

Neues Kreuzfahrtschiff

Ein Schiff für die Neuen

Mit den Explora-Schiffen will MSC die Kreuzfahrt aufmischen. Zurückhaltung ein neuer Stil und viel Platz sollen all jene für eine Reise zur See erwärmen, c sonst keinen Fuß auf solch ein Schiff setzen

Von AREZU WEITHOLZ



© Arezu Weitholz,

Mehr Hotel auf dem Wasser denn je: Großzügigkeit wird großgeschrieben auf den neuen Explora-Schiffen von MSC.

Ich mag eigentlich keine Kreuzfahrten“, sagt die Frau im Bademantel. Um uns herum plätschert es leise, weitläufig wandert der Blick über ovale Glasmurmeln, einen weiten Whirlpool, eine Spa-Welt in allen Tönen gelb und greige. „Aber es ist so . . . nett hier“, sag dann, vorsichtig wie jemand, der befürchtet, dafür prompt geteert und gefedert zu werden. Ich nicke. Es ist in der Tat seltsam. Es ist vollständig unscheußlich. Außerdem ist niemand da. An Bord sollen sich siebenhundertfünfundvierzig Passagiere aufhalten? Wo sind die a

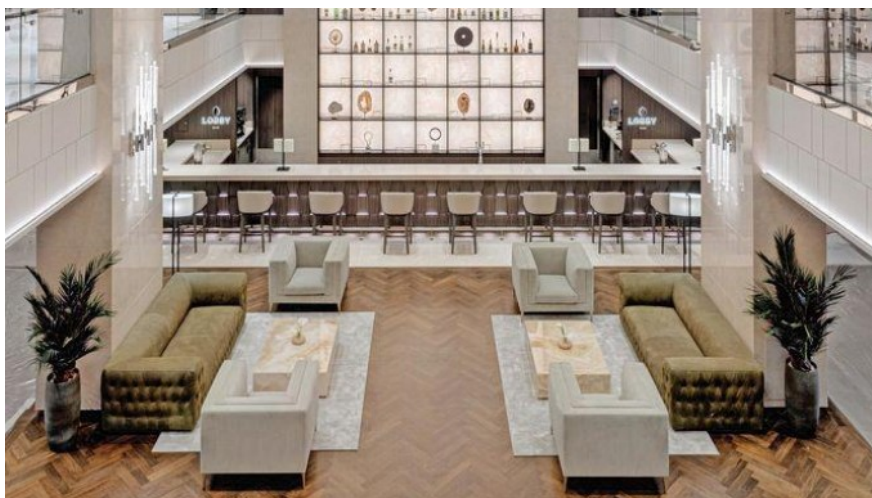
Die Explora I ist das erste von sechs geplanten Schiffen des Familienunternehmens MSC, eines Cargo- und Cruisekonzerns, der den Apontes gehört, einer der reichsten Familien der Welt. „Wir wollten eine Atmosphäre wie in Ibiza oder Saint-Tropez schaffen, wo Sie am Abend spazieren gehen und verschiedene Orte besuchen, Bars, Restaurants“, sagt Explora-CEO Michael Ungerer, der einst mit der Marke AIDA den schwimmenden Unterhaltungstourismus massentauglich machte. Der Österreicher aus Kitzbühel wirkt nicht wie ein Konzernmitarbeiter, eher wie ein umsichtiger Dirigent. Er trägt einen bunten Gürtel aus Wollfäden und ein Perlenarmband.



© Explora Journeys

Am Pool der Explora I.

Ungewollt lustig sieht die Explora I von außen aus. Ihre Schornsteine stecken in einer dunkelblauen Windstoßfrisur, auf der ein goldenes Mandala prangt, das Firmenlogo – entworfen von der Tochter der Apontes. Yachtdesigner Martin Francis designte das Äußere für das Innenleben zog man in enger Kooperation mit der Familie die Firmen De Jorio Luxury & Yachts Projects, das Londoner Designstudio Nenmar und die brasilianisch-italienische Firma Maresca heran, die Möbel sollten zeitlos sein, von Flexform und Minot „Keins der Bücher in den Suiten ist zufällig da“, sagt Ungerer. Da stehen dann Werke von Italo Calvino, Jane Fonda, Ottessa Moshfegh und Harlan Coben im Regal, umrahmt von unaufdringlichen, festgeschraubten Keramiken. Es gibt eine Illy-Kaffeemaschine in der Kabine, einen Dyson-Föhn, den viele loben, aber den man umständlich wieder in seine Schublade zurückdrücken muss, ein begehbares Separee aus Bad und Ankleide, ein sehr bequemes, großes Bett, Art-déco-inspirierte Lampen, moderner Minimalismus und ein bisschen Marriott treffen sich auf 35 Quadratmeter Suite. „Wir haben auf einem Schiff, an dem rein theoretisch auch 2300 Personen reisen können, 360 Suiten, also etwa 800 Personen maximal“, sagt Ungerer. Als schwimmendes europäisches Boutique-Resort bezeichnet es Produktmanager Jason Gelineau. Was der Kanadier denn bitte mit europäisch meinen würde? „Subtil, elegant, intelligent, dezent, qualitätsbewusst.“ Sehr schön, denkt da – als Europäer.

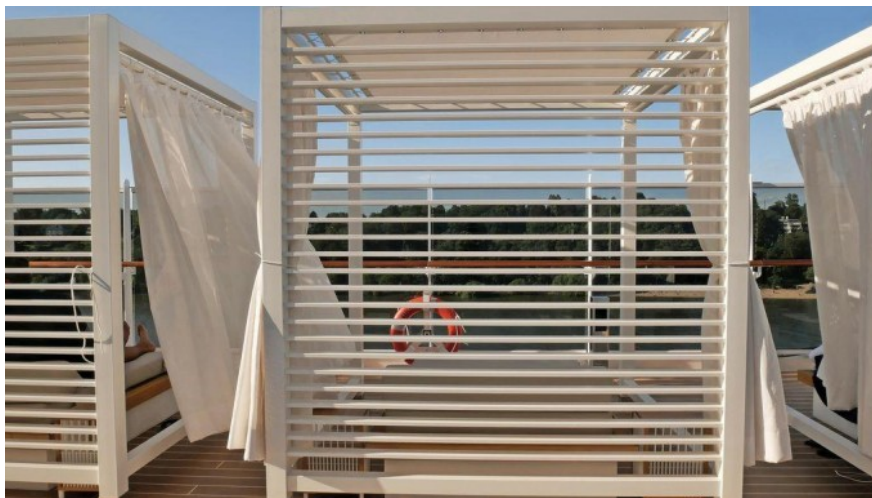


© Explora Journeys

Auf der Explora: Räume, die eher an eine Hotelloobby denn an den Bauch eines Schiffes erinnern.

Oft leiden Kreuzfahrtschiffe unter dem Freibad-Dilemma, wo sich alle immer entweder an der Rutsche drängeln oder im Hauptrestaurant, weil gleich fängt die Show an. Hier wurden viele Orte geschaffen, die sich gleichberechtigt zum Drängeln eignen. Es gibt keine Showband, es wurden 14 Musiker angeheuert, die spielen da, wo was los ist. Allerdings hat das der DJ in der Asternbar heute Abend noch nicht mitbekommen, denn die (wirklich nicht schlechte) Housemusik hören nur wir und ein Pärchen, das gerade geht. Es gibt wie in einem englischen Garten Sichtachsen, die nach wenigstens 10 bis 15 Metern von Raumteilern, Pflanzen, Säulen, Fenstern oder Kunst blockiert werden, sodass der Eindruck entsteht, man ist irgendwie für sich. Amerikanische Schnörkelhölle ist woanders. Selbst im Eingangsbereich, einer Lobby-Bar mit hohen Decken im New York Style, verschwinden die Rezeptionstischchen hinter Holzparavents und ähneln eher Beratungskabinen für das nächste Beauty-Treatment. „Aber keiner spricht Deutsch“, sagt ein älterer Herr, der mit seiner Gattin eiserne Hochzeit feiern und bis New York fahren will. Er wollte Luftballons bestellen. Das sei aber, fügt er hinzu, vermutlich ein Anlauffehler.

Im ersten Stock steht ein Steinway und spielt was. Neben dem Café leuchtet ein buntes Buchkunstwerk The British Library Collection von Yinka Shonibare, CBE. Bohnenförmige Sofas versperren am Fahrstuhl den Weg, sie sehen aus wie aus einem Museum hierhergebeamt. Es sind die Details, die den zweiten Eindruck hinterlassen. Details, die, wie die Bücher, nicht zufällig da sind, wo sie hingehören. Am Buffet wird serviert. Lärm wird absorbiert, die Musik ist nirgendwo zu laut, immer anders und relativ dezent. So wie der hoteleigene Duft in den Handtüchern. Es gibt einen kleinen Bewegungsmelder unterhalb Nachtschranks, sodass immer ein Licht angeht, wenn man im Dunkeln aufsteht. Bevor das Frühstück kommt, ruft jemand an. In allen Bordshops gibt es Tageslicht und zum ersten Mal an Bord eines Kreuzfahrtschiffes einen Rolexladen. Die Stewarts heißen Hosts und tragen Blau, keine Uniformen, die Mitarbeiter sind aufmerksam, aber gehen einem nicht dauernd auf den Keks. Ein Aufwach- und Abendritual läuft im Fernsehprogramm, das nennt man Journey of Awakening, ein bisschen geschwollen, aber das Motto Ocean State of Mind ist auch ein weißer Schimmel, immerhin sind wir auf einem Schiff und fahren auf dem Meer. Natürlich wird alles vom Ozean inspiriert. Die Explora, heißt es, fahre nie schneller als 18 Knoten, damit die Gäste das mit dem Ocean besser empfinden können.



© Arezu Weitholz

Sonnenliegen stehen am Atoll-Pool.

Platsch, platsch – jemand geht ins Wasser. Platsch, platsch – jemand geht wieder raus. M

Scheiben geputzt, sagt ein Gast. „Die hatten gute Laune, die haben gesungen“, sagt er verwundert. Noch, möchte man vorsichtig einwerfen, denn 60 Prozent der Mitarbeitende stammen nicht aus dem Kreuzfahrtsektor, sondern aus der Luxushotellerie.

MSC bestellt vier Explora Schiffe

Am Abend: Eine Dame aus Utah tanzt leicht beschwipst aus der Damentoilette und klemmt sich ihre Gucci Bag unter den Arm. „Ach, Sie sind neu an Bord? Ich sage Ihnen, das ist gut hier.“ Dann dreht sie sich noch mal um und fügt hinzu: „Echt gut! Wir machen so was ja sonst nicht.“ Irgendwann fragt man sich wirklich, warum Menschen Kreuzfahrtschiffe mögen. Ist es das Rundum-sorglos-Paket: einmal anreisen, auspacken, zurechtfinden – und dann die Welt sehen? Oder ist es die Tatsache, dass man auf einem Schiff immer in Richtung Sonne schaut, egal, wo sie steht? Die Explora I will Menschen anziehen, die sonst keine Kreuzfahrten machen. Laut einer Umfrage der CLIA wollen 77 Prozent der Millennials und 73 Prozent der Generation Z eine Kreuzfahrt ausprobieren. Der globale Markt für Luxusreisen soll von 1328,1 Milliarden bis 2032 auf 2762 Milliarden Dollar pro Jahr steigen. Die Hotelmarke Aman launcht 2025 eine Luxusyacht mit 50 Suiten, Ritz Carlton stellte vergangenes Jahr die Evrima mit 149 Suiten in Dienst, Four Seasons lässt gerade eins mit 100 Suiten bauen. Von MSC wurden insgesamt vier Explora-Schiffe für 2,3 Milliarden fest bestellt – und noch zwei weitere, die mit LNG, der Option für Biogas sowie einer Brennstoffzelle ausgestattet werden sollen. Geplant ist eine Gesamtinvestition von 3,5 Milliarden, ein Schiff mit LNG-Tanks kostet in etwa 600 Millionen Euro, sagt Ungerer.



© Arezu Weitholz

Nur schauen, nicht ausleihen: „The British Library“ des britisch-nigerianischen Künstlers Yinka Shonibare.

A-la-carte-Frühstück auf dem Zimmer: gegrillter Tofu, Obstsalat, Chia mit Sojamilch und Beeren und Nüssen, Kaffee. Neben dem cruiseüblichen Schlaraffenland gibt es hier überaus gesunde Optionen. Die kleinen Beerensuppen mit Minze und Kokosreis oder Yuzu Choux erinnern an eine Zeit, da Mövenpick noch etwas Besonderes war. Da wir noch in Europa fahren, sind die Speisekarten auch nicht veramerikanisiert. Alles ist inklusive, bis auf teure Spirituosen oder das Essen im Fine-Dining-Restaurant Anthology, konzipiert von Mauro Uliassi. Im französischen Restaurant gibt es das legendäre gratinierte Hummergericht, das hier mit einer Languste zubereitet wird: Languste Thermidor. Im japanischen Restaurant gibt es eine Walk-in-Sushi-Bar, in der man nicht reservieren muss.

Am nächsten Tag unternehmen wir eine Destination Experience, so nennt man hier die Ausflüge. Wir fahren in einem Bus über Land von Seebrügge in den Zwin Natuur Park, wandern durch die Salzmarschen, rechts und links sind Storchennester, vor uns der Deich davor Sand, Salzwasser, eine Brutinsel, weites Gras. Der Naturführer Hugo erklärt, und uns ziehen kanadische Gänse Richtung England. Erst denkt man, das ist ein öder Ausflug alte Leute, doch dann betreten wir eine Küche und schnibbeln unter der Anleitung von Simonne und Lut, was wir eben in den Marschen wachsen sahen: Queller, Seeastern und Salbei. Wir schlagen Mayonnaise, trinken Sanddornlimonade und bereiten mit wildfremden Leuten ein köstliches sechsgängiges Menü zu, das wir gemeinsam verspeisen. Es sind mehr als bloß Bilder, die man von so einem Ausflug mitnimmt, es sind sinnliche Eindrücke und Begegnungen. Da das Schiff selten Rundreisen macht, sondern 150 Häfen nacheinander anläuft, und auch noch nicht so ganz klar ist, wie alt die Gäste sein werden, bleibt das Thema Ausflüge spannend. Vielleicht buchen die Leute Waldbaden im Central Park und umarmen Bäume? Vielleicht wollen sie sich auf Korsika in Hypnose versetzen lassen, vielleicht den Friedhof der Titanic in Halifax besichtigen? Oder sie buchen eine Pilatesstunde im Gym und liegen dann mit schmerzenden Beinen auf einer Streckbank, ein Leuchtturm zieht an den Fenstern vorbei, während sie langsam Richtung Southampton tuckern.



© Arezu Weitholz

Moderner Minimalismus und ein bisschen Marriott treffen sich auf den 35 Quadratmetern der Suite.

Ob ein weiblicher Kapitän zu Diversität beitragen würde, fragt jemand etwas später in der Bar. „Bei uns zählt Können. Wir haben halt einen Kapitän, der zufällig eine Frau ist“, meint Jason Gelineau. Master Serena Melani, um die es gerade geht, nimmt das gelassen und zielt beim Reden immer mal wieder südamerikanische Schriftsteller. Dass sie nie ohne Bücher reise. Dass die Auswahl ihr Kopfweh bereite und dass sie es nicht mag, wenn jemand auf der Brücke Ma'am zu ihr sagt.

Die Aponte-Familie hat die Luxuskreuzfahrt nicht neu erfunden, denn es ist alles da, was man so hat auf so einem Schiff: eine sanft abfallende aulahaft Lounge, ein Mini-Casino (Mindestwetten ab 120 Euro), Restaurants, Pools, eine Showküche, wo man was lernt, viel Marmor, funkelnde Lüster und immer wieder die typisch niedrigen Decken und Flure. Als mit der von der Fincantieri-Werft gebauten Explora I haben sie einen Standard gesetzt – eine Versuchung für Leute geschaffen, die gern vergessen möchten, dass sie gerade eine Kreuzfahrt machen.



© Explora Journeys

Gemeinsam einsam: Auf dem Schiff finden die Gäste viele Nischen.

Auf die Explora

Die Explora I wird im Lauf ihrer ersten Fahrt etwa 150 Häfen anlaufen, es gibt selten Rundreisen.

Touren buchbar über www.explorajourneys.com.

Der Einstiegspreis für eine Ocean Terrace Suite (35 qm) beträgt 650 Euro pro Person/Nacht. Die Owners Residence (228 qm) kostet ab 3500 Euro pro Person/Nacht.

Quelle: F.A.S.