

## PRESSEMITTEILUNG

### Studie: Kreuzfahrtportale 2014

#### **Verlockende Rabatte, Service nur befriedigend – Testsieger ist Kreuzfahrten.de vor Kreuzfahrtberater.de und E-hoi.de**

**Hamburg, 14.03.2014** – Die Reiselust der Deutschen ist ungebrochen – und immer häufiger heißt's: Leinen los! Hochseekreuzfahrten haben das Rentnerreise-Image abgestreift und in den letzten Jahren stetig an Bedeutung gewonnen: 2012 wurde erstmals die Marke von 1,5 Millionen Passagieren geknackt. Neben den Reisebüros mit umfassendem Touristikangebot buhlen inzwischen auch zahlreiche spezialisierte Kreuzfahrtportale im Internet um Kundschaft. Doch welchen Service bieten diese Kreuzfahrtvermittler – online ebenso wie per Telefon und E-Mail? Und: Lohnt ein Preisvergleich? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv zehn Kreuzfahrtportale im Internet getestet hat.

Wer glaubt, identische Schiffsreisen kosten bei allen Kreuzfahrtportalen das gleiche, der täuscht sich: Der Test deckte deutliche Schwankungen auf. So lag die Ersparnis im Schnitt bei rund 13 Prozent, wenn der Kunde statt beim jeweils teuersten beim günstigsten Anbieter buchte. Im Einzelfall konnte der Reisewillige sogar eine Ersparnis von 22 Prozent erzielen. Dabei sorgen häufig Rabatt- und Boni-Aktionen der Portale für unterschiedliche Endpreise. „Auch zeigte sich, dass die Verfügbarkeit der Angebote nicht überall gleich war. Während bei einigen Portalen Angebots-Außenkabinen buchbar waren, musste der Kunde bei anderen auf die nächstbessere, aber teurere Kategorie ausweichen“, ergänzt Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

In puncto Service zeigten die Kreuzfahrtportale eine insgesamt lediglich befriedigende Leistung – nur zwei Unternehmen erzielten das Urteil „gut“. Auch die Qualität der Internetauftritte kam im Schnitt über ein „befriedigend“ nicht hinaus, was für die Online-Reisespezialisten kein Ruhmesblatt ist. So suchten die Kunden beispielsweise einen Hilfe- oder FAQ-Bereich oder aber das Angebot eines Rückrufservices oft vergeblich. Auch die Kreuzfahrt-Suchfunktion war in einigen Fällen eingeschränkt, was ein komfortables Aufspüren passender Schiffsreisen erschwerte. Auch an den Hotlines gab es Probleme: So stellten teils unvollständige Auskünfte bei der telefonischen Beratung ein Defizit der Branche dar. Insgesamt gut war hingegen die Kontaktqualität per E-Mail.

Testsieger der Studie „Kreuzfahrtportale 2014“ wurde Kreuzfahrten.de. Das Unternehmen bot den vergleichsweise besten Service (Qualitätsurteil: „gut“), wobei insbesondere der informative Internetauftritt und die Transparenz und Sicherheit im Buchungsprozess überzeugten. Auch die E-Mail-Bearbeitung erfolgte auf einem sehr guten Niveau. Zudem punktete der Anbieter mit einem großen Angebotsumfang. Platz zwei belegte Kreuzfahrtberater.de. Das Portal lieferte den im Test besten Mix aus günstigen Preisen und umfangreichem Angebot. Kunden konnten hier im Vergleich zu dem jeweils teuersten Portal im Schnitt rund neun Prozent sparen. Der Service fiel aber nur befriedigend aus. Auf dem dritten Rang positionierte sich E-hoi.de. Im Bereich Service erzielte das Unternehmen das Qualitätsurteil „gut“ und überzeugte mit dem besten Internetauftritt. Bei den Konditionen landete E-hoi.de im Vergleich allerdings nur auf Rang sieben.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Freizeit & Fitness, Freitag, 14.03.2014, 18:35 Uhr

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91  
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:  
Bianca Möller, Markus Hamer  
Beirat:  
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,  
Johann C. Lindenberg  
Ust.-Id.-Nr. DE249603922  
Amtsgericht Hamburg HRA 104009  
Persönlich haftende Gesellschafterin:  
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,  
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte zehn Kreuzfahrtportale im Internet, deren Angebotsschwerpunkt auf Hochseekreuzfahrten lag und denen marktbedeutende Relevanz zukam. Die Servicequalität wurde bei jedem Unternehmen anhand von jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und eine detaillierte Inhaltsanalyse der Websites eines jeden Anbieters ermittelt. Darüber hinaus erfolgten jeweils zehn verdeckte Interessentenanfragen (Mystery-Tests) über Telefon sowie über E-Mail. Insgesamt flossen 310 Servicekontakte in die Analyse ein. Im zweiten Schritt wurde eine Konditionenanalyse durchgeführt (Stichtag: 22. Januar 2014). Dabei wurden die Preise und die Angebotsverfügbarkeit ermittelt. Geprüft wurde dies parallel bei allen Unternehmen anhand konkreter Kreuzfahrtreisen mit definierten Rahmendaten.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

**Pressekontakt:**

Martin Schechtel  
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20  
E-Mail: [m.schechtel@disq.de](mailto:m.schechtel@disq.de)  
[www.disq.de](http://www.disq.de)

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.