



## ALLA SIFFROR PEKAR UPPÅT

### Axplock av siffror från olika organisationer, undersökningar och länder:

Antal passagerare 1990 resp 2009	5 miljoner resp 13,2 miljoner
Största kryssningsdestination i världen	Karibien och Mexikos östkust
Största destination i Europa	Barcelona, 2 miljoner passagerare
Näst största destination i Europa	Balearna med totalt 1,3 miljoner passagerare
Största destination i Norden de senaste 10 åren	Köpenhamn, 320 kryssningar, 600 000 passagerare
Stockholm planerar för 2009	300 kryssningar med 400 000 passagerare
Oslo planerar för 2009	153 kryssningar med 255 000 passagerare
Bergen planerar för 2009	200 kryssningar med 250 000 passagerare
Hamburg planerar för 2009	90 kryssningar med 140 000 passagerare
10-i-topp-destinationer	
Västindien, Antarktis, Galapagos, Stilla Havet Medelhavet, Östersjön, Norska fjordar, Alaska	

# Meetcentive

## – en växande marknad inom kryssningsindustrin

Första veckan i maj har jag flera år i rad stått på kajen vid kryssningshamnen i Köpenhamn och väntat på årets första kryssningsfartyg när det sakta och majestätiskt glider in i hamnen. Jag väntar med spänning på en grupp amerikanska affärspartners som kommer på den årliga meetcentive-resan till Europa. Det har blivit en tradition att vi möts redan vid ankomsten till hamnen och ett välkommet värtecken för mig.

**Mina partners företag** brukar bjuda in kunder och medarbetare på kombinerad arbets- och incentiveresa. Arbetet innebär några timmars konferens ombord och ett antal möten med kunder och partners i tre-fyra europeiska länder. Incentivedelen består av en mängd härliga upplevelser, både ombord och i land i Köpenhamn och andra städer i Europa. Det betyder inte att man inte gör affärer, utan detta årliga evenemang brukar leda till viktiga affärssuppgörelser för alla inblandade.

Bland inbjudna kunder i år fanns det två direktörer från ett rederi i Miami och de

berättade om den stora optimismen inom den internationella kryssningsindustrin. De hade just medverkat på världens två största evenemang för branschen – Seatrade i Miami och Cruise 360 i Fort Lauderdale.

**Trots tider av ekonomisk osäkerhet** går det bra för kryssningsbranschen och det är inget fel på optimismen. Det har visserligen varit ett par tuffa år för många företag, men branschen totalt har framgång. Kryssningsresor har alltid ansetts som lyxresor, men detta börjar sakta förändras. På privatsidan har passagerarna blivit yngre och allt fler barnfamiljer väljer en kryssning. När det gäller kryssningskonferenser har Meetcentive blivit den viktigaste marknaden i USA, inte minst för att många företag byter ut dyra konferensresor utomlands mot ett kryssningsmöte. Oftast väljer man en 4-5 dagars kryssning inom landet eller till Västindien. Flera kryssningsrederier satsar speciellt på denna marknad och lockar konferensköparna med låga priser

och fördelaktiga erbjudanden. Detta verkar ge utdelning, det visar bland annat Travel IQ Survey publicerad förra året av Incentive Magazine. 42,5 procent av de intervjuade konferensköparna svarade att de använder kryssningar inom företagets incentiveprogram.

**Den positiva utvecklingen** av branschen gör att man ser optimistiskt på framtiden och gör planer därefter. Ett tecken är att rederierna just nu bygger stora kryssningsfartyg som aldrig tidigare. Detta bådär gott för en fortsatt god tillväxt inför 2010 och åren därefter.

*Isabel Andersson arbetar genom sitt företag Meetings Øresund med affärs- och projektutveckling och internationalisering. Bland annat driver Isabel nätverket Skånska Möten och är aktiv medlem i MPI Denmark.*

