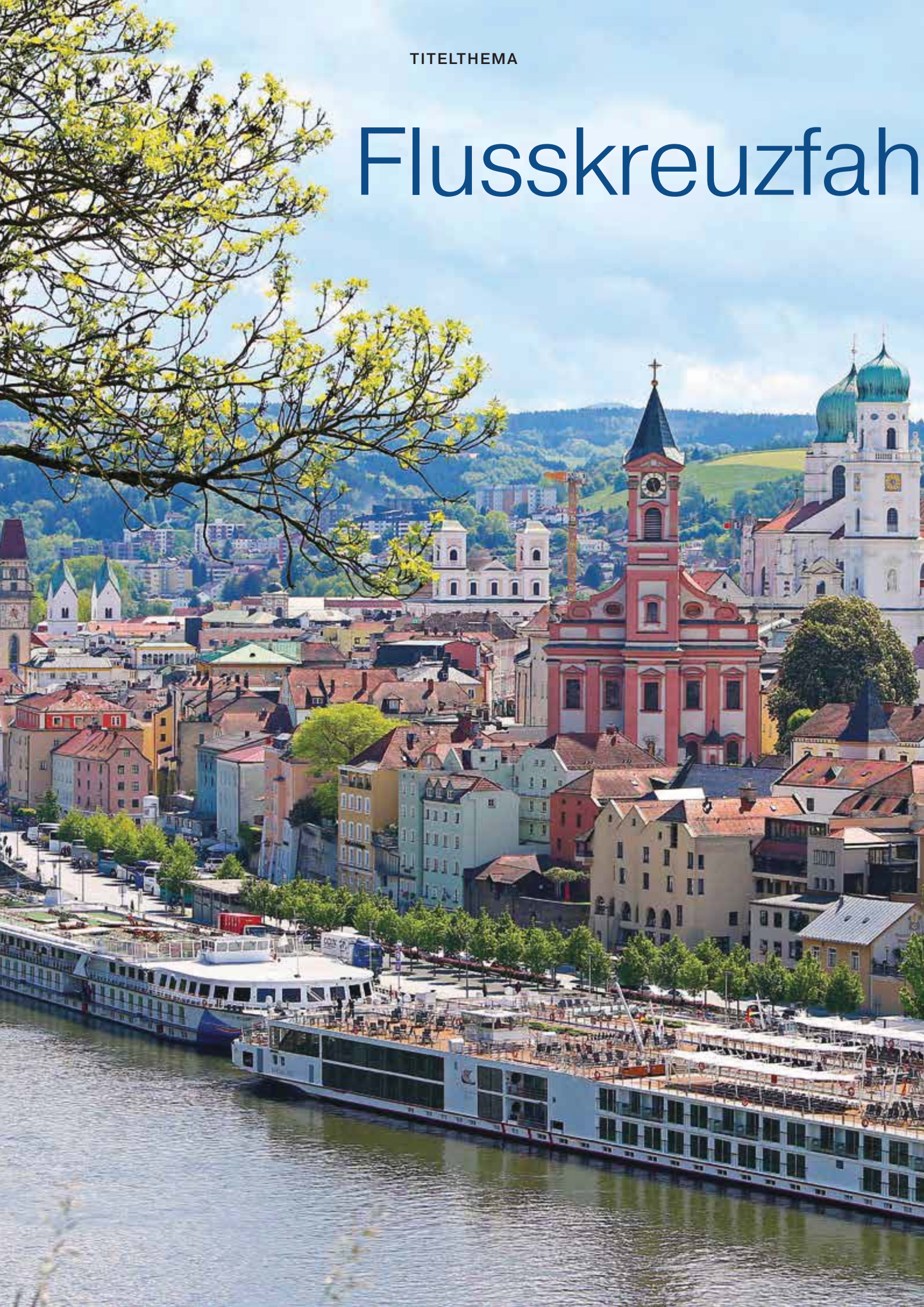


TITELTHEMA

Flusskreuzfah



rten liegen im Trend

Der Flusskreuzfahrtmarkt hat sich in den vergangenen Jahren rasant verändert. Für die **Tourismuswirtschaft im Donauraum** spielt die Kabinenschiffahrt mittlerweile eine enorme Rolle. Eine Studie liefert Zahlen, Daten und Fakten.



Am Beispiel der Stadt Passau (siehe Abb. 1) wird deutlich, dass sich in den vergangenen zehn Jahren sowohl die Anzahl der Passagierschiffe als auch die Anzahl der Gäste beinahe verdoppelt hat. In der Stadt Passau liegt die Zahl der ankommenden Gäste bei mittlerweile knapp 350.000 im Jahr.

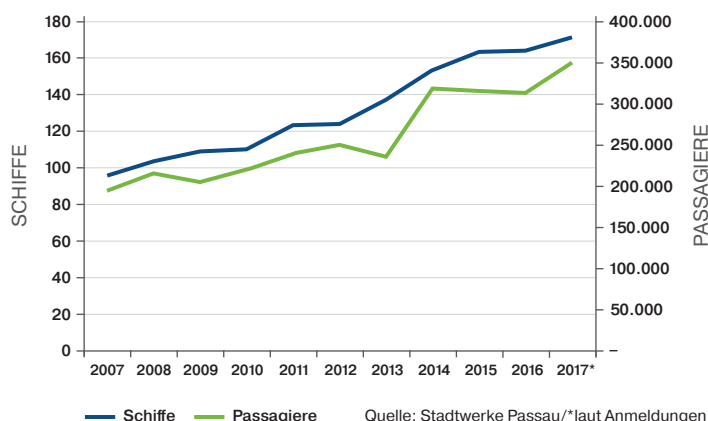
Die Kabinenschiffahrt hat hinsichtlich der zufließenden Wirtschaftskraft und der Imagewerbung für die Region ein sehr großes Potenzial. Nichtsdestotrotz gibt es aufgrund der immer größer werdenden Besucherströme nicht nur Befürworter der Donau-Flusskreuzfahrten, sondern auch Kritiker.

Bislang gab es nur wenige kleinräumige Erkenntnisse zu den Wertschöpfungseffekten und Marktdaten der Donau-Flusskreuzfahrt. Deshalb wurde das Centrum für marktorientierte Tourismusforschung (CenTouris) der Universität Passau im April 2016 von der ARGE Donau Österreich mit der Durchführung einer „Studie zum Nachweis positiver Wertschöpfungseffekte der Kabinenschiffahrt im Donaauraum“ beauftragt, die neben einer umfassenden Marktanalyse und Passagierbefragung insbesondere die Ermittlung der monetären Wertschöpfung der Flusskreuzfahrt für die Region zum Ziel hatte.

Die Gästestruktur der Flusskreuzfahrer auf der Donau

Die Passagiere der Flusskreuzfahrten sind im Durchschnitt 67 Jahre alt, wobei die Altersgruppen der 60- bis unter 70-jährigen (41 Prozent) sowie der

Abb. 1 Entwicklung der Schifffahrt auf der Donau am Beispiel Passau in den letzten zehn Jahren

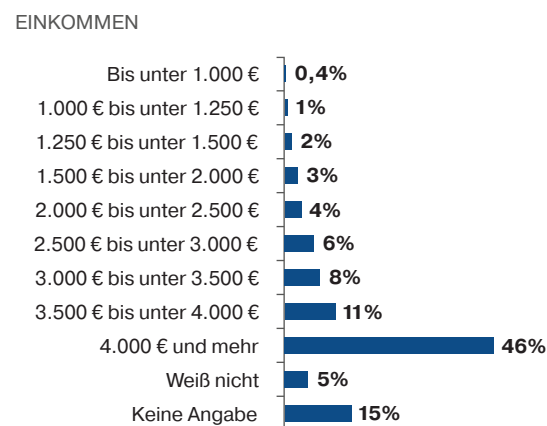
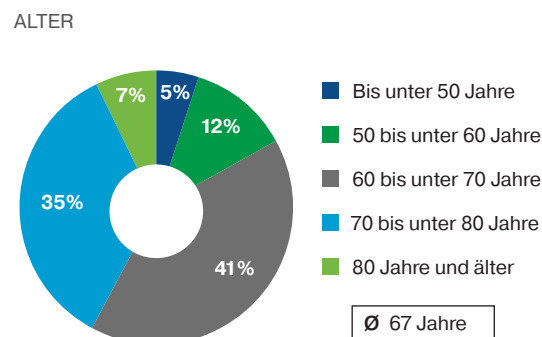


70- bis unter 80-jährigen (35 Prozent) am stärksten vertreten sind. Entsprechend hoch ist auch der Anteil der Rentner und Pensionäre (71 Prozent). Fast jeder zweite Flusskreuzfahrer verfügt über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen in Höhe von 4.000 Euro und mehr. Es handelt sich also mehrheitlich um zahlungskräftige Passagiere mit viel Zeit. Viele dieser Passagiere sind zum ersten Mal im Donaauraum (63 Prozent) beziehungsweise auf einer Donau-Flusskreuzfahrt (89 Prozent) – siehe Abb. 2.

Motive für die Donau-Flusskreuzfahrt

Viele Länder in nur kurzer Zeit kennenzulernen ist das bedeutendste Motiv bei der Entscheidung für eine Donau-Flusskreuzfahrt. Auch die bequeme Art zu reisen spielt insbesondere bei den älteren Passagieren eine sehr wichtige Rolle. Weitere nennenswerte Motive sind, die Kultur und die abwechslungsreiche Landschaft entlang der Donau kennenzulernen. Auch bei den „Sonstigen Motiven“ wird

Abb. 2 Gästestruktur der Donau-Flusskreuzfahrer



häufig eine konkrete Stadt/Region oder die Donau selbst genannt.

Bei Flusskreuzfahrten steht somit die Region im Vordergrund und weniger das Schiff, das vielmehr die Funktion eines bequemen Transportmittels übernimmt. Im Hinblick auf die vergleichsweise kurzen Anlegezeiten und Aufenthaltsdauer in den einzelnen Orten kommen Flusskreuzfahrten einer für die Region kostenlosen Panorama-Werbefahrt gleich: Die Passagiere lernen die Schönheiten der Region im „Schnelldurchlauf“ kennen und bekommen im Idealfall Lust, noch mehr von der Region zu sehen und zu erfahren (siehe Abb. 3).

Regionale Wertschöpfung durch die Flusskreuzfahrt

Ein wesentliches Ziel der Studie lag in der Identifikation der durch die Donau-Flusskreuzfahrten induzierten regionalen Wertschöpfung. Insgesamt konnten aus der Passagierbefragung und den Ex-

perteneinschätzungen für den Streckenabschnitt Regensburg bis Wien regionale Nettoumsätze in Höhe von mindestens 110,7 Millionen Euro quantifiziert werden. Die zuverlässig ermittelbaren Größen sind dabei die Ausgaben der Passagiere, die Ausgaben für Ausflugspakete, die anfallenden Gebühren, Umsätze für Loading sowie Ausgabepositionen wie Parken, Übernachtungen (vor und nach der Kreuzfahrt) und Transfer. Darüber hinaus gibt es noch weitere, vermutlich sehr hohe Umsätze mit regionaler Wirkung, die aber aufgrund mangelnder Informationssituation nicht quantifizierbar sind.

Der größte Teil des Gesamtumsatzes entfällt auf die Gruppe (Bus-)Reiseveranstalter, die insbesondere über die Ausflugsprogramme der Reedereien, aber auch über die Transferfahrten von/zum Schiff profitieren. Aber auch die Städte, der stationäre Einzelhandel und Beherbergungs-/Gastronomiebetriebe haben einen bedeutenden Anteil am regionalen Nettoumsatz (siehe Abb. 4). ▶

Abb. 3 Motive für die Donau-Flusskreuzfahrt

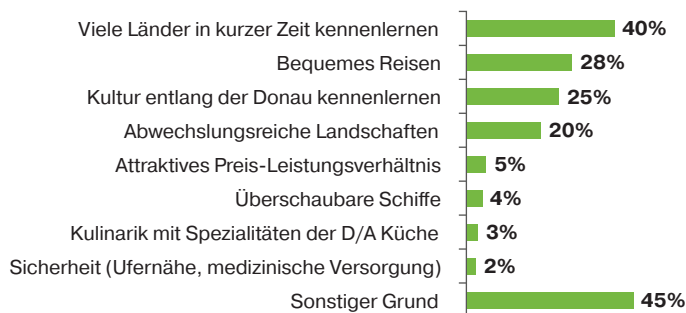
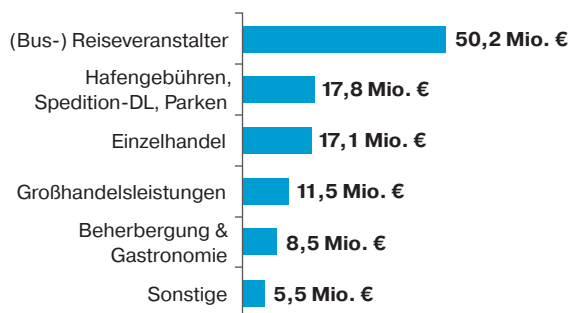
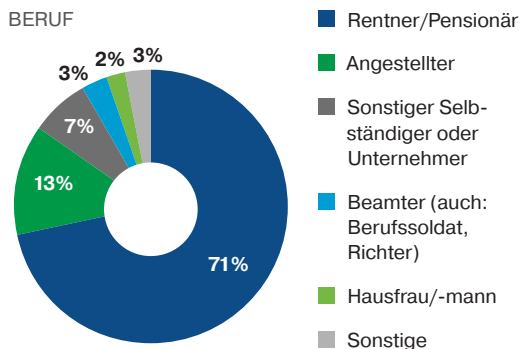


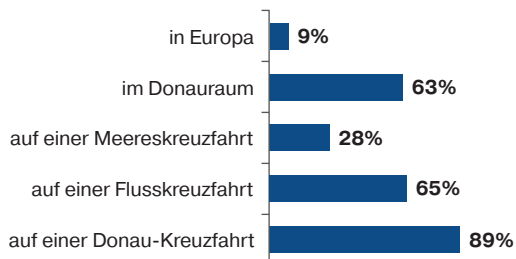
Abb. 4 Verteilung der Nettoumsätze nach Gütergruppen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung



110,7 MIO. QUANTIFIZIERBARER NETTOUMSATZ



„NOCH NIE“ ...



ECKDATEN ZUR STUDIE

Untersucht wurde der Donauabschnitt Regensburg bis Wien anhand einer umfangreichen Passagierbefragung mit 1.355 persönlichen Interviews in der Sommersaison 2016. Zudem wurden über 50 Experteninterviews mit Reedereien, Veranstaltern, Hafenmeistern, Ladenbetreibern, Touristikern der Destinationen sowie mit Anbietern von diversen Landleistungen geführt und eine Markt- und Angebotsanalyse in Form einer Prospektanalyse erstellt. Ermittelt wurden die monetäre Wertschöpfung der Flusskreuzfahrt für die Region sowie Erkenntnisse über Gästestruktur, Reismotive, Reiseerfahrungen, Zufriedenheiten, Weiterempfehlung und Wiederbesuchsabsicht.

41,2
Millionen

Euro werden durch die Flusskreuzfahrten in die Kassen der Region gespült.

Zusätzlich zu dem Reisepreis (und die gebuchten Pakete) geben die Passagiere während ihrer Landgänge in der Region im Schnitt 27 Euro pro Person aus. Dabei handelt es sich in erster Linie um Ausgaben für Souvenirs und Mitbringsel (27 Prozent), um Ausgaben in Gasthäusern und Kneipen (24 Prozent), um Ausgaben für Bekleidung und Schuhe (20 Prozent) sowie um Ausgaben für Schmuck und Uhren (10 Prozent). Für Ausflugspakete bezahlen die Passagiere im Durchschnitt 38 Euro pro Passagier und Landgang. Diese Pakete werden entweder direkt mit oder während der Schiffsreise beim jeweiligen Veranstalter beziehungsweise Reeder gebucht.

Der 2016 ermittelte Mindest-Nettoumsatz in Höhe von 110,7 Millionen Euro generiert demnach einen regionalen Kaufkraftzufluss vor Steuern in Höhe von rund 41,2 Millionen Euro (direkte Wertschöpfung). Dies entspricht einem Arbeitsplatzäquivalent in Höhe von 1.170 für den untersuchten Streckenabschnitt.

Weltweite Werbewirkung

Neben den positiven Wertschöpfungseffekten bietet die Donau-Flusskreuzfahrt eine enorme weltweite Werbewirkung für den Donaauraum. Für die kommenden Jahre wird ein weiterer Zuwachs der Branche erwartet, der mit mehr Schiffen und einer höheren Anzahl an Besuchern verbunden sein wird. Die Akteure der Flusskreuzfahrtenbranche sind sich bewusst, dass gerade im Hinblick auf das steigende Besucheraufkommen die Balance zwischen Wertschöpfung und Wertschätzung stets im Auge behalten werden muss. Die Anforderungen an einen nachhaltigen Tourismus der Flusskreuzfahrten sind von Region zu Region unterschiedlich. Aufbauend auf den Erkenntnissen der vorliegenden Studie haben sich die Regionen entschlossen, zukünftig noch enger zum Thema Flusskreuzfahrten zusammenzuarbeiten und neben der regionalen Wertschöpfung auch den Aspekt der Wertschätzung zu stärken. ♦



Spüren, was wirklich zählt!



Mietberufskleidung von Urzinger, denn auch harte Jungs wissen unsere Leasing-Kollektionen zu schätzen. Optimaler Schutz durch moderne Funktionstextilien, immer modisch und – auch wenn’s mal schmutzig hergeht – perfekt gepflegt und aufbereitet.

Urzinger – Erfahrung. Innovation. Erfolg.

JOSEF URZINGER GMBH • 84030 LANDSHUT • 0871-97315-0

www.urzinger.de

Dr. Stefan Mang und Brigitte Franz
Centouris – Centrum für marktorientierte Tourismusforschung der Universität Passau

