

DOKUMENTATION


Studie: Kreuzfahrtportale 2016



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv
Hamburg, 1. April 2016

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die Dokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Zertifizierungen oder Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie rund 1.500 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Gunnar Uldall / Wirtschaftssenator a.D. (Vorsitz), Johann C. Lindenbergh / Dipl.-Volkswirt, Hamburger Hochschulrat, Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen

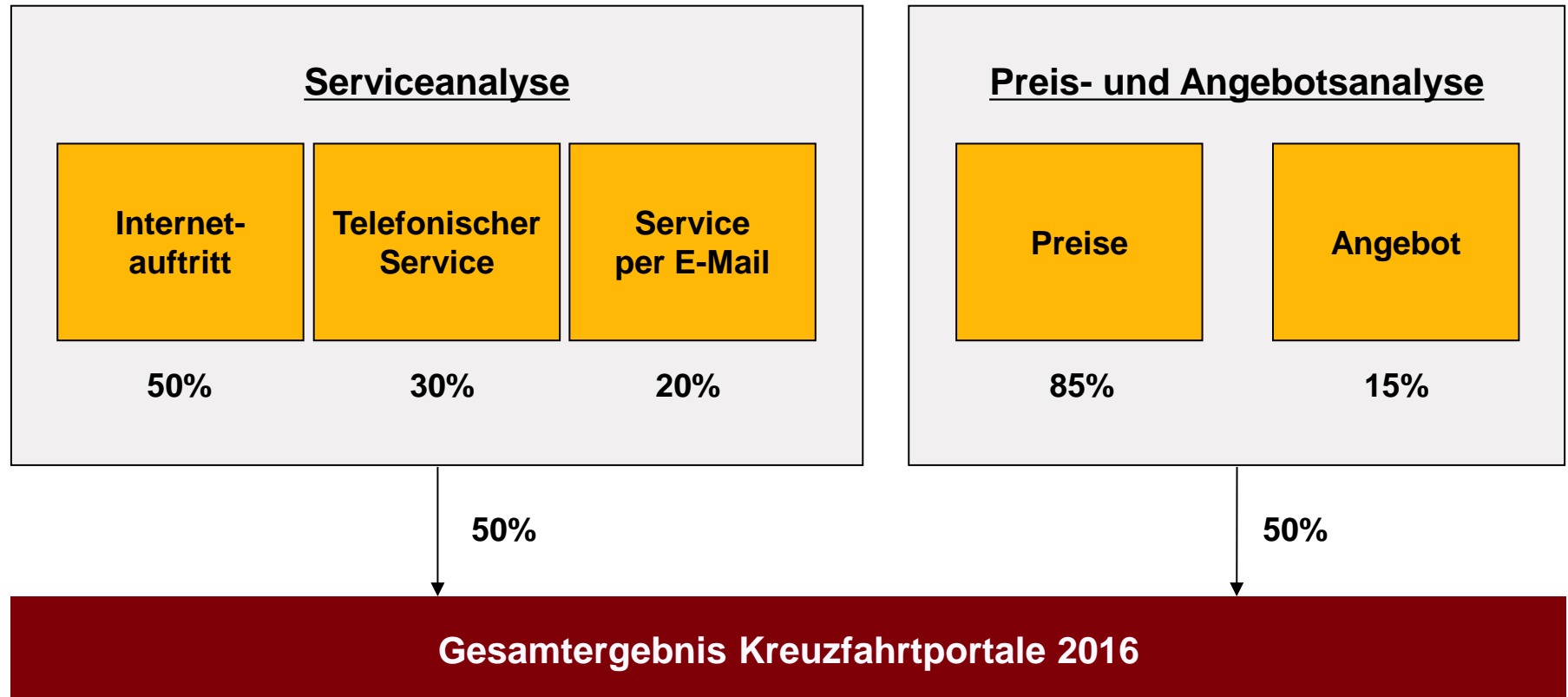
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	11
Internetauftritt	12
Telefonischer Service	13
Service per E-Mail	14
Preis- und Angebotsanalyse	15
6. Ergebnisse der Unternehmen	16
Serviceanalyse	20
Preis- und Angebotsanalyse	22
7. Methodik	24
Serviceanalyse	26
Preis- und Angebotsanalyse	34
Anhang: Tabellen	37

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender n-tv
Studienumfang	10 Kreuzfahrtportale
Studienzeitraum	Dezember 2015 bis Februar 2016
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (Hochschule Regensburg)
Analysebereiche	Service, Preise und Angebot
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 310 Servicekontakte (31 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 10 Inhaltsanalysen der Internetauftritte einschließlich der Analyse von Transparenz und Sicherheit der Websites (1 je Anbieter)■ 100 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)■ 100 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)■ 100 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)
Preis- und Angebotsanalyse	Umfassende Bewertung der Preise und Verfügbarkeit von zehn definierten Kreuzfahrtreisen (Erhebungszeitraum: 25. bis 27. Januar 2016)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



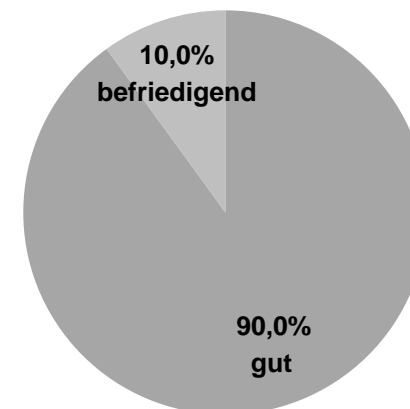
2. Fazit

- **Lohnender Preisvergleich:** Bei allen untersuchten Kreuzfahrten waren zwischen den Portalen Preisunterschiede zu verzeichnen. Im Fall einer Karibikreise konnten Kunden bei Wahl des günstigsten Anbieters sogar bis zu rund 30 Prozent der Kosten sparen.
- **Rabatte machen den Unterschied:** Einige Kreuzfahrtportale gewährten bei der Buchung Rabatte oder andere geldwerte Vorteile, beispielsweise Boni in Form von Bordguthaben.
- **Reiseauswahl mit Hindernissen:** Die Kreuzfahrtportale offenbarten ausgerechnet im Internet unerwartete Schwächen. Der Informationswert der Seiten erwies sich als vergleichsweise gering und die Suche nach der Traumreise war durch eingeschränkte Funktionen wenig komfortabel. Das Angebot selbst war allerdings häufig umfangreich und deckte zahlreiche Reedereien und Veranstalter ab.
- **Guter Service per E-Mail und am Telefon:** Auf Anfragen per E-Mail reagierten die Anbieter nicht nur relativ schnell, sondern auch mit inhaltlich stets korrekten und verständlichen Auskünften. Am Telefon überzeugte die Kompetenz der Mitarbeiter; allerdings waren die Beratungen hier nicht selten etwas zu oberflächlich und unvollständig.
- Kreuzfahrten kosten keineswegs überall das Gleiche. Beim Preisvergleich sollten Kunden insbesondere **Vorteile wie Bordguthaben** berücksichtigen. Die Internetseiten bieten teils aber nur dürftige Informationen. Bei Beratungsbedarf kann deshalb der Kontakt per Telefon oder E-Mail hilfreich sein – häufig trifft man auf **freundliche, fachkundige Mitarbeiter**.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Kreuzfahrtportale			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Kreuzfahrten.de	77,6	gut
2	Kreuzfahrtberater.de	77,4	gut
3	E-hoi.de	75,8	gut
4	Go7seas-Kreuzfahrten.de	74,8	gut
5	Cruise24.de	74,0	gut
6	Kreuzfahrten-Flemming.de	73,9	gut
7	Dreamlines.de	72,6	gut
8	Kreuzfahrtschnaepchen.com	72,1	gut
9	Kreuzfahrten-Zentrale.de	71,0	gut
10	Cruiseportal.de	67,2	befriedigend
	Branche (Mittelwert)	73,7	

Verteilung der Qualitätsurteile



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Kreuzfahrtportale			Service- analyse		Preis- und Angebotsanalyse	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Kreuzfahrten.de	77,6	2	72,8	2	82,5
2	Kreuzfahrtberater.de	77,4	6	67,9	1	86,9
3	E-hoi.de	75,8	4	70,8	4	80,8
4	Go7seas-Kreuzfahrten.de	74,8	3	71,8	6	77,9
5	Cruise24.de	74,0	5	69,1	5	78,9
6	Kreuzfahrten-Flemming.de	73,9	9	66,1	3	81,7
7	Dreamlines.de	72,6	1	72,8	10	72,4
8	Kreuzfahrtschnaepchen.com	72,1	7	66,9	7	77,2
9	Kreuzfahrten-Zentrale.de	71,0	8	66,5	9	75,5
10	Cruiseportal.de	67,2	10	58,9	8	75,6
Branche (Mittelwert)		73,7	68,4		78,9	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

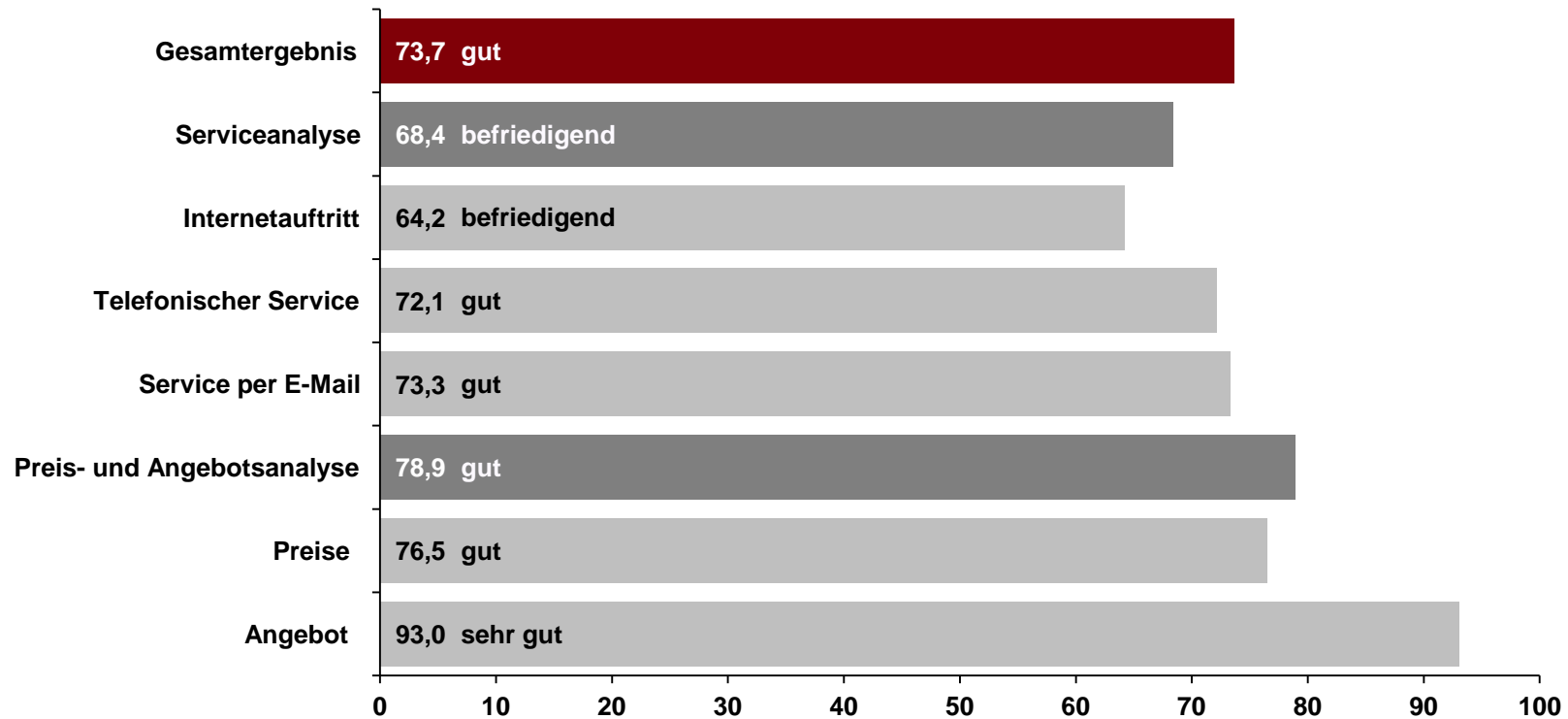
4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Kreuzfahrten.de	Kreuzfahrtberater.de	E-hoi.de
Serviceanalyse	Dreamlines.de	Kreuzfahrten.de	Go7seas-Kreuzfahrten.de
Internetauftritt	Dreamlines.de	E-hoi.de	Kreuzfahrten.de
Telefonischer Service	Go7seas-Kreuzfahrten.de	Kreuzfahrten-Zentrale.de	Kreuzfahrten-Flemming.de
Service per E-Mail	Kreuzfahrtberater.de	Kreuzfahrten.de	Cruise24.de
Preis- und Angebotsanalyse	Kreuzfahrtberater.de	Kreuzfahrten.de	Kreuzfahrten-Flemming.de
Preise	Kreuzfahrtberater.de	Cruise24.de	Kreuzfahrten-Flemming.de
Angebot	Sechs Unternehmen*	–	–

* Cruiseportal.de; E-hoi.de; Kreuzfahrtberater.de; Kreuzfahrten.de; Kreuzfahrten-Zentrale.de; Kreuzfahrtschnaepchen.com

5. Stärken und Schwächen der Branche

Branchenergebnisse in den Leistungsbereichen (Punkte)



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

5. Stärken und Schwächen der Branche

Internetauftritt

Stärken

- Kundenfreundlich im Buchungsprozess bei allen Anbietern:
 - Keine Preisänderungen im Verlauf
 - Keine Reiseversicherungen oder Newsletter-Abos voreingestellt
- Auf allen Kreuzfahrtportalen vorhanden: Fotos der Schiffe und Kabinen sowie Informationen zu Reedereien
- Buchungen auch ohne vorherige Registrierung möglich
- Verständlich formulierte Inhalte (in 89,0% der Nutzerbewertungen)
- Websites aus Nutzersicht strukturiert (84,0%) und intuitiv navigierbar (80,0%)

Schwächen

- Fehlender Hinweis auf Stornierungsbedingungen vor Abschluss der Buchung/Anfrage bei sieben der zehn Unternehmen
- Kein Portal wies im Buchungsprozess auf Datenschutzerklärung hin
- Keine allgemeinen Preisangaben zur Reiseversicherung bei sieben Portalen
- Teils eingeschränkte Funktionen zur Kreuzfahrtauswahl:
 - Bei sechs der zehn Portale kein Merkzettel zur Angebotsspeicherung
 - Bei vier der zehn Seiten keine Kundenbewertungen zu angebotenen Reisen
- Wenig ansprechende Seitenoptik (in 42,0% der Nutzerbewertungen)

5. Stärken und Schwächen der Branche

Telefonischer Service

Stärken

- Kompetenz der Angestellten:
 - Mit einer Ausnahme stets korrekte Informationen
 - Souveränes Auftreten der Mitarbeiter (in fast vier Fünftel der Fälle)
 - Mehr als drei Viertel der Beratungen individuell geführt
- Informationen inhaltlich gut verständlich (in 84,0% der Gespräche)
- Freundliche Mitarbeiter (86,0% der Fälle)
- 95,0% der Gespräche schon im ersten Anrufversuch zustande gekommen
- Niedrige Telefongebühren durch Ortsvorwahlen (sieben der zehn Portale); drei Anbieter mit kostenfreien Nummern

Schwächen

- Antworten in 43,0% der Telefonate unvollständig – knappe Antworten, etwa auf die Frage, was bei Kabinenwahl zu beachten ist
- Wartezeiten von im Schnitt über einer halben Minute; mehr als jeder zweite Anruf erst nach über 20 Sekunden angenommen
- In 37,0% der Telefonate wurde Kunden- bzw. Produktnutzen zu wenig deutlich
- Jeder dritte Mitarbeiter im Kundengespräch zu passiv
- Kommunikative Standards:
 - In 78,0% der Beratungen keine Namensansprache des Anrufers
 - Keine ansprechende Verabschiedung bei 54,0% der Gespräche

5. Stärken und Schwächen der Branche

Service per E-Mail

Stärken

- Schnelle Reaktion: Antworten trafen im Schnitt nach knapp acht Stunden ein
- Sämtliche Auskünfte inhaltlich korrekt
- Antworten strukturiert (97,8% der Fälle) und inhaltlich meist leicht nachvollziehbar (93,3%)
- 83,3% der E-Mails freundlich formuliert
- Kommunikative Standards oft eingehalten:
 - Anrede mit Namen (94,4%)
 - Nennung wichtiger Kontaktdaten und ein Dank für Kontaktaufnahme in jeweils 85,6% der Fälle

Schwächen

- 38,9% der E-Mail gingen nicht vollständig auf die ursprüngliche Anfrage ein – häufig nur Verweis auf eine telefonische Beratung
- Mangelnde Individualität bei 40,0% der Antworten
- Nutzen für Kunden in 72,2% der Fälle zu wenig herausgestellt
- Rechtschreibfehler in jeder zweiten E-Mail
- Versand einer Empfangsbestätigung nur in Ausnahmefällen

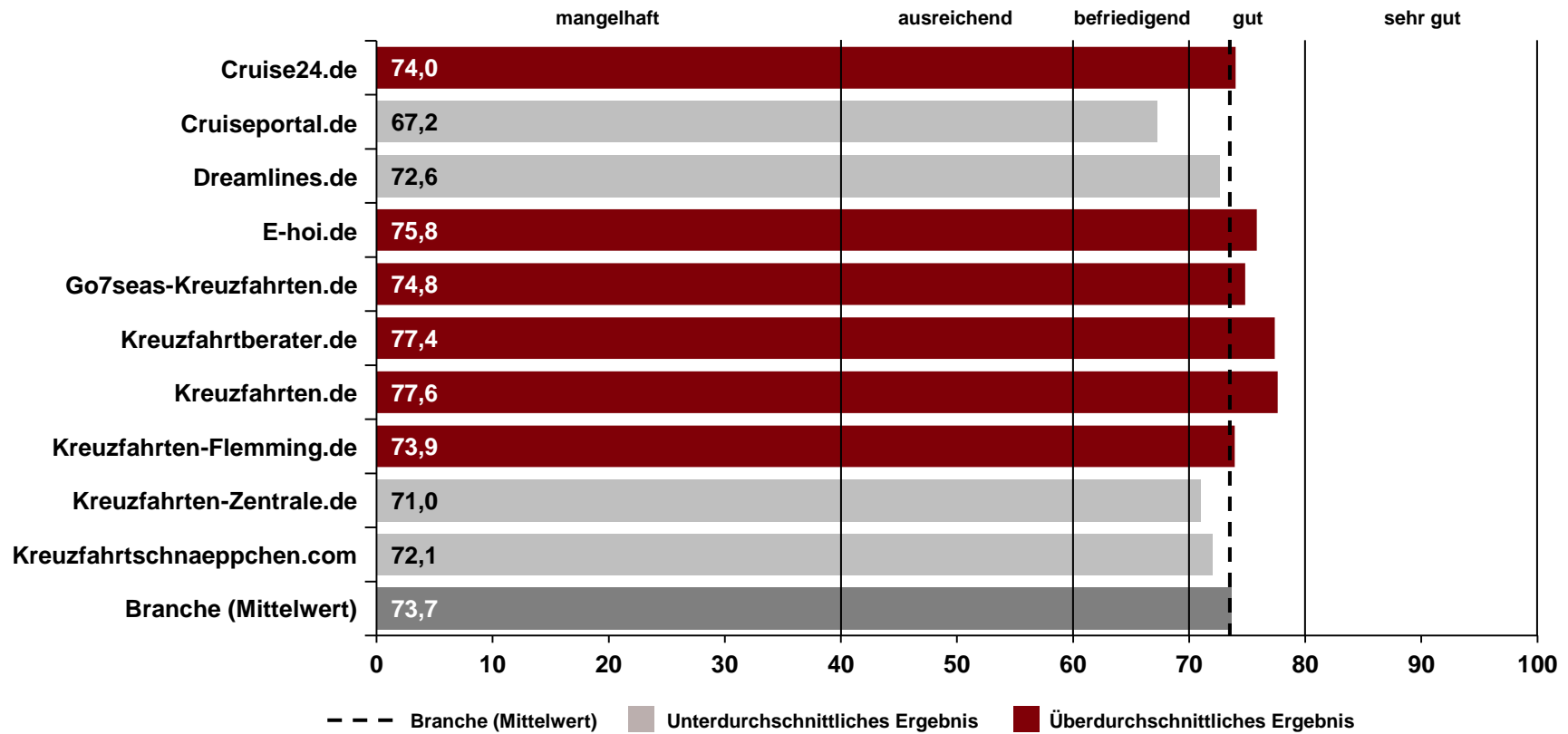
5. Stärken und Schwächen der Branche

Preis- und Angebotsanalyse

- Trotz identischer Kreuzfahrten und gleicher Vorgaben traten bei allen zehn untersuchten Reisen Preisunterschiede zwischen den jeweils günstigsten Angeboten auf – diese entstanden beispielsweise durch aktuelle Rabattaktionen oder Boni
- Einige Unternehmen gewährten teilweise oder sogar generell Bord- oder Ausflugs Guthaben
- Einsparpotenzial bei Wahl des jeweils günstigsten anstelle des teuersten Anbieters:
 - Im Durchschnitt aller zehn untersuchten Kreuzfahrten: 11,4%
 - Höchste Ersparnis im Einzelfall: 30,4% (Karibik-Kreuzfahrt mit der „Carnival Dream“)
 - Geringste maximale Ersparnis bei einer Kanaren-Kreuzfahrt („AIDA blu“): 3,0%
- Kein Anbieter offerierte durchweg die günstigsten oder aber die teuersten Reisen
- Kreuzfahrtportale mit insgesamt sehr umfangreichem Angebot:
 - Sechs von zehn Unternehmen boten alle zehn geprüften Kreuzfahrten
 - Lediglich ein Unternehmen hatte drei der zehn Reisen nicht im Angebot

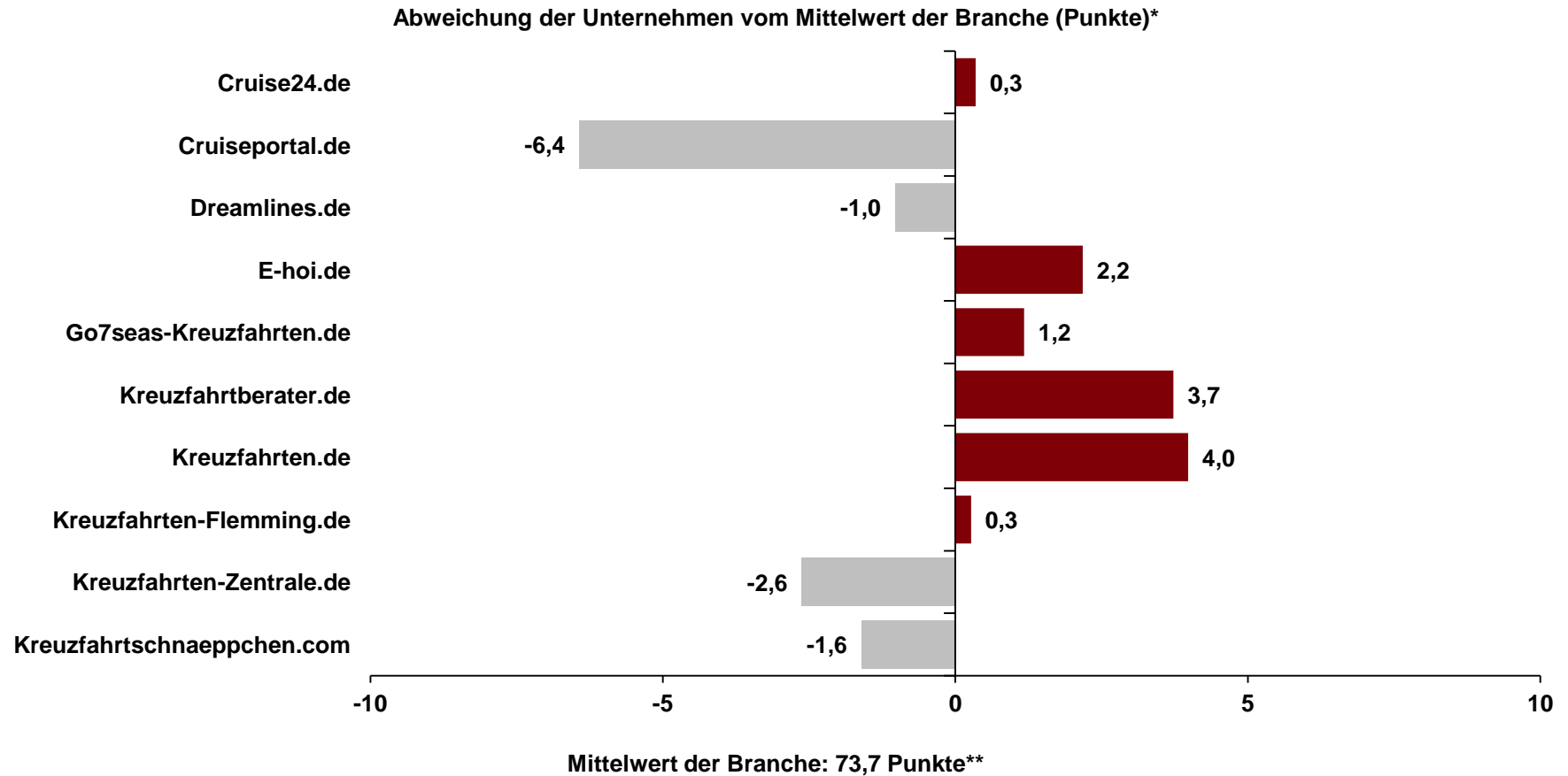
6. Ergebnisse der Unternehmen

Gesamtergebnisse der Unternehmen (Punkte)



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

6. Ergebnisse der Unternehmen



* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben.
** Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar).

6. Ergebnisse der Unternehmen

Platz 1

Als Testsieger ging **Kreuzfahrten.de** mit dem Qualitätsurteil „gut“ aus der Studie hervor. Die strukturierten und übersichtlichen Portalseiten bestachen auch durch umfangreiche fachspezifische Informationen, beispielsweise zahlreiche Suchoptionen sowie Zusatzinfos zu Reiseregionen oder zu den Kosten einer Reiseversicherung. Der Service per E-Mails war ausgesprochen gut – auf Anfragen reagierte der Anbieter mit individuellen, zumeist vollständigen Auskünften. Die Hotline-Mitarbeiter punkteten mit ihrer Freundlichkeit und der oftmals aktiven Gesprächsführung. Bei der Preis- und Angebotsanalyse erzielte das Unternehmen ein sehr gutes Ergebnis. Das Portal offerierte Angebote für sämtliche Kreuzfahrten im Test. Die Preise waren in der Hälfte der Fälle günstiger als der Branchenschnitt, bei zwei Reisen waren sie sogar mit am niedrigsten.

Platz 2

Den zweiten Rang belegte **Kreuzfahrtberater.de** (Qualitätsurteil: „gut“). Das Portal lag im Preisvergleich vorne – jede zweite der untersuchten Reisen war nirgendwo günstiger als hier; neun der zehn Kreuzfahrten lagen preislich unter dem Branchenschnitt der jeweils günstigsten Angebote. Das Portal bearbeitete E-Mail-Anfragen mit der vergleichsweise besten Qualität – die Antworten waren sehr individuell und verständlich. Der gute Internetauftritt bot auch Kundenbewertungen der Kreuzfahrten und sorgte mit einer sichtbaren SSL-Verschlüsselung für den Schutz der Kundendaten im Buchungsprozess.

6. Ergebnisse der Unternehmen

Platz 3

Rang drei nahm **E-hoi.de** ein, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Das Portal überzeugte in der Preis- und Angebotsanalyse mit einem sehr guten Resultat. E-hoi unterbreitete zu allen gesuchten Kreuzfahrten passende Angebote, die zudem in zwei von zehn Fällen mit am günstigsten waren. Im Servicebereich fiel der insgesamt zweitbeste Internetauftritt positiv ins Gewicht. Die Seiten waren intuitiv navigierbar, verständlich aufbereitet und optisch ansprechend. Features wie zahlreiche Suchoptionen und ein Merkzettel erleichterten die gezielte Recherche nach passenden Angeboten. Dem Buchungsprozess lag eine sichtbare SSL-Verschlüsselung zum Schutz der Kundendaten zugrunde. Insgesamt gut war zudem der Service per E-Mail.

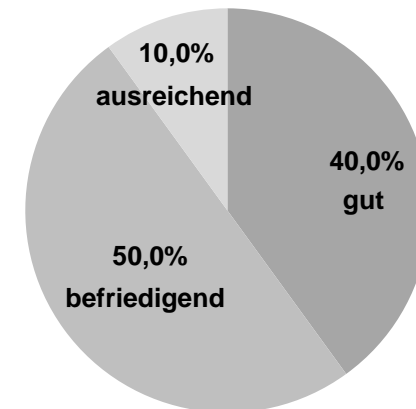
Platz 10

Cruiseportal.de kam mit dem Qualitätsurteil „befriedigend“ nicht über den letzten Rang hinaus. Insbesondere das Informationsangebot auf der Website offenbarte Defizite. Nutzer kritisierten zudem die mangelnde Übersichtlichkeit und die Optik des Internetauftritts. Und: Eine erkennbare Verschlüsselung des Buchungsprozesses lag nicht vor. Auch preislich überzeugte das Portal nicht: In neun von zehn Fällen lagen die Kreuzfahrtskosten über dem Branchenschnitt; vier der untersuchten Reisen zählten im Anbietervergleich zu den teuersten. Positiv dagegen: Die guten Serviceleistungen am Telefon und per E-Mail.

6. Ergebnisse der Unternehmen Serviceanalyse

Ergebnis Serviceanalyse			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Dreamlines.de	72,8	gut
2	Kreuzfahrten.de	72,8	gut
3	Go7seas-Kreuzfahrten.de	71,8	gut
4	E-hoi.de	70,8	gut
5	Cruise24.de	69,1	befriedigend
6	Kreuzfahrtberater.de	67,9	befriedigend
7	Kreuzfahrtschnaepchen.com	66,9	befriedigend
8	Kreuzfahrten-Zentrale.de	66,5	befriedigend
9	Kreuzfahrten-Flemming.de	66,1	befriedigend
10	Cruiseportal.de	58,9	ausreichend
Branche (Mittelwert)		68,4	

Verteilung der Qualitätsurteile



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

6. Ergebnisse der Unternehmen

Serviceanalyse

Ergebnis Serviceanalyse			Internet-auftritt		Telefonischer Service		Service per E-Mail	
100%			50%		30%		20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Dreamlines.de	72,8	1	74,6	5	72,1	8	69,5
2	Kreuzfahrten.de	72,8	3	72,0	8	68,9	2	80,4
3	Go7seas-Kreuzfahrten.de	71,8	6	66,2	1	80,5	6	72,6
4	E-hoi.de	70,8	2	72,8	9	66,8	7	72,0
5	Cruise24.de	69,1	5	66,6	10	66,2	3	79,9
6	Kreuzfahrtberater.de	67,9	7	61,2	7	70,3	1	81,1
7	Kreuzfahrtschnaepchen.com	66,9	4	67,2	4	73,4	10	56,7
8	Kreuzfahrten-Zentrale.de	66,5	9	56,5	2	78,3	5	74,1
9	Kreuzfahrten-Flemming.de	66,1	8	60,3	3	74,3	9	68,6
10	Cruiseportal.de	58,9	10	44,3	6	70,5	4	78,1
Branche (Mittelwert)		68,4				72,1		

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

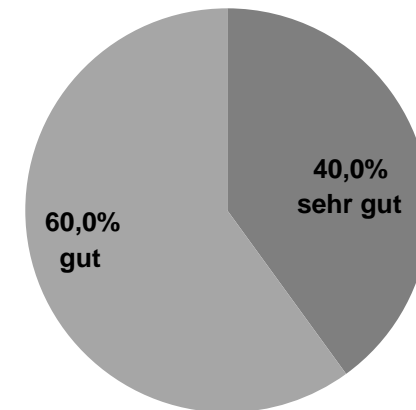
* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

6. Ergebnisse der Unternehmen

Preis- und Angebotsanalyse

Ergebnis Preis- und Angebotsanalyse			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Kreuzfahrtberater.de	86,9	sehr gut
2	Kreuzfahrten.de	82,5	sehr gut
3	Kreuzfahrten-Flemming.de	81,7	sehr gut
4	E-hoi.de	80,8	sehr gut
5	Cruise24.de	78,9	gut
6	Go7seas-Kreuzfahrten.de	77,9	gut
7	Kreuzfahrtschnaepchen.com	77,2	gut
8	Cruiseportal.de	75,6	gut
9	Kreuzfahrten-Zentrale.de	75,5	gut
10	Dreamlines.de	72,4	gut
Branche (Mittelwert)		78,9	

Verteilung der Qualitätsurteile



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

6. Ergebnisse der Unternehmen

Preis- und Angebotsanalyse

Ergebnis Preis- und Angebotsanalyse			Preise		Angebot	
100%			85%		15%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Kreuzfahrtberater.de	86,9	1	84,5	1	100,0
2	Kreuzfahrten.de	82,5	4	79,4	1	100,0
3	Kreuzfahrten-Flemming.de	81,7	3	80,2	7	90,0
4	E-hoi.de	80,8	6	77,5	1	100,0
5	Cruise24.de	78,9	2	80,5	10	70,0
6	Go7seas-Kreuzfahrten.de	77,9	5	77,5	9	80,0
7	Kreuzfahrtschnaepchen.com	77,2	7	73,1	1	100,0
8	Cruiseportal.de	75,6	8	71,3	1	100,0
9	Kreuzfahrten-Zentrale.de	75,5	9	71,2	1	100,0
10	Dreamlines.de	72,4	10	69,3	7	90,0
Branche (Mittelwert)		78,9	76,5		93,0	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Sommerzeit bedeutet für viele Menschen Urlaubszeit. Aber auch in der kalten Jahreszeit werden insbesondere Kreuzfahrten in warmen Regionen immer beliebter.

Gerade der deutsche Hochseekreuzfahrtmarkt ist das sich am dynamischsten entwickelnde Touristiksegment mit überdurchschnittlichen jährlichen Wachstumsraten. Der Umsatzanteil der Kreuzfahrten ist insgesamt auf mittlerweile rund 13 Prozent des Veranstaltermarktes gestiegen. Ein hohes einstelliges Umsatzplus haben die Anbieter 2015 mit dem Urlaub auf hoher See und Flüssen erzielt. Werden die vergangenen zwei Jahrzehnte betrachtet, zeigt sich, dass das Kreuzfahrt-Segment stetig stark gewachsen ist.*

Reiselustige Verbraucher nutzen immer öfter das Internet, um sich über Urlaubsangebote zu informieren und auch, um Leistungen zu buchen. Neben klassischen Online-Reisebüros stehen Kreuzfahrt-Interessierten auch spezialisierte Portale zur Verfügung, die ein umfangreiches Angebot an Reisen zahlreicher Reedereien, eine gute Vergleichbarkeit und eine vermeintlich einfache Buchungsmöglichkeit bieten.

Um aus Kundensicht festzustellen, welche Kreuzfahrtportale günstigste Preise sowie einen guten Service bieten, wurde im Rahmen dieser Studie eine umfangreiche vergleichende Analyse von bedeutenden Online-Reisevermittlern von Kreuzfahrten vorgenommen.

* Deutscher Reiseverband: 2015 war ein Fernreisejahr. November 2015. Online abrufbar unter: <https://www.driv.de/pressecenter/presseinformationen/pressemitteilung/detail/2015-war-ein-fernreisejahr.html> (Abrufdatum: 07.12.2015)

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Berücksichtigt wurden ausschließlich auf Kreuzfahrten spezialisierte Portale, die als Vermittler von Reisen auftreten. Weitere Auswahlkriterien waren ein auf ein deutschsprachiges Klientel ausgerichteter Internetauftritt sowie ein Angebotsschwerpunkt im Bereich Hochseekreuzfahrten mit der Möglichkeit einer Online-Buchung bzw. -Anfrage.

Die Zusammenstellung des Samples erfolgte nach Relevanz und Popularität unter Berücksichtigung des nationalen Traffic-Rankings potenzieller Testkandidaten beim Online-Analyse-Dienst Alexa*. Ausgewählt wurden nur Kreuzfahrtportale mit einem Alexa-Rang unterhalb von 50.000.

Die Untersuchungsauswahl umfasste die folgenden zehn Unternehmen:

- Cruise24.de
- Kreuzfahrtberater.de
- Cruiseportal.de
- Kreuzfahrten.de
- Dreamlines.de
- Kreuzfahrten-Flemming.de
- E-hoi.de
- Kreuzfahrten-Zentrale.de
- Go7seas-Kreuzfahrten.de
- Kreuzfahrtschnaepchen.com

* Vgl. online unter: www.alexa.com.

7. Methodik

Serviceanalyse – Vorgehensweise

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele in Form von Fragestellungen aus dem Gegenstandskontext. Diese Rollenspiele sind insoweit standardisiert, als sie bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz kamen. Alle Test-Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und behandelten unter anderem folgende Themen:

- Tipps bei der Kabinenwahl
- Empfehlenswerte Regionen für eine Kreuzfahrt im Winter
- Vorteile der Buchung über das Portal
- Erhalt der Reiseunterlagen
- Buchung für eine andere Person
- Preisbestandteile des Kreuzfahrtangebots
- Geeigneter Versicherungsschutz auf Auslandskreuzfahrten
- Mögliches Sparpotenzial bei der Buchung

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetauftritt	100,0%
Inhaltsanalyse	45,0%
Nutzerbetrachtung	40,0%
Transparenz und Sicherheit	15,0%
Inhaltsanalyse Internet	100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen	50,0%
Hinweis auf Angebotsgröße:	
Kreuzfahrten	3,0%
Reedereien	2,0%
Erweiterte Suchoptionen/Detailsuche:	
Start-/Endhafen	1,0%
Maximalpreis/Preisspanne	1,0%
Schiffsgröße	1,0%
Reise- oder Schiffskategorie	1,0%
Bordsprache	1,0%
Darstellung der Schiffe:	
Mit Schiffs- und Kabinenfotos	2,5%
Mit Video	2,5%
Zusatz-Rubriken:	
Last-Minute-Angebote	1,0%
Beliebteste Reisen	1,0%
Schiffe	1,0%
Reedereien	1,0%
Flusskreuzfahrten	1,0%

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)		
Individuelles Beratungsangebot:		
Berater speziell für Regionen/Themen	1,0%	
Mit Name und Foto	1,0%	
Mit direkter Kontaktmöglichkeit	1,0%	
Mit persönlichen Schiffsempfehlungen	1,0%	
Sortierungsmöglichkeiten der Ergebnisliste	3,0%	
Allgemeine Preisangaben zu Reiseversicherungen	3,0%	
Allgemeine Häfen- oder Länderinformationen	2,0%	
Kundebewertungen	2,0%	
Merkzettel (ohne Registrierungspflicht)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Reedereien-Übersicht	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu allgemeinen Häfen- oder Länderinformationen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zum Endpreis (letzte Seite vor Abschluss)	5,0%	
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	3,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	3,0%	
Suchfunktion	3,0%	
Newsletter	3,0%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, Whats-App)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	
Nutzerbetrachtung Internet		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Transparenz und Sicherheit Internet	100,0%	
Transparenz		65,0%
Informationen zum Buchungsablauf (z. B. Anleitung, Buchungs-FAQ etc.)	5,0%	
Hinweis auf Stornierung/Stornobedingungen:		
Allgemein auf der Website (außerhalb der AGB)	4,0%	
Vor Abschluss der Buchung/Buchungsanfrage	4,0%	
Fortschrittsanzeige im Buchungsprozess	4,0%	
Preiserhöhung im Verlauf der Buchung (negative Bewertung)	4,0%	
Hinweis auf AGB im Buchungsprozess	6,0%	
Aktive Zustimmung zu den AGB	10,0%	
Hinweis auf Datenschutzerklärung im Buchungsprozess	6,0%	
Aktive Zustimmung zur Datenschutzerklärung	10,0%	
Abschluss einer Reiseversicherung voreingestellt (negative Bewertung)	8,0%	
Newsletter-Abo voreingestellt (negative Bewertung)	4,0%	
Sicherheit		35,0%
Sichtbare SSL-Verschlüsselung des gesamten Buchungsvorgangs (ab erster Eingabe persönlicher Daten)	10,0%	
Sichtbare SSL-Verschlüsselung des letzten Schritts vor Buchung/Buchungsanfrage	10,0%	
Sichtbare SSL-Verschlüsselung beim Kunden-Log-in	10,0%	
Buchungs(anfrage)möglichkeit ohne Registrierung	5,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service		100,0%
Kompetenzgrad		35,0%
Richtigkeit der Aussagen	10,0%	
Strukturierte und vollständige Darstellung	8,0%	
Individualität der Beratung	8,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	5,0%	
Aufzeigen des Produktnutzens (Vor- und Nachteile)	4,0%	
Aktivitätsgrad		30,0%
Prozentualer Anteil zustande gekommener Gespräche im Erstkontakt	10,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	10,0%	
Anteil der Gespräche, die in 20 Sekunden angenommen wurden	5,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	5,0%	
Kommunikationsqualität		30,0%
Vollständige Meldeformel	3,0%	
Namensansprache	3,0%	
Freundlichkeit	5,0%	
Aktive Gesprächsführung	4,0%	
Gesprächsatmosphäre	4,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	5,0%	
Akustische Verständlichkeit	3,0%	
Ansprechende Verabschiedung	3,0%	
Telefongebühren		5,0%

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail		100,0%
Kompetenzgrad		45,0%
Richtigkeit der Aussagen	9,0%	
Vollständigkeit und Strukturiertheit der Antwort	8,0%	
Zusendung einer vollständigen Antwort in 24 Stunden	8,0%	
Individuelle und persönliche Antwort	7,0%	
Fachkundige und sorgfältige Antwort	5,0%	
Aufzeigen des Produktnutzens (Vor- und Nachteile)	4,0%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	4,0%	
Aktivitätsgrad		30,0%
Zusendung einer Empfangsbestätigung	5,0%	
Eingegangene Antwort	10,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	15,0%	
Kommunikationsqualität		25,0%
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	2,0%	
Anrede mit Namen	3,5%	
Dank für die Kontaktaufnahme	3,5%	
Freundlichkeit der Antwort	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit der Antwort	5,0%	
Anfragetext in der Antwort enthalten	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	2,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	2,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular
Cruise24.de	www.cruise24.de	09724 907310	info@cruise24.de / Kontaktformular
Cruiseportal.de	www.cruiseportal.de	06024 6718150	info@holiprom.de / Kontaktformular
Dreamlines.de	www.dreamlines.de	0800 4455155	info@dreamlines.de / Kontaktformular
E-hoi.de	www.e-hoi.de	069 20456700 / 069 20456846	reisen@e-hoi.de
Go7seas-Kreuzfahrten.de	www.go7seas-kreuzfahrten.de	08006795100 / 040 377072500	info@go7seas-kreuzfahrten.de / Kontaktformular
Kreuzfahrtberater.de	www.kreuzfahrtberater.de	040 5247480	service@kreuzfahrtberater.de / Kontaktformular
Kreuzfahrten.de	www.kreuzfahrten.de	0800 7244333	service@kreuzfahrten.de / Kontaktformular
Kreuzfahrten-Flemming.de	www.kreuzfahrten-flemming.de	02064 6259666	kreuzfahrten@flemming-reisen.de / Kontaktformular
Kreuzfahrten-Zentrale.de	www.kreuzfahrten-zentrale.de	0541 330930	info@kreuzfahrten-zentrale.de / Kontaktformular
Kreuzfahrtschnaepchen.com	www.kreuzfahrtschnaepchen.com	06056 911912	info@billigfly.de / Kontaktformular
Testzeitraum	5. – 19. Januar 2016	4. – 27. Januar 2016	9. Dezember 2015 – 18. Januar 2016

7. Methodik

Preis- und Angebotsanalyse – Vorgehensweise

Der Preisanalyse lagen zehn exemplarische Hochseekreuzfahrten zugrunde. Ermittelt wurden die ausgewiesenen Preise auf der letzten Seite vor Buchungsabschluss bzw. -anfrage. Die Abfragen erfolgten bei allen Portalen zeitlich parallel (Erhebungszeitraum: 25. bis 27. Januar 2016).

Für die Modellfälle wurden als konstante Rahmendaten definiert:

- Zwei Erwachsene
- Günstigste verfügbare Außenkabine, für die ein Preis ausgewiesen wurde (falls nicht verfügbar bzw. ausgebucht: günstigste Kabine in nächstbesserer Kategorie)
- Keine Extraleistungen (Flüge, Transfers, Reiseversicherung, Ausflüge o. ä.)

Volle Punktzahl für eine Musterreise erhielten jene Unternehmen, die im Anbietervergleich (mit den günstigsten Preis offerierten. Portale, deren günstigstes entsprechendes Angebot preislich 25 Prozent oder mehr darüber lag, erhielten null Punkte. Die Kreuzfahrtpreise der weiteren Anbieter wurden relativ zu den beiden Extrempunkten bewertet. Die Punkte der zehn untersuchten Kreuzfahrten wurden abschließend gleichgewichtet zusammengeführt.

Nicht verfügbare Kreuzfahrten wurden im Rahmen der Angebotsanalyse erfasst und bewertet. Jede Reise, die bei einem Portal nicht entsprechend der definierten Rahmendaten verfügbar war, führte hier zu einem Abschlag von 1/10 der maximal erreichbaren Punktzahl.

7. Methodik

Preis- und Angebotsanalyse – Modellfälle

Modellfall	Reederei / Schiff	Reisegebiet	Abfahrtshafen	Reisezeitraum
Reise 1	Costa Kreuzfahrten / Costa Favolosa	Skandinavien/Nordland	Warnemünde (D)	22.07. - 29.07.2016
Reise 2	Phoenix Reisen / MS Deutschland	Ostsee	Bremerhaven (D)	16.06. - 29.06.2016
Reise 3	Norwegian Cruise Line / Norwegian Epic	Westliches Mittelmeer	Barcelona (ESP)	26.06. - 03.07.2016
Reise 4	AIDA / AIDA bella	Adria	Venedig (IT)	11.09. - 18.09.2016
Reise 5	MSC Kreuzfahrten / MSC Orchestra	Transatlantik/Südamerika	Venedig (IT)	06.11. - 27.11.2016
Reise 6	Royal Caribbean / Freedom of the Seas	Westliche Karibik	Port Canaveral/Orlando (USA)	22.05. - 29.05.2016
Reise 7	Carnival Cruise Line / Carnival Dream	Westliche Karibik	New Orleans (USA)	02.10. - 09.10.2016
Reise 8	AIDA / AIDA blu	Kanarische Inseln	Las Palmas/Gran Canaria (ESP)	19.03. - 26.03.2016
Reise 9	Princess Cruises / Diamond Princess	Südostasien	Fremantle/Perth (AUS)	30.03. - 11.04.2016
Reise 10	TUI Cruises / Mein Schiff 3	Orient/Emirate	Antalya (TR)	05.11. - 21.11.2016

7. Methodik

Preis- und Angebotsanalyse – Kriterien

Preis- und Angebotsanalyse	100,0%	
Preise		85,0%
Reise 1: Costa Kreuzfahrten / Costa Favolosa	8,5%	
Reise 2: Phoenix Reisen / MS Deutschland	8,5%	
Reise 3: Norwegian Cruise Line / Norwegian Epic	8,5%	
Reise 4: AIDA / AIDA bella	8,5%	
Reise 5: MSC Kreuzfahrten / MSC Orchestra	8,5%	
Reise 6: Royal Caribbean / Freedom of the Seas	8,5%	
Reise 7: Carnival Cruise Line / Carnival Dream	8,5%	
Reise 8: AIDA / AIDA blu	8,5%	
Reise 9: Princess Cruises / Diamond Princess	8,5%	
Reise 10: TUI Cruises / Mein Schiff 3	8,5%	
Angebot		15,0%
Anteil verfügbarer Angebote auf Basis ausgewählter Kreuzfahrten (Reisen 1 – 10)	15,0%	

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	38
B. Internetauftritt	
Ergebnis	40
Inhaltsanalyse	41
Nutzerbetrachtung	42
Transparenz und Sicherheit	43
C. Telefonischer Service	44
D. Service per E-Mail	45
E. Preise	46
F. Allgemeine Methodik (Service-Tests)	48

A. Tester-Erlebnisse

Positiv

- *„Die Website enthält viele nützliche Informationen. Wichtige Kontaktdaten findet man deutlich ausgewiesen auf der Startseite, und man erhält verschiedene Hinweise zu den Leistungen einzelner Kreuzfahrten. Die Seite lässt sich insgesamt intuitiv bedienen.“*
(Kreuzfahrten.de)
- *„Der Mitarbeiter am Telefon war sehr nett und kompetent. Er erklärte alles ausführlich und verständlich und ging dabei auf meinen individuellen Bedarf ein.“*
(Go7seas-Kreuzfahrten.de)
- *„Das Design der Seite ist gut gewählt und ansprechend. Die Angebote zu den Kreuzfahrten werden übersichtlich angezeigt und die Informationen zu den Kreuzfahrten sind sehr detailliert.“*
(Dreamlines.de)
- *„Auf meine E-Mail-Anfrage erhielt ich eine sehr ausführliche Antwort mit umfassenden, verständlichen Erläuterungen. Darüber hinaus enthielt die E-Mail eine genaue Beschreibung der Kreuzfahrtsuche und des Buchungsvorgang auf der Website.“*
(Kreuzfahrtberater.de)
- *„Durch die moderne Gestaltung und die Farbauswahl wirkt die Internetseite sehr ansprechend. Außerdem ist sie sehr übersichtlich aufgebaut und die Informationen sind insgesamt gut verständlich.“*
(E-hoi.de)

A. Tester-Erlebnisse

Negativ

- *„Der Aufbau der Seite ist sehr unstrukturiert und die Informationen irreführend. Es wird auf den ersten Blick gar nicht klar, dass sich die Website an Reisende richtet. Erst nach in paar Klicks findet man Reisen und den Hinweis, dass man eine Buchungsanfrage stellen kann. Optisch wirkt die Seite sehr starr und überhaupt nicht ansprechend.“*
(**Cruiseportal.de**)
- *„Auf meine allgemeine Anfrage per E-Mail erhielt ich lediglich den knappen Hinweis, dass eine Beratung per Telefon stattfinden soll. Auf meine Fragen wurde überhaupt nicht eingegangen und der einzeilige Aufbau wirkte auch nicht gerade professionell.“*
(**Kreuzfahrtschnaepchen.com**)
- *„Die Suche nach einer Kreuzfahrt kann kaum eingegrenzt werden. Es stehen sehr viele Informationen untereinander und man muss lange scrollen, bis man die gewünschten Hinweise findet.“* (**Kreuzfahrten-Zentrale.de**)
- *„Am Telefon klang der Mitarbeiter sehr gelangweilt. Er beantwortete meine Fragen nur so knapp wie möglich und sprach dabei nicht einmal in vollständigen Sätzen. Zusätzliche Informationen, etwa zu den Vorteilen, erhielt ich nicht.“* (**Cruise24.de**)
- *„Die Seite ist zu bunt und die Informationen werden nicht besonders übersichtlich dargestellt. Das Design ist auch etwas veraltet.“* (**Kreuzfahrten-Flemming.de**)

B. Internetauftritt Ergebnis

Ergebnis Internetauftritt			Inhaltsanalyse		Nutzer- betrachtung		Transparenz und Sicherheit	
100%			45%		40%		15%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Dreamlines.de	74,6	2	66,5	1	81,7	1	80,0
2	E-hoi.de	72,8	4	65,0	2	80,4	2	76,0
3	Kreuzfahrten.de	72,0	3	66,0	3	78,8	5	72,0
4	Kreuzfahrtschnaepchen.com	67,2	1	70,0	8	70,4	8	50,0
5	Cruise24.de	66,6	6	56,5	4	75,8	5	72,0
6	Go7seas-Kreuzfahrten.de	66,2	5	58,5	7	71,3	2	76,0
7	Kreuzfahrtberater.de	61,2	7	52,0	9	67,5	5	72,0
8	Kreuzfahrten-Flemming.de	60,3	9	44,5	6	72,5	4	75,0
9	Kreuzfahrten-Zentrale.de	56,5	8	48,5	5	75,4	10	30,0
10	Cruiseportal.de	44,3	10	40,0	10	48,8	9	45,0
Branche (Mittelwert)		64,2			56,8		72,3	
					48,8		64,8	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

B. Internetauftritt Inhaltsanalyse

Ergebnis Inhaltsanalyse 100%			Spezielle Informationen und Funktionen 50%		Allgemeine Informationen 30%		Kontakt- informationen 20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Kreuzfahrtschnaepchen.com	70,0	4	64,0	1	81,7	5	67,5
2	Dreamlines.de	66,5	2	73,0	3	61,7	7	57,5
3	Kreuzfahrten.de	66,0	1	75,0	6	43,3	2	77,5
4	E-hoi.de	65,0	3	72,0	2	68,3	10	42,5
5	Go7seas-Kreuzfahrten.de	58,5	6	49,0	3	61,7	2	77,5
6	Cruise24.de	56,5	5	59,0	7	36,7	1	80,0
7	Kreuzfahrtberater.de	52,0	6	49,0	3	61,7	9	45,0
8	Kreuzfahrten-Zentrale.de	48,5	8	47,0	7	36,7	4	70,0
9	Kreuzfahrten-Flemming.de	44,5	10	43,0	9	35,0	6	62,5
10	Cruiseportal.de	40,0	9	44,0	10	26,7	8	50,0
Branche (Mittelwert)		56,8	57,5		51,3		63,0	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

B. Internetauftritt

Nutzerbetrachtung

Ergebnis Nutzerbetrachtung			Bedienungs- freundlichkeit		Inhalte	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Dreamlines.de	81,7	1	82,5	3	80,8
2	E-hoi.de	80,4	2	79,2	2	81,7
3	Kreuzfahrten.de	78,8	4	74,2	1	83,3
4	Cruise24.de	75,8	4	74,2	4	77,5
5	Kreuzfahrten-Zentrale.de	75,4	3	75,0	6	75,8
6	Kreuzfahrten-Flemming.de	72,5	6	70,0	7	75,0
7	Go7seas-Kreuzfahrten.de	71,3	7	69,2	8	73,3
8	Kreuzfahrtschnaepchen.com	70,4	8	64,2	5	76,7
9	Kreuzfahrtberater.de	67,5	9	63,3	9	71,7
10	Cruiseportal.de	48,8	10	42,5	10	55,0
Branche (Mittelwert)		72,3	69,4		75,1	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

B. Internetauftritt

Transparenz und Sicherheit

Ergebnis Transparenz und Sicherheit			Transparenz		Sicherheit	
100%			65%		35%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Dreamlines.de	80,0	1	69,2	1	100,0
2	E-hoi.de	76,0	3	63,1	1	100,0
2	Go7seas-Kreuzfahrten.de	76,0	3	63,1	1	100,0
4	Kreuzfahrten-Flemming.de	75,0	5	61,5	1	100,0
5	Cruise24.de	72,0	7	56,9	1	100,0
5	Kreuzfahrtberater.de	72,0	7	56,9	1	100,0
5	Kreuzfahrten.de	72,0	7	56,9	1	100,0
8	Kreuzfahrtschnaepchen.com	50,0	1	69,2	8	14,3
9	Cruiseportal.de	45,0	5	61,5	8	14,3
10	Kreuzfahrten-Zentrale.de	30,0	10	38,5	8	14,3
Branche (Mittelwert)		64,8	59,7		74,3	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

C. Telefonischer Service

Ergebnis Telefonischer Service			Kompetenzgrad		Aktivitätsgrad		Kommunikations- qualität		Telefongebühren	
100%			35%		30%		30%		5%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Go7seas-Kreuzfahrten.de	80,5	1	81,4	3	85,4	3	71,2	1	100,0
2	Kreuzfahrten-Zentrale.de	78,3	2	78,0	1	95,1	8	60,1	4	88,4
3	Kreuzfahrten-Flemming.de	74,3	3	74,8	2	85,9	9	59,7	4	88,4
4	Kreuzfahrtschnaepchen.com	73,4	5	74,0	4	84,1	10	59,5	4	88,4
5	Dreamlines.de	72,1	8	72,0	5	70,9	4	68,8	1	100,0
6	Cruiseportal.de	70,5	7	73,1	8	61,6	2	73,3	4	88,4
7	Kreuzfahrtberater.de	70,3	6	73,6	7	65,1	5	68,6	4	88,4
8	Kreuzfahrten.de	68,9	9	68,9	9	59,1	1	73,6	1	100,0
9	E-hoi.de	66,8	10	66,3	6	67,6	7	62,9	4	88,4
10	Cruise24.de	66,2	4	74,1	10	54,6	6	65,0	4	88,4
Branche (Mittelwert)		72,1	73,6		72,9		66,3		91,9	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

D. Service per E-Mail

Ergebnis Service per E-Mail			Kompetenzgrad		Aktivitätsgrad		Kommunikations- qualität	
100%			45%		30%		25%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Kreuzfahrtberater.de	81,1	1	80,8	7	74,3	1	89,9
2	Kreuzfahrten.de	80,4	2	79,5	5	81,1	5	81,1
3	Cruise24.de	79,9	6	65,3	1	95,9	2	86,8
4	Cruiseportal.de	78,1	3	75,9	6	77,1	4	83,1
5	Kreuzfahrten-Zentrale.de	74,1	7	65,1	3	86,1	8	75,8
6	Go7seas-Kreuzfahrten.de	72,6	9	60,1	4	81,9	3	84,0
7	E-hoi.de	72,0	5	69,6	9	68,2	6	80,8
8	Dreamlines.de	69,5	8	64,3	8	69,6	7	78,9
9	Kreuzfahrten-Flemming.de	68,6	4	70,6	10	62,1	9	73,0
10	Kreuzfahrtschnaepchen.com	56,7	10	34,9	2	89,0	10	57,1
Branche (Mittelwert)		73,3				78,5	79,0	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

E. Preise

Kreuzfahrten im Test*	Reise 1	Reise 2	Reise 3	Reise 4	Reise 5
Unternehmen	Gesamtpreis in Euro**	Gesamtpreis in Euro**	Gesamtpreis in Euro**	Gesamtpreis in Euro**	Gesamtpreis in Euro**
Cruise24.de	2066,00	5638,00	3249,00	2558,00	3199,00
Cruiseportal.de	2198,00	5998,00	3350,00	2198,00	3298,00
Dreamlines.de	2398,00	5998,00	3257,66	2198,00	3198,00
E-hoi.de	1958,00	6198,00	3350,00	2198,00	3298,00
Go7seas-Kreuzfahrten.de	2198,00	n. v.	3250,00	2198,00	3248,00
Kreuzfahrtberater.de	2148,00	5818,00	3060,00	2128,00	3138,00
Kreuzfahrten.de	1958,00	5998,00	3350,00	2198,00	3298,00
Kreuzfahrten-Flemming.de	2198,00	n. v.	3350,00	2198,00	3187,00
Kreuzfahrten-Zentrale.de	2198,00	5998,00	3350,00	2198,00	3298,00
Kreuzfahrtschnaepchen.com	2198,00	5998,00	3350,00	2198,00	3298,00
Erhebungszeitraum (gesamt): 25.-27.01.2016					

* Die detaillierten Rahmendaten der zugrunde gelegten Kreuzfahrten: siehe Seite 35 (Methodik)

** Effektivpreis unter Einbeziehung von Rabatten und Boni; n. v. = nicht vorhanden: Für diese Musterreisen offerierte das Portal kein passendes Angebot.

E. Preise

Fortsetzung (Reisen 6 – 10)

Kreuzfahrten im Test*	Reise 6	Reise 7	Reise 8	Reise 9	Reise 10
Unternehmen	Gesamtpreis in Euro**	Gesamtpreis in Euro**	Gesamtpreis in Euro**	Gesamtpreis in Euro**	Gesamtpreis in Euro**
Cruise24.de	n. v.	n. v.	1976,00	n. v.	3645,00
Cruiseportal.de	2172,00	1187,46	2038,00	3041,32	3758,00
Dreamlines.de	1976,00	1513,75	n. v.	2948,91	3658,00
E-hoi.de	2289,59	1053,00	2038,00	3042,00	3758,00
Go7seas-Kreuzfahrten.de	n. v.	1162,46	2038,00	2991,32	3708,00
Kreuzfahrtberater.de	1972,00	1348,00	1988,00	2874,00	3638,00
Kreuzfahrten.de	2079,59	1187,46	2038,00	3041,32	3631,96
Kreuzfahrten-Flemming.de	2079,59	1133,00	2038,00	2910,00	3647,00
Kreuzfahrten-Zentrale.de	2175,00	1187,46	2038,00	3041,32	3758,00
Kreuzfahrtschnaepchen.com	2079,59	1187,46	2038,00	3041,32	3758,00
Erhebungszeitraum (gesamt): 25.-27.01.2016					

* Die detaillierten Rahmendaten der zugrunde gelegten Kreuzfahrten: siehe Seite 35 (Methodik)

** Effektivpreis unter Einbeziehung von Rabatten und Boni; n. v. = nicht vorhanden: Für diese Musterreisen offerierte das Portal kein passendes Angebot.

F. Allgemeine Methodik

Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL-Methodik
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

F. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“