

Call for papers

Flusskreuzfahrten entlang der Customer Journey

Thema

Der Kreuzfahrtmarkt zählt weltweit und in Deutschland zu den Wachstumsmärkten im Tourismus. Der Kreuzfahrtmarkt weist, bedingt durch seine konstante Marktentwicklung, seit fast zwei Jahrzehnten ein jährliches Wachstum von ca. 6% auf. Laut Branchenverband CLIA werden für 2017 weltweit 25,3 Millionen Passagiere erwartet, im Jahr 2007 waren es lediglich 15,8 Millionen Passagiere (CLIA 2016). In Deutschland waren im Jahr 2007 763.000 Passagiere an Bord, 2017 bereits 2.188.000 Kunden (CLIA 2017).

Flusskreuzfahrten machen derzeit nur einen kleinen Anteil am gesamten Kreuzfahrtmarkt aus. Ungeachtet dessen wächst die Anzahl der Flusskreuzfahrtpassagiere stetig - in Deutschland von 334.000 im Jahr 2007 auf 470.400 (2017) Passagiere.

Das „Langweiler-Image“ (Kirstges 2013), fehlende Produktinnovationen bzw. -modifikationen sowie der demographische Wandel sind nur drei von mehreren Herausforderungen, denen sich die Flusskreuzfahrtindustrie in Deutschland zukünftig stellen muss.

Die Beiträge für den Sammelband sollen sich mit den nachfolgenden Themen auseinandersetzen:

1. Flusskreuzfahrten – Markt: Zahlen, Daten, Fakten (Anbieter, Angebote, Nachfrager)
2. Phase der Inspiration: Mediennutzungsverhalten der Nachfrager, Marketing der Anbieter – Herausforderungen und Trends
3. Research/Information
 - a. Angebot: Analyse Websites von Anbietern (Produkt, Kabinen, Aktivitäten an Bord, Fahrpläne, social media z.B. youtube-Filme)
 - b. Extensive Kaufentscheidung des Kunden – Wer (Reiseveranstalter, Reisebüro, Bewertungsportale etc.) nimmt wie Einfluss auf die Kaufentscheidung von Kreuzfahrtprodukten?
4. Buchung
 - a. Welche Reisebestandteile (Anreise, Zusatzleistungen, Landausflüge etc.) werden wann in welchen Kanälen gebucht?
 - b. Datensicherheit
5. Pre-Consumption
 - a. Kontaktpunkte zwischen Kunde und Anbieter (Art des Vertriebskanals, Häufigkeit des Kontaktes (Reisebüro, hotline ...), Art der Information, Absichten (Verkauf von Zusatzleistungen, Zahlvorgang, Informationen zur Reise, Tickets, Änderungen ...)
6. Reisedurchführung
 - a. Erlebnis Flusskreuzfahrt – Produktgestaltung im Kontext ausgewählter Mega- und Konsumententrends (Individualisierung, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Thematisierung, Barrierefreiheit, etc.)
 - b. Eventisierung
 - c. Trends
7. Nachbereitung (Post Travel)
 - a. Kunden: Bewertungen, Empfehlungen, Fotobücher
 - b. Anbieter: Beschwerdemanagement, Kundenbindung, Nachkauf
8. Ausblick: Zukünftige Entwicklung und Trends
9. Weiteres

Willkommen sind neben Forschungsbeiträgen auch Berichte aus der Praxis von Flusskreuzfahrtanbietern oder Reisemittlern etc.

Hinweise zur Einreichung

Bitte senden Sie eine kurze Interessenbekundung mit dem Themenvorschlag und einem 1-2 seitigen abstract Ihres geplanten Beitrages bis zum 01.10.2018 per E-Mail an

Wolf.antje@ebc-hochschule.de

Nach positiver Rückmeldung durch die Herausgeber ist die Einsendung Ihres Textes in Form eines druckfähigen Artikels mit bis zu 50.000 Druckzeichen (entspricht ca. 12-18 Seiten) bis zum **31.01.2019** erforderlich.

Die eingereichten Beiträge werden vor der Veröffentlichung einem Review-Verfahren unterzogen.

Herausgeber: Antje Wolf, Kerstin Wegner, Christiane Ruwoldt