsweg dar. Die Discounter werden sehr hoch frequentiert, haben eine eindeutige strategische Positionierung und bieten daher einer breiten Zielgruppe Zugang zu den Reiseangeboten. Der vorliegende Marktüberblick basiert auf einer **Internetrecherche**.

Alle Discounter bewerben die Reiseangebote über Flyer in den Verkaufsstellen. Diese wiederum bieten Buchungshotlines oder Internetseiten, wo der Kunde dann die Buchung tätigen kann. Diese Buchungsannahmestellen werden in aller Regel durch die Veranstalter – die Vertragspartner der Discounter – betrieben. Allerdings sind nicht alle Discountmärkte darauf ausgerichtet tatsächlich auch online Buchungen zu tätigen bzw. wird die Website strategisch nicht so eingesetzt, dass der Kunde eine einfache und schnelle Buchungsmöglichkeit vorfindet.

Der Überblick besteht aus dem Recherchieren zu den verschiedenen Veranstaltern, die „hinter“ den Discountern stehen, um das Angebot besser einordnen zu können.

Deutlich wird, dass eine breite Auswahl an Reiseveranstaltern bereits Angebote in die Discountmärkte liefern, die Serviceleistungen im Zusammenhang mit den verschiedenen Vertriebsstellen jedoch sehr unterschiedlich sein können, was sich dann wiederum auch in der Preispolitik widerspiegelt.

Die Einkaufspolitik der Discounter sieht jeweils für die Veranstalter Exklusivität vor, das heißt, dass lediglich Berge & Meer – als White Label Anbieter - 2 Discounter beliefert, alle anderen Discounter aber Exklusivverträge mit den Veranstaltern zeichnen.

Der Fokus des vorliegenden Überblicks liegt auf Eigenreise und damit auf Angeboten in Deutschland, Italien und Österreich.





² Vgl. Hans-Otto Schenk: *Vierzig Jahre moderner Handel in der Bundesrepublik Deutschland*, in: *Distribution im Aufbruch. Bestandsaufnahme und Perspektiven*, hrsg. von Otto Beisheim, München 1999, S. 443-468, hier S. 459.

³ Vgl. <http://www.lebensmittelhandel-bvl.de/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=24&cid=7>

4. Die Anbieter des Vergleichs im Überblick

Im Marktüberblick wurden Reisen im Vertrieb von folgenden Discount Lebensmittelmärkten analysiert. Die Angaben basieren auf einer Internetrecherche zu Unternehmensangaben auf den unternehmenseigenen Seiten, Wikipedia oder der Wirtschaftspresse.

<p>Aldi Gegründet 1913 von den Brüdern Albrecht.</p> <p>Umsatz 38,6 Mrd. EUR (2006)</p> <p>www.aldi.com</p>		<p>Gründung 1913</p> <p>Unternehmenssitz: Essen (Aldi-Nord)/ 2.400 Filialen Mülheim/Ruhr (Aldi-Süd) 1.610 Filialen</p> <p>Lesetipp: http://wissen.manager-magazin.de/wissen/image/show.html?did=65520119&aref=image040/2009/05/26/COMM200900600310043.PDF&thumb=false</p>
<p>Lidl</p> <p>Umsatz: 59 Mrd Euro (2008) Mitarbeiter 170.000</p> <p>www.lidl.com</p>		<p>Handelskette Lidl gegründet 1930</p> <p>Josef Schwarz tritt als Gesellschafter in die Südfrüchte Großhandlung Lidl & Co. in Heilbronn ein. Es entstand die Firma Lidl & Schwarz Lebensmittel-Sortiments-Großhandel. Das Unternehmen wurde im Jahre 1944 zerstört. Der Wiederaufbau gelang jedoch binnen zehn Jahren. Seit 1972 Sitz in Neckarsulm</p>
<p>Penny</p> <p>Umsatz 9,5 Mrd Euro (2008) Mitarbeiter 21.140</p> <p>www.penny.de</p>		<p>Gründung 1973</p> <p>Die PENNY-Markt GmbH ist eine Tochter der Rewe Deutscher Supermarkt KGaA und ist die Discounter-Vertriebslinie für Lebensmittel der Kölner Rewe Group in Deutschland. Sie wurde 1973 gegründet und unterhält in Deutschland mehr als 3.000 Märkte. Der Sitz befindet sich in der Zentrale der Rewe Group in Köln. Darüber hinaus gibt es in jeder der sieben Penny-Markt-Regionen eine oder mehrere Verwaltungssitze mit Frische- und Logistikzentren.</p> <p>Lesetipp: http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-dienstleister/penny-darf-plus-filialen-schlucken;2094853</p>

<p>Netto& Mitarbeiter ca. 50.000 Umsatz ca. 10 Mrd (2009) www.netto-online.de</p> <p>Plus Mitarbeiter ca. 27.700 (2005) Umsatz: 10 Mrd. EUR (2006) www.plus-online.de</p>	 	<p>Die Netto Marken-Discount AG & Co. KG ist ein Lebensmitteldiscounter der EDEKA-Gruppe mit Hauptsitz im bayerischen Pontholz bei Maxhütte-Haidhof. 2009 betreibt Netto Marken-Discount etwa 4000 Filialen. Bis 2011 sollen jährlich etwa 250 bis 300 neue Märkte hinzukommen. Die Zahl der Beschäftigten liegt bei über 50.000 Mitarbeitern. Es werden im Ausbildungsjahr 2009 4.000 neue Auszubildende eingestellt.</p> <p>Die Plus Warenhandels-gesellschaft mbH ist seit der Eröffnung der ersten Filiale 1972 ein Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels und hat nach eigenen Angaben wöchentlich 13 Millionen Kunden in ihren etwa 2900 deutschen Filialen mit etwa 27.000 Beschäftigten. Der Umsatz 2006 betrug rund 10 Milliarden Euro, davon 6,87 Milliarden in Deutschland. Sie hat ihren Sitz in Mülheim an der Ruhr und gehört zur Kette der Unternehmensgruppe Tengelmann.</p> <p>Am 16. November 2007 wurde von Tengelmann und Edeka bekannt gegeben, dass der Netto Marken-Discount (Edeka) und Plus Deutschland in ein Gemeinschaftsunternehmen eingebracht werden, an dem Edeka mit 70 % und Tengelmänn mit 30 % beteiligt sind Am 1. Juli 2008 hat das Bundeskartellamt der Übernahme der Plus-Filialen mit Einschränkungen zugestimmt. Dabei sind Filialen, die die marktbeherrschende Stellung verstärken würden, an maximal drei verschiedene Konkurrenten zu verkaufen. Die restlichen Filialen (oder Filialen, für die sich kein Interessent findet) werden als Netto Marken-Discount weitergeführt. Netto Marken-Discount könne bis spätestens Anfang 2009 rund 2500 Plus-Filialen in das Ladennetz integrieren, 378 Plus-Märkte (zumeist in Ostdeutschland) müssen jedoch vorher verkauft werden. Mit Gültigkeit vom 9. Dezember 2008 hat das Bundeskartellamt der endgültigen Übernahme der bestehenden Plus-Filialen durch Edeka zugestimmt. 328 der oben genannten 378 Märkte wurden an die Rewe Group verkauft und mittlerweile alle in das Konzept des Discounters Penny-Markt der REWE Group umgestellt.</p> <p>Lesetipp: http://www.welt.de/wirtschaft/article2166505/Neuer_Discount_Riese_greift_Aldi_und_Lidl_an.html</p>
<p>Tchibo Mitarbeiter ca. 12.045 (2008) Umsatz 3,6 Mrd (2007) www.tchibo.com</p>		<p>Gründung 1949 in Hamburg Die Marke Tchibo gehört zur maxingvest ag (vorm. Tchibo Holding AG), die 100 Prozent der Tchibo GmbH hält und als Dachgesellschaft den operativ tätigen Teilkonzern Tchibo GmbH führt. Des Weiteren gehört der maxingvest ag eine Mehrheitsbeteiligung der Beiersdorf AG.</p> <p>Lesetipp: http://www.sueddeutsche.de/panorama/964/373775/text</p>
<p>Norma Umsatz ca. 6 Mrd Euro www.norma-online.de</p>		<p>Norma (offizielle Schreibweise: NORMA) ist ein Lebensmittel-Discounter mit einem Netz von über 1300 Filialen in Deutschland, Frankreich, Österreich und Tschechien. Diese werden von 16 Niederlassungen versorgt. Hervorgegangen aus dem im Jahre 1921 gegründeten Filialunternehmen „Georg Roth“ in Fürth wurden in den 1960er Jahren die ersten Norma-Filialen in Süddeutschland eröffnet.</p>

5. Reisen im Preisvergleich (im Fokus der Untersuchung: Urlaub mit Eigenanreise)

Anbieter	Ziel und Leistung	Dauer, Zeitraum	Unterkunft	Inklusiv-Leistungen	Preis pro Person im DZ	Bemerkung
Aldi Reisen						
	Deutschland	3 Nächte 14.09.2009 - 27.01.2010	Mittelklassehotel Ferienanlage Deutschland/Sachsen- Anhalt: Friedrichsbrunn i.Harz	Halbpension (Eigen-Anreise)	ab 99,00 Euro	Überwiegend Deutschlandangebote (unter Auto- und Familienreisen): 41 Deutschland- angebote; 8 Österreichangebote 4 Italienangebote; 4 Kroatienangebote 1 Polen-, Dänemark, Frankreich-, Slowenienangebot;
	Österreich	4 Nächte 09.07.2009 bis 15.10.2009	3-Sterne/ Salzburger Land	Vollpension (Eigen-Anreise)	ab 159,00 Euro	
	Italien	7 Nächte 16.09.2009 bis 31.10.2010	4-Sterne Gardasee	Halbpension (Eigen-Anreise)	ab 249,00 Euro	
Lidl Reisen						
	Deutschland	3 Nächte (ZR 29.08. – 27.10.)	4-Sterne Hotel Thüringer Wald	Halbpension (Eigen-Anreise)	ab 139,00 Euro	Insgesamt ca. 154 Angebote (unter Eigenanreise) davon ca. 64 Deutschland- Angebote; ca. 40 Österreich- Angebote; ca. 38 Italienangebote; weitere: Kroatien, Dänemark, Spanien, Frankreich
	Österreich	5 Nächte (ZR 27.09. – 22.11.)	3-Sterne Hotel Tirol	All inklusive (Eigen-Anreise)	ab 199,00 Euro	
	Italien	1 Woche (ZR 27.09. - 18.10.)	4-Sterne Hotel Gardasee	Halbpension (Eigen-Anreise)	ab 299,00 Euro	
Penny Reisen						
	Deutschland	8 Tage	Ferienwohnung Berchtesgardener land		ab 179 Euro	Rubrik „Urlaub mit dem PKW“: es existieren nur 2 Angebote; unter Aktivurlaub und Wellness: 1 Angebot; kein Italien-Angebot
	Österreich					
	Italien					

Anbieter	Ziel und Leistung	Dauer, Zeitraum	Unterkunft	Inklusiv-Leistungen	Preis pro Person im DZ	Bemerkung
Netto & Plus						
	Deutschland	4 Nächte (ZR 29.08. – 27.10.)	4-Sterne Thüringer Wald	Frühstück (Eigen-Anreise)	129,99 Euro	Insgesamt ca. 53 Angebote (unter Auto- und Familienreisen); davon 18 Italien-Angebote; 11 Österreich-Angebote; 8 Kroatien-Angebote; 7 Deutschland-Angebote; weitere: Slowakei, Tschechien, Holland, Ungarn
	Österreich	5 Nächte (ZR 27.09. – 22.11.)	3-Sterne/ Salzburger Land	All inklusive (Eigen-Anreise)	169,99 Euro	
	Italien	7 Nächte (ZR 27.09. - 18.10.)	3-Sterne Hotel Gardasee	Halbpension (Eigen-Anreise)	249,99 Euro	
Tchibo Reisen						
	Deutschland	4 Nächte Oktober 2009	4-Sterne Sauerland	Frühstück plus Massage (Eigen-Anreise)	ab 169,00 Euro	
	Österreich	4 Nächte Oktober 2009	4-Sterne Wörthersee/ Techelsberg	Halbpension plus (Eigen-Anreise)	ab 169,00 Euro	4 Nächte Salzburger Land ab 399,00€
	Italien	7 Nächte Oktober 2009	4-Sterne Ferienanlage Gardasee	Selbstverpflegung (Eigen-Anreise)	ab 179,00 Euro	
Norma						
	Deutschland	4 Nächte 01.10.-24.10.2009	3-Sterne Thüringer Wald	Halbpension plus (Eigen-Anreise)	ab 157,00 Euro	Insgesamt 27 Angebote insgesamt (unter Berge & Seen/ Eigenanreise): davon 14 Deutschland-angebote
	Österreich	5 Nächte 16.05. – 22.05., 13.06. – 19.06.09	3-Sterne Hotel Salzburger Land	Halbpension plus (Eigen-Anreise)	ab 159,00 Euro	
	Italien	8 Tage 10.09.-25.10.2009	3-Sterne Hotel Gardasee	Halbpension (Eigen-Anreise)	ab 198,00 Euro	
Stand 25. August/ 03. September 2009						

Bemerkungen zum Reise-Preisvergleich:

Im Preisvergleich wurden lediglich Angebote verglichen, die eine Eigenanreise beinhalten. Der Schwerpunkt liegt daher auf Deutschland, Italien und Österreich.

Auffallend ist, dass kein Veranstalter-Vertragspartner der Discounter zertifiziert ist. Lediglich Netto&Plus arbeiten mit der direkt-touristik zusammen, die eine TÜV-Zertifizierung „Servicequalität“ vorweisen kann.

Vertraut man auf diese Zertifizierung des TÜV Süd dürfte die Beratungsqualität bei Netto&Plus zu den besten bei den Discounter Reisen gehören. Denn eine Beratung kann man im Discounter auf der Basis des Geschäftsmodells in der Regel nicht erwarten. Die Discounter sind allesamt lediglich Verteilstellen für Millionen von Prospekten. Die Mitarbeiter an der Kasse haben keine Fachkenntnisse über die Produktpalette. Allerdings bieten alle Discounter über ihre Reisevertragspartner kostenpflichtige Buchungs- und Beratungshotlines an.

Die Lebensmitteldiscounter zeichnen mit den Reiseanbietern Verträge, wonach der Vertrieb über die Filialen oder teilweise auch das Internet abgewickelt wird. In allen Fällen kommt der Vertrag zwischen dem Kunden und dem Veranstalter zustande. In Reklamationsfällen ist dann auch der Veranstalter der Ansprechpartner des Kunden.

Hier erweist es sich als vorteilhaft, wenn der Anbieter (wie fast alle Veranstalter) eine zeitlich breit angelegte Kundenhotline zur Verfügung stellt.

Das Angebot der Discounter dreht sich hauptsächlich um Städtereisen, Events, Familienreisen, Kurzreisen und Erholungs- oder auch Wellnessreisen. Zu unterscheiden sind dabei die Besonderheiten der einzelnen Anbieter, die in der Tabelle gelistet sind:

Besonderheiten können sein:

- ⇒ AvD Pannen/Abschlepphilfe inklusive
- ⇒ Reisemovies
- ⇒ Zertifizierung des Anbieters
- ⇒ Reisesuche über ein breites Angebot
- ⇒ oder vorgegebenes kleines zeitlich begrenztes Angebot

Insgesamt ist es kaum möglich die einzelnen Anbieter und deren Angebote direkt zu vergleichen. Es empfiehlt sich daher die Angebote in Bezug auf die Reisebedürfnisse zu prüfen. In vielen Fällen enthalten Discount Reisen keine Kinderpreise oder ein sehr unflexibles Angebot, das nur in der jeweils ausgeschriebenen Form gebucht werden und nicht angepasst kann.

Allerdings bieten die Discounter über die großen Mengen und spezielle Verträge oftmals Restplätze der Veranstalter zu günstigen Preisen an und daher sind auch Schnäppchen nicht ungewöhnlich. Dies gilt besonders für die Hotelauswahl.

6. Discount-Reise-Anbieter im Überblick

Anbieter	Kooperationspartner/Veranstalter	Reiseart – und ziele (Beispiele)	Besonderheiten	Buchbar über		Bemerkungen
				Telefon	Internet	
Aldi Süd	Veranstalter: Berge & Meer Touristik GmbH; Eurotours Ges.m.b.H.	Bade- und Erholungsreisen Auto- und Familienreisen Städte- und Kurzreisen Schiffs- und Wellnessreisen Rund- und Erlebnisreisen Kinder spezial	AvD Pannen- und Abschlepphilfe inklusive Keine Zertifizierung	Kontakt Eurotours 01805/886007 kostenpflichtig täglich von 08:00 - 22:00 Uhr Kontakt Berge & Meer 01805/703070 (kostenpflichtig täglich von 08:00 bis 22:00 Uhr)	http://www.aldireisen.de/ http://sued.aldi-reisen.de/	Auf der Startseite ist zunächst eine Postleitzahl einzugeben, ohne diese gelangt der Kunde zu keinem Angebot Es gibt wochen- oder monatsweise Angebote; Eine Suche nach bestimmten Angeboten ist nicht möglich. Das Angebot ist vorgegeben. Die Qualitätsbezeichnungen und Reisepreisbeschreibungen entsprechen den Bezeichnungen, die bei weiterer Recherche im Netz ebenfalls zu finden sind. Reisemerklisse vorhanden, die vermutlich nicht lange benutzbar ist, da die Angebote schnell wechseln und ältere nach einigen Tagen nicht mehr zu finden sind
Aldi Markt	Veranstalter: Berge & Meer Touristik GmbH; Eurotours Ges.m.b.H.	Bade- und Erholungsreisen Auto- und Familienreisen Städte- und Kurzreisen Schiffs- und Wellnessreisen Rund- und Erlebnisreisen Kinder spezial	AvD Pannen- und Abschlepphilfe inklusive Keine Zertifizierung	Kontakt Eurotours 01805/886007 (kostenpflichtig täglich von 08:00 - 22:00 Uhr) Kontakt Berge & Meer 01805/703070 (kostenpflichtig täglich von 08:00 bis 22:00 Uhr)	http://www.aldireisen.de/ http://nord.aldi-reisen.de/	

Anbieter	Kooperationspartner/Veranstalter	Reiseart – und ziele (Beispiele)	Besonderheiten	Buchbar über Telefon	über Internet	Bemerkungen
Lidl	Veranstalter: 5 vor Flug GmbH, München A.S. Reiseveranstaltungs GmbH, Hamburg Ameropa-Reisen GmbH, Bad Homburg aovo Touristik AG, Hannover att touristik GmbH, Hamburg Bavaria Fernreisen GmbH, Bad Vilbel BigXtra Touristik GmbH, München FeriDe Reisen, München FTS FLY & TRAVEL SERVICE GmbH, Essen Hermes Touristik GmbH & Co. KG, Hamburg Mediplus Reisen GmbH, Bonn Select Holidays c/o new2go GmbH, Hachenburg	Flug Fern/Mittel; Kreuzfahrten; Rundreisen; Kreuzfahrten; Wellness; Autoanreise	Newsletter, Interaktive Weltkarte; FAQ Keine Zertifizierung In Kooperation mit der TÜV Card Services GmbH gibt es einen 30-tägigen Pannenschutz. Diese Leistung ist in allen „Fahren-Produkten“ (d.h. eigene Anreise) bereits enthalten. Mit "Zug zum Flug"-Paket sind alle innerhalb Deutschlands gelegenen Abflughäfen (inkl. Salzburg und Euro-Airport Basel) angeschlossen In Kooperation mit der Deutschen Bahn AG und dem Verband Deutscher Verkehrsunternehmer (VDV) ohne Zusatzkosten Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln	Service-Hotline unter 01805 / 332331 (kostenpflichtig) von 7-24 Uhr	http://www.lidl-reisen.de/	wwwlidl-reisen.de = interessante Linkliste, die als ersten Link aldi Reisen anbietet Reisesuche möglich; großes Angebot und große Auswahl vorhanden Eigene IBE vorhanden, die die Buchungen koordiniert AGB der Reiseveranstalter sind alle auf der AGB Seite zusammengefasst verlinkt abrufbar Reisemerklisse vorhanden Social Bookmarks setzen vorhanden Beratungshotline der VA kann in Anspruch genommen werden

Anbieter	Kooperationspartner/Veranstalter	Reiseart – und ziele (Beispiele)	Besonderheiten	Buchbar über Telefon über Internet	Bemerkungen	
Penny	Reisewelt – eine Marke der DERTOOUR GmbH & Co. KG, Dr. Holiday AG (Wellness)	Bade- und Kulturreisen; Städtereisen und Events; PKW; Familienurlaub ; Wellness	Rail&Fly vorhanden Keine Zertifizierung	Service Team Mo.-So. 08:00-20:00 Uhr ; Tel.: +49 (0) 1805 337101 (kostenpflichtig)	http://www.penny-reisewelt.de	Schlechte usability der Seite Keine Suchfunktion nach Angeboten Einstieg über platzierte Angebotsauswahl auf der Startseite oder Broschüre
Netto & Plus	Dienstanbieter im Sinne von §5 TMG: direkt-touristik GmbH (www.direkt-touristik.com)	Auto-Familienreisen; Badereisen; Städte- und Eventreisen; Flugreisen; Kreuzfahrten	TÜV-Zertifizierung ServiceQualität vorhanden Autoreisen inkl. Autoschutzbrief GoogleMaps Karte direkt auf der Hotelseite vorhanden Schnellinfo vorhanden	täglich von 8 Uhr bis 22 Uhr telefonisch erreichbar: 01805/ 350 650 (kostenpflichtig)	http://www.netto-discountreisen.de , www.netto-travel.de	Einziger Anbieter mit TÜV Servicezertifizierung Beratungs-Hotline direkt auf der Startseite Reisesuche möglich Einfache übersichtliche Navigation Gute Reiseauswahl

Anbieter	Kooperationspartner/Veranstalter	Reiseart – und ziele (Beispiele)	Besonderheiten	Buchbar über Telefon Internet		Bemerkungen
Tchibo	Veranstalter: AIDA Cruises aovo Touristik AG Atora GmbH Berge & Meer Touristik GmbH BigXtra Touristik GmbH Bodensee-Radweg Service GmbH clevertours.com GmbH CRD International GmbH FeriDe Reisen H&H TUR Touristik GmbH htc hemmers travel consulting GmbH Lindner Hotels AG, Lindner Hotels & Resorts TOUR VITAL GmbH viventura Reisen GmbH	Badereisen Städtereisen Kreuzfahrten Autoreisen Golffreien Rundreisen Musical & Events Kulinarische Reisen Ärztlich begleitete Reisen Kururlaub Aktivreisen Bundesliga Romantik & Schlösser	Reisemovies Reisekataloge zu bestellen Reisemerkzettel AGBS aller Veranstalter auf einen Blick RSS FEED Keine Zertifizierung	Reservierungshotline: täglich von 8.00 - 22.00 Uhr 01805-462000 (kostenpflichtig)	www.tchibo.de Button „Reisen“ http://reisen.tchibo.de/index.php/	Reisesuche möglich Langzeiturlaub (Überwintern) – Angebote (15 – 29 Tage) ...der Titel verspricht mehr als das tatsächliche Angebot Eigene IBE
NORMA	Veranstalter FeriDe Reisen Select Holidays Travelland <i>Vermittelt Falkensteiner Touristik Falk Travel GmbH.</i>	Pauschalreisen Kreuzfahrten Wellness Städte- und Kulturreisen Spaß und Erlebnis	Keine Zertifizierung	Für die jeweiligen VA gibt es eine eigenen Servicenummer (kostenpflichtig)	http://www.normareisen.com/de/norma-reisen/	..sehr unglückliche url... Schnellsuche möglich Falkensteiner Touristik greift auf eine Traveltainment IBE zu
	Stand: 25. August 2009					

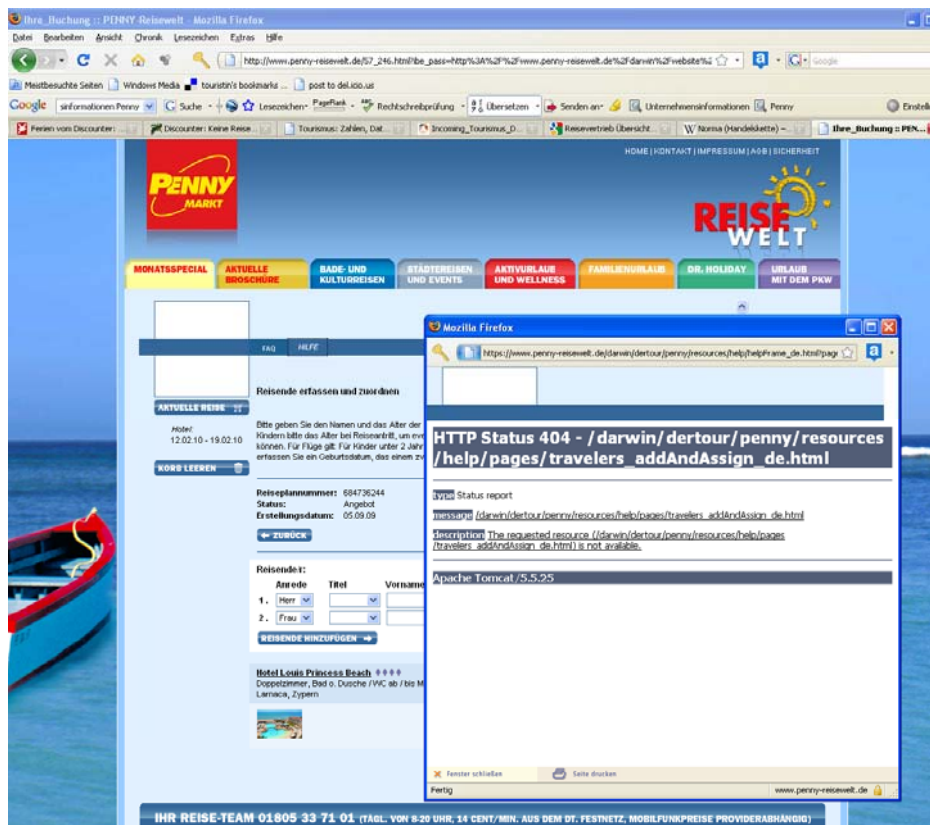
7. Kritik und Lob

Die vorliegende Untersuchung wurde auf Basis einer Internetrecherche ausgearbeitet. Der Vertriebskanal Discountreisen sieht natürlich in erster Linie die Verteilung von Flyern und Druckmaterialien in den Lebensmittelmärkten vor. Die Verfasser gehen davon aus, dass die interessierten Kunden nach dem ersten Eindruck des Flyers ins Internet gehen und weitere Informationen einholen. Daher basiert diese Untersuchung auf den Möglichkeiten und Inhalten der Internetauftritte der Lebensmitteldiscounter und nimmt keine weitere Analyse der Druckmaterialien vor. Allerdings gehen die Verfasser davon aus, dass der Internetauftritt entsprechend gestaltet und funktional sein sollte, dass der Kunde einfach, sicher und schnell zum Ziel kommt.

(-) Penny - Reisewelt:

Auffallend schlecht schnitt in der Recherche Penny ab, da der Discounter beispielsweise die AGBs des Veranstalters zu keinem Zeitpunkt der Buchung sichtbar macht, sondern lediglich darüber informiert, wer Vertragspartner und damit Veranstalter ist und dass dessen Vertragsbedingungen gelten. Ebenso sind nur einige wenige Angebote temporär buchbar – eine Auswahl ist nicht möglich. Die Website insgesamt zeichnet sich durch eine äußerst schlechte Usability aus.

Veranstalter: Reisewelt. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der DERTOOUR GmbH & Co. KG, 60424 Frankfurt.



Während der Auswahl (Buchungsweg) auf den Button „Hilfe“ geklickt und wenn man auf FAQs klickt, erhält man die gleiche Ansicht, in der man sich gerade befindet. Eine wenig nutzerfreundliche Buchungstrecke.

Die Penny Markt Reisewelt scheint schwerpunktmäßig nicht auf eine Internetbuchung ausgerichtet zu sein. Obwohl der Veranstalter Reisewelt und DERTOOUR als zur REWE Gruppe und damit den führenden Unternehmen der Reisebranche zählen, ist dieser Auftritt am wenigsten überzeugend.

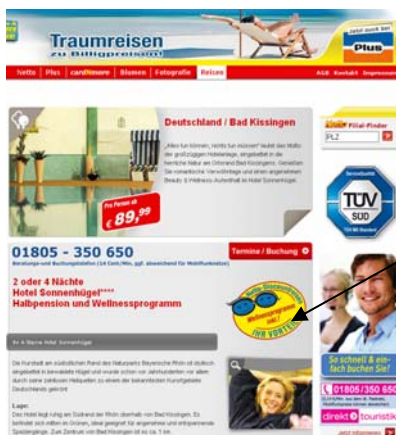
(+) Netto & Plus

Auffallend gut wird in der Recherche Netto&Plus Reisen bewertet. Der Vertragspartner von Netto & Plus ist direkt-touristik GmbH. Die Website überzeugt durch ein vielfältiges Angebot mit vielen Auswahlmöglichkeiten. Verschiedene Such-Einstiegspunkte über die Navigation, die Schnellsuche (Stichworte), Symbole oder die angeteaserten Angebote stehen dem Kunden zur Verfügung. Deutlich sichtbar ist die Hotline zum Veranstalter, bei der auch telefonisch gebucht werden kann. Die direkt-touristik ist der einzige Veranstalter im Discountreisemarkt mit einer TÜV Service Zertifizierung.



Im Rahmen des Zertifizierungsverfahrens wird die Servicekultur, die Servicezuverlässigkeit sowie der Umgang mit Reklamationen und die Qualifikation der Mitarbeiter im Umgang mit dem Kunden analysiert und bewertet.⁴

Die Angebote zeichnen sich durch ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis aus.



Zusätzlich werden dem Kunden zu unterschiedlichen Reisen Zusatzleistungen geboten, die beispielsweise eine Wellnessbehandlung sein können

⁴ Siehe auch TÜV SÜD Produktinformation... http://www.tuev-sued.de/management_systeme/qualitaet/servicequalitaet/produktinformation_servicequalitaet

8. Weitere Lebensmittelmarkt-Reise-Anbieter im Überblick

In Abgrenzung zu den o.g. Anbietern werden die folgenden Lebensmittelmärkte nicht den Discountern zugerechnet.

Anbieter	Kooperationspartner/Veranstalter	Reiseart – und ziele (Beispiele)		Besonderheiten	Buchbar über Telefon Internet
Rewe	powered by clevertours.com (100-prozentige Tochter der REWE Touristik GmbH)	Last Minute Flugreisen Kreuzfahrten Bundesliga Live Autoreisen		Inklusivleistungen: Rail&Fly und Reiserücktrittskosten- versicherung und 20Euro REWE Einkaufsgutschein; günstiger parken abc holidayplus Keine Zertifizierung	Mo.-So. 08 Uhr bis 22 Uhr telefonisch erreichbar: 01805/ 334414 (kostenpflichtig) http://www.rewe-reisen.de/
Edeka	BigXtra Touristik GmbH (EDEKA Reisen); RT-Reisen GmbH (Neukauf Reisen)	Hotels Flüge All inclusive Single Reisen		Keine Zertifizierung	01805-703370 (kostenpflichtig) Täglich von 7 - 24 Uhr http://portal.traffics-switch.de/index.php?cid=2050010920000000%2F http://www.nkreisen.de/
Real	Partner-Unternehmen Berge&Meer				http://www.real.de/reisen.html?
		Stand: 25. August 2009			

Drogeriemarkt Reiseanbieter

Anbieter	Kooperationspartner/ Veranstalter	Reiseart – und ziele (Beispiele)		Besonderheiten	Buchbar über	
					Telefon	Internet
Rossmann						http://www.rossmann.de/site/menu=0/377/Partnershop_Reisen.aspx
		Stand: 25. August 09				

9. Einige Tourismus-Kennzahlen

Weltweit konnten 2008 über 920 Mio. (+2% im Vergleich zum Vorjahr) internationale Ankünfte verzeichnet werden davon in Europa 488,5 Mio. (+0,5%).⁵

Die Tourismusbilanz liegt einem Schätzwert der Bundesbank in 2008 zufolge für Deutschland bei Reiseausgaben von 61,6 Mrd. € (+1,7%) und Reiseeinnahmen 27,0 Mrd. € (+2,8%).⁶

Der gesamtwirtschaftliche Produktionswert der Tourismusindustrie beträgt demzufolge 185 Mrd. €, wobei die Wertschöpfung der Tourismusbranche 94 Mrd. € ausmacht.

Der direkte Anteil am Brutto-Inlandsprodukt beträgt 3,2 %⁷.

Leider konnten keine genaueren Daten zur Nachfrage von Discounter Reisen ermittelt werden. Die aktuell bekanten Statistiken zeigen für diesen Vertriebsweg noch keinerlei Nutzungsdaten an.

10. Fazit

Die Recherche zeigte, dass in der Presse zu Beginn der Vertriebsausweitung über Discounter in den Jahren 2006 und 2007 viel berichtet und recherchiert wurde. Allerdings gab es danach wenige weitere Berichte. Lediglich ein aktueller Preisvergleich aus dem Jahr 2009 ist zu finden.

Allerdings halten die Verfasser einen reinen Preisvergleich besonders bei Discounter Reisen, die sehr unterschiedlich aufgebaut sind für methodisch fragwürdig. Es ist dringend erforderlich in einen Vergleich weitere Faktoren wie Leistungen, Veranstalter, Service rund um die Reisebuchung oder auch Hotelauswahl, Reiseauswahlmöglichkeiten und Tiefe des Angebots mit einzubeziehen.

In eine weitere Untersuchung wäre auch die Vertriebspolitik der Veranstalter einzubeziehen. Bereits seit 2005 werden durch die sogenannten NTO-Verträge (Non-Traditional-Outlet) die Konditionen besonders für den nicht traditionellen Reisebürovertrieb festgelegt. Dabei sind sowohl die Provisionen der Nicht-Traditionellen Vertriebswege geringer, als auch die Umsatzziele höher. Seit den ersten NTO-Verträgen gab es immer wieder Bemühungen seitens der Verbände, diese Unterscheidung der Vertriebswege in Frage zu stellen oder auch juristisch zu prüfen. Bis September 2009 liegt hierzu allerdings noch kein Ergebnis vor.

In der Behandlung der Provisionsfrage seitens der Veranstalter liegt ein Aspekt einer Vertiefung des Thema Discount Travels. Ebenso sollte aber auch der Aspekt der Leistungen des Reiseproduktes in unterschiedlichen Vertriebskanälen genauer beleuchtet werden. So gehen die Verfasser der vorliegenden Untersuchung davon aus, dass eine Preisdifferenzierung der Veranstalter nur auf Basis einer Servicedifferenzierung (bei fast identischen Produktmerkmalen) möglich sein kann. Vorstellbar wäre hier der Bereich Kundenbetreuung, Transferleistungen oder auch Umbuchung, Storno oder sonstige Serviceleistungen, die bei einem Abverkauf über einen Discount Lebensmittelmarkt möglicherweise vom Abverkauf über einen anderen qualitativ hochwertigeren Vertriebskanal zu unterscheiden sind.

⁵ UNWTO, Tourism Highlights 2008

⁶ Deutsche Zentrale für Tourismus, Zahlen, Fakten, Daten, 2008;

⁷ ebenda

Quellenverzeichnis

Internet:

Stiftung Warentest: Finanztest 03/2007:

<http://www.test.de/themen/freizeit-reise/meldung/-Reisen-vom-Discounter/1503885/1503885>

Stiftung Warentest: Schnelltest 30.10.2008

Aldi verkauft Flugtickets

<http://www.test.de/themen/freizeit-reise/schnelltest/-Aldi-verkauft-Flugtickets/1729252/1729252/>

REWE bietet DiscounterReisen an:

<http://www.urlaubperfekt.de/index.cfm?ID=173711>

Interview mit Theo van den Berg (REWE)

<http://www.touristikreport.de/rd/archiv/11620.php>

REWE bietet jetzt auch Reisen an:

http://www.focus.de/reisen/urlaubstipps/rewe_aid_235050.html

Urlaub aus dem Supermarkt: (5.12.06)

http://www.focus.de/reisen/urlaubstipps/hintergrund_aid_103510.html

Ist in Aldi-Urlaub auch TUI drin? (16.02.07)

http://www.focus.de/reisen/urlaubstipps/veranstalter_aid_124785.html

Aldi, Lidl, Penny senken die Preise (3.11.08)

http://www.focus.de/finanzen/news/discounter-aldi-lidl-penny-senken-die-preise_aid_345720.html

Test von Discount-Reisen (3/08 Urlaub Perfekt)

<http://www.rp-online.de/public/bildershowinline/aktuelles/reise/32547>

Reisen aus dem Supermarkt (01/08)

http://www.welt.de/reise/article1610028/Kreuzfahrten_Gleich_neben_dem_Kuehlregal.html

Penny kommt immer mehr auf den Geschmack (3/2007)

http://www.welt.de/reise/article741253/Penny_kommt_immer_mehr_auf_den_Reise_Geschmack.html

Aufgepasst beim Urlaub vom Discounter (04/07)

http://www.welt.de/reise/article827996/Aufgepasst_beim_Urlaub_vom_Discounter.html

Mit dem Discounter nach Mallorca (01/07)

http://www.welt.de/reise/article706669/Mit_dem_Discounter_nach_Mallorca.html

Discounter Reisen (Hintergrund/Frühjahr 2007)

<http://www.megaflieger.de/discounter-reisen/index.php>

Discount Reisen – Vergleich

<http://www.reise-preise.de/reisen-discounter-aldi-lidl-rewe-norma/zwoelf-preisvergleiche-der-discounter.php>

Discounter unter der Lupe/Uni Graz (August 07)

<http://www.uni-graz.at/hamwww/press/discounterreisen100807.pdf>

Reisen vom Discounter im Test (April 09)

<http://reisen.t-online.de/c/18/35/14/16/18351416.html>

http://www.presseportal.de/pm/22308/1383596/reise_preise_verlags_gmbh

http://www.wdr.de/tv/servicezeit/mobil/sendungsbeitraege/2009/0414/04_kompakt_1.jsp

<http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2009-04/13571128-test-reisen-vom-discounter-aldi-lidl-co-sind-sie-wirklich-so-billig-007.htm>

Testberichte.de

http://www.testberichte.de/testsieger/level3_reiseveranstalter_reisebueros_2194.html

Wir können noch billiger (05/20039)

<http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,247404,00.html>

Vorsicht vor Reisen von der Restrampe (05/09)

<http://www.stern.de/reise/deutschland/ferien-vom-discounter-vorsicht-vor-der-reise-resterampe-700402.html>

Sowie alle in der Tabelle angegebenen Websites der Discounter und Veranstalter.