



CLIA-Studie zum asiatischen Kreuzfahrtmarkt Wachstum der asiatischen Kreuzfahrtmärkte übertrifft Erwartungen

- Passagierrekord: 2 Millionen Passagiere aus asiatischen Quellmärkten
- Reisevielfalt: 60 Schiffe, 1.500 Kreuzfahrtreisen auf 200 Routen
- 50 Prozent höhere Passagierkapazitäten
- Beliebteste Destination ist Japan

WASHINGTON D.C., 11. August 2016 – Die asiatischen Kreuzfahrtmärkte sind im vergangenen Jahr so stark gewachsen wie nie zuvor: Die Zahl der Passagiere stieg 2015 um 24 Prozent auf 2,08 Millionen (2014: 1,68 Millionen). Auch die Kapazitäten der Kreuzfahrtschiffe sowie die Anzahl der Reiseziele verzeichnen Wachstumsraten im zweistelligen Bereich. Das ist das Ergebnis einer Studie zu Kreuzfahrtrends in Asien, die der internationale Kreuzfahrtverband Cruise Lines International Association (CLIA) heute veröffentlichte.

„Auch wenn wir erwartet haben, dass Asien in der Kreuzschifffahrt ein Rekordwachstum erreicht, sind wir über die Geschwindigkeit erstaunt, mit der sich die Region zu einer der wichtigsten Kreuzfahrtdestinationen und -quellmärkte der Welt entwickelt“, sagt Cindy D'Aoust, Präsidentin und CEO von CLIA Global. „Die Kreuzfahrtbranche hat umgehend auf die Nachfrage in Asien reagiert: Die Reedereien bieten Kreuzfahrtschiffe an, die speziell auf die Bedürfnisse der asiatischen Reisenden zugeschnitten sind. Gleichzeitig wird internationalen Gästen ermöglicht, die faszinierenden Reiseziele Asiens zu entdecken.“

Die Studie „Asia Cruise Trends“ stellt folgende Zahlen und Trends für die asiatische Kreuzfahrtindustrie vor:

1. **Mehr Kreuzfahrtreisen** – Die Anzahl angebotener Hochseekreuzfahrten im asiatischen Raum nimmt weiterhin zu: Für 2016 sind **1.560 Fahrten** geplant, eine rasante Steigerung in Höhe von **43 Prozent gegenüber dem Vorjahr** (2015: 1.095 Fahrten). Auch bei der Anzahl der Tage, an denen Kreuzfahrtschiffe in Betrieb sind, hat es in den vergangenen Jahren einen deutlichen Anstieg gegeben: von 4.307 Betriebstagen im Jahr 2013 auf **7.918** im Jahr 2016.
2. **Mehr Kreuzfahrtschiffe** – In diesem Jahr werden **60 Hochseekreuzfahrtschiffe** in Asien fahren. Das entspricht einem Wachstum von 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 2015 waren 52 Hochseekreuzfahrtschiffe in Betrieb, 2013 waren es 43 Schiffe. Von den in diesem Jahr im Einsatz befindlichen Schiffen sind 14 ganzjährig in dieser Region in Betrieb.
3. **Kapazitätssteigerung** – Die Passagierkapazitäten von Kreuzfahrtschiffen steigt weiterhin an; mit einem gewaltigen Schub um voraussichtlich 51 Prozent im Jahr 2016. Dadurch wird die Gesamtkapazität auf Hochseekreuzfahrtschiffen von rund 2,1 Millionen Passagieren im Jahr 2015 auf rund **3,2 Millionen** im Jahr 2016 steigen.
4. **Nachfrage nach Destinationen** – Kreuzfahrten in der Region umfassen 2016 planmäßig mehr als **204 Reiseziele in 17 Ländern**. Dadurch wird das Reisen mit einem Kreuzfahrtschiff zu einer

der einfachsten Möglichkeiten, unzählige Reiseziele in ganz Asien zu besuchen. Während die Einführung neuer Häfen in ganz Asien großartig für die Reisenden ist, profitieren davon auch die lokalen Volkswirtschaften, da immer mehr Besucher zu Reisezielen in Asien gebracht werden.

- Japan ist mit planmäßig 1.526 Hafenanläufen im Jahr 2016 wieder einmal das beliebteste Reiseziel, gefolgt von China (850), Südkorea (745), Vietnam (466), Malaysia (422) und Singapur (391).
 - Der meistbesuchte Hafen im Jahr 2016 wird voraussichtlich jener auf der Insel Jeju in Südkorea (460 Anläufe) sein, dicht gefolgt von Schanghai (437), Singapur (391) und Fukuoka (258).
5. **Passagierwachstum in Asien** – Mehr Reisende aus Asien als je zuvor machten eine Kreuzfahrt. Asien konnte – im Vergleich zu anderen Regionen weltweit – im Jahr 2015 mit einer beeindruckenden Steigerung von **24 Prozent** gegenüber 2014 und insgesamt **2,08 Millionen Passagieren** im Jahr 2015 das größte jährliche Wachstum bei den Passagierzahlen für Hochseekreuzfahrten verzeichnen (2014: 1,68 Millionen Passagiere).
 6. **Zuwachs bei den chinesischen Kreuzfahrtpassagieren** – Im Jahr 2015 kamen **986.000 Passagiere** vom chinesischen Festland und machten damit fast die Hälfte aller Kreuzfahrtpassagiere aus Asiens aus. 2014 waren es 703.000 chinesische Passagiere. Sowohl 2015 als auch 2014 war China der weltweit am schnellsten expandierende Quellmarkt. **Allein im Jahr 2015 betrug die Wachstumsrate 40 Prozent.** Von 2012 bis 2015 stieg die Zahl der chinesischen Passagiere jährlich um durchschnittlich **66 Prozent**
 7. **Kürzere Kreuzfahrtreisen bevorzugt** – Die asiatischen Passagiere ziehen eher kürzere Hochseekreuzfahrten vor. Im Jahr 2015 entschieden sich rund **drei von zehn** (30 Prozent) asiatischen Passagieren für Kreuzfahrten mit einer Dauer von zwei bis drei Übernachtungen, während die Hälfte (**50 Prozent**) Kreuzfahrten mit **vier bis sechs Übernachtungen** bevorzugten. Fast ein Fünftel der Reisenden entschied sich für längere Kreuzfahrten, wovon der Großteil sieben bis 13 Übernachtungen buchte.
 8. **Asiatische Erkundung** – Während sich der von Asien ausgehende Tourismus weltweit explosionsartig entwickelt, ergab die Studie, dass asiatische Kreuzfahrtteilnehmer vor allem **asiatische Reiseziele** erkunden. Mehr als acht von zehn asiatischen Passagieren (**84 Prozent**) machten eine Kreuzfahrt innerhalb Asiens. Die restlichen 16 Prozent flogen zu Kreuzfahrtzielen außerhalb der Region, hauptsächlich in Europa, gefolgt von Alaska und der Karibik. Aus Japan reisten 23 Prozent außerhalb Asiens, aus Indien 30 Prozent. Nur 3,6 Prozent der Chinesen reisten außerhalb Asiens.
 9. **Kreuzfahrtpassagiere unter 40 Jahre** – 38 Prozent der asiatischen Kreuzfahrtpassagiere sind jünger als 40 Jahre. In China, dem größten Markt in Asien, sind sogar 42 Prozent der Kreuzfahrtpassagiere jünger als 40 Jahre.
 10. **Passendes Angebot für Reisende aus Asien** – Die Kreuzfahrtlinien haben die Notwendigkeit erkannt, ihre besten Schiffe mit allen Annehmlichkeiten in der Region einsetzen zu müssen. Genau auf die asiatischen Gäste zugeschnittene Angebote an Bord der Schiffe umfassen u. a.



im Preis enthaltene, auf Familien mit mehreren Generationen ausgerichtete Freizeitaktivitäten, exklusive Einkaufsmöglichkeiten, entsprechende Sprachkenntnisse der Crew, angepasste Speisekarten, die vertraute Vorlieben und regionale Küche enthalten sowie bequeme Kabinen und High-Tech-Funktionalitäten.

Über die Studie „Asia Cruise Trends 2016“

CLIA gab die Studie *Asia Cruise Trends 2016* in Auftrag, um weitere Einsichten in den sich schnell entwickelnden Kreuzfahrtmarkt zu erhalten. Die Untersuchung baut auf dem White Paper „Informationen, Intelligence, Insights“ von 2013 auf, sowie auf der ebenfalls von CHART Management Consultants durchgeführten Studie *Asia Cruise Trends 2014*.

Die Initiative *Asia Cruise Trends 2016* hat richtungweisende Daten von 31 internationalen und regionalen Kreuzfahrtlinien, die über 95 Prozent der Kapazitäten der Kreuzfahrtschiffe in Asien repräsentieren, gesammelt. Kreuzfahrten mit nur einer Übernachtung wurden in der Analyse nicht berücksichtigt.

Der Bericht ist auch auf der CLIA Deutschland-[Webseite](#) verfügbar.



Über CLIA Deutschland

Cruise Lines International Association (CLIA) ist der weltweit größte Verband der Kreuzfahrtindustrie mit Vertretungen in Europa, Nord- und Südamerika, Asien und Australasien. CLIA Deutschland sitzt in Hamburg und vertritt seit März 2013 die Interessen aller in Deutschland tätigen CLIA-Mitgliedsreedereien gegenüber regulatorischen und gesetzgebenden Entscheidungsträgern, NGOs und den Medien. Zentrale Themen sind u. a. Umwelt und Nachhaltigkeit, Häfen und Infrastruktur, Verbraucherangelegenheiten und Marktforschung. Neben den elf im deutschen Kreuzfahrtmarkt aktiven Mitgliedsreedereien zählen ebenfalls Reiseveranstalter, Hafenbehörden, Reisedestinationen und zahlreiche weitere Geschäftspartner der Kreuzfahrtindustrie zu den Mitgliedern. Darüber hinaus unterstützt CLIA Deutschland den Dachverband CLIA Global in der nationalen Umsetzung der europäischen und weltweiten CLIA-Standards. Weitere Informationen zu CLIA, zur Kreuzfahrtbranche und zu den der CLIA angehörenden Kreuzfahrtgesellschaften und Reisebüros erhalten Sie unter www.cruising.org. Mehr Informationen zu CLIA Deutschland erhalten Sie unter: <http://www.cliadeutschland.de/>. Folgen Sie CLIA außerdem auf Facebook und Twitter.

Über CHART Management Consultants

CHART Management Consultants berät Unternehmen der Kreuzfahrt- und Tourismusbranche bei der Bearbeitung komplexer Sachverhalte sowie bei der Entwicklung strategischer Problemlösungen und innovativer Geschäftsmodelle. Die Berater können als ehemalige Führungskräfte von Kreuzfahrtgesellschaften dabei auf ihre langjährige Erfahrung sowie ihre analytische Stärke, hohe Kommunikations- und Umsetzungskompetenz zurückgreifen. In den letzten Jahren legte das Unternehmen den Fokus mehr und mehr auf die Regionen Asien und Pazifik. Gegründet wurde CHART im Jahr 1997 vom heutigen Principal Ted Blamey, ehemaliger Präsident bzw. CEO von Sitmar International, der Hafenbehörde Sydney und der australischen Reisehandelsgruppe Ansett Retail/Traveland. Mehr Informationen finden Sie unter www.CHARTmgmtconsultants.com.

Pressekontakt

Jasmina Alatovic

Telefon: 069-9218-74-34

E-Mail: jalatovic@heringschuppener.com