Bundesministerium
Landwirtschaft, Regionen
und Tourismus

Name Autor/Autorin: Mantsch, Stefan und Resinger, Maria

Persönliche **Kontaktdaten**[1]

Titel und ggf. Untertitel der Arbeit: Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit

Name Betreuer/Betreuerin: Doris Mosburger, MA, MSc

Name der **Ausbildungseinrichtung**: ÖHV Trainee-Tourismuskolleg Semmering

Kontaktdaten Institut (E-Mail-Adresse): office@oehv-trainee.at

SDG-Kategorie[2]:

☐ **SDG 1**:	**Armut** in all ihren Formen und überall beenden
☐ **SDG 2**:	Den **Hunger** beenden, **Ernährungssicherheit** und eine bessere **Ernährung** erreichen und eine nachhaltige **Landwirtschaft** fördern
☐ **SDG 3:**	Ein **gesundes Leben** für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern
☐ **SDG 4:**	Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige **Bildung** gewährleisten und Möglichkeiten **lebenslangen Lernens** für alle fördern
☐ **SDG 5:**	**Geschlechtergerechtigkeit** erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen
☐ **SDG 6:**	Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von **Wasser und Sanitärversorgung für alle** gewährleisten
☐ **SDG 7:**	Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner **Energie** für alle sichern
☐ **SDG 8:**	Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges **Wirtschaftswachstum**, produktive **Vollbeschäftigung** und **menschenwürdige Arbeit** für alle fördern
☐ **SDG 9:**	Eine widerstandsfähige **Infrastruktur** aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige **Industrialisierung** fördern und Innovationen unterstützen
☐ **SDG 10:**	**Ungleichheit** in und zwischen Ländern **verringern**
☐ **SDG 11:**	**Städte und Siedlungen** inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten
☐ **SDG 12:**	Nachhaltige **Konsum- und Produktionsmuster** sicherstellen
☒ **SDG 13:**	Umgehend Maßnahmen zur **Bekämpfung des Klimawandels** und seiner Auswirkungen ergreifen
☒ **SDG 14:**	**Ozeane, Meere und Meeresressourcen** im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen
☐ **SDG 15:**	**Landökosysteme** schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, **Wälder** nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der **biologischen Vielfalt** ein Ende setzen
☐ **SDG 16:**	**Friedliche und inklusive Gesellschaften** für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen **Zugang zur Justiz** ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive **Institutionen** auf allen Ebenen aufbauen
☐ **SDG 17:**	**Umsetzungsmittel stärken** und die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen

Haupt-SDG der Arbeit: **Ozeane, Meere und Meeresressourcen** im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen

3-5 Keywords[3]: Kreuzfahrt, Nachhaltigkeit, Overtourism

[1] Die Angabe dieser Information steht Ihnen frei. Sie ermöglicht dem Interessenten mit Ihnen in Kontakt zu treten.
[2] Welchem der 17 SDG's kann diese Arbeit zugeordnet werden? Bitte kreuzen Sie alle Ziele an, zu denen Ihre Arbeit einen wesentlichen Bezug herstellt und geben Sie darüber hinaus jenes SDG an, das von der Arbeit am meisten betroffen ist.
[3] Zentrale Begriffe zur inhaltlichen Erfassung der wesentlichen behandelten Aspekte.

IN ZEITEN VON
OVERTOURISM &
NACHHALTIGKEIT

KREUZ FAHR TEN

DIPLOMARBEIT
2020/2021

am ÖHV-TRAINEE
Tourismuskolleg Semmering

Tourismusmarketing &
Kundenmanagement

Betreuerin: Doris Mosburger, MA MSc
Verfasser: Maria Resinger &
Stefan Mantsch

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Wir erklären an Eides statt, dass wir die Diplomarbeit mit dem Titel *Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit* selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und die den benutzten Quellen wörtlich oder sinngemäß entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht haben. Die Arbeit wurde bisher weder in gleicher noch in ähnlicher Form einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Ort, Datum	Stefan Mantsch
Ort, Datum	Maria Resinger

DANKSAGUNG

Unseren Dank möchten wir an all jene aussprechen, die uns beim Gelingen unserer Diplomarbeit mit dem Titel *Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit* unterstützt haben.

Zuallererst möchten wir uns bei Frau Prof. Doris Mosburger, MA MSc für die Betreuung unserer Diplomarbeit sowie für hilfreiche Ratschläge und Anregungen herzlich bedanken.

Ein weiterer Dank gilt unserem Projekt- und zugleich Interviewpartner Herrn Andreas Sagmeister, Geschäftsführer von *Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.*, der uns als Experte im Bereich der Kreuzfahrtbranche zur Seite gestanden ist.

Auch bei Frau Manuela Siegl, langjährige Mitarbeiterin der Reederei *Silversea Cruises, Ltd*. möchten wir uns besonders bedanken. Durch ihre Bereitschaft, bei dem zweiten Experteninterview teilzunehmen, konnten wir interessante und hilfreiche Fakten direkt aus der Sicht eines Crewmitgliedes gewinnen.

Selbstverständlich möchten wir uns auch bei STR Frau Prof. Elisabeth Pfiel bedanken, die uns ebenso mit motivierenden Worten und Ratschlägen unterstützt hat.

Maria Resinger und Stefan Mantsch

Semmering, 09. April 2021

StudentInnen des ÖHV-TRAINEE Tourismuskolleg Semmering

Turnus 2019 bis 2021

GESCHLECHTERNEUTRALE FORMULIERUNG

Wir möchten darauf hinweisen, dass in der vorliegenden Diplomarbeit mit dem Titel *Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit* aus Gründen der leichteren Lesbarkeit, die männliche Sprachform bei personenbezogenen Substantiven und Pronomen verwendet wurde. Dies impliziert keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts, sondern soll als geschlechtsneutral zu verstehen sein.

ABSTRACT

Der Kreuzfahrttourismus boomt und erfreut sich an einem großen Wachstum innerhalb der Tourismus- und Freizeitbranche. Dieser entwickelte sich in den letzten Jahren zu einem innovativen und abwechslungsreichen Sektor, der nicht mehr wegzudenken ist. Mittlerweile bietet eine Kreuzfahrt ein breites Angebotsspektrum, um die Bedürfnisse und Wünsche aller Zielgruppen abzudecken. Besonders in den letzten Jahren sind Themen wie Overtourism und Nachhaltigkeit stark in den Mittelpunkt unseres Alltags gerückt und spielen auch in den Bereichen Tourismus, Hotellerie und Gastronomie eine wesentliche Rolle. Auch der Kreuzfahrttourismus trägt teilweise zum Übertourismus bei und gilt als nachhaltig umstritten. Demzufolge ist der Wunsch nach dem Entdecken fremder Orte, ohne den ökologischen Fußabdruck zu erhöhen, präsenter geworden.

Ziel der wissenschaftlichen Arbeit ist es, bestehende Kreuzfahrtkonzepte hinsichtlich der Themen Overtourism und Nachhaltigkeit zu analysieren. Diese werden auf die Möglichkeiten zur Vermeidung von Overtourism und auf ihre Umweltfreundlichkeit untersucht. Nachfolgend werden Vorzeigeprojekte und neue Lösungsansätze bezüglich der Themen Overtourism und Nachhaltigkeit aufgezeigt. Im großen Interesse liegen die vorangegangenen Ziele für die Gesellschaft sowie für die Zukunft unserer Umwelt und dessen Klima. Speziell für die Kreuzfahrtbranche können damit wichtige Überlegungen und Weiterentwicklungen angestellt werden.

Diese genannten Ziele wurden durch Recherchen in Fachbüchern, Fachzeitschriften und seriösen Print- und Onlinemedien erreicht. Durch die *Cruise Lines International Association (CLIA)*, der größte Handelsverband für Kreuzfahrtschiffe, werden Jahresberichte in Bezug auf Nachhaltigkeit und Overtourism, Marktüberblicke und Informationen über Quellmärkte zur Verfügung gestellt.

Durch die Analyse der ermittelten Informationen ist es möglich, ein Bild über die aktuelle Situation am Kreuzfahrtmarkt zu gewinnen. Der empirische Teil stellt Interviews mit Experten aus der Branche dar. Dafür wird einerseits der Geschäftsführer von *Sagmeister Reisen GmbH & Co. Kg.*, Herr Andreas Sagmeister und andererseits Frau Manuela Siegl, langjährige Kreuzfahrtmitarbeiterin bei *Silversea Cruises Ltd.*, befragt. Die Forschungsmethode wurde gewählt, um möglichst praxisnahe Einblicke sowie persönliche Erfahrungswerte von langjährigen Kreuzfahrtexperten zu gewinnen. Die Bearbeitung des Prozesses erfolgte durch die Ausführung, Transkription, Evaluierung und Auswertung der Interviews.

Der Beitrag zur Lösung des Problems besteht darin, aufzuzeigen, wie sich die Kreuzfahrt von früher zu heute entwickelt hat, welche Reedereien und Anbieter am Markt sind und wie sich die Trends und das Gästeprofil in der Kreuzfahrt verhalten. Zudem werden die Vor- und Nachteile der Hoch- und Flussseekreuzfahrt gegenübergestellt sowie die Themen Overtourism und Nachhaltigkeit erforscht. Zusätzlich werden neue Ideen und funktionierende Konzepte präsent gemacht und bestätigt.

Die gesetzten Ziele konnten teilweise erreicht werden. Bestehende Kreuzfahrtkonzepte wurden im Detail analysiert, es wurden bereits einige Lösungsansätze gefunden. Für die Umsetzung zukunftsfähiger Kreuzfahrtkonzepte sind allerdings noch weitere Überlegungen und Analysen erforderlich.

ABSTRACT

The cruise industry is significantly rising within the whole tourism industry. By this time, this sector is adapted for many target groups and is developing into one of the most innovative and diversified tourism industries existing. By this time cruise ship operators provide a wide range of offers to meet the customer's necessities and expectations.

Cruise tourism is booming and enjoying great growth within the tourism and leisure industry. In recent years, this has developed into an innovative and diversified sector that is now indispensable. In the interim, a cruise offers a wide range of services to cover the needs and desires of all target groups. Especially in recent years, topics such as overtourism and sustainability have moved strongly into the focus of our everyday lives and also play a significant role in the tourism, hotel and gastronomy sectors. The cruise tourism in particular, is considered to be a trigger for overtourism and an environmental offender in terms of sustainability. Consequently, the desire to discover foreign places without harming the ecological footprint is a priority.

The aim of this thesis is to critically analyze the existing concepts in the cruise industry concerning overtourism and sustainability. These are examined in terms of the possibilities to avoid overtourism and their environmental friendliness. Showcase projects and innovative solution approaches are going to be presented. The preceding goals for society as well as for the future of our environment and its climate are in the great interest of this thesis. Especially for the cruise industry, this can provide important considerations and further developments.

To achieve the mentioned goals, research was conducted in specialized books, trade journals and reputable print and online publications. Annual reports related to sustainability and overtourism, market overviews and information on source markets are provided through the *Cruise Line International Association (CLIA)*, the largest trade association for cruise ships.

By analyzing the information collected, it is possible to gain a general idea of the current situation on the cruise market. The empirical part provides interviews with experts from the industry. For this purpose, the managing director of *Sagmeister Reisen GmbH & Co. Kg.* Mr. Andreas Sagmeister and Mrs. Manuela Siegl, longtime cruise employee at the shipping company *Silversea Cruises Ltd.*, were interviewed. The research method was chosen in order to gain insights as close to practice as possible and to gain personal experience values from long-time cruise experts. The process was carried out by conducting, transcribing, evaluating and analyzing the interviews.

The contribution to the solution of this problem consists in depicting how the cruise ship industry has changed over the past years. Additionally, it will be shown which operators and which ocean carriers are currently representing the market and how trends and source markets will evolve in the near future.

In order to provide high quality cruises in the future, the cruise industry has to launch sustainable ways of building and managing cruise ships. In course of that, new ideas and technical innovations which are already implemented are going to be presented as well as analyzed.

The goals set were partially achieved. Existing cruise concepts were analyzed in detail and several approaches to solutions were found. To implement sustainable cruise ship concepts, further deliberations and analysis are required.

INHALTSVERZEICHNIS

01 Einleitung 5

1.1 Problemaufriss 5

1.2 Zielsetzung und Vorgangsweise 5

02 Geschichte der Kreuzfahrten 8

2.1 Startschuss im 19. Jahrhundert 8

2.2 Kreuzfahrten in der DDR 8

2.3 Die 90er-Jahre – Start des Massengeschäfts 9

2.4 Millennium – Destination Kreuzfahrtschiff 9

03 Reedereien und Anbieter 11

3.1 Clusterung der Reedereien im Bereich der Hochseekreuzfahrten 11

3.1.1 Relax-Kategorie 11

3.1.2 Fun-Kategorie 11

3.1.3 Klassiker-Kategorie 11

3.1.4 Luxus-Kategorie 12

3.2 Auflistung der marktführenden Hochseereedereien 13

3.2.1 Carnival Corporation & plc 14

3.2.2 Royal Caribbean Group Ltd. 14

3.2.3 Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (NCL) 14

3.2.4 MSC Cruises S.A. 14

3.3 Werte, Besonderheiten und Gepflogenheiten der einzelnen Hochseereedereien 14

3.3.1 AIDA Cruises 15

3.3.2 Azamara Club Cruises und Celebrity Cruises 15

3.3.3 Carnival Cruise Line Inc. (CCL) 15

3.3.4 Costa Crociere S.p.A. 15

3.3.5 Cunard Line, Hapag-Lloyd Cruises und Holland America Line 15

3.3.6 MSC Cruises S.A. 16

3.3.7 Oceana Cruises und P&O Cruises 16

3.3.8 Princess Cruises 16

3.3.9 Royal Caribbean International 16

3.3.10 Regent Seven Seas Cruises 16

3.3.11 Seabourn Cruise Line 17

3.4 Reedereien und Anbieter im Bereich der Flussseekreuzfahrten 17

3.5 Auflistung der marktführenden Flussseereedereien 18

3.5.1 Phoenix Flussreisen 18

3.5.2 Nicko Cruises Flussreisen 19

3.5.3 CroisiEurope 19

3.5.4 Lüftner Cruises 20

3.5.5 1AVista Reisen 20

3.5.6 A-ROSA Flussschiff GmbH 21

3.5.7 AmaWaterways 21

3.6 Fahrgebiete auf den Flüssen 22

04 Zielgruppen, Trends und Gästeprofil 24
4.1 Anforderungen und Ansprüche der verschiedenen Zielgruppen 24
4.1.1 Kreuzfahrten für Senioren 24
4.1.2 Kreuzfahrten für Romantiker: Heiraten im Rahmen einer Kreuzfahrt 24
4.1.3 Kreuzfahrten für Singles 24
4.1.4 Kreuzfahrten für Menschen mit besonderen Bedürfnissen: Barrierefreies Reisen 25
4.2 Trends in der Kreuzfahrtbranche 25
4.2.1 Trend Nr. 1: Nachhaltigkeit 25
4.2.2 Trend Nr. 2: Destination Stewardship 25
4.2.3 Trend Nr. 3: Größe 25
4.2.4 Trend Nr. 4: Kreuzfahrt für alle 26
4.2.5 Trend Nr. 5: Cruise and stay 26
4.2.6 Trend Nr. 6: Technologie an Bord 26
4.3 Gästeprofil: Quellmarkt Österreich im Vergleich zu Europa 26
4.3.1 Altersdurchschnitt und Altersverteilung 26
4.3.2 Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 27
4.3.3 Passagiervolumen Österreichs und Europas 27
4.3.4 Durchschnittsalter und Durchschnittsaufenthaltsdauer in Bezug auf die Destinationen 29
05 Overtourism und Nachhaltigkeit 31
5.1 Overtourism 31
5.1.1 Gefahren und Folgen 31
5.1.2 Auswirkungen der Kreuzfahrten 32
5.1.3 Maßnahmen 32
5.1.4 Beispiele von Overtourism 33
5.2 Nachhaltigkeit in der Kreuzfahrtbranche 34
5.2.1 Nachhaltigkeit als Marketingstrategie anhand des Beispiels von TUI Cruises 34
5.2.2 Beispiele von nachhaltigen Konzepten in der Hochseekreuzfahrt 35
5.2.2.1 Flüssiggas als Antriebskraft (Liquified Natural Gas) 35
5.2.2.2 Reduktion von Emissionen (Exhaust Gas Cleaning Systems) 35
5.2.2.3 Wasserverwertung (Advanced Water Treatment Systems) 36
5.2.2.4 Recycling an Bord 36
5.2.2.5 Landseitige Stromversorgung (Shore-Side Power Capability) 37
5.2.3 Vorreiter in der Nachhaltigkeit 37
5.2.4 Ziele in der Zukunft 38
06 Gegenüberstellung der Hoch- und Flussseekreuzfahrten 41
07 Experteninterviews und Interpretation 44
7.1 Vorstellung der Methode: Interview 44
7.2 Entwicklung der Interviews 44
7.3 Durchführung der Interviews 44
7.4 Auswertung der Interviews 44
7.4.1 Kreuzfahrten im Vergleich von früher zu heute 44
7.4.2 Ansprüche der Passagiere im Vergleich von früher zu heute 45
7.4.3 Marktführende Reedereien 45
7.4.4 Unterscheidung zwischen Overtourism und Massentourismus 45

7.4.5 Einflussfaktoren zur Entstehung von Overtourism 46
7.4.6 Kreuzfahrtschiffe als massentouristische Orte 46
7.4.7 Betroffene Destinationen von Overtourism und deren Maßnahmen 47
7.4.8 Gefahren, Auswirkungen und Folgen von Overtourism 47
7.4.9 Maßnahmen eines Kreuzfahrtanbieters gegen Overtourism 48
7.4.10 Destinationen und ihre Möglichkeiten zur Onlinebuchung 48
7.4.11 Empfehlungen für Reisende in Bezug auf Overtourism 48
7.4.12 Steigende Trends bei Kreuzfahrtpassagieren 49
7.4.13 Nischen in der Kreuzfahrtbranche 49
7.4.14 Buchungslage und Steigerung der Attraktivität von Kreuzfahrten hinsichtlich COVID-19 50
7.4.15 Nachhaltigkeit als Marketingstrategie und umweltfreundliche Kreuzfahrtkonzepte 50
7.4.16 Geplante oder umgesetzte nachhaltige Antriebskonzepte 50
7.4.17 Vorreiter in der Kreuzfahrt bezüglich Nachhaltigkeit 51
7.4.18 Priorität von Nachhaltigkeit sowie Besonderheiten im Buchungsverhalten bei Passagieren 51
7.4.19 Preissteigerung und Schiffsgröße in Relation zur Nachhaltigkeit 51
7.4.20 Internationale Flagge: Rahmenbedingungen und Gründe 52
7.4.21 Empfehlungen für Reisende und Bordpersonal in Bezug auf Nachhaltigkeit 52

08 Resümee 54

EINLEITUNG

01

01 EINLEITUNG

1.1 Problemaufriss

In der Tourismus- und Freizeitbranche gilt die Kreuzfahrtindustrie als eine der innovativsten und technisch am weitesten fortgeschrittenen Tourismusbranchen überhaupt. Durch das starke Wachstum des Kreuzfahrtmarktes und den infrastrukturellen Ausbau, um dem Passagier immer mehr bieten zu können, rückt die Kreuzfahrtbranche hinsichtlich der Umweltproblematiken wie Overtourism und Nachhaltigkeit in ein schlechtes Licht.

Die zeitweise Übervölkerung von Destinationen erdrückt nicht nur die Touristen, sondern belastet vor allem die Zieldestinationen. Der Overtourism birgt viele Gefahren in sich und hat starke Auswirkungen auf das Leben der Einwohner und auf den Urlaub der Gäste. Es wird versucht, diesen Übertourismus durch gezielte Schritte zu regulieren.

Im Sinne der Nachhaltigkeit wurden im Vergleich zu den vielen Jahren zuvor ebenso Maßnahmen, Reglementierungen und umweltfreundlichere Konzepte bezüglich Antriebskraft und Umweltmanagement auf Schiffen eingeführt. Allerdings nutzen manche Konzerne diese vermeintlich zukunftsträchtigen Konzepte als Marketingstrategie, um sich ein nachhaltiges Image anzueignen. Neben erwähnenswerten nachhaltigen Konzepten, die bereits existieren, gibt es einzelne Maßnahmen, die daher oftmals eine Täuschung für den Passagier sind.

1.2 Zielsetzung und Vorgangsweise

Ziel ist es, bestehende Kreuzfahrtkonzepte in Bezug auf die Themen Overtourism und Nachhaltigkeit zu analysieren. Dabei wird unter anderem erforscht, ob nachhaltige Konzepte für Marketingstrategien genutzt oder ob diese tatsächlich ernstgenommen und umgesetzt werden. Die heutige digitalisierte Welt lässt den Gast nur schwer zwischen Wahrheit und gezieltem Marketing unterscheiden. Deshalb wird in dieser Arbeit eine Transparenz in Bezug auf Nachhaltigkeit in der Kreuzfahrtindustrie geschaffen.

Ebenso soll gezeigt werden, welche extremen Ausmaße eine übertouristisch genutzte Destination annehmen kann. Dabei werden mögliche Ursachen, Gefahren und Folgen des Overtourism sowie bisherige Lösungsansätze von Städten wie zum Beispiel Venedig oder Dubrovnik präsentiert. Dazu wird der Zusammenhang von Kreuzfahrten und Overtourism kritisch untersucht und bewertet.

Die Motivation für diese Arbeit wurde durch die spannende Entwicklung im Kreuzfahrttourismus hervorgerufen. Die immer größer werdende Reiselust der Gesellschaft führt zu massiven Auswirkungen in der Umwelt, die dringend überdacht und behandelt werden müssen.

Für den empirischen Teil der Arbeit wird die Forschungsmethode *Experteninterview* ausgewählt, weil dadurch Erfahrungsberichte von Fachleuten aus der Praxis herangezogen werden können. Dafür wird ein Interview mit Herrn Andreas Sagmeister, Geschäftsführer von *Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.* und Kreuzfahrtveranstalter, angestellt. Einen anderen, markenspezifischen Einblick in die Kreuzfahrtbranche ermöglicht die Expertin Frau Manuela Siegl. Durch ihre ehemaligen Tätigkeiten in diversen Bereichen der Reederei *Silversea Cruises, Ltd.* können direkte Erfahrungswerte gewonnen werden.

Um diese gewonnenen Informationen fachlich aufbereiten zu können, wird zu Beginn die Geschichte der Kreuzfahrten erläutert. Danach werden die verschiedenen Reedereien und Anbieter der Hoch- und Flussseekreuzfahrt vorgestellt. Nachfolgend wird ein Einblick in die aktuellen Trends und die Gästestruktur der Kreuzfahrt gegeben. Um Unterschiede zwischen der Hoch- und Flussseekreuzfahrt beurteilen zu können, werden die Vor- und Nachteile beider Kreuzfahrtvarianten gegenübergestellt.

Die Hauptkapitel Overtourism und Nachhaltigkeit klären über die derzeitige Problematik im Kreuzfahrttourismus auf und präsentieren aktuelle Beispiele. Des Weiteren werden Kreuzfahrtkonzepte aufgezeigt, die bereits erfolgreich umgesetzt werden und das Thema Overtourism sowie Nachhaltigkeit gezielt behandeln. Reedereien und Anbieter, die ihren Fokus auf eine umweltfreundliche Richtung gelegt haben, werden als Vorreiter präsentiert.

Zum Schluss werden die Experteninterviews aufbereitet und Interpretationen angestellt. Das anschließende Fazit soll die Erkenntnisse und Lösungsansätze zum Thema *Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit* zusammenfassen und einen Ausblick auf die Zukunft des Kreuzfahrttourismus geben.

GESCHICHTE DER KREUZFAHRTEN

02

02 GESCHICHTE DER KREUZFAHRTEN

Bereits ab dem 17. Jahrhundert besuchte der englische Adel im Zuge der *Grand Tour*, einer langen Städtereise, alle großen Städte Europas. Im 18. Jahrhundert wurden die Küsten für den Badetourismus erschlossen. Das Meerwasser zeigte medizinische Wirkung und die englischen Seebäder, auch *Seaside Resorts* genannt, wurden zum populären Treffpunkt der Oberschicht. Bis zu diesem Zeitpunkt war der Schiffsverkehr auf den Ozeanen nicht für Vergnügungsreisen, sondern nur für die Beförderung von Waren und Personen gedacht. Die Faszination *Kreuzfahrt* begann Ende des 19. Jahrhunderts. Kreuzfahrten konnten sich ausschließlich Wohlhabende leisten, die außerdem Zeit für einen Erholungsurlaub im Ausland hatten. *(vgl. Steinecke 2018, S. 19)*

Für die ersten Vergnügungsreisen war auch Werbung notwendig. Das erkannte Albert Ballin, Generaldirektor der Reederei *Hapag*, äußerst schnell. Somit ließ er auf der ersten Orientfahrt mit der *Augusta Victoria* einen Pressezeichner mitfahren. Später übernahm ein professioneller Fotograf namens Johann Hamann diese Aufgabe. Somit war die *Hapag* weltweit die erste Reederei die Farbfotografie für ihre Werbung nutzte. *(vgl. Schmidt 2016, S. 32)*

Zwischen den US-amerikanischen, britischen und deutschen Reedereien herrschte reger Wettbewerb. Zu gewinnen gab es das *Blaue Band* für die rascheste Überquerung des Atlantiks mit einem Passagierschiff. Das *Blaue Band* war eine inoffizielle Auszeichnung, die erst 1935 in Form einer Trophäe geltend gemacht wurde. Einige Zeit später waren luxuriös ausgestattete Schiffe begehrt. Dabei nahm man sich die Titanic als Vorbild, die über Suiten, Cafés, Rauchsalons, einem À-la-carte-Restaurant sowie einem Gymnastikraum verfügte. Die Geschichte des Luxusliners, der am 15. April 1912 unterging, sorgte danach für viele Filme, Bücher und Romane. *(vgl. Steinecke 2018, S. 20)*

2.1 Startschuss im 19. Jahrhundert

Zu Beginn des 19. Jahrhunderts, suchten die Reedereien nach Chancen, um ihre Kapazitäten in der Nebensaison, der kalten Jahreszeit, besser auszulasten. Somit fingen die Schifffahrtsgesellschaften an, spezielle Seereisen anzubieten. Ausschlaggebend für die Anfänge dieser Urlaubsart sind unter anderem die britische *Peninsular & Oriental Steam Navigation Company (P&O)* im Jahr 1844, Thomas Cook im Jahr 1872 und Albert Ballin im Frühling 1891. Da zuerst nur Linienschiffe zur Verfügung standen, die nicht auf die Bedürfnisse der Passagiere abgestimmt waren, baute Albert Ballin das Kreuzfahrtschiff *Prinzessin Victoria Luise*. Sie wird als weltweit erstes offizielles Kreuzfahrtschiff mit 120 luxuriösen Kabinen, Aufenthaltsräumen, einer Bibliothek und einem Trainingsraum, angesehen. *(vgl. Steinecke 2018, S. 21-23)*

2.2 Kreuzfahrten in der DDR

In der Deutschen demokratischen Republik, die am 7. Oktober 1949 gegründet wurde, war die Freizeit des Arbeiters nicht für die individuellen Vorlieben gedacht. Grundsätzlich galt Urlaub als staatliches Handlungsfeld. Alle Unternehmen, die zur touristischen Leistungskette gehörten, waren in staatlichem Besitz. Dazu zählen zum Beispiel Transportunternehmen, Unterkunfts- und Versorgungseinrichtungen und Reisebüros. Im Hinblick auf die schlechte wirtschaftliche Lage der DDR organisierte das Land Urlaube auf niedrigem Standard mit einfachen Unterkünften. Demzufolge wurde vom Staat die *Gulf Fantasy* gebaut, um die Vorstellungen der Bürger von Luxus abzudecken. *(vgl. Steinecke 2018, S. 28-29)*

Das Kreuzfahrtschiff konnte nur mit Hilfe der Bevölkerung geschaffen werden, da der Staat nicht über das entsprechende Kapital verfügte. Die Bürger wurden aufgefordert, verschiedene Materialien für den Bau des Schiffes zu sammeln und Betriebe schickten ihre Maler, Schlosser und Schweißer, um ehrenamtlich zu helfen. Des Weiteren machte man Geldsammelaktionen, bei denen in etwa 30 Millionen Mark für den Bau des DDR-Kreuzfahrtschiffes zusammenkamen. *(vgl. Schmidt 2016, S. 100)*

Es entstand eine DDR- *Friedensflotte*. 1960 erwarb man noch die *Stockholm* und 1985 kaufte man die frühere *Astor* mit dem neuen Namen *Arkona*. Die *Arkona* war der Drehort der populären ZDF-TV-Serie *Das Traumschiff*. Die Seereisen mit diesen drei Schiffen gingen hauptsächlich an die Nord- und Ostsee, das Mittelmeer und das Schwarze Meer. Generell war es Arbeitern und *Werktätigen* kaum möglich an einer Kreuzfahrt teilzunehmen, da finanzielle Mittel fehlten. Bereits vor dem Fall der Berliner Mauer brach das System der DDR-Kreuzfahrten zusammen, da zu hohe Beschaffungs- und Betriebskosten vorhanden waren. Die Schiffe wurden somit 1972 und 1985 außer Dienst gestellt. *(vgl. Steinecke 2018, S. 30-31)*

2.3 Die 90er-Jahre – Start des Massengeschäfts

In den 90er-Jahren formierten sich Megaliner, jedoch spielten klassische Kreuzfahrtschiffe eine noch größere Rolle. Zusätzlich gab es auch Expeditionsreisen in drei Preisklassen und Kreuzfahrten unter Segeln waren ein fester Bestandteil der Kreuzfahrtlandschaft. Die breitentaugliche Akzeptanz fehlte noch, da Urlaub auf See noch als sehr elitär gehalten wurde. Ab 1995 war Clubatmosphäre mit Tanz und Showeinlagen zu jeder Tageszeit angesagt. Das erste Clubschiff war die *Calypso* von *Transocean Tours*. Es wurde gesagt, dass Urlaub auf der *Calypso* wie eine Sternfahrt ins Paradies ist. 1996 wird das Phänomen *AIDA* ebenso zum Clubschiff, auf dem das *Du* zwischen Passagieren und Mannschaft galt. Die ersten drei Jahre hatte die *AIDA* Misserfolg und schrieb rote Zahlen, da das deutsche Publikum dem neuen Kreuzfahrtprodukt nicht ganz traute. Danach war die Grenze der Akzeptanz überwunden und das Konzept funktionierte jahrzehntelang. Ähnliche Probleme hatten zum Beispiel, die *Astor* oder die *A'Rosa Blu*. Etwa zehn Jahre später startete der Ableger vom Billigflieger *easyjet* einen Versuch, die Kreuzfahrt neu zu reformieren. *Easy-Cruise* baute zwei Hoch- und ein Flussseeschiff in Orange. Das Konzept war *easy*, mit nur wenig Mobiliar und zwei Matratzen in den Innenkabinen. Dafür bot das Schiff eine unvergessliche Route mit beliebten Zielen wie St. Tropez und inkludierten Mahlzeiten sowie Theater- und Sportprogramm zum halben Preis von *MSC Cruises S.A.* oder *Costa Crociere S.p.A.* *(vgl. Schmidt 2016, S. 148-154)*

2.4 Millennium – Destination Kreuzfahrtschiff

Ab dem Jahr 2000 scheinten die geografische Route und Anlegeorte unwichtig zu sein. Solange Badewetter bestand, war alles recht, da das Schiff an sich als Unterhaltungsfaktor zählte. Im Vordergrund stand, dass der Passagier das Schiff aufgrund seiner Eigenschaften und Angebote und nicht wegen exogener Faktoren wie zum Beispiel seiner Route bucht. Diese Schiffe konnten viel mehr Gewinn erzielen, da die Gäste beispielsweise auf der *Harmony of the Seas* den Kaffee im Central Park anstatt in der Bayside von Miami konsumierten. Bei der Kreation der Schiffe war man nicht mehr an die Destinationen und die schlechte Infrastruktur angewiesen, sondern es konnte alles auf Passagierwünsche und das Schiff selbst ausgerichtet werden. *Royal Caribbean* kaufte sogar einen Teil der Insel Haiti, der von der restlichen Insel abgegrenzt ist. Auch heute gelangen Passagiere beim Anlegen sofort in einen Vergnügungspark, mit atemberaubender Seilbahn, sodass man den eigentlichen Landgang schnell vergisst. Die Standard-Verpflegung war auf allen Schiffen inklusive. Dazu gehörten das Service und ein Buffetrestaurant, kostenlose Abendshows und meistens auch die Nutzung des Wellness-Bereichs. *TUI Cruises* hat als Erster ein All-Inclusive-Konzept erschaffen. Fast alle Kreuzfahrtanbieter locken zuerst mit den Inklusivleistungen, um dann an Board mit kostenpflichtigen Angeboten Umsatz zu machen. Im Allgemeinen punkten die modernen Schiffe mit Aqua-Shows, Free-Climbing-Übungen, Formel-1-Simulator, Bowling- und Eislaufbahnen, Surfen an Board, Rutschbahnen, Karussells und vielem mehr. *(vgl. Schmidt 2016, S. 162-176)*

Die internationale Nachfrage in der Kreuzfahrtbranche stieg zwischen 1990 und 2015 von 3,8 Millionen auf 22,3 Millionen Passagiere. Für die Zukunft wird ein fortsetzendes Wachstum erwartet, da Kreuzfahrten in diesen Jahrzehnten boomen. *(vgl. Steinecke 2018, S. 33)*

REEDEREIEN UND ANBIETER

03

03 REEDEREIEN UND ANBIETER

So rasant wie sich in den letzten Jahrzehnten die Kreuzfahrtindustrie entwickelt hat, so schnell sind auch neue Kreuzfahrt- und Flussfahrtschiffe für jeden Geschmack, in jeder Größe und vor allem in den verschiedensten Preissegmenten entstanden. Jede Reederei vertritt eigene Werte, hat ihre ganz persönliche Unternehmensphilosophie, verfolgt ein bestimmtes Konzept und spricht eine bestimmte Zielgruppe an. Um einen Überblick über die marktführenden Reedereien im Fluss- und Hochseekreuzfahrtsegment zu geben, werden in diesem Kapitel die bedeutendsten Reedereien des Marktes geclustert und erläutert.

3.1 Clusterung der Reedereien im Bereich der Hochseekreuzfahrten

Dabei können die Reedereien in verschiedenste Kategorien eingeteilt werden. Eine Variante, die sich an die Typologie der Reisenden anlehnt, ist die Einteilung in vier Schiffs-Lifestyle-Klassen (siehe Abbildung 1). Dabei unterscheidet man zwischen der *Relax-Kategorie* für Individualisten und Genießer, der *Fun-Kategorie* für Individualisten und Kenner, der *Klassiker-Kategorie* für Kenner und Entdecker und der *Luxus-Kategorie* für Kenner und Genießer. *(vgl. Förster 2006, S. 18)*

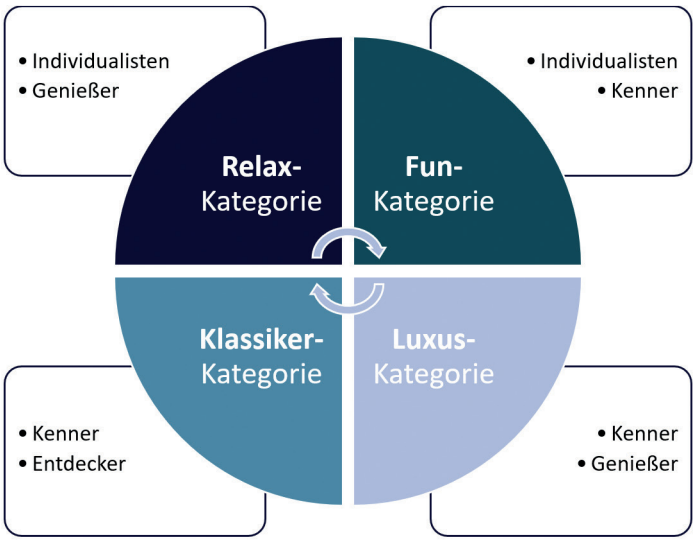


Abbildung 1: Einteilung der Reedereien in Schiffs-Lifestyle-Klassen

3.1.1 Relax-Kategorie

Die *Relax-Kategorie* ist von einem legeren Bordklima geprägt, das sowohl für Einsteiger und junge Familien, als auch für Genießer geeignet ist. Hier hat der Gast die Wahl, ob es ein entspannter, gemütlicher Abend am Buffet oder ein eleganter Abend beim Galadinner sein soll. Es wird die breite Masse angesprochen und ein Angebot für möglichst viele Reisende geboten. Reedereien dieser Kategorie sind *MSC Cruises S.A.*, *Luis Cruise Line*, *Oceana Cruises*, *Hapag-Lloyd Kreuzfahrten* und *Royal Caribbean International*. *(vgl. Förster 2006, S. 20)*

3.1.2 Fun-Kategorie

Die *Fun-Kategorie* richtet sich an Erlebnishungrige, die ein buntes Rahmenprogramm rund um die Uhr suchen. Diese Reedereien setzen den Fokus auf die Unterhaltung an Bord und weniger auf ein gediegenes, klassisches Ambiente. *AIDA Cruises*, *Carnival Cruise Line Inc. (CCL)* und *Norwegian Cruise Line Corporation Ltd. (NCL)* sind Vertreter dieser Klasse. *(vgl. Förster 2006, S. 21)*

3.1.3 Klassiker-Kategorie

Speziell für Kreuzfahrtkennern ist die *Klassiker-Kategorie* unumgänglich. Während der Prunk, das Entertainment und die High-Tech-Einrichtung in den Hintergrund rücken, spiegeln die Schiffe dieser Reedereien Erfahrung wider. Sie sind schon lange im Dienst, oft preisgünstiger als Neubauten und können, dank ihrer überschaubaren Größe, auch kleinere Häfen ansteuern.

Phoenix Reisen, *Holiday Kreuzfahrten*, *Hansa Kreuzfahrten* und *Transocean Tours* bieten Kreuzfahrtschiffe an, die von erfahrenen Reisenden bevorzugt werden. Durch dieses Konzept rückt die Kreuzfahrt selbst in den Vordergrund und weniger das Angebot an Bord. *(vgl. Förster 2006, S. 22)*

3.1.4 Luxus-Kategorie

Die vierte Kategorie nennt sich *Luxus-Kategorie* und bietet höchsten Service und hohe Qualität. Auch Luxus-Expeditionskreuzfahrten werden offeriert und steuern außergewöhnliche Ziele an. Einige Schiffe dieser Kategorie bieten ausschließlich Balkonkabinen an – diese sind im obersten Preissegment angesiedelt. Schiffe dieser Art sind im Vergleich zu den Schiffen der *Relax-* und *Fun-Kategorie* viel kleiner und bieten nebenbei auch einen Butler-Service an. Reedereien der *Luxus-Klasse* sind *Crystal Cruises*, *Cunard Line*, *Hapag Lloyd Kreuzfahrten*, *Regent Seven Seas Cruises*, *Silversea Cruises, Ltd.*, *ResidenSea* und *Norwegian Cruise Line Corporation Ltd. (NCL)*. *(vgl. Förster 2006, S. 23)*

3.2 Auflistung der marktführenden Hochseereedereien

Nur wenige Reedereien sind familiengeführt, während andere Teil eines großen Konzerns sind. Die Marktführer der Hochseekreuzfahrt werden in der Tabelle 1 aufgelistet.

Reederei	Anzahl der sich im Dienst befindlichen Schiffe*	Konzern	Prozentueller Marktanteil der größten Kreuzfahrtkonzerne nach Passagierzahl (2017)**
MSC Cruises S.A.	17	privat geführte Kreuzfahrtflotte	7 %
Norwegian Cruise Line Corporation Ltd. (NCL)	17	Norwegian Cruise Line Holdings Ltd.	10 %
Oceana Cruises	6		
Regent Seven Seas Cruises	5		
Royal Caribbean International	26	Royal Caribbean Group Ltd.	22 %
Celebrity Cruises	15 (davon 4 Expeditions-schiffe)		
Azamara Club Cruises	3		
Pullmantur	3		
Skysea	1		
50%ige Beteiligung der TUI Cruises (mit Hapag Lloyd)	9 (davon 2 von Hapag Lloyd)		
Carnival Cruise Line Inc. (CCL)	23	Carnival Corporation & plc	45 %
Holland America Line	10		
AIDA Cruises	14		
Princess Cruises	17		
Cunard Line	3		
Costa Crociere S.p.A.	12		
Seabourn Cruise Line	5		
P&O Cruises	6		
P&O Australia	2		
Restliche Reedereien			16 %

Tabelle 1: Auflistung der marktführenden Reedereien mit prozentuellem Marktanteil der größten Kreuzfahrtkonzerne nach Passagierzahl

3.2.1 Carnival Corporation & plc

Den größten prozentuellen Anteil des Angebots an Hotelbetten zur See nimmt der Konzern *Carnival Corporation & plc* mit Sitz in Miami ein. Mittlerweile zählt das britisch-amerikanische Unternehmen neben der Hausmarke *Carnival Cuise Line Inc. (CCL)* mehr als 100 Schiffe, verteilt auf einzelne operative Tochtergesellschaften. Im Jahre 1989 wurde *Holland America Line* übernommen und die *Carnival Corporation & plc* feierte ihren ersten Zuwachs. Mittlerweile gehören *Costa Crociere S.p.A.*, *AIDA Cruises*, *P&O Australia* und auch die Edelmarken *Cunard Line* und *Seabourn Cruise Line* zum Konzern. 2003 gelang es dem Unternehmen, eine Machtübernahme des größten Konkurrenten *Royal Caribbean Group Ltd.* durch den Kauf von *Princess Cruises* zu verhindern. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 106 –107)*

3.2.2 Royal Caribbean Group Ltd.

Mit knapp einem Viertel Anteil am Angebot an Hotelbetten zur See ist *Royal Caribbean Group Ltd.* ebenso ein großer Konzern, zu dem einige Tochtergesellschaften gehören. *Royal Caribbean International* wurde spätestens im Jahre 2008 durch den Bau des damalig größten Kreuzfahrtschiffes der Welt – der *Oasis of the Seas* – auch im deutschsprachigen Raum bekannt.

Anfang der 70er und 80er Jahre startete der heutige Riesenkonzern als norwegisches Unternehmen. Schon damals war das Unternehmen mit dem Bau des größten Passagierschiffes der Welt, der *Sovereign of the Seas*, medial im Rampenlicht und setzte somit einen Grundbaustein für den heutigen Tourismus auf See. Ende der 80er Jahre wurde durch den Kauf von *Celebrity Cruises* aus dem einst norwegischen ein amerikanisch-norwegisches Unternehmen und man fokussierte sich auf Neugründungen wie *Pullmantour* und *Croisières de France*, um neue Märkte zu erschließen. Auch innerbetrieblich differenzierte sich das Unternehmen und spezialisierte sich auf das Luxussegment mit der Deluxe-Marke *Azamara* im Jahre 2007. Den neuesten Zuwachs bildet *TUI Cruises* mit einem Anteil von 50 %. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 107)*

3.2.3 Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (NCL)

Den dritten Platz, gemessen am Angebot der Hotelbetten zur See, belegt der Konzern *Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (NCL)* aus Miami. Expandieren konnte das Unternehmen durch die Übernahme von *Prestige Cruises International* mit dessen Marken *Oceana Cruises* und *Regent Seven Seas Cruises*. Dadurch wird dem Kunden ein breites Angebot ermöglicht, das auch eine große Zielgruppe anspricht: *Norwegian Cruise Line Corporation Ltd. (NCL)* siedelt sich im Standard- und Premiumsegment an, *Oceania Cruises* bietet Premiumqualität und *Regent Seven Seas Cruises* ist heute der Inbegriff für High-End-Kreuzfahrten. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 107)*

3.2.4 MSC Cruises S.A.

MSC Cruises S.A. bietet derzeit eine Kapazität an Hotelbetten zur See von ca. 33.000 an. Das Unternehmen ist im Besitz der Familie Aponte aus Neapel und ist die größte privatgeführte Reederei weltweit, das sich neben der Kreuzfahrtindustrie auch auf die Containerschifffahrt spezialisiert. Laut aktuellen Investitions- und Zukunftsplänen der Reederei wird bis 2027 in neue Schiffe im Wert von neun Milliarden Euro investiert – damit rückt die Reederei höchstwahrscheinlich an die dritte Position und überholt somit den Konzern *Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (NCL)*. *(vgl. Bahn et al, 2016, S. 107)*

3.3 Werte, Besonderheiten und Gepflogenheiten der einzelnen Hochseereedereien

Wie bereits erwähnt, verfolgt jede Reederei ein ganz bestimmtes Konzept und ihre individuelle Unternehmenskultur – dabei kann es zu großen Unterschieden innerhalb des gleichen Preissegmentes kommen. Nimmt man nun die einzelnen Reedereien unter die Lupe, stellt man interessante Details, Gepflogenheiten und Arbeitsabläufe fest, die sich von Bord zu Bord und von Reederei zu Reederei unterscheiden. Viele Gäste bevorzugen das turbulente Bordleben auf den Schiffen der *AIDA Cruises*, andere das bunte Interieur auf Schiffen der *Costa Coricere S.p.A.* oder *Norwegian Cruise Line Corporation Ltd. (NCL)*.

Ganz anders sieht es auf den Schiffen der *MSC Cruises S.A.* aus: Hier wird auf dezentere, aufeinander abgestimmte Farben gesetzt und mit funkelnden *Swarovski*-Treppen auf Schiffen der *Fantasia-Klasse* geworben.

Um auf diese Unterschiede einzugehen, werden die marktführenden Reedereien im nachfolgenden Abschnitt vorgestellt.

3.3.1 AIDA Cruises

AIDA Cruises startete im Jahre 1996 mit der *AIDAcara* und führte so das Clubschiff-Konzept ein. Elegante Galaabende und Captain's Dinner wurden gestrichen, legere Gastronomievielfalt in Buffetform wurde eingeführt und Sport-, Entertainment- und Wellnesseinrichtungen adaptiert. Bis heute vertritt die Flotte von *AIDA Cruises* dieses Konzept und konnte sich so viele Familien als Stammgäste sichern. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 108)*

Das Konzept entstand durch die *Robinson Clubs* und zielt auf deutschsprachige Familien ab. Die Reederei geriet finanziell in Schwierigkeiten, wurde an die *Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (NCL)* verkauft, gehört nun zu *Carnival Corporation & plc* und läuft sehr gut. *(vgl. Ward 2013, S. 164)*

3.3.2 Azamara Club Cruises und Celebrity Cruises

Die Tochterfirmen *Azamara Club Cruises* und *Celebrity Cruises* der *Royal Caribbean Group Ltd.* bieten Kreuzfahrten im hochpreisigen Segment an. Sie zeichnen sich durch lange Hafenaufenthalte, innovative Designs und elegante Atmosphären auf den Schiffen aus. *Azamara Club Cruises* entstand durch eine Neugründung der *Royal Caribbean Group Ltd*. im Jahr 2007, *Celebrity Cruises* entstand 1989, wurde aber knappe zehn Jahre nach der Gründung von *Royal Caribbean Group Ltd*. im Jahre 1997 übernommen. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 108–109)*

Ziel von Azamara Club Cruises ist es, Gaumengenuss auf höchstem Niveau anzubieten und das Image eines schwimmenden Country-Clubs zu vermitteln. Direkter Konkurrent von *Azamara Club Cruises* ist *Oceana Cruises*, wobei *Azamara Club Cruises* längere Hafenzeiten anbietet. *(vgl. Ward 2013, S. 166)*

3.3.3 Carnival Cruise Line Inc. (CCL)

Die *Carnival Cruise Line Inc. (CCL)* bleibt ihrem Konzept als *Funship* seit der Gründung treu. Den Gästen wird eine bunte Fantasiewelt geboten, in der Rund-um-Unterhaltung am Tagesprogramm steht. Die Schiffe dieser Reederei sind fast ausschließlich im amerikanischen Raum unterwegs, demnach ist auch die Gästeklientel aus amerikanischem Gebiet. *(vgl. Förster 2006, S. 21)*

3.3.4 Costa Crociere S.p.A.

Costa Crociere S.p.A. trägt eine langjährige Tradition mit sich: Die Unternehmensgeschichte erstreckt sich mittlerweile auf über 160 Jahre. Die Gäste auf Schiffen der *Costa Crociere S.p.A.* sind international, Durchsagen gibt es häufig in fünf verschiedenen Sprachen. Zu Ferienzeiten sind überwiegend Gäste italienischer Staatsbürgerschaft an Bord, weshalb viele deutschsprachige Gäste entweder die Hochsaison oder *Costa Crociere S.p.A.* generell meiden. *Costa Crociere S.p.A.* hingegen steuert diesem Problem entgegen und konzipierte die *Costa neo-Collection* – eine *Slow Cruise*, die entspannte Ferien auf See ins Auge fasst. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 109–110)*

3.3.5 Cunard Line, Hapag-Lloyd Cruises und Holland America Line

Eine andere Zielgruppe und ein anderes Preissegment sprechen auch *Cunard Line* mit ihrer *Queen Mary 2* und *Queen Elizabeth* sowie *Hapag-Lloyd Cruises* mit ihrer *Europa 1 & 2* an. Beide Reedereien haben eine lange Tradition und bieten höchsten Service, Individualität und anspruchsvolle Programme. *Hapag Lloyd Cruises* hat ihre Zielgruppe erweitert und setzt mittlerweile auch auf Familien. *Holland America Line* liegt im Premium-Segment und zielt auf internationales aber traditionsbewusstes Publikum ab. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 111)*

3.3.6 MSC Cruises S.A.

Als größte privat geführte Flotte der Welt darf sich *MSC Cruises S.A.* bezeichnen. Neben dem italienischen Markt durchdringt das Familienunternehmen auch den deutschen Markt und findet Anklang: Einige Schiffe sind in deutschen Abfahrtshäfen stationiert. Die Flotte expandiert schnell und hat für die nahe Zukunft bereits neue, große Liner, aber auch kleinere Luxusschiffe bestellt. Vor allem das Preis-Leistungs-Verhältnis und das luxuriöse Interieur auf Schiffen der *MSC Cruises S.A.* werden von den Stammgästen geschätzt. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 112)*

Zudem darf sich die Reederei als sauberste bezeichnen:

„Of all the major cruise lines, it's also the cleanest. It changes bed linen and towels the most; typically, bed linen is changed every second day, towels daily, and bathrobes in suites daily, unlike most other large cruise lines." *(Ward 2013, S. 133)*

3.3.7 Oceana Cruises und P&O Cruises

Oceania Cruises siedelt sich im Luxussegment an und bietet komfortable Kabinen, ein hohes Maß an Service, qualitativ hochwertige Kulinarik und lässigen Luxus, der amerikanisch interpretiert wurde, mit englischer Bordsprache. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 113)*

P&O Cruises hingegen spezialisiert sich auf das Bereitstellen von Kreuzfahrten mit Clubhotel-Charakter und Freizeitaktivitäten. Die Schiffe dieser Reederei sind hauptsächlich im pazifischen Raum und in Neuseeland unterwegs. Im deutschsprachigen Raum ist die traditionelle Reederei derzeit noch etwas unbekannt. *(vgl. Ward 2013, S. 175)*

3.3.8 Princess Cruises

Auf eine angenehme und überschaubare Atmosphäre wird auf Schiffen der *Princess Cruises*-Flotte Wert gelegt. Daher werden Restaurants, Bars und Cafés mit großen Flächen anstatt in zwei Abteile in vier geteilt, um dem Gast auch auf Kreuzfahrtschiffen mit 4.000 Passagieren ein ruhiges und von Erholung geprägtes Umfeld zu bieten. Derzeit kämpft die Reederei um die Marktführung in Alaska – hier werden *Cruise Tours* mit eigenen Bussen und Lodges angeboten. Man findet durchaus deutschsprachige Reiseleiter auf dieser Reederei, die doch eher am amerikanischen Markt angesiedelt ist. *(vgl. Ward 2013, S. 157–159)*

3.3.9 Royal Caribbean International

Royal Caribbean International ist das zweitgrößte Kreuzfahrtunternehmen der Welt. Die Schiffe dieser Reederei werden selbst als Destination bezeichnet – das Leben an Bord steht im Vordergrund, die Landausflüge sind nicht oberste Priorität. Deshalb sind speziell die neueren Schiffe der Reederei mit einem umfangreichen Sportangebot, Kletterwänden, Fallschirmsprungsimulatoren, Surfsimulatoren und Autoscootern ausgestattet. Ein breites Kinderangebot spiegelt sich in Babysittern für Kinder ab zwölf Monaten wider. Um eine Alternative zu den Innenkabinen zu bieten, wurde beispielsweise auf der *Oasis oft he Seas* ein Central Park angelegt, um preisgünstigere Balkone in Parkrichtung anbieten zu können. *(vgl. Ward 2013, S. 160–163)*

3.3.10 Regent Seven Seas Cruises

Ähnlich wie bei *Azamara Club Cruises* und *Celebrity Cruises* spricht die Reederei *Regent Seven Seas Cruises*, die seit 2014 im Besitz der *Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (NCL)* ist, jene Zielgruppe an, die vor keinen Kosten scheut und in keiner Weise auf Luxus verzichten will. Das Verhältnis zwischen Platz an Bord und Passagier liegt hier auf höchstem Niveau – dem Gast wird auf Schiffen dieser Reederei am meisten Platz eingeräumt, um sich entfalten zu können. Für die Verpflegung an Bord wird ein Ultra-All-Inclusive-Paket angeboten, welches vereinzelt auch Landausflüge beinhaltet. 2016 stach der Luxusliner *Seven Seas Explorer* in See, welcher mit dem Titel *luxuriösestes Schiff der Welt* vermarktet wurde. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 115)*

3.3.11 Seabourn Cruise Line

Seabourn Cruise Line verfolgt ein ähnliches Konzept, nämlich All-Inclusive-Leistungen mit Luxuscharakter: Butlerservice, Personal Trainer und Kaviar stehen am Tagesprogramm ab einem Preis von 500 Euro pro Person. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 116)*

3.4 Reedereien und Anbieter im Bereich der Flussseekreuzfahrten

Die Veranstalter im Bereich der Flussseekreuzfahrten im deutschsprachigen Raum sind einerseits Seereisespezialisten und andererseits Flussreiseexperten. Einige Reedereien am deutschen Markt nutzen gecharterte Schiffe von internationalen Anbietern, um ihre Flusskreuzfahrten durchzuführen. 2017 gab es ein Passagieraufkommen von 1,7 Millionen Fahrgästen. 38 % der Reisegäste machten die amerikanischen Passagiere aus. Danach folgte der deutschsprachige Quellmarkt mit 28 %. Den dritten Platz belegten mit einem Marktanteil von 11 % die Staaten Großbritannien und Irland. Auf den Flüssen Europas wurden etwa 1,4 Millionen Passagiere gezählt. Speziell die europäischen Flüsse Donau und Rhein sind die bevorzugtesten Zielgebiete für Flussfahrten hinsichtlich des deutschsprachigen Quellmarktes. *(vgl. https://www.tourismus-kreuzfahrten.de/de/fluss-kreuzfahrten, 17.01.2021)*

Die anschließende Grafik zeigt nationale und europäische Reedereien und deren Schiffe auf eingesetzten Flüssen im europäischen Raum im Vergleich:

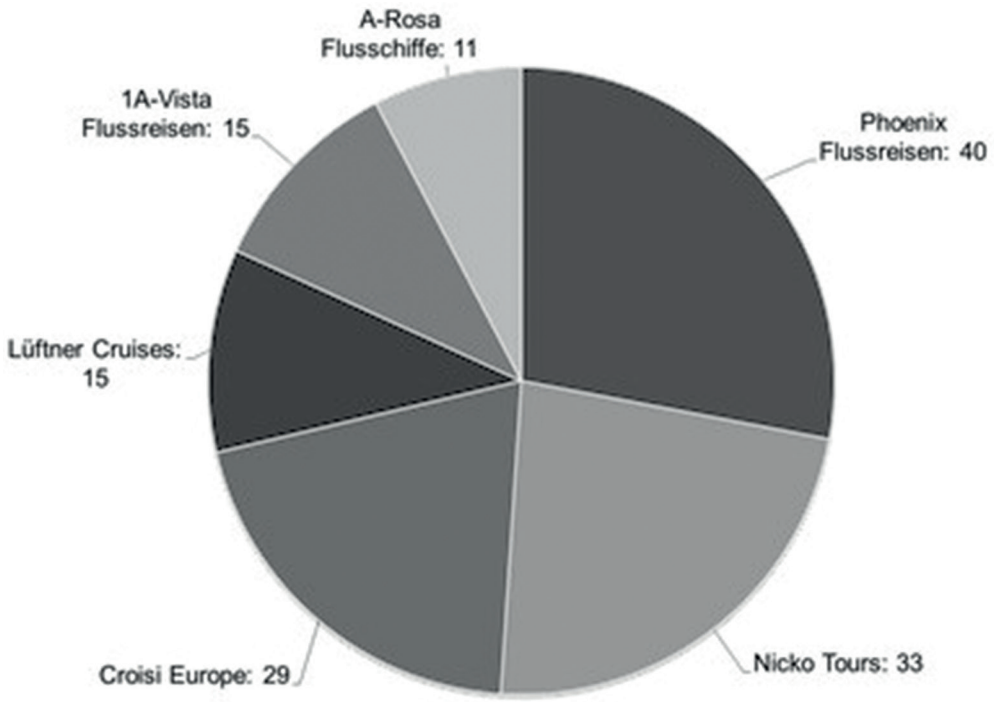


Abbildung 2: Flottengrößen europäischer Flusskreuzfahrtanbieter

3.5 Auflistung der marktführenden Flussseereedereien

Reederei	Anzahl der sich im Dienst befindlichen Schiffe*	Besonderheiten
1AVista Reisen	15	All-Inclusive-Konzept, Hundekreuzfahrten
A-ROSA Fluss-schiff GmbH	11	Kinder kostenlos, Premium-All-Inclusive-Konzept
CroisiEurope/An-ton Götten Reisen	29	französische Kanäle sind u.a. Fahrgebiet
Dertour Fluss-Rei-sen	51	All-In-Douro-Kreuzfahrt, kulinarische Donaureise
GTA-SKY-WAYS	11	Deltareisen oneway ab/bis Wien
Hansa Touristik	3	Südostasien
Lüftner Cruises	15	Familienunternehmen, Premiumsegment
Nicko Cruises Flussreisen	33	exotische Destinationen
Pandaw River Cruises	17	Boutique-Schiff für 18 Gäste
Phoenix Reisen	40	Familienunternehmen, Experte für Ägypten und Russland
Plantours Kreuz-fahrten	5	luxuriöse Silvesterreisen
Rivage Flussreisen	25	Charter modernster US-Schiffe
SE-Tours	14	Radreisen
Thurgau Travel	40	Schiffe und Yachten

Tabelle 2: Auflistung der marktführenden Reedereien mit Flottengröße und etwaigen Besonderheiten

Im Bereich der nationalen und europäischen Flusskreuzfahrtanbieter werden nachstehende genauer analysiert: *Phoenix Flussreisen*, *Nicko Cruises Flussreisen*, *Croisi Europe Lüftner Cruises*, *1A-Vista Flussreisen* und *A-ROSA Flussschiff GmbH*.

3.5.1 Phoenix Flussreisen

Anfang der 70er Jahre wurde *Phoenix Flussreisen* als Unternehmen für Städtereisen gegründet. Im Kreuzfahrtbereich startete das Reiseunternehmen erst 1988 durch. Aktuell besteht die Flotte aus 40 Flusskreuzfahrtschiffen und fünf Hochseekreuzfahrtschiffen. Mit der Vielzahl an Schiffen ist *Phoenix Flussreisen* einer der führenden Anbieter am deutschsprachigen Markt. Die Bandbreite reicht von 3-Sterne-Flusskreuzern bis hin zu luxuriösen Schiffen im Premiumbereich. Der Sitz von *Phoenix Flussreisen* ist in Bonn und angesteuert werden diverse nationale und internationale Flüsse. *(vgl. https://www.tourismus-kreuzfahrten.de/de/flusskreuzfahrten, 17.01.2021)*

Eines der größtenteils gecharterten Schiffe ist die *Anesha* der Schweizer Reederei *Scylla AG*. Das Schiff wurde im Jahr 2015 in Betrieb genommen und bietet Platz für 180 Passagiere und für eine Crew von 40 Personen. Das Sonnendeck ist mit Whirlpool, Minigolfanlage und Shuffleboard ausgestattet. Die *Anesha* ist mit ihren Minisuiten im Premiumsegment einzuordnen. Besonders ansprechend für die Gäste sind die Duschbäder und die französischen Balkone. Für Service und Verpflegung sorgt das angesehene Catering von *sea chefs*.

Der Preis für eine Kurzreise wie beispielsweise Köln-Amsterdam-Köln liegt bei 370 Euro und eine Weinreise auf der Mosel kostet 1.150 Euro für sechs Nächte. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 256)*

Ein weiteres Schiff des Flusskreuzfahrtunternehmens ist die 20-jährige *Swiss Crown*. Das Besondere an ihr ist, dass diese im Jahr 2000 eine Vorreiterin in der Premiumklasse war. Außerdem überzeugt sie mit echten Balkonen und einem optimalen Pflegezustand. Das Freizeitangebot reicht von Sauna, Dampfbad und Solarium bis hin zu Livemusik, Bibliothek und Tischtennisplatte. Mit 76 Außenkabinen hat die *Swiss Crown* etwa 15 Kabinen weniger als die *Anesha*. Ein Highlight ist die Reiseroute am Main-Donau-Kanal von Passau nach Köln zum Preis von 900 Euro für neun Nächte. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 275)*

3.5.2 Nicko Cruises Flussreisen

Speziell für Flusskreuzfahrten ist *Nicko Cruises Flussreisen* mit etwa 25 % einer der europäischen Marktführer. Der Startschuss für *Nicko Tours* fiel 1992 mit Städte- und Sprachreisen nach Russland. 1995 wurde erstmals ein ganzes Schiff für eine Sonderreise auf der Wolga gemietet. Daraus entstanden verschiedenste Flussreisen in Russland bis zum Schwarzen Meer. Bereits seit 20 Jahren bietet die Reederei Flusskreuzfahrten ganzjährig auf den Flüssen Donau, Wolga, Rhein, Po, und Nil an. Das Unternehmen besteht aus einer Flotte von 33 Schiffen. *Nicko Cruises Flussreisen* bemüht sich, dem Gast die Anreisemöglichkeiten so einfach wie möglich zu machen. So sind bereits viele Transfers oder Linienflüge im Endpreis inbegriffen, um kostengünstige Pakete zu schaffen. Generell hat der Konsument die Wahl zwischen Mittel-, Komfort- oder Deluxeklasse. Alle Kabinen auf Schiffen von *Nicko Cruises Flussreisen* sind Außenkabinen, somit kann das Landschaftsbild stets genossen werden. Im Allgemeinen werden die touristisch beliebtesten Wasserstraßen sowie Küstenabschnitte auf drei Kontinenten in mehr als 20 Staaten befahren. Neben den klassischen Zielgebieten offeriert die Reederei mittlerweile auch Kreuzfahrten auf Flüssen im europäischen Raum, wie zum Beispiel in Frankreich (Rhône, Seine & Saône), Italien (Po & Lagune von Venedig), Portugal (Douro) sowie auf den Flüssen Oder und Elbe in Deutschland. *(vgl. https://www.tourismus-kreuzfahrten.de/de/flusskreuzfahrten, 16.01.2021)*

Die 2001 in Dienst gestellte *Casanova* ist ein *Nicko*-Schiff in der *Boutique-Klasse* mit einem elegant-konservativem Ambiente. Durch eine Crew bestehend aus 29 Menschen werden 96 Passagiere versorgt. Befahren werden die Flüsse Saar, Mosel, Rhein und Neckar von Saarbrücken nach Stuttgart und umgekehrt. Solch eine Flusskreuzfahrt kostet für sieben Nächte etwa 900 Euro. Das Schiff bietet goldfarbene Zimmerschlüssel, wunderbare Himmelbetten, großzügige Bäder, französische Balkone, Hausmannskost, Frühshoppen und eine Crew-Show. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 260)*

Das jüngste Schiff, das 2013 seine Indienststellung hatte, ist die *President No. 8*. Sie zählt 185 Crewmitglieder und bietet Platz für 460 Gäste. Der Flusskreuzer befährt den Yangzi bei fünftätigen Routen mit Vor- und Nachprogramm in Shanghai, Peking und Xi'an. Der Einrichtungsstil des Schiffes ist sehr glamourös, wie man zum Beispiel in der Lobby an den goldglitzernden Treppen erkennen kann. Insgesamt ist auf dem Schiff alles etwas größer und exquisiter als auf einem gewöhnlichen Flusskreuzfahrtschiff. Der Luxus auf der *President No. 8* ist vergleichbar mit dem eines Hochseekreuzers. Der Preis für 14 Nächte beginnt bei etwa 2.000 Euro inklusive der Flüge. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 272)*

3.5.3 CroisiEurope

Die Flusskreuzfahrten von *CroisiEurope* gibt es seit 45 Jahren und werden bereits 20 Jahre durch *Anton Götten Reisen* in Österreich und Deutschland vertrieben. Die französische Reederei ist ein Familienunternehmen und steuert alle bekannten europäischen Flüsse an. Ziel ist es, dem Fahrgast ein möglichst großes Spektrum an Reiserouten zu bieten. Auf ein paar wenigen Flüssen wie zum Beispiel der Loire und der Route Elbe-Moldau ist *CroisiEurope* der einzige Anbieter. Außerdem werden seit einigen Jahren auch die Kanäle Frankreichs befahren. Ungefähr 1.000 Mitarbeiter und mittlerweile mehr als 45 Schiffe zählt das Unternehmen. Somit gehört *CroisiEurope* zu einem der marktführenden Flusskreuzfahrtanbieter. Besonderen Wert legt das Unternehmen auf ökologische und umweltverträgliche Flussfahrten.

Beispielsweise wird dies in Form eines Wassereinsparungssystems und durch innovative Treibstoffe umgesetzt. *(vgl. https://www.croisieurope.de/ueber-uns/, 17.01.2021)*

Ein Kreuzfahrtschiff von *CroisiEurope* repräsentiert die *Elbe Princesse*. Sie wurde 2016 gebaut und hat 24 Crewmitglieder sowie Platz für 80 Passagiere. Dieses Schiff ist eine Spezialanfertigung, da es durch zwei Schaufelräder angetrieben wird und so durch geringen Tiefgang auch bei Niedrigwasser fahren kann. Die Schaufelräder befinden sich am Heck, somit können auch sehr schmale Schleusen durchquert werden. Diese besonderen Konstruktionseigenschaften ermöglichen während der ganzen Sommersaison Routen von Berlin-Spandau über die Elbe und Moldau bis in die Stadt Prag mit Haltepunkten in Wittenberg, Meißen und Dresden. Diese Route kostet etwa 1.900 Euro für acht Nächte. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 264)*

3.5.4 Lüftner Cruises

Die sogenannte *Amadeus*-Flotte mit Sitz in Innsbruck ist seit über 30 Jahren im Flusskreuzfahrtbereich tätig. Das Angebot reicht von klassischen Donau-Flussreisen, Tulpenfahrten in Holland bis hin zu Kreuzfahrten zur Mündung der Donau ins Schwarze Meer. Die *Amadeus-Klasse* macht den Hauptanteil der Reederei aus und ist im Premiumsegment angesiedelt. Eine großzügige Einrichtung sowie hohe Servicequalität sind wichtige Merkmale der *Lüftner Cruises GmbH*. Ebenso gibt es Spezialangebote wie Musikkreuzfahrten, Golfsportkreuzfahrten, Adventskreuzfahrten oder Winterkreuzfahrten. *(vgl. https://www.tourismus-kreuzfahrten.de/de/flusskreuzfahrten, 15.01.2021)*

So bietet zum Beispiel die *Amadeus Silver III* 72 Kabinen mit zwölf Suiten. Die Suiten begeistern vor allem mit den begehbaren Balkonen, die hierzulande eine Besonderheit am Flusskreuzfahrtmarkt darstellen. Darüber hinaus gibt es eine große Panoramabar und das Café *Vienna*, in dem typische Wiener Kaffeespezialitäten angeboten werden. Der moderne Flusskreuzer arrangiert viele Abfahrten mehrsprachig, da es eine hohe internationale Nachfrage gibt. Neue Routen sind einerseits die zwischen Budapest und Nürnberg sowie die Drei-Flüsse-Fahrten zwischen Amsterdam und Nürnberg. Im Bereich Sport und Wellness sind Massagen, Friseurbesuche, Frühsport auf dem Sonnendeck und Bewegung im Fitnessraum mit Kardiogeräten möglich. Das Schiff zählt 46 Crewmitglieder und 168 Passagiere. Die Indienststellung der Amadeus *Silver III* war im Jahr 2016. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 255)*

3.5.5 1AVista Reisen

Die Reederei wurde 2007 gegründet und hat ihren Unternehmenssitz in Köln. Zu dieser Zeit war das All-Inclusive-Paket noch neu und etwas Besonderes. So konnte *1AVista Reisen* durchstarten und gewann gute Buchungszahlen und viele Stammkunden. Heute offeriert das Unternehmen mehr als 300 Flusskreuzfahrten, 16 Schiffe mit der allzeit beliebten *1AVista* All-Inclusive-Verpflegung. *1AVista Reisen* ermöglicht geführte Rundreisen auf Reiserouten in 40 Staaten. Die stetig wachsende Flotte legt Wert auf persönlichen Service und bestmögliche Sicherheitsstandards. Mit neuartigen Ideen, wie zum Beispiel dem ersten Steakhouse auf einem deutschsprachigen Flusskreuzfahrtschiff, möchte das Unternehmen bei den Passagieren punkten. Zusätzlich steht das Thema Nachhaltigkeit für *1AVista Reisen* im Vordergrund. Solarpanels an Bord fördern den Fokus, eine Wertschöpfung vor Ort zu schaffen. *(vgl. https://www.1avista.de//unternehmen/, 17.01.2021)*

Vor allem für Flusskreuzfahrten mit Hund oder Rad eignet sich die *Normandie*. Sie ist hauptsächlich auf den Gewässern der Niederlande unterwegs und ist für 100 Personen zugelassen. Das Schiff ist bereits seit 1989 in Betrieb und begeistert mit Quiz-Veranstaltungen, Musik und Ähnlichem. Der Preis mit Hund auf dem Rhein nach Holland beträgt für zehn Nächte 1.600 Euro. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 271)*

Ein etwas moderneres Flusskreuzfahrtschiff ist die *Vista Flamenco*. Diese wurde 2005 gebaut und bietet knapp 200 Gästen Hotelkomfort. Das wichtigste Merkmal dieses Schiffes ist das Twin-Cruiser-Konzept. Dadurch wird der Antriebstrakt vom Hoteltrakt getrennt und schafft dem Passagier ein besonders leises Fahrvergnügen. Die *Vista Flamenco* ist im Gegensatz zur Normandie auch mit französischen Balkonen ausgestattet.

Im Allgemeinen sind die Kabinen hell und modern ausgestattet. Spezielle Programmhöhepunkte waren in den letzten Jahren die Reisen *Donau in Flammen* und *Großes Feuerwerk zum ungarischen Nationalfeiertag*. Die Reiseroute *Donau Spezial* von Passau bis Tulcea kostet für acht Nächte inklusive Rückflug und Übernachtung in Bukarest 1.550 Euro. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 277)*

3.5.6 A-ROSA Flussschiff GmbH

Als eine der führenden Premiumreedereien bietet die *A-ROSA Flussschiff GmbH* Städte- und Naturreisen auf den Flüssen Donau, Douro, Rhône/Saône, Rhein/Main/Mosel und Seine an. Der Unternehmenssitz befindet sich in Rostock und es werden rund 750 Mitarbeiter beschäftigt. Gegründet wurde die *A-ROSA Flussschiff GmbH* als Teil der *Deutschen Seereederei GmbH* im Jahr 2000. Da die Nachfrage nach Flusskreuzfahrten immer größer wurde, erweiterte das Unternehmen seine Flotte stetig. Zwölf unverkennbare Schiffe begeistern heute die Passagiere, die zudem auch noch die aktuellsten Sicherheits- und Umweltstandards erfüllen. Seit 2018 ist der britische Finanzinvestor Duke Street an der *A-ROSA Flussschiff GmbH* beteiligt. In Zukunft möchte das Unternehmen die Produktinnovation, Marketing und Vertrieb in die Premium-Positionierung und die Qualitätsführerschaft forcieren. *A-ROSA Flussschiff GmbH* konzentriert sich überdies auf den Bau neuer Schiffe und die Ausweitung der Zielgebiete. *(vgl. https://www.a-rosa.de/flusskreuzfahrten/unternehmen.html, 17.01.2021)*

Mit der *A-ROSA Silva* und *A-ROSA Flora* werden vor allem Familien angesprochen. Beide Schiffe bieten den Tarif *Select Premium alles inklusive*. Hierbei fahren Kinder bis 15 Jahre umsonst mit. Das Angebot mit den zahlreichen Zusatzleistungen fand große Beliebtheit und wird gerne von Familien angenommen. Es gibt unter anderem Junior- und Balkonsuiten sowie Familienkabinen. Eltern genießen besonders die Beauty-Behandlungen, die Panoramasauna und das Dampfbad im *Spa-Rosa*. Zusätzlich ermöglichen die Übernachtungen in den Städten eine Alternative zur altbewährten Städtereise. Die Reiseroute auf der Donau von Engelhartszell bis Belgrad und zurück mit Overnights in Wien und Budapest liegt für zehn Nächte bei knapp 2.000 Euro. *(vgl. Bahn et al 2016, S. 257)*

Zusätzlich zu den nationalen und europäischen Flusskreuzfahrtanbietern wird im Folgenden ein amerikanischer Anbieter vorgestellt:

3.5.7 AmaWaterways

Der amerikanische Flusskreuzfahrtanbieter wurde 2002 als Familienunternehmen gegründet. Die Reederei positioniert sich als Luxuslinie und wurde damit sowohl in Europa als auch in außereuropäischen Ländern erfolgreich. Die 25 Flusskreuzfahrtschiffe befahren Flüsse im europäischen, afrikanischen, asiatischen und ägyptischen Raum. Die *Ama*-Flotte punktet bei den Passagieren mit gemütlichem und modernem Ambiente, erstklassiger Ausstattung, guter Verpflegung und hohen Qualitätsstandards. Zudem sorgt der hervorragende Service an Bord für das hohe Wohlbefinden der Gäste. *(vgl. https://www.flusskreuzfahrt-entdecker.de/reedereien/amawaterways/, 08.03.2021)*

Die 2017 erbaute *AmaMagna* ist das größte Flussschiff, das je konstruiert wurde. Seit 2019 ist die *AmaMagna* auf der Donau unterwegs und bietet große, luxuriöse Wohnräume für 190 Gäste in 97 Kabinen. Die Kabinen sind mit etwa 30 Quadratmeter doppelt so groß wie die üblichen auf einer Flusskreuzfahrt. *(vgl. https://www.thb.info/rubriken/detail/news/amamagna-wird-breitester-donaukreuzer.html, 08.03.2021)*

Auch die öffentlichen Räume am Schiff sind bei Weitem größer und offerieren mehr Möglichkeiten. Zahlreiche Restaurants, viele Sportaktivitäten und ein abwechslungsreiches Bordprogramm sorgen für Unterhaltung. Das Flusskreuzfahrtschiff hat eine Länge von 135 Metern und ist mit einer Breite von 22 Metern doppelt so breit wie die herkömmlichen Flussschiffe. Außerdem wird Nachhaltigkeit in Form eines sparsamen Hybrid-Antriebs gelebt, der durch Diesel- und Elektromotoren betrieben wird. *(vgl. https://www.blog-kreuzfahrt.ch/flusskreuzfahrten/groesstes-flussschiff-auf-der-donau-bietet-urlaub-des-lebens/, 08.03.2021)*

3.6 Fahrgebiete auf den Flüssen

International gibt es über 1.000 Flusskreuzfahrtschiffe, mit ansteigender Tendenz. Auf der Donau sind etwa 120 Flusskreuzer, auf dem Nil knapp 300 und auf der Wolga 200 unterwegs. Das Interessante an den Flusskreuzfahrtschiffen ist, dass sie prinzipiell ihren Zielgebieten zugeordnet sind. Ein Grund dafür sind die teuren Überführungen der Schiffe auf andere Gewässer sowie die spezielle Konstruktion mancher Schiffe bezüglich bestimmter Fahrtgebiete. So wird zum Beispiel die Größe der Flussschiffe auf Brücken, Schleusenkammern und auf die Breite von Kanälen zugeschnitten. *(vgl. https://www.tourismus-kreuzfahrten.de/de/flusskreuzfahrten/schiffe-flusskreuzfahrt/schiffe-flusskreuzfahrt, 17.01.2021)*

TRENDS UND GÄSTEPROFIL

04

04 ZIELGRUPPEN, TRENDS UND GÄSTEPROFIL

Nicht nur Interieur, Technik und Größe der Schiffe, sondern auch die Anforderungen der Gäste und die daraus resultierenden Trends der Kreuzfahrtbranche ändern sich. Im folgenden Kapitel werden die Anforderungen der verschiedenen Zielgruppen, neuartige Trends und das Gästeprofil des österreichischen Kreuzfahrtpassagiers analysiert. Hierzu werden unter anderem Statistiken des Quellmarktes Österreich interpretiert. Die Zahlen hierfür stammen aus Jahresberichten und Branchenausblicken der *Cruise Lines International Association (CLIA)*, dem weltweit größten Handelsverband für die Kreuzfahrtindustrie.

4.1 Anforderungen und Ansprüche der verschiedenen Zielgruppen

Alleine, als Paar, mit der Familie, in der Gruppe oder mit Freunden – jede Reiseart hat unterschiedliche Anforderungen, welchen die verschiedenen Kreuzfahrtangebote gerecht werden müssen, um die Bedürfnisse der Reisenden optimal befriedigen zu können.

4.1.1 Kreuzfahrten für Senioren

Kreuzfahrten sind bei älteren Personen sehr beliebt. Diese Zielgruppe ist jene, die zu längeren Kreuzfahrten tendiert und auch sogenannte *World Cruises* in Betracht zieht. Reedereien haben die Bedürfnisse von Senioren wahrgenommen und bieten daher auch spezielle Diäten und gesunde Alternativen zu den oft deftigen Abendmenüs an. Auch *Gentlemen Hosts* werden angeboten, um Alleinreisenden Zeit zu zweit zu schenken. Senioren zeigen sich als wissbegierig und so haben kleinere Schiffe, wie die von *Crystal Cruises*, sogenannte *Enrichment Programs* eingeführt, die es ermöglichen, Fakten und Geschichtliches über das bereiste Land zu erfahren. Obwohl sich die Neubauten an den aktuellsten Technologien orientieren, muss auf die Zielgruppe der Senioren trotzdem Rücksicht genommen werden: Ihre Bedenken sind Zahlungen ausschließlich mit Kreditkarten, Online Check-in im Vorhinein und das Buchen über interaktive Flächen innerhalb der Kabinen. *(vgl. Ward 2013, S. 88–89)*

4.1.2 Kreuzfahrten für Romantiker: Heiraten im Rahmen einer Kreuzfahrt

Nicht nur die Flitterwochen, sondern die gesamte Hochzeit ist am Schiff möglich. Inspiriert wurden die Reedereien durch die Ausstrahlung der deutschen Serie *Das Traumschiff* und der US-amerikanischen Serie *The Love Boat*. Hochzeits-Packages auf Schiffen der Reedereien *Costa Crociere S.p.A.* oder *Royal Caribbean International* beinhalten einen Pfarrer, eine Hochzeitstorte, Champagner, Boutonnière, Blumenstrauß, eine Band und ein Fotoalbum. Die Hochzeit selbst kann entweder am Schiff oder auf einer Destination innerhalb der Reiseroute stattfinden. *(vgl. Ward 2013, S. 90–91)*

4.1.3 Kreuzfahrten für Singles

Mehr als 25 % sind Alleinreisende, obwohl die Konditionen für Singles auf Kreuzfahrtschiffen oft wenig lukrativ aussehen. Dadurch, dass die Single-Kabinen oft gleich groß wie die Doppelkabinen sind und die Errichtung der Einzelkabinen etwa gleich viel kostet, wird ein Einzelbelegungszuschlag verrechnet. Das kann beispielsweise bei *MSC Cruises S.A.* circa 80 % des Reisepreises ausmachen. Andere Reedereien verlangen keinen Zuschlag, werden aber bei der Rechnung die Steuern und Hafengebühren für eine Doppelbelegung ausweisen. Ein Konzept, das diesem Problem entgegenwirkt, sind *Share Programs*, die es Alleinreisenden ermöglicht, ohne jegliche Zuschläge zu reisen. Der Veranstalter sucht eine zweite Person des gleichen Geschlechts mit ähnlichen Vorlieben und Interessen, um sich die Kabine und so die Kosten zu teilen. Wird keine zweite Person gefunden, bekommt man die Kabine zum Single-Preis für sich allein. *(vgl. Ward 2013, S. 92-93)*

4.1.4 Kreuzfahrten für Menschen mit besonderen Bedürfnissen: Barrierefreies Reisen

Menschen mit besonderen Bedürfnissen wird ein stressfreier Urlaub auf See beschert. Wichtig ist, sich im Vorhinein auf die Reise vorzubereiten und sich für das passende Schiff zu entscheiden. Obwohl Schiffe der heutigen Zeit Vorreiter in Sachen barrierefreies Reisen sind, ist das Tendern nach wie vor eine Schwachstelle. In einigen Häfen ist es nicht möglich, bis ans Festland zu gelangen und somit transportieren Tenderboote die Passagiere ans Land.

Die Kabinen sind geräumiger, befinden sich neben den Liften und bei Bedarf gibt es Gefrierschränke, um Medikamente wie Insulinspritzen kühlen zu können. Beschriftungen mit Brailleschrift zählen zu den Standards auf See und Rollstühle können vor Ort verliehen werden. Als Schwachstelle auf Schiffen für Personen mit eingeschränkter Mobilität zählen Buffetrestaurants, die es bei Stoßzeiten oft schwierig machen, sich problemlos am Buffet bedienen zu können. Viele Reedereien bieten daher das À-la-carte-Restaurant mit Service nicht nur am Abend, sondern für alle Essenszeiten an. *(vgl. Ward 2013, S. 94)*

4.2 Trends in der Kreuzfahrtbranche

Die *Cruise Lines International Association (CLIA)*, der weltweit größte Handelsverband für die Kreuzfahrtindustrie, hat den Branchenausblick für 2020 veröffentlicht und zeigt, welche Richtungen das Reisen auf See einschlägt.

4.2.1 Trend Nr. 1: Nachhaltigkeit

Einer der dominierenden Trends beim Bau neuer Schiffe ist jener der Nachhaltigkeit. Die Kreuzfahrtindustrie entfernt sich vom Image der umweltschädlichen Dampfer und eignet sich Schritt für Schritt einen nachhaltigeren Ruf an.

22 Milliarden Euro wurden in neue Technologien in Sachen Energieeffizienz und umweltfreundlichere Treibstoffe investiert. Zu den Vorhaben und Trends bezüglich Nachhaltigkeit zählen die Reduktion des CO_2-Ausstoßes und der Schwefelemissionen sowie eine Minderung der Ruß-, Strickstoff- und der Treibhausgasemissionen. *(vgl. https://cruising.org/en-gb/news-and-research/research/2019/december/state-of-the-cruise-industry-outlook-2020, 22.11.2020)*

Genaueres zum Thema Umweltfreundlichkeit in Bezug auf nachhaltige Maßnahmen wird im Kapitel 5 *Overtourism und Nachhaltigkeit* erläutert.

4.2.2 Trend Nr. 2: Destination Stewardship

Jahre zuvor galten Kreuzfahrten als die beste Methode, viele Länder, Städte und berühmte Sehenswürdigkeiten innerhalb kurzer Zeit zu sehen. Langfristig bildete sich jedoch die Tendenz zum Overtourism. Hierbei entstand der Begriff *Destination Stewardship* und es entwickelte sich ein Konzept daraus: Durch Kooperationen mit örtlichen Gemeinden wird versucht, Besucherströme zu regulieren und Overtourism zu vermeiden. Damit das möglich ist, sind Partnerschaften mit Behörden, gestaffelte An- und Abreisen und erweiterte Landausflüge notwendig. *(vgl. https://cruising.org/en-gb/news-and-research/research/2019/december/state-of-the-cruise-industry-outlook-2020, 22.11.2020)*

4.2.3 Trend Nr. 3: Größe

Was ebenso ein bedeutender Unterschied ist, ist die Größe der Kreuzfahrtschiffe. Die ersten Schiffe waren im Vergleich zum heutigen durchschnittlichen Kreuzfahrtschiff verhältnismäßig klein. Obwohl immer größere und pompösere Kreuzfahrtschiffe entstanden sind, die Entertainment und Gastronomie als Erlebnis im Fokus haben, wird die Nachfrage nach kleineren, familiären Luxus- und Expeditionsschiffen immer größer. Auch Reedereien wie *MSC Cruises S.A.* haben kleine Kreuzfahrtschiffe in Auftrag gegeben, um diesem Trend in naher Zukunft gerecht werden zu können.

4.2.4 Trend Nr. 4: Kreuzfahrt für alle

Erhebliche Veränderungen bezüglich der Gästestruktur und der Art des Reisens haben sich ebenfalls ergeben. Früher waren Kreuzfahrten nur der sozial höher gestellten Schicht vorenthalten, heutzutage stellt sich die Kreuzfahrt als beliebte Reiseart bei Familien, Paaren, älteren Personen und auch Reisegruppen heraus.

Daraus haben sich auch Veranstalter entwickelt, die Kreuzfahrten für Reisende aus der LGBTQ-Community anbieten. Die Veranstalter *Atlantis* und *Olivia* spezialisieren sich auf diesen Sektor, die *International Gay & Lesbian Travel Association* bietet ebenso reichlich Auskünfte. Auf Schiffen der *Celebrity Cruises* kann seit 2017 eine gleichgeschlechtliche Ehe gefeiert werden, da die Schiffe unter maltesischer Flagge fahren. *(vgl. Baran et al 2019, S. 72)*

4.2.5 Trend Nr. 5: Cruise and stay

Cruise and stay wird von 65 % der Passagiere betrieben: Das bedeutet, dass neben dem Kreuzfahrturlaub noch ein paar Tage vorher oder nachher angehängt werden, um die Destination bei der Ein- oder Ausschiffung besser kennenzulernen. *(vgl. https://cruising.org/en-gb/news-and-research/research/2019/december/state-of-the-cruise-industry-outlook-2020, 22.11.2020)*

Ein großer Vorteil des Konzeptes von *Cruise and stay* ist, dass man zwei Urlaube mit nur einem Flug oder einer Anreise vereint. Da es oft etwas stressig sein kann, sich jeden Tag eine andere Stadt oder ein anderes Land anzusehen, bieten viele Veranstalter eine Kreuzfahrt mit anschließendem Badeurlaub an. Meist wird dies in Form eines 14-tätigen Urlaubs offeriert: Im Raum des Roten Meeres wird oft eine Flusskreuzfahrt im Nil mit einem einwöchigen Badeurlaub vereint.

4.2.6 Trend Nr. 6: Technologie an Bord

Kreuzfahrtschiffe heutzutage kennen in Sachen Technologie und Innovation fast keine Grenzen. Beinahe alle Reedereien bieten Apps an, die den Gästen das Leben an Bord erleichtern sollen. Mit anderen Gästen am Schiff via App interagieren, Massagen und Behandlungen buchen, oder einen Tisch im Restaurant fixieren sind keine Zukunftsvisionen, sondern die Gegenwart. Noch einen Schritt weiter gehen Reedereien, die den Gästen Armbänder anbieten, die eine Gesamtlösung für viele Aktionen am Schiff darstellen: Sie fungieren als elektronische Zimmerschlüssel, sind eine Art Bezahlungsmethode am Schiff und bieten die Möglichkeit, Speisen und Getränke damit zu bestellen. In Sachen Wohnen gibt es bereits *Smart Home at Sea*. Dabei handelt es sich um eine kreative Lösung, die darauf abzielt, dem Gast ein exklusives, bequemes und smartes Wohnen an Bord eines Schiffes zu ermöglichen. Ein virtueller Assistent sowie eine benutzerdefinierte Beleuchtung sind vorgesehen. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/2021-state-of-the-cruise-industry_optimized.ashx, 21.02.2020)*

4.3 Gästeprofil: Quellmarkt Österreich im Vergleich zu Europa

Der Kreuzfahrtmarkt hat mittlerweile bei österreichischen Touristen an großer Bekanntheit gewonnen. Auch innerhalb des österreichischen Quellmarktes lassen sich Unterschiede feststellen. Wie lange verreist der österreichische Gast auf einem Kreuzfahrtschiff im Durchschnitt? Welchen Rang nimmt Österreich bezüglich des Passagiervolumens verglichen mit dem Rest Europas ein? Welche Gebiete werden bei einer Kreuzfahrt am liebsten angesteuert? Diese Fragen werden im folgenden Abschnitt beantwortet.

4.3.1 Altersdurchschnitt und Altersverteilung

Der österreichische Kreuzfahrtpassagier ist im Schnitt zwischen 49 und 50 Jahre alt. 2016 sowie 2017 lag das Durchschnittsalter bei 50 Jahren, im Jahr 2018 sank es auf 49 Jahre. Das bedeutet, dass das Durchschnittsalter des österreichischen Kreuzfahrtpassagiers etwas über dem europäischen Schnitt liegt: 2016 lag der Europaschnitt bei 49,7 Jahren, 2017 stieg der Wert auf 49,8 Jahre und im Jahr 2018 gab es erneut einen leichten Anstieg auf 49,9 Jahre im Schnitt. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/final-market-report-europe-2018.ashx, 18.01.2020)*

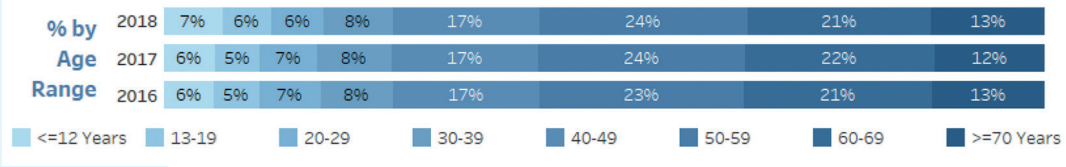


Abbildung 3: Verteilung der Altersspanne des Quellmarktes Österreich von 2016 - 2018

Die Altersverteilung bei österreichischen Kreuzfahrern zeigt der Durchschnittswert in Prozent der Jahre 2016, 2017 sowie 2018 und sieht folgendermaßen aus: Etwas mehr als 6 % sind Passagiere unter zwölf Jahre. Mit ca. 5,3 % ist die Gruppe der 13- bis 19-Jährigen am wenigsten auf Kreuzfahrtschiffen vertreten. 20- bis 29-Jährige sind im Schnitt zu 6,7 % an Bord zu finden, die Gruppe der 30- bis 39-Jährigen zu 8 %. Mit einem Anteil von 17 % sind österreichische Gäste zwischen 40 und 49 Jahren auf Kreuzfahrtschiffen unterwegs. Knapp ein Viertel der österreichischen Gäste sind zwischen 50 und 59 Jahre alt. Dicht gefolgt von der Gruppe mit 60 bis 69 Jahren: Über ein Fünftel der österreichischen Kreuzfahrer, das sind ca. 21,3 %, sind zwischen 60 und 69 Jahre alt. Mit einem prozentuellen Anteil von 12,7 % sind österreichische Passagiere mit über 70 Jahren vertreten. Was auffällt, ist, dass im Europaschnitt mehr 70-Jährige auf Kreuzfahrten gehen, als in Österreich: Sie weisen einen Schnitt von 16 % auf. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/final-market-report-europe-2018.ashx, 18.01.2020)*

4.3.2 Durchschnittliche Aufenthaltsdauer

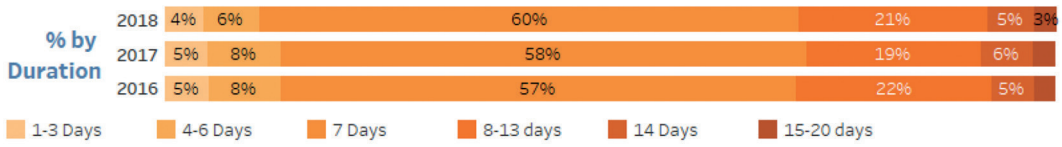


Abbildung 4: Verteilung der Aufenthaltsdauer des Quellmarktes Österreich von 2016 - 2018

Der österreichische Schnitt bezüglich der Aufenthaltsdauer lag im Jahr 2016, 2017 und 2018 bei 8,3 Tagen, also etwas unter dem europäischen Schnitt von 8,7 – 8,8 Tagen. Im drei-Jahres-Schnitt von 2016 bis 2018 ist festzustellen, dass die beliebteste Reisedauer der Österreicher mit 58,3 % eine Woche ist. Etwas mehr als ein Fünftel der österreichischen Kreuzfahrer bevorzugt eine Reisedauer von acht bis 13 Tagen. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/final-market-report-europe-2018.ashx, 18.01.2020)*

4.3.3 Passagiervolumen Österreichs und Europas

Von 2016 bis 2018 stieg das Passagiervolumen in Bezug auf den österreichischen Quellmarkt an: 125.100 österreichische Passagiere haben 2016 eine Kreuzfahrt unternommen, 2017 waren es knapp 130.000 und im Jahr 2018 waren es bereits 135.800 Passagiere. Das bedeutet einen Anstieg im Jahr 2017 um 3,5 % verglichen mit dem Vorjahr - 2018 stieg die Anzahl der österreichischen Passagiere auf Kreuzfahrtschiffen um 4,8 % an. Vergleicht man diesen Trend mit Europa, sieht man ebenfalls einen deutlichen Anstieg bei der Zahl der jährlichen Kreuzfahrttouristen: 2016 waren es ca. 6.800.000 europäische Passagiere, 2017 stellte man einen Anstieg um 2,2 % auf knappe 7.000.000 Passagiere fest. 2018 vermehrte sich dieser Wert um 3,3 % auf 7.170.000 europäische Kreuzfahrtpassagiere. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/final-market-report-europe-2018.ashx, 18.01.2020)*

Auf der nächsten Seite zeigt die Abbildung 5 das Passagiervolumen europäischer Länder mit prozentueller Veränderung von 2016 bis 2018. Dabei wurden jene 17 Staaten aufgelistet, mit dem höchsten Passagiervolumen in den zuvor genannten Jahren.

Das größte Passagiervolumen Europas nimmt Deutschland mit steigender Tendenz ein: 2018 waren mehr als 2.200.000 deutsche Gäste auf Kreuzfahrtschiffen unterwegs. Europaweit belegte Österreich im Jahr 2018 den siebten Platz mit 136.000 Kreuzfahrern; Tendenz ebenfalls steigend. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/final-market-report-europe-2018.ashx, 18.01.2020)*

Passenger Volume (K) for Top Countries

	2016	2017	2018
Germany	2,018	2,169 (7.5% ▲)	2,233 (3.0% ▲)
UK & Ireland	1,960	1,971 (0.5% ▲)	2,009 (2.0% ▲)
Italy	751	769 (2.5% ▲)	831 (8.0% ▲)
Spain	480	510 (6.4% ▲)	530 (3.9% ▲)
France	554	504 (-9.1% ▼)	521 (3.4% ▲)
Switzerland	147	152 (3.2% ▲)	154 (1.5% ▲)
Austria	125	130 (3.5% ▲)	136 (4.8% ▲)
Netherlands	104	110 (5.9% ▲)	113 (2.2% ▲)
Norway	111	104 (-6.8% ▼)	101 (-2.7% ▼)
Russian Federation	48	69 (41.5% ▲)	78 (13.9% ▲)
Belgium	69	72 (4.4% ▲)	70 (-3.3% ▼)
Sweden	66	64 (-3.0% ▼)	63 (-1.8% ▼)
Portugal	44	48 (11.2% ▲)	60 (23.9% ▲)
Denmark	46	45 (-1.3% ▼)	45 (-1.2% ▼)
Turkey	65	36 (-44.3% ▼)	28 (-21.8% ▼)
Cyprus	21	23 (8.0% ▲)	24 (4.3% ▲)
Poland	18	21 (16.2% ▲)	23 (6.3% ▲)

Abbildung 5: Passagiervolumen Europas mit prozentueller Veränderung von 2016 - 2018

4.3.4 Durchschnittsalter und Durchschnittsaufenthaltsdauer in Bezug auf die Destinationen

Betrachtet man den österreichischen Quellmarkt, lässt sich feststellen, dass vor allem die Passagiere, die 2018 Zieldestinationen der östlichen Mittelmeerländer avisierten, etwa sechs bis sieben Tage verreisten. Touristen, die Kreuzfahrten in diese Region beabsichtigten, waren im Schnitt 49 Jahre alt. Betrachtet man die Zieldestination der zentralen und westlichen Mittelmeerländer, stieg die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Jahr 2018 auf sieben bis acht Tage, das Durchschnittsalter sank auf 46 Jahre. Auffällig ist, dass, je länger die Aufenthaltsdauer ist, der Altersdurchschnitt im Jahr 2018 ebenso anstieg: So zählten Kreuzfahrten im asiatischen Raum sowie Expeditionskreuzfahrten im Durchschnitt zwölf bis 13 Tage, das Durchschnittsalter stieg auf 57 beziehungsweise 58 Jahre. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/final-market-report-europe-2018.ashx, 18.01.2021)*

Vor allem Reisende, die bereits in der Pension sind, bevorzugen es, längere Aufenthalte als nur eine Woche zu buchen und sind zeitlich auch flexibel. Sogenannte Weltreisen, wie sie beispielsweise *MSC Cruises S.A.* anbietet, dauern oft monatelang und werden eher von Pensionisten angenommen.

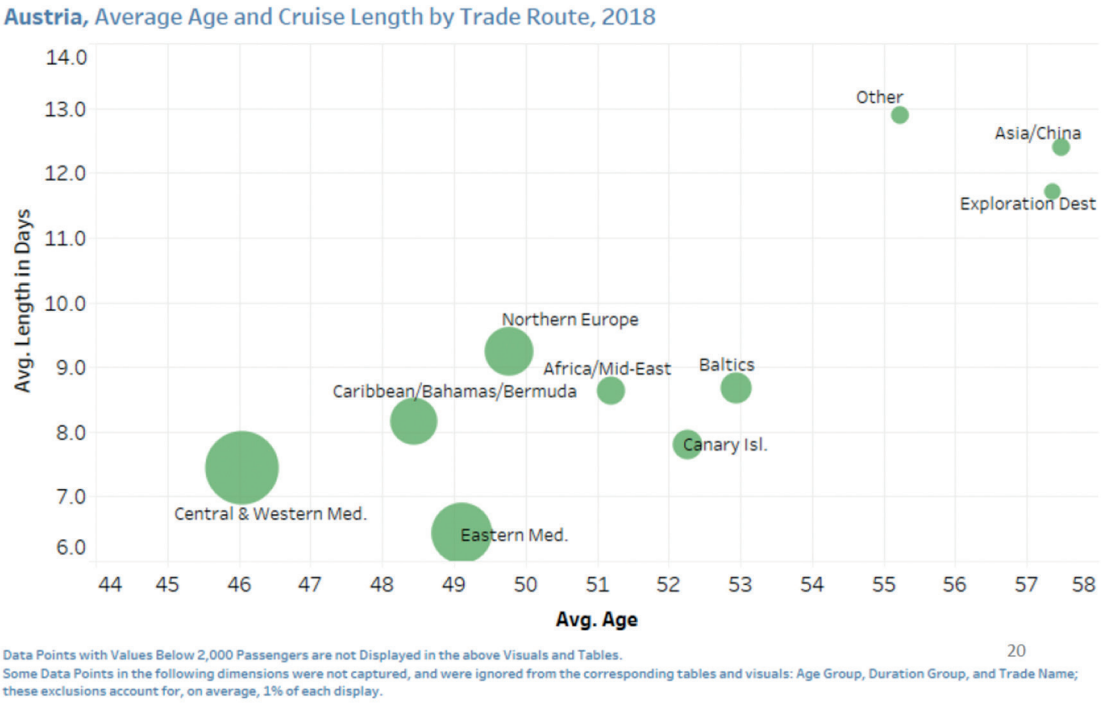


Abbildung 6: Durchschnittsalter und Durchschnittslänge in Bezug auf die Destinationen im Jahr 2018

OVERTOURISM UND NACHHALTIGKEIT

05

05 OVERTOURISM UND NACHHALTIGKEIT

Die Themen Overtourism und Nachhaltigkeit sind vermehrt in den Alltag der Menschen gerückt. Vor allem in touristischen Destinationen stellen Overtourism und der Mangel an nachhaltigen Praktiken ein Problem dar. Im folgenden Kapitel werden die Auslöser, Gefahren und Maßnahmen von Overtourism sowie umweltfreundliche Konzepte in der Praxis in Bezug auf Nachhaltigkeit analysiert.

5.1 Overtourism

Der Begriff *Overtourism* ist noch jung und wurde erstmalig 2012 auf Twitter benutzt. Seit 2016 findet der Begriff vermehrt Anwendung, nachdem das Tourismusforschungs- und Beratungsunternehmen *Skift* die Bezeichnung entwickelt und definiert hat. *(vgl. https://repositum.tuwien.at/bitstream/20.500.12708/16288/2/Overtourism, 06.02.2021)*

Seit 2017/2018 war die Wortneubildung *Overtourism* auf Tourismustagungen nicht mehr wegzudenken. Parallel dazu wurde das scheinbar neue Thema auch in den öffentlichen Medien immer präsenter. *(vgl. Kirstges 2020, S. 103)*

„Der Übertourismus meint die zeitweise Übervölkerung einer touristischen Destination durch zu viele Touristen – wie auch immer *Destination* und *zu viele* definiert sein mag – und impliziert die damit verbundenen ökologischen, sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Probleme des Massentourismus." *(Kirstges 2020, S. 103)*

5.1.1 Gefahren und Folgen

Übertourismus gab es schon 1980, als sich Indonesier und Mallorquiner mit Pfeil und Bogen gegen die Touristen und den Ausverkauf ihrer Heimatorte wehrten. Tatsächlich hat sich der Overtourism aber durch die Überlappung von Effekten verstärkt:

- Neue Quellmärkte bringen ein Wachstum des Touristenaufkommens hervor. Dazu gehört zum Beispiel Asien, welches früher nicht zu den wichtigen Quellmärkten zählte.
- Individualreisen werden durch Billigflüge und Privatunterkunftsangebote (*Airbnb*) häufiger und sorgen unter anderem für Probleme wie Wohnungsknappheit und Mietpreissteigerungen (Wohnraumzweckentfremdung).
- Der Kreuzfahrttourismus wird mehr und zielt auf konkrete Hafenstädte ab, die meist nur für einen Tag bereist werden.
- Zusätzliche Tagesausflügler besuchen für einen Tag die Destinationen und verdichten damit die Nachfrage auf ein paar Sehenswürdigkeiten in einem bestimmten Zeitraum.
- Keine demokratische Abstimmung mit den Einheimischen, wenn es um wirtschaftliches Wachstum wie zum Beispiel Immobilienbau geht.
- Durch soziale Medien und Filme (Film-/Drehorttourismus) werden *unbedingt* sehenswerte Orte berühmt und erleben eine rasant ansteigende Nachfrage. *(vgl. Kirstges 2020, S. 104–105)*

Die Überfüllung und die Preissteigerungen durch die hohe Kaufkraft der Gäste sind weitere Folgen. Zudem besteht die Gefahr, dass ansässige Geschäfte durch Souvenirläden und Fastfood-Restaurants verdrängt werden. Besonders betroffen von den negativen Effekten dieses Phänomens sind auch die Natur und die Umwelt. Ökologische Probleme entstehen durch Müll, Abgase, Wasserverbrauch und vieles mehr. *(vgl. Kirstges 2020, S. 103)*

Mit diversen Protesten zeigen Einwohner von Reisedestinationen bereits seit 2010 ihren Ärger. Mit der Aufschrift *Tourist go home!* reagierten die Mallorquiner im April 2016 gegen die touristische Übernutzung ihrer Insel. In Venedig gab es 2013 den *Kampf um die Lagune* mit der Bürgerbewegung *No Grandi Navi*. Dies war eine venezianische Initiative gegen die riesigen Kreuzfahrtschiffe. Weiters entwickelten sich in Barcelona Leitsprüche wie zum Beispiel *your tourism kills my neighbourhood* oder *Tourist! Respect or die!*.

Besonders seit 2017 erhöhten sich die Aufstände gegen die Kreuzfahrtschiffe, die Zweckentfremdung von Wohnungen und das unangebrachte Verhalten der Touristenmassen. Man spricht auch von der *Touristifizierung*, wenn es um die Zunahme der weltweiten Touristenströme geht. *(vgl. Kirstges 2020, S. 106)*

5.1.2 Auswirkungen der Kreuzfahrten

Manche Kreuzfahrtschiffe sind riesig, sodass diese Kleinstädte darstellen. Wenn mehrere Kreuzfahrtschiffe im selben Zeitfenster in den Häfen anlegen, wächst die Anzahl der Personen in der Stadt rasant. Die Städte haben dafür nicht die entsprechende Infrastruktur. Zusätzlich erwirtschaften die Einheimischen der Destinationen wenig bis fast gar keine Einnahmen von den Passagieren. Die meisten Touristen erhalten an Bord eine Vollverpflegung und benötigen somit keine Mahlzeit beim Landausflug. Während des Landganges haben die Besuche von Sehenswürdigkeiten Priorität für die Kreuzfahrer. *(vgl. https://mypics.at/reisen/overtourism-tourismus.html, 06.02.2021)*

Für das *Zuviel* gibt es keine definierbare Größe, da dies im Verhältnis zur Aufnahmekapazität eines Urlaubsortes steht. Wenn zum Beispiel fünf Kreuzfahrtschiffe zur selben Zeit 20.000 Touristen *abliefern*, dann sind das für Miami wenige, für Venedig jedoch viel zu viele.

Nachstehend sind die größten Kreuzfahrthäfen mit der Anzahl an Kreuzfahrttouristen in Millionen pro Jahr zu sehen:

Miami (weltgrößter Kreuzfahrthafen)	5
Port Canaveral	4
Port Everglades	4
Barcelona (größter europäischer Kreuzfahrthafen)	3
Venedig	2

Tabelle 3: Auflistung der größten Kreuzfahrthäfen mit der Anzahl an Kreuzfahrttouristen in Millionen pro Jahr

Im Anschluss werden die Auswirkungen von Kreuzfahrten anhand des Beispiels Venedigs dargelegt:

Die Lagunenstadt Venedig und ihr empfindliches Ökosystem ist bereits gefährdet. Allerdings waren die Kanäle ursprünglich einen Meter tief und wurden für Schiffe extra auf eine Tiefe von elf Metern ausgegraben. Es entstehen regelmäßige Wasserhochstände und die Fundamente der Gebäude stehen wegen der Schiffsbewegungen unter großer Belastung. Ein anderes Problem stellt die Luftverschmutzung durch die Kreuzfahrtschiffe dar, die die Gesundheit der Bevölkerung schädigt. In Venedig wurden 200.000 Feinstaubpartikel pro Kubikmeter Luft gemessen. Zum Vergleich ergeben sich auf einer vielbefahrenen Straße 20.000 Partikel pro Kubikmeter Luft. Neben den Auswirkungen auf die Umwelt, sind auch die Einwohner und deren Wohlbefinden stark betroffen. Für die Bevölkerung ist es nicht mehr zumutbar, sich im Zentrum aufzuhalten. Insgesamt belaufen sich die Touristenmassen in Venedig jährlich auf 30 Millionen Personen. Davon sind etwa zwei Millionen Touristen von Kreuzfahrtschiffen. Im Zentrum Venedigs leben nur noch 60.000 Einwohner, 1951 hingegen waren es noch 170.000 Einwohner. Im Großen und Ganzen profitiert die Wirtschaft Venedigs von den Passagieren, die täglich mit den Kreuzfahrtschiffen kommen, jedoch zeigen Berechnungen, dass die Kosten für Umweltschäden bei Stadt und Bürgern größer sind, als die Einkünfte die erwirtschaftet werden. *(vgl. Kirstges 2020, S. 111–113)*

5.1.3 Maßnahmen

Passende Maßnahmen können durch verschiedene Aktivitäten herbeigeführt werden. Einerseits durch die Verteilung der Touristenströme:

- zeitlich: Ausbau der Onlinebuchungsmöglichkeiten, um Warteschlangen zu verhindern. Außerdem kann der Besucher so freie Zeiträume buchen, in dem die Attraktion schwächer

frequentiert ist. In Folge ist die Touristendichte geringer und das Erlebnis wertvoller.

- geografisch: Auf Internetseiten wie beispielsweise der von Venedig werden Wartezeiten vor Sehenswürdigkeiten kommuniziert. Besucher können so den derzeitigen Stand einsehen und bekommen Empfehlungen, zu welcher Zeit das Besuchen der Attraktion am besten ist. Die Besucherströme werden damit umgelenkt und der Urlauber erhält dadurch ein gutes Service.
- Attraktionen entlasten: Umliegende Landschaften nutzen und als Attraktion gestalten. Zum Beispiel benannte Amsterdam einen 18 Kilometer entfernten Strand in *Amsterdam Beach* und schon wurden die Touristenströme etwas zerstreut.
- Unterkünfte: Zusätzlich sollen Hotels in anderen Gegenden und äußeren Bezirken miteinbezogen werden, um neue Trendviertel entstehen zu lassen und die Besucher besser zu verteilen.

Andererseits durch eine dynamische Preispolitik:

- Preiskategorien an Touristenattraktionen: Zu beliebten Besucherzeiten höhere Preise festlegen.
- Taxen und Preise erhöhen: Ein Teil der Einnahmen wird für die benachteiligte Bevölkerung oder für die Infrastruktur genutzt.

Oder auch Zugangsbeschränkungen:

- Limitierter Zugang *(vgl. https://www.austriatourism.com/blog/2018/overtourism-gibt-es-loesungen, 06.02.2021)*

5.1.4 Beispiele von Overtourism

Vom Overtourism betroffen sind berühmte Sehenswürdigkeiten, Bauwerke, Strände oder Orte. Sehr oft sind es auch Orte, die als Drehorte bekannter Filme oder Serien populär geworden sind. *(vgl. https://utopia.de/ratgeber/massentourismus-diese-folgen-hat-overtourism, 06.02.2021)*

Folgend sind betroffene Overtourism Orte und ihre Auslöser und Probleme aufgelistet:

Overtourism: Destinationen	Auslöser und Probleme
Venedig	Kreuzfahrttourismus, Wohnraumzweckentfremdung, Tagestouristen;
Mallorca/Palma de Mallorca	Kreuzfahrttourismus, Wohnraumzweckentfremdung, Tagestouristen, Kurzreisetourismus durch Billigairlines, Gefahr der Gentrifizierung/Überfremdung (Zahl der Urlauber übersteigt die der Bevölkerung)
spanische Städte: Bilbao, San Sebastian, Madrid	Wohnraumzweckentfremdung
Dubrovnik	Kreuzfahrttourismus, Tagestouristen, Film-/Drehort-Tourismus
Amsterdam	Party- und Rotlichttouristen
Teile von: Lissabon, Salzburg, Berlin, Hamburg, Hallstatt, Passau	Lissabon: Gefahr der Gentrifizierung/Überfremdung Hallstatt: asiatische Touristen Passau: Flusskreuzfahrttourismus
Island	asiatische Touristen
Frankreich: Lacanau, Médoc	saisonaler Overtourism durch: den Badeort (Lacanau) und das Weinbaugebiet (Médoc)
norwegische Fjorde	Kreuzfahrttourismus
Regionen: Santorin, Gardasee, Machu Picchu (Peru), Taj Mahal (Indien)	Teilregionen und spezielle Sehenswürdigkeiten

Tabelle 4: Übertouristische Destinationen mit ihren Auslösern und Problemen

Anschließend werden die Beispiele Dubrovnik und Mallorca detaillierter erläutert:

Große Popularität hat die Stadt Dubrovnik in Kroatien. Bekannt wurde sie als Drehort für die Fernsehserie *Game of Thrones* und die Filme *Star Wars: Die letzten Jedi* und *Robin Hood*. Beliebtheit findet die Destination bei Kreuzfahrttouristen und Tagesausflüglern. Jährlich zählt die mittelalterliche Stadt 1,2 Millionen Ankünfte, vier Millionen Übernachtungen und zusätzlich noch 700.000 Kreuzfahrttouristen. 80 % der Einwohner leben vom Tourismus, dafür sind die Kreuzfahrtschiffe ein zentraler Beitrag für die Einkünfte der Stadt. Nachdem ein Bürgerkrieg und eine Naturkatastrophe die Stadt in den 90er-Jahren zerstörten, freute man sich über jeden einzelnen Gast und der Aufschwung wurde nicht gebremst. In der äußerst kleinen Altstadt ballen sich heute Menschenmassen, für die die Stadt nicht ausgerichtet ist. Die Hauptprobleme sind unter anderem der Austausch von Geschäften gegen Souvenirläden, die Mietpreiserhöhungen wegen privater Vermietung, kein freier Zugang zum Meer für Einheimische und der Lärm, der Dreck sowie das Verkehrschaos. Maßnahmen wurden bereits in Form von Kapazitätsbeschränkungen gesetzt. *(vgl. Kirstges 2020, S. 115–116)*

Ein weiteres markantes Beispiel ist Mallorca, beziehungsweise die Hauptstadt Palma de Mallorca. Auf Mallorca leben 900.000 Menschen und 14 Millionen Touristen besuchen die Insel jährlich. Die Besucher nächtigen entweder in Gästebetten, Privatwohnungen, Zweitwohnsitzen oder auf Kreuzfahrtschiffen. Wie bei den meisten Overtourism-Destinationen wird die Insel hauptsächlich in den Sommermonaten überrannt. Im August 2017 waren gleichzeitig fünf riesige Kreuzfahrtschiffe mit etwa 20.000 Fahrgästen im Hafen von Palma. Dies ist eine Steigerung der Personenanzahl von 5 % im Stadtzentrum. Diese Massen an Kreuzfahrtpassagieren schaffen damit außergewöhnliche Ausmaße des Tagestourismus. Palma erhofft sich durch die Tagesbesuche der Touristen, dass diese für einen längeren Urlaub wiederkommen. Jedoch bewiesen Studien, dass der sogenannte *Appetizer-Effekt* sehr gering ausfällt. Ein anderes Problem ist der Zweitwohnungstourismus, da die Eigentümer dieser Wohnungen nur wenige Wochen dort sind und dies führt zu der Vereinsamung der Region in den Nicht-Saisonmonaten. Außerdem ist die Umwelt und die Infrastruktur Mallorcas durch die vielen Mietwägen belastet. Hierfür wurden bereits Steuern pro Mietwagen geplant, um den CO_2-Ausstoß einzudämmen. Auch ein Thema sind zum Beispiel die Massen an Partytouristen. Für diese gilt seit 2014 das Verbot des *Eimersaufens*, ansonsten drohen Bußgelder. Bürgerinitiativen und Aktivistengruppen wehren sich inzwischen gegen den Übertourismus, beispielsweise mit der Bewegung *Ciudad per a qui l'habita, no per a qui la vista*, was heißt eine *Stadt für die Bewohner, nicht für Besucher*. *(vgl. Kirstges 2020, S. 117–120)*

Grundsätzlich wünscht sich die Insel zusätzlichen Tourismus, wie folglich beschrieben:

„Mallorca möchte daher durchaus noch mehr Tourismus – nur eben bezogen auf die Wintermonate. Angestrebt wird so eine bessere saisonale Entzerrung." *(Kirstges 2020, S. 121)*

5.2 Nachhaltigkeit in der Kreuzfahrtbranche

Neben besonderen Auflagen und Regelungen bringt auch die teilweise aufkommende Nachfrage der Gäste Schiffsentwickler und Reedereien zum Entschluss, einen nachhaltigeren Weg einzuschlagen. Denn nur, wenn zeitnah umgedacht wird und die Umweltfreundlichkeit auch in der Kreuzfahrtindustrie Anker setzt, kann die Branche langfristig existieren.

Resultierend daraus wurden, wie bereits im Kapitel 3 *Trends und Gästeprofil* erwähnt, über 22 Milliarden Euro in neue Technologien bezüglich Energieeffizienz und umweltfreundlichere Treibstoffe investiert. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/2021-state-of-the-cruise-industry_optimized.ashx, 21.02.2021)*

5.2.1 Nachhaltigkeit als Marketingstrategie anhand des Beispiels von TUI Cruises

Viele Reedereien und Kreuzfahrtanbieter werben mit Nachhaltigkeit, wie zum Beispiel mit Eco-Ships oder umweltfreundlicheren Antriebskräften. So wirbt auch die Reederei *TUI Cruises damit*. Inwiefern das Kreuzfahrtunternehmen hinter dem stetig wachsenden Thema Nachhaltigkeit steht und wie das Thema als Marketingstrategie genutzt wird, wird in diesem Abschnitt erläutert.

Die Reederei *TUI Cruises* preist Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit, außerhalb als auch innerhalb, der Schiffe an. Als Premiumreederei wirbt *TUI Cruises* damit, eine deutsche Reederei zu sein. Doch die Schiffe der Reederei fahren unter maltesischer Flagge. Die Vorteile seitens des Unternehmens sind die Regelungen bezüglich der Steuern: In Deutschland wären Einkommens-, Mehrwert- und Gewerbesteuer sowie Sozial-, Kranken- und Rentenversicherungsbeiträge für Mitarbeiter seitens des Konzerns abzuführen. Der Mindestlohn läge bei über 9 Euro in der Stunde und die Mitarbeiter hätten Anrecht auf einen Betriebsrat und Urlaub. Somit entfallen auch die Steuern auf Bordverkäufe. Es ist dem Staat Malta lediglich eine Registrationsgebühr zu zahlen. *(vgl. Deckstein 2019, S. 48)*

An Bord der Kreuzfahrtschiffe befindet sich auch ein Umweltoffizier, der für nachhaltige Strategien an Bord verantwortlich ist. Wie effektiv manche Nachhaltigkeitsstrategien, die von *TUI Cruises* beworben werden, Wirkung zeigen, hat der Naturschutzbund Deutschland unter die Lupe genommen. Folgende nachstehende Aussage von Kapitän Böttger der *Mein Schiff 6* wurde im Spiegel im Heft 33 am 10.08.2019 im *Artikel Balkonien auf Hoher See* veröffentlicht.

„Es kommt nicht darauf an, was Sie unten reinfüllen, sondern was oben rauskommt." *(Deckstein 2019, S. 51)*

Sönke Diesener vom Naturschutzbund Deutschland übt Kritik an diese Aussage und meint, dass sich das Zitat von Böttger nicht mit den Angaben aus dem Nachhaltigkeitsbericht von *TUI Cruises* decke. Auch die *Scrubber* werden vom Naturschutzbund angeprangert und stellen keine Umwelttechnologie dar. Hierbei werden lediglich die Grenzwerte eingehalten, damit das Schweröl genutzt werden kann, gleichzeitig weisen sie eine schlechtere Umweltbilanz auf als Marinediesel. *(vgl. Deckstein 2019, S. 51–52)*

Einige Effizienzmaßnahmen sind bereits umgesetzt worden, jedoch müssen weitere Schritte in Bezug auf Kraftstoffe, wie das Verbot von Schweröl als Hauptantriebskraft, verhängt werden, um der Meeresumwelt nicht weiterhin zu schaden.

5.2.2 Beispiele von nachhaltigen Konzepten in der Hochseekreuzfahrt

Viele ältere Schiffe wurden an die nachhaltigen Standards angepasst und mit umweltfreundlichen technischen Raffinessen ausgestattet. Neue Schiffe werden großteils mit moderner Technik bestückt, sodass die Meeresumwelt entlastet wird.

Damit strengere und vor allem transparente Standards in Sachen Umweltfreundlichkeit herrschen, setzt sich die Internationale Seeschifffahrtsorganisation (*International Maritime Organization, IMO*) ein. Mit Regierungsstellen und dem internationalen Übereinkommen zur Verhütung der Meeresverschmutzung durch Schiffe (*International Convention for the Prevention of Maritim Pollution from Ships, MARPOL*) wurden Umweltstandards eingeführt, die die *Cruise Line International Association (CLIA)* ebenfalls unterstützt. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-environmental-study-report.ashx, 26.02.2021)*

5.2.2.1 Flüssiggas als Antriebskraft (Liquified Natural Gas)

Nachhaltigkeit in Bezug auf die Antriebskraft wird anhand von Flüssigerdgas erreicht. Fast die Hälfte, genaugenommen 49 % der bestellten Kapazitäten, bezieht Flüssiggas als primäre Antriebskraft bei Schiffen. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/2021-state-of-the-cruise-industry_optimized.ashx, 21.02.2020)*

5.2.2.2 Reduktion von Emissionen (Exhaust Gas Cleaning Systems)

Zudem wird mit Reinigungsstationen zur Abgasminderung, sogenannten *Exhaust Gas Cleaning Systems*, gearbeitet, die es ermöglichen, 98 % des Schwefelgehaltes der Abgase zu reduzieren und gleichzeitig die Feinstaubbelastung einzudämmen. Auch 98 % aller Neubauten, die nicht mit Flüssigerdgas betrieben werden, werden mit speziellen Abgasreinigungssystemen versehen. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/2021-state-of-the-cruise-industry_optimized.ashx, 21.02.2020)*

Auch auf der Nord- und Ostsee sowie vor amerikanischen Küsten spielen spezielle Reinigungssysteme, die auch *Scrubber* genannt werden, eine maßgebliche Rolle. Sie sind mittlerweile zum Muss geworden. *(vgl. Baran et al 2019, S. 18)*

Jedoch muss hinzugefügt werden, dass *Scrubber* in Fachkreisen des Naturschutzes umstritten sind und daher oftmals nicht als technische Innovation zur Förderung der Nachhaltigkeit anerkannt werden. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-environmental-study-report.ashx, 26.02.20)*

5.2.2.3 Wasserverwertung (Advanced Water Treatment Systems)

Reglementierungen bezüglich der Wasserverwertung werden in bestimmten Annexen festgelegt. Demnach lässt sich Schmutz- und Abwasser in drei Kategorien unterteilen:

- Grauwasser (*Graywater*): Wasser, das bei Vorgängen wie Wäsche waschen oder Essensvorbereitungen entsteht. Es ist nur gering verschmutzt.
- Schwarzwasser (*Black water*): Wasser, das die Toilette runtergespült wird.
- Bilgewasser (*Bilge water*): Wasser, das sich am untersten Punkt des Schiffes ansammelt. Es enthält häufig Öl oder ähnliche Substanzen, die durch Öffnungen im Schiff das Wasser verunreinigen. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-environmental-study-report.ashx, 26.02.2021)*

Um eine nachhaltige Wasserverwertung gewährleisten zu können, werden technische Konzepte verwirklicht: Verbesserte Wasseraufbereitungsanlagen, sogenannte *Advanced Water Treatment Systems*, sind wichtige Innovationen. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/2021-state-of-the-cruise-industry_optimized.ashx, 21.02.2021)*

Diese Aufbereitungssysteme müssen sich an dem internationalen Zertifikat zur Vermeidung von Abwasserverschmutzung (*International Sewage Pollution Prevention Certificate*) orientieren. Durch bakteriologische Verfahren kann kontaminiertes Wasser in Grau- oder Schwarzwasser verwandelt werden. Verfärbungen des Wassers sind in jeder Hinsicht strengstens untersagt und der Ausstoß von sichtbaren Teilchen ist ebenso strikt verboten. Auch der Abfluss von ölhaltigen Flüssigkeiten und Öl selbst ist geregelt: Schiffe, die eine höhere Bruttoraumzahl als 400 aufweisen, müssen beim Ablassen der Flüssigkeiten unterwegs sein sowie die Flüssigkeiten durch spezielle genehmigte Filtrationsmaschinen laufen lassen. Zum Vergleich: Ein modernes Kreuzfahrtschiff wie die *MSC Divina* hat eine Bruttoraumzahl von 135.000. Die abfließende Flüssigkeit muss frei von jeglichen Chemikalien, giftigen Substanzen und Stoffen sein, die der Umwelt, insbesondere der Meeresumwelt, schaden könnten. Sollte jedoch der Fall eintreten, dass die oben genannten Auflagen verletzt werden und es kommt zu einem Verstoß, wird eine sofortige Investigation gestartet, um zu prüfen, ob es sich um einen Fehler oder um einen mutwilligen Regelverstoß handelt. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-environmental-study-report.ashx, 26.02.2021)*

5.2.2.4 Recycling an Bord

Das internationale Übereinkommen zur Verhütung der Meeresverschmutzung durch Schiffe schreibt auch in Sachen Recycling an Bord besondere Richtlinien vor und setzt sich unter anderem für eine umweltfreundlichere Handhabung bezüglich Plastik ein.

Dabei wird bei diesem Annex verboten, Müll und andere Utensilien von Bord zu werfen, die der Meeresumwelt schaden könnten. Ausnahmen stellen Essensreste, Ladungsrückstände, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tierkadaver dar. Je nach Gebiet gibt es spezielle Differenzierungen bezüglich der Abfallbeseitigung sowie strengere Regelungen in manchen geografischen Gebieten, wie beispielsweise der Antarktis. Ähnlich wie bei den Wasseraufbereitungssystemen gibt es auch hier zusätzliche Auflagen: Ab einer bestimmten Schiffsgröße müssen Konzepte und Abfallmanagementpläne an Bord sowie Aufzeichnungen bezüglich der Abläufe zur Verminderung von Abfall eingeführt werden. Somit kann eine Transparenz gewährleistet werden. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-environmental-study-report.ashx, 27.02.2021)*

Auch wurden Einwegflaschen durch wiederverwertbare Alternativen und Plastiktüten durch Stofftaschen ersetzt. Biologisch abbaubare Utensilien werden bereits vermehrt eingesetzt und eine Sortierung per Hand, wenn nötig, wurde eingeführt. Sonderabfall und Giftmüll werden durch spezielle Praktiken separat behandelt, um das Ökosystem Meer zu wahren. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-environmental-study-report.ashx, 27.02.2021)*

5.2.2.5 Landseitige Stromversorgung (Shore-Side Power Capability)

Bereits in 14 Häfen weltweit besteht die Möglichkeit, Elektrizität für anlegende Schiffe vom Land zu beziehen. Die Schiffsmotoren werden abgestellt und die Elektrizität des angedockten Schiffs wird für die Dauer der Stehzeit vom Land bezogen und somit kann saubere Energie gewährleistet werden. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/2021-state-of-the-cruise-industry_optimized.ashx, 21.02.2020)*

Derzeit sind 68 Schiffe, die Mitglieder bei der *Cruise Line International Association (CLIA)* sind, mit der Möglichkeit, Landstrom zu beziehen, ausgestattet. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-environmental-study-report.ashx, 27.02.2021)*

5.2.3 Vorreiter in der Nachhaltigkeit

Das Kreuzfahrtranking vom *Naturschutzbund Deutschland e. V. (NABU)* wird jährlich durchgeführt und deckt auf, welche Reedereien das Thema Nachhaltigkeit leben und umsetzen. *(vgl. Baran et al 2019, S. 18)*

Die nachstehende Tabelle zeigt, wie Reedereien die kurzfristigen Klimaschutzmaßnahmen bis 2023 umsetzen:

Reederei	Paris Agreement	Klima-strategie	Emissions-minderung	Effizienz-maßnahmen	Landstrom	Stopp von Schweröl	Stickoxid-katalysatoren	Rußpartikel-filter
Ponant	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✕
AIDA (Costa/ Carnival)	✓	✓	✓	✓	✓	✕	♦	♦
MSC Crociere	✓	✓	✓	✓	♦	✕	♦	✕
Hapag-Lloyd Cruises (TUI/RCL)	✓	♦	♦	✓	♦	✓	♦	✕
Hurtigruten	✓	✓	✓	✓	✕	✓	✕	✕
TUI Cruises (RCL)	✓	♦	♦	✓	♦	✕	♦	✕
Celebrity Cruises (RCL)	✓	✕	✕	♦	✕	✕	✕	✕
Marella Cruises (TUI/ RCL)	✓	✕	✕	♦	✕	✕	✕	✕
Royal Caribbean (RCL)	✓	✕	✕	♦	✕	✕	✕	✕
Carnival (Carnival)	✓	♦	✕	✕	✕	✕	✕	✕
Princess Cruise Lines (Carnival)	✓	♦	✕	✕	✕	✕	✕	✕
P&O Cruises (Carnival)	✓	♦	✕	✕	✕	✕	✕	✕
Holland America Line (Carnival)	✓	♦	✕	✕	✕	✕	✕	✕
Cunard Line (Carnival)	✓	♦	✕	✕	✕	✕	✕	✕
Costa Cruises (Carnival)	✓	✕	✕	✕	✕	✕	✕	✕
Phönix Reisen	✕	✕	✕	✕	✕	✕	✕	✕
Norwegian Cruise Lines	✕	✕	✕	✕	✕	✕	✕	✕
Viking Ocean Cruises	✕	✕	✕	✕	✕	✕	✕	✕

Legende

Der NABU hat bei der Analyse der Reedereien folgende Punkte vergeben:

✓ = 1 Punkt
♦ = 0,25 - 0,75 Punkte
✕ = 0 Punkte

Abbildung 7: Gesamtübersicht der vom NABU Deutschland e. V. bewerteten Reedereien für das Jahr 2020

Auffällig ist, dass viele große Reedereien wie *Carnival Cruise Line Inc. (CCL)*, *Royal Caribbean International* und *Norwegian Cruise Lines Corporation Ltd. (NCL)*, welche einen großen Anteil am Kreuzfahrtmarkt verzeichnen, wenigen Forderungen des Naturschutzbundes Deutschland nachgekommen sind. Lediglich *Ponant*, *AIDA Cruises* und *MSC Cruises S.A.* haben in einigen Bereichen bereits Maßnahmen ergriffen, um nachhaltig zu handeln. *(vgl. https://www.nabu.de/umwelt-und-ressourcen/verkehr/schifffahrt/kreuzschifffahrt/28638.html, 28.02.2021)*

5.2.4 Ziele in der Zukunft

Die Reduktion des CO_2-Ausstoßes um 40 % verglichen mit dem Jahr 2008 soll bis 2030 erreicht werden. Praktisch keine Schwefelemissionen, eine fast vollständige Reduktion von Rußemissionen, 85 % der Strickstoffemissionen und eine bis zu 20%ige Minderung der Treibhausgasemissionen zählen zu den Vorhaben und Trends bezüglich Umweltfreundlichkeit. *(vgl. https://cruising.org/en-gb/news-and-research/research/2019/december/state-of-the-cruise-industry-outlook-2020, 22.11.2020)*

Derzeit sind, wie bereits erwähnt, vier Kreuzfahrtschiffe auf See, die Flüssiggas als primäre Antriebskraft heranziehen. 25 Schiffe sind auf Bestellung, die ebenso Flüssiggas als Hauptantriebskraft nutzen werden. Diese 25 Schiffe nehmen 49 % der neuen Passagierkapazität ein. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-environmental-study-report.ashx, 26.02.2021)*

Auch die Wasserverwertung wird in Zukunft optimiert: Derzeit können 70 % der weltweiten Kreuzfahrtpassagiere mit Schiffen, die spezielle Wasseraufbereitungssysteme an Bord installiert haben, befördert werden. 99 % der bestellten Neubauten haben auch bereits *Advanced Water Treatment Systems* adaptiert. Werden die in Zukunft geplanten Installationen der Wasseraufbereitungssysteme weiterhin stetig adaptiert, wird der Prozentsatz der weltweiten Kreuzfahrtpassagiere, die mit Schiffen, welche Wasseraufbereitungssysteme installiert haben, auf 78,5 % steigen. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-environmental-study-report.ashx, 27.02.2021)*

Betrachtet man die Zahlen in Bezug auf landstromfähige Schiffe, könnten in Zukunft 57 % der weltweiten Passagierkapazität mit Schiffen befördert werden, die Landstrom beziehen können. Die Anzahl der Schiffe steigt dementsprechend auch: In den kommenden Jahren sollen 102 Schiffe mit dieser Innovation ausgestattet werden. Dabei werden Neubauten mit dieser Technologie gebaut sowie bestehende Schiffe nachgerüstet. *(vgl. https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-environmental-study-report.ashx, 27.02.2021)*

Weitere Ziele werden vom *Naturschutzbund Deutschland e. V. (NABU)* gefordert. Diese wurden in einem Konzept als Zeitplan niedergeschrieben und unterteilen sich in kurz-, mittel- und langfristige Ziele. Das Vorhaben zielt darauf ab, dass alle Kreuzfahrtunternehmen bis 2050 vollkommen klimaneutral operieren.

Folgende Meilensteine wurden in Form eines Zeitplans formuliert:

Kurzfristige, sofort umsetzbare Maßnahmen bis 2023	Eindeutiges Bekenntnis zu den Klimazielen von Paris
	Erstellung eines Klimafahrplans je Reederei mit deutlichen Meilensteinen, Minderungszielen und umzusetzenden Maßnahmen bis 2050
	Umsetzung von Effizienzmaßnahmen im Schiffs- und Hotelbetrieb
	Durchsetzung erster Maßnahmen auf einzelnen Schiffen, die den Weg zu emissionsfreier Schifffahrt ebnen
	Nutzung von Landstrom, wo immer es möglich ist. Alle Schiffe der Flotte werden mit Landstromanschlüssen aus- oder nachgerüstet
	sofortiger Stopp der Nutzung von Schweröl
	uneingeschränkte Nutzung von Stickoxidkatalysatoren
	uneingeschränkte Nutzung von Rußpartikelfiltern
Mittelfristig umzusetzende Maßnahmen bis 2030	erste komplett emissionsfrei betriebene Schiffe in der Flotte
	Neubauten nur noch mit Null-Emissions-Technologien
	Umrüstung erster Schiffe der Bestandsflotte mit Null-Emissions-Technologien
	Überprüfung und ggf. Anpassung der Klimastrategie mit klaren Meilensteinen, Minderungszielen und umzusetzenden Maßnahmen bis 2025
Langfristig umzusetzende Maßnahmen bis 2050	Roll-out der gewählten Null-Emissions-Technologie für die gesamte Flotte
	komplett emissionsfreier Betrieb der gesamten Flotte ab spätestens 2050
	Klimastrategie umgesetzt – alle Geschäftsbereiche sind 100 % emissionsfrei!

Tabelle 5: NABU Kreuzfahrt-Zeitplan. Konzept und Forderungen für eine emissionsfreie Kreuzschifffahr

GEGENÜBERSTELLUNG DER HOCH- UND FLUSSSEE-KREUZFAHRTEN

06

06 GEGENÜBERSTELLUNG DER HOCH- UND FLUSSSEEKREUZFAHRTEN

Um einen Überblick über die jeweiligen Hauptmerkmale der Kreuzfahrttypen zu geben, dient dieses Kapitel in Form einer kurzen Zusammenfassung. Die Besonderheiten beider Arten, auf Kreuzfahrt zu gehen, werden aufgezeigt und gegenübergestellt.

Was auffällt, ist, dass das Publikum auf Flussseekreuzfahrten im Durchschnitt älter ist, als jenes auf Hochseeschiffen. Trotzdem ist dem Flussseefahrer ein hohes Maß an Service und Sauberkeit gleichermaßen wichtig. Grundsätzlich streben Reedereien bei der Konzeption von Schiffen eine Kreuzfahrt für alle an. Vom Kids Club bis hin zu speziellen Programmen für Senioren wird Einiges geboten. Manchen Reisenden ist dieser Trubel zu viel und sie ziehen daher eine Flussseekreuzfahrt der Hochseekreuzfahrt vor.

Auf Flussseeschiffen geht es etwas ruhiger als auf Hochseeschiffen zu, allerdings schätzen ältere Passagiere diese angenehme Atmosphäre. Etwas turbulenter hingegen ist es auf Hochseeschiffen; speziell auf jenen, die in den letzten zehn bis zwölf Jahren entstanden sind. Sie sind geprägt von Action, Abenteuer und Innovationen, um dem Gast nicht nur die Welt am Land, sondern auch eine Fantasiewelt an Bord unterbreiten zu können. Mittlerweile ist, wie bereits im Kapitel 2 *Reedereien und Anbieter* beschrieben, der Konzern *Carnival Corporation & plc* der Marktführer im Bereich der Hochseekreuzfahrtanbieter. Hinzuzufügen ist, dass der Konzern aus Tochterfirmen besteht. Betrachtet man die Reedereien selbst, ist mit über 26 Schiffen *Royal Caribbean International* derzeit der Marktführer. Den Rekord für das größte Schiff weltweit hält die Reederei ebenso: Die *Symphony of the Seas* mit mehr als 228.000 Bruttoraumzahl, diese Einheit ist auch als Gross Tonnage bekannt, bietet für über 6.800 Passagiere Platz. Obwohl die Menschenmassen auf modernen Hochseekreuzfahrtschiffen durch eine systematische Raumaufteilung weniger störend wirken und sich die Passagiere auf den Decks gut verteilen, ist die enorme Größe trotzdem oft ein Nachteil. Weite Wege werden von der Kabine bis zum Restaurant zurückgelegt, viele Korridore ähneln sich und man verliert schnell den Überblick. Deshalb werden Flussseekreuzfahrtschiffe von vielen Reisenden geschätzt.

Im Bereich der Flussseekreuzfahrten sind die Schiffe meist um ein Vielfaches kleiner und die Orientierung kann schneller gewonnen werden. Einer der marktführenden Flusskreuzfahrtanbieter ist mit 25 % *Nicko Cruises Flussreisen*. Die Reederei besteht aus über 30 Schiffen und bemüht sich, dem Passagier die Anreisemöglichkeiten so einfach wie möglich zu machen. Ein ebenso erfolgreicher Kreuzfahrtanbieter ist das Unternehmen *AmaWaterways*. Die *AmaMagna* stellt heute das größte Flusskreuzfahrtschiff dar, das je gebaut wurde. Mit einer Länge von 135 Metern und einer Breite von 22 Metern ist sie doppelt so breit wie herkömmliche Flussschiffe. Zum Vergleich: Die normale Breite der Flusskreuzer war bisher rund elf Meter. Der Luxusliner befährt seit 2019 die Donau und bietet 97 Kabinen mit jeweils 30 Quadratmetern. Bedingt durch die großen Kabinen finden lediglich 190 Gäste Platz an Bord. Das Schiff lebt Nachhaltigkeit durch einen Hybrid-Antrieb, der in Form von Diesel- und Elektromotoren angetrieben wird.

Geht es um technische Raffinessen, sind Neubauten mit allen erdenklichen Gadgets ausgestattet. Zu den Highlights auf modernen Hochseekreuzfahrtschiffen zählen unter anderem die Steuerung der Kabine durch eine Smartphone-App. Auch Innovationen, die der Zukunft ähneln, sind an Bord zu finden: Roboter als Barkeeper oder virtuelle Simulatoren für die verschiedensten Bereiche gehören hier zur Ausstattung im Entertainmentbereich.

Einen klaren Vorteil haben Flusskreuzfahrtschiffe beim Anlegen: Zumeist befinden sich die Häfen direkt im Stadtzentrum oder zumindest in der Nähe. Somit verlieren Passagiere keine Zeit bei den Landausflügen und ersparen sich den Transport ins Zentrum. Bei Hochseekreuzfahrten hingegen befinden sich die Häfen teilweise außerhalb der Städte, auch oft in den Industrievierteln. Passagiere müssen daher mit Bussen oder Taxis ins Stadtzentrum gebracht werden – dies schadet der Umwelt.

Bei der Auswahl der Reiseroute und der Destinationen haben Reisende bei einer Hochseekreuzfahrt eine größere Bandbreite zur Verfügung. Die schiffbare Fläche ist bei Hochseekreuzfahrten um ein Vielfaches höher als bei Flussseekreuzfahrten.

Kategorien/Merkmale	Hochseekreuzfahrt	Flussseekreuzfahrt
Gästestruktur	vielfältig, viele Familien	älteres Publikum und Senioren
Reedereien/Konzerne mit dem größten Marktanteil	Carnival Corporation & plc (Konzern) Royal Caribbean International (Reederei)	Nicko Cruises Flussreisen GTA-SKY-WAYS AmaWaterways
Größtes Schiff	Symphony of the Seas 228.081 BRZ 6.870 Passagiere	AmaMagna 22 Meter Breite 135 Meter Länge
Technische Highlights	Steuerung sämtlicher Gerätschaften auf der Kabine mit Smartphone durch Apps	Lift zum Deck
Moderne Innovationen	Roboter als Barpersonal Wellensimulator Formel1-Simulator	Hybrid-Antrieb
Spezielle Programme/Angebote an Bord	Weiterbildungen an Bord umweltfreundliche Programme als Landausflug	Fitnessbereich Shuffleboard Fahrradausflüge Golfturniere
Geeignet für Paare	ja	ja, weniger häufig
Geeignet für Singles	ja, eigene Tarife und Events für Singles	ja, eigene Tarife und Events für Singles
Geeignet für Familien	ja, spezielles Angebot an Bord für Kinder (Kids Club, Junior Club)	nein
Vorteile	breitgefächertes Angebot prunkvolles Interieur große Auswahl an Routen	Häfen in Zentrumsnähe überschaubare Schiffe
Nachteile	große Schiffe, teils unüberschaubar	Flüsse nur begrenzt schiffbar

Tabelle 6: Gegenüberstellung von Hochseekreuzfahrt und Flussseekreuzfahrt

EXPERTEN-INTERVIEWS UND INTERPRETATION

07

07 EXPERTENINTERVIEWS UND INTERPRETATION

In diesem Kapitel wird die Vorgehensweise der gewählten Forschungsmethode erläutert. Danach werden die Ergebnisse präsentiert und veranschaulicht.

7.1 Vorstellung der Methode: Interview

Den empirischen Teil stellen die Interviews dar, die zur Beantwortung von allen Teilbereichen der vorangegangenen Arbeit dienen konnten. Durch die herangezogenen Experten werden die im theoretischen Teil der Arbeit aufgestellten Erkenntnisse weitgehend bestätigt. Somit werden Rückschlüsse auf Overtourism und Nachhaltigkeit und dessen Auswirkungen in der Kreuzfahrtbranche festgestellt.

7.2 Entwicklung der Interviews

Es werden Interviews durchgeführt, um Ergebnisse über die derzeitige Situation von Hochsee- und Flussseekreuzfahrtreedereien und deren Schiffe sowie Reiseangebote zu erlangen. Zusätzlich wird der allgemeine Zustand zum Thema Overtourism und Nachhaltigkeit evaluiert. Daraus wird ermittelt, welche speziellen Konzepte bestehen und welche künftig geplant sind. Es wird herausgefunden, ob es bereits Vorzeigeprojekte gibt und wie diese in der Praxis umgesetzt werden.

7.3 Durchführung der Interviews

Am Dienstag, dem 16. Februar 2021 wurde das Interview mit dem Experten Andreas Sagmeister, Geschäftsführer von *Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.* in Stegersbach durchgeführt. Am Samstag, dem 20. März 2021 wurde das Interview mit Frau Manuela Siegl, langjährige Mitarbeiterin bei *Silversea Cruises, Ltd.,* abgehalten. Mithilfe eines Leitfadens und dem Vorlegen des theoretischen Teils der Arbeit konnten die Fragestellungen beantwortet werden.

7.4 Auswertung der Interviews

Im folgenden Abschnitt werden die Fragen zum Thema *Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit* ausgewertet.

7.4.1 Kreuzfahrten im Vergleich von früher zu heute

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Bis vor 30 Jahren war die Kreuzfahrt nur für reiche Leute zugänglich und somit nur schwer leistbar für die breite Masse. Der Kreuzfahrttourismus von früher lässt sich als förmlicher, klassischer, exklusiver und steifer charakterisieren. Damit sind beispielsweise die Begrüßung und die Kleidung gemeint. Der Kapitän begrüßte die Reisegäste höchstpersönlich und Abendkleid sowie Anzug mit Krawatte waren Standard beim Abendessen. Die Schiffe waren um ein Wesentliches kleiner und der Seegang war deutlich mehr zu spüren. Im Zusammenhang damit kam die Seekrankheit der Passagiere häufiger vor. Die Ausstattung der Schiffe war nicht von hoher Bedeutung, dafür legten die Fahrgäste Wert auf höchste Service- und Speisenqualität. Es gab exquisite Speisen wie zum Beispiel Hummer oder Ähnliches. Vergleichsweise dazu ist die Kreuzfahrt gegenwärtig ein Massenprodukt, das sich fast jeder leisten kann. Es gibt Kreuzfahrten in verschiedenen Preiskategorien, jedoch sind nach oben hin keine Grenzen gesetzt. Die Kleidung ist legerer und die Service- und Speisenqualität ist je nach Schiffsrestaurant anders. Die Ausstattung der Schiffe ist derzeitig luxuriöser und durchaus wichtig für die Passagiere. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Früher war die Kreuzfahrt ausgezeichnet von hoher Qualität, hohem Komfort und vielen Zusatzleistungen. Jedoch kam es ab dem 11. September 2001 durch die Terroranschläge in Amerika zu einem gravierenden Einschnitt. Parallel dazu nahm auch die Qualität ab, das Preisniveau sank und die Passagiere wurden weniger. Seit 2019 ist zu beobachten, dass die Gäste sehr preisbewusst sind und Kreuzfahrten machen, die für sie erschwinglich sind. Im Gegensatz zu früher sind Kreuzfahrten heutzutage leistbarer geworden.

Damals wurde auf diese Reise hingespart und zu einem besonderen Anlass, wie zum Beispiel zur Pensionierung, angetreten. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.2 Ansprüche der Passagiere im Vergleich von früher zu heute

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Grundsätzlich war die Gästezufriedenheit früher höher, denn die Passagiere ließen sich durch kleine Dinge begeistern und hatten weniger hohe Erwartungen. Die Tatsache, auf das Meer hinauszufahren und etwas Neues zu erleben, stellte den Höhepunkt der Kreuzfahrtreise für die Menschen dar. Die wunderbare Aussicht vom Schiff stimmte die Fahrgäste zufrieden und erzeugte ein Urlaubsgefühl. Heutzutage sind die Menschen um ein Vielfaches kritischer, sie erwarten viel mehr Angebot und ein perfektes Kreuzfahrterlebnis. Schlussfolgernd lässt sich sagen, dass die Menschen öfter reisen als früher und bereits mehr Erfahrungen im Urlaubsbereich gesammelt haben. Dadurch fordern diese mehr und haben weitaus höhere Ansprüche an Urlauberlebnisse als die Menschen von damals. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Im Generellen haben sich die Gäste mit der Zeit mitverändert, die Kreuzfahrt ist leistbarer und die Ansprüche sind höher geworden und der Preis ist hinuntergegangen. Die Klientel war früher die obere Gesellschaftsschicht mit berühmten Persönlichkeiten wie Nelson Mandela und ist mittlerweile in Richtung mittlere Klasse gegangen. Damals konnten sich die Filmstars so eine gewisse Privatsphäre am Schiff sichern – dies ist nur noch schwer möglich, da sich jeder Bürger eine Kreuzfahrt leisten kann. Es lässt sich also bestätigen, dass es einen großen Unterschied im Vergleich zwischen früher und heute im Gästekreis und in den Ansprüchen der Passagiere gibt. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.3 Marktführende Reedereien

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Zu den marktführenden Anbietern in der Hochseekreuzfahrt zählen vor allem die italienischen Reedereien wie *MSC Cruises S.A.* und *Costa Crociere S.p.A.* Diese haben eine preislich hohe Attraktivität und eine gute Erreichbarkeit der Abfahrtshäfen für Österreich. An zweiter Stelle sind die deutschen Anbieter wie *AIDA Cruises*, *TUI Cruises*, die dem Premium-Segment zugehörig sind. Bei den Marktführern in der Flussseekreuzfahrt, findet man die österreichische Reederei *GTA-SKY-WAYS* sowie den europäischen Anbieter *Nicko Cruises Flussreisen*, vor. *GTA-SKY-WAYS* betreibt einerseits eigene und andererseits zugekaufte Flusskreuzfahrtschiffe. *Nicko Cruises Flussreisen* ist in Österreich sehr stark vertreten und ist einer der größten Anbieter in der Flusskreuzfahrt. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Um die Jahrtausendwende wurde *Silversea Cruises, Ltd.* mit einer Flotte von sechs Schiffen der Marktführer in der Luxusklasse. Sie galt damals als die *World Smallest Best Cruise Line* und ist dem 6-Sterne-Plus-Bereich angehörig. Zu der Zeit waren Reedereien wie *Carnival Cruise Line Inc. (CCL)*, *Radisson Royal River Cruises* und *Costa Crociere S.p.A.* der *Silversea Cruises, Ltd.* unterstellt. Zudem war *Silversea Cruises, Ltd.* eins zu eins besetzt, das heißt ein Besatzungsmitglied pro Gast. Ansonsten zählen derzeit *MSC Cruises S.A.*, *Costa Crociere S.p.A.* und *AIDA Cruises* zu den marktführenden Anbietern. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.4 Unterscheidung zwischen Overtourism und Massentourismus

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Massentourismus gibt es in allen großen Städten der Welt, die fast jeder einmal gesehen haben möchte. Overtourism ist das Extrem zum gesunden und normalen Massentourismus. Bemerkbar macht sich dieses Phänomen am Besucher durch plötzliches Desinteresse und Unlust für die sonst so besondere Stadt.

Die Gäste haben keine Freude mehr daran, die Stadt zu erkunden, da nirgends mehr Platz zum Stehen beziehungsweise zum Gehen ist. Overtourism wird dadurch gekennzeichnet, dass die Touristen in der Hochsaison in bestimmten Destinationen nicht mehr entspannt unterwegs sein können. Ein markantes Beispiel stellt die Lagunenstadt Venedig in Italien dar. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Festzustellen ist, dass der Massentourismus auf den Kreuzfahrtschiffen von den Anbietern selbst verstärkt wird. Eine Anzahl von 160 Passagieren ist pro Kreuzfahrtschiff üblich, weil dadurch die gesamte Abwicklung in den Zielhäfen übersichtlicher ist. Im Vergleich dazu ist ein Schiff mit 240 Passagieren beim Check-In und Check-Out sowie bei der Ausflugsabwicklung wesentlich aufwendiger. Im Rückschluss lässt sich verstehen, dass dieser dadurch entstehende Massentourismus von den Anbietern gesteuert wird, die die Reedereien beauftragen, solche Schiffe zu bauen. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.5 Einflussfaktoren zur Entstehung von Overtourism

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Es ist Fakt, dass die immer größer werdenden Schiffe die Overtourism-Situation begünstigen. Allerdings spielt auch eine große Rolle, dass die Menschen durch tendenziell mehr Einkommen immer reiselustiger werden und so die kurzzeitige Übervölkerung von Städten verstärkt wird. Dabei sind die Menschen nicht nur auf Kreuzfahrtschiffen, sondern auch individuell in den Destinationen unterwegs. Hinzu kommen die Billigfluglinien, die die Urlauber zu massiv günstigen Preisen in die Metropolen bringen und damit ebenso den Overtourism forcieren. Bei dieser Entwicklung ist sehr deutlich zu erkennen, dass Kreuzfahrten nur ein Teil davon sind, die den schädlichen Overtourism hervorbringen. Schlussfolgernd lässt es sich nicht bestätigen, dass Overtourism von Kreuzfahrten im Speziellen verursacht wird. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Es sind genügend Faktoren an der Entstehung von Overtourism beteiligt, allerdings hat die Kreuzfahrt ganz klar ihren maßgeblichen Teil dazu beigetragen. Im Hinblick auf Venedig ist deutlich zu sehen, dass die Touristen, aufgrund der überlaufenen Stadt, kaum einen Fuß vor den anderen setzen können. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.6 Kreuzfahrtschiffe als massentouristische Orte

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Kreuzfahrtschiffe mit einer Anzahl von circa 300 Passagieren sind nicht dem Massentourismus zuzuordnen. Dies ist ungefähr mit fünf nicht vollbesetzten Autobussen zu vergleichen. Fährt jedoch ein Kreuzfahrtschiff mit etwa 5.000 Passagieren in einen Hafen ein, wird das zum Problem, denn damit wäre das Kreuzfahrtschiff dem Massentourismus zugehörig. Allerdings muss unterschieden werden, ob das Schiff auf einer kleinen Insel oder in einer Stadt wie Barcelona anlegt. Ersteres würde bedeuten, dass die Insel völlig mit Touristen überflutet wird. Zweiteres ist für eine solche Großstadt kaum belastend, da dort eine andauernde Touristenanzahl von etwa 50.000 messbar ist und die 5.000 Passagiere des Schiffes wenig ausmachen. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Kreuzfahrten können teilweise in den Massentourismus eingegliedert werden. Meistens handelt es sich bei Kreuzfahrten um eine Massenabfertigung und die speziellen, exquisiten Kreuzfahrtreisen gehen immer mehr verloren. Durch diese Massenabfertigungen können bei Unwettern oder anderen Naturkatastrophen sehr chaotische bzw. schwierige Zustände auf Flughäfen entstehen, die Drehkreuz für An- und Abreisen von Kreuzfahrten sind. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.7 Betroffene Destinationen von Overtourism und deren Maßnahmen

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Tatsächlich sind Destinationen wie zum Beispiel Venedig, Dubrovnik und Santorin dem Overtourism völlig ausgesetzt. Ein Vorzeigeprojekt dazu ist Dubrovnik, denn dort wurde dazu ein Gesetz erlassen, um dem Problem entgegenzuhandeln. In diesem ist festgelegt, dass nur mehr zwei Kreuzfahrtschiffe pro Tag anlegen dürfen. Damit konnte hier die Problematik *Overtourism* erfolgreich gelöst werden. In Folge bedeutet das für alle weiteren Schiffe, die nach Dubrovnik kommen wollen, dass diese einen Hafen in der Umgebung suchen müssen. Es gibt sogar zahlreiche Häfen in dieser Region, die auf mehr Besuche warten. Auf diese Weise können die Touristenströme direkt verteilt und die Übervölkerung einer Stadt und dessen Effekte vermieden werden. Eine passende Möglichkeit ist es, alternative Zwischenstopps bei Kreuzfahrten anzubieten, als die Gewöhnlichen. Es gibt beispielshalber neben bekannten Häfen wie Split, Zadar und Kotor auch einen Hafen in Albanien, der Saranda heißt. Dieser hat sich sehr gut entwickelt und wäre bereit, mehr Touristen zu empfangen. Zusammenfassend lässt sich ableiten, dass die Politik in den verschiedenen Destinationen aktiv eingreifen und Gesetzte erlassen oder Limitierungen festsetzen muss, um das Problem Overtourism lösen zu können. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Definitiv findet Overtourism in Orten wie Venedig, Palma de Mallorca, Portofino, Budapest, St. Petersburg und Moskau statt. In Amerika zählen Florida und Miami zu den meist betroffenen Hafenstädten mit Overtourism. Am Beispiel von St. Petersburg ist unschwer zu erkennen, dass vier Kreuzfahrtschiffe nebeneinander zu viele auf einmal sind. Um dieses Problem zu bewältigen, müssen Regeln eingeführt werden. Beispielgebend dürfen nicht zu viele Schiffe pro Tag in die Destination hineingelassen werden. Diese Beschränkungen müssen unbedingt eingehalten werden, damit auch die Einheimischen vor den Touristenmassen geschützt werden. Zusätzlich werden etwa in Portofino, die Passagiere von Kreuzfahrtschiffen mit Tenderbooten zur Destination gebracht. Einerseits wäre die Bucht zu klein um hineinzufahren und andererseits soll so der Ort vor Menschenmassen geschützt werden. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.8 Gefahren, Auswirkungen und Folgen von Overtourism

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Tendenziell sinkt die Attraktivität von touristenüberströmten Orten für Einheimische. Für diese wird es zunehmend schwieriger, in solchen Städten normal zu leben, da alltägliche Dinge wie das Einkaufen zur Herausforderung werden. In Venedig kann man sich dafür beispielsweise nicht in das Auto setzen, sondern man muss diese Besorgungen zu Fuß erledigen, weil im Stadtkern kein Platz für Fahrzeuge ist. Eine andere Gefahr ist, dass die Preise steigen, da alles auf den Tourismus ausgerichtet wird. Restaurants und Geschäfte wie Lebensmittelgeschäfte erhöhen die Preise massiv, worunter die Einheimischen beträchtlich leiden. Zusätzlich steigen die Mietpreise rasant, wodurch sich kleine Boutiquen oder Handwerker ihre Lokale nicht mehr leisten können. In Folge dessen werden diese Geschäfte meistens durch Souvenirgeschäfte ersetzt. Des Weiteren ziehen die Einwohner von Städten wie Amsterdam oder Dubrovnik weg, da die Orte für sie unattraktiv zum Wohnen geworden sind. Demzufolge „lebt" der Ort an sich nicht mehr wirklich und das führt zur Veränderung der sozialen Struktur einiger Stadtteile. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Eine der Folgen ist, dass die Touristen aufgrund der Abwanderung der Einheimischen keine Ansässigen mehr antreffen. Neben den Venezianern findet man viele weitere Kulturen vor, jedoch nicht die tatsächlichen Einwohner. Des Weiteren machen sich zahlreiche asiatische Personen ansässig und verkaufen ihre Produkte und verdrängen so das Venezianische oder Mallorquinische – den Ursprung der jeweiligen Stadt. Viele Besucher sind zudem unachtsam und gehen mit der Destination gleichgültig um und schätzen diese nicht. Das bewirkt zum Beispiel, dass Müll unüberlegt entsorgt wird. Außerdem entstehen durch den Overtourism nicht tragbare Menschenansammlungen vor diversen Sehenswürdigkeiten.

Eine weitere Auswirkung ist, dass Einheimische keine Vergünstigungen beim Einkaufen bekommen. Teilweise müssen sich diese sogar als lokale Anrainer ausweisen. Zusätzlich nehmen die internationalen Geschäfte überhand. Im Landesinneren gibt es viele Finkas, in denen Wein angebaut und Honig produziert wird. Regionalen Produzenten ist es kaum möglich, Waren im vorderen Hafenbereich anzubieten, da dort hauptsächlich importierte Billigprodukten zu finden sind. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Lebensqualität der Mallorquiner durch diese Art von Globalisierung eingeschränkt wird. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.9 Maßnahmen eines Kreuzfahrtanbieters gegen Overtourism

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Eine Möglichkeit ist es, Reiserouten in Regionen anzubieten, in denen es grundlegend weniger Overtourism gibt. Eine andere gute Chance stellt die antizyklische Planung einer Kreuzfahrt dar. Damit ist gemeint, dass einerseits Kreuzfahrten in der Vor- bzw. Nachsaison angeboten werden und andererseits die Reise an einem nicht gewöhnlichen Wochentag beginnt. Im Konkreten bedeutet dies, dass im März oder April kaum andere Schiffe in beispielsweise Dubrovnik sind. Zusätzlich lässt sich Overtourism durch eine antizyklische Abfahrt der Kreuzfahrt, beispielhaft am Montag, vermeiden. In der Regel starten die meisten Kreuzfahrten an Wochenenden, zumal es so am angenehmsten für den Gast ist. Daher kann die Kreuzfahrtroute zu einem Zeitpunkt erkundet werden, an dem nur wenige andere Touristen in den Destinationen vor Ort sind. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Die Reisebüros sollten mehr Individualreisen anbieten, wie zum Beispiel die Hurtigruten. Diese sind im Schnitt teurer, jedoch wird dem Gast ein originelles Angebot offeriert. Dabei erhält der Tourist eine individuelle Reise, bei der kein Overtourism vorherrscht. Begründet dadurch, dass es auf der Antarktis oder am Nordkap keinen Massentourismus gibt. Dort sind viele Auflagen vorgeschrieben, um die Umwelt nicht zu gefährden. Überdies ist es eine gute Möglichkeit, unbekannte Gästerouten anzubieten. Beispielsweise bietet sich in Portofino der genauso attraktive Nachbarort Rapallo oder Santa Magarita an. Natürlich ist dabei immer wichtig, dass Touristiker und Einwohner gut zusammenarbeiten. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.10 Destinationen und ihre Möglichkeiten zur Onlinebuchung

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Grundsätzlich gibt es ausreichend Online-Buchungsmöglichkeiten, um auch zum Beispiel Ausflüge oder Aktivitäten für Kreuzfahrten zu buchen. Für unbekannte Tourismusorte sind ebenfalls genügend Möglichkeiten dafür vorhanden. Entsprechend dazu fehlt es nicht an Buchungsmöglichkeiten, damit fremdere Destinationen Touristen gewinnen können. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Auf jeden Fall fehlen hinreichende Online-Buchungsmöglichkeiten in unbekannten Tourismusorten, was dadurch zu begründen ist, dass sich zu wenige Anbieter mit diesen Nischen beschäftigen. Ebenso werden die in Reiseführern häufig genannten Geheimtipps viel zu wenig auf E-Commerce-Basis kommuniziert, um diese nutzen zu können. Zudem ist die Infrastruktur an unbekannten Destinationen nicht entsprechend ausgeweitet. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.11 Empfehlungen für Reisende in Bezug auf Overtourism

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Unser Experte rät einem Reisenden dazu, wie schon zuvor erwähnt, antizyklische Kreuzfahrten zu buchen. Damit kann ein Passagier schon einen großartigen Beitrag leisten, um Overtourism entgegenzuwirken. Ein weiterer Tipp ist, nicht in die Stadt hineinzugehen, wenn offensichtlich mehr als fünf Kreuzfahrtschiffe angelegt haben. Eine bessere Alternative ist es, einen Ausflug außerhalb zu machen.

Viele Chancen bieten sich auch in der Umgebung der Stadt, wie zum Beispiel ein Ausflug in das Kloster Montserrat nahe Barcelona. Ausweichen kann ein Tourist ebenso, indem dieser nicht in die Haupteinkaufsstraßen geht, sondern versucht, unberührte Stadtviertel zu entdecken. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass solche Geheimtipps angenehmeren Urlaub für den Reisenden mit sich bringen und gleichzeitig zur Entgegenwirkung von Overtourism beitragen. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Unsere Expertin schlägt einem Feriengast vor, gut zu recherchieren bevor er eine Reise antritt. Ansonsten sollte sich dieser auch über die kleineren Dörfer neben den Hauptdestinationen erkundigen, um dem Overtourism aus dem Weg zu gehen. Weiters könnte der Reisende Kontakt mit den Tourismusbüros und Menschen vor Ort aufnehmen, um an tolle Geheimtipps zu kommen und um zu versuchen, eine individuelle Reise zu arrangieren. Damit trägt der Reisende zur Vermeidung des Overtourism bei und bekommt einen auf ihn zugeschnittenen Urlaub. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.12 Steigende Trends bei Kreuzfahrtpassagieren

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Laut Andreas Sagmeister gibt es hier mehrere Entwicklungen: Eine geht eindeutig in die Richtung neuer und hochtechnologischer Schiffe. Die Neugierde der Leute, Neues zu entdecken und Innovationen hautnah zu erleben, sind Hauptgründe, die für diese Entwicklung sprechen. Zweitens ist ein Trend in Richtung Premium-Reisen spürbar. Gerne wird etwas mehr Geld in die Hand genommen, um ein noch höheres Maß an Service an Bord spüren zu dürfen. Da Kreuzfahrtschiffe aktuell eine enorme Größe aufweisen, ist Gästen auch auf einem Riesenschiff persönlicher Service und Zuvorkommenheit ein großes Anliegen. Eine verstärkte Nachfrage lässt sich bei Fernreisen und Reisen nach Nordeuropa feststellen: Die klassische einwöchige Mittelmeerreise wird gerne als Einsteigerkreuzfahrt hergenommen. Wer auf den Geschmack kommt, traut sich auch, Neues zu probieren und weitere Ziele anzusteuern: Nachfragen für Kreuzfahrten nach Dubai, aber auch andere asiatische Länder sind im Anstieg. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Der Trend geht verstärkt in Richtung All-inklusive: Den Gästen ist wichtig, viele Arrangements im Preis inkludiert zu haben. Manuela Siegl stellt fest, dass hier die Individualität verloren geht und nur mehr ein verschwindend geringer Teil der Passagiere individuelle Ausflüge dazubucht. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.13 Nischen in der Kreuzfahrtbranche

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Auch hier kristallisiert sich heraus, dass Individualität ein wichtiges Thema bei Kunden ist: Premiumschiffe bzw. Schiffe, die von Haus aus kleiner sind, fallen in den Kundenfokus. Eine nachhaltige Variante, die als Nische bedient wird, sind Segelschiffe. Weiters werden Hurtigruten im Nischensegment bedient: Die Postschiffe, die in Norwegen unterwegs sind, sind zwar kostenintensiver als herkömmliche Kreuzfahrten, jedoch schätzen sie Gäste sehr. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Hier ist sich Expertin Manuela Siegl sicher: Die individuelle Betreuung älterer Passagiere an Bord stellt eine Nische in der Kreuzfahrtbranche dar. Diese Nische wird zwar teilweise vom Bordpersonal bedient, jedoch fehlen hier Agenturen, die verstärkt Kreuzfahrten für ältere Passagiere anbieten. Eine Idee, die aufgekommen ist, wäre begleitete Kreuzfahrten mit geschultem Pflegepersonal für ältere Menschen anzubieten. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.14 Buchungslage und Steigerung der Attraktivität von Kreuzfahrten hinsichtlich COVID-19

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Aktuell seien die Gäste sehr zögerlich, was Buchungen in naher Zukunft betrifft, meint Andreas Sagmeister. Es schrecke nämlich viele Passagiere ab, während der Kreuzfahrt mit Einschränkungen durch die Maskenpflicht oder mehreren Testungen an Bord rechnen zu müssen. All jenen, die trotz den unsicheren Zeiten eine Kreuzfahrt planen, bietet das Reisebüro spezielle Stornobedingungen sowie kostenlose Umbuchungen an, um Kunden zu halten und Servicequalität bieten zu können. Buchungen in weiterer Zukunft sind durchaus keine Seltenheit: Angebote für kommenden November sowie für den nächsten Winter werden bereits angenommen, dabei handelt es sich auch um Weltreisen, auf denen man bis zu zwei Monate unterwegs ist. Hier heißt die Devise eben Langfristigkeit, sagt Andreas Sagmeister. Angebote für den Sommer 2022 sind bereits verschickt worden, damit die nächste Sommersaison bereits an Buchungen gewinnt. Das Unternehmen agiert mit persönlich begleiteten Kreuzfahrten und bieten dadurch einen speziellen Sicherheitsfaktor. Die Gäste nehmen dies gerne an und fühlen sich durch eine Reisebegleitung, die sie bereits bei der Buchung kennengelernt haben, abgesichert. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Expertin Manuela Siegl, die noch Kontakt mit Kollegen ihrer ehemaligen Reederei hat, beschreibt die Buchungslage derzeit als sehr niedrig. Die Reedereien bieten ihren MitarbeiterInnen zwar an, die Schiffe in Stand zu halten, jedoch sei die Entlohnung sehr gering. Die Reisebüros spezialisieren sich auf das Bewerben von Angeboten bis ins Jahr 2022, um Buchungen anzukurbeln. Experten von anderen Unternehmen werden herangezogen, um attraktive Angebote und neue Packages zu kreieren. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.15 Nachhaltigkeit als Marketingstrategie und umweltfreundliche Kreuzfahrtkonzepte

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Speziell bei den Neubauten wird der Fokus auf Nachhaltigkeit gelegt, meint Andreas Sagmeister. Vor allem bei der Aufbereitung der Buffets und Speisen wird heutzutage lieber etwas nachgelegt, als Platten zu viel zu bestücken. Grund dafür sind die strengen Hygienerichtlinien: Alles, was die Küche verlassen hat, wird in den Abfall geworfen, um den Standards gerecht zu werden. Vor allem neue Technologien werden auch im Marketing verpackt: Scrubber, alternative Antriebe, die Umstellung auf LED-Lampen sowie die Einrichtungen, die Landstrom zur Verfügung stellen, werden in der Kundenkommunikation gezielt verwendet, um auch Nachhaltigkeit den Gästen zu vermitteln. Diese Innovationen gehen über rechtliche Mindestanforderungen Nachhaltigkeit betreffend hinaus. Auch werden ältere Schiffe in Sachen Umweltfreundlichkeit nachgerüstet und mit effizienteren Technologien ausgestattet. Denn das Umweltbewusstsein ist in der heutigen Zeit viel präsenter in den Köpfen der potentiellen Gäste, als Jahre zuvor. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Expertin Manuela Siegl ist der Meinung, dass Reedereien nicht aktiv das Thema Nachhaltigkeit als eine Form der Marketingstrategie heranziehen. Für die nahe Zukunft wäre dies jedoch wünschenswert. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.16 Geplante oder umgesetzte nachhaltige Antriebskonzepte

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Die innovativste Form der Antriebskraft stellt das Flüssiggas dar. Auch wurde schon über Windenergie und ausfahrbare Segeln gesprochen sowie über Solarpaneele in Wüsten. Antriebe durch Wasserstoff oder unterstützende Antriebskraft durch Sonnenkollektoren sind ein Thema, jedoch noch nicht gesprächsreif.

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Nachhaltige Antriebskonzepte gibt es bestimmt, jedoch ist es schwierig, genauer darauf einzugehen, wenn man nicht mehr in der Branche tätig ist. *Silversea Cruises, Ltd*. hat jedoch ein neues Schiff gelauncht, auf dem nachhaltige Konzepte mit Sicherheit umgesetzt werden. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.17 Vorreiter in der Kreuzfahrt bezüglich Nachhaltigkeit

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Das Thema Nachhaltigkeit wird von allen Reedereien behandelt, stellt Andreas Sagmeister klar. Jedoch stechen zwei eindeutig hervor: *MSC Cruises S.A.* und *AIDA Cruises* fallen hierbei besonders positiv auf und behandeln diese Themen sorgfältig. *Costa Crociere S.p.A.* und *TUI Cruises* gehen auch in diese Richtung und steuern nachhaltige Konzepte an Bord an. *MSC Cruises S.A.* geht sogar so weit, dass Regenwälder, die abgeholzt werden sollen, von *MSC Cruises S.A.* gekauft werden, um diese zu sichern. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Zum Thema Nachhaltigkeit hat *Silversea Cruises, Ltd.* bereits vor einigen Jahren maßgebende Handlungen getätigt: Bei Ausflügen in geschützte Gebiete wurde nur eine begrenzte Teilnehmerzahl zugelassen. Bei Ausflügen in die Wüste Namibias oder ins Naturschutzgebiet der Galapagosinseln wurden Besucherströme seitens der Reederei reduziert und reguliert. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.18 Priorität von Nachhaltigkeit sowie Besonderheiten im Buchungsverhalten bei Passagieren

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Direkt bei der Beratung steht diese Frage nicht im Vordergrund. Solche Themen werden eher in Foren diskutiert, sind jedoch bei der Angebotslegung keine vorrangigen Anliegen der Gäste. Jedoch kommt es ab und zu vor, dass sich Gäste dafür interessieren, ob das Schiff sauber ist. Trotz allem sind diese Themen – noch nicht – ausschlaggebend für eine Buchung, zumindest noch nicht am Land. Experte Andreas Sagmeister ist sich sicher, dass Personen, die einer Kreuzfahrt von Haus aus negativ gegenüberstehen, solche sowieso nicht buchen würden. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Für die Passagiere steht das Thema Nachhaltigkeit nicht zentral im Vordergrund, jedoch gibt es diesbezüglich vereinzelt Fragen an die Crew. Auf einem Schiff von *Silversea Cruises, Ltd.* wurde ein recyclebares Toilettenpapier eingeführt, jedoch fand dies keinen Anklang bei den Gästen. Demnach ist Nachhaltigkeit kein vorrangiges Thema bei der Buchung oder am Schiff selbst. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.19 Preissteigerung und Schiffsgröße in Relation zur Nachhaltigkeit

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Hier lässt sich laut Experten Andreas Sagmeister bei beiden Annahmen kein Zusammenhang feststellen. Obwohl Neubauten immer größer werden, benötigen auch diese eine bestimmte Infrastruktur wie eine Rezeption oder ein Back Office. Demzufolge kann das modernste und nachhaltigste Schiff gleichzeitig die günstigsten Preise anbieten, da diese Kosten auf mehrere Personen aufgeteilt werden. Das heißt: Je größer das Schiff ist, desto günstiger kann angeboten werden. Auch stehe das Thema Nachhaltigkeit in keiner Relation mit der Schiffsgröße, erklärt Andreas Sagmeister. Es gäbe kleine Kreuzfahrtschiffe, die bereits ins Alter gekommen sind und daher keine nachhaltigen Technologien aufweisen. Im Gegenzug dazu gäbe es moderne, große Schiffe, die mit nachhaltigen Innovationen ausgestattet sind. Es muss aber gesagt werden, dass die wahren Umweltverpester jedoch nicht Kreuzfahrtschiffe, sondern Containerschiffe sind, die noch nicht mit modernen Antriebsformen wie Flüssiggas betrieben werden. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Expertin Manuela Siegl ist sich sicher, dass man hier von einer Preissteigerung ausgehen muss, da der Aufwand viel höher ist. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.20 Internationale Flagge: Rahmenbedingungen und Gründe

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Hierzu bejaht Experte Andreas Sagmeister die Fragestellung. *TUI Cruises* fährt beispielsweise unter der Flagge von Malta. Zum einen spielt die arbeitsrechtliche Komponente eine große Rolle. Vor allem die Arbeitszeiten fallen in diesen Sektor. Dies ermöglicht es, Crewmitglieder über mehrere Tage hinweg durcharbeiten zu lassen. Andreas Sagmeister ist sich sicher: Die Angestellten an Bord möchten die Zeit mit der Arbeit verbringen und etwaige Urlaubstage am Schluss der vereinbarten Arbeitszeit abhalten. Dies ist mit nationalem Arbeitsrecht nicht vereinbar. Auch die Freizeitgestaltung an Bord erweist sich oft als schwierig: Besonders an Seetagen, an denen das Schiff an keinem Hafen anlegt, ist das Freizeitprogramm begrenzt. Zudem sind die Jobs auf See speziell bei Menschen mit asiatischen oder philippinischen Wurzeln begehrt. Im Vergleich zur Heimat ist der durchschnittliche Monatslohn auf einem Kreuzfahrtschiff um ein Vielfaches höher. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Reedereien nutzen dies auf jeden Fall. Einige Schiffe fahren unter der Flagge Nassau/Bahamas, damit hohe Steuern gekürzt werden können. Deswegen melden Reedereien sogenannte Briefkastenfirmen in steuergünstigen Ländern an. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

7.4.21 Empfehlungen für Reisende und Bordpersonal in Bezug auf Nachhaltigkeit

Expertenmeinung: Andreas Sagmeister, Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.

Vorrangig ist hier die Mülltrennung: Die Gäste werden aktiv mittels Plakaten oder Schildern darauf aufmerksam gemacht. Umweltoffiziere an Bord leisten Kontrollarbeit und überprüfen nachhaltige Vorgehensweisen. Der Gast kann Strom sparen, indem unnötige Beleuchtung abgedreht und die Klimaanlage nicht ständig eingeschaltet wird. Die eigene Anreise zum Einschiffungshafen kann durch öffentliche Verkehrsmittel umweltfreundlicher gestaltet werden. Die Reedereien führen Umstellungen in Sachen Einwegutensilien durch und reduzieren so Einwegflaschen und Einwegbecher aus Plastik. So können bei einem Schiff mit 2.000 Passagieren in 7 Tagen rund 14.000 leere Plastikflaschen, die früher am Zimmer gestanden sind, reduziert werden, indem sich der Gast bei Wasserspendern am Gang selbst bedient. Bei Landausflügen sollte man vermehrt zu Fuß gehen, anstatt das Taxi zu nehmen und den Müll sachgerecht entsorgen. *(vgl. Sagmeister, 16.02.2021)*

Expertenmeinung: Manuela Siegl, Silversea Cruises, Ltd.

Sowohl die Besatzung, als auch die Passagiere an Bord werden ständig durch Aufkleber und Beschilderungen auf nachhaltige Handlungen wie Mülltrennen hingewiesen. Speziell *Silversea Cruises, Ltd.* hat auch Aufsteller mit umweltfreundlichen Verhaltensweisen bei Landausflügen platziert, um die Passagiere aufmerksam zu machen. Auch international gibt es verschiedene Vorschriften bezüglich Hygiene und Nachhaltigkeit: Bei der Einfahrt in amerikanische Häfen müssen laut Hygienevorschriften alle geöffneten Getränkepackungen weggeschüttet werden, was wiederum ressourcenverschwendend ist. An Bord gibt es einen Umweltoffizier, auch Environment Officer genannt, dessen Aufgabe es ist, Inspektionen anzustellen und Fehler aufzudecken. Zu seinen Aufgaben zählen das Verfassen und Weiterleiten von Artikeln und Berichten direkt an die Reederei. Bei Landausflügen sollen Passagiere ihre Umwelt und vor allem die lokale Bevölkerung achten und respektieren. Es ist wichtig, das Territorium so zu behandeln, wie man es selbst gerne auffinden würde. Und das am besten mit Herz, Hirn und Humor. *(vgl. Siegl, 20.03.2021)*

RESÜMEE

08

08 RESÜMEE

Die Kernelemente unserer wissenschaftlichen Arbeit stellen die Themen Overtourism und Nachhaltigkeit dar. Es konnte herausgefunden werden, in welchen Bereichen Problematiken herrschen und wo noch Verbesserungen notwendig sind, um den Kreuzfahrttourismus dauerhaft in eine umweltfreundliche Bahn lenken zu können.

Das Ziel, Transparenz hinsichtlich Overtourism und Nachhaltigkeit in der Kreuzfahrtbranche zu bringen, wurde somit erreicht. Darüber hinaus wurden einige bestehende Marketingstrategien und Kreuzfahrtkonzepte aufgerollt, sorgfältig analysiert und auf ihre Umweltfreundlichkeit hin erläutert. Es stellte sich heraus, dass die Problematiken Overtourism und Nachhaltigkeit bereits bekannt, allerdings in vielen Bereichen der Kreuzfahrt noch nicht gänzlich durchdacht sind.

Die Zukunft der Kreuzfahrt stellt vor allem die Antriebskraft mit Flüssiggas dar, um sich vom Schweröl zu distanzieren. Derzeit wird eine verschwindend geringe Anzahl an Schiffen mit dem umweltfreundlicheren Flüssiggas betrieben, jedoch ist für die Zukunft der Betrieb von noch mehr Schiffen mit Flüssiggas geplant. Weitere Maßnahmen in Hinblick auf Nachhaltigkeitskonzepten auf Schiffen werden bereits jetzt umgesetzt: Durch die Reglementierung einzelner Länder und Gebiete wird das Thema Landstrom weiter ausgebaut und eigene *Waste-Management*-Konzepte haben sich etabliert. Damit kann die Ressourcenverschwendung messbar gemacht und eigedämmt werden. Im Bereich der *Scrubber*, die oftmals von den Konzernen und Reedereien als nachhaltig angepriesen werden, müssen noch viele Adjustierungen abgehalten werden, da sie im Schnitt eine schlechtere Umweltbilanz als Marinediesel aufweisen und durch Marketingstrategien reingewaschen werden.

Bezüglich Overtourism gab es in den letzten Jahren einige Veränderungen. Einige der erfolgreich umgesetzten Maßnahmen sind Limitierungen und Gesetze, die festlegen, dass nur eine bestimmte Anzahl an Kreuzfahrtschiffen in den Häfen von Destinationen anlegen dürfen. Außerdem wird auch bei der Routenplanung entgegengewirkt, indem unbekanntere Zielhäfen angefahren werden, um so übertouristisch genutzte Städte entlasten zu können. Überdies bietet die antizyklische Reiseplanung eine zukunftsfähige Möglichkeit für Kreuzfahrtanbieter und Gast. Damit wird dem Overtourism bewusst entgegengehandelt und dem Touristen einen entspannterer Urlaub ermöglicht. Zusätzlich können Touristen selbstständig etwas gegen Overtourism bewirken, indem sie Ausflüge außerhalb überlaufener Zieldestinationen planen.

Zusammenfassend muss gesagt werden, dass es neben vielen Konzernen und Reedereien auch jene gibt, die sich den Themen Overtourism und Nachhaltigkeit ernsthaft angenommen haben und Konzepte sukzessive auf ihre Schiffe anwenden. Das Miteinander rückt in Form von Kooperationen in den Vordergrund. Es wird versucht, durch Partnerschaften zwischen Reedereien und Zieldestinationen ein Zeichen zu setzen, damit der Tourismus, leider oft mit dem Ziel der Ausbeutung und kulturellen Vernichtung der Region, nicht die Oberhand gewinnt. Hier knüpft der sanfte Tourismus an, der ein Miteinander zwischen Einwohnern und Reedereien sichert.

Ausschlaggebend für eine vielversprechende Gesamtsituation der Kreuzfahrtbranche ist, dass die Aufrüstung von älteren Schiffen mit effizienteren Techniken rasch erfolgt. Auch der Trend hin zu kleineren Schiffen, sodass dem Massentourismus entgegengewirkt wird, lässt übertouristisch genutzte Zielorte aufatmen. Ebenso ein Muss ist es, neue Schiffe von vornherein umwelttauglich zu konzipieren, damit von Beginn an Ressourcen geschont und überflüssige Emissionsausstöße begrenzt werden.

In Zukunft liegt die Verantwortung bei den Reedereien, die in der Pflicht stehen, die Themen Overtourism und Nachhaltigkeit einzubeziehen, um den Fortbestand des Kreuzfahrttourismus noch lange gewährleisten zu können.

QUELLENVERZEICHNIS

Bahn, Uwe et al: Kreuzfahrt Guide 2017. Für den perfekten Urlaub auf dem Wasser. 1. Auflage. Hamburg: Verlag planet c GmbH, 2016.

Baran, Michelle et al: So geht Kreuzfahrt! Inspirationen und praktische Tipps für alle, die gerne an Bord gehen. 1. Auflage. Ostfildern: Verlag MAIRDUMONT GmbH & Co. KG, 2019.

Engelhardt, Dirk; Harfst, Michaela: Nachhaltig Reisen. Die besten Ideen für Europa. 1. Auflage. Ostfildern: Verlag DuMont Reiseverlag GmbH & Co. KG, 2020.

Förster, Hans-Peter (Hrsg.): Reisehandbuch Kreuzfahrten. Auf den Weltmeeren unterwegs – Kurs auf die schönsten Häfen zwischen Spitzbergen, Kapstadt und Sydney. 1. Auflage. München: Travel House Media GmbH, 2006.

Kirstges, Torsten: Tourismus in der Kritik. Klimaschädigender Overtourism statt sauberer Industrie? 1. Ausgabe. München: utb, 2020.

Kowarz, Roland: Overtourism: Analyse, Auswirkungen und Anpassungsstrategien. Online im Internet unter URL: https://repositum.tuwien.at/bitstream/20.500.12708/16288/2/Overtourism%20Analyse%20Auswirkungen%20und%20Anpassungsstrategien.pdf, 06.02.2021.

Schmidt, Yvonne et al: 125 Jahre Kreuzfahrt. 1. Auflage. Hamburg: Koehler im Maximilian Verlag GmbH & Co. KG, 2016.

Steinecke, Albrecht: Kreuzfahrttourismus. 1 Ausgabe. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2018.

Stieger, Hans: Größtes Flussschiff auf der Donau bietet "Urlaub des Lebens": Online im Internet unter URL: https://www.blog-kreuzfahrt.ch/flusskreuzfahrten/groesstes-flussschiff-auf-der-donau-bietet-urlaub-des-lebens/, 08.03.2021.

Ward, Douglas: Complete Guide to Cruising & Cruise Ships 2013. 21. Auflage. London: Berlitz Publishing, 2013.

Deckstein, Dinah et al: Balkonien auf Hoher See. In: Der Spiegel. 2019., Heft 33, S. 44 – 53.

Online im Internet unter URL: https://www.tourismus-kreuzfahrten.de/de/hochseekreuzfahrten/anbietern-von-hochseekreuzfahrten, 15.11.2020.

Online im Internet unter URL: https://cruising.org/en-gb/news-and-research/research/2019/december/state-of-the-cruise-industry-outlook-2020, 22.11.2020.

Online im Internet unter URL: https://www.tourismus-kreuzfahrten.de/de/flusskreuzfahrten, 17.01.2021.

Online im Internet unter URL: https://www.croisieurope.de/ueber-uns/, 17.01.2021.

Online im Internet unter URL: https://www.1avista.de//unternehmen/, 17.01.2021.

Online im Internet unter URL: a-rosa.de/flusskreuzfahrten/unternehmen.html, 17.01.2021.

Online im Internet unter URL: https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-global-passenger-report-2018.ashx, 18.01.2021.

Online im Internet unter URL: https://cruising.org/-/media/research-updates/research/final-market-report-europe-2018.ashx, 18.01.2021.

Online im Internet unter URL: https://mypics.at/reisen/overtourism-tourismus.html, 06.02.2021.

Online im Internet unter URL: https://www.austriatourism.com/blog/2018/overtourism-gibt-es-loesungen, 06.02.2021.

Online im Internet unter URL: https://utopia.de/ratgeber/massentourismus-diese-folgen-hat-overtourism, 06.02.2021.

Online im Internet unter URL: https://cruising.org/-/media/research-updates/research/2021-state-of-the-cruise-industry_optimized.ashx, 21.02.2021.

Online im Internet unter URL: https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-environmental-study-report.ashx, 26.02.2021.

Online im Internet unter URL: https://www.nabu.de/umwelt-und-ressourcen/verkehr/schifffahrt/kreuzschifffahrt/28638.html, 28.02.2021.

Muszak, Philipp: Ama Waterways: Online im Internet unter URL: https://www.flusskreuzfahrt-entdecker.de/reedereien/amawaterways/, 08.03.2021.

Online im Internet unter URL: https://www.thb.info/rubriken/detail/news/amamagna-wird-breitester-donaukreuzer.html, 08.03.2021.

Sagmeister, Andreas: Experteninterview zum Thema Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit am 16.02.2021.

Siegl, Manuela: Experteninterview zum Thema Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit am 20.03.2021.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Einteilung der Reedereien in Schiffs-Lifestyle-Klassen
Quelle: In Anlehnung an Förster, Hans-Peter (Hrsg.): Reisehandbuch Kreuzfahrten. Auf den Weltmeeren unterwegs – Kurs auf die schönsten Häfen zwischen Spitzbergen, Kapstadt und Sydney. 1. Auflage. München: Travel House Media GmbH, 2006. S. 20 – 23. 11

Abbildung 2: Flottengrößen europäischer Flusskreuzfahrtanbieter
Quelle: Online im Internet unter URL: https://www.tourismus-kreuzfahrten.de/de/flusskreuzfahrten /anbieter-flusskreuzfahrt, 17.01.2021. 17

Abbildung 3: Verteilung der Altersspanne des Quellmarktes Österreich von 2016 - 2018
Quelle: Online im Internet unter URL: https://cruising.org/-/media/research-updates/research /final-market-report-europe-2018.ashx, 18.01.2021. 27

Abbildung 4: Verteilung der Aufenthaltsdauer des Quellmarktes Österreich von 2016 - 2018
Quelle: Online im Internet unter URL: https://cruising.org/-/media/research-updates/research /final-market-report-europe-2018.ashx, 18.01.2021. 27

Abbildung 5: Passagiervolumen Europas mit prozentueller Veränderung von 2016 - 2018
Quelle: Online im Internet unter URL: https://cruising.org/-/media/research-updates/research /final-market-report-europe-2018.ashx, 18.01.2021. 28

Abbildung 6: Durchschnittsalter und Durchschnittslänge in Bezug auf die Destinationen im Jahr 2018
Quelle: Online im Internet unter URL: https://cruising.org/-/media/research-updates/research /final-market-report-europe-2018.ashx, 18.01.2021. 29

Abbildung 7: Gesamtübersicht der vom NABU Deutschland e. V. bewerteten Reedereien für das Jahr 2020
Quelle: Online im Internet unter URL: https://www.nabu.de/umwelt-und-ressourcen/verkehr /schifffahrt/kreuzschifffahrt/28638.html, 28.02.2021. 37

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Auflistung der marktführenden Reedereien mit prozentuellem Marktanteil der größten Kreuzfahrtkonzerne nach Passagierzahl
Quelle: In Anlehnung an Bahn, Uwe et al: Kreuzfahrt Guide 2017. Für den perfekten Urlaub auf dem Wasser. 1. Auflage. Hamburg: Verlag planet c GmbH, 2016. S. 107.*
*Quelle**: Online im Internet unter URL: https://www.tourismus-kreuzfahrten.de/de/hochseekreuzfahrten/anbietern-von-hochseekreuzfahrten, 15.11.2020.* 13

Tabelle 2: Auflistung der marktführenden Reedereien mit Flottengröße und etwaigen Besonderheiten
Quelle: Bahn, Uwe et al: Kreuzfahrt Guide 2017. Für den perfekten Urlaub auf dem Wasser. 1. Auflage. Hamburg: Verlag planet c GmbH, 2016. S. 251 – 253. 18

Tabelle 3: Auflistung der größten Kreuzfahrthäfen mit der Anzahl an Kreuzfahrttouristen in Millionen pro Jahr
In Anlehnung an Kirstges, Torsten: Tourismus in der Kritik. Klimaschädigender Overtourism statt sauberer Industrie? 1. Ausgabe. München: utb, 2020. S. 103 – 104. 32

Tabelle 4: Übertouristische Destinationen mit ihren Auslösern und Problemen
In Anlehnung an Kirstges, Torsten: Tourismus in der Kritik. Klimaschädigender Overtourism statt sauberer Industrie? 1. Ausgabe. München: utb, 2020. S. 106 – 109. 33

Tabelle 5: NABU Kreuzfahrt-Zeitplan. Konzept und Forderungen für eine emissionsfreie Kreuzschifffahrt
Quelle: Online im Internet unter URL: https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/verkehr/200909_nabu_kreuzfahrtvision_infoblatt_de.pdf, 28.02.2021. 39

Tabelle 6: Gegenüberstellung von Hochseekreuzfahrt und Flussseekreuzfahrt
Quelle: Sagmeister, Andreas: Experteninterview zum Thema Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit am 16.02.2021.
Quelle: Siegl, Manuela: Experteninterview zum Thema Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit am 20.03.2021. 42

ANHÄNGE

ANHANGSVERZEICHNIS

- Projektantrag
- Projektstrukturplan
- Meilensteinplan
- Projekttagebuch
- Lebensläufe
- Leitfaden für Experteninterviews
- Experteninterview 1: Hr. Andreas Sagmeister
- Experteninterview 2: Fr. Manuela Siegl

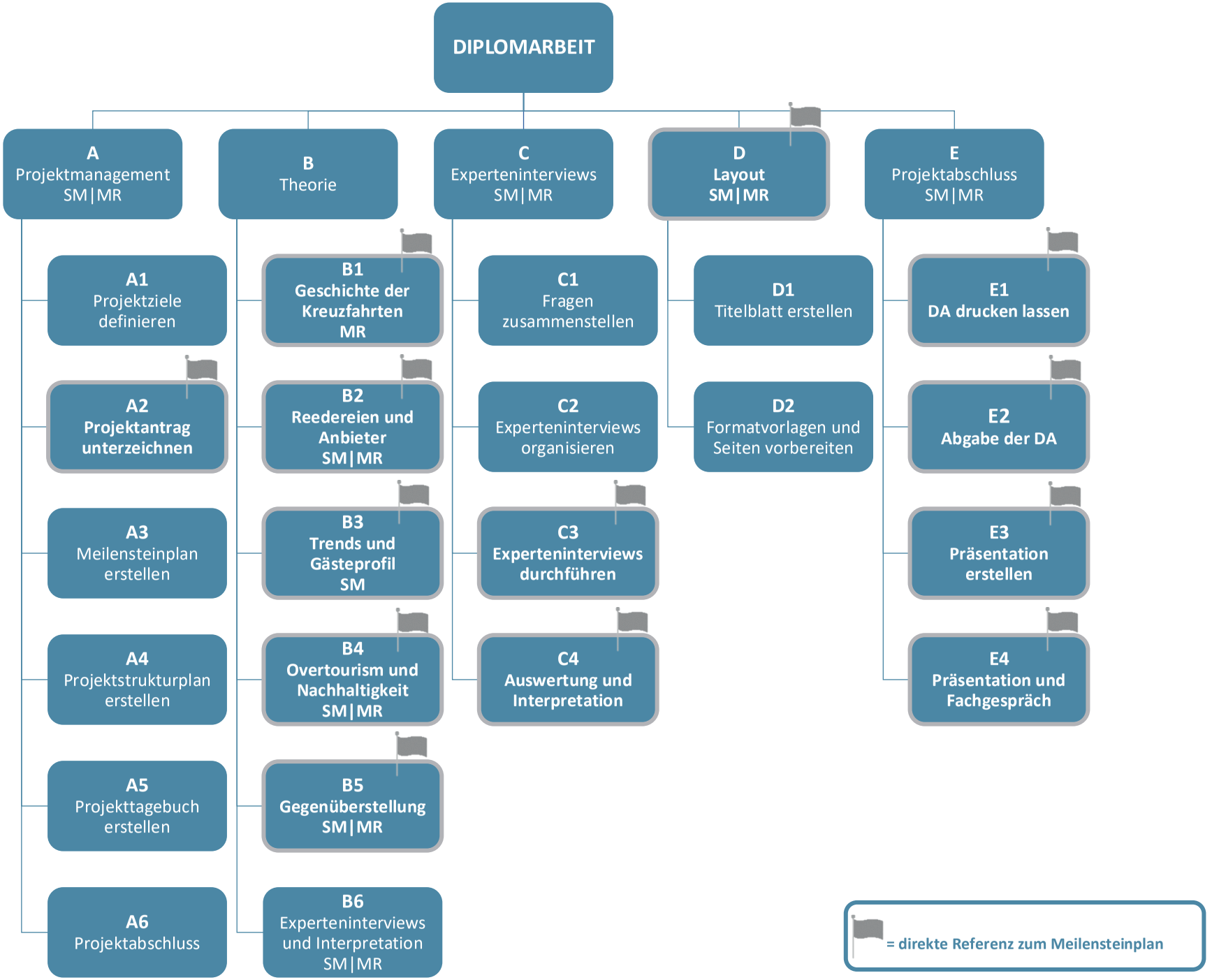
Höhere Bundeslehranstalt für Tourismus
Hotelfachschule – Höhere Lehranstalt
ÖHV-TRAINEE Tourismuskolleg
2680 Semmering, Hochstraße 37, Austria
Tel. 02664/8192, Fax 02664/8192-620
office@tourismusschulen-semmering.at
www.tourismusschulen-semmering.at

TOURISMUS SCHULEN SEMMERING

PROJEKTANTRAG

Gewählter Pflichtgegenstand (bzw. Kombination):	**TMKM**
Projekttitel:	**Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit**
Ausgangslage:	Die Arbeit beschäftigt sich mit der boomenden Kreuzfahrtindustrie und dem einhergehenden Problem des Overtourism. Darüber hinaus wird die Beziehung zwischen der wachsenden Kreuzfahrtbranche und der Nachhaltigkeit behandelt.
Zielsetzung:	Ziel ist es, bestehende Kreuzfahrtkonzepte sowie die Themen *Nachhaltigkeit* und *Overtourism* zu analysieren. Diese Kreuzfahrtkonzepte sollen auf ihre Umweltfreundlichkeit hin untersucht und neue Lösungsansätze präsentiert werden.
Individuelle Themenstellung pro Schüler:	**Mantsch:** Fluss- und Hochseekreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit, Fokus: Nachhaltigkeit **Resinger:** Fluss- und Hochseekreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit, Fokus: Overtourism
Untersuchungsanliegen der individuellen Themenstellungen:	Es soll aufgezeigt werden, ob Umweltfreundlichkeit nur als Marketingstrategie oder als ernstgemeintes Anliegen praktiziert wird. **Mantsch:** Experteninterviews zum Thema Hochseekreuzfahrten und Flusskreuzfahrten in Bezug auf Overtourism und Nachhaltigkeit **Resinger:** Experteninterviews zum Thema Hochseekreuzfahrten und Flusskreuzfahrten in Bezug auf Overtourism und Nachhaltigkeit
Methode:	• Recherchen in Fachzeitschriften und seriösen Beiträgen in Print- und Onlinemedien • Durchführung qualitativer Experteninterviews • Einblicke in die Angebotsgestaltung in einem Reisebüro praktisch erleben
Projektabgrenzung:	/
Geplantes Ergebnis der Prüfungskandidatin / des Prüfungskandidaten:	**Mantsch:** Überblick Hochseereedereien, Schiffe und Reiseangebote, IST-Analyse, Thema Nachhaltigkeit im Kreuzfahrtgeschäft allgemein, Experteninterviews und Vorzeigeprojekte **Resinger:** Überblick Flusskreuzfahrtreedereien, Schiffe und Reiseangebote, IST-Analyse, Thema Overtourism im Kreuzfahrtgeschäft allgemein, Experteninterviews und Vorzeigeprojekte
Projektstart:	**06.06.2020** – Abgabe des Projektantrags
Projektende:	**09.04.2021** – Abgabe der Diplomarbeit
Meilensteine:	**06.06.2020 M1**: Projektantrag abgegeben **20.06.2020 M2**: Literaturbeschaffung für Theorieteil **26.07.2020 M3:** Kapitel Geschichte der Kreuzfahrten und Reedereien und Anbieter **19.09.2020 M4:** Kapitel Overtourism und Nachhaltigkeit **17.10.2020 M5:** Experteninterviews und Auswertung mit Erstellung eines Kapitels

	31.10.2020 M6: Kapitel Trends und Veranschaulichung - Gegenüberstellung der Flusskreuzfahrten und Hochseekreuzfahrten **14.02.2021 M7:** Formalitäten und Layout (Einleitung, Zusammenfassung, Resümee) **20.03.2021 M8:** Erstellung und Vorbereitung der Präsentation **09.04.2021 M9:** Abgabe der Diplomarbeit
Projektpartner:	**Kreuzfahrtprofi by Sagmeister Reisen GmbH & Co. KG.** • E-Mail: andreas@sagmeister-reisen.at • https://www.kreuzfahrtprofi.at/) Hauptplatz 15, 7551 Stegersbach • +43 (0) 3326 / 52675 | +43 (0) 3326 / 52633
ProjektbetreuerIn(nen):	**Doris Mosburger, MA, MSc**
Projektleiter:	**Stefan Mantsch**
Projektteammitglieder:	**Maria Resinger**
Besprochen und genehmigt am: _____. **Projektleiter** **Projektbegleiter** **Projektpartner**	


DIPLOMARBEIT
A
Projektmanagement
SM|MR
B
Theorie
C
Experteninterviews
SM|MR
D
Layout
SM|MR
E
Projektabschluss
SM|MR
A1
Projektziele definieren
A2
Projektantrag unterzeichnen
A3
Meilensteinplan erstellen
A4
Projektstrukturplan erstellen
A5
Projekttagebuch erstellen
A6
Projektabschluss
B1
Geschichte der Kreuzfahrten
MR
B2
Reedereien und Anbieter
SM|MR
B3
Trends und Gästeprofil
SM
B4
Overtourism und Nachhaltigkeit
SM|MR
B5
Gegenüberstellung
SM|MR
B6
Experteninterviews und Interpretation
SM|MR
C1
Fragen zusammenstellen
C2
Experteninterviews organisieren
C3
Experteninterviews durchführen
C4
Auswertung und Interpretation
D1
Titelblatt erstellen
D2
Formatvorlagen und Seiten vorbereiten
E1
DA drucken lassen
E2
Abgabe der DA
E3
Präsentation erstellen
E4
Präsentation und Fachgespräch
= direkte Referenz zum Meilensteinplan

MEILENSTEINPLAN

Projektname: *Kreuzfahrten in Zeiten von Overtourism und Nachhaltigkeit*

Nr.	BEZEICHNUNG	SOLL-Termin	IST-Termin
M1	Projektantrag unterzeichnen	06.06.2020	16.04.2020
M2	Literaturbeschaffung	20.06.2020	17.08.2021
M3	Kapitel *Reedereien und Anbieter: Flussseekreuzfahrten*	26.07.2020	08.11.2020
	Kapitel *Reedereien und Anbieter: Hochseekreuzfahrten*	26.07.2020	16.01.2021
M4	Kapitel *Trends und Gästeprofil*	15.08.2020	17.01.2021
	Kapitel *Geschichte der Kreuzfahrten*	15.08.2020	17.11.2020
M5	Kapitel *Overtourism und Nachhaltigkeit*	19.09.2020	06.02.2021 21.02.2021
M6	Kapitel *Gegenüberstellung der Flusssee- und Hochseekreuzfahrten*	03.10.2020	01.03.2021
M7	Experteninterview: Hr. Andreas Sagmeister	24.10.2020	16.02.2021
	Experteninterview: Fr. Manuela Siegl	24.10.2020	20.03.2021
M8	Dokumentation der Experteninterviews	28.11.2020	20.02.2021
	Interpretation der Experteninterviews	28.11.2020	11.03.2021
M9	Formalitäten und Layout	14.02.2021	24.03.2021
M10	Druck der Diplomarbeit	27.03.2021	01.04.2021
M11	Erstellung der Präsentation	06.04.2021	13.04.2021
M12	**Abgabe der Diplomarbeit**	09.04.2021	09.04.2021
M13	**Diplomarbeitspräsentation**	Ende Mai	Ende Mai

TAGEBUCH DIPLOMARBEIT			
Datum	Teammitglied	Aktivität	Zeitaufwand in h
2/20/2020	Resinger, Mantsch	Themenfindung	1
3/10/2020	Resinger, Mantsch	Arbeiten an der DA-Datenbank	2
3/20/2020	Resinger, Mantsch	Arbeiten an der DA-Datenbank	2
4/15/2020	Resinger, Mantsch	Projektantrag erstellen	1
4/28/2020	Resinger, Mantsch	Mindmap erstellen, Design für Tagebuch entwerfen	2
5/4/2020	Resinger, Mantsch	Meilensteinplan und Projektstrukturplan	2
5/14/2020	Resinger, Mantsch	Inhaltsverzeichnis/Aufbau	2
5/16/2020	Resinger, Mantsch	Seitenzahlen Inhaltsverzeichnis	1
8/17/2020	Resinger, Mantsch	Literatursuche + T.A.I Abonnement	1,5
9/8/2020	Resinger	Bücher bestellen	1
9/17/2020	Resinger	Kapitel: Geschichte der Kreuzfahrten	1
9/22/2020	Resinger, Mantsch	Titelblatt erstellen	2
10/20/2020	Resinger, Mantsch	Titelblatt Fertigstellung	3
10/20/2020	Resinger, Mantsch	Teams-Besprechung: Fr. Prof. Mosburger	1
10/23/2020	Resinger, Mantsch	Layout Musterseiten erstellen	3
11/8/2020	Mantsch	Kapitel Reedereien Hochseekreuzfahrten	2
11/17/2020	Resinger	Kapitel Geschichte der Kreuzfahrten	3
1/13/2021	Resinger, Mantsch	Layout: Fertigstellung und Abgabe	2
1/15/2021	Resinger	Recherche: Reedereien Flusskreuzfahrten	3
1/16/2021	Resinger	Kapitel Reedereien Flussseekreuzfahrten	2,5
1/17/2021	Resinger	Kapitel Reedereien Flussseekreuzfahrten	6
1/17/2021	Mantsch	Kapitel Trends und Gästeprofil	2
1/18/2021	Mantsch	Kapitel Trends und Gästeprofil	6
1/29/2021	Resinger, Mantsch	Leitfaden für Interview erstellen	3
2/6/2021	Resinger	Kapitel Overtourism und Nachhaltigkeit	4
2/13/2021	Resinger	Kapitel Overtourism und Nachhaltigkeit	3
2/14/2021	Resinger	Kapitel Overtourism und Nachhaltigkeit	3
2/16/2021	Resinger, Mantsch	Interview mit Hr. Andreas Sagmeister	1,5
2/20/2021	Resinger	Interview Hr. Andreas Sagmeister Dokumentierung	0,5
2/20/2021	Resinger, Mantsch	Interview Hr. Andreas Sagmeister Dokumentierung	2,5
2/21/2021	Mantsch	Kapitel Overtourism und Nachhaltigkeit	3

2/26/2021	Mantsch	Kapitel Overtourism und Nachhaltigkeit	2
2/27/2021	Mantsch	Kapitel Overtourism und Nachhaltigkeit	4
2/27/2021	Resinger	Interview Hr. Andreas Sagmeister Dokumentierung	2,5
2/28/2021	Mantsch	Kapitel Overtourism und Nachhaltigkeit	5
3/1/2021	Mantsch	Kapitel Gegenüberstellung der Hochsee- und Flussseekreuzfahrten	1
3/2/2021	Mantsch	Kapitel Gegenüberstellung der Hoch- und Flussseekreuzfahrten, Quellenverzeichnis	1
3/2/2021	Mantsch	Kapitel Gegenüberstellung der Hoch- und Flussseekreuzfahrten: Tabelle	1
3/3/2021	Mantsch	Abstract Deutsch	1
3/4/2021	Mantsch	Abstract Englisch	1,5
3/6/2021	Resinger	Kapitel Reedereien Flussseekreuzfahrt: Ergänzung	1,5
3/7/2021	Mantsch	Interview Hr. Andreas Sagmeister Dokumentierung	4
3/8/2021	Resinger	Kapitel Gegenüberstellung der Hoch- und Flussseekreuzfahrt: Flusskreuzfahrt	1
3/8/2021	Resinger	Ordnen der Dropbox-Ordner	0,5
3/9/2021	Resinger	Lebenslauf aktualisieren	1
3/10/2021	Mantsch	Interview Hr. Andreas Sagmeister Dokumentierung	3
3/10/2021	Resinger	Abstract ergänzen	3
3/10/2021	Resinger, Mantsch	Abstract besprechen	1
3/11/2021	Resinger Mantsch	Teams-Besprechung: Fr. Prof. Mosburger	1,5
3/11/2021	Resinger	Vorstellung Interview, Auswertung	3
3/11/2021	Mantsch	Interview Hr. Andreas Sagmeister Auswertung	0,5
3/13/2021	Mantsch	Interview Hr. Andreas Sagmeister Auswertung	0,5
3/13/2021	Mantsch	Lebenslauf aktualisieren	0,5
3/14/2021	Mantsch	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis, Überarbeitung bestehender Kapitel	4
3/15/2021	Mantsch	Adjustierungen Kapitel 2, 3, 5	5
3/17/2021	Resinger	Interview Hr. Andreas Sagmeister Auswertung	4
3/17/2021	Mantsch	Adjustierungen Kapitel Experteninterviews und Interpretation	2
3/18/2021	Resinger	Abstract Deutsch und Einleitung lt. Leitfaden überarbeitet, Resümee Ergänzung	6,5

3/18/2021	Mantsch	Adjustierung der Einleitung	0,5
3/19/2021	Mantsch	Adjustierung der Einleitung, der Abstracts sowie des Resümees	3
3/20/2021	Resinger, Mantsch	Interview mit Fr. Manuela Siegl	3
3/20/2021	Mantsch	Interview Hr. Manuela Siegl Dokumentierung	1
3/21/2021	Resinger	Abstract, Einleitung, Resümee abschließender Check	0,5
3/21/2021	Resinger, Mantsch	Interview Fr. Manuela Siegl Dokumentierung	8
3/23/2021	Resinger	Interview anhören, Lebenslauf, Interview Fr. Manuela Siegl Auswertung	6,5
3/23/2021	Mantsch	Interview Fr. Manuela Siegl Auswertung, Bildbearbeitung in Photoshop, Korrekturlesen	7
3/24/2021	Resinger, Mantsch	Teams-Besprechung: (12 Stunden pro Student)	24
3/25/2021	Resinger, Mantsch	Teams-Besprechung: (12 Stunden pro Student)	24
3/26/2021	Resinger, Mantsch	Zusammenarbeit Frau Prof. Pfiel	4
März 2021	Resinger, Mantsch	Arbeiten in InDesign/Photoshop	40
3/27/2021	Resinger	Korrekturlesen	4
3/28/2021	Mantsch	Korrekturlesen	4
3/31/2021	Resinger, Mantsch	Sämtliche telefonische Besprechungen	11
4/1/2021	Resinger, Mantsch	Abgabe der DA bei der Druckerei	1
4/5/2021	Resinger, Mantsch	Abholung der DA bei der Druckerei	1
		Arbeitsaufwand gesamt:	**276,5**

Maria Resinger

Name: Maria Resinger
Anschrift: Schlossstraße 12 | 2011 Sierndorf
E-Mail: mariaresinger@gmx.at
Tel.: +43 650 367 00 07
geb.: 29. Oktober 1996, Wien

Berufliche Laufbahn

09/2019 – heute	**LOISIUM Wine & Spa Hotels,** *Langenlois* ÖHV-Trainee Service, Küche, Housekeeping, Front/Back Office inkl. Reservierung, Verwaltung, LOISIUM WeinWelt: Empfang, Vinothek
04/2018 – 07/2019	**Stadtgemeinde Korneuburg** Kinderbetreuerin, Landeskindergarten Kinderdienst, Teamarbeit, Elternarbeit, Reinigungstätigkeiten
10/2017 – 11/2017	**Maschinenring Personal und Service eGen,** *Korneuburg* Aushilfe, Pflegeheim
08/2016	**Marktgemeinde Sierndorf** Praktikantin, Kleinkindergruppe
06/2015 – 09/2015	**Natur-Gut-Lassen,** *Himmelberg* Praktikantin, Urlaub am Bauernhof Frühstücksbuffet, Zimmerreinigung, Service, Gästebetreuung
07/2014	**Nutzhof,** *Michelbach* Praktikantin, Mostbuschenschank Zubereitung der Mehlspeisen, Service, Reinigungstätigkeiten

Ausbildung

09/2019 – heute	**ÖHV-Trainee Tourismuskolleg Semmering** Studium: Hotelmanagement (Diplom)
10/2017 – 02/2018	**WIFI St. Pölten** Abschluss: Ausbildung für KinderbetreuerInnen
09/2011 – 06/2017	**HBLA Sitzenberg für Landwirtschaft und Ernährung** Abschluss: Standardisierte Reife- und Diplomprüfung

Kenntnisse & Fähigkeiten

Fremdsprachen	Englisch | B2 Spanisch | A2 Französisch | Grundkenntnisse
PC-Kenntnisse	Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint) Adobe (Photoshop, InDesign) HMS Infor, Opera (Front Office/Hotelsoftware)
Schulungen und Seminare	Allergenkennzeichnungsschulung Nemetz-Akademie (Rind- und Schweinefleisch-Zerlegung) Fachtagung des Netzwerkes Foodsecurity.at Seminar Lebensmittelsensorik Erste-Hilfe-Kindernotfallkurs (6h) Fortbildungskurs für KinderbetreuerInnen Opera Schulung
Zusatzqualifikationen	Barista, Jungpâtissier, Jungbarkeeper
Führerscheine	Klasse: B, F, AM
Freizeitinteressen	Landjugend Sierndorf, Radfahren, Backen, Skifahren, Mithilfe am elterlichen Betrieb
Unterschrift	

Maria Resinger
Semmering, 09. April 2021

Stefan Mantsch

Name: Stefan Mantsch
Anschrift: Sonnenblumenweg 419 | 8291 Burgau
Tel.: +43 664 110 92 93
E-Mail: stefan.mantsch96@gmx.at
geb.: 07. Dezember 1996, Feldbach

Berufliche Laufbahn

09/2019 – heute

Ayurveda Resort Mandira, ***Bad Waltersdorf***
ÖHV-Trainee
- Social Media Marketing
- Front/Back Office inkl. Reservierung
- Service
- Küche
- Housekeeping

European Ayurveda Resort Sonnhof, ***Hinterthiersee***
ÖHV-Trainee
- Front/Back Office inkl. Reservierung
- Service

10/2016 – 06/2017

Wohn- und Pflegeheim ÖJAB-Haus St. Franziskus, ***Güssing***
Zivildienst

06/2015 – 08/2015

Quellenhotel & Spa, ***Bad Waltersdorf***
Praktikant
- Service

Ausbildung

09/2019 – heute

ÖHV-TRAINEE Tourismuskolleg Semmering
- Studium: Hotelmanagement (Diplom)

10/2017 – 02/2019

Pädagogische Hochschule Steiermark/Karl-Franzens-Universität Graz
- Studium: Lehramt für Sekundarstufe

09/2011 – 07/2016

Höhere Bundeslehranstalt für wirtschaftliche Berufe Güssing
- Standardisierte Reife- und Diplomprüfung
- Zertifizierter Tourismuskaufmann

09/2007 – 07/2011

Bundesgymnasium und Bundesrealgymnasium Fürstenfeld

Kenntnisse & Fähigkeiten

Fremdsprachen	Englisch | B2 Französisch | B1 Italienisch | A2 Russisch | A2
PC-Kenntnisse	Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint) Adobe (Photoshop, InDesign) Protel, HS3 (Front Office/Hotelsoftware)
Zusatzqualifikationen	Barista Diplomierter Käsekenner Jungsommelier Concierge d'hôtel - Les Clefs d'Or Austria Jungpâtissier Jungbarkeeper
Freizeitinteressen	Kochen, Reisen, Sport
Führerschein	Klasse: B
Unterschrift	

Stefan Mantsch
Semmering, 09. April 2021

LEITFADEN: EXPERTENINTERVIEWS

Allgemein

- Seit wann sind Sie in der Kreuzfahrtbranche tätig?
- Wo sind Sie aktuell tätig und in welchem Beruf?
- Wie würden Sie die Kreuzfahrtbranche in drei Worten beschreiben?

Geschichtliches

1. Wie hat sich die Kreuzfahrt von früher zu heute verändert?
2. Wie haben sich die Ansprüche der Gäste von damals zu heute verändert?

Reedereien und Anbieter

3. Welche Reedereien und Anbieter sind die marktführenden in der Fluss- und Hochseekreuzfahrt?

Trends und Aktuelles

4. Welche Trends werden bei Kreuzfahrtpassagieren immer beliebter?
5. Gibt es Nischen in der Kreuzfahrtbranche? Wenn ja, welche?
6. Wie verhält sich die Buchungslage in Zeiten von COVID-19?
7. Wie agieren Sie als Reisebüro/Kreuzfahrtanbieter, damit die Kreuzfahrt auch nach COVID-19 wieder attraktiv wird?

Gegenüberstellung der Fluss- und Hochseekreuzfahrten

8. Welche Vorteile sehen Sie bei einer Hoch- bzw. Flussseekreuzfahrt?
9. Welche Nachteile sehen Sie bei einer Hoch- bzw. Flussseekreuzfahrt?
10. Welche Unterschiede gibt es in der Gästestruktur zwischen der Hochseekreuzfahrt und der Flussseekreuzfahrt?
11. Ist dem Flussseekreuzfahrer oder dem Hochseekreuzfahrer Qualität bzw. Quantität wichtiger?
12. Welcher Kreuzfahrer legt mehr Wert auf Nachhaltigkeit? Welcher ist umweltbewusster?

Overtourism

13. Was ist der Unterschied zwischen Massentourismus und Overtourism?
14. Ist das Phänomen Overtourism zeitgleich mit Kreuzfahrten entstanden, oder sind noch andere Faktoren daran beteiligt?
15. Welche Indikatoren gibt es bei Overtourism?
16. Können Kreuzfahrten dem Massentourismus zugeordnet werden?
17. Würden Sie dem zustimmen, dass einige Destinationen des Kreuzfahrttourismus dem Overtourism ausgesetzt sind? Wenn ja, welche Orte sind Ihnen dazu bekannt?
18. Verstärkt im Speziellen der Kreuzfahrttourismus den Übertourismus in beliebten Touristenattraktionen oder Hafenstädten?
19. Welche Gefahren entstehen durch den Overtourism in Städten wie Venedig oder Amsterdam?
20. Welche Auswirkungen/Folgen hat die Kreuzfahrt auf *überlaufene* Destinationen?
21. Welche Maßnahmen können gesetzt werden, um Overtourism zu vermeiden?

LEITFADEN: EXPERTENINTERVIEWS

22. Welche Schritte unternehmen Sie als Reisebüro/Kreuzfahrtunternehmen, um dem Overtourism entgegenzuwirken?
23. Würden Sie sagen, dass es Sinn macht unbekannte Gästerouten und Attraktionen zu fördern, um den Übertourismus zu umgehen? Oder könnte Overtourism auch hier zum Problem werden?
24. Fehlen Online-Buchungsmöglichkeiten an unbekannten Tourismusorten?
25. Welche Beeinträchtigungen entstehen durch Overtourism für die Einheimischen?
26. Welche Tipps und Ratschläge würden Sie einem Reisenden geben, um Overtourism zu umgehen?

Nachhaltigkeit

27. Nutzen Reedereien das Thema Nachhaltigkeit als eine Art Marketingstrategie?
28. Welche Anbieter sind Vorreiter und setzen das Thema Nachhaltigkeit auf Schiffen auch tatsächlich um?
29. Legen Kreuzfahrtgäste hohen Wert auf ein nachhaltiges Kreuzfahrtschiff?
30. Inwiefern werden Kreuzfahrtschiffe nachhaltiger gemacht?
31. Welche Reederei ist zurzeit die nachhaltigste am Markt?
32. Bedeutet Nachhaltigkeit auf Schiffen gleichzeitig eine Preissteigerung bzw. sind nachhaltige Schiffe im Schnitt teurer als herkömmliche Schiffe?
33. Gibt es besondere Merkmale (im Allgemeinen oder im Buchungsverhalten) von Passagieren, denen Nachhaltigkeit ein Anliegen ist?
34. Warum fahren einige bekannte Kreuzfahrtschiffe statt nationaler Flagge unter internationaler Flagge? Werden rechtliche Rahmenbedingungen anderer Länder ausgenutzt?
35. Steht die Schiffsgröße in direktem Zusammenhang mit der Nachhaltigkeit?
36. Besteht derzeit ein nachhaltiges Antriebskonzept bzw. sind welche in Planung (bestimmte Schiffsklasse)?
37. Welche Nachhaltigkeitsstandards sind im Gesetz verankert?
38. Ist Ihnen eine Reederei bekannt, die über die gesetzlichen Mindestanforderungen bezüglich Nachhaltigkeit hinausgeht?
39. Wie kann einerseits von den Passagieren und andererseits vom Personal Nachhaltigkeit an Bord gelebt werden?
40. Welche Tipps und Ratschläge können Sie einem Kreuzfahrtpassagier geben, um bei Landausflügen/Zwischenstopps möglichst nachhaltig zu agieren?

EXPERTENINTERVIEW:
Hr. Andreas Sagmeister (16.02.2021)

Stefan:
Seit wann sind Sie in der Kreuzfahrtbranche tätig?
Hr. Sagmeister:
Ahm, Man kann sagen, vor 20 Jahren bin ich nach Hause ins Unternehmen gekommen. Meine Eltern haben ein Reisebüro geführt – klassisches Reisebüro. Und, ähm, nachdem ich als Student in den 90er Jahren - glaube es war 1933 – einmal als junger Bursche eine Kreuzfahrt als Reiseleiter begleitet habe – muss aber dazusagen, ich habe damals überhaupt keine Ahnung gehabt, was mich erwartet, also ich bin da ein bisschen ins kalte Wasser gestoßen worden. Aber es hat ganz gut funktioniert, es hat mir sehr viel Spaß gemacht. Habe ich mich dann vor circa 20 Jahren entschieden, in die Richtung zu gehen. Also meine erste Gruppe habe ich durchgeführt im Jahr 2002, das war natürlich noch etwas sehr Kleines. Das waren – das weiß ich noch genau – 16 Personen. Da sind wir ab Venedig mit einem uralten Schiff ins östliche Mittelmeer bis Athen gefahren und ein paar griechische Inseln haben wir besucht und, ähm, ja, das war der Beginn. Habe natürlich, ähm, damals nicht erwartet, dass das jetzt einmal unser, unser, unser wichtigstes Standbein wird. Aber dazu ist es jetzt gekommen, also wir haben da wirklich- waren da sehr erfolgreich in den letzten 20 Jahren.
Maria, Stefan:
Super, sehr schön!
Maria:
Wo sind Sie aktuell tätig und in welchem Beruf?
Hr. Sagmeister:
Ja, also tätig bin ich bei meiner eigenen Firma. Also die Firma heißt Sagmeister Reisen, die Marke, unter der wir die Kreuzfahrten vermarkten, heißt Kreuzfahrtprofi.at. Die gibt es jetzt mittlerweile auch schon seit 10 Jahren, also die ersten 10 Jahre haben wir die Kreuzfahrten verkauft unter Sagmeister Reisen, jetzt verkaufen wir sie unter Kreuzfahrtprofi.at, ähm, mit der entsprechenden Homepage dazu. Und, ähm, ja, ich bin da der Geschäftsführer der Firma.
Stefan:
Aber bei kreuzfahrtprofi.at – das handelt nachher nicht von einem eigenen Unternehmen, sondern das ist eine Marke einfach von euch?
Hr. Sagmeister:
Das, das ist eine Marke von uns, von uns. Die habe ich kreiert, die habe ich geschaffen, die gehört uns – kreuzfahrtprofi.at – die gehört aber zu Sagmeister Reisen. Also in Wahrheit ist es so, dass es lediglich eine Marke ist. Die Firma, die dahintersteht, ist Sagmeister Reisen.
Stefan:
Okay, alles klar! Uns, ähm, wie würden Sie die Kreuzfahrtbranche in drei Worten beschreiben?
Hr. Sagmeister:
In drei Worten beschreiben …. also, innovativ, ähm, spannend und, ähm - das ist schwierig – und aufregend.
Stefan:
Ja, perfekt!

Maria:
Dann haben wir kurz zwei geschichtliche Fragen – und zwar: Wie hat sich die Kreuzfahrt von früher zu heute verändert?
Hr. Sagmeister:
Ja die Frage ist, was mit früher gemeint ist. Ist mit früher von vor 25 Jahren gemeint – das kann ich beurteilen, da war ich dabei. Vielleicht das erste Mal, so ungefähr. Also das kann ich schon so sehen, vor 25 oder vor 30 Jahren, als ich meine ersten Berührungspunkte gehabt habe mit Kreuzfahrten, war das Produkt natürlich ganz anders als jetzt. Es war so, dass nur ganz ganz wenige Leute Kreuzfahrten unternommen haben. Für viele war es ein Traum, so etwas zu machen. Unvorstellbar. Man kannte es nur aus dem Fernsehen, aus amerikanischen Serien wo ganz reiche Leute auf Kreuzfahrt waren. Und so ähnlich war es. Also ich kann mich erinnern, als ich in Wien im Reisebüro begonnen habe. Bevor ich hier war, war ich in Wien. Ahm, glaube ich, habe ich in 6 Jahren, wie ich in Wien war, 2 Kreuzfahrten verkauft. Das erste war gleich meine allererste Buchung, die ich gemacht habe. War ich schwer überfordert natürlich. Das war eine AIDA Kreuzfahrt, also eh schon sehr innovativ. Das zweite – das war, glaube ich, 5 Jahre später – war eh schon so typisch, wie es war. Das waren ältere Herrschaften, die vermögend waren, die sich nochmal etwas leisten wollten im höheren Alter. Das war einfach alles sehr klassisch, sehr steif, man ist jeden Tag mit Anzug und Krawatte zum Abendessen gegangen als Herr. Die Damen im Abendkleid. Es, es, es war alles sehr förmlich. Der Kapitän hat die Gäste begrüßt, die Schiffe waren viel kleiner, nicht so luxuriös wie heute, es war- man hat das Meer noch viel mehr gespürt, wenn der Seegang war – das Schiff hat sich viel mehr bewegt, nicht? Man hat mitgelebt mit dem Schiff. Man war viel mehr Seekrank als heute, nicht? Die Ausstattung war natürlich nicht so wie heute, aber es wurde Wert gelegt auf höchsten Standard, jetzt – was Service- und Speisequalität betrifft. Ein Hummer beim Galaabend war ganz normal, da hat man jetzt nicht Geld dafür extra zahlen müssen, oder Kaviar beim Frühstück. Es war sehr sehr exklusiv, es war etwas Besonderes und es war ganz etwas Tolles. Heute ist es – ich will nicht sagen ein Massenprodukt geworden – aber es ist für fast jeden, ähm, leistbar geworden. Das muss man schon sagen. Wobei natürlich – das muss ich schon sagen – es gibt nach oben hin schon viele Abstufungen. Also, es gibt günstigere Kreuzfahrten: man kann heutzutage manchmal im Winter um € 399,00 eine Woche eine Kreuzfahrt machen. Das ist überhaupt kein Problem – das kann sich jeder leisten. Aber nach oben hin sind dem ganzen keine Grenzen gesetzt. Mit vielen Abstufungen dazwischen.
Stefan:
Gut, dann gleich die nächste Frage: Wie haben sich die Ansprüche der Gäste von damals zu heute verändert?
Hr. Sagmeister:
Ja, das habe – glaube ich – eh schon ein bisschen mitbeantwortet. Früher sehr exklusiv, ähm, die Gäste waren aber auch zufriedener als heute. Also ich kann mich an meine ersten Fahrten erinnern Das waren wirklich Schiffe, die die die weit weg waren vom Luxus, der heute geboten wird – oder von den Möglichkeiten. Trotzdem: Die Gäste waren begeistert. Die waren begeistert, einfach, ähm, auf das Meer herauszufahren, Dinge zu erleben, die sie vorher noch nie gesehen haben. Ist ja alleine die Perspektive, nicht? Wenn du vom Meer dann in den Hafen reinfährst, ist das ganz was anderes, als wenn du vom Land kommst. Heute sind die Gäste kritischer, es muss mehr geboten werden. Es, ähm, muss perfekter sein.

Es, ähm, ja, es ist schon ein bisschen anders als früher. Warum ist das so? Weil die Menschen einfach mehr Reisen machen, mehr Erfahrung haben und dadurch auch höhere Ansprüche entwickeln.

Maria:

Dann zu den Reedereien und Anbietern: Da hätten wir die Frage „welche Reedereien und Anbieter sind die marktführenden in der Fluss- und Hochseekreuzfahrt?

Hr. Sagmeister:

Ich beziehe das ganze jetzt auf Österreich, um das zu vereinfachen. Weil Marktführer in Österreich sind in Wahrheit bei der Hochseekreuzfahrt die italienischen Reedereien: MSC und Costa Kreuzfahrten. Warum? Weil sie preislich sehr attraktiv sind, weil die Abfahrtshäfen für Österreich gut erreichbar sind, also oftmals wird ab Venedig oder Triest ins östliche Mittelmeer, oder ab Genua oder Savona ins westliche Mittelmeer gefahren. Kann man als Österreicher mit dem Auto hinfahren, oder mit dem Bus oder mit dem Zug hinfahren teilweise. Ähm, werden natürlich auch andere Destinationen angeboten, aber das sind die Rennstrecken. Ähm, die deutschen Reedereien: Aida, TUI Cruises, die vielleicht ein bisschen einen höhere Ansprüche haben, definitiv TUI Cruises, die eigentlich eine Premium-Reederei ist, die legen aber ordentlich zu. Die, die, die haben auch ihren Markt. Wir haben sehr viele Kunden, die ein bisschen mehr Geld in die Hand nehmen und dadurch noch bisschen mehr Leistung dafür bekommen, nicht? Das sind die Marktführer, würde ich jetzt einmal sagen in Österreich. Bei den Flusskreuzfahrten ist es bisschen schwieriger: Da gibt's einen Anbieter, einen österreichischen, der da sehr gut ist. Der nennt sich GTA Sky Ways, der mehrere Flusskreuzfahrtschiffe, zum einen selbst betreibt, zum zweiten eben zukauft. Die sind da sehr gut. Naja, dann gibt's noch einige größere Anbieter, wie zum Beispiel Nicko Cruises, die da auch sehr stark sind in Österreich.

Stefan:

Gut, jetzt zu den Trends und zum Aktuellen: Welche Trends werden bei Kreuzfahrtpassagieren immer beliebter?

Hr. Sagmeister:

Ahm, ja, immer beliebter: Da gibt's eben verschiedene Entwicklungen. Zum einen gibt's Gäste die, die neuen Schiffe sehen wollen. Die technisch sehr innovativ sind, die wirklich Dinge bieten, die man sich gar nicht vorstellen kann, wie zum Beispiel 150 Meter lange LED-Kuppeln, wo Shows ablaufen am Abend. Oder Aqua Parks mit X-Rutschen und 3D-Erlebnissen. Oder, jetzt habe ich gestern etwas Neues gelesen: Auf einem neuen Schiff von MSC Kreuzfahrten kommt jetzt eine Bar, wo ein Roboter drinnen steht, der die Cocktails mixt, der auch die Mimik und Gestik der Gäste interpretiert, Fragen stellt, auch antwortet und selber da auch aktiv ist. Wirklich technisch sehr sehr fortschrittliche Sachen. Solche Sachen interessieren auch die Gäste. Auch, andererseits, wie gesagt, ein Trend, der definitiv auch kommt, ist der Trend zu Premium- Reisen. Der Unterschied ist: Du hast weniger Gäste auf den Schiffen, weniger Leute. Du hast mehr Platz zur Verfügung, und ein bisschen ein exklusiveres Erlebnis. Das ist das eine, das die Schiffe betrifft. Das zweite, Trends: Ja, die Leute wollen, ähm, vieles sehen, nicht nur ins Mittelmeer fahren. Die wollen auch nach Nordeuropa fahren, in die Ostsee und in die Nordsee, aber auch Fernreisen werden immer mehr beliebter, muss ich ehrlich sagen. Was sehr gut funktioniert, wo wir immer stärkere Nachfragen gehabt haben, solange es jetzt halt funktioniert hat: Zum Beispiel nach Dubai, was ich schon unter Fernreise mitnehme.

Natürlich auch die Karibik. Die funktioniert eh schon immer. Aber auch so Nischenprodukte, wie Asien. Das, äh, sehen wir schon, dass da die Nachfrage verstärkt da ist.

Maria:

Dann hätten wir die 5. Frage eigentlich auch schon damit beantwortet.

Hr. Sagmeister:

Nischen in der Kreuzfahrtbranche: Nischen - definitiv! Also, Premiumschiffe, kleinere Schiffe, die teurer sind. Da gibt's noch viel viel mehr. Auch Segelkreuzfahrten zum Beispiel, also Kreuzfahrten mit Segelschiffen – das sind definitiv auch Nischen, die bedient werden. Oder so Schiffe wie Hurtigruten, wenn ihr davon gehört habt's. Das sind die Postschiffe, die in Norwegen fahren, die auch Nischen bedienen, definitiv, die teuer sind. Das kostet richtig Geld, aber das die Gäste sehr schätzen.

Stefan:

Gut, dann, ähm, noch etwas zu einem aktuellen Thema: Wie verhält sich die Buchungslage in Zeiten von Corona?

Hr. Sagmeister:

Die Buchungslage in Zeiten von Corona: Ah, es ist natürlich so, dass die Gäste sehr abwartend sind, ja? Ähm, die, ähm, es ist schwierig, dass man jetzt kurzfristig natürlich Reisen verkauft, wobei es auch dafür einen Markt gibt. Also wir haben jetzt einige Touren angeboten, äh, im Oktober sind wir gefahren, jetzt im März hätten wir wieder eine gehabt eine Tour, ich selber war schon letztes Jahr im August unterwegs. Es gibt Kreuzfahrten, allerdings nicht sehr viele und mit Einschränkungen, mit Tests davor, mit Maske. Das schreckt viele ab, es gibt aber ein paar Gäste, die das machen wollen, die bereit sind, das in Kauf zu nehmen. Ahm, ansonsten natürlich - wir reden da jetzt vielleicht von 2 % vom normalen Buchungsaufkommen. Wir haben viele Gäste, die fürs letzte Jahr viele Kreuzfahrten gebucht hatten. Denen haben wir ein Umbuchungsangebot gemacht auf heuer. Leider ist es jetzt so, dass die Kreuzfahrten im Frühjahr - die verschieben wir schon wieder, aber die Gäste nehmen das gerne an. Die wissen – okay, wenn wir jetzt die Impfung haben, oder weiß Gott was, dass sie wieder fahren wollen. Jo also, wir sehen schon einen Trend auch zur Langfristigkeit jetzt. Das heißt auch Angebote, die wir jetzt zum Beispiel für November haben, werden jetzt schon angenommen und gebucht, natürlich noch auf niedrigerem Niveau – kein Vergleich mit normal, aber wir sehen, die Leute wollen wieder fahren und sie werden wieder fahren. Wir haben auch ganz große Reisen schon verkauft für den nächsten Winter – Weltreisen, mit Schiff. Äh, da bist du zwei Monat unterwegs, nicht? Das buchen, auf niedrigem Niveau, die Gäste jetzt schon.

Maria:

Wie agieren Sie als Reisebüro/Kreuzfahrtanbieter, damit dass die Kreuzfahrt auch nach Corona wieder attraktiv wird?

Hr. Sagmeister:

Also zwei Dinge vielleicht: Zum einen eben Langfristigkeit: Kurzfristig sehen wir, ist es schwierig zu verkaufen, zumindest das klassische Produkt. Wir machen jetzt schon Angebote fürs nächste Jahr, wir haben jetzt erst verschickt ein Angebot schon für den Juni 2022, für den Juli 2022 usw. Ähm das wird dann schon angenommen. Zum Teil halt mit Umbuchungen, zum Teil dann, wenn wir dann in die Werbung gehen. Da warten wir noch ein bisschen, aber auch mit sicher, mit Neubuchungen. Zum zweiten bieten wir unser, unser, unser, unser - unsere Spezialisierung geht in die Richtung, dass wir viele Reisen persönlich begleiten.

Und das gibt den Gästen auch Sicherheit. Damit machen wir auch Werbung. Die Gäste wissen, wenn zum Beispiel ein Reiseleiter von uns, oder ich persönlich dabei bin, dann fühlen sie sich sicher. Ich würde nirgends hinfahren, wo ich mich selber unsicher fühle. Und das nehmen die Gäste schon sehr an, da verlassen sie sich - das ist einfach unsere Spezialisierung. Ja.

Stefan:

Gut. Dann kommen wir auch zu einem großen Thema. Und zwar die Gegenüberstellung von Fluss- und Hochseekreuzfahrten. Und als erstes gleich einmal: Welche Vorteile sehen Sie bei einer Hochsee- bzw. einer Flussseekreuzfahrt?

Hr. Sagmeister:

Also Hochseekreuzfahrt: Ganz klar, bei einer Hochseekreuzfahrt hast du viel mehr Möglichkeiten, als bei der Flussseekreuzfahrt. Warum? Bei einer Flusskreuzfahrt brauchst du einen Fluss, den du befahren kannst - der muss schiffbar sein - auch für ein Flusskreuzfahrtschiff. Da bist du natürlich sehr limitiert. Es gibt wunderschöne Flüsse in Europa: Donau, Rhein, Main, egal, gibt viel. In Russland die Wolga, in, ähm, was weiß ich, in Portugal den Tejo, in Frankreich - gibt's viele. Ah, allerdings: Man ist natürlich limitiert mit den Destinationen bei den Flusskreuzfahrtschiffen. Die Schiffe sind kleiner bei einer Flusskreuzfahrt- kann für viele jetzt ein Vorteil sein. Im Unterschied: Hochseekreuzfahrt – die kann überall - die halbe Welt liegt am Meer. Wenn ich sage die halbe Welt, meine ich die Metropolen der Welt - wurden immer wieder, entweder an Flüssen, oder am Meer gegründet. Wenn ihr euch so die Landkarte in Erinnerung ruft, um Europa herum, viele viele Weltstädte liegen am Meer, die kann man dann alle natürlich befahren. Dadurch gibt's bei der Hochseekreuzfahrt einfach viel mehr Möglichkeiten. Ja.

Maria:

Und eben noch die Nachteile bei Hoch- und Flussseekreuzfahrt?

Hr. Sagmeister:

Ja, das ist einfach ähnlich. Flusskreuzfahrten, wie gesagt: Nachteil, was gleichzeitig ein Vorteil sein kann: die Schiffe sind sehr klein. Für mich persönlich ist es wenig spannend, weil ich mich kaum bewegen kann dort, nicht? Also ich bin ein sehr aktiver Mensch, das ist mir zu klein. Die Klientel bei Flusskreuzfahrten ist in der Regel etwas älter. Das ist ach so ein Thema. Jetzt muss ich einen Vorteil da auch wieder reinbringen. Der Vorteil bei Flusskreuzfahrten: Du legst meistens direkt in den Metropolen an. Weil, die Flüsse gehen durch die Städte: In Wien, in egal, Budapest, in Belgrad - der Fluss fließt durch die Stadt, weil die Städte an den Flüssen gegründet worden sind. Dadurch hat man sehr schnell die Möglichkeit, einen Landausflug zu machen. Bei der Hochseekreuzfahrt – Nachteil: Man ist oft weiter weg von den Zentren. Manchmal, manchmal sind die Häfen schon im Stadtzentrum, oft aber auch bisschen außerhalb, weil die Schiffe einfach auch groß sind und jetzt nicht mehr direkt im Stadtzentrum stehenbleiben können. Oft gibt's alte Häfen, die im Stadtzentrum sind, aber da sind die Schiffe zu groß, bist du weiter draußen, brauchst an Shuttlebus oder a Taxi, dass du in die Stadt kommst. Das sag ich jetzt einmal.

Stefan:

Welche Unterschiede gibt es in der Gästestruktur zwischen Hochseekreuzfahrt und der Flussseekreuzfahrt?

Hr. Sagmeister:
Ganz einfach so: Hochseekreuzfahrten sind für alle Altersschichten interessant, beginnend mit jungen Pärchen, jungen Familien, die Sommerkreuzfahrten machen. Warum? Weil's vom Preis her sehr günstig sind. Und einfach unglaublich viel bieten. Bei der Flussseekreuzfahrt sehe ich schon ein älteres Publikum. Also es ist definitiv so, dass das nichts für junge Familien ist. Selten mal ein junges Pärchen – das wirklich kulturell interessiert ist, aber nicht jetzt für Familien, definitiv nicht.
Maria:
Die nächste Frage wäre: Ist dem Flusskreuzfahrer oder dem Hochseekreuzfahrer Qualität bzw. Quantität wichtiger?
Hr. Sagmeister:
Kann man jetzt vielleicht gar nicht so genau definieren, wie gesagt es gibt am Hochseeschiffmarkt äh, Schiffe die einfach des Premium- und das Luxussegment abdecken. Äh, bei den bei den Flusskreuzfahrtschiffen, ist man schon ein bisschen limitiert jetzt – was, was den, was die Qualität betrifft, weil einfach der Platz limitiert ist. Also du hast jetzt, diese Luxusmöglichkeit wie auf Hochseeschiffen gibt es nicht. Grundsätzlich der Standard ist allerdings auch sehr hoch – also das darf man jetzt nicht unterschätzen.
Stefan:
Genau, und dann zur nächsten Frage: Welcher Kreuzfahrer legt mehr Wert auf die Nachhaltigkeit? Welcher ist umweltbewusster?
Hr. Sagmeister:
Mittlerweile ist es so, dass alle Reedereien sehr viel Wert auf Nachhaltigkeit legen. Gerade die neuen Schiffe werden alle mit innovativen Umwelttechnologien ausgestattet. Das ist sowohl beim Hochsee- als auch beim Flussschiffsegment so. Wer legt mehr auf Nachhaltigkeit? Also wenn ich es jetzt entscheiden müsste, würde ich sagen der Flusskreuzfahrtfahrer. Vielleicht weil er da in Summe, ja vielleicht ein bisschen weniger Treibstoff verbraucht wird. Aber wie gesagt, das Thema ist ein großes bei den Reedereien. Die neuen Schiffe sind sauber, die ersten Schiffe fahren mit Flüssiggas jetzt, wo man eigentlich kaum mehr Abgase hat. Es wird geforscht in Richtung, äh, ja, alternative Energiequellen, mit Wasserstoff usw. Die Schiffe werden nachgerüstet mit Scrubbern. Scrubber sind Möglichkeiten um die Abgase der Schiffe zu reinigen, und damit eben ein sauberer Dampf aus dem Rauchfang kommt – das ist weißer Rauch dann. Ja, also wie gesagt, alle legen da jetzt Wert auf Nachhaltigkeit, ja.
Maria:
Ähm dann kommen wir zum großen Thema Overtourism. Was ist der Unterschied zwischen Massentourismus und Overtourism?
Hr. Sagmeister:
Naja ich würde sagen, ein konkretes Beispiel in den letzten Jahren – Venedig. Venedig ist sicher von Overtourism gezeichnet. Das heißt, man hat einfach keinen Spaß mehr, wenn man in die Stadt geht. Es geht mir selber schon so, ich will da gar nicht reingehen, weil da hast du nicht mal einen Platz zum Stehen, geschweige denn zum Gehen oder zum entspannt unterwegs sein in der Hochsaison. Massentourismus gibt's natürlich auch, in jeglicher Form. Äh, den hast du in allen attraktiven Destinationen, ganz einfach – in allen Städten, nicht? Hast du Massentourismus, ja.

Stefan:
So, dann: Ist das Phänomen Overtourism zeitgleich mit Kreuzfahrten entstanden oder sind noch andere Faktoren daran beteiligt?
Hr. Sagmeister:
Also natürlich ist es ein Faktum, dass die immer größer werdenden Schiffe – auch – den Overtourism begünstigen, das ist kein Thema. Der Trend wird in Zukunft auch wieder zu etwas kleineren Schiffen gehen. Das sehen wir auch schon, da sind viele im Bau. Ähm, es gibt aber noch einen anderen Punkt, der da unmittelbar eine Rolle spielt. Zum einen ist es natürlich so, dass die Menschen immer reiselustiger werden – mehr Geld zur Verfügung haben, nicht nur mit Schiffen unterwegs sind, sondern auch individuell. Ein großes Thema sind da die Billigfluglinien, die auch die Menschen zu unglaublich günstigen Preisen in Metropolen bringen – und auch dort den Massen- und Overtourism begünstigen - ganz klar. Also, das ist genauso a Thema, wenn eine Ryan Air um 10 Euro, die nach Paris fliegt, ist ganz klar was da passiert, nicht? Und das ist auch eine Entwicklung, der man ein bisschen entgegentreten sollte, ja.
Maria:
Dann kommen wir gleich zu den Indikatoren: Welche Indikatoren gibt es bei Overtourism?
Hr. Sagmeister:
Naja, das ist jetzt schon ein bisschen eine wissenschaftliche Frage. Die müsstet ihr euch eigentlich selber anschauen. Äh, das kann jetzt auch so nicht beantworten, das ist jetzt nicht unmittelbar mein Thema.
Maria:
Okay, kein Problem! Äh dann hätten wir da die Frage: Können Kreuzfahrten dem Massentourismus zugeordnet werden? Das ist eh eine ähnliche Frage wie vorher.
Hr. Sagmeister:
Ja, das ist eine ähnliche Frage. Ja schau, es hängt auch davon ab, was für Schiffe unterwegs sind. Es gibt kleine Schiffe, es gibt Schiffe wo… 300 Leute an Bord sind. Das würde ich jetzt nicht als Massentourismus sehen, denn das sind fünf Autobusse, nicht? – Maximal, die sich aber wirklich gut verteilen. Natürlich wenn ein Schiff mit 5.000 Passagieren wo anlandet, in an kleineren Hafen, kann das ein Problem sein, keine Frage. Ich nehme als Beispiel, äh ein riesen Schiff legt in…was kennt man denn vielleicht? -In da Karibik an – auf einer kleinen Insel, die 10.000 Einwohner hat. Naja, ganz klar, ist das dann auch ein Problem. Aber wenn das Schiff jetzt in Barcelona anlegt, und das einzige Schiff ist, dann spürt man die 5.000 Leute nicht einmal, weil da sowieso 50.000 andere Touristen vor Ort sind. Nicht? Das muss man immer in Relation sehen. Wenn natürlich gleichzeitig fünf so Schiffe kommen, dann ist das ein Problem und es ist natürlich eine Entwicklung die uns nicht gefällt.
Stefan:
Dann zur nächsten Frage, die haben wir eigentlich eh schon angeschnitten auch. Würden Sie dem zustimmen, dass einige Destinationen des Kreuzfahrttourismus dem Overtourism ausgesetzt sind? Wenn ja, welche Orte sind Ihnen dazu bekannt?
Hr. Sagmeister:
Ja, also wir haben eh schon erwähnt, natürlich gibt’s das. Mir fällt wirklich spontan ein: Venedig, mir fällt spontan ein Dubrovnik, zum Beispiel – wo man wirklich Over… mir fällt auch Santorin ein – im Sommer, wo ich auch manchmal keinen Spaß mehr habe, wenn ich sehe da liegen jetzt fünf Schiffe vor Anker.

Ähm, es ist ein Problem, das aber auch einige Destinationen erkannt haben. Dubrovnik zum Beispiel, und da kommt wieder die Politik ins Spiel, hat das Problem erkannt, und hat ein Gesetz erlassen, dass nur mehr zwei Kreuzfahrtschiffe pro Tag kommen dürfen. Und das Problem sozusagen, ist gelöst. Die Schiffe die in derselben Region unterwegs sind, müssen sich eine Alternative suchen. Das heißt, es gibt ja viele Häfen dort in der Umgebung, die sich freuen würden, wenn Schiffe kommen, die haben jetzt dann, die werden jetzt auch bespielt. Nicht? Und für den Touristen ist auch schön, er sieht auch was anderes. Nicht immer nur Dubrovnik, zum Beispiel. So Leute wie ich, die fast Hundertmal auf Kreuzfahrt waren- ich mag gar nicht mehr hineinfahren nach Dubrovnik, ich kenn alles in und auswendig, weil ich es so oft gesehen habe. Die Alternativen, wie zum Bespiel – kommen wir jetzt vielleicht mal nach Split oder nach Zadar oder nach Kotor – das ist ganz was Tolles, find ich. Also man muss das ein bisschen aufteilen, aber da muss die Politik aktiv werden – ganz klar. Und Gesetze erlassen, eben um das zu limitieren.

Maria:

So, dann die Frage 18 haben wir auch schon beantwortet, mehr oder weniger. Verstärkt im Speziellen der Kreuzfahrttourismus den Übertourismus in beliebten Touristenattraktionen und Hafenstädten?

Hr. Sagmeister:

Ja, ich glaube das haben wir eh beantwortet. Hängt eben davon ab, wie man das…

Stefan:

So. Welche Gefahren entstehen durch den Overtourism, in Städten wie Venedig oder Amsterdam?

Hr. Sagmeister:

Äh, ja Gefahren. Also konkret in Venedig, kann man zum Beispiel beobachten, dass es zunehmend unattraktiv für Einheimische wird dort zu leben. Warum? Es ist so, dass es verdammt schwierig wird, normal zu leben – wenn eine Stadt überbevölkert ist. Man muss sich vorstellen, wenn jeder auf die Straße will einkaufen gehen, da kannst du dich dort ja nicht ins Auto setzen, du musst das quasi zu Fuß erledigen. Du gehst raus und die Massen kommen daher. Das macht sicher keinen Spaß mehr. Die Preise steigen, warum? -weil alles vom Tourismus vereinnahmt wird, nicht? Jedes Restaurant erhöht die Preise, äh kleine Geschäfte die früher… kleine Boutiquen vielleicht für die Einheimischen, oder weiß ich nicht, ein Handwerker – der kann sich sein Ladenlokal nicht mehr leisten, weil die Preise steigen. Was kommt hinein, ein Souvenirgeschäft. Das macht es wahnsinnig schwierig, natürlich für solche Städte. Overtourism ist ein Problem und das muss man angehen, das muss man lösen – das ist ganz klar. Und das ist in Venedig oder Amsterdam oder Dubrovnik – überall dasselbe Problem. Es wird alles auf den Tourismus ausgerichtet, die Einheimischen leiden darunter und es wird zunehmend unattraktiv. Dann hast du wieder die Problematik, wenn du keine Eiheimischen mehr dahast, nicht? -lebt ja die Stadt nicht mehr wirklich. Das ist wirklich ein Problem.

Maria:

Welche Auswirkungen bzw. Folgen hat die Kreuzfahrt auf überlaufene Destinationen?

Hr. Sagmeister:

Ja, zum einen natürlich versucht man Lösungen zu schaffen, wie ich es vorher schon anhand des Beispiels vom Dubrovnik erklärt habe -einfach um das reduzieren.

Ähm, zum zweiten, das wirklich jetzt Mieten steigen und äh die Bevölkerung wegzieht, weil es einfach unattraktiv wird. Solche Dinge, sieht man da auf jeden Fall.

Stefan:

Gut, die nächste Frage haben wir schon abgehackt, die übergehe ich gleich mal. Zur Frage 22: Welche Schritte unternehmen Sie als Reisebüro? Gibt's da irgendwie, dass man sagt…

Hr. Sagmeister:

Jaja, es gibt schon Möglichkeiten. Wir versuchen natürlich immer auch, Routen anzubieten wo wir weniger Overtourism haben. Das ist das eine Thema, das zweite Thema ist, wenn man etwas antizyklisch die Reisen plant – sofern das möglich ist. Was mein ich darunter? Zum einen vielleicht, Reisen/Kreuzfahrten in der Vorsaison/Nachsaison anbieten. Also wenn du im März nach Dubrovnik oder im April nach Dubrovnik kommst, hast du ein Schiff dort oder vielleicht ein zweites, maximal. Äh, zum zweiten kannst du auch versuchen, eine Kreuzfahrt zu finden die vielleicht nicht am Samstag oder Sonntag losgeht, sondern an einem Montag. Dann bist du auch schon wieder antizyklisch unterwegs. Fast alle Schiffe starten am Wochenende. Warum? Weil es für den Urlaub des Gastes ideal ist. Wenn du am Montag wegfährst, fährst du dieselbe Route ab, aber da ist kein anderer dort. Dann entgehst du dem Massentourismus. Es gibt solche Möglichkeiten, die ähm natürlich nicht immer gegeben sind, aber manchmal gibt's diese Dinge. Und wenn du genug Erfahrung hast, versuchst du das so zu planen.

Maria:

Würden Sie sagen, dass es Sinn macht unbekannte Gästerouten und Attraktionen zu fördern um den Übertourismus zu umgehen? Oder könnte Overtourism auch hier zum Problem werden?

Hr. Sagmeister:

Also, definitiv- das ist eine gute Möglichkeit. Das habe ich glaub ich vorher eh schon erwähnt, nicht? Dass es durchaus sehr attraktiv ist, eben Alternativen anzubieten. Das muss natürlich die Rederei machen, das kann nicht ich als Kreuzfahrtanbieter machen, ich kann ja nur das nehmen was am Markt ist. Aber das haben auch manche schon erkannt, dass einfach kleinere Häfen, neuere Häfen… es gibt zum Beispiel, da habt ihr wahrscheinlich noch gar nie davon gehört, in dieser Region, wenn wir gerade immer von Dubrovnik sprechen, es gibt nicht nur Split, Zadar, Kotor – es gibt zum Beispiel in Albanien einen Hafen, der heißt Saranda, der sich entwickelt hat in den letzten Jahren, das für einen jeden spannend ist, weil noch keiner dort war. Nicht? Solche Sachen, da kommt mehr. Und die freuen sich riesig, wenn Touristen kommen. Die brauchen natürlich auch das Geld, das ist eine riesige Möglichkeit. Nicht? Also so kann man das natürlich auch machen.

Stefan:

Und dann zur nächsten Frage. Fehlen teilweise Online-Buchungsmöglichkeiten an unbekannten Tourismusorten?

Hr. Sagmeister:

Nein, das eigentlich nicht. Online Buchungsmöglichkeiten, jetzt zum Beispiel, wenn ich jetzt wieder die Kreuzfahrt betrachtet, zum Beispiel um Ausflüge zu buchen oder um keine Ahnung, um sonstige Möglichkeiten, mir zu erschließen – die gibt's fast überall. Also, wenn irgendetwas verkauft werden soll online, ist alles verfügbar heutzutage glaub ich. Also daran scheitert es sicher nicht.

Maria:
Welche Beeinträchtigungen entstehen durch Overtourism für die Einheimischen?
Hr. Sagmeister:
Ja, haben wir auch schon erwähnt. Einfach, dass für Einheimische zum einen die Preise steigen, durch Mieten, durch höhere Preise in Lokalen, in Restaurants, in Lebensmittelgeschäften. Zum anderen auch, dass es einfach unattraktiv wird in solchen Orten zu leben, nicht? Wo einfach nur die Massen daherkommen. Aber wie gesagt es hat nicht unmittelbar nur mit Kreuzfahrt zu tun, sondern auch mit anderen Themen, nicht?
Stefan:
So. Welche Tipps und Ratschläge würden Sie einem Reisenden geben um Overtourism zu umgehen?
Hr. Sagmeister:
Ja, also zum einen einfach antizyklische Kreuzfahrten buchen, wie ich es vorher schon ausgeführt habe. Das ist natürlich eine super Möglichkeit um Overtourism zu entgehen. Selbst in Venedig… - *Telefon läutet*. Das antizyklische Reisen natürlich, das ist auf jeden Fall eine Möglichkeit, äh um den Overtourism zu entgehen. Vielleicht auch, wenn ich zum Beispiel nach Barcelona komme, und ich sehe da sind fünf Schiffe da, dann würde ich empfehlen, nicht in die Stadt reinzufahren, nicht in die Stadt reinzugehen. Sondern einen alternativen Ausflug zu machen. Aus der Stadt rauszufahren, irgendwo – es gibt genug Möglichkeiten, die angeboten werden, die auch toll sind. Einen Ausflug in ein Kloster nach Montserrat zum Beispiel, zu machen. Dort ist es definitiv ruhiger an dem Tag. Oder einfach nicht in die Haupteinkaufsstraßen, auf die Rambla zu gehen, sondern irgendwo ein Viertel zu entdecken, wo die Einheimischen sind – dort findet eh niemand hin – solche Sachen zu machen. Also da, diese Möglichkeit gibt es definitiv.
Maria:
So, dann hätten wir dieses Thema abgeschlossen. Jetzt kommen wir zum großen Thema Nachhaltigkeit. Nutzen Redereien das Thema Nachhaltigkeit als eine Art Marketingstrategie?
Hr. Sagmeister:
Ja, definitiv. Also gerade die Redereien, die jetzt viele neue Schiffe bekommen haben, die sehr umweltfreundlich sind, die wirklich wo – wirklich viele viele Dinge sind, die nachhaltig sind. Zum Beispiel auch beim Essen. Es werden zum Beispiel - es werden - die Buffets verkleinert, im Sinne, dass zum Beispiel Platten, die aufgelegt sind, nicht mehr riesig groß sind, sondern kleiner sind, aber öfter nachgelegt wird. Es wird ja nichts mehr verwendet, was einmal am Buffet war, wird vernichtet. Da wird nichts mehr verwendet, auch hygienischen Gründen. Dies ist eine Form der Nachhaltigkeit. Die, die, die saubereren Schiffen, die Scrubber, die ich erwähnt habe, die Reinigungsmöglichkeiten, die alternativen Antriebe, die Umstellung auf LED-Lampen, dass wir weniger haben. Oder aber Landstrom verwenden, wenn man im Hafen liegt, dass nicht die Maschine läuft. Sondern, dass man Strom bekommt – das wirr natürlich auch für das Marketing verwendet. Ganz klar, weil es viele Gäste gibt, die sehr umweltbewusst sind, und für die das ein wichtiges Thema ist. Definitiv, ja.
Stefan:
Und dann gleich zu den Anbietern, die Vorreiter im Thema Nachhaltigkeit auf Schiffen sind?

Hr. Sagmeister:
Also da fallen mir jetzt, äh, spontan mehrere Anbieter ein, aber eigentlich für alle Reedereien ist das ein Thema. Aber wer sehr stark damit, oder in dieses Thema involviert ist, ist MSC Kreuzfahrten, die ganz viele neue Schiffe bekommen haben im letzten Jahr, und wo das immer ein Thema ist. Aida Kreuzfahrten, die Schiffe jetzt haben, die neue Klasse, die mit Flüssiggas angetrieben werden, die derzeit umweltfreundlichste Form für Kreuzfahrten. Auch Costa Kreuzfahrten geht in die Richtung, Tui – Mein Schiff – hat viele neue Schiffe, die wirklich auch in der Relation sehr sehr umweltfreundlich sind. Die fallen mir spontan halt jetzt schnell ein.
Maria:
Legen Kreuzfahrtgäste hohen Wert auf ein nachhaltigeres Kreuzfahrtschiff?
Hr. Sagmeister:
Also um ehrlich zu sein, ist es selten ein Thema bei der Beratung: "Ist das Schiff jetzt nachhaltig/umweltfreundlich, oder nicht?". Das spielt sich, glaube ich, eher in einem Bereich ab, der, der bisschen subtiler ist, der jetzt nicht bei den konkreten Reisenden da ist. Also es ist eher in Foren, oder bei Diskussionen, glaube ich, eher ein Thema, weniger bei den Gästen, die wirklich die Reisen buchen.
Stefan:
So, das haben wir auch schon angeschnitten: Inwiefern werden Kreuzfahrtschiffe nachhaltiger gemacht?
Hr. Sagmeister:
Ja, habe ich glaube ich, eh schon einige Male erwähnt. Zu einen die Neubauten, die natürlich schon umweltfreundlich und nachhaltig gestaltet werden, zum zweiten, dass ältere Schiffe nachgerüstet werden. Also auch mit viel Filtern, mit Abgasnachbehandlung und so weiter. Also das ist ein Riesen-Thema. Definitiv, ja.
Maria:
Welche Reederei ist zurzeit die nachhaltigste am Markt?
Hr. Sagmeister:
Ähm, ja ich würde jetzt einmal sagen MSC Cruises und AIDA Kreuzfahrten.
Stefan:
Bedeutet Nachhaltigkeit auf Schiffen gleichzeitig eine Preissteigerung, bzw. Sind nachhaltige Schiffe im Schnitt teurer als ein herkömmliches Schiff
Hr. Sagmeister:
Auch nicht unmittelbar. Es handelt sich meistens um Neubauten. Neubauten, werden – ich sage jetzt trotzdem dieses Wort leider dazu – leider immer größer. Je größer das Schiff ist, desto günstiger ist der Preis. Das ist ein Thema, also das modernste, innovativste, technisch am fortschrittlichsten Schiff kann die günstigsten Preise anbieten, weil es einfach viel größer ist, nicht? Ihr wisst das, ihr seid ja im Hotel tätig: Ein Hotel mit zehn Zimmern, das einen 4-Sterne-Standard bieten will, braucht genauso eine Rezeption, die rund um die Uhr besetzt ist, du brauchst eine Direktion, du brauchst ein Back Office. Ein Hotel mit 500 Zimmern spart da schon viel Geld. Weil das einfach auf viel mehr Köpfe verteilt wird. Und genauso ist es bei den Schiffen. Also je größer, desto günstiger kann ich alles anbieten, nicht?
Maria:
Gibt es besondere Merkmale im Allgemeinen, oder im Buchungsverhalten von Passagieren, denen Nachhaltigkeit ein Anliegen ist?

Hr. Sagmeister:
Also ab und an gibt es schon Gäste, die fragen oder die sich erkundigen, wie: “Ist das Schiff nachhaltig? Ist das Schiff sauber?”. Aber es ist eher sehr selten. Das sind, ähm, schau: Menschen, die einer Kreuzfahrt ambivalent oder negativ gegenüberstehen, die Buchen so etwas eh nicht. Das sind eher Leute, die in die Thematik hereingehen, die diskutieren - für die kommt so etwas sowieso nicht in Frage. Das ist die Wahrheit, nicht? Das ist die Wahrheit. Also, und man muss auch ehrlich sagen, es gibt kein Schiff, dass jetzt 100%ig sauber ist. Das ist ein Ruderboot vielleicht. Aber dann sind wir schon fertig. Es wird natürlich Energie verbraucht und CO2 erzeugt, das hat man. Aber schau, es gibt zum Beispiel, ich glaube MSC Kreuzfahrten hat einen riesigen Wald gepflanzt irgendwo, oder im Amazonas einen Urwald gekauft, dass der nicht abgeholzt wird. Man versucht es auch so, wieder gut zu machen. Also noch einmal, es ist ein großes Thema, aber die Kunden, die wirklich buchen, für die ist es – bei uns zumindest am Land – noch kein großes Thema.
Stefan:
Warum fahren einige bekannte Kreuzfahrtschiffe statt nationaler Flagge unter internationaler Flagge und werden teilweise rechtliche Rahmenbedingungen anderer Länder ausgenutzt?
Hr. Sagmeister:
Ja natürlich. Es, ähm, da gibt es zwei Themen. Das seht ihr vollkommen richtig. Es gibt Reedereien, die, zum Beispiel TUI Cruises, eine deutsche Premium-Reederei, fährt unter der Flagge von Malta. So, Malta, wissen wir, gehört auch zur Europäischen Union, das heißt es gibt da schon sehr wohl exakte Vorschriften, was das Arbeitsrecht betrifft. Aber das Hauptthema sind natürlich Arbeitszeiten: Wenn eine Crew an Bord kommt – das sind Asiaten – oft sechs Monate an Bord. So, jetzt müsste der einen Tag die Woche frei haben, oder zwei Tage. Der will das gar nicht. Warum will denn der das nicht? Der will die Zeit, die er an Bord ist, mit Arbeiten verbringen und stattdessen im Anschluss dafür länger Urlaub haben. Ganz klar, was tut er den am freien Tag? Er kann ja nirgends hin. Stell dir vor, der hat einen Seetag. Der kann nicht einmal von Bord gehen. Nein, der will arbeiten in der Zeit und das ist halt oft mit nationalem Recht nicht vereinbar - die eine Seite. Die andere Seite, die ist natürlich ein finanzieller Hintergrund. Die Steuern in der EU, vielleicht gerade in Deutschland sind viel höher, als in Malta. Oder manche Reedereien, oder viele Reedereien fahren zum Teil unter der Flagge der Bahamas oder von Panama, wo die Steuern viel niedriger sind. Also es hat zum einen arbeitsrechtliche Gründe, um das zu optimieren, dass die Leute vielleicht halt auch eine Stunde länger am Tag arbeiten dürfen und gerade das mit dem Urlaub ist immer ein großes Thema, dass die den Oblock machen können und am Ende auch die freien Tage hier reinfallen. Die Leute übrigens, die da kommen, aus Asien zum Beispiel oder aus der Karibik, die am Schiff arbeiten, die geiern um die Jobs. Also, die verdienen natürlich weniger als wir das gewohnt sind, ich mein ich weiß jetzt nicht exakt, es ist natürlich auch unterschiedlich, aber man redet jetzt einmal von 1000 Euro, die die verdienen, jetzt ohne Trinkgeld. Aber man muss sehen, dass du auf den Philippinen vielleicht 150 € im Monat verdienst. Das muss man schon immer in Relation sehen, nicht? Und dadurch sind die angewiesen auf die Jobs und auch bereit, etwas mehr Leistung zu bringen. Es ist eine harte Arbeit, das ist nicht lustig, ihr wisst das aber auch vom Hotel, das ist nicht immer so lustig und entspannt wie in einem Büro wie bei uns zum Beispiel.

Maria:
Steht die Schiffsgröße in direktem Zusammenhang mit der Nachhaltigkeit?
Hr. Sagmeister:
Nein, überhaupt nicht. Also das kann ich so nicht bestätigen. Es gibt, schau: Die Wahrheit ist, dass die Kreuzfahrtschiffe, ähm, die Kreuzfahrtschiffe nicht die riesen Umweltverpester sind. Die Umweltverpester sind alte Schiffe. Kreuzfahrtschiffe sind in der Regel nicht alt, weil sie unattraktiv werden für den Gast. Welche Schiffe sind denn älter? Containerschiffe, nicht? Gibt es viele wirklich uralte Pötte, und das ist der Faktor Hundert. Also es gibt ungefähr hundert Mal so viel Containerschiffe wie Kreuzfahrtschiffe, nicht? Das muss man schon auch in Relation setzen. Also man muss auch dort ansetzen. Die haben, ich meine, da ist niemand an Bord, der sagt: "Ok, da raucht es jetzt schwarz!", wie ein Passagier, der das sofort kritisiert, nicht? Also die Schiffsgröße ist definitiv nicht das Thema. Aber es gibt kleine Schiffe, die ganz neu sind, die sind super umweltfreundlich. Es gibt aber kleine Schiffe, die vielleicht 40 Jahre alt sind oder 50 Jahre. Naja, die werden nicht mehr umweltfreundlich sein. Wohin gegen es gibt ein 5000 € Schiff, das mit LNG (Liquified Natural Gas), mit Flüssiggas fährt, das super sauber ist. Da kommt kein schwarzer Rauch mehr raus. Überhaupt nichts, da kommt nichts. Das ist, ja, also von dem her kann man das, diese Frage, verneinen.
Stefan:
Und gibt es da auch ein bestimmtes, nachhaltiges Antriebskonzept, das gerade sehr boomt oder in Planung vielleicht ist?
Hr. Sagmeister:
Das habe ich, glaube ich, eh schon erwähnt. Zum einen ist natürlich jetzt auch aktuell das inovativste Antriebssystem Flüssiggas. Es wird auch geforscht an, an Windenergie. Das heißt an großen Segeln, an ausfahrbaren Segeln. Es wird geforscht, natürlich auch an Elektrounterstützung. Es gibt auch Schiffe, die Solarpaneels draufhaben, weil sie ja am meisten im Süden fahren. Aber das reicht natürlich nicht für einen Antrieb aus, nicht? Und, es gibt Forschungen in Richtung Wasserstoff. Wasserstoff kann man auf relativ kompaktem Raum speichern, ähnlich wie Öl, oder wie Diesel. Und, ähm, wenn das einmal funktioniert, dann kann es durchaus sein, dass das die Zukunft ist. Wenn man einen Wasserstoffantrieb hat, dann kommt was raus hinten? Wasser. H2O. Du brauchst allerdings für die Erzeugung Energie., nicht? Das könnte man so lösen, dass man das vielleicht irgendwo in der Sahara vermärzt einmal, in irgendeiner Wüste, große Sonnenkollektoren, Solarkraftwerke macht. Dort das Flüssiggas erzeugt – man braucht viel Energie dazu. Also das Flüssiggas in Wasserstoff. Den Wasserstoff tanken dann die Schiffe und sie fahren umweltfreundlich. So eine Möglichkeit, solche Dinge sind schon in Planung, aber es ist noch Zukunftsmusik. Das dauert sicher noch 25 Jahre bis man soweit ist, dass so etwas funktioniert.
Maria:
So, dann kommen wir zur Frage 37: Welche Nachhaltigkeitsstandards sind im Gesetz verankert?
Hr. Sagmeister:
Das kann ich euch nicht beantworten. Damit bin ich nicht, da bin ich nicht versiert.
Stefan:
Ist Ihnen eine Reederei bekannt, die über die gesetzlichen Mindestanforderungen bezüglich Nachhaltigkeit hinausgeht?

Hr. Sagmeister:
Ja also das was wir vorher erwähnt haben. Diese Flüssiggasantriebe. Oder Landstrom: Das heißt, dass ich im Hafen nicht mehr die Maschine laufen habe. Oder diese Reinigungstechnologien, Scrubber. Die übertreffen die gesetzlichen Mindestanforderungen alle. Bei jedem Neubau werden die gesetzlichen Mindestanforderungen übertroffen, um auch fit für die Zukunft zu sein. Definitiv. Ja.
Maria:
Wie kann einerseits von den Passagieren und andererseits vom Personal Nachhaltigkeit gelebt werden?
Hr. Sagmeister:
Ähm, die Passagiere können einen großen Beitrag dazu leisten. Das beginnt damit, dass man, dass man seinen Müll ordentlich entsorgt. Es wird überall die Möglichkeit zur Mülltrennung gegeben. Das ist ein großes Thema. Man kann natürlich auch schauen, dass man das Licht abdreht, wenn man es nicht braucht. Dass man die Klimaanlage reduziert, ähm, man kann seine eigene Anreise vielleicht umweltfreundlicherer gestalten. Da kann der Passagier einen Beitrag dazu leisten. Man muss ja nicht mit dem Flugzeug nach Mailand fliegen. Da kann er mit dem Zug fahren, ja? Könnte man jetzt einmal sagen. So kann der Passagier einen Beitrag leisten. Das Personal wird-, es gibt eigene Offiziere an Bord, die zuständig sind, für Umwelt und für Nachhaltigkeit. Es gibt wirklich Umweltoffiziere an Bord. Der schaut, ob das Personal den Müll trennt. Der schaut, ob nicht zu viel auf das Buffet aufgelegt wird an Speisen, das man dann entsorgen muss. Der schaut, ob im Zimmer entsprechend alles den Umweltbestimmungen von der Putzfrau gemacht wird. Und nicht, weiß ich nicht, das Plastik im Klo runtergespült wird. Solche Dinge, also wie gesagt es werden große Anstrengungen unternommen, um das korrekt zu machen. Es ist zum Beispiel auch so, dass kaum mehr Einwegsachen gibt, die verwendet werden. Plastikbecher oder, weiß ich nicht, Plastikgeschirr, Plastikbesteck. Viele solche Dinge, ähm, um einfach nachhaltiger zu sein. Das finde ich ganz ganz schlau, nicht? Weil man darf nicht vergessen, wenn – ich sage jetzt im Schnitt – 2000 Menschen an Bord sind, und jeder bekommt jetzt ein in Plastik verpacktes Besteck zum Beispiel, nicht? Mit fällt jetzt kein ordentliches Beispiel ein. Dann hat/produziert jeder, wenn er das auspackt, Plastikmüll. Und 2000 Mal so eine Plastikverpackung das ist schon sehr viel. Man geht wirklich in die Richtung, das zu reduzieren. Früher hast du zum Beispiel - wenn die Gläser im Zimmer sauber gekommen sind – die waren in Plastik drinnen. Das ist jetzt vorbei. Oder eine TUI Cruises zum Beispiel: Die bietet jetzt die Möglichkeit - du hast auf der Kabine immer eine Wasserflasche stehen – du weißt des Stefan, wie wir auf Kreuzfahrt waren – die haben jetzt am Gang Wasserspender installiert. Du hast einen Krug auf der Kabine stehen und kannst dir selbst dein Wasser holen. Ich finde das sensationell. Das ist so- da geht es um so viel. Du trinkst pro Person und Tag eine Flasche Wasser. Bei 2000 Passagieren und 7 Tagen bin ich bei 14000 leeren Plastikflaschen. So, das bringe ich weg damit. Das ist- das ist Nachhaltigkeit finde ich. Das ist richtig gut, nicht? Außerdem schmeckt es mir auch besser, wenn ich das quasi frisch gezapft habe. Solche Dinge: Das ist Nachhaltigkeit. Und in die Richtung denkt man und überlegt man und das finde ich super. Ja.

Stefan:
Gut, dann die letzte Frage: Und zwar, welche Tipps und Ratschläge können Sie einen Kreuzfahrtpassagier geben, um speziell bei Landausflügen und Zwischenstopps nachhaltig zu agieren?
Hr. Sagmeister:
Einfach am gescheitesten bei mir buchen. Wenn ich da mit dabei bin, kannst du dir ganz sicher sein, dass das ein ganz umweltfreundlicher Ausflug ist. Wo wir darauf schauen, dass wir die Umwelt sauber halten, dass wir möglichst wenig mit Bussen fahren, sondern viel zu Fuß gehen, wenn wir gemeinsam rausspazieren. Nein, und für den allgemeinen Kreuzfahrtpassagier: Ahm, wie kann er nachhaltig sein beim Landausflug? Ja auch auf die Dinge achten, die wir vorher schon erwähnt haben. Müll nicht wegschmeißen, sondern entsprechend trennen. Plastikmüll vermeiden. Das ist ein Riesenthema gerade im Süden. Es ist unglaublich, was hier, was ich hier sehe an Plastikflaschen. Sie sind mittlerweile auch in den Meeren drinnen – das hat jetzt nichts mit Kreuzfahrt zu tun. Die Leute schmeißen das gerade im Süden leider kopflos weg und die Umwelt wird verschmutzt und und und das ist halt ein Riesenthema das uns überhaupt nicht gefällt. Aber, tja, ich glaube trotzdem, dass die- auch die Kreuzfahrtindustrie am richtigen Weg ist. Auch im Sinne von Nachhaltigkeit. Und und und, das es eine Reiseform ist, die trotzdem noch in den Kinderschuhen steckt, aber die sich absolut in die richtige Richtung entwickelt.

EXPERTENINTERVIEW:
Fr. Manuela Siegl (16.02.2021)

Maria:
Seit wann sind Sie in der Kreuzfahrtbranche tätig? Oder wann waren Sie in der Kreuzfahrtbranche tätig?
Fr. Siegl:
Ich war von 2000 – 2006 tätig, auf internationalen Gewässern, auf Hochseeschiffen und auf Flussschiffen und ich war von 2019 bis Anfang Corona-Lockdown 2020 tätig auf Hochseeschiffen.
Stefan:
So, nächste Frage: Wo sind Sie aktuell tätig und in welchem Beruf?
Fr. Siegl:
Ich bin bei der Firma Vossen tätig als Personalleiterin in Jennersdorf und das ist Industrie – Textilindustrie – nicht mehr Hotellerie.
Maria:
Ok. Wie würden Sie die Kreuzfahrtbranche in drei Worten beschreiben?
Fr. Siegl:
Mit Herz – ich lege das einfach um auf mein Lebensmotto – mit Herz, Hirn und Humor.
Stefan:
Perfekt. So, jetzt kommen wir zum geschichtlichen Teil, und zwar: Wie hat sich die Kreuzfahrt von früher zu heute verändert?
Fr. Siegl:
Sehr krass verändert, ähm, als ich 2000 begonnen hab, hat es bereits wo der 9/11 – wo dieses Ereignis war – war schon eine schwere Zäsur, im wahrsten Sinne des Wortes, weil früher zu Beginn 2000 war natürlich für die Passagiere mehr Komfort, höhere Qualität, die Ansprüche waren auch höher und es war alles Complementary, auf dem Sektor wo ich gearbeitet hab – das war im 6-Sterne-Plus-Bereich und wo dann der Einschnitt kam mit 9/11 hat sich sehr sehr sehr viel verändert: Sprich dass Complementary und diese hohe Qualität auch abgenommen hat an Passagieren und auch vom Preislichen her, vom Preissegment her, und allgemein. Also das hat sich innerhalb von einem Jahr wirklich krass verändert und jetzt dann im Nachhinein 2019/2020 ist es sehr auf den preisbewussten Sektor angekommen. Ich will jetzt nicht sagen billig, aber sehr erschwinglich für jedermann. Weil früher war es doch so, dass sich Ottonormalverbraucher eine Kreuzfahrt nicht hat leisten können – eher zu einem besonderen Ereignis wie zum Beispiel zu einem 60sten Geburtstag oder zum Antritt einer Pension. Und heute kann sich jeder- es ist für jeder Ottonormalverbraucher eine Kreuzfahrt erschwinglich. Und auch egal in in in welcher Kategorie. Egal ob Fluss- jetzt oder Hochsee.
Maria:
Wie haben sich die Ansprüche der Gäste von damals zu heute verändert?
Fr. Siegl:
Ja, das geht eh einher mit der vorigen Antwort. Die Gäste haben sich auch mit der Zeit mitverändert. Und wie schon gesagt: Es ist leistbarer geworden und die Ansprüche, ähm, sind von den Gästen höher geworden, obwohl die dafür weniger bezahlen. Und wir haben früher, also 2000, wenn ich zurückdenke, höheres Klientel gehabt, und heutzutage ist es – ja – mittlere Klasse. Ohne jemanden jetzt diskriminieren zu wollen.

Ich bin wirklich jetzt mit der obersten Schicht- man kann vergleichen: Ich bin früher mit Passagieren wie Nelson Mandela, Diana Ross oder Filmstars, die wirklich ganz privat- das Privatsein genießen haben können am Schiff und das ist heute gar nicht mehr möglich, weil es halt erschwinglicher ist und das kann sich jeder Ottonotmalverbraucher leisten, auf das Schiff zu gehen. Und dementsprechend ist auch das Klientel also nicht vergleichbar. Großer, wirklich großer Unterschied.

Stefan:

Alles klar. So, Reedereien und Anbieter: Welche Reedereien und Anbieter sind die marktführenden in der Fluss- und Hochseekreuzfahrt?

Fr. Siegl:

Hm, ich kann es euch nur beantworten von damaligen Zeiten: Da war Silverseas, das war mit Flotte von 6 Schiffen damals, war im 6-Sterne-Plus-Bereich, also wir haben das wirklich 6-stars-alture-luxury bezeichnet, und wir waren damals die World Smallest Best Cruise Line, sind wir damals immer ausgezeichnet worden. Und da waren für uns, also für meine Kollegen, für meine Besatzung und ich Schiffe, wie jetzt von Carnival, oder Radisson, oder Costa- wir haben die unter Anführungszeichen auch immer als sogenannte Bananaboats bezeichnet, weil halt wir wirklich das höhere Klientel an Bord hatten und bei uns waren wirklich auch die Offiziere an Bord, die die Passagiere bedient haben europäisch besetzt – alle Offiziere – und 1:1. Also pro Gast ein Besatzungsmitglied, auf dem Niveau, wo ich gearbeitet habe. Aber heutzutage hört man immer „die Marktführer sind MSC, Costa, Aida, …“

Maria:

Dann kommen wir zum Thema Trends und Aktuelles: Welche Trends werden bei Kreuzfahrtpassagieren immer beliebter?

Fr. Siegl:

Das hat sich auch irgendwie nach unten entwickelt: Die wollen alle dieses All-inklusive-Paket nutzen. Tischweine dabei, halt ein günstiges Paket haben, die Ausflüge alle dabei, alles in einem. Nicht mehr so wie früher, dass man sich alles separat dazubuchen kann. Am liebsten ist ihnen Ausflugspaket inklusive Getränke, Cocktailpaket, also dieses ganze Arrangement und das halt zu einem günstigen Preis. Das ist ein beliebter Trend. Und, dass Sie nicht mehr individuelle Reisen buchen, also Ausflüge jetzt, wenn sie am Schiff sind, wie zu Zeiten im Jahr 2000, wo zum Beispiel wirklich Highlights waren Antarktisüberflüge, wo man die Stationen besichtigt, oder spezielle Opernbesuche, oder in New York oder sonstige Sachen. Das ist halt heute alles ganz anders. Es ist halt mehr Massentourismus, mehr All-in, es ist mehr der Trend- der Trend geht mehr dahin. Und nicht mehr dieses Individuelle. Es gibt kaum mehr Passagiere, die wirklich Overlandtouren buchen. Ich kann da nur ein Beispiel jetzt anführen vom letzten Jahr: Als ich am Schiff war, da waren wir in Südafrika und Namibia, und da gibt es ja diese Overlandtouren durch die Wüste. Und da waren von 1500 Passagieren- haben vielleicht 24 an einer Overlandtour teilgenommen und die war speziell jetzt abgestimmt auf diese 24 unter Anführungszeichen Passagiere, was wirklich sehr wenig ist. Und da merkt man, dass sich der Trend wirklich, ja, All-in-Pakete und, dass es Packages gibt und nicht mehr so der individuelle Tourismus gefragt ist.

Stefan:

Gut, dann zur nächsten Frage: Gibt es Nischen in der Kreuzfahrtbranche? Und wenn ja, welche?

Fr. Siegl:
Nischen in der Kreuzfahrtbranche wären sicherlich die Betreuung- es kommen halt sehr viele Passagiere an Bord, die halt eigentlich im Altenheim untergebracht werden sollten, und die reisen aber teilweise jetzt schon mit ihrer Pflegerin. Und ich finde, das wäre gar nicht so eine schlechte Nische. Ich hatte einen Passagier dabei – sehr dement, sehr eigenwillig – und der hat die Pflegerin mitgenommen 3 Monate auf einer Kreuzfahrt. Die hat natürlich alles dabeigehabt, das ganze Paket. Die haben sich gestritten und gefetzt, weil er wollte nie bezahlen, aber die haben das- die waren halt reich seine Verwandten und die haben gesagt bevor sie Ihn in ein Altersheim geben, geben sie ihn zu uns auf das Schiff und die wird schon klarkommen die Pflegerin mit ihm. Und ich hab mir im Nachhinein gedacht, wie es zu den Abrechnung gekommen ist, das wäre eine wirklich tolle Nische, eine Agentur zu gründen, wo man wirklich speziell fokussiert auf solche Personen, Betreuerinnen einschult, die auch die Sprache sprechen und die gerne reisen möchten und als Betreuerin auf einem Schiff halt eine ältere Person am Schiff begleiten möchte. Das wäre- das ist mir dann so in den Sinn gekommen.
Stefan:
Es klingt auch sehr interessant, muss ich sagen.
Maria:
Ja, sehr tolle Idee.
Fr. Siegl:
Die Idee ist mir gekommen, weil nämlich der alte Herr wollte nicht bezahlen und wir haben nach jedem Reisesegment haben wir die Abrechnung gehabt. Und sie ist gestanden draußen mit Hut und er im Rollstuhl und er hat sie grauenhaft beschimpft und er wollte auch nicht durch den Zoll- wollte er nicht durchgehen und er hat es nicht verstanden, warum und wieso. Und die hat eine Engelsgeduld gehabt diese Frau und war wirklich mit ihm 3 Monate permanent unterwegs und die musste ich das antun. Aber ich denke mit: Wenn man eine Agentur gründet und sagt, man hat da jetzt 5 ältere Menschen und man findet 5 Pflegerinnen, die sagen ok, die begleiten diesen- jene Person auf einer Kreuzfahrt und die letzten Jahre noch angenehm zu gestalten, dann wäre das eine optimale Nische. Weil alles andere ist eh bekannt aus den Medien: Individuelle Ausflüge speziell. Aber gerade auf den alten Menschen zurückzukommen und weil ja die Pflege auch ein wichtiges Thema geworden ist, finde ich, das wäre auch eine tolle Nische in der Kreuzfahrt.
Stefan:
Mhm, auf jeden Fall.
Maria:
Dann wäre die nächste Frage: Wie verhält sich die Buchungslage in Zeiten von Corona, aber das werden Sie jetzt nicht sagen können.
Fr. Siegl:
Oh doch, das kann ich sagen. Weil ich zu meinen Kollegen, die ja leider seit Juni letzten Jahres – es war ja der Lockdown im März – ich hatte das Glück, dass ich in Südafrika zum Glück von Bord gehen konnte und die sind erst in den Heimathafen Bremerhaven gefahren im Juni. Und alle meine Kollegen haben keine Anstellung und die sind jetzt aktuell, weil die Buchungslage ja so gut wie- man kann es nicht voraussagen – schlecht ist – die haben Aufträgt bekommen jetzt von der Reederei, dass sie in die Werften gehen und die Schiffe wenigstens in Stand halten. Halt ohne Passagiere. Und, dass sie die Schiffe auf Vordermann bringen und soweit wie möglich in Stand setzen. Dass, wenn wieder grünes Licht kommt und es geht los, dass dann wieder alles auf Vordermann gebracht worden ist.

Aber das ist auch schwer möglich derzeit, weil die Entlohnung, die sie angeboten haben meinem Kollegen halt äußerst gering ist. Ich glaube für 600 € - das hat mir meine Kollegin jetzt via Skype erzählt - geht keiner- reist keiner irgendwo drei Monate hin und setzt das in Stand. Es ist sehr sehr mau im Moment.

Stefan:

Dann wäre die nächste Frage gleich: Wie würden Reisebüros und Kreuzfahrtanbieter agieren, damit die Kreuzfahrt auch nach Corona wieder attraktiv wird?

Fr. Siegl:

Ich weiß nur von meinen Kollegen, die selbst Reisebüros haben und sich mit Reisen beschäftigen, dass die Kataloge wieder jetzt alle neu gemacht, neu gedruckt worden sind und die warten wirklich auf ein grünes Licht. Und die haben sich sogar schon jetzt bis 2022 beworben den Katalog. Aber man weiß nicht, wie es weitergeht in Wahrheit. Aber sie versuchen wirklich, das Beste daraus zu machen, auch neue Mitarbeiter jetzt zuzukaufen. Zum Beispiel jetzt von Blaguss Wien, dass dort welche kommen und jetzt einspringen hier in den hiesigen Reisebüros, die den ganzen Input geben können und eben „Was macht man an der Amalfi-Küste, was ist da attraktiv?“. Capri, usw., dass sie die Erfahrung auch jetzt in den hiesigen Reisebüros – in die Kleinen sag ich einmal – mittelständigen Betriebe einbringen können. Die tun schon was, die machen das gewaltig und man wird sehen, wie es sich weiterentwickelt. Aber es ist nicht so, dass sie nur dasitzen und nichts machen. Also sie versuchen das wirklich so attraktiv wie möglich zu halten, nur warten sie auf ein grünes Licht.

Stefan:

Verständlich.

Maria:

Dann würden wir gerne die Fluss- und Hochseekreuzfahrt gegenüberstellen und da wäre unsere erste Frage dazu: Welche Vorteile sehen Sie bei einer Hoch-, bzw. bei einer Flussseekreuzfahrt?

Fr. Siegl:

Das kommt jetzt individuell auf den Passagier an, oder wollt ihr es aus Sicht eines Crewmitgliedes sehen? Wie wollt ihr es beleuchten?

Stefan:

Eigentlich schon vom Passagier aus, Maria, oder?

Maria:

Ja, vom Passagier aus.

Fr. Siegl:

Also mit einer Hochseekreuzfahrt- also die Vorteile: Ja da kommt es immer darauf an: Reist man gerne? Setzt man sich gerne in den Flieger? Man hat halt bei einer Hochsee immer eine längere Anreise. Man muss meistens in einen Flieger steigen davor, hat aber auch auf Hochsee einen - meiner Meinung nach – besseren Wohlfühl- und Erholungsfaktor, wenn man eine Atlantiküberquerung bucht. Da ist man ja doch 6 bis 7 Tage auf See. Und dann ist man nicht getrieben, dass man in jeden Hafen an Land geht. Und man ist nicht so getrieben, dass man etwas versäumen könnte. Und das ist auf Hochsee dann, wenn man so eine Überquerung macht und 7 Tage auf See ist, hast du so ein tolles Entertainmentprogramm, tolle Showensembles, wunderbare Köstlichkeiten von Barbecue, verschiedene Themenabende, ahm, Spieleabende und ganz exquisite, wirklich Shows und echt tolle Wellnessbereiche an Bord schon von einem Hochseeschiff, das ist ein Riesenvorteil.

Du kannst dann sagen, du hast Atlantiküberquerung gebucht, steigst auf den Azoren ein, hast 7 Tage Atlantiküberquerung und kannst dort richtig Wellness machen, bevor du dann rausgehst an Land- und das erste Mal wieder einen Fuß an Land setzt und dann kannst du entspannter das ganze angehen. Also es ist mehr auf Wellness, auf auf Berieselung, auf Wohlfühlen ausgelegt – finde ich – so eine Hochseekreuzfahrt.

Stefan:

Perfekt!

Fr. Siegl:

Bei einer Flusskreuzfahrt ist, ahm, ist wunderschön, wenn man zum Beispiel hernimmt jetzt die Donau: Und man steigt jetzt in Wien ein. Man hat die obere Donau, ahm, es ist geschichtlich/kulturell total spannend und, ahm, bis nach zur Donaumündung – Sulinakanal – eben Rumänien nach Tulcea zu fahren, wo Stromkilometer 0 ist, man hat aber jeden Tag einen Stop, aber auf der Flusskreuzfahrt ist es herrlich, man kann draußen sitzen und sich die ganze- die Donauauen, die untere Donau, die mittlere Donau, die ganzen Schleusen, das Geschichtliche dazu, die Dreianstafel, Statue des Decebal, ähm die heißen Quellen auf der Fahrt runter, sogar die, die, na wie heißen denn die- die Pelikane haben wir sogar in Europa – da unten in Rumänien im Sulinakanal. Also das ist, das ist – finde ich – sehr attraktiv so eine Flusskreuzfahrt. Aber wie man das halt mag. Da ist halt weniger Wellness. Da ist der Erholungsfaktor wirklich, wenn man draußen sitzt und die Donau entlangfahrt und man findet und sieht immer tolle Sehenswürdigkeiten, aber halt- man hat halt jeden Tag einen Stop, man fährt da nicht permanent durch. Das sind beides Vorteile. Je nachdem, wie der Passagier geschnitzt ist.

Stefan:

Dann zu einer ähnlichen Frage: Welche Nachteile sehen Sie bei einer Hochsee- oder Flussseekreuzfahrt?

Fr. Siegl:

Die Nachteile habe ich vorher schon gesagt. Hochsee hast du immer eine lange Anreise, Flugzeug, Taxi, Bus. Auch wenn du in Triest oder Venedig einsteigst: Du musst mit einem Bus hinkommen. Irrsinnig lange Abwicklungszeiten am Flughafen durch diesen ganzen Flugverkehr. Slots, Wartezeiten, Jetlag, usw. Es ist wirklich bequemer, wenn ich, ahm, Flussfahrt in Wien einsteige, oder in Bratislava einsteige. Wien ist sehr zentral. Wenn man jetzt hergeht von Österreich aus: Wien: Kannst nach Amsterdam fahren, Rhein-, Main-, Donaubereich. Du kannst runterfahren bis zur Donaumündung, es ist- achso, bin ich bei den Nachteilen von der Flusskreuzfahrt – ahm, ja. Nachteil von der Flussseekreuzfahrt ist: Du hast nicht so ein großes Angebot wie auf dem Hochseeschiff. Du hast nicht diesen Wellnessbereich, du hast nicht so ein großartiges Showensemble, vom Entertainmentbereich ist es eingeschränkter, es ist halt alles auf Hochsee viel mehr – das hat man halt auf den Flüssen nicht. Deswegen aber auf den Flüssen glänzen dann die Tagesausflüge und die wunderbare Szenerie, die man hat und die genießen kann.

Stefan:

Perfekt!

Maria:

Gut. Dankeschön.

Maria:

Dann die Frage: Welchen Unterschied gibt es in der Gästestruktur zwischen Hochsee- und Flussseekreuzfahrt?

Fr. Siegl:

Die Gästestruktur vom Alter her, oder …?

Stefan:
Generell: Also was für Eigenschaften. Dass man sagen kann: „Aha, das unterscheidet sich wirklich von den Gästen her, also die Klientel“.
Fr. Siegl:
Auf alle Fälle sind auf einem Hochseeschiff die Gäste von mehr Niveau, weil die schon geübter sind. Die haben natürlich eine längere Anfahrt und eine längere Anreise und die kennen sich schon sehr gut aus. Hingegen wenn man dann das Klientel von einer Flussfahrt betrachtet – da habe ich dann gehabt Wiener-Klientel. Die haben darauf hingespart – eh kostet es nicht so viel, aber 100000 Fragen und sehr viele Nörgeleien, weil sie vielleicht einfach ungeübter sind als Reisende. Viel mehr Informationen und viel- die sind viel anspruchsvoller als auf Hochsee. Auf Hochsee verteilen sie sich aufgrund der Weitläufigkeit vom Schiff. Die einen sind im Wellnessbereich, die anderen sind an der Bar, es gibt rund um die Uhr etwas zu essen auf Hochsee. Und am Fluss hat man dreimal die Mahlzeiten und vielleicht einen Afternoon-Tea oder einen Early Bird in der Früh, aber sonst begegnet man am Fluss ständig die gleichen Leute, die ständig die gleichen Fragen haben oder irgendwas nicht gehört haben, oder, ja. Die halt nicht so geübt sind. Viele wissen auch nicht, was sie tun sollen und dann haben sie so zentrale Sammelpunkte und dann kommen sie zur Rezeption und löchern halt die Kollegen mit Fragen. Das ist so die Gästestruktur. Und vom Alter her – sagen wir mal so – so 60 plus, aber es hat sich -glaube ich jetzt schon – ein bisschen gewandt das Blatt. Man kann schon sagen jetzt sind wir schon bei 40 plus. Aber Hochsee würde ich eher sagen damals 60 plus, auch vom Erschwinglichen her. Aber das hat sich auch verändert.
Stefan:
Dann starten wir gleich mit der nächsten Frage, und zwar: Ist dem Flussseekreuzfahrer oder dem Hochseekreuzfahrer Qualität oder Quantität wichtiger? Kann man da irgendwelche Unterschiede feststellen?
Fr. Siegl:
Also, ja. Dem Hochseekreuzfahrer ist Qualität wichtiger und dem Flussseekreuzfahrer ist Quantität wichtiger. Je mehr, dass am Teller ist – weil bei den Flussseekreuzfahrten machen sie ja Martiniganslfahrten, die dauern ja nur ein bis zwei Tage – Hauptsache der Teller ist voll. Und ob die Ente oder die Knochen schwarz sind, ist Wurscht. Hauptsache voll – viel uns so weiter. Und auch Hochsee ist es wirklich exquisit: Acht Gänge, Petit Four – ähm, nein – Amuse Gouche und das Ganze und Petit Four zum Schluss. Da ist es von der Qualität- und natürlich vom Getränk her: Auf Flussseeschiffen wird halt natürlich dieses All-in-Paket angepreist. Das sind die sogenannten – das haben mir die Kollegen damals gesagt von der Reederei, von der ARC, die es ja jetzt nicht mehr gibt – wir wollen in Russland richtige Legebatterien bauen, haben sie gesagt, wo 240 Passagiere Platz haben am Fluss. Und da gehen wir: Quantität, viel am Teller, viel Angebot und günstig. Das ist der Unterschied.
Stefan:
Ok, perfekt!
Maria:
Sehr gut. Dann kommen wir zur Frage: Welcher Kreuzfahrer legt mehr Wert auf Nachhaltigkeit? Welcher ist umweltbewusster?
Fr. Siegl:
Hochsee, würde ich einmal sagen. Weil die waren schon sehr interessiert auf Hochsee auch- weil wir haben verschiedene Lecturers – ahm, Vortragende an Bord gehabt – die haben über Nachhaltigkeit auch Vorträge gehalten. Was passiert, wenn man in einem Hafen einfährt, wo tankt man Wasser, wo wird gebunkert, was lässt man- was lässt man raus an Schwarzwasser. Die haben sich wirklich erkundigt.

Aber auf Fluss- hat mich nie jemand gefragt: „Wo kommt der Müll hin, wie wird das ausgeladen?“ – oder sonstiges. Das war denen eigentlich, ähm, Wurscht. Hauptsache es war- die Tassen waren voll und der Teller war voll. Und wir können recht viel sehen in kurzer Zeit.

Stefan:

Gut. Dann starten wir mit dem Thema Overtourism, und zwar: Was ist der Unterschied zwischen Massentourismus und Overtourism?

Fr. Siegl:

Massentourismus, naja. Ich sag einmal so: Der Massentourismus auf den Schiffen selbst wird ja auch – wie ich vorher schon gesagt habe in der vorherigen Frage – auch forciert von den Anbietern. Wie zum Beispiel der eine Anbieter gesagt hat, er baut jetzt für Russland eine Legebatterie – hat der Thomas gesagt – mit 240. Weil normal üblich waren, normales Ausflugsschiff in Russland waren 160 Passagiere. Ja? Dann war das alles überschaubar, die Häfen gut anfahrbar mit 160 Passagieren alles überschaubar. Auch von der Nachhaltigkeit her – dass die Abläufe gesittet und ordentlich sind. Wenn ich aber jetzt ein Flussschiff mit 240 Passagieren hab, dann ist schon vom Check-in bis zu Check out bis zu der Ausflugsabwicklung- dann ist das wirklich wie ein Massentourismus. Und das wird dann von den Anbietern gesteuert, die dann diese Ideen haben, und die die Reedereien dann beauftragen, solche Schiffe zu bauen.

Stefan:

Das passt.

Maria:

Sehr gut. Ist das Phänomen Overtourism zeitgleich mit Kreuzfahrten entstanden, oder sind noch andere Faktoren daran beteiligt?

Fr. Siegl:

Nein, da sind bestimmt andere Faktoren auch beteiligt, aber- genügend andere Faktoren, aber natürlich hat die Kreuzfahrt schon einen Teil dazu beigetragen, klarerweise, ja.

Stefan:

So, welche Indikatoren gibt es bei Overtourism?

Fr. Siegl:

Was meinst du damit?

Stefan:

Wie sieht man das? Weil, ich sag jetzt einmal Palma – da sieht man es ja: Viele Leute, die Flüge sind billig. Wie macht sich das bemerkbar?

Fr. Siegl:

Ok. Ich brauche ein Beispiel. Irgendeinen Hafen.

Stefan:

Venedig zum Beispiel.

Fr. Siegl:

Ja. Also Venedig. Wenn man Venedig sieht, das ist ein Horror. Aber es hat sich ja sehr viel geändert und die dürfen jetzt auch nicht mehr, um eben diesen Overtourism zu stoppen eben, hat man sich ja dann schon- legen sie ja dort nicht mehr an, wo sie einmal angelegt haben. Oder sie liegen teilweise- dass sie mit dem Tender fahren, dass sie gar nicht mehr- Noch ein besseres Beispiel: Portofino, ja? In Ligurien, Italien. Ahm, das ist nach Genua, Santa Margarita, Portofino ist für die Hollywoodstars ja super. Und dieses Portofino ist ja eine ganz eine Mini-Bucht eigentlich. Aber da haben die das so dann gemacht, dass die Schiffe wirklich draußen liegen müssen, und mit Tenderbooten die Leute reinfahren, weil sonst wäre dort- das würde überfluten, das wäre eine Riesen-Katastrophe, das wäre ein Menschenmeer und das hätte nichts mehr mit einem Erholungsfaktor oder irgendwas zu tun.

Also da haben sie schon wirklich sehr, die Italiener, haben schon sehr ein Auge drauf, dass das nicht überhandnimmt. Und genau ist das in Namibia zum Beispiel in Walvis Bay, wo die Wüste ist, die geschützte Wüste: Da darf man ja normalerweise- das ist ja ein Weltkulturerbe die Namibische Wüste der UNESCO und da dürfen keine Ausflüge gemacht werden. Und wir haben das, um diesen Ouvertourism zu vermeiden – haben wir speziell das gewissen Klientel unsere Stammkundschaft, Gäste eingeladen, diese Silversea Experience zu machen und speziell mit nur 2 Bussen und Jeeps in diese Wüste zu fahren und dort eine Veranstaltung zu erleben. Das war ganz etwas Besonderes. Weil sonst würde dieses alles oberhandnehmen und das wär eine Katastrophe und würde ausarten.

Stefan:

Super Beispiel. Perfekt. Dann geht es weiter mit der Frage: Können Kreuzfahrten dem Massentourismus dem zugeordnet werden?

Fr. Siegl:

Teils-teils. Das kommt drauf an welcher Reederei, welcher Veranstalter, sei es jetzt Phönix Reisen – und ich muss sagen, voriges Jahr, da war ich ja für Phönix Reisen unterwegs, und da würde ich schon sagen – da war schon die große Masse. Das wird dann abgefertigt. Wirklich reine Abfertigung. Wie vorvoriges Jahr diese schweren Unwetter auch waren, da konnten wir die Passagiere dann- 3 Maschinen konnten nicht landen, die sind von Bonn gekommen und haben müssen statt in Genua in Nizza landen. Und unsere, die ausgestiegen sind in Genua, konnten nicht nach Hause fliegen. Das war ein Desaster am Flughafen. Also da haben die Kreuzfahrten, ja, die Anbieter, bzw., die Auftraggeber, die steuern das schon sehr. Leider, aber ich glaube nach diesem Motto „Kleinvieh macht Mist“. Dieses- schade, dass dieses- wo ich vor 20 Jahren war – dieses Individuelle, dieses Special-Exquisite, dass das immer mehr verloren geht. Und wenn man in ein Reisebüro geht und sagt: Man möchte bitte mit Silversea fahren, dann schauen sie mich heute noch an und kennen es teilweise nicht, weil es vom Preissegment her eine andere Liga ist.

Maria:

Ok. Dankeschön. Würden Sie dem zustimmen, dass einige Destinationen des Kreuzfahrttourismus dem Overtourism ausgesetzt sind? Wenn ja, welche Orte sind ihnen dazu bekannt?

Fr. Siegl:

Das ist definitiv einmal Venedig, Palma de Mallorca, Portofino, dann – was war denn noch so arg – Budapest, weil wir wollen ja die Flusskreuzfahrt auch dazu nehmen. Also Budapest ganz schlimm. St. Petersburg und Moskau. Dann haben wir drei für Hochsee und drei Fluss, weil da stehen wirklich vier Kreuzfahrtschiffe in Moskau oder in St. Petersburg nebeneinander. Der Flusshafen heißt Rechnoy Vokzal und die schauen alle gleich aus, die Passagiere dann, wenn du Amerikaner an Bord hast. Die sind alle hergerichtet und du weißt ja nicht mehr, ist das dein Passagier oder kommt der von einem anderen. Und du gehst- über vier Schiffe gehst du dann rüber, bis du einmal zum Ausgang kommst. Also das ist ein Wahnsinn. Und das sind definitiv wirklich Moskau, St. Petersburg, Venedig, Palma de Mallorca. Dann bleiben wir in Europa. Und dann sowieso natürlich Florida drüben sowieso, Miami, mit den Carnival Cruises, das sind auch Scharen. Aber da ist der Schiffshafen so weitläufig, da verteilt es sich eher. Aber das fällt mir jetzt definitiv ein.

Stefan:

So, dann zur Frage 18: Verstärkt im Speziellen der Kreuzfahrttourismus den Übertourismus in beliebten Touristenattraktionen, oder Hafenstädten?

Fr. Siegl:
Ja sicher, ja definitiv. Absolut. Das ist halt jetzt auf Grund von Corona nicht so, aber sonst trägt es maßgeblich alleine schon in Venedig- da kannst du keinen Fuß vor dem anderen setzen und die Tauben dazu und die anderen Touristen auch noch. Chaos.
Stefan:
Perfekt!
Maria:
Super. Dankeschön. Dann die Frage 19: Welche Gefahren entstehen durch Overtourism in Städten wie Venedig und Amsterdam?
Fr. Siegl:
Müll, Menschenmengen, Ansammlungen und einfach, dass die Menschen von der Einstellung her alles liegenlassen und alles fallen lassen und sich denken „wir sind da eh nicht daheim, also ist es eh Wurscht". Dieses „Wurschtigkeitsgefühl". Wenig Wertschätzung gegenüber, wenn ich wo bin, in einer fremden Stadt, dass ich das zu schätzen weiß. Ich schaue das an, das ist schön und lasse aber trotzdem meinen Müll da irgendwo fallen? Das ist- das sind dann wie solche Invasionen, ja.
Stefan:
Dann zur nächsten Frage: Welche Auswirkungen, bzw. Folgen hat die Kreuzfahrt auf überlaufene Destinationen?
Fr. Siegl:
Ja, die Regeln werden verschärft, wie zum Beispiel in Portofino. Dass sie dann wirklich mit Tenderbootservicen hin- und hergeshuttelt werden. Nur zu gewissen Zeiten. Dann sind die Einlaufzeiten vom Schiff reguliert und anders gestaltet. Und die Auflagen sind halt total streng. Man darf nicht mehr überall sein. Schwarzwasser ausladen: Man muss das schon Wochen vor der Einreise deklarieren, wie viel Liter, was hat man mit genau – also ganz strenge, ja ganz strenge Regulierungen eigentlich.
Maria:
Die nächste Frage ist eh ähnlich eigentlich, passend schon zu der Antwort: Welche Maßnahmen können gesetzt werden, um Overtourism zu vermeiden?
Fr. Siegl:
Eben, ja, einfach Regeln einführen und nicht so viele Schiffe reinlassen pro Tag und wirklich wirklich die Beschränklungen einhalten, damit auch die Einheimischen geschützt sind vor diesen Massen, weil das macht ja auch keinen Spaß. Du triffst in Venedig keinen Venezianer, keinen Einheimischen. Und wenn du wirklich jemand bist, der das wertschätzt, oder zu schätzen weiß, freut man sich, wenn man einen Venezianer trifft, der von dort ist und mit dem man sich austauschen und kommunizieren kann. Aber es ist ja dann auch so, dass sich diese, nicht einmal mehr diese einheimischen Leute ansiedeln und verkaufen, sondern, dass schon sehr viel aus dem asiatischen Bereich ansässig sind. Sei es in Palma de Mallorca oder in Venedig und die Ihre Güter/Produkte verkaufen aus billigen Machenschaften. Und die verdrängen natürlich dieses Venezianische oder Mallorquinische – den Ursprung.
Stefan:
Dann haben wir eigentlich schon die nächste Frage auch schon mitbeantwortet, und zwar: Welche Schritte unternehmen Reisebüros oder Kreuzfahrtunternehmen, um dem Overtourism entgegen zu wirken?

Fr. Siegl:
Wirklich, dass sie, dass die Reisebüros- dass sie mehr auf Individualreisen anbieten, wie z.B. diese Hurtigruten. Die sind ja wirklich jetzt im Vergleich nicht sehr preisbewusst, aber dafür kriegt man wirklich das, was man bezahlt. Und die sind wirklich individuelle Reisen, wo nicht dieser Massentourismus ist. Weil in der Antarktis unten, oder am Nordkap oben -da gibt es diese Art von Massentourismus nicht. Aufgrund von den ganzen Auflagen und von der Umwelt her schon alleine, um nicht hier einzugreifen in dieses Territorium und zu stören die Tiere uns so weiter.
Maria:
Ja, ok, sehr gut. Würden Sie sagen, dass es Sinn macht unbekannte Gästerouten und Attraktionen zu fördern, um dem Overtourism zu umgehen, oder könnte Overtourism auch dort zum Problem werden?
Fr. Siegl:
Das könnte man durchaus machen. Wenn man z. B. in kleine Nachbarorte geht, zum Beispiel jetzt nicht Portofino nimmt, sondern vielleicht einen bisschen kleineren Hafen wie Rapallo oder Santa Margarita, wenn wir jetzt wieder in Ligurien sind. Die sind genauso attraktiv, aber da muss man wieder Vorsicht und aufpassen, dass das nicht wieder überhandnimmt, und sich dann wieder die anderen ansiedeln. Oder, dass man zum Beispiel wie in Rabac – Rabac ist in Kroatien – dass man da nicht dann diese Fischereihäfen, dass man das dann zerstört oder angreift. Da sollte man schon noch mit den Einheimischen halt eher kooperieren. Aber das ist halt auch eine Kunst, die muss halt auch jemand draufhaben, dass man das machen kann. Weil sonst, wenn da irgendein Anbieter kommt von Phönix Reisen und der sagt: Ok, er legt da jetzt was hin, macht mir da drei Geschäfte auf. Er fährt mit dem Carnival Cruises ein und liegt auf vor Tender und schifft auch täglich im Intervall 200 Amerikaner rüber, dann ist hier auch wieder die Heuschreckeninvasion. Dann ist das auch fatal. Da müssen schon die Profis ran, sag ich einmal so.
Stefan:
Dann haben wir die nächste Frage: Fehlen Online-Buchungsmöglichkeiten an unbekannten Urlaubsorten?
Fr. Siegl:
Absolut. Weil die Infrastruktur ist nicht ausgeweitet und anscheinend beschäftigt sich niemand mit dieser Nische und ist wahrscheinlich noch keiner draufgekommen. Weil in den Büchern steht immer „ja der Geheimtipp und der Geheimtipp“, aber das müsste man online auf E-Commerce-Basis auch gut verkaufen können.
Maria:
Gut. Frage 25 wäre: Welche Beeinträchtigungen entstehen durch Overtourism für die Einheimischen?
Fr. Siegl:
Die haben- denen wird dann wirklich einmal die Luft zum Atmen genommen. Sprich: Die haben schon keine Vergünstigungen mehr und können- wenn die selbst einkaufen müssen sie sich sogar ausweisen uns sagen: Sie sind ein Lokaler. Dann müssen die teilweise bei asiatischen Anbietern einkaufen, weil die dort überhandnehmen und die siedeln sich dann vielleicht sogar illegal an. Dann sind sie oft noch zu klein, dass sie ihre eigenen Produkte dann weiter- also die Felder bewirtschaften und dass sie das in großer Menge verkaufen. Weil wenn ich jetzt an Palma de Mallorca denke: Im Landesinneren gibt es so viele Finkas, wo Wein angebaut wird und wo sie Honig machen und ganz tolle Produkte. Aber das kommt an den- das kommt vorne gar nicht hin im Hafenbereich, weil dort schon die asiatisch Stämmigen sind und die Billigprodukte anpreisen.

Also die nehmen eigentlich den Einheimischen die Existenz auch im wahrsten Sinne des Wortes. Aber es sind jetzt nicht nur asiatische. Viele Deutsche auch, die einwandern und glauben, sie können jetzt einen Gewandladen aufmachen und da halt, ja, groß absahnen. Und da- deswegen lehnen sie sich eh auf und sind daher sehr verhalten. Aber wenn man mit Einheimischen dann spricht insbesondere und die Wertschätzung ist da und sie spüren das und dann helfen sie dir schon sehr viel weiter. Aber mir tun sie immer- wie gesagt, mir tun sie leid.

Stefan:

Ja, verständlich. Gut, dann zur letzten Frage vom Kapitel Overtourism: Welche Tipps und Ratschläge würden sie einem Reisenden geben, um Overtourism zu umgehen?

Fr. Siegl:

Ich würde vorschlagen, bevor man eine Reise antritt, selbst einmal recherchieren: Wo fahre ich hin, was sind die Orte, was ist der Hauptort, was sind die Nebenorte? Ein bisschen über die kleineren Dörfer recherchieren und individuell vielleicht Kontakt aufnehmen und nicht direkt über dann die Kreuzfahrt ein Paket zu buchen, sondern das individuell dort zu machen und schon wirklich daheim mit Einheimischen oder dort von der Tourismusstelle direkt Kontakt aufzunehmen, weil man glaubt nicht, wie zuvorkommend die sind, wenn man da anruft aus Österreich und sagt man ruft aus Österreich an: „Hallo, ich rufe aus Österreich an. Ich möchte nur gerne wissen, wie ist bei euch das Wetter so und was könnt ihr so empfehlen? Ist es gescheit nach Cala Ratajada zu fahren?“ – zum Beispiel. Die freuen sich so und da wird kein Einheimischer sagen: Nein, das macht er nicht. Und wenn du so deine Route planst und individuell gestaltest, weil es von den Anbietern her ja nur mehr diese Pakete und Pakete und gut und günstig gibt, dann, dann wirst du bestimmt- dann kann ich nur zu jedem Reisenden sagen: „Schau dir das vorher an und geh dorthin, wo sonst keiner hingeht“. Und die Einheimischen geben dir dann sowieso einen Tipp und sagen: „Und fahr dorthin in diese Höhle, weil da sind keine Touristen und besichtige das und das“.

Maria:

Mhm, ok. Sehr gut. Gut. Dann kommen wir noch zu dem größeren Thema Nachhaltigkeit. Da wäre unsere erste Frage dazu: Nutzen Reedereien das Thema Nachhaltigkeit als eine Art Marketingstrategie?

Fr. Siegl:

Wäre schön, aber was mir bekannt ist, nutzen sie es nicht. Also, wäre mir nichts aufgefallen. Voriges Jahr nicht und, und davor auch nicht.

Stefan:

Ok, also nicht, dass sie jetzt irgendwie so angeben: „Wir sind diese Reederei, wir sind nachhaltig, kommt zu uns, weil bei uns ist weniger CO2-Ausstoß“ - ist nicht bekannt?

Fr. Siegl:

Nein. Also nicht, dass ich das jetzt- mit dem wird nicht- das ist keine Marketingstrategie.

Stefan:

Ok, passt perfekt. Dann kommen wir gleich zur nächsten Frage: Welche Anbieter sind Vorreiter und setzen das Thema Nachhaltigkeit auf Schiffen auch tatsächlich um?

Fr. Siegl:

Da kann ich eines dazu sagen. Da muss ich wieder zurückgreifen auf meine alte Firma, auf Silverseas. Weil die haben nämlich 2000 schon zum Thema Nachhaltigkeit – ich hatte viele Antarktis- und Cap Hornumsegelungen – und die haben da wirklich in Namibia mit dem Wüstenthema was und Naturschutzgebiete und Galapagosinseln wo wir waren – da haben sie wirklich nur auf eine begrenzte Passagierzahl- und da haben sie schon sehr auf Nachhaltigkeit gesetzt.

Oder Machu Picchu auch, dass sie da nicht das Tierreich oder die Umwelt zerstören. Das ist jetzt das Einzige, was mir in Punkto Nachhaltigkeit wirklich einfällt. Und ansonsten: Ja die Mülltrennung an Bord schon aufgrund von USPH sowieso. Aber, dass sie jetzt werben dafür, nein. Vorreiter nur im Sinn von, ja, Silversea damals.

Maria:

Legen Kreuzfahrtgäste hohen Wert auf ein nachhaltiges Kreuzfahrtschiff?

Fr. Siegl:

Es gibt- naja: 10 % sage ich einmal, fragen vielleicht nach: „Was passiert mit dem Schwarzwasser? Wie wird der Müll ausgeschieden? Wo kommt das hin?". Vereinzelt sind Anfragen, aber, dass sie einen hohen Wert darauflegen, finde ich jetzt nicht. Weil, ich kann nur ein Beispiel dazu sagen: Wir haben damals am 6-Sterne-Plus-Schiff Toilettenpapier verwendet, und für alle das gleiche. Und es stand auf den Gästekommentaren darauf, weil ich habe es müssen selber eingegeben: „The toilet paper is too rough". Und da denke ich mir, wir haben damals sicher auf so ein Recyclebares haben wir gehabt. Und dann schreiben sie- dann können sie keinen hohen Wert darauflegen. Damals schon nicht und heute auch nicht. Wenn sie mir damals schon darauf geschrieben haben. Ja, ist ein gutes Beispiel.

Stefan:

Gut. Ich glaube, ich bin dran, Maria? Ja, und zwar zur Frage 30: Inwiefern werden Kreuzfahrtschiffe nachhaltiger gemacht?

Fr. Siegl:

Inwiefern, naja …

Stefan:

Also wenn Ihnen etwas bekannt ist – sonst überspringen wir die Frage. Das ist kein Problem. Also irgendwelche Innovationen.

Fr. Siegl:

Ja, also, sie müssen ja mit der Zeit sowieso gehen und sie müssen ja die Regeln einhalten. Aber das sind ja jetzt Vorgaben, sie sind ja schon strenger geworden. Aber sie richten sich wirklich nach diesen Regeln und das machen sie, was sie tun müssen, das machen sie laut Vorgabe. Aber sonst von selbst aus kenne ich keinen Kreuzfahrtanbieter, der diese Nachhaltigkeit bewusst jetzt forciert. Also das einzige – genau, das hätte ich jetzt fast vergessen – wenn ich in der Kabine jetzt bin, oder in der Suite bin – gut. Das mit den Towels: „Bitte legen Sie nur die Handtücher am Boden …" – aber das kennen wir vom Hotel auch „… die sie auch benutzt haben" – save the world, ja. Solche Pickerl hat es damals schon - fällt mir jetzt gerade ein – solche Pickerl hat es damals schon gegeben. Ja aber das ist wirklich- und werfen Sie keine Bananenschalen in das Toilettensystem, weil sonst das Abwassersystem nicht funktioniert. Sonst ist der Kreislauf gestört. Das sind alles Vorgaben, sonst funktioniert das ganze nicht, ja? Aber was- dass jetzt einer extra noch sagt, er legt jetzt eine Scheibe noch darauf und er stattet jetzt alles aus mit irgendwelchen speziellen Filteranlagen – was weiß ich -die die Luft speziell- oder so irgendwas nachhaltig- ist mir nicht bekannt.

Maria:

Ok. Gut. Dann die nächste Frage: Welche Reederei ist zurzeit die nachhaltigste am Markt?

Fr. Siegl:

Puh …

Stefan:

Kein Problem!

Fr. Siegl:

Kann ich nicht sagen.

Stefan:
Nein, macht gar nichts.
Maria:
Macht nichts.
Fr. Siegl:
Da müsste ich jetzt ein Kreuzfahrttester sein und ich will da niemanden anprangern.
Stefan:
Nein, das passt. Das ist kein Problem.
Fr. Siegl:
Ihr könnt reinschreiben Silverseas, weil da weiß ich- weil die von der Qualität am höchsten sind.
Stefan:
Super.
Fr. Siegl:
Ihr könnt ruhig Silversea reinschreiben.
Stefan:
Passt. Gut. Dann zur Frage 32: Bedeutet Nachhaltigkeit auf Schiffen gleichzeitig eine Preissteigerung, bzw. sind nachhaltige Schiffe im Schnitt teurer als herkömmliche Schiffe?
Fr. Siegl:
Ja das wäre mit Sicherheit- ja, natürlich, weil der Aufwand ist größer.
Maria:
Gut, dann: Gibt es besondere Merkmale im Allgemeinen oder im Buchungsverhalten von Passagieren, denen Nachhaltigkeit ein Anliegen ist?
Fr. Siegl:
Naja, dieses Buchungsverhalten kann ich jetzt nicht beurteilen. Aber die Frage vorhin war ja schon, dass Nachhaltigkeit ja – vereinzelt fragen sie – aber es ist nicht vorrangig. Wäre mir nichts aufgefallen.
Stefan:
Mhm, ok. So, dann hätten wir bei der Frage 34 noch etwas Interessantes, und zwar: Warum fahren manche Schiffe statt nationaler Flagge unter internationaler Flagge? Und, glauben Sie, werden rechtliche Rahmenbedingungen dabei von manchen Ländern ausgenutzt?
Fr. Siegl:
Ja natürlich, das war schon immer so. Wir sind zum Beispiel- die Reederei war in Genua und wir sind unter der Flagge Nassau/Bahamas gefahren. Und alle die Steuerparadies- Steuern sparen möchten natürlich, melden Briefkastenfirmen in Nassau/Bahamas an. Das ist der Grund.
Stefan:
Also steuerrechtliche Gründe?
Fr. Siegl:
Ja, genau.
Maria:
Dann die nächste Frage: Steht die Schiffsgröße in direktem Zusammenhang mit der Nachhaltigkeit?
Fr. Siegl:
Also wir haben jetzt 2021 und ich denke einmal: Wenn die neue Schiffe jetzt launchen und bauen, dann werden sie jetzt bestimmt auch schon- das wird ein großes Thema sein. Ich kann es jetzt nicht konkret sagen, aber, ahm, die haben die Konzepte jetzt bestimmt angepasst.

Ich müsste mich da jetzt einlesen, aber das, das traue ich mich schon zu behaupten, dass das jetzt mit dem ganzen Abwassersystem und wie das alles gefiltert wird, dass die da schon moderner sind, also vor 20 Jahren.

Stefan:

Also kann man auch sagen, dass zum Beispiel jetzt große Schiffe automatisch nicht so umweltfreundlich sind, wie kleine zum Beispiel. Also, dass man da ein bisschen eine Relation herstellt. Oder umgekehrt: Dass große nachhaltiger sind, kleine eher nicht? Also da gibt es jetzt keinen Zusammenhang?

Fr. Siegl:

Nein, sagen wir so: Neue Schiffe sind nachhaltig und die alten gar nicht. Weil ich bin auf zwei alte Dampfer gefahren 2019/2020. Die waren von 1991 – sind die getauft worden. Und das war von der Nachhaltigkeit 0. Und das kommt wirklich vom Alter, vom Schiff- die können einhunderttausend Mal restaurieren, aber du kannst die Abwasseranlagen und wie das alles gesteuert ist und wie die Abzüge sind und die Klimaanlagen und wie das alles funktioniert. Das war wirklich sowas von Retro und nicht nachhaltig. Also da kann man nicht sagen groß oder klein. Da kommt es wirklich darauf an Neubau – wie jung ist das Schiff? Und das ist leider so jetzt – das muss ich auch noch dazu sagen. Das ist ein ganz ein wichtiger Punkt. Vielleichtkönnt ihr den später noch einbauen. Es gibt viele Anbieter, die kaufen ganz alte Schiffe wie 1991 Baujahr, wirklich Retro, oder von 1984 und bauen diese dann komplett um. Aber das Gerüst und die Pipes, die Rohre, das ganze System, Abwasser und das, das können sie nicht erneuern. Es wird nur was man sieht erneuert und raufgeschraubt extra noch. Aber Nachhaltige ist da wirklich dann wie jung ist das Schiff und wie alt ist das Schiff. Da sollte man sich dann immer schauen: Baujahr. Also wenn man ein Schiff bucht als Passagier und ich buche zum Beispiel die MS Amadea und ich schau rein: Wann ist das Baujahr? Dann sehe ich, es ist in 91 gebaut – aha, das ist das jetzige Traumschiff.

Stefan:

Ok, alles klar.

Fr. Siegl:

Also das ist ein kleiner Tipp, wo man darauf achten kann, als Passagier. Wenn man nachhaltig Reisen möchte, dann muss ich mit einem neu gelaunchten, das 2020 gebaut worden ist – und nicht umgebaut worden.

Maria:

Stefan, ich glaube du.

Stefan:

Echt wahr? Gut. Dann haben wir hier Frage 36: Besteht derzeit ein nachhaltiges Antriebskonzept, bzw. sind welche in Planung? Oder bestimmte Schiffsklassen, die nachhaltig sind?

Fr. Siegl:

Ich denke bestimmt, aber ich kann es nicht sagen, weil ich jetzt derzeit nicht in der Branche bin. Aber ich sag einmal ja, weil ich weiß, dass Silversea – meine Firma – jetzt ein neues Schiff gelauncht hat, und die haben bestimmt alles super ein Konzept gemacht. Da könnt ihr sagen ja, aber nur die jetzigen.

Stefan:

Ja, alles klar.

Maria:

Ok. ok. Gut. Und das nächste ist auch ein bisschen eine schwierige Frage, glaube ich: Welche Nachhaltigkeitsstandards sind im Gesetz verankert?

Fr. Siegl:
Das müsst ihr euch googeln.
Stefan:
Ja, das ist kein Problem. Das hat Andreas damals auch schon gesagt, dass es für ihn auch eine schwierige Frage.
Fr. Siegl:
Das ist internationales Schiffsrecht.
Stefan:
Wird sich auch immer ein bisschen ändern von Land zu Land.
Fr. Siegl:
Das ist verschieden. Die Nachhaltigkeitsstandards sind wirklich von Hafen zu Hafen verschieden, wenn man anfährt. Du hast genau in jedem Hafen die Vorgaben und es gibt für jeden Hafen ein eigenes Protokoll, wenn du einläufst mit dem Schiff oder ausläufst, was du einzuführen hast und mit was du wieder ausfahren darfst. Das ist wirklich von Hafen zu Hafen verschieden, muss vorher angefragt werden und das habe ich am Schiff auch müssen alles Last-Minute raussuchen – eine Doktorarbeit, sage ich da nur dazu. Aber das kann ich nur so beantworten, diese Frage.
Stefan:
Alles klar. Ist Ihnen eine Reederei bekannt, die über die gesetzlichen Mindestanforderungen bezüglich Nachhaltigkeit hinausgeht?
Fr. Siegl:
Kann ich jetzt nicht beantworten, aber ihr könnt Silversea wieder nehmen als Beispiel. Weil die waren wirklich zu damaligen Zeiten wirklich top. Muss ich sagen.
Stefan:
Ok, super. Dankeschön.
Maria:
Passt. Dann die vorletzte Frage: Wie kann einerseits von den Passagieren und andererseits vom Personal Nachhaltigkeit an Bord gelebt werden?
Fr. Siegl:
Die Passagiere werden immer wieder durch Aufkleber hingewiesen. Oder durch Beschilderungen hingewiesen, wie sie sich zu verhalten haben, was sie tun sollen, dass die keine Gegenstände über Bord werfen. Das gilt genauso für die Besatzung. Dass sie keine Gegenstände in die Toilette reinwerfen, um nicht das ganze System „out of order“ zu bringen. Ahm, dann mit diesen Handtüchern; dass sie da auch bitte auf die Umwelt schauen: „Save the world – save the company“. Für die Crew ist es die Company, Save the world, das ist für den Passagier. Und auch die Regelungen, wie sie sich zu verhalten haben, wenn sie an Land gehen. Es gibt natürlich auch Aufsteller- die haben wir gehabt: „Wie verhält man sich am Land – bitte nichts wegwerfen“ und sonstige Sachen. Dass man halt die Ressourcen nutzt. Sonst, und für die Mitarbeiter: Nachhaltigkeit – das geht halt nur in einem gewissen Grad, weil auf internationalen Gewässern hat man ja- bei uns in Österreich heißt es ja HACCP. Und das heißt auf Englisch USPH. Du darfst nur in einem amerikanischen Hafen einfahren, wenn du 100 Punkte erreicht hast, bzw. 98 geht noch. Und da ist das Thema Nachhaltigkeit für das Personal schon ein Wahnsinn gewesen, weil aus hygienischen Gründen musste man in der Bar, wenn der Tomatensaft oder der Orangensaft offen war und in einer Karaffe drinnen war – musste das alles weggeschüttet werden – weggeschüttet – und wir haben dann gesagt, die Crew: „Na wir trinken den Tomatensaft dann selber, bevor wir ihn wegschütten“.

Stefan:
Kurzes Stichwort nur: Umweltoffiziere: Ist Ihnen so etwas bekannt am Schiff?
Fr. Siegl:
Natürlich, den gibt es! Und der hat eine wirklich eine – habe selber zusammengearbeitet mit ihm – der muss ganz viele Dinge beleuchten und dokumentieren. Und der ist aber auch für die Hygiene und Umwelt zuständig an Bord und das ist wirklich – das sind Doktorschreibarbeiten. Und er macht immer wieder Inspektionen und findet Sachen und zeigt die Sachen auf. Und speziell halt dann nicht für die Passagiere, sondern eher im Besatzungs- und Crewbereich, wo er dann halt Fehler aufdeckt, hygienische Maßnahmen und auch nahhaltig versucht. Aber wenn der Umweltoffizier zu einem Küchenchef kommt, der sowieso ein Choleriker ist bist zum geht nicht mehr – und dann sagt der Umweltoffizier zu ihm – „du verschwendest da irgendwas" – dann wird er auch ein Problem kriegen. Weil wir wissen alle in der Hotellerie, wie die ticken in der Küche. Und wenn dann der Umweltoffizier –Environment and Safety Officier wurde das bei uns, genau – dann kommt und etwas sagt, dann ist der nicht der gerngesehendste Mann an Bord. Ich habe mit ihm ein Büro geteilt nämlich mit unseren Environment and Safety Officier und er hat immer geschrieben: Artikel und alles. Und er hat immer gesagt: Er ist der unbeliebteste Mann an Bord, weil überall wo er hinkommt – wenn er halt etwas findet, muss er es aufzeigen und er muss einen Bericht schreiben und das dann auch an die Reederei weitergeben.
Maria:
Also eigentlich ähnlich wie so ein Qualitätsmanager?
Fr. Siegl:
Ja, nur hat er bei uns geheißen „Environment Officier". Auch mit Streifen und so weiter und der hat direkt an die Reederei reportet. Nicht an den Veranstalter, sondern an die Reederei, die an Land war und der wurde dann auch auditiert.
Stefan:
Ok, gut. Dann sind wir schon bei der letzten Frage angelangt, und zwar: Welche Tipps und Ratschläge können Sie einem Kreuzfahrtpassagier geben, um bei Landausflügen oder Zwischenstopps möglichst nachhaltig zu agieren.
Fr. Siegl:
Ja, der soll sich so verhalten, wie er sich zu Hause auch verhält und wie er auch gerne leben möchte. Wie sein zu Hause ist, wie seine Toilette verlässt, so soll er dort auch die Meschen und die Umwelt behandeln, wo er sich befindet in dem Territorium. Und nicht wie die Henne den Dreck fallen lassen, sondern einfach so das verlassen, wie er es auch gerne verlassen will. Also mitdenken. Mit Herz, mit Hirn einschalten und mit Humor und auf spaßmäßig das sagen. Da wären wir wieder beim Anfang nachher. Ich beschreibe mit drei Hs die Kreuzfahrt: Du brauchst dein Herz, dein Hirn dabei und einen Humor auch.
Stefan:
Perfekt, sehr schön.
Maria
Sehr schöne abschließende Worte.
Stefan:
Dann bedanken wir uns recht herzlich für das Interview und wir werden das natürlich verarbeiten Ihnen dann auch alles zukommen lassen.
Fr. Siegl:
Ich hoffe, ich konnte euch weiterhelfen.
Stefan:
Sehr viel sogar. Dankeschön!