

LIKE · LIVE · KOMMUNIKATION · EXPERIENCE

EVENT

1/2021

PARTNER

Schnelltests für Live-Events – gelebte Praxis



Wahl der richtigen Streaming-Location | Resonanz im Netz erzielen
Verleihung des ZORA AWARDS 2021 | Sustainability Milestone Scorecard

Captain's Talk

Kreuzfahrt-Events in Zeiten von Corona

Corona hat die Event- und Reisebranche hart getroffen. Das geht auch am Kreuzfahrtmarkt nicht spurlos vorbei. Was das für Tagungen und Incentives auf dem Wasser bedeutet, erklärt Christian Mühleck, ehemaliger Yachtkapitän und Geschäftsführer des Charterbrokers OceanEvent.



CHRISTIAN MÜHLECK



Treten Sie mit dem früheren Yachtkapitän Christian Mühleck in Dialog über bekannte und brandneue Kreuzfahrtschiffe für maritime Events: c.muehleck@oceanevent.com



Überzeugend in Form, Design, Ausstattung und ökologischem Footprint: die Kreuzfahrtschiffe der neuesten Generation

Fotos: Nick Reims;
OceanEvent GmbH



In Zeiten von Corona sind die Vorsorgekonzepte der Reedereien vorbildlich.

In diesem Winter liegen gut 90 % aller Kreuzfahrtschiffe an den Piers dieser Welt. Das hat es noch nie gegeben! Die Branche darbt – wie so viele andere – unter den Einschränkungen, mit denen uns COVID-19 in seinem Bann hält. Als Charterbroker sind wir in der glücklichen Position, für 2020 nur zwei Stornierungen zu verzeichnen. Die Chartercruises unserer meisten Kunden konnten wir auf das aktuelle und das kommende Jahr verschieben.

Im FIT-Markt (Free Independent Travelers) schaut es anders aus: 67 % Umsatzrückgang soll der deutsche Reisemarkt laut Travel Data + Analytics 2019/20 verzeichnet haben. Ähnliche Zahlen sieht das Marktforschungsinstitut bei FIT-Kreuzfahrten. Dabei gibt es große Unterschiede zwischen europäischen Reedereien und amerikanischen. Mit beiden arbeiten wir gleichermaßen, denn sie stellen das Gros der Kreuzfahrtschiffe, die weltweit verchartert werden. Europäische Reedereien „leben“ stark von europäischen Gästen, die amerikanischen überwiegend von ihren eigenen Landsleuten.

Das sollte sich im Corona-Jahr als Vorteil für hiesige Anbieter erweisen. Nach dem ersten Lockdown von März bis Mitte Mai 2020 operierten ihre Schiffe während der Sommersaison in europäischen Gefilden – mit reduzierten Passagierzahlen und eingeschränkten Programmen, aber immerhin.

Hingegen konnten amerikanische Reedereien ihre Schiffe weder hier noch in den USA in Betrieb nehmen. Daran dürfte sich für europäische Reiseziele erst etwas ändern, wenn der Flugverkehr von und nach Amerika wieder angeht und die Restriktionen für touristisch motivierte Reisen aufgehoben werden.

Neue Vielfalt dank Konsolidierung

Aus meiner Sicht gab dieser unfreiwillige Stillstand dem Kreuzfahrtmarkt einen Impuls zur Konsolidierung. Viele ältere Schiffe wurden im Corona-Jahr außer Dienst gestellt oder aufwändig modernisiert. Neue Kreuzfahrtschiffe erobern nun den Markt. Neben großen Ressort-Linern werden 2021 und 2022 achtzehn Expeditions- und Explorer-Schiffe vom Stapel gehen. Das ist insbesondere für die MICE-Branche erfreulich. Denn mit Kapazitäten von 100 bis 600 Passagieren eignen sie sich hervorragend für kleinere Konferenzen, Incentives oder ausgefallene Produkteinführungen. Diese Schiffe – elegant, top ausgestattet und optisch eher Yacht als Kreuzfahrtschiff – erfüllen die neuesten ökologischen Standards. Auch das ein Pluspunkt, nachdem „Social Responsibility“ einen immer höheren Stellenwert in Unternehmen einnimmt. Die Vielfalt, die der Kreuzfahrtmarkt mittlerweile zu bieten hat, erklärt auch die Anfrage nach maritimen Veranstaltungen, die uns trotz Corona fortwährend erreicht. Für das kommende Jahr laufen die Charter-Eingänge für private ebenso wie für Corporate-Events auf nahezu normalem Level. Das erlaubt einen positiven Ausblick – für unser Chartergeschäft und, so will ich hoffen, für die gesamte Reisebranche.

Fazit

Wenn mit dem Erfolg der COVID-19-Impfungen so etwas wie Normalität in unser Leben zurückkehrt, wird die Sehnsucht zu reisen auf ein nie dagewesenes Niveau ansteigen. So sagen es aktuelle Umfragen und Zukunftsforscher wie Matthias Horx voraus. Unternehmen können diese Tendenz für sich nutzen und Mitarbeiter, Partner und Kunden mehr denn je mit einem Event auf See begeistern und motivieren. Die Planungen dafür beginnen jetzt ... ● [14380]