



Liebe Leserinnen und Leser,

wieder einmal gibt es Neuigkeiten und Informationen rund um das Thema Kreuzfahrt.

1. Royal Caribbean Cruises – Wachstumsmarkt “Middle East”

63 % mehr Buchungen im ersten Halbjahr 2010 von Passagieren aus der Region Mittlerer Osten verzeichnet Royal Caribbean Cruises für seine drei Marken Royal Caribbean, Celebrity und Azamara. Verdoppelt haben sich die Buchungen aus Ägypten und dem Libanon. Die Reisedauer von Gästen aus dieser Region liegt im Durchschnitt bei 9 Nächten, die beliebtesten Ziele sind die Karibik und das Mittelmeer.

2. Anbieter im gehobenen Preissegment – mit Problemen?

Auffallend: Innerhalb einer Woche gleich mehrere Meldungen, die etwas aufhorchen lassen. Deilmann bietet neben allen anderen Aktionen ein 2:1 im Herbst – also 2 Gäste, nur 1 Gast bezahlt. Windstar Cruises bietet gleich drei Reisen mit 2:1 an, darunter auch die Weihnachts- und die Silvesterkreuzfahrt, und weist immer noch Verluste aus. Der Seadream-Besitzer hat für einige seiner Firmen Insolvenz angemeldet; Seadream selbst sei laut Berichten jedoch nicht betroffen. Azamara bietet auf einigen Routen 2:1, und dazu noch einen On Board Credit, und je nach Route noch ein Upgrade und/oder ein Bonus für die Anreise. Crystal Cruises winkt je nach Route mit Bordguthaben, Anreise-Boni, 2:1 oder mit der Variante, bei der nächsten Kreuzfahrt 20 % günstiger buchen zu können.

3. Vistamar – mal wieder “ab in die Werft”

Im November geht es für die Vistamar wieder in die Werft, etwa 10 Wochen, zu einer „gründlichen Überholung“. Man hofft ein wenig, dass nach den vielen Ausfällen und Problemen in den letzten Jahren tatsächlich ein neuer Start kommt. Und ein wenig Nachdenklichkeit schleicht sich ein, schließlich sollte das Schiff im Winter in einem bekanntlich nicht so einfachen Fahrtgebiet wie der Antarktis fahren.

4. Karibik – Reise zu privaten Inseln ...

Ein Blick in die neuen Kataloge, gezielt auf die in der Karibik fahrenden großen Schiffe, bestätigt einen Trend für diese Schiffskategorie: Das Schiff wird immer mehr zum Ziel. Immer mehr Seetage, und ein wichtiges Ziel ist immer eine Privatinsel der Reederei. Attraktiv für die Reedereien: anlegen wenn es gerade passt, bewirtschaften mit eigenem Personal, alle Ausgaben der Gäste wie bei „on board sales“ an die Reederei gebunden, keine Probleme mit dem Thema Sicherheit, keine Hafengebühren ... Und so legen Princess Cruises und Regent in Princess Cays an, NCL in Great Stirrup Cay, Carnival und Holland America Line in Half Moon Cay, Royal Caribbean in Nachbarschaft zu NCL in Coco Cay, oder Celebrity auf der eigenen Halbinsel Labadee auf Haiti.

5. Holland America Line bei Mediplus

Pro Event Travel, ein Unternehmen des Bonner Veranstalter Mediplus, wird künftig auch die beiden Schiffe MS Nordam und MS Westerdam der Holland America Line vermarkten. Hintergrund: Die beiden Schiffe sollten bekanntlich als Hotelschiffe bei der Fussball-Weltmeisterschaft eingesetzt werden, was mangels Nachfrage kurzfristig abgesagt wurde. Innerhalb kürzester Zeit wurden über Pro Event Travel mehr als 4.000 Passagiere auf die beiden Schiffe gebucht.

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

Geschäftsführer Bernhard Jans

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

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



6. Kann eine Reederei einfach einen Passagier stornieren?

Glücklicherweise ein seltener Vorgang. Gründe meist: Eine Kreuzfahrt muss aufgrund eines Schiffschadens abgesagt werden, ein Schiff wird verchartert, oder es ist einfach überbucht (was Reedereien ebenso tun wie Fluggesellschaften oder Hotels). Theoretisch kann jede Reederei ohne Angabe von Gründen und ohne Kompensation einem Passagier absagen, das steht irgendwo im Kleingedruckten der AGBs ... Aber die Gepflogenheit zählt: Sollte so etwas vorkommen, wird in der Regel eine Alternative geboten – ein anderes Schiff, eine andere Route, ein anderer Termin, oder auch die Rückerstattung. Von daher gilt in so einem Fall: Ruhe bewahren und aus dem ärgerlichen Ereignis heraus den Vorteil sehen: In den meisten Fällen hat man zumindest ein Upgrade.

7. Arbeiten auf dem Kreuzfahrtschiff?

Bei der Arbeitsagentur in Suhl wurde schon vor einigen Jahren die „Job-Börse Meer“ aufgebaut, spezialisiert für alle, die gerne auf einem Kreuzfahrtschiff arbeiten möchten. Jährlich werden hier 150 bis 200 Personen vermittelt, für Fluss ebenso wie für die Hochsee. Köche und Hotelfachleute werden eigentlich immer gesucht, immer wieder auch mal Kinderbetreuer, Handwerker oder Animatoren. Der Hinweis: Man könne durchaus gut verdienen, so eine Tätigkeit sei auch nicht schlecht für die Karriereleiter – aber man müsse sich an etwas ungewöhnliche Arbeitsbedingungen (mehrere Monate an Bord, lange Arbeitszeiten, täglich 24 Stunden umgeben von Kollegen und/oder Passagieren) und Lebensumstände (wohnen in kleinen Kabinen, fast immer mit Kollegen; weg von Zuhause bzw. vom Freundeskreis) gewöhnen.

8. MSC – 1000 Euro Rabatt für goldene Hochzeitspaare!

Wer die Goldene Hochzeit während der Reise mit einem MSC-Schiff feiert, bekommt ab 2011 einen Rabatt von 1000 Euro pro Kabine! Der Rabatt gilt für alle Individualpreise – ob günstigstem Rapido-Preis, der bis 6 Monate vor Abfahrt gilt, Tagespreis oder dem „normalen“ Katalogpreis. Nicht angewendet wird er bei Gruppenpreisen – aber wer zur Goldenen Hochzeit mit einer Gruppe reist, der kann „normal mit Rabatt“ dazu gebucht werden und spart dann immer noch enorm viel. Wer den Rabatt in Anspruch nehmen möchte, weist seinen Hochzeitstermin mit Traurkunde nach. Und wer möchte, der kann dann an Bord des Schiffes in einem feierlichen Rahmen das Hochzeitsversprechen erneuern.

9. Disney Cruise Line – anscheinend rückläufige Nachfrage

Im aktuell veröffentlichten Quartalsbericht der Walt Disney Company steht hinsichtlich der Disney Cruise Line, dass das Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr schlechter sei, bedingt durch „some softness“ auf europäischen Routen (so im Bericht – womit wohl auf rückläufige Preise wie auf Nachfrage hingewiesen sein soll), steigende Kosten für neue Schiffe und höhere Treibstoffkosten. Interessant, dass keine Zahlen zur Kreuzfahrt genannt werden; zu anderen Sparten von Disney dagegen schon.

10. „Eintrittsgeld“ für die USA

Ab 8. September gibt es „Eintrittskosten“ in die USA, in Höhe von 14 \$. Und damit werden Kreuzfahrten, die in den Vereinigten Staaten starten oder ankommen oder diese mit als Zwischenhafen haben, etwas teurer.



11. nicko tours - Radkreuzfahrten

Neu bei nicko tours: Radkreuzfahrten, mit der MS Wolga auf, und mit dem Rad entlang der Donau. Interessant: Je nach sportlichen Neigungen kann man „Genuss-Radeln“ oder „Aktiv-Radeln“. Beim „Genuss-Radeln“ sind es geführte Radtouren mit Besichtigungsprogramm. Beim „Aktiv-Radeln“ sind es Tagesetappen für passionierte Radfahrer. Hochwertige Leihräder sind mit an Bord.

12. AIDA - Aktionsangebote

Immer wieder neue Aktionsangebote bei AIDA. Und alle so kurzfristig und gezielt gesetzt, dass Reisebüros kaum noch aktiv werden können. Nach ähnlichen Aktionen in den vergangenen Wochen heute zum Beispiel (Freitag, 20.8.) der Newsletter von AIDA an Endverbraucher „4 fahren, 2 bezahlen“ (Anmerkung: gilt natürlich nur dann, wenn alle 4 in einer Kabine sind), und das buchbar vom 20.8. bis 23.8.! Die Ausrichtung der Aktion ist klar: Buche nicht im Reisebüro, sondern direkt bei AIDA, möglichst gleich über Internet.

13. Wer entscheidet über das Urlaubsziel?

Die Antwort: Immer mehr sind die Kinder daran beteiligt – steigend, inzwischen zu 46 %, so die „Kids Verbraucher Analyse“. Aus dem Projekt „Kreuzfahrten für Familien“, das wir bei der FT-Freizeit und Touristik GmbH durchführten, wissen wir: War eine Familie einmal an Bord, dann drängen Kinder auf die nächste Kreuzfahrt; die Wiederholerrate ist enorm hoch. Und so die Behauptung: Bei Entscheidung für eine Kreuzfahrt sind die Kinder wichtig, und für Folge-Kreuzfahrten sind sie zentrale Entscheider!

14. Flusskreuzfahrten – neue Zielgruppen?

Die 22 Anbieter von Flusskreuzfahrten in Deutschland verzeichneten vergangenes Jahr eine Steigerung von 3,2 % bei den Passagieren, und einen Umsatz von 443 Mio. Euro, steigende Tendenz trotz fallender Preise. Nun steigt aktuell auch die TUI mit einem eigenen, neuen Schiff in diesen Markt ein, bis April 2011 sollen 4 weitere gecharterte Schiffe dazu kommen.

Die TUI rechnet sich gute Chancen aus. Hintergrund der Hoffnungen: Eine Studie, die Emnid für die TUI erstellte. Danach können sich 42 % der unter 30jährigen vorstellen, eine Flusskreuzfahrt zu machen. Bei den 50- bis 59jährigen sind es 48 %. Nur 8 % der Teilnehmer an der Studie waren bereits einmal auf einer Flusskreuzfahrt.

Warten wir ab: Bisher sind eindeutig diejenigen auf dem Fluss unterwegs, die im Alter recht deutlich über den beiden oben genannten Altersgruppen liegen ...

So viel für heute. Viele Grüße

Bernhard Jans