

PRESSEMITTEILUNG

- sofort frei -

Düsseldorf, 16. März 2006

Kreuzfahrtmarkt im Internetnebel

AIDA-Website Testsieger - Transocean Testverlierer / Schlechte Übersichtlichkeit / Magere Beratungsleistung / Unzureichende Online-Buchungsangebote / Technische Umsetzung zu 80 % nicht gut

Kreuzfahrten liegen im Trend und immer mehr Deutsche finden Gefallen am Urlaub auf hoher See. Gemäß der neuesten Erhebung des DRV Deutscher Reise Verband e.V., machten im vergangenen Jahr insgesamt rund 965.000 Passagiere eine Reise auf einem der 350 deutschen Kreuzfahrtschiffe. Dies sind 8,5 % mehr als im Vorjahr. Seit 1993 hat sich die Zahl der deutschen Passagiere auf Hochsee und Flüssen damit verdreifacht und der Umsatz stieg um das 2,5fache auf 1,22 Mrd. Euro.

Auch wenn die Kreuzfahrten - im Gegensatz zum normalen Tourismusgeschäft – noch überwiegend im Reisebüro gebucht werden, sollte man meinen, daß die Webseiten der Anbieter vorbildlich sind. Bei einem durchschnittlichen Reisepreis von aktuell 1.651 Euro pro Passagier bieten die Kreuzfahrtgesellschaften jedoch im Internet nicht viel, so die Erkenntnis der im März erscheinenden Studie „Kreuzfahrten Online 2006“.

Darin hat netaspect die Webauftritte von zehn Kreuzfahrtgesellschaften analysiert. Testsieger wurde die Website von AIDA mit einem rundum guten Webangebot (Durchschnittsnote in den getesteten elf Kategorien 1,5), gefolgt von der Website von Hapag Lloyd mit der Note 2,5.

Währenddessen landete die Webseite des Kreuzfahrtanbieters Transocean auf dem letzten Rang, da sie sowohl konzeptionell als auch inhaltlich nicht überzeugte.

Insgesamt kann der Branche jedoch kein gutes Bild bescheinigt werden, da drei Viertel der getesteten Schlüsselkriterien im Schnitt nur befriedigend oder schlechter abschnitten.

Während die Auftritte zwar in der Regel über gute Unternehmenspräsentationen verfügten, konnten weder die Übersichtlichkeit noch die Beratungsleistung oder die Online-Buchungsmöglichkeit überzeugen. Ebenfalls zeigten sich auf vielen Websites diverse technische Mängel.

netaspect

internet & marketing

Aylin Anik, Mitarbeiterin der Düsseldorfer Beratungsagentur netaspect, meint hierzu: „Die Möglichkeiten des Internets werden von der Kreuzfahrtbranche noch in zu geringem Maße genutzt. Den Nutzern werden auf den Websites zu wenig Mehrwerte geboten, wie z.B. ausführliche und mediengerechte Informationen zu den Schiffen oder Destinationen. Die Tests ergaben darüber hinaus, daß nicht ausreichend auf die Bedürfnisse von Kreuzfahrt-Neulingen eingegangen wird.“

Weitere Informationen zu den Ergebnissen der Studie „Kreuzfahrten Online 2006“ finden Sie hier: www.netaspect.com/kreuzfahrt/.

(2.563 Zeichen)

Ansprechpartner: Ansgar Sporkmann
netaspect gmbh
internet & marketing
Schadowstr. 72
40212 Düsseldorf

Tel. 0211-175 20 650

Fax 0211-175 20 659

Mail: a.sporkmann@netaspect.com

Über netaspect

netaspect entwickelt nachhaltige webbasierte Marketing-Lösungen mit klarem Fokus auf deren Nutz- und Mehrwert. Zu den Kunden zählen marktführende Unternehmen aus den Branchen Konsumgüter, Dienstleistungen, Handel oder Pharma. Weitere Informationen zu netaspect unter: www.netaspect.com.

Brancheninformationen

Studie „Kreuzfahrtenmarkt Deutschland 2005“ des DRV Deutscher ReiseVerband e.V., Albrechtstraße 10a, 10117 Berlin, Website: www.driv.de