

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

Liebe Leserinnen und Leser,

unser 80. Newsletter ist nicht einfach eine Sammlung von Informationen, sondern ein Erfahrungsbericht über die von Costa Kreuzfahrten als neues Konzept groß angekündigte „neoCollection“, entstanden auf einer Reise mit der Costa neo-Romantica. Wie sehr sich ein angekündigtes Konzept von der Wirklichkeit unterscheiden kann, zeigt sich an dem, was auf der neoRomantica erlebbar war.

Entstanden ist ein kommentierender und auch kritisierender Bericht, der die vorgefundene Situation unterhaltsam und doch deutlich schildert. Autor der folgenden Seiten ist Bernhard Jans. Viel Spaß bei der Lektüre!

Costa neoRomantica – „a whole new world of luxury“ ???

Eine Kreuzfahrt zwischen Ankündigung und Wirklichkeit

That's it, die ganz neue Definition des Luxus. Costa leistet sich eine neue Definition von Luxus. Schade für Costa, dass unter Luxus im Allgemeinen etwas anderes verstanden wird und somit keiner so recht verstehen mag, worin Luxus bei Costa so gründen mag.

Ganz von vorne angefangen. Groß angekündigt von Costa die neue neoCollection mit älteren Schiffen, die aber ein luxuriöseres, anspruchsvolles Reisen ermöglichen sollen. Vollmundige Ankündigungen, hochwertige Informationsunterlagen. Unterwegs auf der Costa neoRomantica prangt immer dann, wenn in der Kabine der Fernseher eingeschaltet wird, auf dem Bildschirm groß der Slogan: „Costa neoRomantica – a whole new World of Luxury“.

Der weltberühmte Roman, in dem Aldous Huxley die Schreckensbilder einer neuen Weltgesellschaft beschreibt, nannte er „Brave New World“. Merkwürdig, dass man sich an diesen vor Jahrzehnten gelesenen Roman erinnert, wenn man in der „Whole new World“ der neoCollection von Costa unterwegs ist.

Älteres „Schätzchen“ mit Potential – das Schiff

Neo – das klingt spritzig, innovativ, modern, einfach so ein wenig zwischen „neo: neu“ und „neon: leuchtend“ oder gar „neonfarbig: schrill und bunt“. Super – etwas Neues, auf das man schon lange wartete. Oder nur ein neues Mäntelchen für ein altes Produkt, um es noch ein wenig länger im Markt halten zu können?

Erster Eindruck, von außen: Ein gut gerichtetes, älteres Schiff. Erster Eindruck beim Betreten des Schiffes: Hier hat sich wirklich jemand große Mühe gemacht, ein älteres Schiff wirklich gut „heraus zu putzen“. Sehr gediegene, gute Ausstattung in den öffentlichen Räumen, ob Teppichböden oder Mobiliar. Einige Stücke könnte man getrost als gehobenes Design bezeichnen.

Wenig Struktur – ein neoSchiff, bevor es die neoCollection gab

Ein wenig verbaut das Ganze. Überall spürt man, dass viel Mühe dafür aufgewendet wurde, etwas Neues in den Altbestand einzufügen. In den unteren Geschossen die Schiffsrezeption als einziger öffentlicher Bereich, etwas abgekoppelt von allem anderen. Im Bug das Theater verschwunden, statt dessen Fitness- und Wellnessbereich. Die achte Etage mit der zentralen Bar, in der sich alles konzentriert. Verschiedene Shops, ein fensterloses kleines Café, bei dem die meisten Tische im Durchgangsbereich des Flures stehen, und das à la Carte-Restaurant. Die neunte Etage bringt verwinkelte Gänge. Eine Weingalerie mit schönen Sesseln, aber eher als Durchgangsbereich genutzt zu einer weiteren großen Bar, die zugleich als Theater genutzt wird, ständig verdunkelt und schlecht bewirtschaftet ist. Dahinter dann im Heck, nur durch die Bar erreichbar die Disco, im schönsten Aussichtsgebiet – gut versteckt. Daneben ebenso ziemlich abgekoppelt ein kleines Restaurant für die Samsara-Gäste.

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

Ein Blick auf die oberen Decks. Wer vorne im Bug wohnt, hat keine Chance, über das Oberdeck ohne rauf und runter mit Aufzug oder über Treppen das Buffet-Restaurant zu erreichen. Dieses ist so ein wenig ein Konglomerat aus Alt und Neu – im Alt-Bereich dasjenige, was man auch von der Costa classica noch kennt, kleine Fenster mit davor hängenden Rettungsbooten, im Neu-Bereich mit guter Aussicht dasjenige Überbaut, was Freiterrasse des Restaurants war. Die fehlt jetzt.

Im Außenbereich zwei herrlich kleine Pools. Der Ausgang zum Außenbereich vom vorderen Aufzug extrem eng, verbaut mit einer Wendeltreppe, ziemlich scharfkantige Ecken. Das Ganze dann auch noch verstellt mit Tischtennisplatte und Kicker. Zudem ist dieser Bereich noch ausgewiesen als Raucherecke, in der sich nicht nur Gäste, sondern auch Crewmitglieder sammeln. Etwa zehn spielende Kinder an Tischtennis und Kicker, dazu drei Raucher, und diejenigen, die einfach nur raus wollen aus dem einzigen Zugang zum Sonnendeck vom vorderen Aufzugschacht heraus, müssen sich irgendwie durchschlängeln. Sonnenterrassen eher spärlich. Auf dem Oberdeck zeigen sich in Struktur und Platz die Folgen des neuen Aufbaus am Bug mit den Balkonkabinen.

Die Kabine erstaunlich großzügig und gut ausgestattet. Man vermisst eigentlich nur ein wenig offene Ablagefläche, und spätestens nach dem ersten Tag den zweiten Stuhl, der durchaus gut Platz fände – schließlich ist man zu Zweit unterwegs. Hellhörig ist das Ding – wir wissen jetzt, dass der linke Nachbar schnarcht und der rechte Nachbar so laut redet, dass man seine Italienischkenntnisse damit aufbessern könnte, hätte man eine Grundahnung von der Sprache. Steht jemand im Flur im Bereich vor der Kabine, hört es sich so an, als wäre er drin.

Im Bad kommt noch der Charme der vergangenen Jahrzehnte durch – da helfen auch zwei an die Wand geklebte Ablagekörbchen nicht zwingend weiter. Etwas angeschlagenes Waschbecken, Duschvorhang, eine Toilettenspülung, die im Laufe der Jahrzehnte ihre Sogwirkung etwas verloren hat, die sie sicherlich einmal besaß ... Sehr angenehm: Der Boden aus Teakholz.

Die Dusche, ein besonderes Erlebnis. Millimeterarbeit, die Temperatur richtig einzustellen. Millimeter-Bruchteile in die eine Richtung, und es wird unerträglich heiß – Millimeter-Bruchteile in die andere Richtung, und das Wasser wird spärlicher, dafür kühler. Der Duschkopf scheint neuer zu sein, zumindest hat zur Zeit, in der das Schiff entstand, niemand an solche Modelle gedacht – Form und Leistungsprofil unvoreingenommen betrachtet, könnte das Ding auch einem Amsterdamer Geschäft für spezielle Annehmlichkeiten entstammen.

In der Kabine merkt man doch entweder das Alter oder den Umbau des Schiffes. Auch bei geringster Seestärke knarrt es ununterbrochen in den Wänden. Sicher muss sich ein Schiff in sich verwinden können, aber in dem Umfang und ununterbrochen knarrend (Ausnahme Liegezeiten), das ist schon merkwürdig. Macht sich hier doch der Umbau bemerkbar? Vorne am Bug deutlich höher gebaut, am Heck aufgestockt, dafür in der Mitte für Balkonkabinen und etwas Aussicht Löcher in den Rumpf geschnitten ...

Gut gemeint, aber oft wenig durchdacht

Diesen Eindruck hat man in vielen Bereichen des Schiffes. Vorne ein für diese Schiffsgröße enorm großer Wellnessbereich – in Relation zum umbauten Raum dürfte das einer der am wenigsten genutzten Bereiche sein. Gut besucht noch das Fitness-Studio. Aber muss all das in bester Lage sein? Ein Pool vorne im Schiff, in bester Aussichtslage, in dem man so liegt, dass man auf keinen Fall nach draußen sehen kann? Ein Fitnessbereich mit einigen – in Relation zur Gesamtzahl der Gäste – wenigen Menschen auf ca. 15 Geräten, die nach draußen ausgerichtet sind. Mit Menschen auf den Bändern, die weniger auf Wasser und Landschaft blicken, sondern auf die Kalorienzähler der Geräte oder auf dem eingebauten Bildschirm das eine oder andere Spiel machen oder einen Film ansehen.

Andererseits sieht man in der Grand Bar, wie begehrt die Plätze an den Fenstern sind, um einen Blick aufs Meer zu genießen. Weit mehr Gäste pro Quadratmeter, denen man auch noch etwas verkaufen kann ...

Oder das Zuzahlrestaurant in bester Aussichtslage. Wer zuzahlt, soll besondere Leistungen haben. Ja. Aber dieses Restaurant ist fast den ganzen Tag über leer. Es ist am Abend einigermaßen besucht – dann, wenn es mehr auf das Essen

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

ankommt, weniger auf die Aussicht. Ein Fotoshop mit einem der schönsten Panoramafenster, davor die Verkaufstheke. Und so weiter.

Die Ausstattung. Eine Schokobar mit Großteil der Bestuhlung im Flurbereich. Mit niedrigen Stuhlesseln – ältere Menschen können kaum noch aufstehen. Mit noch niedrigeren Tischchen – man kommt kaum an das Getränk. In der eigentlichen Bar, eher eine Nische, etwas höhere Bestuhlung, aber mit Tischen, bei denen Menschen mit etwas längeren Beinen diese nicht mehr unter den Tisch bekommen und irgendwie quer im Raum sitzen müssen.

Die Liste ließe sich fast endlos ergänzen. Viele Dinge sind einfach nur unschön, andere sind eher ärgerlich, und manche sogar direkt gefährlich – wie z. B. die nicht ordentlich schließenden schweren Duschtüren in den Umkleiden im Wellnessbereich; schaukelt das Schiff ein wenig, fallen die Türen auf und zu, Verletzungsgefahr. Oder die heißen Metall-Teekännchen im Wellnessbereich. Oder die Schnapptüren zum Außendeck. Oder die scharfkantigen Gestänge im Zugang zum Poolbereich. Handlungsbedarf ist angesagt.

Es könnte ergänzt werden. Oder zusammengefasst in einer Aussage: Der Anspruch „aus Alt mach Neu“ ist nicht so richtig aufgegangen. Potential steckt drin, die Ausstattung ist gut, der Rest muss über andere Leistungsbereiche substituiert oder entfaltet werden.

Route, Liegezeiten – nicht das, was die neoCollection verspricht

Eine schöne Route, von Amsterdam nach Spitzbergen, Natur pur, garniert mit Kleinst- und Kleinstädten. Eine lange Strecke, die das Schiff unterwegs ist. Von der Buchung bekannt sind jedem Reisenden die Anlegehäfen mit ihren Liegezeiten, ebenso wie die Aussichtsstrecken wie entlang der Bäreninsel, im Magdalenenfjord oder im Geirangerfjord.

Nach vollmundiger Ankündigung im Rahmen der neoCollection geht man natürlich davon aus, dass die Strecke nicht nur bestens gewählt ist, sondern die Liegezeiten auch optimal ausgeschöpft werden. Schließlich verspricht das die neoCollection.

Weit gefehlt. Liegezeiten in den Häfen, die kürzer sind als bei vielen anderen Schiffen, die eine ähnliche Route laufen. Trödeln auf See zwischen Longyearbyen und Tromsø und auch nach Tromsø – das Schiff fährt merkwürdig langsam. So ein wenig geänderte Routenführung hätte sicherlich noch einen weiteren Hafen-Stopp ermöglicht, bei einer etwas längeren Liegezeit in Tromsø wäre noch Gelegenheit gewesen, die Stadt zu erkunden. Da haben diejenigen, die diese Route geplant haben, ganz sicher das Konzept neoCollection nicht verstanden. Oder liegt es an den Hafengebühren, die im Norden ja durchaus nicht zu verachten sind?

Speisen im neoConcept – zwischen genießen und abfüttern

Vollmundige Ankündigungen zum Restaurant-Konzept der neuen neoCollection, entsprechend hoch ist die Erwartungshaltung. Beste Speisen, vorwiegend regional geprägt, bei hervorragendem Service, in stilvollem, angenehmem, gepflegten Rahmen. So soll es sein, so versprechen Broschüren und Internetauftritt zur neoCollection.

Gut, der Umbau der Costa Romantica zur Costa neoRomantica hat sicherlich einiges gebracht, schönere Räumlichkeiten und bessere Ausstattung. Ein angenehm ausgestattetes à la Carte-Restaurant. Im Buffetbereich ein Aussichtsrestaurant – leider viel zu klein –, das fast vergessen lässt, dass im „Altbau-Teil“ noch die Rettungsboote vor den Fenstern hängen. Warum dies so sein muss, ist nicht zwingend zu verstehen. Schließlich wurde in der Schiffsmittle ein neues Zuzahl-Restaurant in bester Aussichtslage mit Panoramafenstern geschaffen, und auf ähnlicher Fläche tummeln sich die Shops, ebenso in schönster Aussichtslage mit Panoramafenstern, in diesem Fall jedoch größtenteils verhängt mit Kleidungsstücken, die verkauft werden sollen.

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

Nach einer solchen ersten Einschätzung fällt es schwer, differenziert auf die kleinen und großen Ungereimtheiten auf der Costa neoRomantica im Restaurantbereich einzugehen. Daher einfach gesammelte Eindrücke, stehend zwischen Wunsch nach dem, was die neoCollection verspricht und der manchmal ein wenig bitterbösen Wirklichkeit.

Das Frühstück – recht einfach und monoton

Bleibt man im Tageslauf, dann ist zuallererst das Frühstück fällig. Und hier ist es überfällig, dass etwas geschieht. Das hat mit dem von Costa angekündigten Luxus wirklich überhaupt nichts mehr zu tun. Jeden Tag all das, was in einem einfachen 3-Sterne-Hotel erwartet werden kann. Keine Abwechslung, und schon überhaupt gar nichts, was den kleinsten Hauch von Luxus ausstrahlt. Rührei, Omelette, Grilltomaten, Bohnen – lauwarm. Wenn im Buffetrestaurant keine Schlangen anstehen, angenehm die frisch zubereiteten Eiervariationen. Zwei Wurstsorten, einmal Salami, einmal Kochschinken – nicht der edleren Art, sondern die billigste Version des Press-Schinkens, mal vom Schwein, mal von der Pute. Angenehm die Obstauswahl, vor allem Melonen, gut gereift.

Die Tische nicht sonderlich eingedeckt. Beim Frühstück ist es im Buffetrestaurant der blanke Tisch ohne jede Auflage, meist schlecht abgewischt und klebrig. Darauf der von Aida bekannte Besteckständer mit Hängebesteck, dazwischen gesteckt ein paar Papierservietten. Nicht gerade ein stilvoll vorbereiteter Tisch, eher einer fürs „abfüttern“. Mittags und abends dann Tischdecken; wer früh kommt, hat auch noch einen sauberen Tisch.

Service und Sauberkeit – eine eher klägliche Vorstellung

Überhaupt: Das Abräumen und Säubern der Tische ist nicht das, was das Servicepersonal anscheinend gerne macht. Schmutzige Tische. Benutzte Teller stehen mit allen Essensresten recht lange auf den Tischen – ein kleiner Test im Buffetrestaurant bei relativ geringem Betrieb zeigt, dass ein solches Teller nach zwanzig Minuten immer noch steht, im Freibereich vor dem Grillrestaurant dauert es noch länger. Hier muss das Personal gar aufgefordert werden, anstatt herumzustehen die Tische abzuräumen. Gäste greifen zur Selbsthilfe und tragen nach dem Essen ihre Teller zum Servicepersonal hin, andere wählen während der Mahlzeit die Methode „Teller stapeln“, also immer den neuen auf den alten schmutzigen Teller oben drauf.

Fleißig dagegen die Mitarbeiter im Getränkeverkauf, sofern man den Tisch im richtigen Bereich des Restaurants hat. Schnell und gut versorgt oder nichts bekommen ...

Überhaupt zum Personal. Da sind die einen, die eine gewisse Grundfreundlichkeit ausstrahlen, denen man anmerkt, dass der Umgang mit dem Gast gerne erfolgt. Leider sind das nicht die meisten Servicemitarbeiter. Der Großteil macht den Eindruck, er sei unlustig, überlastet, schlecht organisiert. Es kann ja nicht sein, dass mehr Mitarbeiter den Eindruck erwecken, sie wollen überwachen – mehr als diejenigen, die sich tatsächlich im Service „bewegen“. Und zugleich hat man bei denjenigen, die mehr oder weniger unkoordiniert durch das Restaurant rennen – ob Buffet oder à la Carte – den Eindruck, dass die ordnende Hand fehlt.

Aber nicht nur das, es fehlen oft die auch nur geringsten Servicekenntnisse, die man in der als luxuriös angepriesenen neoCollection erwarten dürfte. Das eigene Anspruchsniveau sinkt schnell, man denkt überhaupt nicht mehr über den Ober mit richtiger Handhaltung, der von der richtigen Seite serviert, und wie es sich gehört für alle Gäste an einem Tisch gemeinsam und ebenso wieder abräumt. Man ist ja schon froh, wenn der Teller des Tischnachbarn während des Essens nicht über den eigenen Teller gereicht wird, wenn im Buffetrestaurant nicht während man isst über den Teller hinweg neues Besteck in das Hängegestell, wenn die Flasche Mineralwasser nicht über zwei Gäste hinweg über die Schulter gereicht wird usw.

Mittagessen zwischen Thunfisch, „Senioren-Hack“ und Essensresten

Beim Mittagessen am Buffet zeigen sich Höhen und Tiefen. Auffallend ein sehr hochwertiger Wareneinsatz, bei Fleisch und Fisch. Gute Salatauswahl, Gemüse eher spärlich, auch alles da, was Burger- und HotDog-Freunde wünschen, Pasta sehr

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

unitalienisch matschig, Risotto nicht oft zu finden und auch eher untypisch. Zubereitung der Speisen weitgehend gut, angenehm gewürzt. Wer später kommt, sollte aufpassen, was gerade frisch nachgelegt wird – sonst kann es passieren, dass das, was heiß sein sollte, doch relativ kühl ist. Schade ist vor allem eines: Oft liegen wirklich schöne, edle Fleischstücke aus, frisch von einem Koch vom großen Stück geschnitten, aber leider ist das hochwertige Ausgangsprodukt durch den Dampfgarer gegangen. Da wird, wenn nicht in der Pfanne nachgebraten wird, aus dem schönsten Stück Rumpsteak, einem Roastbeef oder aus einem Kalbsrollbraten einfach ein labberiges, wenig schmackhaftes Stück Fleisch.

Einfach einmal ein krönendes Beispiel für den neoService, den Costa im Buffetrestaurant bietet. Ausgangssituation: Es stehen zu den Hauptessenszeiten immer zu wenige Plätze zur Verfügung, Gäste sind laufend am suchen. Außerdem wird offensichtlich zu wenig Personal eingesetzt, das seinerseits nach Überlebensstrategien sucht. Ordentliche Ablageflächen für benutztes Geschirr gibt es für die Abräumkräfte nicht. Was tun sie? Sie wählen einen Tisch aus, an dem ein Platz frei ist, und nutzen diesen Platz, um die schmutzigen Teller und Essensreste von Tischen, die sie abräumen, zu sammeln. Essensreste werden von den Tellern abgekratzt, schließlich müssen die Teller gestapelt werden. Das alles neben den Gästen, die gerade versuchen, im allgemeinen Getümmel einigermaßen angenehm zu essen. Nicht möglich. Eher: Pfui Teufel!

Obst für Entdecker und Eroberer

Ist man beim Frühstück zumindest noch angetan vom Obst, begibt man sich beim Mittagessen ebenso wie beim Abendessen fast vergeblich auch die Suche. Am Buffet gibt tagein, tagaus mittags und abends (für diejenigen, die keine Melonen in Schnitzen essen können, auch zum Frühstück) dasjenige, was die Bewohner eines Altersheim selbst als „Seniorenhack“ bezeichnen würden, nämlich unförmig klein geschnipselte Melonenstücke im Schälchen, manchmal mit ein paar Fetzen Ananas. Nach einer Woche (!) den Restaurantchef am Buffet danach gefragt meinte er lapidar, das sei eben so.

Nicht immer, aber manchmal, eher selten, steht eine Schüssel mit Obst da, meist Äpfel oder Orangen (machen den Eindruck von günstigen Saftorangen), dann tatsächlich mal eine Schüssel mit Aprikosen und einmal Kirschen. Sind es Pfirsiche oder Nektarinen, dann sind diese steinhart und ohne Aroma. Stehen mal zwei Sorten auf einmal da, gerät man in höchstes Erstaunen. Im à la Carte-Restaurant als Nachtisch Ost bestellt, gibt's auch zwei Scheiben Melonen, aber nicht kleingehackt wie am Buffet, garniert mit einer Scheibe Orange, manchmal gar eine Scheibe Kiwi – da kommt ein Hauch von Luxus auf. Wählt man Käse, ist es die beste Wahl; wirklich guter Käse, wenn auch in geringer Auswahl – aber bitte nicht beim Frühstück, da ist es hauchdünn geschnittener, abgelagerter Neutralkäse. Überhaupt: In den letzten Jahren war man wirklich sehr oft auf Kreuzfahrtschiffen verschiedenster Anbieter unterwegs – aber so oft und intensiv hat man nirgendwo suchen müssen, um ein Stück Obst zu „erobern“.

Ein neoConcept für offene Essenszeiten, das kaum einer versteht ...

Im á la Carte-Restaurant Botticelli, ein durchaus stilvoller Rahmen, um „zum Essen auszugehen“, beeindruckt eher die merkwürdigeren Gegebenheiten. Was am meisten auffällt: Im Service hat anscheinend noch niemand so richtig verstanden (oder trainiert), was offene Essenszeiten bedeuten. Der Tisch ist die Einheit, Menüfolgen haben für diesen Tisch zu gelten, so ist zu servieren. Was geschieht? Es gibt anscheinend eine Bereichszuordnung. Wer nur wenige Gänge bestellt, muss immer warten, bis die jeweiligen Zwischengänge der anderen Gäste durch sind – nicht nur derjenigen am eigenen Tisch, sondern auch derjenigen drum herum. Endlose Wartezeiten. Dazwischen ein irgendwie unkoordiniertes Abräumen der Teller, nach welchem System auch immer. Auf jeden Fall haben diejenigen, die vielleicht nur eine Kleinigkeit essen wollen, dieselbe Zeit im Restaurant verbracht wie diejenigen, die umfassend Vieles genossen haben – und mit ein wenig Pech haben sie einen Großteil dieser Zeit vor ihren eigenen benutzten Tellern mit Essensresten verbracht. Das hat mit offenen Essenszeiten gar nichts zu tun.

Noch so eine Merkwürdigkeit im á la Carte-Restaurant: Das Essen ist nicht einfach nur dasselbe wie im Buffetrestaurant. Nein, die Auswahl ist auch geringer. Und anscheinend bringen die Köche am Buffet die Dinge auch schneller an den Gast – weniger trockene Fische, weniger kaltes Fleisch.

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

Die Weinkarte: Sehr italienisch. Auffallend: Obwohl viele Gäste aus Deutschland an Bord sind, ist bei den internationalen Weinen überhaupt kein Wein aus Deutschland zu finden, obwohl es dort ganz sicher Weingüter gibt, die es mit den österreichischen, französischen oder spanischen aufnehmen können, die im Angebot sind.

Noch zum Abendessen – eigentlich nichts anderes als über das Mittagessen zusätzlich zu vermerken. Dasselbe Durcheinander, eine Hummerkrabbensuppe mit gut klingendem Namen, schmeckend wie fischiger Tapetenkleister mit Fasern, ein sehr wohlwollend durchgebratener staubtrockener Fisch, ein Cassis-Sorbet gut tauglich für einen Zuckerschok, um nur ein Beispiel zu nennen. An einem Abend ein Zitronensorbet, das wirklich Meisterklasse ist.

Ergänzend noch ein Beispiel für eine Nachspeise. Auf der Karte steht „frische Erdbeeren auf Erdbeermousse“. Das muss man doch bestellen, nach den allgemeinen Obst-Mangel-Erscheinungen. Das Dessert kommt. Ein kleines Becherchen mit erdbeerfarbener Creme, darauf ein Klecks Sahne, darauf das Viertel (!) einer Erdbeere. Das war wohl die besondere Erdbeer-neoCollection ...

Schade – gerade das à la Carte-Restaurant hätte so viele Vorteile. Nicht das hektische Rennen zum Buffet, nicht die Jagd nach einem Platz im Restaurant, nicht das Phänomen, dass zwei Leute gemeinsam reisen, sich beim Essen aber nie sehen, weil immer der jeweils andere auf den Sitzplatz aufpassen muss. Die Chance, stilvoll zu Speisen, auch die Möglichkeit, sie gepflegt mit anderen unterhalten zu können – das würde ein gut organisiertes à la Carte-Restaurant bieten. Man kommt zu merkwürdigen Empfehlungen, die einem geradezu wiederstreben: Wer nicht zwingend auf den Service am Tisch im à la Carte-Restaurant fixiert ist, sollte ans Buffet gehen: Die Auswahl am Buffet ist größer, der Service schenkt sich auch nicht viel. Und am Buffet sind es keine vollmundigen Texte, nach denen man bestellt – man sieht und wählt aus.

So ein wenig „Schrecken ohne Ende“ ...

Nicht vergessen, der Nachmittagskaffee. Was da geboten wird, spottet aber wirklich jeder Beschreibung. Wer Teilchen, Kuchen, Torten erwartet, reibt sich überrascht die Augen. Ein oder zwei Sorten Trockenkekse, einige Mini-Stückchen in Größe 2 x 5 cm von irgendwelchen Trockenkuchen, Art Linzer Torte, ebenso Große Mini-Bisquit-Kuchen mit wenig genießbarer Creme drin, mit etwas Glück ein ebenso kleines Stück Schokokuchen. Alles gut verteilt auf großen Platten. Wer nichts Süßes mag, findet ein paar belegte Mini-Brötchen. Dazu schlapper Kaffee und Beuteltee. Kläglich. Ist das neoCollection? Das findet man in der Form auf jedem Billig-Schiff. Aber nur dort.

Eine Pizza, die bei anderen Schiffen wie selbstverständlich auf dem Buffet steht – auch wegen der Kalkulation –, findet man nur in der Pizzeria, und dort ist sie gegen einen Aufpreis von 4 Euro zusammen mit einem Salatschüsselchen und dem „Seniorenhack-Nachtsch“ aus dem Buffetrestaurant zu haben. Muss das sein?

Das „wirkliche“ Zuzahl-Restaurant haben wir uns erspart. Aufpreis 25 Euro pro Person für ein Menü, das sich auf dem Papier kaum unterscheidet von dem, was im Restaurant geboten wird. Nach einschlägigen Erlebnissen im Boticelli, dem à la Carte-Restaurant, glaubt man nicht so recht daran, dass etwas geboten wird, das einen solchen Aufpreis wert ist.

Wie war das noch? War nicht doch das Abendessen vor kurzer Zeit noch eines der wichtigeren Ereignisse des Tages für alle Kreuzfahrtgäste an Bord des Schiffes? Ausgehen zum Essen. An wenigstens einem Abend das Gala-Dinner, mit Kapitän, Eisbombe mit Wunderkerzen. Oder noch viel mehr: Das Mitternachtsbuffet, von dem diejenigen berichten, die das vor noch wenigen Jahren erlebt haben. Wie oft hört man: Muss nicht sein. Aber noch öfter wird es, eingestanden oder nicht eingestanden, vermisst. Die Kreuzfahrt braucht eben für ihre Zukunft Ereignisse, um ihren Mythos zu erhalten, um nicht zur „normalen“ Pauschalreise zu „verkommen“.

Unterhaltungsprogramm – unterirdisch ...

Das Unterhaltungsprogramm, so speziell wie der Cruise Director. Es gibt kaum eine ungelinkigere Art, mangelnde Sprachkenntnisse durch nuscheln von irgendwelchem Mischmasch zu verstecken. Das Programm: Einfach unterirdisch – kaum eine andere Beschreibung möglich. Das hat mit anspruchsvoller neoCollection wirklich gar nichts zu tun. Tagsüber überall

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

Lärm in den wichtigsten Aufenthaltsräumen. Sprechen nur begrenzt möglich. Seetag. Tanzkurs, bis auf die Laufstärke in Ordnung. Dann ein Quiz, Niveau TV-Privatsender – es geht kaum dümmen. Abgesehen davon, dass wahrscheinlich nur Italiener die Fragen beantworten können, weil alle anderen Sprachen äußerst rudimentär gesprochen werden, sich dieselbe Frage in Englisch und in Deutsch geradezu widersprechen. Danach ein lautstark in Italienisch parlierendes Animationsmädchen, mit unkoordiniert hüpfendem Animationsteam hinter sich, wild mit den Armen wedelnd, beim Versuch den vollbesetzten Saal zum Wedeln zu bringen. Fast vergeblich, nur sehr wenige uns sicherlich sehr Pflichtbewusste machen mit. Dazwischen Bingo, immer mal wieder eine Verkaufsveranstaltung, auf einem der Flure Aktionen, um Kunden für eine Massage im Wellnessbereich zu gewinnen ...

Nebenbei zur Sprache: Laut und fröhlich und fast immer gibt's Programm in italienisch – obwohl jeder weiß, dass zwar einige Italiener, aber vor allem Franzosen, Spanier, Holländer, Deutsche und Personen aus unterschiedlichsten Nationen an Bord sind, die vor allem Englisch sprechen.

Das Abendprogramm bietet Anspruchsniveau der besonderen Art. Auf der Bühne Schausteller, die würde man maximal bei einem dörflichen Kindergartenfest erwarten und auch dort kaum ertragen. Oder, wenn es um den federgeschmückten Moulin-Rouge-Verschnitt geht, findet man das spätabends höchstens bei einem dörflichen Fußballverein gut, aber erst wenn der erforderliche Alkoholpegel erreicht ist. Eine Band mit Sängerin – wer hat denn da gecastet? Sicherlich niemand, der vom Konzept neoCollection etwas verstand. Der Mann am Flügel, etwas unmotiviert, aber angenehm ohne die ansonsten so üblichen von der Technik beigesteuerten Orchester, Schlagzeuger, Gitarristen usw. Aber mit einem Anschlag, der sich anhört, wie wenn er mit Hämmern üben würde. Und wehe, wenn dann das Cello mit dazu kommt. Instrumente stimmen ist eben nicht jedermanns Sache ... Schade, dass allabendlich versucht wird, das arme Cello entzwei zu sägen. Beide Tanz-Bands eine Zumutung, so ein wenig Technikumusik vom Band, so ein wenig selbst gespielt, auf jeden Fall ziemlich niveaulos. Als Straßenmusikanten würden diese Bands gnadenlos aus der Fußgängerzone getrieben. Ein Akkordeonspieler, der über die Tasten huscht, noch am ehesten zu „genießen“, die beiden Südamerikaner immer dann gut, wenn sie wirklich Lieder aus ihrer Heimat spielen.

Wo ist das neoUnterhaltungs-Konzept? Das, was auf der neoRomantica zu erleben ist, entspricht dem Niveau von Billig-Dampfern, bei denen das Budget für ein ordentliches Programm fehlt – oder bei denen konzeptentsprechend ein „einfacheres“ Publikum erreicht werden soll. Eben nicht wie bei einem Angebot, das wie die neoCollection mit der anspruchsvollen, luxuriösen Kreuzfahrt wirbt.

Niedrig-Temperatur-Garen im Samsara-SPA

Genau diese Temperaturen, und dann noch recht stabil gehalten – das würde jedem anspruchsvollen Koch Freude bereiten. Fleisch, zartrosa bei niedrigsten Temperaturen gegart, vielleicht kurz vor dem Auftragen schnell auf den Grill. Auf keinen Fall durch zu niedrige Temperaturen schnell abgeschreckt. Ein Traum für die Gourmet-Tafel.

Dieselbe Selbsterfahrung gibt es auch für Gäste auf dem Kreuzfahrtschiff. Warum nicht einmal als Gar-Gut antreten. In einem unbestritten schön gestalteten Wellness-Bereich, genannt Samsara-SPA, beworben mit Prädikaten, die schönste Wellnesserfahrungen auf hoher See versprechen, selbstverständlich angepriesen von einer strahlenden Blondine im Thalasso-Pool.

Bei der Besichtigung die angenehme Überraschung, eine schöne Anlage, und schnell zum nicht niedrigen, aber doch so genannten Sonderpreis die Nutzung gleich für die komplette Kreuzfahrt gebucht. Die unangenehme Überraschung gleich bei der ersten Nutzung – wodurch auch belegt ist, dass man die reine Besichtigung von Einrichtungen, wie sie oft den Reisebüros geboten wird, getrost vergessen kann.

Erster Tag auf dem Schiff. Ein schöner Thalasso-Pool. Aber beim Einstieg ins Wasser wird der Fuß mit Erschrecken zurückgezogen – nicht weil das Wasser so kalt ist, wie man aufgrund vieler Vorerfahrungen vermuten könnte, sondern im Gegenteil: Es ist so extrem heiß, dass der Einstieg in diesen Kochtopf länger dauert als die Zeit, die man ansonsten für

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

kaltes Wasser benötigt. Auf Nachfrage an der Wellness-Rezeption die Information, dass das so sein müsse, und dass sich die Temperatur anpassen würde, entsprechend der Außentemperaturen. Draußen kälter, Temperaturen wärmer. Na ja, noch heißer. Aber während der Reise eher das Gegenteil – je kälter draußen, desto mehr passte sich auch der Pool an, unser Gourmet-Koch wäre traurig.

Im Pool schöne Liegen mit Massagedüsen, Wirbel und Sprüher – aber leider bleibt nur die Möglichkeit, mit hochrotem Kopf schnell wieder aus dem Wasser zu steigen. Wie hat es nur die unterkühlte Blonde auf dem Poster es geschafft, so relaxt in diesem Hot Pot zu liegen, ihre Gesichtsfarbe zu wahren und dabei noch so strahlend zu lächeln?

Hoffnung auf Abkühlung an einer der beiden Duschen. Die dröppeln leider nur, heißes Wasser, so dass die Abkühlung nicht so drastisch ausfällt.

Rüber in den Sauna-Bereich – da wurde doch gestern eine „Eis-Sauna“ angepriesen. Eigentlich ein Ersatz für das, was sonst üblicherweise ein Pool oder ein Bottich mit kaltem Wasser für Abkühlung leisten. Eine leichte Kühle umstreift den Körper. Nach dem Aufhitzen im Pool so in etwa die Anmutung dessen, was sonst des öfteren eine Bio-Sauna bringt.

Doch schnell unter die Dusche. Die müsste ja im Sauna-Bereich direkt neben der Finnischen Sauna genügend Kälte bringen. Überraschung oder doch nicht: Die eine Dusche sanfte Regenschauer, die nächste mit Wasser-Sparprogramm, dann eine mit Seitensprühern, und alle auf der Temperatur wie der Thalasso-Pool. Spitze.

Wenigstens ein kaltes Fußbad! Es erübrigt sich, hier über die Temperatur des Wassers weiter zu schreiben.

Für heute reicht es. Morgen wird das Programm individuell umgestaltet. Schließlich hat man ja viele Euro für diesen Wellnesbereich bezahlt. Dann geht es eben in die Sauna, zurück in die Kabine, wo die Dusche doch kälteres Wasser bringt, zurück ins Dampfbad, wieder zur Kabine, dann vielleicht in den Thalasse-Pool, danach auf jeden Fall zurück unter die Dusche in der Kabine. Das alles in nassen Badeklamotten – denn trotz gutem Geld ist ein Leih-Bademantel nicht drin, und die Badetücher muss man im SPA-Bereich abgeben.

Zum Glück ist der SPA-Bereich nicht nur beim Wasser überhitzt, sondern insgesamt recht warm (der Ruheraum wärmer als das Tepidarium), und die Innenbereiche des Schiffes sind auch nicht gerade unterkühlt ...

Sollte das Schiff tatsächlich wie beschrieben (aber noch nicht erfahren) einen Gourmet-Koch an Bord haben, müsste man ihm tatsächlich empfehlen, das Konzept im Samsara-Spa-Restaurant neu zu überdenken und die Chancen, die der SPA-Bereich bietet, gezielt zu nutzen.

Die besondere neoCollection – Wohlfühlangebote für ganz Kleine

Kreuzfahrten, ideal für Groß und Klein. Es geht auch für die ganz Kleinen, die man nur unterm Mikroskop sieht, oder für die regelrecht Kulturen angelegt werden müssen, um sie nachweisen zu können. Land und Leute kennenlernen, fremde Kulturen entdecken – kaum jemand denkt darüber nach, dass in solchen Formulierungen auch eine kleine Zweideutigkeit steckt.

Beschäftigen wir uns also mit den Entdeckungen, die man eher verdrängt, über die sich manche Kreuzfahrtgäste negativ äußern mögen, die bei anderen aber auch zu unangenehmen Erfahrungen führen können. Nur ein paar kleine Anmerkungen, was so direkt aufgefallen ist. Also mit kleinen neoCollectionen – etwas anders, als bei Costa dieser Begriff so verstanden werden mag.

Klebstoffe und andere Unappetitlichkeiten

Ab in das Restaurant. Um ein wenig Kondition zu halten, ist Treppensteigen angesagt. Zum Glück ist die See ruhig, so dass man sich nicht am Geländer fest halten muss. Tut man es, zuckt man etwas zurück – es ist doch etwas klebrig. Aber schließlich sind ja viele Menschen auf dem Schiff, und das Personal hat ja nicht so viel Zeit, und vielleicht hat das ja auch den Vorteil, dass man im Bedarfsfall beim Festhalten nicht so schnell abrutscht.

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

Am Eingang zum Buffetrestaurant so zur Seite gestellt, dass es kaum auffällt, der Spender für die Desinfektion der Hände. Kaum einer nutzt ihn. Aber vielleicht hat inzwischen einfach ein jeder festgestellt, dass das sowieso Unfug ist. Zunächst stinken die Hände unappetitlich. Dann am Buffet muss zwangsläufig jeder Gast die Vorlegezangen und Vorlegegabeln benutzen – er „grabscht“ für jeden Teller, den er sich füllt, mehrere davon an. Also: Alles wieder gut verteilt.

Angekommen an einem Tisch. Im Restaurant etwas mehr Betrieb, es ist Seetag. Auffallend: Manche Gäste essen von Tellerstapeln, immer den neuen Teller auf den unteren schmutzigen gestellt. Andere haben sich dafür entschieden, die schmutzigen Teller gut auf dem Tisch zu verteilen. Dazwischen Brösel, Essensreste, was eben beim Essen so neben den Teller fällt. Zwei Plätze entdeckt, der Tisch noch voll, wird aber vom Service gerade neu gerichtet. Das heißt: Geschirr auf die linke Hand bzw. den linken Arm, mit der rechten Hand die vom Gast benutzte Serviette, mit dieser kurz alle Essensreste auf den schmutzigen Teller oder auf den Boden gestreift, fertig. Auf dem Tisch: Ein etwas unappetitlicher Schmierfilm, mit dem bloßen Auge erkennbar. Wer nicht ordentlich „freihändig“ isst und sich mit den Händen aufstützt, gerät in Gefahr, beim vorhandenen „Schmier-Klebstoff“ dauerhaft am Tisch sitzen bleiben zu müssen. Am Abend gibt's eine Tischdecke. Gefahr gebannt, Brösel bleiben.

Übrigens: Das ist weniger eine Kritik am Personal, sondern an der Organisation, am Personaleinsatz. Selten wird Service-Personal gesichtet. Sehr wenige „einsame“ Servicekräfte mühen sich, die Tische herzurichten. Weit mehr Servicekräfte sind eingesetzt, um Getränke zu verkaufen. Und dann kommen noch einige dazu, die dastehen und aussehen, wie wenn sie etwas zu sagen hätten, aber weder etwas sagen (=organisieren) noch sonst irgendwie aktiv in Erscheinung treten.

Kein Mitnehm-Besteck am Buffet, auf dem Tisch das Besteck nicht am Platz gelegt, sondern in der Mitte des Tisches ein Gestell, an dem das Besteck aufgehängt ist. Besserer Kantinenstil, bekannt auch von Aida. Aber zurück zu unserem Thema: Am Nebentisch nießt einer. Jeder weiß, wie gut das streut. Wir freuen uns auf Messer und Gabel. Oder löffeln wir lieber dasjenige, was andere großzügig gestreut haben?

Hafenausfahrt. Schnell so hoch hinauf auf dem Schiff wie möglich, am Heck. Tolle Sicht, bestes Wetter. Auch hier ist alles so gesichert, dass der Fahrtwind niemandem, der sich an der Reling fest hält, von Deck weht. Klebrig - schließlich müssen sich ja schon mehrere Generationen hier festgehalten haben, das muss man spüren. Da seift man sich die Hände, zurück auf der Kabine, liebend gerne mehrfach.

Wellness-Pfützen mit Schwimmbeilage

Sonnenschein, Schwimmen, Wellness – gehören irgendwie zur Kreuzfahrt mit hinzu. Zwei Pools draußen, ein Thalasso-Pool drinnen. Wunderbar, viele Passagiere sind nicht im Wasser. Trotzdem: Warum sieht es in der Ecke des Poolbodens so aus, als wäre jemand mit ungeputzten Wanderschuhen baden gegangen? Auf dem Deck erhält man Decken, falls der Wind einmal doch zu viel wird. Ein netter Service. Nach Rückgabe werden diese Decken zusammengelegt, bei Bedarf dem nächsten Nutzer übergeben. Gereinigt werden sie wohl selten.

Im Thalasso-Becken mitten im Wellness-Bereich gibt es auf der Oberfläche ein paar „Schwimmer“, was auch immer. Vielleicht hat jemand versucht, das Haargel hier auszuwaschen? Aber das ist reine Nebensache. Viel interessanter ist, dass die meisten Besucher nach Sauna oder Dampfbadbesuch mit völlig durchschwitzter Badekleidung ins Becken steigen. Duschen kaum oder nicht möglich: Zwei Duschen vor dem Becken, die eine tröpfelt nur, die andere bringt richtig heißes Wasser – da geht nach heißer Sauna keiner drunter. Heiße Duschen auch direkt bei den Saunen (später auf der Reise tatsächlich kühler einstellbar), nicht nur schlecht für den Kreislauf. Vor diesen Duschen, damit der schöne Fliesenboden des Wellnessbereichs nicht allzu nass wird, Handtücher ausgelegt. Völlig durchnässt, da putzten sich schon sehr viele Duscher die Füße hin – ein ekeliges Fußgefühl. Der Flur trotzdem patschig-nass, ein paar kleine schwimmende Papierreste. Beim ebenso schwimmenden Ohrputzstäbchen weiß man wenigstens, für was es einmal verwendet wurde. Alle drei Tage den Service auf irgendetwas aufmerksam gemacht, ob nicht schließende Duschkabinentüren, nicht regelbarer Duschhahn, nur tröpfelnde Dusche oder was auch immer – zu interessieren scheint sich keiner dafür.

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

Sauger, Drücker, Bürsten und andere Annehmlichkeiten

Im Bereich der Kabinen ein angenehmer Service. Nur am ersten Tag, da war gleich ein ganzes Haarbüschel im Duschablauf. Der herbeizitierte Zimmersteward nahm es gelassen. Heute sei Anreisetag, da habe er einen Assistenten gehabt, der das nicht wirklich gut kann. Er würde gleich kommen. Sagte es und verschwand. Wir staunten nicht schlecht, als er mit einem Staubsauger zurück kam. Er saugte lange und gründlich die Duschwanne aus. Und pustete dabei den ganzen Gulligeruch ins Zimmer.

So ein wenig nachdenklich macht gerade das Bad, vor allem die Toilette. Gut, benutzt haben das Ding schon viele. Hoffentlich ist es ebenso gut und gründlich gereinigt wie oft benutzt. Aber dieser kleine komische Drücker für die Spülung. Da hat man das Fingergefühl von Generationen. Die Klobürste, die will man ja ohne groß darüber nachzudenken nicht in die Hand nehmen, oder sich zumindest Schutzhandschuhe wünschen. Das alles ist in der eigenen Kabine noch in Ordnung – aber die Toiletten im öffentlichen Bereich? Da haben nach dem Toilettengang schon viele ihre Finger hingeputzt, an die Drücker, an die Bürsten, an die Seifenspende, an die Türgriffe. Nicht alle und überall dieselben, sondern fein sortiert nach Frauen und Männern. Aber das tut weniger zur Sache, außer man erinnert sich an Untersuchungen die belegen, dass Männer noch weit weniger gerne die Hände waschen ...

Da mutet das Kugelschreiber-Thema fast schon albern an. Kugelschreiber? Ja, die einfachen Kugelschreiber, mit denen man die Getränke-Belege unterschreiben muss, die gingen nicht nur schon mehrfach durch die Hände von Generationen von Kreuzfahrtpassagieren, sondern auch durch Teile der Crew. Ausgleichende Gerechtigkeit, könnte man sagen.

Man könnte weiter machen. Auf jeden Fall: Auf der Costa neoRomantica aus der Costa neoCollection findet man ganz sicher neoCollectionen der besonderen Art, einen Mix aus dem, was Passagiere und Crew aus unterschiedlichsten Nationen mitbringen und verteilen. Gut zusammengeführt auf dem Kreuzfahrtschiff.

Es müssen nicht immer gleich die großen Probleme auftreten, wie zum Beispiel die Norovirus-Fälle, die in letzter Zeit bekannt wurden – es genügen auch die kleinen Beschwerden, die entstehen, und die ganz im Privaten wieder auskuriert werden.

Etwas neidisch blickt man nach solchen Überlegungen auf die Gäste von Kreuzfahrtschiffen, die von US-amerikanischen Häfen aus starten. Diese Schiffe werden von den amerikanischen Gesundheitsbehörden laufend und konsequent überprüft, und man weiß, dass viele davon – auch von sehr anspruchsvollen Anbietern – beanstandet werden und dementsprechend nachbessern müssen. Europa zeigt sich sonst doch immer so vorbildlich gegenüber anderen ...

Service-Freuden ...

Überhaupt: Die Freundlichkeit haben die Service-Mitarbeiter an Bord wirklich nicht gepachtet. Mit meist versteinerten Gesichtern werden Bestellungen entgegen genommen oder gebracht. Wenn denn überhaupt verstanden wurde, was bestellt wurde – mit den Sprachkenntnissen scheint es mit Ausnahme der Mitarbeiter an der Bordrezeption auch nicht zum Besten zu stehen. Gut trainiertes Personal, das betreut, qualifiziert und kontrolliert wird, scheint nicht so wirklich an Bord zu sein. Herumschleudernde Restaurantleiter auf Small-Talk-Suche oder der (vermutliche) Leiter des Wellnessbereichs im Dauerflirt mit sicherlich netten jungen Kolleginnen, nichts wundert.

Grüßen muss sowieso immer zuerst der Gast. Ob Wellnessbereich oder Restaurant – fast nie ein freundliches Lächeln, geschweige denn eine persönlichere Anrede. Fast immer das Verfahren, den Gast anzusehen, bis er zuerst grüßt, dann ohne große Vorwarnung die Kommandozeile „Roomnummer please“, gesagt, Bändchen genommen, fertig – so im Wellnessbereich. In den Bars und Restaurant beschränkt sich die Ansprache auf „Card please“. Gerät man versehentlich in die Nähe der Türen des Samsara-Restaurants, ist die Ansprache „Only for Samsara-Guests“, und nach kurzer Denkpause dann „Roomnummer please“. Da entsteht Wohnföhl-Atmosphäre.

Herumstehende und sich nett miteinander unterhaltende Mitarbeiter, das spricht ja für ein angenehmes Betriebsklima. Dass immer dann, wenn ein „Streifen-Mensch“, also Offizier vor allem höheren Grades in einem der Restaurants auftaucht, wird

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsföhrer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

selbstverständlich schnell ein Tisch freigeräumt, schnellstens hergerichtet, samt neuen Tischdecken, und ebenso blitzschnell wird die Bestellung angenommen. Davon kann der „normale“ Gast nur träumen. Tröstlich, dass diese Tische genauso lange auf's Essen warten müssen wie alle anderen.

So ein wenig traditionelle Freundlichkeit spürt man noch bei den Servicemitarbeiterinnen aus Ostasien – aber mal sehen, wie lange sie diese bei der Grundausrichtung noch halten können. Die große Ausnahme ist wohl die Guest Relations Managerin, die wohl noch nicht lange auf diesem Schiff ist.

Preise an Bord – für den anspruchsvollen Kunden

Gute Erträge erwirtschaften zu wollen, ist immer legitim. Gehobene, zum Teil sehr gehobene Preise an Bord werden auch hingenommen, wenn sie einhergehen mit entsprechenden Leistungen. Wie man sie von einer neoCollection eben erwartet.

An Bord der neoRomantica erwartet ein gehobenes Preisniveau. Die Getränke nicht gerade günstig, und dann kommen immer noch die 15 % Servicepauschale dazu. Bei den günstigsten Weinen gibt es die Flasche knapp unter 30 Euro, ein etwas „ordentlicherer“ liegt zwischen 40 und 50 Euro. Ein Bier etwa 5 Euro. Cocktails zwischen 7 und 9 Euro. Das Wasser knapp 3 Euro – und immer die 15 % noch oben drauf.

Wellness-Anwendungen sind preislich nicht zu verstehen – locker geht es um Beträge, die auf dem 2- bis 3-fachen dessen liegen, was an Land in einem guten 4-Sterne-Hotel zu bezahlen ist. Dasselbe Preisniveau gilt für den Friseur.

Wer in den Shops einkaufen geht, scheint nicht über Geld nachdenken zu müssen. T-Shirts, Handtücher, Costa-Schokolade, Schiffsmodelle, Uhren, Schmuck usw. zu astronomischen Preisen.

Auch die Landausflüge liegen durchwegs auf höherem Preisniveau. Manchmal sind die Preise einfach auch kaum zu verstehen. Der Bustransfer von Honnigsvag zum Nordkap 79,95 Euro, der zweieinhalbstündige Ausflug zu den Krabben 89,95 Euro, Wandern durch die Berge 124 Euro, oder der Shuttlebus in Tromsø knapp 10 Euro – warum? Etwas verwundert ist man über die Preisgestaltung. An Bord gebucht kostet der Bootsausflug im Geirangerfjord 94 Euro, aus dem Schiff gegangen, direkt nebenan am Steg im Fjord, sind es 65 Euro. Gut, Costa will auch „leben“, aber keiner mag glauben, dass Costa diese Landausflugsleistungen zum Endverbraucherpreis einkauft.

Rettungs“übung“ ???

Verschärfte Sicherheitsbestimmungen für Kreuzfahrtschiffe, verbesserte Rettungsübungen, sicherere Abläufe – alles eine Folge der selbstverschuldeten Katastrophe mit der Costa Concordia. Regelungen der Internationalen Maritimen Organisation, weitgehend basierend auf den Vorschlägen der Internationalen Organisation der Kreuzfahrtanbieter. Auf den Schiffen Pflicht zur Teilnahme an der Rettungsübung für alle Passagiere, verbesserte Mechanismen zur Kontrolle, dass wirklich alle teilnehmen. Die Rettungsübung vor dem Ablegen der Schiffe – und bei der Übung immer wieder Hinweise, dass alles getan sei für die Sicherheit und die Passagiere selbst in der Verantwortung seien, ihren Beitrag mit zu leisten.

Alles Bestens? Die Alltagsrealität beweist immer wieder das Gegenteil. Das Problem ist anscheinend von den Verantwortlichen, die für die Sicherheit zuständig sind, nicht verstanden. Es kann eben nicht nur darum gehen, formal vor dem Ablegen eine Sicherheitsübung „abzuspulen“, und mittels Kärtchen oder Namenslisten die Teilnahme zu kontrollieren. Eine Sicherheitsübung, die sich darin erschöpft, dass Passagiere nach dem Signal ohne große Hilfeleistungen suchen, wo ihre Musterstation ist. Dort wird maximal unterstützt durch Personal, das alle zu mehr oder weniger großen Menschengruppen zuweist und „sortiert“, manchmal nach Größe, manchmal in Reihen – man vermutet, dass das etwas mit den Rettungsbooten zu tun hat. Danach warten, bis man endlich in sechs Sprachen anhören kann, wie eine Rettungsweste anzulegen ist, dass sich das Licht an der Weste selbst bei Wasserberührung einschaltet, dass genügend Rettungswesten vorhanden seien, auch an den Musterstationen, und dass die kompetente Crew – die vorher nicht sonderlich fähig war, die Passagiere zu leiten – im Notfall alle sicher zum Rettungsboot führen würde. Die Rettungsübung ist zu Ende.

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

All das findet in ziemlich engen Innenräumen und Fluren statt, dichtgedrängt die Menschen, kaum ein halber Quadratmeter für jeden Passagier. Dazwischen stehen mehr oder weniger hilflose Crew“youngster“, die so viel Organisationstalent ausstrahlen, dass man nahtlos überzeugt ist für den Notfall. Allen wird es unter den Rettungswesten elendiglich heiß, die Schweißperlen tropfen – man wagt die Anmerkung, dass ältere, unter Umständen herzkrankte Passagiere anschließend eine Rettungs“realität“ brauchen könnten. Ein Rettungsboot sieht keiner der Passagiere, auch den Weg dahin erfährt niemand.

Sollte eine Rettungsübung nicht nur gewissen Formalitäten genügen, sondern der Rettung im Notfall dienen, sollte sie auch so angelegt werden. Eben nicht Texte vorlesen, die auch der Fernseher in der Kabine tagtäglich bringt. Die Passagiere und ihre Bedürfnisse, auch ihre Sorgen sind ernst zu nehmen. Es geht bei einer Rettungsübung darum, die Passagiere zeitnah an Sammelpunkten zusammenzuführen, sie richtig anzusprechen, sie zusammenzuhalten, sie auf den Rettungsweg zu bringen, ihnen nicht nur eine Schwimmweste, sondern den Weg zu den Rettungseinrichtungen und diese selbst zu zeigen. Nur dann handelt es sich um eine Rettungsübung, nur dann wird der Passagier ernst genommen und kann wie erforderlich mitwirken.

Und ganz sicher könnte es auch nicht schaden, wenn diejenigen, die für die Sicherheit zuständig sind, nicht nur technische und organisatorische Aspekte beachten, sondern den Menschen – also ein wenig die Sozialwissenschaften mit aufnehmen würden. Dann wäre es nahtlos klar, wie jetzt eine aktuelle Reise auf der Costa neoRomantica zeigte, dass so Probleme in Notsituationen nicht gelöst, sondern geschaffen werden. Allein die Tatsache, eine dichtgedrängte Menschenmenge in einem Notfall in einem Innenraum eines Schiffes zu platzieren und diese von dort aus organisieren zu wollen, ist ein Versuch, der zwingend zum Scheitern führen wird – so wird Panik organisiert. Wenn man dann noch diese Menschen ohne Information stehen und warten lässt vor einer Crew, die organisieren soll, die aber in ihrem Verhalten nur signalisiert, dass sie fähig ist, Schilder mit der Nummer der Musterstation hochzuhalten und Kontrollkärtchen einzusammeln, wird sich keiner, der um sein Leben fürchtet, an irgendwelche Regelungsversuche halten.

Kurz und bündig zusammengefasst: Rettungsübungen müssen auf andere Weise konzipiert und durchgeführt werden. Alles andere ist nur formaler Unfug. Das braucht niemand. Dann ist es ehrlicher, das Ganze als Spaß und Unterhaltung zu organisieren – aber dann muss die Gestaltung ebenso angepasst werden.

neoStrategen und marketingExperten – Schein und Wirklichkeit

Phantastisch, die Costa-Broschüre zur neoCollection. Nicht nur ungewöhnlich in der Haptik, in ansprechenden und doch dezenten Farben, in einem für Costa neuen Querformat. Nein, endlich auch die Informationen, die man sich immer schon über Routen wünschte. Beste Übersicht mittels Karten zum Routenverlauf und Liegezeiten. Erstaunlich ausführliche und gute Beschreibungen zu den angelaufenen Häfen und Regionen. Und auch ein kräftiges Eigenlob zur neu erfundenen neoCollection: Interessante Routen mit kleinen Häfen, lange Liegezeiten, manchmal auch über Nacht, die Schiffe der neoCollection stilvoll und getragen ausgestattet, mit anspruchsvollerem Angebot in den Restaurants und besserem, besonderem Freizeit- und Unterhaltungsprogramm – für den anspruchsvolleren Gast, der bereit ist, dafür auch etwas mehr auszugeben.

Die Strategen von Costa liegen mit dem Ansatz eindeutig richtig. Einzelanbieter von Kreuzfahrten mit relativ alten, kleineren Schiffe verschwinden langsam allesamt vom Markt, weil diese Schiffe kaum mehr angenommen und noch weniger zu marktüblichen Preisen wirtschaftlich zu betreiben sind. Andererseits wächst der Anspruch nach neuen Routen und besserer Orientierung an der traditionellen Kreuzfahrt – was letztlich heißt, Land und Leute in den Zielgebieten bezahlbar kennen zu lernen, für alle, die sich nicht das extrem hohe Preisniveau der Spezialisten und Luxusanbieter leisten können. Costa stößt hier eindeutig in eine Marktlücke, auch mit älteren Schiffen, aber über den Konzern sicherlich einfacher zu bewirtschaften und zu vermarkten.

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

Damit zu den Marketing-Experten von Costa: Auch diese liegen eindeutig richtig. Der Markt wird mit dem „neo“Begriff „erobert“. Das Produkt wird ausgezeichnet auf die avisierte Zielgruppe ausgerichtet. Die Agentur, die für die neoCollection zuständig ist, leistet beste Arbeit.

Aber glaubt denn jeder so wirklich, dass Costa das mit der neoCollection wirklich so kann? So richtig nicht, denn das Produkt ausrichten heißt noch lange nicht, dass es von der Zielgruppe auch angenommen wird. Darauf verweisen zumindest Gerüchte, dass es mit der Auslastung der neoSchiffe nicht gerade glänzend stehen würde.

Was eindeutig stimmt, sind sehr interessante Routenführungen der Schiffe der neoCollection. Unbestritten werden Ziele angefahren, die neu sind und die es zu entdecken gilt, oft kombiniert mit eher klassischen Zielen, die einfach mit dazu gehören. Soweit volle Übereinstimmung mit der Bewerbung des Produkts. Ganz sicher gehört zum Produkt auch das im Vergleich zu anderen Costa-Produkten höhere Preisniveau. Aber das wird nicht so gezielt beworben; hier findet sich eingestreut der ein oder andere Hinweis, dass das Produkt auch ein höheres Leistungsniveau habe.

Aber genau an dieser Stelle zeigt sich der Handlungsbedarf für Costa, soll das an sich gute und interessante Produkt wirklich zu einem Erfolgsmodell entwickeln. Es ist das Schiff – nicht seine Ausstattung, sondern seine Bewirtschaftung, das dem neoConcept zum Scheitern verhelfen könnte. Man könnte es so formulieren: Diejenigen, die für die neoCollection zuständig sind, haben schlicht und einfach vergessen, das Personal mit auf diesen Weg mit zu nehmen!

Ist es einer neoCollection würdig, dass im Hauptrestaurant offensichtlich keiner der Mitarbeiter eine qualifizierte Service-Ausbildung hat? Das beginnt schon damit, dass in der Zeit, in der der Gast die Speisekarte liest, vom Ober unmissverständlich klar gemacht wird, dass das Getränk jetzt zu bestellen sei – dieses kommt auch direkt, inklusive Abrechnungszettel, der dem Gast samt Kugelschreiber für die Unterschrift in die Speisekarte geworfen wird, in der er gerade noch aussucht. Oder dass Speisen quer über den Tisch, über dem Teller der anderen Gäste gereicht werden.

Gehört es zu einer neoCollection, dass im Buffetrestaurant so wenig Personal vorhanden ist, dass die Gäste ihre benutzten Teller stapeln und von der dritten Etage essen? Die Tische selten sauber gemacht werden für den nächsten Gast, und wenn, dann oberflächlich mit der Serviette des vorherigen Gastes, den Schmutz auf einen vielleicht vorhandenen Teller oder auf den Boden? Oder dass die Servietten aus dünnstem Papier bestehen und nicht ordentlich Besteck in einer Serviette gepackt bereit liegt (wie man das von anderen Anbietern nicht unbedingt aus der Luxusklasse kennt), sondern an einem Gestell hängt, wie in der Kantine (oder wie bei Aida) – auch unter hygienischen Gesichtspunkten eine Glanzleistung: Bitte einmal kräftig niesen!

Macht es Sinn, in einer neoCollection, die den anspruchsvolleren Gast ansprechen soll, ein Unterhaltungsprogramm anzubieten, das für diese Zielgruppe geradezu peinlich ist? Unkoordiniert hüpfende Animatoure bei einem Showtanz. Lautstarke Bingonachmittage. Niveauloseste Quizveranstaltungen. Alberne Bastelstunden. Und so weiter.

Gehören denn auch Unzulänglichkeiten bei der Sauberkeit zur neoCollection? Nicht nur schmutzige Tische im Buffetrestaurant, auch unansehnliche Partikel im Schwimmbad, oder Schmierfilm am Beckenrand des Thalassobades, gleich ein Haarbüschel des vorhergehenden Bewohners der Kabine in der Dusche, klebrige Treppengeländer ...

Costa as usual.

Ist es Sinn einer neoCollection, bei all den Dingen zu sparen, die wohl fühlen ermöglichen? Es ist zwar schön, einen Kaffeeautomaten auf dem Zimmer zu haben. Aber kein Bademantel, nicht einmal auf Anforderung und gegen Gebühr? Nicht einmal für diejenigen, die den teuren SPA-Pass gebucht haben? Warum nicht beim Checkin den Gast zur Kabine bringen? Warum keine kleine Begrüßung auf dem Zimmer? Warum kein Willkommens-Kärtchen oder wenigstens eine nette Begrüßung mit Namen auf dem Bildschirm? Warum, warum, warum – Kleinigkeiten, wenig aufwendig, aber effektiv, gerade bei einem neoConcept.

neoCollection – da erwartet der Gast neben schöner Route und gut ausgestattetem Schiff vor allem motiviertes, bestens qualifiziertes Personal, gut organisiert, eingebettet in ein Konzept, das in sich geschlossen ist. Dazu gehören die zum Konzept gehörenden Sachleistungen – und es reicht eben nicht aus, dasjenige, was bei Costa immer schon da war, mit neuem Namen zu versehen und vielleicht den Lebensmitteleinsatz ein wenig zu verbessern. Dazu gehört auch nicht nur

© für diesen Beitrag Bernhard Jans

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com

Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 80
Grafschaft, den 19. September 2014

das routinierte Erledigen der jeweiligen Leistungen – das ist selbstverständlich. Dazu gehört vielmehr noch die Atmosphäre, die es dem Gast ermöglicht, sich wirklich wohl zu fühlen.

Nach einer ersten Begeisterung für die neoCollection, die immer noch steht, zumindest für den theoretischen Ansatz, ist in der Praxis große Ernüchterung eingetreten. Schade. Es könnte nicht genügend Akzeptanz finden, nicht wegen der Idee, sondern aufgrund der Umsetzung. Das Konzept verdient mehr – vor allem, weil es benötigt wird. So zeigt sich das Verhältnis von Theorie zu Praxis – erfolgsversprechend oder erfolgsverhindernd. Oder eben: Schein und Wirklichkeit.

Das wäre es ...

Wäre die tolle Landschaft auf dieser Reise nicht gewesen, und hätte das Wetter nicht einigermaßen gut mitgespielt, wäre die Stimmung wohl auf wenig gewünschte Werte gerutscht ... Viele „Spaßwerte“ zum Schiff könnten noch ergänzt werden. Zusammenfassend kurz und bündig für alle, die sich für die neoCollection interessieren:

Das, was in der wirklich ausgezeichneten Broschüre über die neoCollection geschrieben steht, hat mit der Realität an Bord dieses Kreuzfahrtschiffes aus der neoCollection nicht das Geringste zu tun. Costa zeigt deutlich, wie groß der Unterschied zwischen Anspruch und Wirklichkeit sein kann.

© Bernhard Jans, Grafschaft im August 2014

Newsletter erstellt von der

FT- Freizeit und Touristik GmbH - Nachtigallenweg 20 - D-53501 Grafschaft

Tel. 02641/20 50 71 - Fax: 0721/151240512 - ft@freizeit-touristik.de - www.freizeit-touristik.de

Bankverbindung: Raiffeisenbank Grafschaft-Wachtberg eG - Kontonummer 14 00 03 - Bankleitzahl 577 622 65

Geschäftsführer Bernhard Jans – Amtsgericht Koblenz HRB 14374 – USt-IdNr. DE201372599 – Steuernummer 1 665 14419

© für diesen Beitrag Bernhard Jans



Kreuzfahrten (Aktionsangebote) und „Kreuzfahrten weltweit“: www.ft-kreuzfahrten.de

Kreuzfahrt-Forschung: www.kreuzfahrt-forschung.de

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com