

cruiseLIVE

Kreuzfahrt-Feeling in Köln

Den Berg zum Propheten bringen und damit Kreuzfahrt-Atmosphäre ins Binnenland zaubern – so lautet das neue Konzept des Niedecken-Verlages als Veranstalter der Kreuzfahrt-Messe „Cruise Live“, die ab 2001 zunächst in Hamburg etabliert wurde. Doch für die Aussteller zeigte sich schon bald, dass die Besucher immer dieselben waren, „Passagiere, die uns erzählen wollten, dass der Wellensittich Nachwuchs bekommen hat“, wie ein Reiseveranstalter etwas spitz bemerkte – und für 2003 absagte. Wie viele andere auch. In diesem Jahr hat man dazu gelernt: Vor Ort muss die Informationsveranstaltung stattfinden, dort, wo man das Kreuzfahrt-Potenzial vermutet

Und auch am Konzept hat man gefeilt: Möglichst viel echtes Kreuzfahrt-Gefühl soll der Besucher mitnehmen. So hat man 45 Aussteller angezogen, die die zwei Ausstellungshallen im Kölner „Palladium“ gut gefüllt haben. NCL verzichtete als einziger namhafter Anbieter des deutschen Marktes auf die Teilnahme. [...]

In den folgenden Jahren soll die „Cruise Live“ mit ihrem neuen Konzept dann zum „Wanderzirkus“ werden. Der Standort für 2005 steht derzeit noch nicht fest, dürfte aber in Süddeutschland liegen (Stuttgart und München sind im Gespräch). Eine Rückfrage bei einigen Ausstellern ergab als Ergebnis eine „sehr erfreuliche Besucher-Resonanz“, so dass das Fortbestehen der Messe nunmehr gesichert sein dürfte.



Charmante Referentinnen: Sandra Gruber von Vista Travel und Margit Kremeyer von Insidian Seereisen informieren über ihre Angebote

Positiv empfanden viele Besucher das friedliche Miteinander von Kreuzfahrt-Veranstaltern, Fähr-Reedereien und Fachreisebüros. Letztere nahmen bei der objektiven Kunden-Information freilich eine Schlüssel-Rolle ein. Stets umlagert war dabei der Stand eines der bekanntesten überregionalen Anbieter, Insidian Seereisen (Sitz: Frankfurt am Main). Mit Gewinnspiel, selbst zusammengestelltem Jahresprogramm und einer Preisgarantie lockte man wahre Menschentrauben an den Stand und zeigte damit deutlich: Der Informationsbedarf ist groß.

Der wurde allerdings auch im Bordkino bestens gedeckt. Hier folgten im 20-Minuten-Takt Filme, Vorträge und Sonderangebote, und viele Veranstalter ließen es sich nicht nehmen, das Leinwand-Geschehen persönlich zu kommentieren. Zwar bewarb freilich jeder seine eigenen Produkte, doch war der Informationsgehalt der Vorträge im Hinblick auf die Vielfalt der Angebote (Club-, Explorer- und klassische Kreuzfahrten) überaus positiv.