

P R E S S E M I T T E I L U N G

Kreuzfahrt-Initiative verleiht den „Fair Play Award 2016“: Auszeichnungen für Norwegian Cruise Line, Hapag Lloyd Cruises und Royal Caribbean International – Sonderpreis für Silversea Cruises

Hamburg, 16. Februar 2016 – Norwegian Cruise Line, Hapag Lloyd Cruises und Royal Caribbean International haben sich im Wettbewerb der Schiffsreisen-Veranstalter um den Fair Play Award 2016 durchgesetzt. Die Auszeichnungen wurden von der Kreuzfahrt Initiative am 16. Februar 2016 im Rahmen eines festlichen Dinners in der Kaffeebörse des Ameron Hotels in der Hamburger Speicherstadt verliehen.

Die Kreuzfahrt Initiative e.V. (KI) hat den „Fair Play Award“ erstmals 2015 vergeben. Ziel ist die Würdigung des Engagements der Reedereien und Kreuzfahrten-Veranstalter in der Zusammenarbeit mit dem Drittvertrieb und die Fortsetzung des konstruktiven Dialogs.

Als Interessensvereinigung führender Kreuzfahrt-Vertriebsstellen in Deutschland hatte die KI die „Fair-Play-Regeln im Kreuzfahrten-Vertrieb“ formuliert: Einfache, faire und klare Vergütungsmodelle, Freiheit in unternehmerischen Entscheidungen, fairer Wettbewerb zwischen den Vertriebswegen, einfache und zuverlässige Buchungskanäle und der Schutz hoher Marketing-Investitionen sind nach Auffassung der KI die Eckpunkte einer fairen Zusammenarbeit zwischen Kreuzfahrt-Veranstaltern und deren Vertriebspartnern.

Anhand der Fair-Play-Regeln haben die 31 Mitglieder der KI insgesamt 45 Kreuzfahrt-Anbieter auf dem deutschen Markt nach dem Schulnotensystem von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) bewertet.

Der Sieger ist derselbe wie schon im Vorjahr: Norwegian Cruise Line. Mit der Gesamtnote 1,88 konnte das gute Vorjahresergebnis (2,05) nochmals verbessert werden. Auch der zweite Platz geht an den Vorjahres-Zweiten: Hapag Lloyd Cruises, die ebenfalls das Vorjahresergebnis von 2,12 auf 1,92 steigerten.

Cunard Line, Preisträger des dritten Preises im Vorjahr, konnte sein Ergebnis zwar ebenfalls von 2,44 auf 2,02 deutlich verbessern, landete damit aber nur auf Platz 5. Der dritte Preis ging mit einer Gesamtnote von 1,93 an Royal Caribbean International (Vorjahr Platz 4 mit 2,59).

Die durchschnittliche Bewertung aller Reedereien wurde mit 2,36 ermittelt (Vorjahr 2,69) bei einer Spannweite aller Ergebnisse von 1,88 bis 2,70 (Vorjahr 2,05 bis 3,91).

Erstmals wurde in diesem Jahr ein Sonderpreis für kleine Anbieter und Spezialisten vergeben, um deren große Anstrengungen im deutschen Markt besonders hervorzuheben. Der Sonderpreis ging an Silversea Cruises. Die Bewertungen der kleinen Anbieter weist ausgezeichnete Ergebnisse aus: im Durchschnitt erhielten die 29 Anbieter dieser Kategorie die Note 2,09.

„Die gegenüber dem Vorjahr deutlich verbesserten Ergebnisse zeigen eindrucksvoll, dass der konstruktive Dialog der KI mit unseren Reederei-Partnern funktioniert“, so Rüdiger Heise, 1. Vorsitzender der KI. „Für die Anstrengungen der Reedereien und Veranstalter für den Drittvertrieb möchten wir uns nicht nur bei den Siegern bedanken, sondern bei der gesamten Kreuzfahrt-Industrie. Diese Qualität der Zusammenarbeit ist für uns alle gut und sie ist ein zentraler Baustein für die erfolgreiche Fortentwicklung unserer Branche.“

Rüdiger Heise erkennt aber auch neue Herausforderungen, „die nur im engen Schulterschluss zu bewältigen sind: Politische Unruhen, Umrountungen, Streiks im Luftverkehr und Marktaustritte binden erhebliche Personalkapazitäten und gefährden zugleich unsere Erträge.“ Kundeninformationen und Umbuchungen verursachen erhebliche Zusatzkosten, die bislang von den Vertriebspartnern unentgeltlich erbracht wurden. „Sollten sich diese außerordentlichen Ereignisse weiterhin häufen, müssen wir über Sondervergütungen nachdenken, um unsere Marketing- und Vertriebsstärke nicht zu beschädigen.“

Die in der KI organisierten Vertriebsstellen erbringen hohe Vorleistungen für die Reedereien und Veranstalter, denn die Provisionsabrechnung erfolgt erst bei Abreise, also bis zu 20 Monate nach einer Buchung. „Hierfür brauchen wir Investitionssicherheit. Die Provisionsausfall-Versicherung von Nicko Cruises ist ein wichtiger Schritt in diese Richtung“, so Rüdiger Heise. Er wird nicht müde zu betonen: „Wir Vertriebspartner sind für die Reedereien verlässliche Helfer in der Not und zugleich das günstigste Marketing-Instrument: Wir liefern zuverlässig Neukunden und verursachen keine Fixkosten, denn wir werden zu 100% erfolgsabhängig bezahlt“.

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