

Universität Trier  
Fachbereich VI . Geographie/Geowissenschaften  
Freizeit- und Tourismusgeographie



Erstgutachter: Prof. Dr. Andreas Kagermeier

Zweitgutachter: Dr. Anja Reichert-Schick

# **Executive Summary der Masterarbeit**

Zur Erlangung des akademischen Grades

°Master of Arts±

---

**Der Kreuzfahrtenmarkt in Deutschland – Untersuchung von  
Entwicklungen, Trends und Potentialen anhand einer empirischen  
Analyse der Flusskreuzfahrtdestination Bonn**

---

**Eingereicht von:** Katharina Borengässer  
Matrikelnr.: 1085165  
Anschrift: Zingsheimstr. 12, 53225 Bonn  
Telefonnr.: 01 57 / 35 18 69 75  
E-Mail: s6kabore@uni-trier.de

Bonn, im August 2013

## 1 Zielsetzung

Der Kreuzfahrttourismus ist laut Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ein besonders dynamisch wachsender Bereich der deutschen Tourismuswirtschaft (2008, S. 42). Er unterliegt einer stetigen Weiterentwicklung, wodurch seine Bedeutung im deutschen Tourismus zunehmend steigt.

Auch laut der vom Deutschen Reiseverband (DRV) jährlich herausgegebenen Studie zum Kreuzfahrtenmarkt in Deutschland ist der Urlaub auf dem Wasser in Form einer Kreuzfahrt, sei es auf Flüssen oder Meeren, ein seit Jahren wachsender Trend (vgl. SCHÜßLER 2011, S. 8).

Um der zunehmenden Bedeutung dieses touristischen Segments gerecht zu werden, beschäftigt sich die vorliegende Arbeit mit dem in Deutschland vorherrschenden Flusskreuzfahrttourismus. Der Fokus liegt dabei auf der am Rhein gelegenen Destination Bonn. Erstellt wurde die Arbeit in Kooperation mit der Tourismus und Congress GmbH Region Bonn/ Rhein-Sieg/ Ahrweiler (T&C). Die Flusskreuzfahrt als Teilbereich der Touristik stellt für die Vermarktung der Destination einen wichtigen Part dar. Daher lautet die zentrale Forschungsfrage der Arbeit:

***Welche Rolle spielt Bonn im Flusskreuzfahrtenmarkt Deutschland und welche Entwicklungen, Trends und Potentiale lassen sich beobachten?***

Die Forschungsfrage impliziert bereits folgende Aspekte, die zunächst untersucht werden müssen:

- (1) Der Stellenwert der Flusskreuzfahrt für die Stadt Bonn
- (2) Das Angebot an Flusskreuzfahrten auf der Strecke durch Bonn
- (3) Die Nachfrage an Flusskreuzfahrten auf der Strecke durch Bonn

Basierend auf den Analyseergebnissen dieser Aspekte werden Potentiale der Destination für die Flusskreuzfahrt ausgemacht. Die Arbeit gipfelt letztlich in einer Produktentwicklung für einen Landausflug der Passagiere in Bonn. Mit Hilfe des neuen touristischen Produkts kann die Vermarktung der Stadt als Flusskreuzfahrtdestination weiter vorangetrieben werden.

## 2 Aufbau der Arbeit und Methodenwahl

Im Rahmen der Ausarbeitung wird systematisch auf die Beantwortung der Forschungsfrage und die darauf aufbauende Produktentwicklung hingearbeitet. Daher ist die Arbeit wie folgt aufgebaut: Zum Einstieg in die Thematik wird zunächst ein Überblick über die Kreuzfahrtbranche gegeben. Dieser gestaltet sich in Form eines historischen Abrisses über die Entstehung und Entwicklung der Branche, sowie einer Vorstellung über die verschiedenen Kreuzfahrtarten und deren zentrale Unterschiede. Im weiteren Verlauf liegt

der Fokus ausschließlich auf dem deutschen Flusskreuzfahrtenmarkt. Es folgt eine Beschreibung des Flusskreuzfahrtenangebotes in Deutschland.

Im nächsten Kapitel werden die verwendeten empirischen Methoden benannt und das Vorgehen detailliert erläutert. Der empirische Teil ist jener, der die entscheidenden Ergebnisse zur Beantwortung der Forschungsfrage liefert. Angewendet wurden Methoden, die sowohl aus der qualitativen als auch aus der quantitativen Forschung stammen. Sie liefern jedoch zum größten Teil qualitative Aussagen. Zu den qualitativen Methoden gehört das Experteninterview, das in der vorliegenden Arbeit mehrfach und in verschiedenen Kontexten zum Einsatz kam.

Die Experten lassen sich grob in zwei Gruppen einteilen.

Die erste Gruppe besteht aus Personen verschiedener Arbeitsbereiche, die Wissen über den Stellenwert der Flusskreuzfahrt im Tourismus einerseits und für Bonn andererseits besitzen und somit Experten für unterschiedliche Schwerpunkte der behandelten Thematik sind. Die hierdurch gewonnenen Informationen dienen besonders der Beschreibung der Ist-Situation der Stadt Bonn in Sachen Flusskreuzfahrt, sowie der Erläuterung und Einschätzung der Rahmenbedingungen für eine positive Entwicklung der Flusskreuzfahrt in Bonn.

Die andere Experten-Gruppe besteht aus Reiseveranstaltern, die Flusskreuzfahrten auf dem Rhein planen und anbieten. Diese Experten sind besonders wichtig, um einerseits einen Überblick über das Angebot an Flusskreuzfahrten auf dem Rhein zu bekommen und andererseits, um herauszufinden, was den Rhein im Allgemeinen und Bonn im Speziellen als Flusskreuzfahrdestination ausmacht. Da nicht jeder Reiseveranstalter bei der Planung seiner Flusskreuzfahrten durch Bonn auch einen Halt in selbiger Stadt vorsieht, werden diese auch unterschiedlich interviewt bzw. befragt.

Da es für die Analyse einer Marktsituation nicht ausreicht, das Angebot zu kennen, besteht der zweite Teil der empirischen Studie aus der Untersuchung der Nachfrageseite, die durch die Passagiere von Flusskreuzfahrten repräsentiert wird. Hierfür wurde eine quantitative Methode, der Fragebogen, verwendet. Je nachdem welche Rolle Bonn im Routenverlauf der Schiffe hat, auf denen die Befragung durchgeführt wurde . Halt oder nur Durchfahrtsort . , unterscheiden sich die wichtigsten Fragen im Fragebogen.

Auf die ausführliche Erläuterung der empirischen Methodik folgt Kapitel 4, in dem die Ergebnisse der Marktanalyse der Flusskreuzfahrdestination Bonn dargelegt werden. Eingeleitet wird diese mit einigen touristischen Kennzahlen über Bonn und den Rahmenbedingungen, die Bonn für die Flusskreuzfahrt bietet. Daran schließen die Ergebnisse der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie eine vergleichende

Gegenüberstellung der Landausflugsprogramme der Destinationen Bonn, Köln und Koblenz an.

Auf der Marktanalyse basierend werden in Kapitel 5 im Rahmen einer SWOT-Analyse Potentiale für den Kreuzfahrttourismus in Bonn aufgedeckt und Maßnahmen bzw. Handlungsempfehlungen festgelegt, die zur Ausschöpfung des Potentials nötig sind. Anschließend wird der Blick Richtung Stadtentwicklungsplanung gelenkt, um zu prüfen, inwieweit die Stadt die Potentiale des Kreuzfahrttourismus bereits erkannt hat.

Aufbauend auf den gesammelten Erkenntnissen wird in Kapitel 6 ein Produkt für die Destination Bonn erarbeitet, das letztlich über die T&C an die Reiseveranstalter von Flusskreuzfahrten kommuniziert wird. Ziel ist die Förderung und Stärkung des Flusskreuzfahrttourismus in Bonn, wie das abschließende Resümee hervorhebt.

### **3 Zentrale Ergebnisse**

Die Marktanalyse (Angebot- und Nachfrageseite) hat zahlreiche interessante Ergebnisse zum Vorschein gebracht.

Auf dem deutschen Flusskreuzfahrtenmarkt, der in vorliegender Arbeit aus allen deutschen und internationalen Anbietern von Kreuzfahrten auf deutschen Flüssen besteht, existiert ein umfassendes Angebot an Flusskreuzfahrten.

Der Rhein ist ein beliebtes Fahrtgebiet, besonders das Romantische Mittelrheintal, das sich von Koblenz bis nach Bingen erstreckt. Die Stadt Bonn, die als das Tor zum Romantischen Rhein gilt, bleibt jedoch bei der Wahl der Routenstopps häufig unberücksichtigt. Die Reiseveranstalter nennen dafür folgende Gründe:

- Nähe zu(m Basishafen) Köln
- Kein bekanntes USP/ Image
- Der Romantische Rhein ist das interessante Fahrtgebiet

Für viele Veranstalter ist Köln aufgrund der Größe, der internationalen Bekanntheit und der infrastrukturellen Lage der Basishafen, wo Ein- und Ausschiffung stattfinden. Auf einer Kreuzfahrt in südlicher Richtung ist der nächste Halt oft erst das am Deutschen Eck gelegene Koblenz. Bonn wird aufgrund der räumlichen Nähe zur Metropole Köln und der romantischen Destination Koblenz oft nicht angefahren und gilt lediglich als Verbindungsstrecke. Zudem fehlt es der Stadt, laut Veranstalter, an einem touristisch attraktiven Image. Der Status der ehemaligen Bundeshauptstadt ist kein Anziehungspunkt.

Ein ähnliches Bild spiegeln die Passagierbefragungen zur Analyse der Nachfrageseite wider.

Das Gros der Touristen entscheidet sich wegen der entspannten Reiseart und aus geographischem Interesse (Landschaft und Landausflüge) für eine Flusskreuzfahrt.

Letzteres Kriterium ist besonders bei der Routenwahl entscheidend. Das Romantische Mittelrheintal mit seinen Burgen/ Schlössern und steilen, rebenbesetzten Talhängen ist ein beliebtes Ziel. Ein Landausflug in der Destination Bonn ist für die meisten Touristen kein Muss, da sie mit der Stadt auch nicht viel in Verbindung bringen, das für sie interessant wäre.

Das Image der Stadt Bonn ist der entscheidende Punkt, an dem angesetzt bzw. gearbeitet werden muss, um den Kreuzfahrttourismus in der Destination zu fördern. Die vorhandenen Stärken der Destination (z. B. kulturelle Vielfalt mit USP Beethoven, Tor zum Romantischen Rhein, hohes Freizeit- und Wohlfühlpotential) müssen gezielt genutzt werden.

Die Stadt Bonn hat sowohl ihr vorhandenes Potential im Flusskreuzfahrttourismus als auch ihre Defizite bezüglich des Images der Destination bereits erkannt und erste Maßnahmen in die Wege geleitet:

Um dem Nachfrageaufkommen an Anlegemöglichkeiten, besonders zu Spitzenzeiten nachzukommen, ist ein weiterer Anleger für die Flusskreuzer in Planung.

Des Weiteren hat die Stadt Bonn einen Masterplan zur inneren Stadt%Bonn in Auftrag gegeben. Das Zentrum soll als Identitätsträger der Stadt gezielt gestärkt werden. Diesbezüglich beinhaltet der Masterplan einige Maßnahmen zur Verbesserung der Images und des Stadtbildes. Diesbezüglich sind u. a. folgende Aspekte zu nennen:

- Stärkung kultureller Angebote (Hoch- und Subkultur)
- Öffnung der Stadt zum Rhein hin
- Optimierung der Wegebeziehungen (v. a. zum Rhein) für Rad- und Fußgänger
- Verbesserung der Vernetzung von Grün- und Freizeiflächen

Die Verabschiedung des Masterplans und die Konkretisierung sowie die Umsetzung der Maßnahmen wird jedoch noch etwas Zeit in Anspruch nehmen.

Daher wurde in der Masterarbeit eine Produktentwicklung für einen Landausflug in Bonn vorgenommen. Bei dieser handelt es sich um eine Maßnahme, die kurzfristig umsetzbar ist und bereits früher ihre Wirkung entfalten kann. Zu beachten ist jedoch, dass Veranstalter ihre Reisen bereits ein Jahr im Voraus planen und somit auch hier mit einer gewissen Vorlaufzeit gerechnet werden muss.

Ziel der Produktentwicklung war es, ein neues Ausflugsprogramm für die Passagiere in Bonn zu entwickeln, das weder in Köln noch in Koblenz zum Standard-Programm gehört und sich somit von diesen abhebt. Zudem musste es die Anforderungen der Veranstalter erfüllen und auf die Bedürfnisse der Passagiere zugeschnitten sein. Das Produkt muss zunächst die Veranstalter überzeugen, dass sich ein Routenstopp in der Destination Bonn lohnt und einen

Mehrwert für die Kreuzfahrt bringt. Schließlich muss es die Passagiere emotional ansprechen, so dass sie sich für diesen Ausflug entscheiden.

Unter Beachtung all dieser Kriterien wurde als Landausflug eine Rikscha-Stadtrundfahrt, vorbei an den wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Stadt entwickelt. Ein Produktflyer wurde entworfen. Mit Hilfe des Flyers und auf weiteren Vermarktungswegen wird das Produkt über die T&C an die Veranstalter von Flusskreuzfahrten kommuniziert.

#### **4 Ausblick**

Für die Destination Bonn ist die Flusskreuzfahrt ein wichtiges touristisches Segment, das jedoch noch Ausbaupotential aufweist. Aufgrund der Nähe zur Metropole Köln und dem romantischen Koblenz hat Bonn eine schwierige Ausgangssituation im Wettbewerb der Flusskreuzfahrtdestinationen. Ein defizitäres touristisches Image erschwert diese zusätzlich.

Zur Positionsverbesserung im Wettbewerb sind einige Maßnahmen erforderlich. Daher wurde ein neuer Landausflug für Bonn entwickelt . die Rikscha-Stadtrundfahrt.

Die Rikscha-Fahrt richtet sich speziell auch an die Bedürfnisse der Flusskreuzfahrtpassagiere, die überwiegend der älteren Generation angehören und teilweise nur eingeschränkt mobil sind.

Dieser Aspekt könnte auch im Zuge des demographischen Wandels zunehmende Bedeutung gewinnen. Mit dem demographischen Wandel geht eine Alterung der Gesellschaft einher, was für den Flusskreuzfahrttourismus ein weiterer Aufwärtstrend bedeuten könnte. Da jedoch gleichzeitig eine Verarmung großer Bevölkerungsteile zu erwarten ist, lässt sich dieser Trend bislang noch nicht in Zahlen prognostizieren.

Ein weiterer positiver Effekt ist, dass mit der Rikscha-Fahrt, ein Produkt entwickelt wurde, dass sich nicht nur für den Flusskreuzfahrttourismus als Landausflug eignet. Es ist auch auf andere Zielgruppen übertragbar und eine gute Alternative für die bereits bestehenden touristischen Gruppen-Programme.

Da die Arbeit in Kooperation mit der T&C erstellt wurde, wird das Produkt über diese vermarktet und kann somit einen Beitrag zur Stärkung des Flusskreuzfahrttourismus als auch zur touristischen Weiterentwicklung der Destination insgesamt leisten. So ist auch eine weitere Zusammenarbeit mit Herrn Wittig von Perpedalo, der die Rikschas zur Verfügung stellt, in Planung.

#### **Literatur:**

**BMWI (= BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE) (Hrsg.)** (2008): Allgemeine Wirtschaftspolitik. Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung. 16. Legislaturperiode. Berlin.  
**SCHÜßLER, O.** (2011): Der Kreuzfahrtenmarkt Deutschland 2010. Die Branchenanalyse des Deutschen ReiseVerbands (DRV). Berlin.