

Hamburg, 11. April 2014

## **Terminal in Steinwerder soll Kreuzfahrtstandort Hamburg erst ab 2016 stärken**

Cruise Talk bietet Diskussionsplattform für Kreuzfahrtexperten

Die EBC Hochschule hat am 10. April bereits zum dritten Mal in Folge den Cruise Talk am Campus Hamburg veranstaltet. 120 Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft und Medien folgten den beiden Podiumsdiskussionen über die Themen ‚Kreuzfahrt als Wirtschaftsfaktor für Hamburg‘ und ‚Jobperspektiven im Kreuzfahrtvertrieb‘. Dietrich von Albedyll verriet am Donnerstagabend, dass AIDA erst ab 2016 mit seinen neuen Schiffen den Terminal in Steinwerder anfahren wird.

### **Kreuzfahrt bringt Hamburg positiven Imageschub**

In 2013 gab es 500.000 Passagiere, 186 Schiffsanläufe und eine Wertschöpfung der Kreuzfahrt in Hamburg von über 270 Millionen Euro. Nadine Palatz, Marketing Managerin des Hamburg Cruise Centers, präsentierte zu Beginn des Cruise Talks die beachtlichen Zahlen über den Kreuzfahrtstandort Hamburg. Diesem konnte Dietrich von Albedyll, Geschäftsführer der Hamburg Tourismus GmbH, nur zustimmen. „Wir erwarten bis 2020 eine Verdopplung der Passagiere auf eine Million.“ Das Kreuzfahrtsegment prägt Hamburg laut von Albedyll immer deutlicher und gibt der Hansestadt einen positiven Imageschub. Das spürt jedoch nicht nur der Tourismus in der Hafenmetropole; auch der Einzelhandel in der Innenstadt profitiert von den Landgängen der Kreuzfahrtgäste. Zudem werden immer mehr Events rund um das maritime Flair der Hansestadt veranstaltet und bringen über eine halbe Million Besucher nach Hamburg. „Über 50 Prozent der Besucher der Cruise Days 2012 kamen von außerhalb“, berichtet Uwe Bergmann, Geschäftsführer der Bergmann-Gruppe (u.a. Veranstalter der Hamburg Cruise Days und des Duckstein-Festivals). Ab 2015 sollen die Hamburg Cruise Days parallel zur Sea Trade Messe veranstaltet werden, um Hamburg dem Kreuzfahrtmarkt noch näher zu bringen.

### **Neuer Terminal in Steinwerder soll Hafenstadt Hamburg weiter stärken**

„Viele Amerikaner wissen gar nicht, dass Hamburg einen Hafen hat.“ Gerd Achilles, Chefredakteur des Schiffsreisen-Magazins intern und Moderator der ersten Podiumsdiskussion zum Wirtschaftsfaktor Kreuzfahrt, machte mit seinem Einwand deutlich, dass der Kreuzfahrtstandort Hamburg trotz des Wachstums der letzten Jahre noch lange nicht am Ziel seiner Reise sei. Im nationalen und europäischen Markt sei der Kreuzfahrtstandort Hamburg schon gut positioniert, doch internationale Gäste von Übersee bleiben bisher aus.

Von Albedyll ist sich sicher, dass der Zuspruch der europäischen Gäste in den nächsten Jahren weiter in Richtung Amerika treiben wird und dass durch viele internationale Projekte und die Bewerbung um die Olympischen Spiele die Hansestadt einen höheren Stellenwert erhalten wird. „Drei Terminals sind eine beachtliche Dimension und die Stadt investiert viel in die Logistik rund um die Kreuzfahrtschiffe“, so von Albedyll. Er verriet, dass Kreuzfahrtschiffe mit dem Terminal in Steinwerder eine weitere Anlegestelle im Süden haben werden, welcher jedoch erst ab 2016 durch die ‚AIDA Prima‘ angefahren wird, da sich der Bau der neuen Schiffe verzögert.

### **Reisebüros sind immer noch wichtigster Vertriebskanal für Kreuzfahrten**

Ohne Vertrieb hat es die Kreuzfahrtbranche jedoch schwer. Michael Zengerle, Geschäftsführer von MSC Kreuzfahrten, brachte es in der zweiten Diskussionsrunde zum Thema Kreuzfahrtvertrieb auf den Punkt: „Jedes Reisebüro hat heutzutage Schiffe im Schaufenster; Reisebüros sind immer noch der wichtigste Vertriebskanal für Kreuzfahrtanbieter.“. Kunden schätzen hierbei vor allem die Kompetenz vor Ort, betonte Marius Griego von der Reederei Peter Deilmann. Allerdings lassen sich diese auch gerne über andere Vertriebswege anziehen, wie etwa über den Fernsehkanal Sonnenklar TV oder durch die von Bert Freter (Berge und Meer Touristik) erwähnten Anzeigen in verschiedenen Zeitschriften oder Prospekten. ‚Multi-Channel-Vertrieb‘ nannte Andreas Eickelkamp, Geschäftsführer der Euvia Travel GmbH, die crossmedialen Möglichkeiten, um Kunden zu werben.

### **Passt eine 5-Sterne-Kreuzfahrt ins Discounter-Sortiment?**

In der zweiten Talkrunde wurde zudem die Frage diskutiert, ob Luxuskreuzfahrten überhaupt über einen Discounter vertrieben werden können. „Ja“, so die Meinung von Bert Freter. Intelligente Vertriebslösungen und unvergleichbare Angebote seien hierfür ausschlaggebend. Engere Konditionen, spezielle Zahlungsbedingungen und angepasste Stornogebühren sorgen dafür, dass Kreuzfahrtprodukte nicht vergleichbar gemacht werden können und somit der Konflikt, welcher Kunde mehr oder weniger zahlt, umgangen wird. Gerade für Stammgäste, die bei einem Schiff wie der MS Hamburg immerhin rund 70 Prozent ausmachen, ist die Nicht-Vergleichbarkeit besonders wichtig und sensibel zu behandeln.

### **Kreuzfahrtvertrieb bietet beste Karrierechancen**

Da der Cruise Talk an der EBC Hochschule stattfand, blieb die Frage natürlich nicht aus, welche Chancen die Absolventen des Studiengangs Tourism & Event Management denn im Kreuzfahrtbereich hätten. Michael Zengerle von MS Kreuzfahrten betonte, dass im Kreuzfahrtvertrieb stets Nachwuchs benötigt werde und appellierte an die Studenten sich zu

bewerben. Gerade für crossmediale Vertriebskonzepte sei es wichtig, gut ausgebildete Fachkräfte zu haben. Der Kreuzfahrtsektor bietet den Studenten als Mischung aus Tourismus und Event die ideale Branche für einen spannenden und interessanten Jobeinstieg.

**Hintergrund des Cruise Talks:**

*Die Veranstaltung ist ein studentisches Projekt des praxisorientierten Studiengangs Tourism & Event Management unter der Leitung von Ulrike Jackson, Dozentin für Eventmanagement und Professor Dr. Antje Wolf und Oliver Schmidt, Chefredakteur Schiffsreisen-Magazin. Der Cruise Talk wird bereits zum dritten Mal in Folge an der EBC Hochschule in Hamburg veranstaltet und hat sich als fester Bestandteil des Veranstaltungsprogramms der Hochschule etabliert.*

**Über die EBC Hochschule:**

*Die EBC Hochschule ist eine private Hochschule mit den Standorten Hamburg, Berlin, Düsseldorf und Stuttgart und bietet wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge mit hohem Sprach- und Praxisanteil. Kurze Studienzeiten, Fremdsprachen, integrierte Praktika und Auslandssemester führen zu internationalen und staatlich anerkannten Abschlüssen, die die idealen Voraussetzungen für einen erfolgreichen Berufsstart schaffen. Mehr Informationen unter [www.ebc-hochschule.de](http://www.ebc-hochschule.de).*



Talkrunde 1 – Dietrich von Albedyll (Mitte) im Gespräch mit Claas Babendererde und Uwe Bergmann (Foto: EBC Hochschule/Henrike Schunck).



Besucherrekord: 120 Besucher aus Wirtschaft, Wissenschaft und Medien kamen zum Cruise Talk 2014 (Foto: EBC Hochschule/Henrike Schunck).



V.l. Professor Antje Wolf, Andreas Eickelkamp, Oliver Schmidt, Claas Babendererde, Bert Freter, Dietrich von Albedyll, Brigitte Engler, Nadine Palatz, Oliver Steuber, Marius Griego, Gerd Achilles, Michael Zengerle, Uwe Bergmann (Foto: EBC Hochschule/Henrike Schunck).