

# Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 84  
Grafschaft, den 13. Dezember 2014

Liebe Leserinnen und Leser,

lange habe ich überlegt, ob dieser Bericht über die MSC Orchestra überhaupt eine Folge des Newsletters sein soll. Aber da in den letzten Wochen immer wieder Informationen über ähnliche Probleme eintrafen, ist nun die Entscheidung gefallen. Erst recht heftige Berichterstattungen über den Service auf der „Grand Voyage“ der MSC Magnifica von Hamburg nach Buenos Aires. Danach Informationen zur „Grand Voyage“ der MSC Armonia, bei der der anscheinend der Werftaufenthalt für Verlängerung des Schiffes und Modernisierung nicht ausgereicht hat; auf der Fahrt wurde weiter gearbeitet, vieles hat noch nicht so richtig funktioniert. Hier die ausführliche Fassung zur MSC Orchestra.

## Service-Chaos und Niedrig-Qualität auf der MSC Orchestra - Probleme bei MSC

Die MSC Orchestra – ein wirklich schönes Schiff, mit dem wir schon einige Male auf Reisen waren. An einigen Stellen etwas in die Jahre gekommen, manch eine zerkratzte Wand in den Fluren, Teppichböden mit doch deutlichen Laufspuren, die eine oder andere angeschlagene Ecke, oder mal ein Stuhl im Theater kurz vor dem endgültigen Zusammenbruch.

Damit kann man sich arrangieren, man kann auch darüber hinwegblicken. All das ist nicht entscheidend dafür, ob eine Kreuzfahrt schön, erlebnisreich, erholsam, einfach stimmig ist. Dazu gehören andere Faktoren. Und da stimmte auf dieser letzten Tour der MSC Orchestra im östlichen Mittelmeer bis hinein ins Schwarze Meer einfach fast gar nichts!

## **Service – unfreundlich, unaufmerksam, uninteressiert, langsam ...**

Entscheidend dafür, dass man sich auf einer Kreuzfahrt wohl fühlt: Die Service-Qualität. Viele kleine „Unebenheiten“, die immer passieren können, werden durch einen guten, besser ausgezeichneten Service geebnet. Aber bei dieser Crew, die auf dieser Reise mit der Orchestra ist, fallen fast keine Begriffe mehr ein, mit denen man die Service-Qualität noch negativer umschreiben könnte. Service-Kräfte im Buffet-Restaurant kümmern sich vor allem darum, sich gegenseitig zu unterhalten und die Tische möglichst langsam abzuräumen. Kein freundlicher Gruß am Morgen oder zu welcher Tageszeit auch immer, nur mürrische Gesichter. Will dann doch einer höflich sein und den Gast vorlassen, dann geschieht das mit einem Blick, der eher Angst auslöst als dass er Zuvorkommen signalisiert.

An den Bars haben die Service-Kräfte die Kaffeemaschine im Blick, nie den Gast, von dem sie fast immer konsequent wegblicken. Obwohl kaum Gäste an den Bars stehen, doch lange Wartezeit, bis irgendjemand aus dem Service sich bequemt, den Gast in Augenschein zu nehmen und fragend anzublicken. Vielleicht in Sonderfällen auch einmal zu fragen, was er denn möchte. Bestellung getätigt, zeigt der Blick dem Gast: „Mist“, schon wieder Arbeit. Einige gehen ohne Getränk wieder weg. Ich mach auf mich aufmerksam (in mehreren Bars getestet): Ich klopfe mit meiner Bordkarte auf die Theke so lange, bis sich einer bequemt, zu mir herzuschauen.

Wer im Buffetrestaurant etwas trinken möchte, hat sowieso keine Chance. Aufmerksames Suchen, wo vielleicht doch ein Mitarbeiter von MSC steckt, danach wildes Winken, um auf sich aufmerksam zu machen. Oder das Essen stehen lassen und an die Bar gehen, bestellen, Getränke selbst mitnehmen oder bei Heißgetränken ganz lieb „bitte-bitte“ machen, damit man das Getränk an den Tisch getragen bekommt.

Ein besonderes Highlight, herausgepickt, nur so als Illustration: Die Bar ganz hinten im Heck im Buffetrestaurant ist sicherlich so etwa 10 Meter lang, halbrund. Ich habe meinen Platz an einem Tisch in der Nähe des einen Endes. Möchte einen Cappuccino trinken. Service lässt sich nicht sehen. So gehe ich an die Bar, die zu diesem Zeitpunkt mit zwei Männern, einer Frau besetzt ist, die damit beschäftigt sind, sich gegenseitig in irgendeiner Sprache, die ich nicht kenne, zu unterhalten. Vielleicht ein Arbeitsgespräch? Mit etwas Mühe mache ich auf mich aufmerksam. Einer der beiden Männer nimmt die Bestellung entgegen, erstellt auch die Rechnung dafür. Ich unterschreibe. Nichts Weiteres passiert. Nach einer Gedenkmminute wird der Mitarbeiterin in der Bar gesagt, ich hätte einen Cappuccino bestellt. Fleißig sagt sich dieses an ihren weiteren Kollegen weiter, der dann gemächlich einen Cappuccino aus der Maschine lässt. Alle drei stehen an der Maschine und unterhalten sich darüber, wer jetzt wohl diesen Cappuccino zu mir bringen muss – immerhin ein weg von sicherlich acht

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](http://www.ft-kreuzfahrten.de)

Kreuzfahrt-Forschung: [www.kreuzfahrt-forschung.de](http://www.kreuzfahrt-forschung.de)

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: [newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com](mailto:newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com)

# Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 84  
Grafschaft, den 13. Dezember 2014

Meter. Keiner kann sich aufraffen, und so wird der Cappuccino fast ans andere Ende der Bar auf die Theke gestellt und mir gestenreich gewunken, ich solle ihn mir dort doch bitte abholen. Das ist exemplarisch der Service auf dieser Route der MSC Orchestra – illustrierbar wäre das noch mit vielen weiteren Beispielen.

Auf dem Schiff entsteht der Eindruck, dass die Crew schrecklich müde, überlastet, uninteressiert ... ist. Einfach keine Lust hat, noch zu arbeiten. Warum, das erschließt sich dem Gast nicht. Er muss nur aushalten, dass es so ist. Irgendwie entsteht der Eindruck, dass das Schiff unterwegs die Hälfte der Crew verloren hat und die anderen unter Hochstress jetzt all das tun müssen, was eben getan werden muss. Auffallend ist das in allen Restaurants – selbst im Zuzahlrestaurant, in dem sowieso kaum jemand sitzt. Im Buffetrestaurant eine Personaldecke, bei der man gezielt Servicekräfte suchen muss. Verstecken sich diese? Im à la Carte-Restaurant weit weniger Ober als man von früheren Reisen gewohnt ist, und diese Ober scheinen auch noch mehr Tische betreuen zu müssen. Ob bei den Speisen oder bei den Getränken: Stets und überall überlastete Arbeitskräfte in Hektik. Einfachste Servicemerkmale sind kaum mehr einzuhalten, angefangen bei der Verteilung der Speisekarten, der Bestellung von weiteren Getränken, dem gleichzeitigen Servieren von Speisegängen am Tisch bis hin zur einfachen Frage, ob es geschmeckt hat. Hektisches Treiben allenthalben. Wir hatten zum Glück einen netten jungen Ober aus Bali, der für unseren Tisch im Restaurant zuständig war, der mit seiner für Bali so typischen Freundlichkeit vieles ausglich – andere hatten da weniger Glück.

Bleiben wir doch einfach beim Thema à la Carte-Restaurant. Eine Beobachtung, am ersten Tag. Wir waren nicht ganz pünktlich, einige Minuten nach dem ausgeschriebenen Beginn für die erste Sitzung. Bei einer Wohlfühl-Kreuzfahrt bei der Werbung, wie sie derzeit von MSC gemacht wird, dürfte das kein Problem sein. Vor uns eine Familie, offensichtlich neu auf Kreuzfahrt. An der Tür der Restaurantleiter. Familie fragt nach dem Tisch. Etwas ungehalten wird mit Fingerzeig auf die Bordkarte darauf hingewiesen, dass dort doch alles stehe – dann doch ein Ober herbeigerufen, der schnell vorausrennend die Familie zu einem Tisch führt. Die Familie bemüht sich, nachzukommen. Fast schon wie im Märchen: Es war einmal ... bei MSC. Da standen am Restauranteingang an den ersten Tagen reihenweise Ober, die höflich und freundlich die Gäste zu den Tischen führten. Servicequalität eben ...

Zurück zu den Bars. Die sind ja schließlich dafür da, nach dem Abendessen ein wenig gemütlich zusammen zu sitzen, sich zu unterhalten, etwas zu trinken. Gerade an letzterem könnte das scheitern. Direkt an der Theke, da bekommt man vielleicht etwas. Aber das gilt auch dann, wenn man sich in eine der den Bars zugeordneten Lounges setzt. Sicher, es gibt einige Service-Kräfte, die durch die Reihen schleichen – aber es sind einfach viel zu wenige, um all die Bedürftigen mit Getränken zu versorgen. Ein, zwei oder drei Service-Kräfte für hunderte von Leuten, die gerne etwas trinken würden. Es schleicht sich ein Verdacht ein: Ist das vielleicht sogar Preis-Politik? Schließlich nehmen immer mehr Gäste das All-In-Getränkpaket Allegrissimo. Wird weniger ausgeschenkt, zeigt sich natürlich ein Spar-Effekt ...

Ein wenig tröstlich: Ein paar wenige Ausnahmen. Man hat nicht den Eindruck oder man ist sich gar sicher, dass das nicht die Leitungskräfte sind, sondern einige der „Kleinen“ eher am Ende der Hierarchie, die sich so gut es unter vorhandenen Bedingungen mühen, gut zu sein – seien es unsere Indonesier im à la Carte-Restaurant, der ganz junge Tischabräumer am Buffet (sicherlich auch aus Ostasien), die ukrainische Servicemitarbeiterin in der Amber-Bar oder derjenige, der im Rezeptionsbereich versucht, alles zusammen zu halten.

## Service und Produkt – miteinander einhergehende Mängel-Häufung

Machen wir doch weiter mit den Bars. Wer hat denn diese Barkeeper ausgebildet. Die Cocktails tragen zwar alle weltbekannte Namen, haben aber mit Originalen herzlich wenig zu tun. Eine Blindverkostung würde zu grauenvollen Ergebnissen kommen. Selbst so einfache Dinge wie ein Caipirinha lösen grenzenloses Erstaunen aus. Ein paar einsam schwimmende Limonenscheiben in einem Gemisch aus Rum, Wasser und Zuckersirup, aufgefüllt mit Eiswürfeln, obenauf ein welches Minzblatt. Wohlwollend interpretiert könnte das die untrinkbare Neuerung des Caipirinha sein. Bei den anderen Cocktails sieht es auch nicht besser aus. Und so ein Ding kostet immerhin um die 7 Euro plus 15 % Servicepauschale!

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](http://www.ft-kreuzfahrten.de)

Kreuzfahrt-Forschung: [www.kreuzfahrt-forschung.de](http://www.kreuzfahrt-forschung.de)

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: [newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com](mailto:newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com)

# Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 84  
Grafschaft, den 13. Dezember 2014

Besondere Begeisterung stellt sich stets im Buffetrestaurant ein. Zunächst wirklich positiv. Eine angenehm gute, vielfältige Auswahl am Obstbuffet. Auch das Salatbuffet lässt kaum Wünsche offen. Aber – und ab dieser Stelle weiß man wirklich nicht, wo zuerst anfangen. Vielleicht mit einer generellen Aussage die heißt: Wenn das eine Betriebskantine wäre, gäbe es heftigste Proteste von Mitarbeitern und Gewerkschaften.

Unabhängig von all dem, was angeboten wird gilt: Das Obst eiskalt, all das, was eher heiß sein sollte, leicht wärmer temperiert. Aber nur leicht ... Man ist immer wieder erstaunt, wie es möglich ist, Rührei, Omelette oder Spiegeleier, die direkt an der „Grillstation“ gebraten werden, so (fast) eiskalt aufs Buffet zu stellen ...

Zum Frühstück. Ohne Einschränkung jeden Tag wirklich dasselbe. Leicht bis schwer unterkühlte Eier, dasselbe bei Bohnen, Würstchen, Speck oder Kartoffeln. Eine Einfach-Billig-Schlabberwurst, an der Grenze zu ungenießbar. Ein Kochschinken der einfachsten und übelsten Art – Press-Schinken, der jedem Italiener die Haare zu Berge stehen lassen müsste. Und dann noch ein bleicher Putenbraten. Käsebröckelchen. Einfach-Joghurt, ebensolche Marmelade. Ärmlich. Das würde sich im Hotelbereich kein 3-Sterne-Hotel erlauben. Und hier auf dem Schiff gibt es viele Gäste, die pro Person und Tag 100 Euro und mehr bezahlen ...

Das Ganze dann auch noch schlecht gepflegt – so ein mit Löffeln abgestochener Ricotta-Käseberg sieht irgendwann einfach unappetitlich aus, und vier Platten, auf jeder noch ein paar Stückchen Käse oder Scheibchen Wurst, die Platte leicht fettig, weil die Wurst eben Einfachware ist, machen sich auch nicht besser.

Das Mittagessen: Leider auch nicht besser. Einfachste Angebote, unter Extrembedingungen wirklich so warm, wie man gerne möchte, ansonsten lauwarm bis kalt – schmeckt dann besonders gut bei trockenem Bratenstück mit kalter Bratensoße, dazu kalten Kartoffelkroketten und ein paar durchgetrockneten Auberginenscheiben, eher positiv dazu die lauwarmen Paprikastreifen. Nur so als Beispiel. Angenehm auffallend: Das Salatbuffet, mit wirklich guter und frischer Auswahl.

Wieder aus dem MSC-Märchen „es war einmal ...“ – und übriggeblieben ist der Name. Ich meine die Grillstation. Da gab es mal frisch gegrillte Fleischstücke, auch richtig gute Burger, und wer wollte, konnte sich sein Burgerbrötchen aus frisch bereiteten Zutaten selbst zusammenstellen. Vergangenheit. Fleisch gibt es dort nicht mehr. Gegrillt werden etwas zu klein geratene Burgerscheiben, die mit den üblichen Zutaten in ein Brötchen gepackt werden, das Ganze ab in eine Pappschachtel. Am sogenannten Grill dann viele Pappschachten, und man hat die Gewähr, ein abgestandenes lauwarmes oder sehr unterkühltes Teil zu bekommen (das bei jedem Burger-Restaurant in den Müll käme), dazu gibt's, lecker, ein Pappschälchen mit abgestandenen, kalten, inzwischen labberigen Pommes.

Und so weiter. Man könnte für jeden Tag eine nette Geschichte schreiben. Aber das wäre dann eine unendliche Geschichte, und die hat schon mal jemand mit sicherlich attraktiveren Inhalten, aber nicht weniger spannend, geschrieben. Allerdings nicht über diese MSC-Reise, aber die würde sich auch dafür eignen ...

War einmal das à la Carte-Restaurant für gutes Essen bekannt – o.k., immer mal wieder mit Höhen und Tiefen –, dann hat sich dies zumindest bei dieser Reise auf der Orchestra auch verabschiedet. Kalt-Warm, ja, da herrschen auch hier ähnlich Temperaturen wie am Buffet. Wird die Restaurantleitung darauf aufmerksam gemacht, kommt die fast nicht mehr überraschende Rückmeldung: Man solle das dem Ober sagen, dann würde das Essen noch mal heiß gemacht. Wahrscheinlich in der Mikrowelle. Wo bin ich hier? Im falschen Film? Eigentlich habe ich gedacht, ich wäre entsprechend der hochglänzenden Bewerbung in einem nicht höchstklassigen, aber doch richtig guten Restaurant!

Was auf den Teller kommt, löst kaum mehr Erstaunen aus. Die Vorspeisen noch in Ordnung. Geschmacklich. Aber sonst wird gespart. Vorspeise grüner Spargel – was kommt? Auf den ersten Blick drei kurze Spargelstücke. Bei genauerem Hinsehen: Die Spargel-Stängelchen sind hälftig gespalten aufgelegt – also zusammen gerechnet ein und ein halbes Spargelchen. Salate na ja, nichts Besonderes. Die Suppen unidentifizierbar, klare Brühen dünn, Einlagen spärlich, gebundene Suppen pampig. Nudeln ein matschiger Berg. Risotto gut. Der Hauptgang dürrtig – Fleisch meist dünn, dürrtig und zäh (wusste nicht, dass man Rindersteak in 80-Gramm-Scheiben hart schmort und Rinderfilet beim Gala-Essen aus zwei dünnen Minimalst-Scheiben besteht). Fisch meist gut. Gab es früher mal beim Gala-Essen eine Entenbrust, sind es jetzt zähe

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](http://www.ft-kreuzfahrten.de)

Kreuzfahrt-Forschung: [www.kreuzfahrt-forschung.de](http://www.kreuzfahrt-forschung.de)

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: [newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com](mailto:newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com)

# Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 84  
Grafschaft, den 13. Dezember 2014

Entenfüße. Lange Zeiten ist es her, als es bei der Gala bei MSC gar einen halben Hummer gab – jetzt sind es (als Hauptgang) drei einsame gegrillte Krabben, die sich auf einem großen Teller verirrt haben.

Auch hier: Und so weiter. Eine unendliche Geschichte.

## Qualitätsmerkmal Sauberkeit und Funktion – Ungewohntes von MSC

Immerhin kann ich inzwischen auf etwa 250 Nächte auf MSC-Schiffen zurückblicken. Auf allen MSC-Schiffen unterwegs gewesen, auf einigen mehrfach, galt immer ein zentraler Satz im Vergleich zu anderen Anbietern: Es sind alles sehr schöne, sehr gut ausgestattete, und vor allem bestens gepflegte Schiffe. Schön und sehr gut ausgestattet ist die Orchestra. Aber was ist geschehen, dass das letzte Prädikat nicht mehr gilt? Kaum erklärbar.

Die Flure zu den Kabinen schlecht gereinigt – in allen verfügbaren Ecken Staub und Schmutz, oft auch direkt auf den Laufwegen. Bei den Aufzügen einige verklemmte Schaltknöpfe. Da klemmt im Flur einer der Knöpfe – der Aufzug lässt sich nicht rufen, etwas später stellt man fest, dass das auch auf einer anderen Etage so ist. Bei einem viel benutzten Aufzug direkt zum Buffetrestaurant lässt sich die Etage, in der sich das Restaurant befindet, nicht anwählen – der Knopf klemmt. Selbst geht man dann zu Fuß von der 12. zur 13. Etage, aber manche tun sich nicht leicht mit dem Treppen gehen. Unabhängig davon: Auf dem Schiff scheint das so wirklich keinen im Service zu interessieren, die Defekte habe ich am dritten Reisetag bemerkt, sie waren eine Woche später immer noch vorhanden.

In der Kabine ein großer schwarzer Schmierfleck auf dem Teppich, mindestens 30 cm lang und an der breitesten Stelle fast 10 cm breit, direkt im Sichtbereich, Reinigungsversuche nicht erkennbar, auch sonst Flecken auf dem Teppichboden. Die Teppiche an den Stoßkanten auf den Fluren oft aufgerissen, nicht neu verklebt. Die Tagesdecke auf dem Bett am Rand ausgefranst. Im Treppenhaus konnte man früher immer Crewmitglieder sehen, die die Messinggeländer auf Hochglanz brachten – jetzt kann man auf diesen Geländern die DNA von tausenden von Menschen abnehmen. Im Buffetrestaurant die Tische schmutzig und verschmiert, der Boden voller Krümel – nicht kurzfristig entstandener Schmutz, sondern alles nur oberflächlich gereinigt. Im Außenbereich des Buffetrestaurants wird nur unwillig abgeräumt und gereinigt – Gäste bringen manchmal selbst das Geschirr zur Abräumstation oder stellen es auf Nachbartische, um selbst am einigermaßen sauberen Tisch essen zu können. Die Gläserimitationen aus Plastik im Buffetrestaurant sehen stets unappetitlich aus, mit Flecken die aussehen, als hätten schon viele Menschen draus getrunken.

Sehr unappetitlich: Die fast immer verschmutzten Toiletten in den öffentlichen Bereichen. Schlechter können diese eigentlich kaum gereinigt werden.

## Informationen – auch eine Frage von Service-Qualität

Informationen zu allem, was so interessieren könnte, gibt es nur spärlich. Zu den angelaufenen Zielen marginalste Informationen in der sogenannten Bordzeitung, vier Seiten mit allerhand Informationen. In diesem Blättchen die Uhrzeiten zu Veranstaltungen, Treffzeiten zu Landausflügen, Kleiderordnung, vor allem noch Werbung, wofür an Bord noch Geld ausgegeben werden könnte.

Informationen zu den Landausflügen gibt es in einer Übersicht und in kurzen Präsentationen im Theater. Für diejenigen, die keinen Landausflug buchen, gibt es einfach nichts. In früheren Zeiten, es war einmal bei MSC ... Da gab es einige Seiten zum angelaufenen Hafen, eine Karte des Hafensortes. Die gibt's jetzt manchmal vom örtlichen Fremdenverkehrsamt, draußen vor dem Schiff.

Die Kanäle im Fernseher belegt von Sicherheitsinfos und Werbefilmchen für MSC. So richtige Information ist das nicht. Schließlich fährt man ja eine bestimmte Route, auf der man etwas sehen möchte. Selbst der Kanal mit den „ordentlichen“ Karten mit der Route und genauer Schiffsposition ist auf ein Minimum reduziert, meist in so grober Auflösung, dass fast nichts zu erkennen ist. Auf dem Informationskanal mit dieser Restinfo ein merkwürdiges Programm – drei Minuten die

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](http://www.ft-kreuzfahrten.de)

Kreuzfahrt-Forschung: [www.kreuzfahrt-forschung.de](http://www.kreuzfahrt-forschung.de)

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: [newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com](mailto:newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com)

# Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 84  
Grafschaft, den 13. Dezember 2014

leitenden Crewmitglieder mit Name und Funktion, ein paar Sekunden Temperaturinfo, ein paar Sekunden Windinfo, ein paar Sekunden Karte, dann wieder von vorne mit der Crew. Tagein, tagaus. Schön, dass man etwas über die Crew erfährt, aber auswendig lernen möchte man die Namen nicht. Lieber hätte man ein paar Infos darüber, wo man gerade lang fährt, über Distanzen, Häfen usw. – wie es eben bei MSC einmal war ... So ganz verkehrt wäre auch nicht eine Anzeige der Bordzeit, im TV und irgendwo an Bord, so wie es einmal üblich war; es vergeht kaum ein Tag, an dem man nicht selbst die richtige Uhrzeit sucht oder nach ihr gefragt wird.

## Service-Wüste Sprache

Welche Sprache auf diesem Schiff jetzt wirklich Bordsprache ist, weiß ich auch nach 11 Reisetagen noch nicht. Englisch ist es sicherlich nicht, dazu verstehen die Service-Kräfte viel zu wenig. Deutsch kann es definitiv nicht sein, das wird so gut wie überhaupt nicht verstanden – ein Blick auf die Namensschilder der Crew-Mitglieder, auf denen ja Nationalität und Verständigungssprachen ausgewiesen sind, verstärkt dies. So richtig italienisch ist es auch nicht, auch nicht spanisch oder französisch. Vielleicht haben ja die Japaner an Bord bessere Verständigungsmöglichkeiten? Eine Bordsprache ist jedenfalls nur im Animationsbereich auszumachen, da gibt es italienisch pur.

Diese ganze Service-Wüste Sprache dokumentiert sich in der Person des Cruise-Directors. Egal wo, ob im Theater oder bei Präsentationen. Er stammelt irgendetwas zusammen, kaum verständlich, wahrscheinlich für kaum jemanden. Vielleicht kann er ja richtig italienisch, zumindest sein Name lässt darauf schließen. ...

## Der MSC-Club – optimierungsbedürftig

Von allen vom „Papierwert“ und von den Preisreduktionen als optimal angesehen, der MSC-Club. Schwierig die mit Blick auf Preisreduktionen in letzter Zeit zunehmende Komplexität – wann gelten Club-Preisvorteile. Die uneingeschränkt positive bisherige Bewertung ist abgelöst in eine eher kritische Sichtweise. Der Kunde fragt sich, welchen Tarif er mit welchen Vorteilssystemen einschließlich oder ohne Clubvorteile nutzen soll. Komplexität ersetzt positive Bewertung ...

Mindestens ebenso wichtig: Die immateriellen Vorteile. Auf dem Papier steht zum Beispiel für Gäste mit der „Black Member“-Karte, dass sie während der Kreuzfahrt auf ein Essen mit dem Kapitän oder einem hochrangigen Offizier eingeladen würden. Ganz sicher ein Angebot, auf das sich viele freuen. Jetzt auf dieser Reise, wie auch auf einigen vorhergehenden: Keine Einladung zum Essen, sondern zum Cocktail. Bei dieser Reise jedoch die Krönung: Ein halbe Stunde mit Einfach-Cocktail warten. Dann ein stammelnder Cruise-Direktor mit einer 3-Minuten-Ansprache, mit einer Hand voll Cruise-Mitgliedern, erkennbar zusammengesammelt aus der Reihe der einfacheren Offiziere, wer eben so gerade verfügbar war. Keinen vorgestellt. Glas gehoben. Abmarschiert. So geht's nicht. Eine Farce ..

Warum nicht auf der Kabine ein kleines Schreiben an das Clubmitglied, mit den Leistungen, die es an Bord zu erwarten hat? Warum nicht eine ehrliche Positionierung, was möglich, was nicht möglich ist? Jeder würde das verstehen, wenn auf der Kabine eine Info läge mit entsprechenden Hinweisen.

## Stimmungen eingefangen

Ohne irgendjemanden zu fragen, wie es gefallen hat, kam man nicht drumherum, Stimmungen zu hören. Erschreckend. Immer wieder Anmerkungen zu den Speisen. Immer wieder Hinweise auf Unfreundlichkeit des Personals.

Ein Mitreisender im Bus: Hinweis auf endlose Wartezeiten an der Bar, einige Male weggeschickt an der Rezeption, man würde ihn nicht verstehen – Gast sprach akzentuiertes bayerisch. Ein weiterer Gast, erfahrener Kreuzfahrer: Wenn das die erste Kreuzfahrt gewesen wäre, hätte er nie wieder ein Kreuzfahrtschiff betreten. Ein anderer Mitreisender: Oma des Reisenden war beim Frisör, Oma spricht nur deutsch, ist 93 Jahre alt. Ihr werden noch Pflegeprodukte nahegelegt, für die sie unterschreibt. Auf Rückmeldung des Reisenden an der Rezeption die freche Antwort, Oma habe ja unterschrieben und

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](http://www.ft-kreuzfahrten.de)

Kreuzfahrt-Forschung: [www.kreuzfahrt-forschung.de](http://www.kreuzfahrt-forschung.de)

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: [newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com](mailto:newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com)

# Newsletter Kreuzfahrt

Hintergründe – Neuigkeiten Nr. 84  
Grafschaft, den 13. Dezember 2014

man solle eben keine ältere Dame zum Friseur schicken. Ein weiterer Gast: Nach sieben Reisen mit MSC, mit allen sehr zufrieden, würde er nach dem Speisenangebot und dem Service auf der Orchestra definitiv keine Reise mit MSC mehr machen. Noch ein Gast: Will keinen internationalen Reederei-Anbieter mehr buchen, sondern nur deutschsprachig – MSC habe belegt, dass das mit der Deutschsprachigkeit doch nur ein Werbegag sei. Und noch eine Rückmeldung: Das Essen sei kläglich, da würde er lieber wieder in einem Küstenhotel in der Türkei Urlaub machen. Noch ein Gast: Es könne ja nicht sein, dass auf einer teuer bezahlten Reise einige Tage vor Rückkehr einiges an Bord ausgegangen sei, er meint bei den Getränken. Noch konkreter wird ein anderer Gast: in der öffentlichen Toilette vor dem Theater habe es zwei Tage vor Rückkehr des Schiffes einen Hinweiszettel gegeben, dass für diese Toilette kein Toilettenpapier mehr verfügbar sei – der Gast meinte, dann habe er eben die noch vorhandenen Papierhandtücher benutzt.

Ist das MSC? Für uns als Reisende ist es erschreckend, noch mehr als Agentur, im Bus stets und ständig von Leuten, die wir nicht kennen und die auch nicht über uns gebucht haben hören zu müssen, dass sie nach dieser Erfahrungen zum einen keine Kreuzfahrt mehr machen wollen, zum anderen auf keinen Fall mehr MSC buchen wollen.

## Kreuzfahrt als Erlebnis – auch ein Service-Thema

Es war einmal ... - so lauten einige meiner Anmerkungen. Kreuzfahrt will ein Erlebnis sein, langfristig wirkend. Kreuzfahrt-Anbieter wollen ihre Kunden möglichst langfristig binden, so wie MSC mit dem MSC-Club. Leider hat MSC in letzter Zeit alles auf Preise und Preisreduktionen gesetzt und vergessen, dass weit mehr ein nachhaltiges Kreuzfahrterlebnis ausmacht. So gerät man in Gefahr, zum "Kreuzfahrt-low-cost-carrier" zu werden.

Was heißt das? Bei MSC wurden einmal ähnlich wie bei den ganz hochpreisigen Kreuzfahrern beim ersten Boarding die Gäste von der Crew in Empfang genommen und von einem Crewmitglied zur Kabine geleitet. Eine erste sehr positive Einstimmung auf die Kreuzfahrt. Kabinensteward und Tischober hatten Zeit, sich ordentlich vorzustellen und ein paar Sätze mit dem Gast zu wechseln. Eine erste Kundenbindung. In der Kabine wurde man einem kleinen Willkommensgruß auf dem Bett empfangen. Und so weiter.

Kreuzfahrtgäste, die mit uns unterwegs waren, schwärmen von der Vergangenheit von MSC. Ob Preise mal 50 Euro höher oder niedriger waren, ist längst in Vergessenheit. Was bei allen immer noch langfristig in Erinnerung ist: Das wirkliche Gala-Essen, bei dem der Kapitän sichtbar anwesend war. Die große Abschieds-Show, nicht das zusammen gestoppelte Etwas, was jetzt geboten wird. Das Mitternachtsbuffet, weniger das Essen, sondern die herrlichen Dekorationen. Das zuvorkommende Personal, das immer signalisiert hat, dass der Gast willkommen ist.

Bleibt für mich die Schlussfrage: Was haben die nur mit der schönen MSC Orchestra gemacht ??????

## Etwas versöhnlicher ...

Die MSC Orchestra ist immer noch das, was sie immer war: Ein sehr schönes Schiff. Bis auf wenige Kleinigkeiten war die Route mit Ausgangspunkt Venedig und den Zielen Piräus/Athen, Izmir, Istanbul, Constanza, Burgas, Volos, Gythion wirklich stimmig und interessant, mit vielen ungewöhnlichen Entdeckungen. Hoffen wir, dass der Werftaufenthalt des Schiffes mit vielen Überarbeitungen und sicherlich auch einem Wechsel in der Crew das Schiff wieder auf die Bahn bringt, auf der es uns vor etwa sieben Jahren, als wir das erste Mal an Bord waren, wirklich begeisterte.

Ein wenig versöhnlich: Als dieser Bericht zu MSC ging, kamen innerhalb eines Tages die Rückmeldungen an, per Email, zuerst von Gianni Onorato, dem CEO von MSC, dann von Michael Zengerle, dem Geschäftsführer von MSC Deutschland, beide mit der Grundaussage, dass die Anmerkungen in den verschiedenen Abteilungen von MSC direkt bearbeitet würden und diese Vorkommnisse nicht Stil von MSC wären.

So viel für heute und beste Grüße  
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](http://www.ft-kreuzfahrten.de)

Kreuzfahrt-Forschung: [www.kreuzfahrt-forschung.de](http://www.kreuzfahrt-forschung.de)

Newsletter „Kreuzfahrt-Forschung“ bestellen oder abbestellen: [newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com](mailto:newsletter-kreuzfahrt@freizeit-touristik.com)