

Kundeninterview zum Projekt »Online Reisebüro Kreuz & Meer«

1 Fragen zum Unternehmen

Bitte beschreiben Sie kurz die Entwicklung des Unternehmens

Kreuz & Meer wurde 1982 als kleines Reisebüro in Berlin gegründet, existiert also schon seit über 20 Jahren am Markt. In den ersten Jahren boten wir das komplette Spektrum der Pauschalreisen an, ab Anfang der 90er Jahre erfolgte eine Spezialisierung auf Kreuzfahrten. Im Laufe der 90er Jahre errichteten wir drei weitere Filialen, in Frankfurt/Main, Köln und München. Heute beschäftigt das Unternehmen rd. 20 feste Mitarbeiter/innen.

Welche Geschäftsform hat das Unternehmen heute?

Das Unternehmen ist heute eine GmbH. Einziger Gesellschafter ist der Gründer des Unternehmens, Dr. Eduard Hübner. Das Unternehmen wird zentral von Berlin aus verwaltet. Die Filialen werden jeweils von einem/r Filialleiter/in geleitet.

Was sind die zentralen Unternehmensziele?

Sich als kleinerer Anbieter auf einem kompetitiven Markt zu behaupten. Die Filialen halten zu können. Das Angebotsspektrum und das Marketing auf die Hauptzielgruppe weiter zu optimieren.

Welche langfristige Strategie verfolgt das Unternehmen?

Marktführer im deutschsprachigen Raum im Bereich der Kreuzfahrten zu werden. Das WWW als Marketing und Vertriebskanal voll erschließen und mittelfristig mind. 50% des Umsatzes durch Vertrieb über das Internet zu erwirtschaften.

Gibt es eine Unternehmensphilosophie und/oder ein zentrales Motto?

Wir heben uns durch unsere lange Erfahrung und gründliche Recherche unserer Angebote von unseren Mitbewerbern ab. Unsere Kunden können uns voll und ganz vertrauen. Unser Motto: Zuhause fühlen an Bord!

2 Fragen zum Produkt- und Dienstleistungsspektrum

Welche Produkte und Dienstleistungen bietet das Unternehmen an?

Wir haben uns auf Kreuzfahrten spezialisiert. In diesem Marktsegment bieten wir das gesamte Spektrum an, von Flußkreuzfahrten mit Städtebesichtigungen (u.a. Donau, Moldau, Elbe), Kreuzfahrten in der Nordsee (Spitzbergen, Nordkap), Kreuzfahrten in der Karibik. Zu unserem besonderen Service gehört, dass wir unsere Kunden vor Antritt der Reise individuell beraten (z.B. über Impfempfehlungen, Vorbereitung auf die Reise (z.B. Literaturempfehlungen), klimatische Bedingungen usw.).

Was macht Ihre Produkte besonders oder einzigartig?

Alle unsere Reisen sind besonders geeignet für Senioren. Es gibt einen überdurchschnittlichen Service und eine persönliche Betreuung während der Reise.

Wie ist die Marktposition des Unternehmens?

Kreuz & Meer war eines der ersten Reisebüros, das sich auf Kreuzfahrten spezialisiert hatte und hatte bis vor wenigen Jahren eine marktführende Stellung. In den letzten Jahren hat die Konkurrenz vor allem durch Angebote im WWW stark zugenommen, eine Herausforderung, der wir uns nun stellen müssen.

3 Fragen zur Zielgruppe

Bitte beschreiben Sie kurz die Kernzielgruppe des Unternehmens

Unsere wichtigste Zielgruppe sind Senioren, Rentner und Pensionäre, die nicht mehr im Berufsleben stehen und über Zeit und genügend Geld verfügen. Dabei wenden wir uns sowohl an Paare als auch alleinstehende Senioren.

Gibt es weitere, sekundäre Zielgruppen? Falls ja, beschreiben Sie diese bitte ebenfalls kurz.

Geschäftsführer, Manager und leitende Angestellte jenseits der 50, die zum ersten Mal eine Kreuzfahrt buchen. Diese möchten wir gerne langfristig binden, damit sie immer wieder bei uns buchen.

Seit einigen Jahren buchen auch verstärkt jüngere Erwachsene Kreuzfahrten. Diese möchten auf der einen Seite etwas erleben und neue Kontakte knüpfen, auf der anderen Seite auf einen gewissen Luxus nicht verzichten.

4 Fragen zum Webprojekt

Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit dem World Wide Web gemacht?

Wir sind noch nicht im Internet präsent und haben damit auch noch keine Erfahrung gemacht.

Welche Rolle spielt das Internet in Ihrer langfristigen Unternehmensstrategie?

Immer mehr Senioren nutzen das Internet und kaufen über dieses Medium ein. Der langfristige Unternehmenserfolg wird entscheidend davon abhängen, ob wir es schaffen, unsere Kernzielgruppe über das WWW zu erreichen und von einer Buchung zu überzeugen.

Welche kurz- und mittelfristigen Ziele möchten Sie mit dem Webprojekt erreichen?

Wieder voll wettbewerbsfähig zu werden, die Umsätze um mind. 25% steigern, die Filialen stärken, so dass diese erhalten werden können.