

Christiane Elze

Themenkreuzfahrten – eine angebotsseitige Betrachtung

Viele Kreuzfahrtanbieter nutzen heute bei der Gestaltung ihrer Produkte den Begriff Themenreisen bzw. -kreuzfahrten. Dies sind beispielsweise

- *Sprachkreuzfahrten* über die Flüsse Frankreichs. Das Programm verspricht eine Woche Französisch-Unterricht an Bord mit abschließendem Zertifikat und ausgewählten Landausflügen.¹
- *Gartenkreuzfahrten* Dabei werden entlang der Route Gärten und Parks besucht. An Bord finden wahlweise Seminare über die Geschichte der Gartenkunst sowie Gespräche über die eigenen Gärten statt.²
- *Golfkreuzfahrten* mit Besuchen von Golfplätzen entlang der Route und Betreuung durch Experten an Land und an Bord inklusive Vorträgen.³
- *Wein & Genuss- Kreuzfahrten* Auf dem Programm stehen Kochvorführungen, Weinproben und Vorträge über die Gestaltung einer Tischdekoration.⁴

Themenkreuzfahrten werden von einigen Anbietern⁵ schon sehr lange, von anderen wiederum erst seit ein paar Jahren beworben. Trotz dass Themenkreuzfahrten in aller Munde sind, liegt aktuell der Anteil an Themenkreuzfahrten, über alle Anbieter hinweg, gegenüber dem Gesamtprogramm mit rund einem Prozent sehr niedrig.

Es herrschen differenzierte Auffassungen hinsichtlich einer Themenkreuzfahrt. Dies soll der nächste Abschnitt verdeutlichen.

In der Literatur ist die Themenkreuzfahrt ein spezieller Typ der Kreuzfahrt, wobei die gesamte Reise unter einem Motto steht.⁶ Beispiele dafür sind Golf, Wein, Musik oder Astrologie. Diesen Themen werden Fahrtroute, Bordprogramm und Landausflüge untergeordnet.⁷ Bei der Frage, auf welche Zielgruppen eingegangen werden soll, herrscht Uneinigkeit. Weiland und Böhme vertreten die Meinung, dass kleine, homogene Zielgruppen angesprochen werden, da gemeinsame Interessen Berücksichtigung finden und dies eine besondere Atmosphäre schafft.⁸ Schäfer dagegen vertritt die Ansicht, dass größere Gruppen akquiriert werden und dass sich ein Thema einer Themenkreuzfahrt nicht zwingend an alle Passagiere richten muss. Mithilfe der Themen sollen Gästegruppen erreicht werden, die sonst keine Kreuzfahrt buchen würden. Je ausgefallener das Thema, desto besser. Themenkreuzfahrten sollen unattraktive Routen und Termine aufwerten.⁹

Einigkeit besteht hingegen darin, dass die Themen mithilfe von Vorträgen und Veranschaulichung durch wissenschaftliche Fachkräfte gestaltet werden sollten.¹⁰ Daher wird für die Vorbereitung auch mehr Zeit in Anspruch genommen als bei einer normalen Kreuzfahrt.¹¹

¹ Vgl. FVW 2009 (www.fvw.de, 18.05.2009)

² Vgl. Katalog Exklusive Gartenkreuzfahrten 2009

³ Vgl. Kataloge MS Columbus, MS Europa Nov 2008 - Mai 2010

⁴ Vgl. Katalog MSC Kreuzfahrten Nov 2008 - Dez 2009

⁵ Die nachfolgenden Daten des Textes berufen sich auf eine Analyse von 30 Kreuzfahrtanbietern aus dem Hochsee- und Flussbereich im Rahmen einer Diplomarbeit ‚Themenkreuzfahrten – eine angebotsseitige Betrachtung‘, Elze, 2009.

⁶ Vgl. Schäfer, 1998, S. 201f

⁷ Vgl. Freyer, 2006, S. 199

⁸ Vgl. Böhme, 2007, S. 8ff; Weiland, 2005, S. 196f

⁹ Vgl. Schäfer, 1998, S. 201f

¹⁰ Vgl. Schroeder, 1995, S. 235

¹¹ Vgl. Travel One (www.travel-one.net, 24.02.2009)



Das Touristik Magazin FVW und travel'xperts bieten online Schulungen für Reisebüros an, um den Kunden optimaler beraten zu können. Daher sollte diese Ausführungen nicht unbeachtet gelassen werden.

Ein Kurs dieser Schulung beschäftigt sich mit Themenkreuzfahrten. Eine Passage der Unterlagen besagt: „Es gibt keine feste Definition dafür, was eine Themenreise ist. Bei einigen Reedereien gehört der besondere Touch zur Produktpolitik. So hat zum Beispiel die Nobelreederei Silversea Cruises regelmäßig Kunstexperten, Journalisten und Spitzenköche an Bord, ohne dies besonders hervorzuheben. Auch bei Transocean Tours sind häufig prominente Künstler an Bord, doch nur ausgewählte Reisen werden offiziell als Themenreise beworben. Einige Kreuzfahrten sind zudem von Natur aus schon als Themenreise zu betrachten. Dazu zählen Expeditionskreuzfahrten und [Studienkreuzfahrten].“ [FVW 2009, S. 1, www.fit-for-cruises.fvw.de (27.05.2009)]

Weiterhin wird vermittelt, dass sich Themen oft nur mit einer kleinen Gruppe umsetzen lassen. Wer teilnehmen möchte, muss dazu buchen. Auch muss nicht das ganze Schiff bei der Verwirklichung des Themas mitwirken, es reichen kleine Bereiche.

Die Kreuzfahrtanbieter konzentrieren sich auf die Qualitäten ihrer Produkte und heben diese nochmals besonders hervor, um weniger gefragte Termine und Routen aufzuwerten.¹²

Aus den eben betrachteten Darstellungen einer Themenkreuzfahrt ist erkennbar, dass unterschiedliche Vorstellungen bezüglich einer Themenkreuzfahrt möglich sind. Wie es in der Praxis aussieht, wird im Folgenden näher betrachtet.¹³

Von 30 untersuchten Kreuzfahrtanbietern führen knapp die Hälfte Reisen unter dem Begriff ‚Themenkreuzfahrten‘. Dies beinhaltet aber nicht die Menge der jeweils angebotenen Themenkreuzfahrten, sondern lediglich, wie viele von den genannten Anbietern überhaupt diese Art Kreuzfahrt aus-schreiben.

Allerdings ist die Verwendung von Themen auf fast allen Schiffen wieder zu finden. Im weiteren Text wird zwischen expliziten (direkt ausgeschriebene Themen) und impliziten (bestimmte Konstellationen geben Thema vor) Themenkreuzfahrten unterschieden.

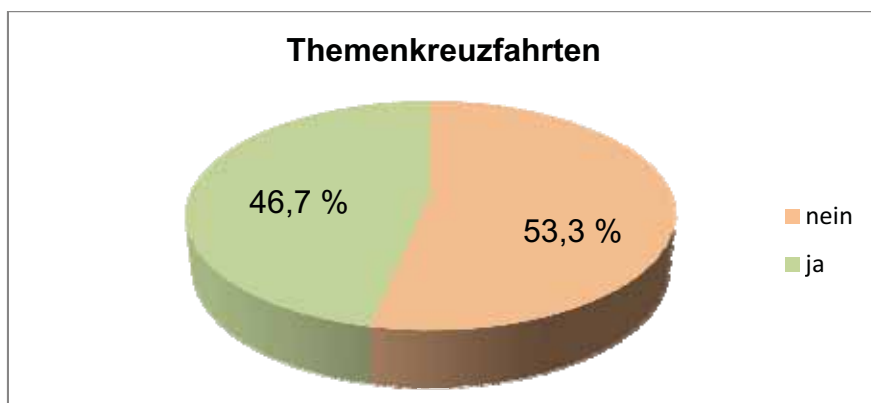


Abb. 1: Angebot an Themenkreuzfahrten bei Kreuzfahrtanbietern (n=30) - Quelle: eigene Darstellung

Die Themenkreuzfahrten werden auf nahezu allen Schiffstypen im Hochsee- und Flussbereich gleich verteilt angeboten, mit Ausnahme der jeweils größten und kleinsten Kategorie. Vereinfacht lässt sich das Angebot an Themen bei Kreuzfahrtschiffen wie folgt darstellen:

¹² Vgl. FVW 2009, S. 1f (www.fit-for-cruises.fvw.de, 27.05.2009)

¹³ Die Aussagen beziehen sich auf Themenkreuzfahrten im Jahr 2009.



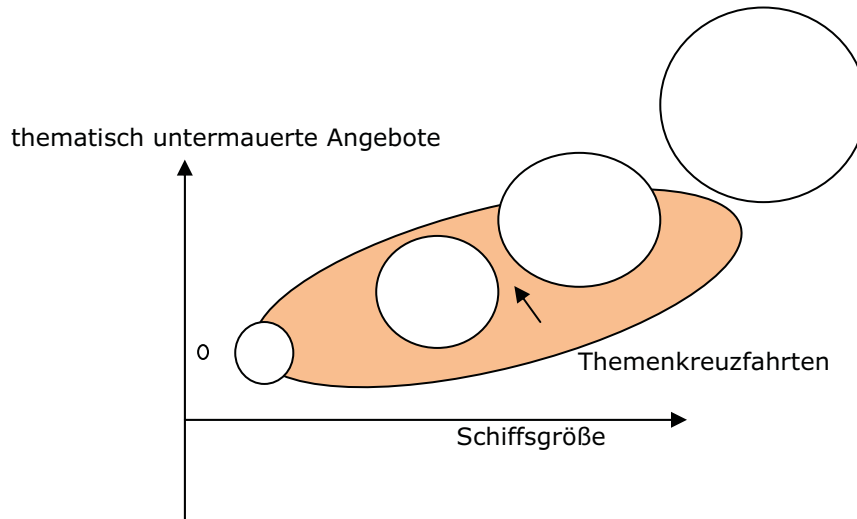


Abb. 2: Schiffsgößen und Themenkreuzfahrtenangebote - Quelle: eigene Darstellung

Mit der Größe der Schiffe steigt auch das Angebot an Themen. Aber dies heißt nicht, dass auch das Angebot an Themenkreuzfahrten steigt. Die Mega-Liner bieten viele Programme an, die thematisch untermauert sind, schreiben diese aber nicht als Themenkreuzfahrten aus, sondern offerieren sie als normale Zusatzleistungen.¹⁴

Bei den ganz kleinen Schiffen sind Themen nicht notwendig, da sich bei der Größe auf die Natur konzentriert wird, durch die gefahren wird.

Implizite Themenkreuzfahrten

Neben den direkt offerierten Themenkreuzfahrten gibt es noch weitere mit thematischen Schwerpunkten. Darunter fallen sogenannte Festtagskreuzfahrten, Charterkreuzfahrten, thematisierte Programme oder Postschiffe. Sie können zu den Themenkreuzfahrten gezählt werden, finden an dieser Stelle aber nur der Vollständigkeit halber Erwähnung und fallen aus den weiteren Betrachtungen heraus, die nur die expliziten Themenkreuzfahrten betreffen sollen.

- Festtagskreuzfahrten werden an Weihnachten, Sylvester oder Jubiläen wie Hochzeitstagen durchgeführt. Mit diesen Fahrten wird herausgestellt, dass an den Fest- und Jubeltagen Fahrten bzw. spezielle Arrangements gebucht werden können, um den Tag festlich zu begehen. Es werden somit besondere Tage im Jahr und im Leben genutzt, um die Reisen anzupreisen.
- Die Möglichkeit eines Charters bietet z.B. Go Barging. Unternehmen oder Privatpersonen mieten für den Eigenbedarf ein komplettes Schiff. Dabei können Programme des Anbieters genutzt oder eigene generiert werden. Wird der Charter vom Mieter bestimmt, wird er selbst zum Thema und Titel der Kreuzfahrt. Autoren, wie Pompl (1997), ordnen den Charter zudem gleichwertig neben Linien- und Bedarfsschiffahrt ein und geben ihm damit einen eigenständigen Bereich im Schiffsverkehr.¹⁵
- Des Weiteren werden Programme mit thematischer Untermauerung angeboten, die aber nicht als Themenkreuzfahrt deklariert sind, sondern als ‚normale‘ Zusatzleistung offeriert werden. Diese sind vor allem bei Reisen auf den Mega-Schiffen zu finden. Zudem werden auch mehrere Themen während ein und derselben Fahrt angesprochen, um das quantitativ größere Klientel zu

¹⁴ Durch die Vielfalt und Komplexität der Angebote und der technischen Raffinesse können Mega-Liner als Erlebniswelten angesehen werden.

¹⁵ Vgl. Pompl, 1997, S. 287



befriedigen. Die Mega-Schiffe, auch als schwimmende Erlebniswelten bezeichnet, sind dem Segment der Zeitgemäßen Kreuzfahrten zuzuordnen.

- Kreuzfahrten mit dem Postschiff sind ebenfalls buchbar. Auch wenn sie sich sehr nach einem Thema anhören, werden sie separat annonciert. Sie sind schwer einem der genannten Kreuzfahrtsegmente zuzuordnen und könnten als eigenständiges Segment gesehen werden, da die Postschiffe nicht nur für den ‚herkömmlichen‘ Sinn einer Kreuzfahrt genutzt werden, sondern auch zur Beförderung der Post entlang der Strecke dienen und damit der Reise ihren Namen verleihen.

Explizite Themenkreuzfahrten

Themenschwerpunkte

Bei Betrachtung der Angebote haben sich einige Schwerpunktthemen herauskristallisiert. Dabei stechen vor allem ‚Golf‘ und ‚Kulinarisches‘ (Essen & Trinken) hervor. Sie stehen bei vier Fünfteln der Anbieter im Programm und sind damit die Topthemen unter den Themenkreuzfahrten.

Knapp die Hälfte werben mit ‚Kabarett/Theater‘ und ‚Musik‘. Weitere Themen sind Astrologie/Meteorologie, Garten, Tanz und Wellness. Vereinzelt werden auch Themenkreuzfahrten mit den Mottos ‚Wandern‘, ‚Pferde‘, ‚Sprachen‘, ‚Artisten‘, ‚Photografie‘, ‚Mode‘ oder ‚Rad‘ angepriesen, um nur einige zu nennen.

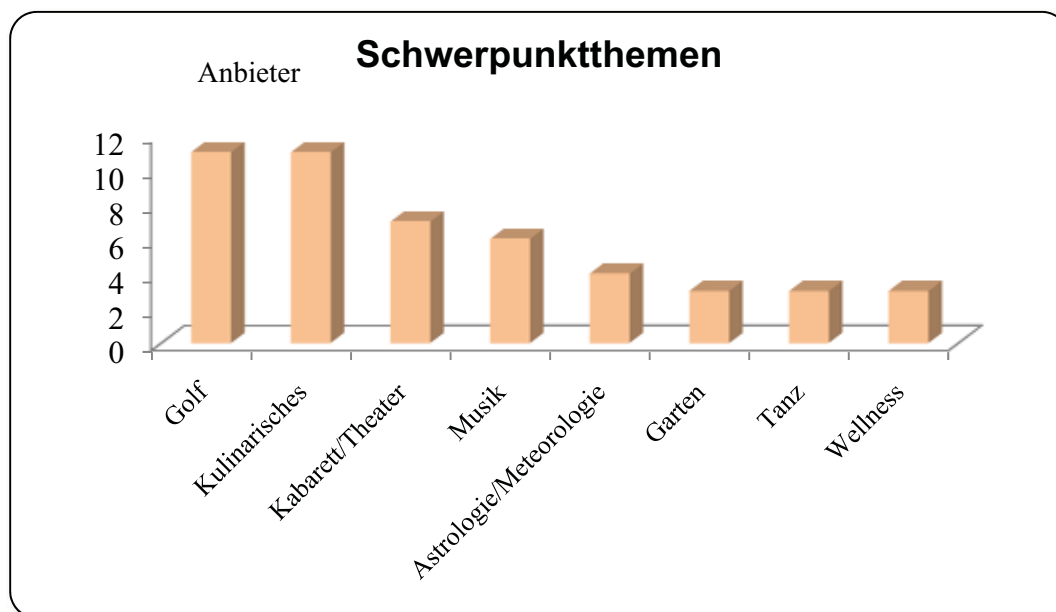


Abb. 3: Schwerpunktthemen bei Anbietern von Themenkreuzfahrten (n=14) - Quelle: eigene Darstellung

Die Menge der Themen variiert von Anbieter zu Anbieter, auch die Themen selbst werden unterschiedlich oft angeboten. Wie oft die Fahrten zu den Themen angeboten werden und ob sie auch tatsächlich durchgeführt werden, wird hier nicht näher betrachtet. Im Laufe einer Saison kommt es immer wieder zu Verschiebungen, Änderungen, neuen Reiseangeboten oder Ausfall einer Fahrt. Manche Themenkreuzfahrten kommen auch durch mangelndes Interesse nicht zustande, wenn das Thema in einem Paket angeboten wird und dieses aber nicht erworben wird. Das Thema der Kreuzfahrt fällt dann buchstäblich ins Wasser. Die Kreuzfahrt an sich findet aber dennoch statt.



Dauer der Themenkreuzfahrten

Bei der durchschnittlichen Dauer der Themenkreuzfahrten können im Vergleich zu herkömmlichen Kreuzfahrten keine signifikanten Abweichungen erkannt werden. Auf den Flussschiffen dauert eine Themenkreuzfahrt meist sieben bis acht Tage, bei den Hochseeschiffen sieben bis vierzehn Tage. Es gibt natürlich auch Reisen, die länger dauern, beispielsweise bei Crystal Cruises 62 Tage oder Transocean Tours 44 Tage. Dort werden Themen im Rahmen einer Weltreise angeboten.

Thema und Reiseregion

Ob das Thema mit der Region verbunden ist, durch die die Reise führt, hängt vom Anbieter und vom Thema selbst ab. Bei einigen Anbietern aus dem Hochseebereich sind die Themen nicht an Routen orientiert, sondern flexibel gestaltet. Damit können sie auf unterschiedlichen Strecken angeboten werden. Bei anderen Anbietern aus diesem Bereich sind beide Möglichkeiten vertreten, je nach Thema. Im Bereich der Flusskreuzfahrt wird sich an den Routen orientiert.

Die Nutzung bestimmter Routen wird zum Einen begründet mit zu vielen Anbietern, von denen es sich abzugrenzen gilt, und zum Anderen mit den Routen, die einige Themen schon vorgeben. Das trifft vor allem auf das Segment der Flusskreuzfahrten zu. Ähnlich ist es bei der Wahl besonderer Termine für die Themen; Begründung:

- a) zu große Konkurrenz zu bestimmten Zeiten,
- b) bestimmte Termine geben die Themen vor. Hiermit sind insbesondere die Festtagskreuzfahrten gemeint.

Die Entscheidung, bestimmte Routen und Termine zu verwenden, könnte damit nicht mit schwacher Auslastung derselben begründet werden, wie es in der Literatur¹⁶ dargestellt wird. In der Praxis wird die Frage nach der Schiffsauslastung bei Themenkreuzfahrten überwiegend negativ beantwortet. Somit würden die Schiffsauslastung und das Thema in keinem Zusammenhang stehen.

Umsetzung des Themenangebots

Wie viele Themen auf einer Kreuzfahrt umgesetzt werden, ist von Anbieter zu Anbieter unterschiedlich. Überwiegend wird sich auf ein Thema konzentriert. Einige wenige Anbieter nutzen mehrere Themen während einer Reise zur Unterhaltung.

Beachtet werden muss, dass einige Anbieter nicht auf allen Schiffen Themenkreuzfahrten anbieten und dass manche Anbieter ihre Themen nur einmal im Jahr anpreisen, andere wiederum regelmäßig.

Bei der Umsetzung der Themen ist kein einheitliches Schema erkennbar. Zum einen werden Themen in Pakete verpackt und verkauft, zum anderen werden die Themen an sich beworben.

Die Pakete enthalten Vorträge, Seminare, Workshops, Verkostungen oder Ausflüge. Oft sind Experten mit an Bord, die fachliches Wissen mitbringen.

Experten sind auch sonst gern gesehen. Denn auch bei den Themen, die nicht in Paketen angeboten werden, sind Kompetenzpartner vertreten.

Zum Einen werden komplett neue Ideen umgesetzt, zum Anderen werden aber auch herkömmliche Zusatzleistungen erweitert oder lediglich als solche angepriesen. Hier ist die Wellness-Kreuzfahrt zu nennen. Wellness-Angebote sind auf fast jedem Schiff als Zusatzleistung zu finden. Mit einer Themenkreuzfahrt ‚Wellness‘ werden diese Angebote noch einmal hervorgehoben.

Zusätzlich bieten einige auch Vor- und Nachprogramme, die zum Thema passen, aber extra gebucht und bezahlt werden müssen. Und auch nicht ausgeschriebene Themen sind möglich. Die Passagiere werden überrascht, wenn sie an Bord gehen.

¹⁶ Vgl. Schäfer, 1998, S. 201f



Ob alle Passagiere oder nur eine bestimmte Klientel erreicht werden, liegt an der jeweiligen Konzeption. Einige Themenangebote sind einem bestimmten Publikum durch Teilnehmerbegrenzung oder preisliche Schranken vorenthalten. Manche Themenprogramme sind inklusive, für andere wiederum muss zusätzlich gezahlt werden. So kann nur ein Bruchteil der Kreuzfahrtpassagiere an der Themenkreuzfahrt teilnehmen und für den großen Rest bleibt es eine normale Kreuzfahrt.

Welche Bereiche des Schiffes bei der Umsetzung des Themas mit einbezogen werden, hängt ganz vom Thema selbst ab. Bei allen beliebt sind das Restaurant und Speisen, sowie Programme an Bord und Land. Es kann also gesagt werden, dass nie das komplette Schiff mit einbezogen wird, sondern nur einzelne Bereiche und das Unterhaltungsprogramm.

Themenkreuzfahrttypen

Wie bereits erwähnt, besteht ein differenziertes Verständnis bezüglich einer Themenkreuzfahrt. Daraus können unterschiedliche Typen¹⁷ hergeleitet werden, die in drei Bereiche zu untergliedern sind:

- nach Schiffstypen (Typen K, P1, P2, PS)
- nach Themen (Typen G, Ü, F, EW)
- nach Unternehmen (Typ C)

Typ K: Das **komplette**¹⁸ Schiff unterliegt einem einzigen Thema.
Beispiel: Transocean Tours

Typ P 1: Das Thema der Kreuzfahrt wird nur **partiell**, in Kursen, auf dem Schiff umgesetzt. Die Themenkreuzfahrt ähnelt einer klassischen Kreuzfahrt.
Beispiel: Deilmann

Typ P 2: Das Thema der Kreuzfahrt wird nur **partiell**, in Kursen, auf dem Schiff umgesetzt. Die Themenkreuzfahrt ähnelt einer zeitgemäßen Kreuzfahrt.
Beispiel: MSC

Typ PS: Postschiffe¹⁹
Beispiel: Hurtigruten

Typ G: Die Kreuzfahrt steht laut Ausschreibung unter einem speziellen Thema, aber dieses wird nicht oder nur in **geringem** Ausmaß umgesetzt.
Beispiel: „Themen-Pakete mit Teilnehmerbegrenzung“

Typ Ü: Die Kreuzfahrt unterliegt laut Ausschreibung keinem thematischen Schwerpunkt; es ist aber dennoch einer vorhanden, mit dem die Passagiere während der Fahrt **überrascht** werden.
Beispiel: Silver Sea Cruises

Typ F: Festtagskreuzfahrten
Beispiel: Viking River Cruises

Typ EW: Erlebnisswelt (mit thematischen Bereichen)
Beispiel: Royal Caribbean

¹⁷ Die Typen umfassen sowohl explizite als auch implizite (C, EW, F, PS) Angebote an Themenkreuzfahrten.

¹⁸ Es können auch mehrere Bereiche sein, aber mehr, als bei Typ P1 und P2.

¹⁹ Kann auch als eigenständiger Kreuzfahrtstyp gesehen werden.



Typ C: Das Kreuzfahrtschiff wird von einem Unternehmen gechartert und die Aktivitäten an Bord nach dessen Wünschen gestaltet.

Beispiel: Hansa Kreuzfahrten

Zielgruppenakquise

Bisher konnte kein Kreuzfahrtanbieter mit der Einführung von Themenkreuzfahrten neue Zielgruppen erschließen. Es wird gesagt, dass kein Urlauber nur wegen eines Themas eine Kreuzfahrt bucht. Wer eine Kreuzfahrt unternehmen möchte, bucht auch ohne Thema. Das Thema könnte nur Ausschlag geben, für welche Kreuzfahrt sich entschieden wird, aber nicht, ob generell eine durchgeführt wird oder nicht. Aber es gibt auch Anbieter, deren Klientel keine Themen wünschen. Andere wiederum finden, dass mit bestimmten Themen Bildung und Unterhaltung gut zusammen gebracht werden können.

Daraus könnte sich schließen lassen, dass jeder Kreuzfahrtanbieter nach seiner Kundschaft entscheiden muss, ob Themenkreuzfahrten sinnvoll sind oder nicht. Die Erwartungen, die hinsichtlich der Themenangebote gehegt wurden, konnten bisher gar nicht oder nur in Maßen erfüllt werden. Wie oben erwähnt, für manche Anbieter rentiert es sich, für manche überhaupt nicht. Dabei spielt natürlich auch die Größe der Schiffe eine Rolle. Eine Pauschalisierung ist somit nicht möglich.

Themenangebote der Zukunft

Auch in naher Zukunft möchten Kreuzfahrtanbieter Themenkreuzfahrten durchführen. Dabei wird allerdings eingeschränkt, dass einige nur noch die Festtagskreuzfahrten ins Programm einbinden möchten. Andere möchten althergebrachte, florierende Themen wieder nutzen. Sie sind aber auch Neuen gegenüber aufgeschlossen.

Die Themen der Zukunft können denen der Gegenwart entsprechen – Essen & Trinken und Musik. Gesundheit, gesunde Ernährung und regionale Bräuche werden ebenfalls als zukunftssträftig verstanden.

Auch Golf wird weiterhin Thema sein. Dies wird teilweise aber nicht als Themenkreuzfahrt angesehen, da es nur eine kleine Gruppe von Passagieren anspricht.

Es existieren aber auch Stimmen, dass Themenkreuzfahrten keine Zukunft haben.



Abb. 4: Themen der Zukunft - Quelle: eigene Darstellung

Die Ausführungen sollen einen kleinen Einblick in den sehr weitläufigen und facettenreichen Bereich der Kreuzfahrt, der Themenkreuzfahrt, gewähren. Ein einziger Begriff reicht nicht aus, um diese Vielfalt zu beschreiben. Das zeigt auch die Praxis. Denn dort herrscht Uneinigkeit über die Sichtweise einer Themenkreuzfahrt. Für Einige stellt sie einen eigenständigen Kreuzfahrttyp dar, für



(viele) Andere, und das ist bei den aktuellen Angeboten in überwiegendem Maße der Fall, ist sie nur eine Verkaufsstrategie spezieller Arrangements. Inhalte und Umsetzung der Themen erfolgen ähnlich den standardisierten Zusatzleistungen der ursprünglichen Leistungsbündel. Die Inhalte werden nur exklusiver beworben. Durch die unterschiedlichen Einstellungen kann der Kunde irritiert werden. Der Begriff Themenkreuzfahrt ist in der Praxis nicht klar definiert und findet zu pauschal Verwendung.²⁰ Es sollte vorsichtiger mit dem Begriff umgegangen und nicht jede kleine Showeinlage als Themenkreuzfahrt ausgeschrieben werden. Weniger ist manchmal mehr.

Quellenverzeichnis

- Böhme, F., 2007, Kreuzfahrten für Golfer – Ein Nischenprodukt mit Erfolgsaussichten, VDM Verlag Dr. Müller Saarbrücken
- Elze, C., 2009, Themenkreuzfahrten – eine angebotsseitige Betrachtung, Technische Universität Dresden
- Freyer, W., 2006, Tourismus- Einführung in die Fremdenverkehrslehre, Oldenbourg Verlag München Wien
- Pompl, W., 1997, Touristikmanagement 1. Beschaffungsmanagement, Springer Verlag Berlin
- Schäfer, C., 1998, Kreuzfahrten. Die touristische Eroberung der Ozeane, Nürnberg
- Schroeder, G., 1995, Schroeder – Lexikon der Tourismuswirtschaft, Hamburg
- Weiland, G., 2005, Tourismus zur See und Architektur von Kreuzfahrtschiffen, Augsburg/Berlin
- FVW 2009
- <http://www.fvw.de/index.cfm?objectid=5319F2EE-CF38-A13B-A411294A5B0A66A1&navID=B417E1F7-A18C-922C-1F4AEED0B13DAE8C> (abgerufen am 18.05.2009)
- <http://fit-for-cruises.fvw.de/index.cfm?cid=246&pk=18&event=page.getcoursepdf> (abgerufen am 27.05.2009)
- Travel One – das Magazin für Reiseprofis, Petra Hirschel, 26.01.2005
- <http://www.travel-one.net/fileadmin/pdf/update/to0506.pdf> (abgerufen am 24.02.2009)
- Deilmann, Katalog Exklusive Gartenkreuzfahrten 2009
- Hapag Lloyd, Kataloge MS Columbus, MS Europa Nov 2008 - Mai 2010
- MSC, Katalog MSC Kreuzfahrten Nov 2008 - Dez 2009

²⁰ Um eine genaue Charakteristika für Themenkreuzfahrten zu generieren, ist weiterer Forschungsaufwand von Nöten. Als Grundlage könnte folgende Aussage dienen: Eine Themenkreuzfahrt sollte lediglich ein einziges Thema beinhalten, das durch mehrere Bereiche des Schiffes und verschiedenen Aktionen während der gesamten Fahrt umgesetzt wird. An den gebotenen Veranstaltungen sollten alle Passagiere teilnehmen können und auch keine Extragebühren bezahlen. Die Themen haben ‚neu‘ zu sein und nicht durch bereits gebotene Zusatzleistungen an Bord Umsetzung gefunden haben.

