

KOMMENTAR

„Viva Cuba!“ –
Jetzt erst recht!

GEORG BIRON

Gal, auf welcher Seite man steht: Es ist beeindruckend, wie lange sich Fidel Castro an der Macht gehalten hat. Man hat versucht, ihn zu entmachten und zu ermorden. Doch Fidel lebt – und Kuba ebenfalls! Als begehrte Urlaubsdestination. Die Ankündigung, dass Fidel abtritt und in die Rente wechselt, hat einige zum Jubeln gebracht, während andere befürchten, dass die alten Mafia-Connections neu aufleben und aus der Insel einen Spielplatz der Amerikaner machen.

Wer also das romantische Kuba kennenlernen möchte, sollte das unbedingt in naher Zukunft tun. Dazu gibt es einige gute Gelegenheiten, denn die Reiseveranstalter wissen, dass die Insel schon bald nicht mehr so sein wird, wie sie die letzten 50 Jahre war.

Die neue 17-tägige Marco Polo-Entdeckerreise „Kuba – Revolution für alle Sinne“ führt neben Havanna auch in die Inselmitte nach Santa Clara, Schauplatz der kubanischen Revolution, und in die Weltkulturerbe-Stadt Trinidad. Die Reise in kleiner Gruppe ist ab 1.949 € buchbar – inklusive Flug, Hotels und einheimischem, Deutsch sprechendem Scout. Daneben hat Marco Polo die 14-tägige individuelle Variante „Auf den Spuren Hemingways“ ab 2.559 € im Angebot. Gereist wird zu zweit oder mit Freunden im Privatwagen mit eigenem Fahrer ...

EC3 weltweiter Erfolg

FIN-News

Wien. Die EC3 Networks GmbH entwickelt das neue finnische Tourismusportal VisitFinland.com. Die hundertprozentige Tochter des Wiener Kompetenzzentrums EC3 ist Lead Partner eines Entwicklungskonsortiums aus Österreich. Mit dabei sind auch die Siemens AG, die Innsbrucker Tiscover AG, die Wiener Unternehmen ParsGroup und Lixto sowie das aus Italien stammende Unternehmen eCTRL Solutions. Die inhaltliche Leitung hat Univ.-Prof. Dr. Hannes Werthner von der EC3 Networks GmbH, die Portal-Entwicklung ist ein Millionen-Auftrag und soll rund einhalb Jahre dauern. „Das ist ein weiterer Erfolg für unsere internationale Sichtbarkeit“, sagt Michael Tremmel, der neue Geschäftsführer der EC3 Networks GmbH. Bereits 2004 hat EC3 in einer öffentlichen Ausschreibung der EU-Kommission den Zuschlag für die Entwicklung des Europäischen Tourismus Portals bekommen. Auftragssumme betrug damals ca. 1,8 Mio. €.



© Peter Mosser (2)

Die Liberty of the Seas vor Labadee. Auf Haiti unterhält die Reederei ein großes Beach-Resort exklusiv für ihre Kreuzfahrt-Passagiere.

Cruise-Business Seereisen boomen: Gigantische Luxusliner, bessere Routen und Top-Service als Erfolgsrezept

Kreuzfahrten: Das große Geschäft auf hoher See

Immer größere Schiffe laufen vom Stapel, stetig erweiterte Kundenkreise sollen diese auslasten.

PETER MOSSER

Miami. „Wenn sich der Kunde nach einer Kreuzfahrt erkundigt, sagt ihm bloß nicht: ‚da haben wir gerade viele Angebote‘“, erklärt Manfred Jägersberger den Agents im Conference Room II auf Deck 2 der Liberty of the Seas, „denn wer eine Seereise machen will, der nimmt auch Geld in die Hand.“

Der Geschäftsführer von Caravelle Reisen weiß, wovon er spricht, vertritt er doch einige der weltweit angesehensten Reedereien exklusiv in Österreich. Mitarbeiter und Geschäftspartner, die seine Produkte an den Kunden bringen sollen, hat er unlängst zum „Seminar at Sea“ gebeten, um ihnen an Bord eines der modernsten Schiffe der Welt den Letztstandard in Sachen Schiffsreisen und einen Ausblick auf kommende Trends zu präsentieren. Exklusiv als Wirtschaftszeitung ging medianet mit an Bord.

Cruising is booming

Mit Steigerungsraten von durchschnittlich drei bis vier Prozent jährlich wächst die Tourismus-

wirtschaft weltweit überschaubar aber kontinuierlich. Im Segment der Kreuzfahrten allerdings dürfen sich besonders die europäischen Anbieter seit gut einer Dekade über ein Jahreswachstum von zehn Prozent und mehr freuen.

„Ist der Markt des Cruise-Biz in den USA gesättigt, wächst er in Europa weiterhin überdurchschnittlich.“

MANFRED JÄGERSBERGER,
CARAVELLE SEEREISEN

Seit 1994 sind die Umsätze in der Kreuzfahrtindustrie weltweit um über 300% gestiegen, und die Tendenz zeigt weiter nach oben. Die Royal Caribbean Cruises Ltd. erwirtschaftete beispielsweise von Jänner bis September 2007 mit

4,66 Mrd. USD um rund 15% mehr als im Vergleichszeitraum 2006 (4,08 Mrd. USD). Wobei die größten Umsatzsteigerungen mit nicht-amerikanischen Passagieren erzielt wurden, der Markt des Cruise-Biz in den USA scheint gesättigt. Nach Europa gelten der südamerikanische wie der asiatische Raum als Hoffnungsmärkte der Zukunft.

Um den Boom in Europa weiter voranzutreiben, sind nun die Reedereien gefordert, einerseits Unterhaltungsprogramme, Menüpläne oder Serviceleistungen mehr den Bedürfnissen nichtamerikanischer Touristen anzupassen und andererseits Starthäfen anzubieten, die nicht in erster Linie auf US-Passagiere abgestimmt sind.

Schwimmende Kleinstädte

Kein Wunder also, dass im Mai dieses Jahres mit der „Independence of the Seas“ eines der drei größten Kreuzfahrtschiffe der Welt in Europa seinen Dienst aufnimmt. Und bis auf Weiteres luxuriöse Reisen auf Mittelmeerrouten anbietet.

Die beiden anderen größten Schiffe der Welt sind übrigens die

Freedom und die Liberty of the Seas, auf der Jägersberger sein Seminar abhält.

Royal Caribbean, Eigner dieser Vierstern-Schiffe, ist seit Firmengründung 1969 wesentlicher Trendsetter im Kreuzfahrtbusiness. Das US-Unternehmen, dessen Gründer und größter Aktionär ein Norweger ist, stellt mit schöner Regelmäßigkeit die größten Schiffe der Welt.

1970 hieß der größte Passagierkreuzer Song of Norway und transportierte mit 18.400 Bruttoregistertonnen (BRT, eine BRT entspricht etwa der Größe einer Telefonzelle) 700 Passagiere. Zehn Jahre später wurde mit der Song of America ein neuer Rekord mit 37.600 BRT und 1.414 Passagieren aufgestellt. 2000 nahm die Explorer-Klasse mit einer Kapazität von knapp 3.000 Passagieren den Dienst auf, 2006 folgte die Freedom-Klasse mit 158.000 BRT für rund 4.000 Passagiere.

Ab 2009 soll schließlich die Genesis die Weltmeere bereisen. Sie wird 1,2 Mrd. USD kosten, 360 Meter lang und 220.000 BRT groß sein, und eine gut 2.000-köpfige Crew wird für das Wohl von 5.400 Passagieren sorgen. Für Jägersberger

LIBERTY OF SEAS: ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

Das Flaggschiff der Royal Caribbean Cruises Ltd. wurde in Turku, Finnland gebaut und fährt unter der Flagge der Bahamas.

Baukosten.....	800 Mio USD
Stapellauf.....	2007
Bauzeit.....	18 Monate
Länge.....	338,9 m
Breite.....	36,6 m
Volumen.....	154.407 BRT
Crew.....	1.400 (65 Nationen)
Passagiere max.....	4.370
Motorleistung.....	75.600 kW
Max. Geschwindigkeit.....	22,5 Knoten
Passagierkabinen.....	1.817 (1.083 außen)
Größter Veranstaltungssaal.....	1.350 Pax

Während einer durchschnittlichen Kreuzfahrtwoche werden am derzeit größten Kreuzfahrtschiff der Welt u.a. gegessen, bzw. getrunken:

Mahlzeiten.....	105.000 Portionen
Eier.....	86.400 Stück
Gemüse.....	29.445 kg
Obst.....	28.990 kg
Pizza.....	18.000 Stück
Bier.....	10.700 Flaschen, 8.500 Dosen
Kartoffel.....	8.150 kg
Rindfleisch.....	5.890 kg
Eiscreme.....	3.640 lt
Milch.....	3.640 lt
Wein.....	2.900 Flaschen
Hummer.....	634 kg



Manfred Jägersberger, Geschäftsführer von Caravelle Seereisen, in der Kombüse der Liberty. Wöchentlicher Output der dreistöckigen Großküche: 105.000 Mahlzeiten.

ger ein weiterer Meilenstein, aber noch nicht das Ende der Fahnenstange: „Die Größe der modernen Kreuzfahrtschiffe hat nichts mit Rekordsucht zu tun, es ist eine reine Frage der Wirtschaftlichkeit.“

Logistik maximiert Gewinn

Rund 800 Mio. USD kostete das erste Schiff der Freedom-Klasse. Auch wenn später gebaute Schwessterschiffe im Schnitt um rund 20% günstiger vom Stapel laufen, ist das eine hübsche Stange Geld, das zurückverdient werden soll. Und für diesen Return on Investment gibt sich die amerikanische Reederei gerade mal fünf Jahre Zeit.

Die Formel „Umso mehr Passagiere auf einer Reise, desto höher der Umsatz“ klingt einfach. Den Gewinn proportional mitzusteigern erfordert allerdings kreative Logistik. Scheinbar kleine Entscheidungen haben da große Auswirkungen. Allein die Reduktion von fünf auf vier

ten, sind vorbei. Auf den Schiffen mit ihrem zeitgemäßen Entertainmentprogramm findet sich zunehmend jüngeres Publikum ein.

Wellenreitanlagen, Kletterwände, modernst ausgestattete Fitness-, Beauty und Health-Center sind für die junge Event-Society maßgeschneidert, Babybetreuung oder riesige Kinderpools locken vermehrt Familien auf die hohe See.

Kürzere Schnuppertouren, spezielle Packages für Singles oder behindertengerechte Ausstattung der Schiffe sollen die Zielgruppe für Seereisen weiter vergrößern. Auch der Kongress-Tourismus liegt im Focus der Reeder, genauso wie Incentive-Reisegruppen – für Produktpräsentationen können kürzere Kreuzfahrten idealer wie (derzeit noch) einzigartiger Rahmen sein.

Um diese neuen Zielgruppen zufriedenzustellen, müssen neben dem Bord-Entertainment auch die Kabinen-Ausstattung und das Angebot an Land passen. In den ein-

zelen Zielhäfen werden deshalb auch unterschiedliche Touren angeboten, die mal beschaulich, mal abenteuerlich die diversifizierten Bedürfnisse unterschiedlichster Passagiergruppen erfüllen sollen. Darüber hinaus leisten sich große Kreuzfahrtunternehmen auch eigene Beachresorts. So unterhält Royal Caribbean auf Haiti das Ressort Labadee, eine malerische Halbinsel mit Traumstränden und verschiedensten Freizeitangeboten.

Die Kabinen haben mittlerweile die Anmutung eines gediegenen Hotelzimmers. Drei Viertel aller Passagierkabinen sind Außenkabinen, viele davon mit einem Balkon versehen, der zwei Leuten ausreichend Platz fürs gemeinsame Frühstück mit Meerblick bietet.

„Und wer einmal in der teureren Außenkabine war, nimmt nie wieder einen Innenkabine“ gibt Manfred Jägersberger seinen Seminarteilnehmern als Schlusssatz mit auf die Heimreise.



Eine der drei Poollandschaften auf der Liberty. Hier gibt's täglich Live-Musik bis 17:00.

„Die Größe der modernen Kreuzfahrtschiffe hat absolut nichts mit Rekordsucht zu tun, es ist lediglich eine Frage der Wirtschaftlichkeit.“

MANFRED JÄGERSBERGER,
CARAVELLE SEEREISEN

Scampi beim wöchentlichen „Surf and Turf Dinner“ schlägt sich mit einem jährlichen Zusatzgewinn von gut einer Million Dollar nieder.

Gecatert wird nicht mehr wie früher in jedem angelaufenen Hafen, sondern nur noch am Starthafen – so können bessere Preise verhandelt werden. Für gewinnbringende Bordunterhaltung setzt man nicht mehr auf externe Partner, die lukrativen Bordcasinos etwa werden in Eigenregie betrieben.

Dass mit dem Treibstoffverbrauch auch der Schadstoffausstoß minimiert wird, freut die Reeder in umweltbewusster wie finanzieller Hinsicht. Allerdings reagieren da die Unternehmen auch auf strengere Auflagen – „so werden in den Gewässern Alaskas bald nur noch schadstoffarme Ozeanriesen kreuzen dürfen“, weiß Jägersberger. Auf Royal Caribbean-Schiffen wird Mülltrennung propagiert: Abfälle werden an Bord recycelt und die gepressten Aludosen zum Beispiel dann an Land verkauft. Der Mehrwert findet sich sogar im Mist.

Die neuen Kreuzfahrer

Um die Riesenschiffe auch auszulasten, müssen neue Kundenschichten erschlossen werden. Die Zeiten, als betagte, reiche Damen das Gros der Kreuzfahrer ausmach-

Rhein und raus.

Noch mehr günstige Tickets für kurzfristige Flüge.



Austrian
redticket
Austrian Best Price

Rückflug inklusive

Köln und Düsseldorf ab **€ 99,-**
Sowie Berlin, Stuttgart, Hamburg ...

Buchungen auf www.austrian.com, bei Buchungen über Call Center ☎ 05 1766 1000 oder Reisebüro kann es zu unterschiedlichen Servicegebühren kommen. Sammeln Sie Meilen mit Miles&More. Komplettpreis ab Wien, bes. Anwendungsbest. Stand 1.2.08.