



Dr. Fried & Partner

Unternehmensberater
für Marketing + Management

TITEL: KREUZFAHRTVERTRIEB ÜBER STATIONÄRE REISEBÜROS – STATUS QUO

STUDIENÜBERBLICK & STATISTIK

Die Unternehmensberatung Dr. Fried & Partner hat im Februar 2013 eine Online Reisebüro-Befragung zum Kreuzfahrtvertrieb über stationäre Reisebüros durchgeführt. 466 Reisebüros waren eingeladen sich an der Bewertung der Zusammenarbeit von Reisebüros und Kreuzfahrtunternehmen zu beteiligen, 71 Teilnehmer haben sich an der Befragung beteiligt (entspricht einer Rücklaufquote von 15,2%). Neben der Beantwortung von allgemeinen Fragen zum Kreuzfahrtvertrieb wurden die Teilnehmer um ihre Meinung zu insgesamt 11 Kreuzfahrtunternehmen im Segment Hochsee und 7 im Segment Fluss gebeten.

Die Studienergebnisse geben Aufschluss darüber, was Reisebüros in der Zusammenarbeit mit Kreuzfahrtunternehmen in Bezug auf Buchbarkeit, Agenturbetreuung und Provisionsmodell wichtig ist. Das vorliegende Dokument fasst die zentralen Studienergebnisse zusammen.

ZU BEWERTENDE KREUZFAHRTUNTERNEHMEN

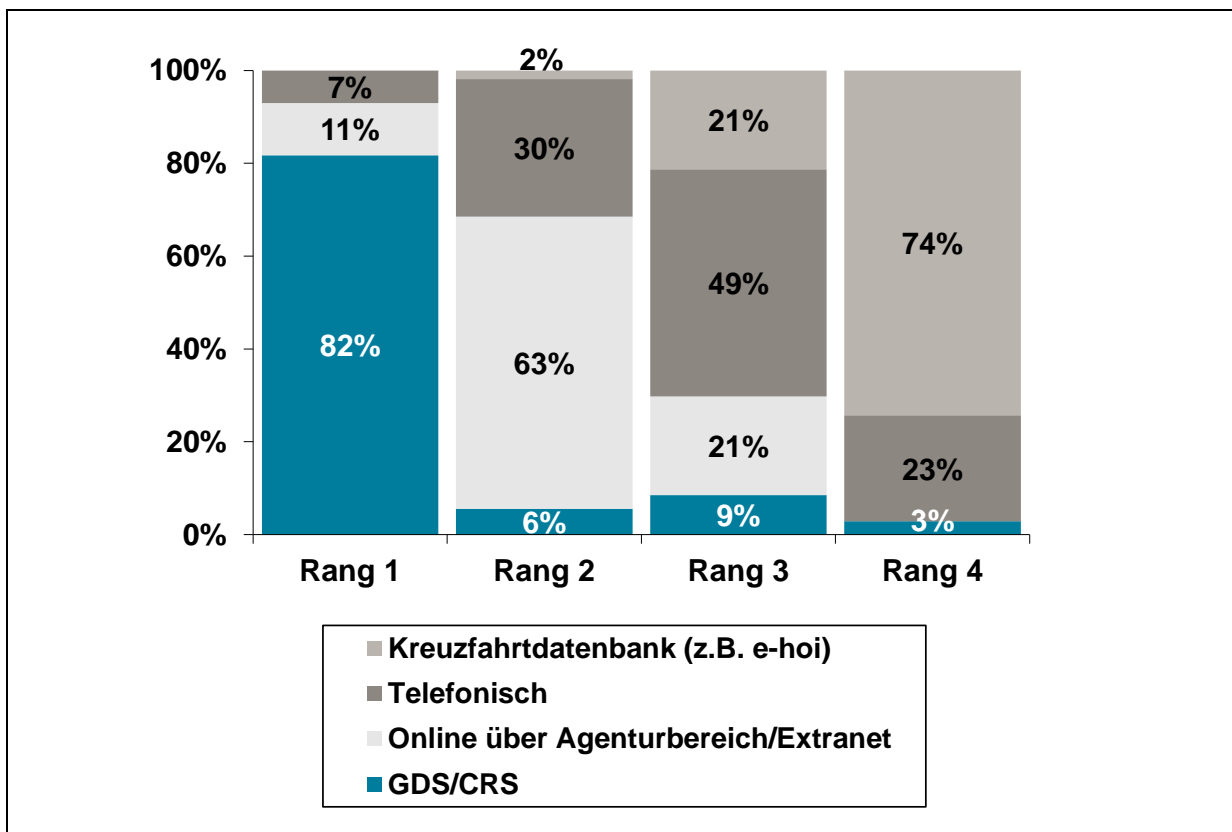
Segment Hochsee	Segment Fluss
AIDA Cruises	A-ROSA Flusskreuzfahrten
Costa Kreuzfahrten	Nicko Tours
Reederei Peter Deilmann	Phoenix Reisen
Hapag Lloyd Kreuzfahrten	Plantours
MSC Kreuzfahrten	TransOcean Kreuzfahrten
Norwegian Cruise Line	TUI FLUSSGENUSS
Phoenix Reisen	Viking Flusskreuzfahrten
Plantours	
Royal Caribbean International	
TransOcean Kreuzfahrten	
TUI Cruises	

BUCHBARKEIT VON KREUZFAHRTUNTERNEHMEN

1. Buchungsmedium beim Verkauf von Kreuzfahrten

Frage: Wenn Sie frei wählen könnten, welcher wäre Ihr präferierter Buchungsweg bei dem Verkauf von Kreuzfahrten?

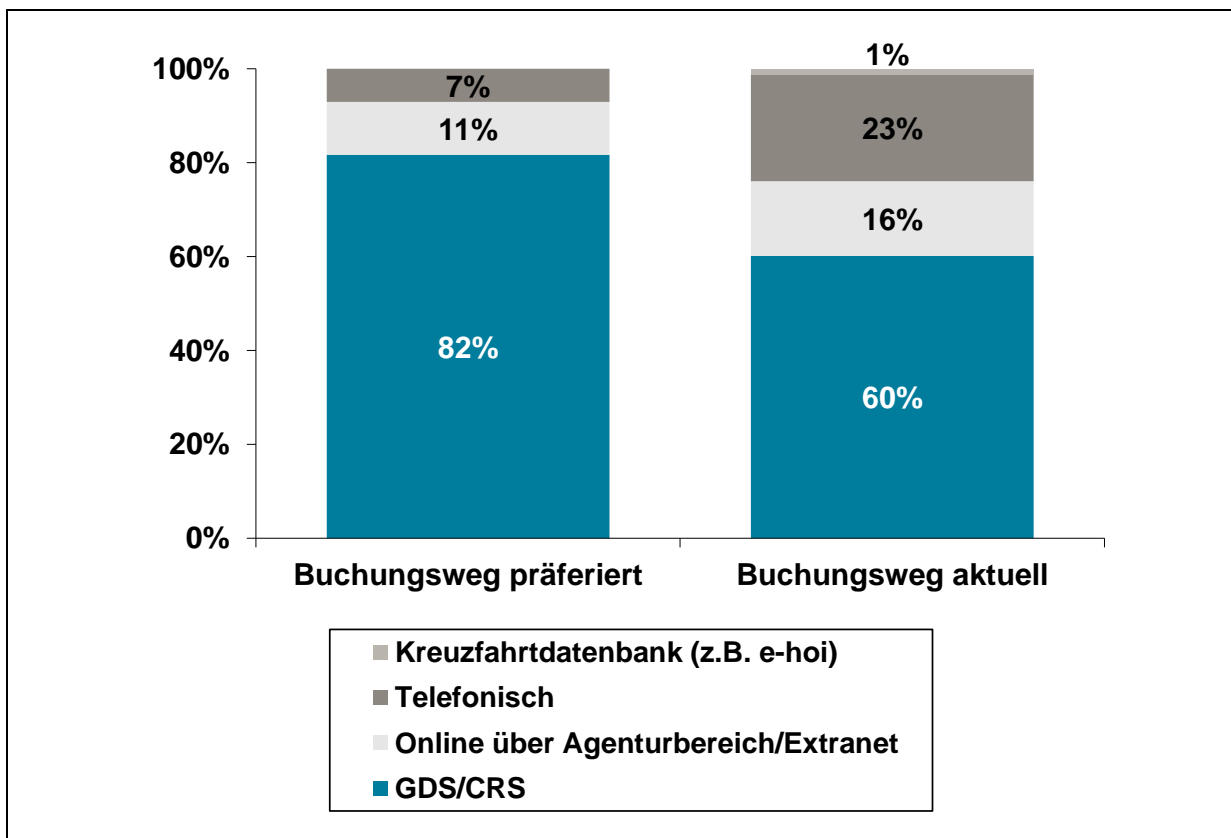
Darstellung: Ranking Buchungsweg nach persönlicher Präferenz – Rangfolge 1 bis 4



Mit deutlichem Vorsprung bevorzugen 82% der Befragungsteilnehmer den Buchungsweg GDS/CRS beim Verkauf von Kreuzfahrten. Zweitwichtigster Kanal ist die Online-Buchung über den Agenturbereich bzw. Extranet, gefolgt von der telefonischen Buchung. Die Buchung über Kreuzfahrtdatenbanken hat für die stationären Reisebüros kaum Relevanz.

Frage: Über welches Medium buchen Sie Kreuzfahrtunternehmen am häufigsten?

Darstellung: Höchste Relevanz präferierter Buchungsweg (links) im Vergleich zum aktuellen Buchungsweg von 18 ausgewählten Hochsee- und Flusskreuzfahrtunternehmen (rechts)



Vergleicht man den präferierten Buchungskanal mit den tatsächlich genutzten Buchungswegen wird deutlich, dass die telefonische Abwicklung an Bedeutung zu- und die Abwicklung über GDS/CRS abnimmt.

2. Zufriedenheit Buchbarkeit von Kreuzfahrtunternehmen – Best Practices

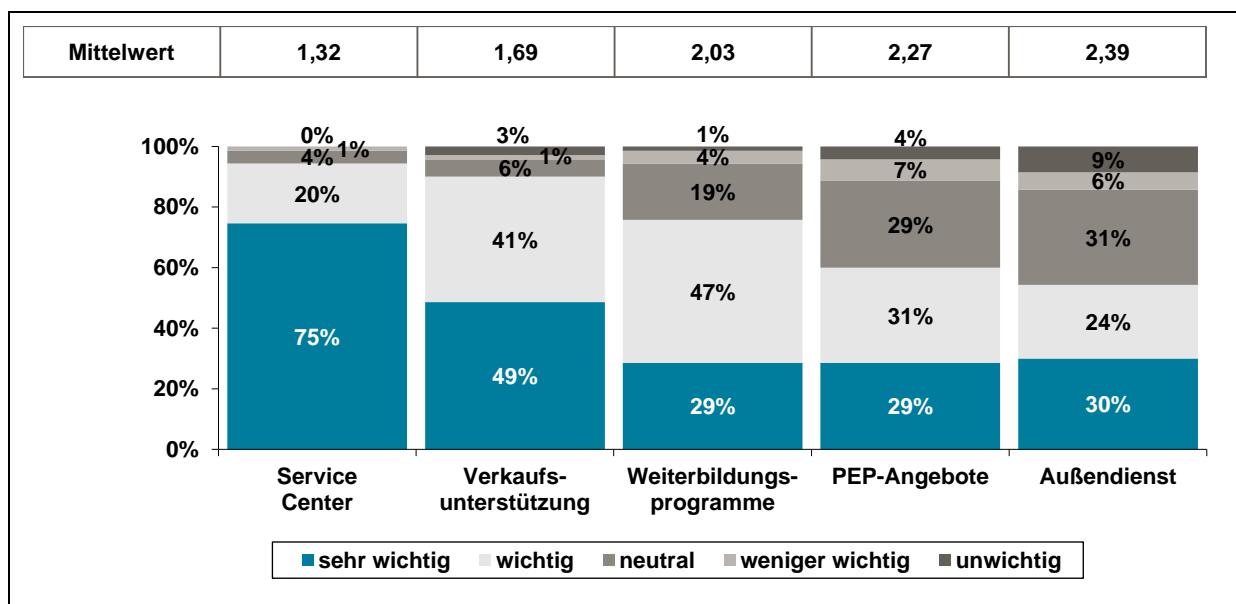
Die Kreuzfahrtunternehmen Phoenix Reisen und TUI Cruises werden in Bezug auf die Buchbarkeit am besten bewertet. Ausschlaggebend dafür sind die Kriterien Buchung der Kreuzfahrt, Optionierungsmöglichkeit und die Schnelligkeit bzw. Stabilität des Systems.

AGENTURBETREUUNG KREUZFAHRTUNTERNEHMEN

1. Elemente der Agenturbetreuung

Frage: Auf welche der folgenden Elemente legen Sie bei der Agenturbetreuung besonderen Wert?

Darstellung: Wichtigkeit ausgewählter Elemente der Agenturbetreuung



Das Service Center ist mit insgesamt 95% der Nennungen für „sehr wichtig“ und „wichtig“ das bedeutendste Element bei der Agenturbetreuung, gefolgt von der Verkaufsunterstützung mit 90%. Dem Außendienst wird im Vergleich die geringste Relevanz beigemessen.

2. Zufriedenheit mit der Agenturbetreuung von Kreuzfahrtunternehmen – Best Practices

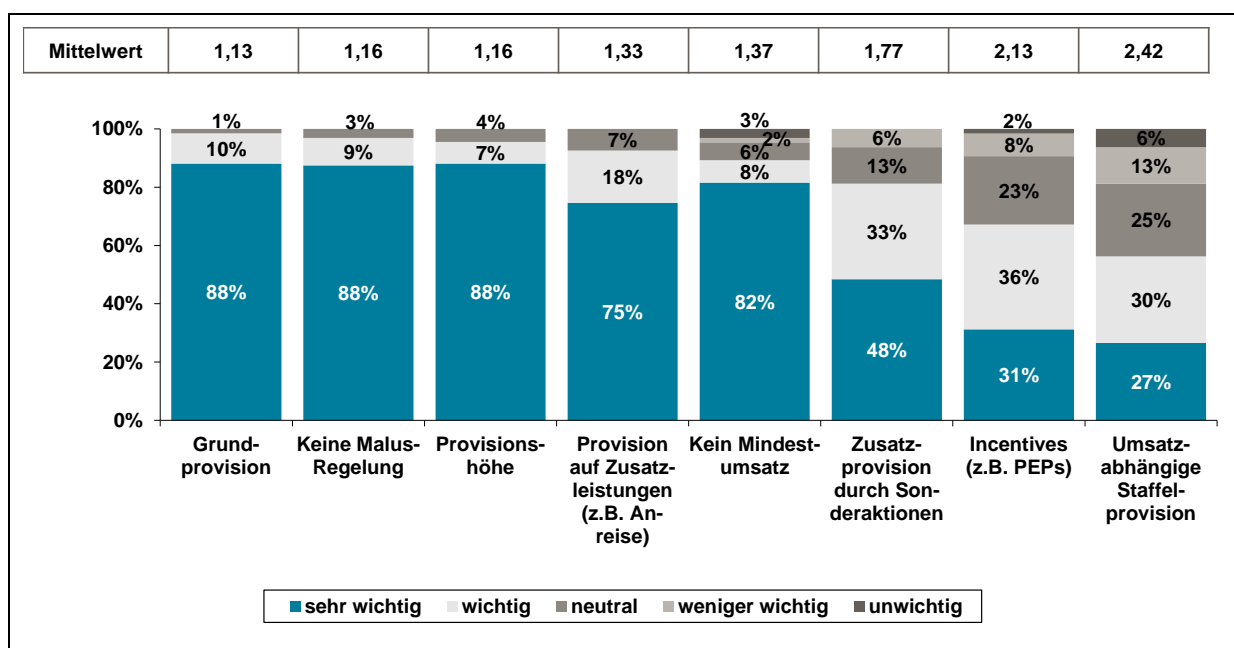
Die Reisebürozufriedenheit mit der Agenturbetreuung ist bei den Unternehmen TUI Cruises und Hapag Lloyd Kreuzfahrten am höchsten. Die Reisebüros loben bei TUI Cruises insbesondere den Außendienst und die Verkaufsunterstützung. Bei Hapag Lloyd Kreuzfahrten werden vor allem das Service Center und die PEP-Angebote geschätzt.

PROVISIONSMODELL KREUZFAHRTUNTERNEHMEN

1. Elemente eines Provisionsmodells

Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Elemente eines Provisionsmodells in Bezug auf die Buchung von Kreuzfahrtleistungen?

Darstellung: Wichtigkeit ausgewählter Elemente der Agenturbetreuung



Die bedeutendsten Elemente eines Provisionsmodells sind für die stationären Reisebüros die Grundprovision, keine Malus-Regelung und die Provisionshöhe. Incentives (z.B. PEPs) und umsatzabhängige Staffelprovisionen sind den Reisebüros im Vergleich weniger wichtig.

2. Zufriedenheit mit dem Provisionsmodell der Kreuzfahrtunternehmen – Best Practices

Mit dem Provisionsmodell von Phoenix Reisen und TransOcean Kreuzfahrten sind die stationären Reisebüros am zufriedensten. Ausschlaggebende Kriterien für die Zufriedenheit mit dem Provisionsmodell sind bei beiden Unternehmen die Provisionshöhe, kein Mindestumsatz und keine Malus-Regelung.

FAZIT

Bei der Frage nach der generellen Zufriedenheit von stationären Reisebüros mit Kreuzfahrtunternehmen schneiden im Segment Hochsee TUI Cruises, Hapag Lloyd Kreuzfahrten und Phoenix Reisen am besten ab. Im Segment Fluss sind die Reisebüros mit Phoenix Reisen und TUI FLUSSGENUSS am zufriedensten.

KONTAKT

Dr. Fried & Partner
Unternehmensberater für Marketing + Management
Lessingstraße 6
80336 München
Telefon: +49-89-29 07 28 0
Fax: +49-89-29 07 28 99

Weitere Informationen: www.fried-partner.de

ALLGEMEINES

Dr. Fried & Partner, das sind mehr als 45 Jahre Kompetenz als Berater namhafter Unternehmen, die wir auf ihrem Weg zum Erfolg begleiten. Unsere Projekterfahrung konnten wir in den letzten Jahrzehnten mit unseren Kunden und für unsere Kunden stetig ausbauen, und gleichzeitig unseren ganzheitlichen Beratungsansatz, der Analyse, Konzeption und Umsetzung umfasst, kontinuierlich weiterentwickeln.

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Dr. Markus Heller und Stephan Haller

TEAM

9 Berater
2 Mitarbeiter im Bereich Projektsupport / Administration
Umfassendes Netzwerk von Fachexperten und freien Mitarbeitern (u.a. in den Bereichen Training, IT und Marktforschung)