

TUI Cruises – mein Schiff: Premium-Kreuzfahrten für den deutschsprachigen Markt / Hauptzielgruppen: Paare und Familien, die genießen und entspannen wollen / Start mit Vier-Sterne-Plus Schiff / Kurs auf Nordland und Ostsee in der ersten Saison / www.tuicruises.com freigeschaltet

Hamburg, 29. April 2009. Premium-Kreuzfahrten zu bezahlbaren Preisen – das ist die Kernbotschaft von TUI Cruises. Die neue Kreuzfahrtmarke für den deutschsprachigen Markt hat heute erstmals Details zur Produktphilosophie und dem ersten Schiff der Flotte veröffentlicht. „TUI Cruises – mein Schiff“ lautet der Slogan der neuen Marke.

Schiff und Zielgruppe

Das erste Schiff der Flotte ist als Vier-Sterne-Plus Schiff bewertet. Hauptzielgruppe sind Paare und Familien, die im Urlaub Wert auf Genießen und Entspannen legen. An Bord wird es viel Raum für Individualität und Privatsphäre geben. „Von unserem Wellness-Bereich mit privaten Balkonen über Lounges und Chill-out-Zonen mit Panorama-Blick bis hin zum großzügigen Pooldeck schaffen wir Raum für Rückzugsmöglichkeiten und stilles Genießen“, sagt TUI Cruises Geschäftsführer Richard Vogel. Besondere Höhepunkte sind zwei Sonderanfertigungen für TUI Cruises. Sowohl auf den Veranden der Kabinen als auch im öffentlichen Bereich wird es an vielen Stellen die Möglichkeit geben, persönliche Hängematten zum Relaxen und Sonnen anzubringen. Darüber hinaus sind auf den Decks „Meditationsinseln“ geplant. Vogel: „Wir lassen direkt in die Reling nicht einsehbare Minibalkone einbauen, in denen man sich zum Träumen und Entspannen zurückziehen kann. Ein spezieller Sichtschutz schirmt vor neugierigen Blicken ab und wer möchte, kann sich zum Beispiel Champagner und Obst bestellen“.

Das derzeit noch unter dem Namen MS Galaxy fahrende erste Schiff wird im kommenden Frühjahr einem umfangreichen Umbauprogramm unterzogen. Nach Abschluss der Werftarbeiten verfügt es unter anderem über insgesamt 980 Kabinen, davon 653 Außenkabinen (67 Prozent). 428 Kabinen werden eine Veranda haben. Das entspricht 44 Prozent der Gesamtkapazität (*siehe gesonderte Meldung*).

„Der TUI Cruises Urlauber wird überwiegend aus dem Bereich der klassischen Vier- bis Fünf-Sterne Ferienhotellerie kommen“, so Vogel. Laut Marktforschung umfasst das Premium-Segment rund 30 Prozent des deutschen Kreuzfahrtmarktes. Die Zielgruppe, die TUI Cruises anspricht, umfasst ein theoretisches Potenzial von rund 3,1 Millionen Kunden. Vogel weiter: „Derzeit gibt es für diese Urlauber kein adäquates deutschsprachiges Angebot. Entweder muss man auf Clubkonzepte oder auf internationale Angebote ausweichen. TUI Cruises wird diese Marktlücke schließen.“ Auch Familien sind auf dem Schiff willkommen. Für Kinder ist ein umfangreiches Betreuungs- und Edutainmentkonzept in Arbeit. Am Heck des Schiffes werden großzügige Familiensuiten gebaut.

Routen

In der ersten Saison wird TUI Cruises von Mai bis September Nordland- und Ostseekreuzfahrten anbieten. Von September bis Anfang November nimmt das Schiff dann Kurs auf das westliche Mittelmeer. Kreuzfahrten durch die Karibik wird es von November 2009 bis März 2010 geben. Die Jungfernfahrt wird Anfang Mai 2009 vom Sitz der Reederei in Hamburg starten. „Die Ostsee mit ihren vielen sehenswerten Hansestädten ist ideal für Kreuzfahrten, weil sich viele Kombinationsmöglichkeiten und auch kurze Routen für Schnupperkreuzfahrten anbieten“, sagt TUI Cruises Chef Vogel. Abgerundet wird das Programm durch Themen- und Überführungskreuzfahrten beispielsweise über den Atlantik oder von der Ostsee ins Mittelmeer.

Gastronomie-Konzept

Beim gastronomischen Angebot legt TUI Cruises Wert auf Individualität und exzellenten Service. Festgelegte Essenssitzungen, auf die man sich zu Beginn der Reise festlegen muss, gibt es nicht. Außerdem legt TUI Cruises Wert auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Service-Restaurants und Buffets. „Schlangestehen am Buffet mit einem Tablett in der Hand soll es bei TUI Cruises nicht geben. Bei uns gibt es à-la-Carte und der Gast wird bedient“, erklärt Richard Vogel. Eigens für TUI Cruises wird ein spezielles Food-Konzept unter dem Titel „Vitality through water“ entwickelt. Im Mittelpunkt steht dabei die gesunde Ernährung mit viel Fisch und Gemüse. Zusätzlich zum zweigeschossigen Hauptrestaurant am Heck des Schiffes mit Panorama-Sicht aufs Meer wird es zahlreiche weitere Themen-Restaurants geben. Neben einem gastronomischen Marktplatz mit verschiedenen Spezialitäten sind unter anderem ein Sushi-Restaurant und ein Steakhouse geplant.

Wer an der frischen Luft speisen möchte, findet am Heck des Schiffes ein großzügiges Open-Air-Restaurant. TUI Cruises bietet Kreuzfahrten mit Vollpension und inkludierten Tischgetränken an. Einige Spezialitätenrestaurants sind kostenpflichtig.

Vertrieb

Kreuzfahrten mit TUI Cruises können sowohl im Reisebüro als auch im Internet gebucht werden. „Die Reisebüros werden mit großem Abstand unser wichtigster Vertriebspartner“, sagt Vogel. Der Chef von TUI Cruises kündigte umfassende Schulungen und eine rechtzeitige Informationskampagne für Reisebüromitarbeiter an. Verkaufsstart für TUI Cruises ist im Herbst 2008. Der Katalog wird voraussichtlich Anfang September in die Reisebüros kommen.

Werbekampagne

Im Mittelpunkt der Werbekampagne steht der Slogan „TUI Cruises – mein Schiff“. Die Hamburger Kreativ Agentur Scholz and Friends wird unter dieser Überschrift alle Werbemaßnahmen entwickeln. Die Kampagne startet im Frühsommer. Vogel: „Es wird eine sehr emotionale Kampagne. Im Mittelpunkt stehen das erste Schiff und die Produktphilosophie.“ Eine zweite Werbewelle im Herbst fokussiert dann auf die verschiedenen Routen und Reisepreise der Kreuzfahrten.

www.tuicruises.com

Der Internetauftritt von TUI Cruises ist seit heute 11.00 Uhr frei geschaltet. Unter www.tuicruises.com wurde ein erster emotionaler Eindruck der neuen Kreuzfahrtmarke geschaffen, der Lust auf mehr machen soll. Im Laufe der nächsten Wochen und Monate wird die Internetseite mit weiteren Einzelheiten wie etwa den genauen Routen, detaillierten Schiffsbeschreibungen, etc. ergänzt. Ab Herbst gibt es auch eine Möglichkeit zur Direktbuchung der Kreuzfahrten.

TUI Cruises ist ein Joint Venture zwischen der TUI AG und der US-amerikanischen Reederei Royal Caribbean Cruise Ltd.

Seite 3 von 3

Diese **Meldung** sowie eine elektronische **Pressemappe** zum Download finden Sie auch unter www.tuicruises.com.

5.768 Zeichen

Ansprechpartner

Robin Zimmermann, Telefon +49 (0) 511 566 1488