

PRESSEMITTEILUNG

Jahrestagung 2015 der Kreuzfahrt-Initiative in Hamburg:

- **KI-Vollcharter-Projekt „Stars del Mar“ mit großer Nachfrage**
- **Fair Play Award 2016 mit neuer Kategorie für kleine Reedereien**
- **Marktentwicklung: Vorausbuchungen für 2016 zeigen hohe Zuwächse**
- **Unsicherheit nach BGH-Urteil zum Einschluss von Trinkgeldern**

Ludwigsburg, 12. November 2015 – Die fünfte ordentliche Mitgliederversammlung der Kreuzfahrt-Initiative e.V. (KI) fand in der Hamburger Hafencity statt. Rüdiger Heise, 1. Vorsitzender der KI, begrüßte 22 der inzwischen auf 31 Mitglieder gewachsenen Kooperation von Kreuzfahrt-Vertriebsplätzen.

In seinem Geschäftsbericht zeigte sich Rüdiger Heise insgesamt sehr zufrieden mit der Entwicklung der Kreuzfahrt-Initiative. Vor dem Hintergrund der gegenwärtig sehr guten Zusammenarbeit mit den Reedereien könne sich die KI mehr auf gemeinsame Vertriebsaktionen konzentrieren. Neben dem STARS del Mar Vollcharter und Verkaufsaktionen mit verschiedenen Reedereien soll es 2016 auch einen neuen Kinospot geben.

KI-Vollcharter-Projekt „STARS del Mar“ auf Kurs

Erstmals findet vom 8. bis 11. September 2016 das von den Mitgliedern der KI entwickelte Event-Format „STARS del Mar“ statt. Höhepunkte des Programms an Bord der exklusiv gecharterten Mein Schiff 1 von TUI Cruises sind die Live-Konzerte u.a. von Nena, Suzi Quatro und der Spider Murphy Gang. Durch das Programm führt der britisch-deutsche Star-Entertainer Ross Antony. Der Vertrieb läuft ausschließlich über die Mitglieder der Kreuzfahrt-Initiative. „Dank der phantasievollen Marketing-Aktivitäten unserer Mitglieder in ihren lokalen Märkten und bundesweit liegt die Auslastung über Plan. Insbesondere die teuersten Kabinenkategorien sind schon komplett ausgebucht“, zieht Rüdiger Heise eine positive Zwischenbilanz. Angesichts dieser guten Aussichten beschloss die Mitgliederversammlung für spätestens 2018 die zweite Ausgabe von „Stars del Mar“.

„Fair Play Award 2016“

Im Februar 2015 hatte die KI erstmals den „Fair Play Award“ vergeben. Die Preisträger Norwegian Cruise Line, Hapag Lloyd Kreuzfahrten und Cunard Line wurden für ihre besonders vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Vertriebspartnern ausgezeichnet. Bis zum Ende des Jahres läuft die Befragung aller KI-Mitglieder zum Fair Play Award 2016, der im Februar 2016 in Hamburg im Rahmen eines festlichen Gala-Dinners verliehen wird. Erstmals wird dabei mit einem speziellen Award das Engagement kleinerer Reedereien für den Drittvertrieb gewürdigt.

Die KI hatte 2012 die „Fair-Play-Regeln für den Kreuzfahrten-Vertrieb“ formuliert. „Wir konnten damit einen konstruktiven Dialog in Gang setzen, der die Zusammenarbeit zwischen Reedereien und Vertrieb gestärkt hat. Die sich stetig verbessernden Umfrageergebnisse bei den KI-Mitgliedern belegen, dass die Branche auf einem guten, vertrauensvollen Weg ist“, so der 1. Vorsitzende Rüdiger Heise.

Marktentwicklung: Vorausbuchungen für 2016 erneut mit hohen Zuwächsen

Die KI-Mitglieder beurteilen die Marktlage für das Kreuzfahrt-Business unverändert positiv. Das Geschäftsjahr 2014/15 schließt bei den KI-Mitgliedern mit zweistelligen Zuwächsen bei Umsatz und Passagieren ab. Angesichts wachsender Kapazitäten bei den marktführenden Anbietern wird ein Anhalten des Wachstums erwartet. Sehr erfreulich entwickeln sich die Vorausbuchungen für 2016: nicht nur die Zahl der Passagiere verspricht hohe Auslastungen – auch die Raten liegen auf erneut höherem Niveau, was die Rückkehr des Marktes zum früheren Buchen vermuten lässt.

Die große Herausforderung des Vertriebs bleibt es, mit dem hohen Wachstumstempo der Reedereien Schritt zu halten. „Um jedes Jahr die, wie z.B. bei TUI Cruises, bis zu 40% höhere Kapazität verkaufen zu können, muss auch der Vertrieb massiv in das eigene Marketing und in qualifiziertes Personal investieren. Das setzt Kapitalkraft, Mut und Vertrauen in die Partner voraus, denn die Provisionen fließen erst bei Abreise der Kunden, die wir bis zu 18 Monate im Voraus geworben haben“, so Rüdiger Heise.

Entspannung erwarten die KI-Mitglieder in der Diskussion mit Kunden um Rückvergütungen und Bordguthaben. Gegen die hohen Rabattversprechen insbesondere von Banken und Sparkassen, die die positiven Emotionen von Reiseprodukten für eigene Marketingzwecke nutzen, konnte bislang kein wirksames Rechtsmittel gefunden werden. Hoffnung kommt jetzt von der EU durch eine neue Verordnung zur Deckelung der Interbankenentgelte. Damit dürfte es für die Kreditkartenanbieter erheblich schwieriger werden, Reisepreis-Rückvergütungen von bis zu 7% oder kostenlose Reiserücktrittskostenversicherungen zu finanzieren.

Unsicherheit nach BGH-Urteil zum Einschluss von Trinkgeldern in den Endpreis

In seiner Entscheidung vom 7.5.2015 hat der BGH bestätigt, dass verpflichtende Trinkgelder und Serviceentgelte im beworbenen Endpreis eingeschlossen werden müssen. Dieses Urteil verursacht im Vertrieb erhebliche Unsicherheit, da die Reedereien in ihrer Werbung Trinkgelder/Serviceentgelte nunmehr als freiwillig beschreiben, der Gast jedoch an Bord erfährt, dass die Reduzierung der täglichen Trinkgeld-Abbuchung vom Bordkonto erheblich erschwert wird.

Die Reisebüros sehen sich in einem Dilemma: einerseits werden sie in den Agenturverträgen verpflichtet, ausschließlich mit den Originalpreisen der Reederei zu werben, müssen entsprechend die begleitenden Formulierungen verwenden und sehen sich deshalb der Gefahr von Abmahnungen ausgesetzt, für die bislang keine Haftungsfreistellungen gegenüber den Vertriebspartnern erklärt wurden. Würden die Reisebüros andererseits entsprechend der Vorgabe des BGH-Urteils werben, müssten sie höhere Preise ausweisen, als dies die Reedereien in ihrer eigenen Werbung tun.

Der Reisende hat durch das BGH-Urteil selbst keinen Anspruch auf Erstattung von nicht im Endpreis ausgewiesenen Zwangs-Entgelten. Gleichwohl wurde ihm durch die Veröffentlichung des Urteils der gegenteilige Eindruck vermittelt, so dass die Zahl der entsprechenden Reklamationen gegenwärtig spürbar ansteigt. Die KI-Mitglieder

äußern daher die dringende Bitte an die Reedereien, konkrete Handlungsanweisungen für die reisebüroeigene Werbung und das Verhalten gegenüber reklamierenden Kunden zu geben.

Zur Kreuzfahrt-Initiative:

In der Kreuzfahrt-Initiative haben sich im Juli 2011 Reisebüros, Online-Unternehmen und Reisebüro-Kooperationen zusammengeschlossen. Unternehmen, die sich auf den Vertrieb von Kreuzfahrt-Produkten spezialisiert haben und die der KI beitreten möchten, informieren sich unter www.kreuzfahrt-initiative.de, oder wenden sich direkt an die Vorstandsmitglieder Rüdiger Heise (Mare Reisen, Bremen), Detlev Schäferjohann (e-hoi, Frankfurt), Rainer Nuyken (Treffpunkt Schiff, Ludwigsburg), Thomas Rauther (Reisebüro Rauther, Hamburg) und Jörg Weißgräber (Reisebüro Fahrenkrog, Kiel).

Pressekontakt:

Rainer Nuyken
Pressesprecher Kreuzfahrt-Initiative (KI)
Treffpunkt Schiff / AtourO GmbH
Tel. 07141-70236-35
Email: nuyken@atouro.de