




Liebe Leserinnen und Leser,

der aktuelle Newsletter bringt wieder einmal verschiedenste Informationen zur Kreuzfahrt – von den Reedereien, aus der Politik, und auch aus aktuellen Studien.

1. Carnival – gutes Ergebnis 2010

Die Carnival-Gruppe verzeichnet im Geschäftsjahr 2009/2010 steigenden Umsatz, von 13,5 auf 14,5 Mrd. \$, und der Nettogewinn verbesserte sich von 1,8 auf 2,0 Mrd. \$. Berichtet wird von leicht gestiegenen Preisen und verbesserter Auslastung der Schiffe. Für das neue Geschäftsjahr geht Carnival laut CEO Arison von 3,8 Mrd. \$ Erlösen aus dem operativen Geschäft aus, das Investitions-Budget liegt bei 3,6 Mrd. \$.

2. Schiffspositionen – in Echtzeit

Wer sich dafür interessiert, wo gerade welches Schiff unterwegs ist, kann sich über  <http://www.marinetraffic.com> die Position aller Schiffe anzeigen lassen. Die Übersichtskarte zeigt die Schiffsdichte in den Fahrtgebieten an, über die Menüführung lassen sich alle anderen Schiffe außer Passagierschiffen ausblenden, so dass man recht zügig zu den Kreuzfahrtschiffen gelangt, die dann mit Schiffsname und wichtigen Daten angezeigt werden.

3. Service-Test – Studie des Deutschen Instituts für Servicequalität

Das Angebots-Spektrum und die Service-Qualität von 19 Kreuzfahrt-Anbietern untersuchte das Institut für Servicequalität. Bester Anbieter im Bereich Hochsee war in der Studie NCL, wegen guter telefonischer Beratung und umfangreichem Sport- und Freizeitangebot an Bord. Den ersten Platz im Bereich Service gab es für TUI Cruises. Auf dem Fluss schnitt AROSA am besten ab. Das Institut bemängelte insbesondere den Beratungs- und Buchungsservice; telefonische Beratungen seien oft nur oberflächlich, und per Email gestellte Fragen werden oft nur unvollständig oder zu einem Fünftel gleich gar nicht beantwortet wurden. An Bord würden laut Studie weniger Wünsche offenbleiben, insbesondere auf der Hochsee. Problem bei den Flussschiffen seien insbesondere nicht vorhandene behindertengerechte Kabinen.

Kritik an der Studie gibt es zum Beispiel von Viking – die Mängel wären unzureichende Leistungsanalyse der Schiffe, Verkennung des Buchungsweges Reisebüro, falsche Auswahl und Gewichtung der Bewertungskriterien.

Leider ist es so, dass sich diese Kritik in weiten Teilen fortsetzen lässt. Zum Beispiel zeigt die sogenannte Leistungsanalyse eigentlich nur wenig Sachkenntnis von den Ausstattungen moderner Kreuzfahrtschiffe, deren Bewirtschaftung und deren Freizeitinfrastruktur. Wichtige Ausstattungsmerkmale und deren Zusammenspiel fehlen; die Gewichtung der in der Studie genutzten Merkmale setzt immer wieder in Erstaunen.



Was überraschend ist: Mit der Service-Qualität von Kreuzfahrten hat die Studie überhaupt nichts zu tun, was man aufgrund der Meldungen zunächst vermuten würde – der Service auf einem Kreuzfahrtschiff ist überhaupt nicht Gegenstand der Analyse, das wurde von niemandem untersucht.

Der eigentliche Untersuchungsgegenstand (und damit das Interessante an der Studie) sind die Ergebnisse von Anfragen per Telefon und Email sowie die Auswertung der Internetauftritte, wenn jemand bei Interesse an einer Kreuzfahrt hat, weitere Informationen sucht oder buchen möchte. Angefragt wird bei der Erhebung jedoch nur bei den Reedereien – aber das ist bekanntlich der „schwächste“ Vertriebsweg. Und ausgewertet werden nur die Internetportale der Reedereien – aber der Vertrieb läuft bekanntlich weitaus mehr auf anderen Portalen. Das dürfte wohl ein sehr selektiver und mehr als unvollständiger Zugang zum Untersuchungsziel „Servicequalität von Kreuzfahrten“ sein. Und selbst da lassen sich Kriterien hinterfragen, und noch mehr die Kenntnis des Untersuchungsgegenstandes, und oft fließen in die Vorgaben für die Auswertung Vorentscheidungen ein. Wenn zum Beispiel positiv eingerechnet wird, wenn Kreuzfahrten bei einigen Reedereien direkt über deren Homepage gebucht werden können, ist das eine Wertung. Andere Reedereien verkaufen nicht direkt, sondern immer stationär oder online über Reisebüros und andere Vertriebspartner – und das kann man nicht als Nachteil werten, das ist eine Vertriebsentscheidung! (Nebenbei: Kreuzfahrten sind mit der beratungsintensivste Bereich im Tourismus – und daher ist der Hauptvertriebsweg das Reisebüro, das in die Studie nicht einbezogen wird).

Insgesamt: Sicherlich eine interessante Studie, die eines deutlich macht – man muss immer genau hinschauen, wenn jemand mit einer Auszeichnung oder Prämierung winkt. Wer in dieser Studie gewonnen hat, hat ganz sicher nicht wegen der Service-Qualität gewonnen, sondern deshalb, weil die Studie so angelegt war. Das Institut wäre gut beraten gewesen, wenn es bei der Konzeption der Studie einen Kreuzfahrtspezialisten hinzugezogen hätte.

4. Neue Koreanische Cruise Line?

Die Südkoreanische Polaris Shipping plant anscheinend eine Gesellschaft, die Kreuzfahrten für China, Japan und Russland anbietet, mit kleineren Schiffen für etwa 500 Passagiere.

5. AIDA – erfolgreiches Jahr 2010

AIDA verzeichnet einen von 722,1 Mio. Euro auf 882,7 Mio. Euro gestiegenen Umsatz, die Zahl der Passagiere stieg um fast 20 % auf 511.400.

6. Kreuzfahrt-Konferenz

Bei einer Konferenz von Verantwortlichen aus der Kreuzfahrtbranche verwies Pierfrancesco Vago, CEO von MSC darauf, dass Europa der Wachstumsmarkt der Zukunft sei; ein neuer Quellmarkt für die Zukunft sei insbesondere Osteuropa. Kreuzfahrten in der Wintersaison müssten mehr beachtet werden; die Europäer hätten zwar viele verfügbare Ferientage, aber Reisen in der Wintersaison seien noch weniger beliebt. Auch Kevin Sheehan, CEO und Präsident von NCL, sieht den Wachstumsmarkt vorwiegend in



Europa, einschließlich der Winterzeit. Gianni Oratoro, Präsident von Costa, geht davon aus, dass Passagiere aus Europa in der Wintersaison außereuropäische Ziele präferieren.

Aus Sicht von Manfredi Lefebvre d'Ovidio von Silversea werden Umweltgesichtspunkte die Agenda in Zukunft dominieren. Und auch für Carnival UK CEO David Dingle sind Abgasnormen sowie der Verbrauch von und neue Regelungen für Treibstoffe die Herausforderungen der Zukunft. Dies kann auch bedeuten, so Dingle, dass die Schiffe langsamer werden, und das heißt, dass auch weniger Häfen angelaufen werden.

7. Dubai – Wachstumsmarkt Kreuzfahrt

Ein Wachstum von derzeit 325.000 Kreuzfahrt-Passagieren auf 575.000 in 2014 wird in Dubai erwartet. 2010 waren es 120 Kreuzfahrtschiffe, 2015 wird mit 190 Schiffsanläufen gerechnet.

8. holiday autos – Landausflüge mit Mietwagen

Individuelle Landausflüge werden beliebter – holiday autos hat reagiert und stellt an einigen Häfen einen Mietwagen zur Verfügung, der über Internet oder im Reisebüro vorab gebucht werden kann und dann direkt am Hafen bereitgestellt wird. Dazu gibt es Routenvorschläge für beliebte Ziele, die in der zur Verfügung stehenden Zeit erreicht werden können.

9. Kreuzfahrt-Crew - Drogenschmuggel

Crewmitglieder ertappt beim Schmuggel von immerhin 2 kg Heroin und Kokain von der Dominikanischen Republik in die USA – auf der Enchantment of the Seas von Royal Caribbean. Aufgepasst hat der Sicherheitsbeauftragte auf dem Schiff und dem Zoll seinen Verdacht mitgeteilt.

10. Carnival Corp. – neue Schiffe von Fincantieri

Carnival hat vier neue Schiffe bei der italienischen Werft Fincantieri bestellt: für Holland America Line, Carnival Cruises, Princess Cruises und Costa Crociere. Dazu kommen Optionen für zwei weitere Schiffe, für Carnival Cruises und Holland America Line.

So viel für heute. Viele Grüße

Bernhard Jans