

Neukunden-Gewinnung forcieren

Die Mitglieder der Kreuzfahrt-Initiative KI fordern die Branche zu einem verstärkten Engagement für die Neukunden-Gewinnung auf. Diese leidet am stärksten unter den Folgen der Concordia-Havarie.



Das Concordia-Unglück hat den Reisebüros mehr Arbeit bei der Beratung beschert.

Foto: Heike Fritsch

Auf dem Treffen der Kreuzfahrt-Initiative in der vergangenen Woche haben die Mitglieder festgestellt, dass das Unglück des Costa-Schiffes den Beratungsaufwand massiv vergrößert hat. Reisebüros müssten vor allem bei Neukunden erheblich länger beraten als vor der Havarie. Bei Stammkunden und Wiederholern immerhin sei die Buchungsrate stabil geblieben.

Die in den vergangenen Wochen immer wieder an die Wand gemalte Buchungsdelle aufgrund des Schiffsunglücks spürte vor allem der Online-Vertrieb ohne Beratungsmöglichkeiten. Der erzielte Umsatz war signifikant schlechter als im beratungsintensiven Vertrieb der stationären Reisebüros, heißt es auf Seiten der Kreuzfahrt-Initiative.

Die Initiative will gegensteuern: „Die Neukunden-Gewinnung bedarf jetzt gezielter Anstrengungen aller Beteiligten. Wir haben deshalb entsprechende Marketing-Maßnahmen beschlossen, um die insgesamt positive Entwicklung im Kreuzfahrt-Segment durch die Erschließung weiterer Kundenpotenziale zu fördern“, so Rüdiger Heise, Erster Vorsitzender der Kreuzfahrt-Initiative.

Faires Miteinander von Vertrieb und Leistungsträgern

Auf der Mitgliederversammlung wurden außerdem die „Fair-Play-Regeln im Kreuzfahrt-Vertrieb“ verabschiedet. Die Regeln spiegeln die Wünsche des Vertriebs zu Fragen wie der Kommunikation, des Direktvertriebs, der Buchungs- beziehungsweise Abwicklungsprozesse und der Vergütung wider. Der Katalog wird in den nächsten Wochen an Veranstalter und Reedereien verschickt. Nach gemeinsamen Gesprächen sollen die Regeln und Vereinbarungen mit den Leistungsträgern dann im Sommer veröffentlicht werden.

Rainer Nuyken, Geschäftsführer von Treffpunkt Schiff Atouro, ist bei dem Mitgliedertreffen zum Pressesprecher ernannt worden.

Die Kreuzfahrt-Initiative ist seit Jahresbeginn 2012 Mitglied im Deutschen Reise Verband.

Quelle: <http://www.fvw.de/neukunden-gewinnung-forcieren/393/101453/11179>

© 2012 Verlag Dieter Niedecken GmbH, Alle Rechte vorbehalten