

Kreuzfahrt-Initiative Vorstoß zum Kernanliegen

Die im Juli 2011 von Reisebüros, Online-Unternehmen und Reisebüro-Kooperationen gegründete Kreuzfahrt-Initiative, die sich im ersten Jahr des Bestehens auf die Ausarbeitung und Diskussion von Fair-Play-Regeln mit Kreuzfahrtveranstaltern konzentrierte, nimmt sich nun eines weiteren Schwerpunktes der Satzung an – der Förderung von wettbewerbskonformen Angeboten der Mitglieder zum gegenseitigen Verkauf.

Die partnerschaftliche faire Zusammenarbeit zwischen Anbietern von Kreuzfahrten und dem Vertrieb war eines der Motive, die einige Unternehmen veranlassten, die Kreuzfahrt-Initiative (KI) zu gründen. Um nicht von vornherein nur als eine wirtschaftlich geprägte Interessensvertretung zu erscheinen, wählten die Gründungsmitglieder geschickt zunächst das auch öffentlich durchaus akzeptable Thema: „Faire Rahmenbedingungen als Voraussetzung für nachhaltiges Wachstum der gesamten Branche“. Dazu wurde ein Fair-Play-Katalog erstellt, der allen Reedereien vorgelegt und mit ihnen diskutiert wurde.

Das Ergebnis dieser Diskussion war erwartungsgemäß ernüchternd. Anerkennung fanden die Initiatoren mit allen Punkten, die kein Geld kosten, aber – wie der Sprecher der Kreuzfahrt-Initiative, Rainer Nuyken, nach der Mitgliederversammlung nüchtern feststellte: „Zu einzelnen Fragen der Verprovisionierung von Gesamtpaketen, der Provision für Folge- oder Stornobuchungen konnte kein Konsens erzielt werden.“ Das ist als Resümee sicherlich korrekt, spiegelt jedoch die Reaktion der Branche nur unvollständig wider. Denn es gibt nicht wenige Anbieter, die sich überhaupt nicht mit den Fair-Play-Regeln beschäftigen. Konsequenterweise verschafft sich die Initiative nun zu den strittigen Punkten Rechtsgutachten, um den Verhandlungsdruck zu verstärken.

Dieses Ziel und wohl auch das Kernanliegen des Zusammenschlusses dürfte mit der Umsetzung eines weiteren Satzungspunktes weiter unterstützt werden. Denn in den kommenden Monaten sollen Vorbereitungen getroffen werden, die in drei Punkten zusammengefasst wurden:

1. Aufbau einer webbasierten Datenbank für die gemeinsame Vermarktung von Gruppenangeboten und Eigenveranstaltungen der KI-Mitglieder. Die dort eingestellten Angebote werden einer breiten Internet-Öffentlichkeit präsentiert und stehen anderen KI-Mitgliedern zum Verkauf gegen erhöhte Provision zur Verfügung.
2. Gestaltung von exklusiven Kreuzfahrt-Produkten für den ausschließlichen Vertrieb über die KI-Mitglieder. Es wurden Projekte definiert, deren Konditionen in naher Zukunft mit den Reedereien verhandelt werden.
3. Umsetzung konkreter Marketing-Maßnahmen, die den KI-Mitgliedern neue Werbeinstrumente zugänglich machen, die für die einzelnen Mitglieder finanziell nicht realisierbar wären.

Damit reiht sich die Initiative in eine Gruppe bereits bestehender Kooperationen mit ähnlichen wirtschaftlichen Ziele ein.

Interessant wird sein, wie die Initiative künftig die Satzungspunkte verknüpft. Werden nur mit den Partnern Geschäfte gemacht, die die Fair-Play-Regeln auch anerkennen? Oder wird das Fair-Play-Fähnchen nur nach außen geschwenkt, die Geschäfte laufen jedoch wie gewohnt mit allen Anbietern, die auf die Konditionen der gebündelten Nachfrage eingehen? Ein Prüfstein mit großem Risikopotential.



Rainer Nuyken, Mibegründer der Kreuzfahrt-Initiative, freut sich über den Aufbau einer webbasierten Datenbank für die gemeinsame Vermarktung von Gruppenangeboten.

Inhaltsverzeichnis:

Titel

Kreuzfahrt Initiative – Vorstoß zum Kernanliegen 1

Nachrichten

Nees Reisen arbeitet an Kundenbindung 2
Minoan kooperiert mit NEL Lines 2
Istanbul bekommt neuen Kreuzfahrthafen 2
Norwegian baut weiter 3

Kommentar: Zukunftsmarkt Asien? 3

Counter Compass

Royal Caribbean überarbeitet Restaurantangebot 4
Herbst-Special bei TransOcean 4
Gute Ergebnisse in Kiel und Hamburg 4

Reisebericht eines SI-Lesers 5

Themenspecial: Mini-Kreuzfahrten auf Fähren

Color Line 6
DFDS 6
Stena Line 7

Namen 8

Impressum 8