

GROSSE PÖTTE

Viel Lob, aber zu wenig Gäste

Ein Jahr „Europa 2“: Um den Luxuskreuzer besser auszulasten, werden jetzt neue Marketingideen ausprobiert



Von Jörg A. Boeckmann
www.cruceros.es
www.kreuzfahrten-ab-palma.es

Vor gut einem Jahr wurde für die traditionsreiche Reederei Hapag Lloyd Kreuzfahrten mit der „Europa 2“ während des Hamburger Hafengeburtstags ein neues Kreuzfahrtschiff getauft, welches das Luxussegment auf dem Wasser nicht weniger als revolutionieren sollte. Nach rund 70.000 zurückgelegten Seemeilen und 30.000 getrunkenen Flaschen Champagner ist es Zeit zu prüfen, ob der hohe Anspruch erfüllt wurde.

Das Konzept lautet: überaus luxuriöser, aber legerer Urlaub für Gäste, die nicht an den traditionellen Angeboten einer klassischen Kreuzfahrt interessiert sind. Somit gibt es weder Gala-Abende noch einen Kapitänstisch. Einen Smoking tragen auf der „Europa 2“ allenfalls Künstler, und statt des Drei-Sterne-Restaurants von Dieter Müller auf dem Schwesterschiff „MS Europa“ spricht man auf der „Europa 2“ von Genusshandwerkern.

Die kurze Kreuzfahrt, die ich selbst in diesem schwimmenden Luxusresort verbringen konnte, hat mich begeistert. Noch nie habe ich ein Kreuzfahrtschiff gesehen, das so viele Details in Perfektion bot. Überzeugend waren besonders die hochwertigen Materialien, das großzügige Raumangebot und das moderne, schnörkellose Design. Auch auf Portalen wie holidaycheck.de ist die Resonanz für dieses Schiff fast einhellig euphorisch.

So verwundert es nicht, das der renommierte Kreuzfahrtautor Douglas Ward der „MS Europa 2“ in sei-



■ Die Crew der „Europa 2“ bekommt beste Noten. FOTO: EUROPA 2

nem Standardwerk „Berlitz – Complete guide on cruising and cruise ships“ die allerhöchsten Bewertung weltweit gibt. Die traditionelle klassische „MS Europa“ wurde somit erstmals auf Platz zwei verdrängt.

Offenbar sind dieses Urteil und die Begeisterung für den legeren Luxus auf See noch nicht bei allen Reisebüros und möglichen Kreuzfahrern angekommen. Denn noch ist das Schiff alles andere als ausgebucht. Bisher liegt die durchschnittliche Auslastung bei lediglich 70 Prozent – zu wenig, um das Schiff mit der hohen Charrate rentabel betreiben zu können. Bei der Reederei sind also neue Ideen gefragt, um diese Situation nachhaltig zu verbessern. Denn die Renditeerwartungen des Mutterkonzerns Tui sind klar formuliert.

Beinahe Neuland betritt Hapag-Lloyd nun mit einer internationaleren Vermarktung, um zusätzliche Gäste zu gewinnen. Der Superlativ „bestes Schiff der Welt“ sollte gerade bei finanzstarken Kunden aus neuen Kreuzfahrtmärkten wie Osteuropa, Südamerika oder Asien ziehen. Und so ist künftig mit einem wirklich internationalen Gästemix zu rechnen, wobei deutschsprachige Kunden sicher vorerst noch die Mehrheit stellen sollten.

Neue Wege zur Kundenansprache geht die Reederei auch mit dem Katalog, ihrem wichtigsten Marketinginstrument. Erstmals erscheint der Hauptkatalog 2015 mit zwei Titelvarianten. Neben einer puristischen, aber klassischen Variante mit dem Schiff auf dem Titel nutzt das Hamburger Unternehmen einen auffälligen und überraschenden zweiten Titel. Dieser verzichtet mit einem weiblichen Porträt auf dem Titel ganz auf die Schiffsabbildung, erinnert an ein Modejournal und fokussiert den Lifestyle. Angesprochen werden sollen mit dieser Variante neue, besonders auch weibliche Kundengruppen, die eine Schiffsreise bisher nicht in Erwägung gezogen haben.

Aber auch auf Preisaktionen kann entgegen den sonstigen Gepflogenheiten nicht verzichtet werden. Für diesen Sommer bietet Hapag Lloyd Geburtstagsschnäppchen auf Mittelmeerrouten. Das WM-Endspiel an Bord erleben Passagiere gemeinsam mit dem Moderator und Sportjournalisten Jörg Wontorra auf einer Route von Rom nach Barcelona, die auch Korsika, Capri und Ibiza bietet, zum Sonderpreis ab 3.490 Euro in einer der sehr schönen Veranda- oder Oceansuiten.

Noch anspruchsvollere Reisende wählen eine 52 Quadratmeter große Spa-Suite und zahlen nun statt vorher über 10.000 Euro pro Person noch 6.990 Euro für eine Woche an Bord. Und auch in der zweiten Juli-Hälfte und im August gelten diese Sonderpreise für unterschiedliche Mittelmeer-Reisen. Nur Mallorca wird nicht angesteuert.

Informationen zum Beispiel bei info@kreuzfahrten-ab-palma.es oder telefonisch unter 871-80 48 00.

SCHIFF AHOI

HOCHBETRIEB AM 7. JUNI

In der ersten Juni-Hälfte machen vor allem Kreuzfahrtschiffe auf sogenannten Turnusrouten in Palmas Hafen Halt. Diese Schiffe fahren häufig während einer gesamten Saison mehr oder weniger denselben Fahrplan. Voll wird es am 7. Juni – neben „Aida Vita“ und „Thomson Dream“ steuern mit der „Norwegian Epic“ und der „Independence of the Seas“ gleich zwei XXL-Liner den Hafen von Palma an.

4-5.6. Costa Favolosa (7-1 Uhr)
5-6.6. Costa Serena (8-1 Uhr)
7.6. AidaVita (6-22 Uhr)
7.6. Thomson Dream (6-23 Uhr)
7.6. Independence of the Sea (8.30-18.30 Uhr)
7.6. Norwegian Epic (13-18 Uhr)

8.6. AidaBlu (6-22 Uhr)
9-10.6. MSC Lirica (13-00.30 Uhr)
9-10.6. MSC Splendida (16-5 Uhr)
10.6. Island Escape (6-23 Uhr)
11-12.6. Costa Favolosa (7-1 Uhr)
11.6. MSC Musica (15-23.59 Uhr)
14.6. Thomson Dream (6-23 Uhr)
14.6. AidaVita (8-22 Uhr)
14.6. Norwegian Epic (13-20 Uhr)
16-17.6. MSC Lirica (13-00.30 Uhr)
17.6. AidaVita (6-22 Uhr)
17.6. Island Escape (6-23 Uhr)
18.6. AidaBlu (6-22 Uhr)
18-19.6. Costa Favolosa (7-1 Uhr)
18.6. MSC Musica (15-23.59 Uhr)

LESER AN BORD

PREMIERE FÜR „MEIN SCHIFF 3“

Am 22. Juni endet die Jungferreise der mit Spannung erwarteten „Mein Schiff 3“ im Hafen von Palma. Der Kreuzfahrer für bis zu 2.500 Passagiere ist der erste Neubau der Reederei und bietet eine ganze Reihe von Innovationen.

Für eine exklusive Schiffsbesichtigung gemeinsam mit dem Autor der Kolumne verlost die Mallorca Zeitung dreimal zwei Plätze. Interessenten an Kreuzfahrten auf dem deutschsprachigen All-inclusive-Schiff müssen nur die Frage beantworten, welche bekannte deutsche Sängerin das Schiff am 12. Juni in Hamburg taufen wird (Antworten bis 10. Juni um 12 Uhr an info@kreuzfahrten-ab-palma.es).

SICHERHEIT FÜR ALLE

KRANKENVERSICHERUNGEN FÜR DIE GANZE FAMILIE - INKLUSIVE HAUSTIER

Ihr deutscher Versicherungsmakler auf Mallorca. Wir vergleichen für Sie alle großen Versicherer und bieten maßgeschneiderte Personenversicherungen.

- ✓ SCHUTZ FÜR DIE FAMILIE Krankenversicherung, Leben, Rente, Unfall, Pflege
- ✓ SCHUTZ FÜR IHR EIGENTUM Gebäude-, Hausrat-, Haftpflicht-, KFZ- und Yachtversicherungen
- ✓ SCHUTZ FÜR EIGENTÜMERGEMEINSCHAFTEN Vollversicherung der Comunidad inkl. Haftpflicht für das Präsidium
- ✓ SCHUTZ FÜR IHR BUSINESS Geschäfts-, Büro-, Decenal-, Bauwesen-, Hotel- und Haftpflichtversicherungen
- ✓ SCHUTZ FÜR IHRE FINANZEN Hypotheken und Finanzierungen auch aus Deutschland und mit festen Zinsen oder Zinssätzen

IBERIA - VERSICHERUNGEN

Ihr Versicherungsmakler in Spanien seit 1996



Besuchen Sie unsere Büros in
SANTA PONSA und CAMPOS
Tel. +34 971 699 096
info@iberiaversicherungen.com

Sassan Mikhtchi
D-J49T-KIUTK-80
Denise Latocha
D-SZN7-BDA64-32

