

Anja Perner

Produktpolitische Innovationen am Kreuzfahrtmarkt

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Technische Universität Dresden
Fakultät Verkehrswissenschaften „Friedrich List“
Institut Wirtschaft und Verkehr

Produktpolitische Innovationen am Kreuzfahrtmarkt

Diplomarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades
einer
Diplom-Verkehrswirtschaftlerin

Abgabetermin:
03.09.1999

Eingereicht von Anja Perner

Eingereicht an der **Professur für Tourismuswirtschaft**

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	VI
Anhangverzeichnis	VII
Vorwort	VIII
1 Grundlegendes zur Kreuzfahrt	1
1.1 Begriffsdefinition und geschichtliche Entwicklung der Kreuzfahrt	1
1.2 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	3
2 Analyse des Kreuzfahrtmarktes	5
2.1 Rahmenbedingungen	5
2.2 Das Kreuzfahrtangebot	6
2.2.1 Einflußfaktoren auf das Angebot	6
2.2.2 Die Angebotsstruktur	7
2.3 Die Kreuzfahrtnachfrage	11
2.3.1 Einflußfaktoren auf die Nachfrage	11
2.3.2 Typisierung der Nachfrage	13
2.3.3 Struktur der Reisenachfrage	15
3 Besonderheiten der Produktpolitik im Kreuzfahrttourismus	20
3.1 Definition und Einordnung der Produktpolitik in den Marketing- Management-Prozeß	20
3.2 Aufgaben und Ziele der Produktpolitik	22
3.3 Bereiche der Produktpolitik im Kreuzfahrttourismus	24
3.3.1 Die Leistungskette	24
3.3.2 Darstellung der Leistungsebenen	28
3.3.3 Gestaltungsmöglichkeiten der Produktpolitik	32
4 Die produktpolitische Innovation	42
4.1 Begriffsdefinition und Ziele	42
4.2 Darstellung des Innovationsprozesses	47

4.3	Mögliche produktpolitische Innovationen am Kreuzfahrtmarkt	52
4.3.1	Innovationen in der Potentialphase.....	52
4.3.1.1	Innovationen zum Abbau der Vorurteile	52
4.3.1.2	Innovative Leistungen zur Reisevorbereitung.....	58
4.3.1.3	Die übergeordnete Organisation als Marktneuheit.....	65
4.3.2	Innovationen in Bezug auf die Produktpalette.....	67
4.3.2.1	Angebot neuer Kreuzfahrtformen.....	67
4.3.2.2	Sonderform Paket-Angebot	75
4.3.2.3	Nischenangebote.....	78
4.3.3	Innovationen in Bezug auf die Positionierung.....	82
4.3.3.1	Massenmarkt.....	83
4.3.3.2	Luxusmarkt	87
5	Fazit und Ausblick.....	90
Anhang		IX
Literaturverzeichnis		XVI
Ehrenwörtliche Erklärung.....		XXIII

Abkürzungsverzeichnis

BAT	British American Tobacco
BRT	Bruttoregistertonne
CLIA	Cruise Line International Association
CS	Clubschiff
F.U.R	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
FVW	FVW-International
MS	Motorschiff
NACOA	National Association of Cruise-Only Agencies
NCL	Norwegian Cruise Line
RA	Reiseanalyse
PSA	Passenger Shipping Association
PSARA	Passanger Shipping Association Retail Agent
RCCL	Royal Caribbean Cruise Line
RCI	Royal Caribbean International
SPKD	Seepassage-Komitee Deutschland e.V.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Leistungen einer Kreuzfahrt.....	1
Abbildung 2	Arten des Schiffverkehrs.....	8
Abbildung 3	Passagier-Aufkommen.....	10
Abbildung 4	Kreuzfahrt-Umsätze.....	10
Abbildung 5	Lebensstile und Kreuzfahrertypen.....	14
Abbildung 6	Einordnung der Produktpolitik in den Marketing- Management-Prozeß.....	21
Abbildung 7	Kern- und Zusatzleistungen im Kreuzfahrttourismus.....	31
Abbildung 8	Begriffsdimension der Produktinnovation.....	51

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Bedeutung einzelner Kreuzfahrtmotive bei Kreuzfahrern und Nichtkreuzfahrern	12
Tabelle 2	Zusammenhang zwischen Kreuzfahrterfahrung und -interesse nach Einkommen.....	13
Tabelle 3	Wachstum der Kreuzfahrtindustrie weltweit 1980 bis 1998.....	15
Tabelle 4	Reisedauer einer Kreuzfahrt	16
Tabelle 5	Die Fahrtgebiete	17
Tabelle 6	Kreuzfahrt-Preise	18
Tabelle 7	Reiseausgaben pro Person.....	18
Tabelle 8	Passagier-Alter	19
Tabelle 9	Kapazität der größten Kreuzfahrtanbieter 1996 und 1999.....	35
Tabelle 10	Altersprofil der führenden Gruppen.....	38
Tabelle 11	Preisstufen in der Kreuzfahrttouristik.....	39
Tabelle 12	Die Größe von Kreuzfahrtschiffen.....	40
Tabelle 13	Analyse der Neubauten nach Kapazität und Typ.....	41
Tabelle 14	Vergleich einer einwöchigen Kreuzfahrt mit einem Landurlaub	57

Anhangverzeichnis

Anhang 1	Kreuzfahrt-Fahrtgebiete	IX
Anhang 2	Saisonzeiten der Kreuzfahrtdestinationen.....	X
Anhang 3	Betriebskosten eines modernen Kreuzfahrtschiffes.....	XI
Anhang 4	Preisnachlässe und Rabatte	XII
Anhang 5	Darstellung der Kreuzfahrtschiffe.....	XIII

Vorwort

Mein Interesse für die touristische Schifffahrt wurde durch ein Praktikum bei der Sächsischen Dampfschiffahrts-GmbH & Co. Conti Elbschiffahrts KG 1998 in Dresden geweckt. Die intensive Beschäftigung mit der Schiffstouristik führte mich zu dem bedeutenden, zugleich aber sehr problematischen Teilbereich Kreuzfahrt. Bei der Literaturrecherche fiel auf, daß bislang nur sehr wenige wissenschaftlich fundierte Beiträge zum Thema Kreuzfahrten verfaßt wurden und daß selbst Standardwerke der Tourismusliteratur den Begriff, wenn überhaupt, nur ungenügend aufgreifen. So stütze ich mich zu großen Teilen auf Beiträge in touristischen Fachzeitschriften sowie Literatur aus den USA und Großbritannien. Sehr hilfreich war weiterhin die Bereitstellung von Informationsmaterial besonders des Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verbandes e.V. und der Cruise Line International Association in New York, bei denen ich mich ganz herzlich bedanken möchte. Mein Dank gilt auch Prof. Dr. Walter Freyer und Dipl.-Kffr. Gabriele Clauss für die wissenschaftliche Beratung und Betreuung. Nicht zuletzt bedanke ich mich bei Frau Heike Bechler, die mir durch verschiedene inhaltliche Anregungen eine große Hilfe war.

1 Grundlegendes zur Kreuzfahrt

1.1 Begriffsdefinition und geschichtliche Entwicklung der Kreuzfahrt

„Eine Kreuzfahrt ist eine Vergnügen, Erholung bzw. Studien gewidmete Seereise mit Vollpension auf einem mit Kabinen, Bewirtschaftungs- und Aufenthaltsräumen ausgestatteten Fluß- oder Hochseeschiff. Neben dem Abfahrts- und Ankunfts-Hafen steuert es mindestens noch einen weiteren Hafen an. An Bord ist in der zum Pauschalpreis gebuchten Reise mindestens eine Übernachtung eingeschlossen.“¹

Ein attraktives Merkmal eines Kreuzfahrturlaubes ist der Charakter eines Reisepaketes, das heißt, der Gast weiß vorher genau, welche zusätzlichen Ausgaben ihn auf der Reise erwarten. Folgende Übersicht zeigt, welche Leistungen auf einem Kreuzfahrtschiff meist im Preis enthalten sind bzw. vor Ort zusätzlich bezahlt werden müssen:

Im Kreuzfahrtpreis eingeschlossen	nicht eingeschlossen
<ul style="list-style-type: none"> • Unterbringung, Verpflegung • Anlaufen der verschiedenen Ausflugsorte • Entertainment • Einrichtungen zur Erholung/Entspannung (Pool, Kino, Theater, Konzerte, Sport, ...) • Flug bei Paketen • Transfer bei Paketen • Trinkgelder auf einigen Schiffen 	<ul style="list-style-type: none"> • alkoholische Getränke (Ausnahme: Luxusshippe) • Landausflüge • Schönheitssalon • Massage, Sauna, Fitneß Center • Einkäufe an Bord • Medizinische Versorgung • Trinkgelder auf den meisten Schiffen

Abbildung 1: Leistungen einer Kreuzfahrt
(Quelle: Vgl. SEMER-PURZYCKI/PURZYCKI 1999, S. 30)

¹ Ganser (1991), S. 144.

Kreuzfahrten zeichnen sich durch ein festgelegtes Programm aus. An Bord sind feste Essenszeiten, Entertainment und an Seetagen professionelle Animation geplant. Auch in den Anlaufhäfen werden organisierte Touren angeboten. Unterbringung und Verpflegung kennzeichnet ein gewisser Luxus.

Die **geschichtliche Entwicklung** der Kreuzfahrt ist in zahlreichen Publikationen dargestellt.² Aus diesem Grund soll hier nur kurz darauf eingegangen werden. Die Kreuzfahrt ist aus der Passagierschiffahrt hervorgegangen, welche ihren Aufschwung Ende des vergangenen Jahrhunderts durch neue technische sowie ökonomische Entwicklungen (Auswandererstrom von Europa in die USA) nahm. Als erste Kreuzfahrt der Geschichte gilt eine Nordlandreise, durchgeführt 1890 von der Reederei Norddeutscher Lloyd. Ursprünglich wurden diese luxuriösen Reisen wegen schlechter Auslastung der Linienschiffe in den Wintermonaten durchgeführt. Nach dem 1. Weltkrieg bot die Organisation „Kraft durch Freude“ Kreuzfahrten auch als Billig-Urlaub für Arbeiter an. Der immer stärker werdenden Luftverkehr führte nach dem 2. Weltkrieg zum Bau einer ganzen Serie luxuriöser Transatlantik-Liner, die den Wettbewerb aufnehmen sollten. Der Einsatz der Boeing 707 im Jahr 1959 ermöglichte erstmals den Massenverkehr mit einem Flugzeug. Dies kann als das Ende der Passagierschiffe als Verkehrsmittel auf der Atlantikroute gesehen werden. Die Erschließung eines neuen Marktes war erforderlich. So wurden die Transatlantik-Liner in den 60er und frühen 70er Jahren als Kreuzfahrtschiffe umgebaut. Erst danach begann der Bau neuer, speziell auf die Bedürfnisse von Kreuzfahrtpassagieren ausgerichteter Schiffe.

² Vgl. Ganser (1991), S. 139ff.; Hockmann (1993), S. 19ff.; Baumann (1998), S. 295ff.