



ZUKUNFT VORAUSS

Mit AIDAnova, einem der innovativsten und umweltfreundlichsten Kreuzfahrtschiffe weltweit, und 90 neuen MINI startet AIDA Cruises ins Jahr 2019.

Am 12. Dezember 2018 übernahm AIDA Cruises in Bremerhaven sein neuestes Schiff AIDAnova von der Meyer Werft aus Papenburg. Mit vier sogenannten Dual-Fuel-Motoren sowie drei LNG-Gastanks an Bord ist es das erste Kreuzfahrtschiff weltweit, das im Hafen und auf See emissionsarm mit Flüssigerdgas betrieben werden kann. Feinstaub und Schwefeloxide werden nahezu vollständig vermieden. Der Ausstoß von Stickoxiden und die CO₂-Emissionen verringern sich nachhaltig. Wenige Wochen zuvor übernahm AIDA Cruises in Hamburg 90 MINI für die Nutzung im Fuhrpark. Wir sprechen mit Hansjörg Kunze, Vice President Communication & Sustainability von AIDA Cruises, über die Herausforde-

rungen und Freuden, die so viel Umweltsengagement mit sich bringt, und mit Dennis Schrahe, Vice President Transportation & AIDA Kundencenter, auch verantwortlich für das Fuhrparkmanagement bei AIDA Cruises, über die Entscheidung für MINI.

Seit wann beschäftigt sich AIDA Cruises mit der LNG-Antriebstechnologie?

Hansjörg Kunze: Wir beschäftigen uns bereits seit mehr als zehn Jahren mit der Erforschung und Nutzung von LNG in der Kreuzschiffahrt. Bereits 2011 haben wir weltweit die ersten Kreuzfahrtschiffe in Auftrag gegeben, die im Hafen mit LNG versorgt werden können. Mit AIDAnova haben wir einen Technologiesprung in der Kreuzschiffahrt vollzogen.

Worin liegt die größte Herausforderung?

Hansjörg Kunze: Wenn man als Pionier vorangeht, betritt man in vielen Bereichen Neuland. Wir denken aber schon weiter und beschäftigen uns zum Beispiel mit Themen wie dem Einsatz von Brennstoffzellen und Batterien in der Kreuzschiffahrt.

Auch designmäßig setzt die AIDAnova Maßstäbe. Welche Highlights faszinieren Sie persönlich?

Hansjörg Kunze: AIDAnova ist in vielerlei Hinsicht ein spektakuläres Schiff, das es so bisher nicht auf dem deutschen Kreuzfahrtschiffmarkt gab. Zahlreiche Erlebniswelten in den Bereichen Kulinarik, Entertainment, Sport & Wellness wurden neu beziehungs-

weise weiterentwickelt. Das gesamte Interieur von AIDAnova besticht durch innovatives Design. Die moderne Architektur lässt die Räume licht und offen wirken. Wir zeigen mit AIDAnova erneut, wie innovativ wir sind. 17 Restaurants, 23 Bars, 21 verschiedene Kabinenvarianten, eine Wellness-Oase auf 3.500 m², ein Beach Club unter einem UV-durchlässigen Foliendom, ein Klettergarten, ein TV-Studio für über 400 Gäste, aus dem live gesendet werden kann, und vieles mehr. Am besten Sie überzeugen sich selbst. Ab Mitte April

„Der MINI ist ein außergewöhnliches B2B-Bindungselement und ein vielseitiger Werbebotschafter.“

führen siebentägige Reisen zu den schönsten Metropolen des Mittelmeeres.

Spielte der Designaspekt auch eine Rolle bei der Entscheidung für die 90 MINI?

Dennis Schrahe: Die Kooperation mit MINI besteht schon seit über zehn Jahren. Damals, nach dem Relaunch des MINI, war der Designaspekt entscheidend. Das Erscheinungsbild hob sich deutlich von anderen Fahrzeugen ab und erzeugte viel Aufmerksamkeit und Sympathie. Das

aktuelle Branding unterstreicht diesen Aspekt noch stärker und sticht im Straßenverkehr hervor, sodass sich auch viele AIDA Endkunden für einen AIDA MINI interessieren.

Welche weiteren Faktoren haben Sie von MINI überzeugt?

Dennis Schrahe: Wir suchten ein außergewöhnliches B2B-Bindungselement, das sich auch als Werbebotschafter für AIDA an Land anbietet. Dieser Herausforderung wurde der MINI am besten gerecht. Zudem erleben unsere Vertriebspartner eine außergewöhnliche Wertschätzung, die nicht mit monetären Incentives vergleichbar ist.

Wie werden die MINI verteilt und eingesetzt?

Dennis Schrahe: Die MINI werden an Top-Vertriebspartner von AIDA in Deutschland vergeben. Bei der Auswahl spielen Aspekte wie Erfolg im Vertrieb und eine gewisse Affinität zur Marke AIDA eine Rolle. Unsere Vertriebspartner bekommen den MINI zur freien Nutzung für ihr Reisebüro und erhalten damit auch eine schöne Möglichkeit, gleichzeitig Werbung für AIDA und das eigene Reisebüro zu machen.



Engagiert Hansjörg Kunze, Vice President Communication & Sustainability AIDA Cruises.

AUF ERFOLGSKURS

AIDA Cruises ist eines der wachstumsstärksten touristischen Unternehmen in Deutschland – und mit 13 Kreuzfahrtschiffen eine der modernsten Flotten der Welt. Die AIDAnova ist das erste Kreuzfahrtschiff weltweit, das sowohl im Hafen als auch auf See mit emissionsarmem Flüssigerdgas (LNG) betrieben werden kann. Bis 2023 entstehen zwei weitere LNG-Kreuzfahrtschiffe auf der Meyer Werft in Papenburg, Deutschland. www.aida.de



Sympathieträger Rund 90 gebrandete MINI für Top-Vertriebspartner von AIDA. Im Bild: Christian Hohorst (BMW Group; Vertrieb Flottenkunden) und Rüdiger Paff, Leitung MINI Vertrieb Deutschland (v. l.).