



Der schwimmende Golfclub.

Ein großes Schiff, ein kleiner weißer Ball und viel Grün. Der Amerikaner Jim Lamont (unten) hat sich in 13 Jahren Arbeit im Nischenmarkt der Luxus-Golfkreuzfahrten etabliert. Sein Erfolgsrezept? Es wird nicht nur Golf gespielt.

Ein bisschen Glück gehört dazu. Ein bisschen mehr Glück ist noch besser. Als Jim Lamont 1994 mit seinem Unternehmen Kalos Cruises die erste Kreuzfahrt durch die Gewässer Griechenlands und der Türkei organisierte, ahnte er jedenfalls nicht, dass er mit seiner Mischung aus Kultur und Geschichte sofort auf der Titelseite der Sonntags-Reisebeilage der „New York Times“ landen würde. „Prompt kamen Anfragen aus dem ganzen Land“, erzählt Lamont, „und das sehr junge Unternehmen war auf einmal prominent.“ Damals, als sich das Internet noch nicht auf all unsere Schreibtische fortgepflanzt hatte, war die Titelseite einer Reisebeilage so gut wie ein Fünfer im Lotto. Im

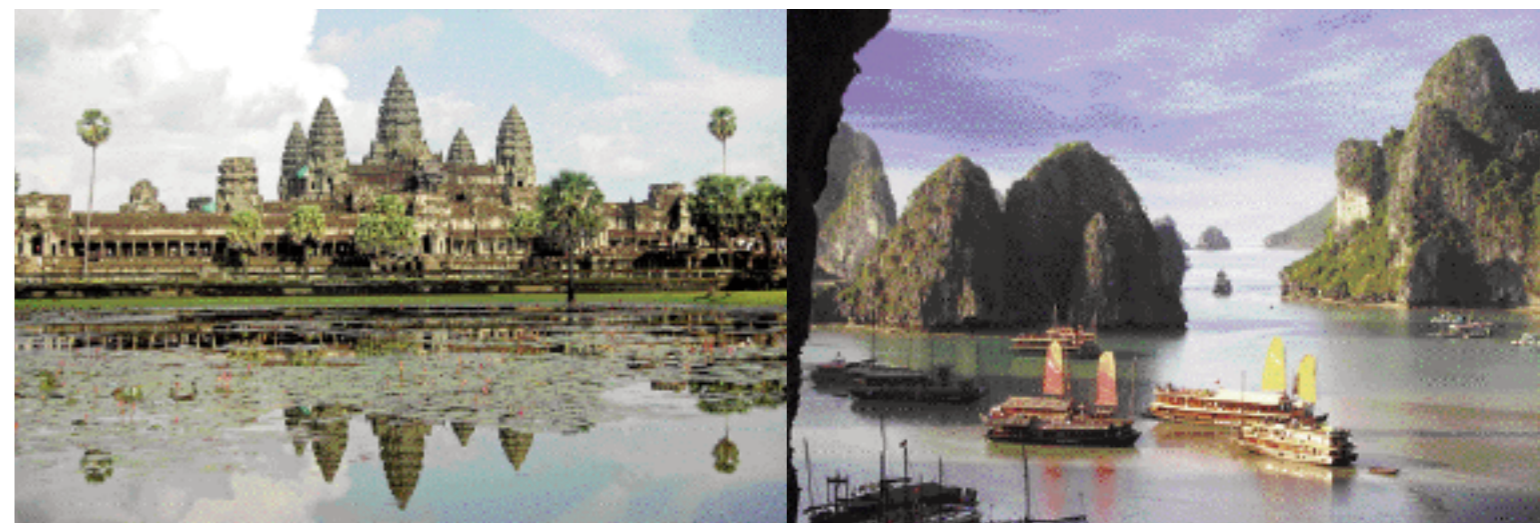
Fall der „New York Times“ entsprach sie sogar einem Fünfer mit Zusatzzahl. Junge Unternehmer reagieren auf solche Glücksfälle unterschiedlich. Manche investieren großes Geld, in der Hoffnung, ihr Konzept gerade jetzt in den Markt zu drücken. Andere setzen auf behutsamen Aufbau: schauen, was funktioniert, Fehler ausprägen, das Produkt verbessern. Jim Lamont gehört zur zweiten Gruppe. Sein Konzept, ein luxuriöses Schiff zu chartern und die Kreuzfahrt mit einem eigenen, anspruchsvollen Kulturprogramm zu füllen, war zunächst ja nichts Neues gewesen. Interessante Kulturreisen boten auch Mitbewerber an. Wie konnte sich Lamont abheben? Es dauerte ein wenig, bis er den Weg zur einkommensstarken Zielgruppe der

Golfer fand: „Obwohl wir die Kulturkreuzfahrten genossen, diskutierte ich das Konzept einer Golf-Cruise mit den Eigentümern von Sea Cloud Cruises, als sie das Flussschiff ‚RiveCloud‘ erworben hatten“, erzählt er. „Sie ermutigten mich, es einfach mal zu versuchen.“ >





Golf trifft Kultur: Der Danang Golf Club (links), designed von Greg Norman, ist ein Genuss für Golfenthusiasten. Der Tempel Angkor Wat in Kambodscha und die Halong Bay in Vietnam (unten) machen die Cruise zu einem Gesamtkunstwerk.



Für das Jahr 1998 kündigte Jim Lamont eine Donau-Golf-Cruise an. „Wir lernen auf unserer ersten Kreuzfahrt viel über logistische Aspekte mit großen Gruppen von Golfern. Aber noch wichtiger war: Das Konzept kam an. Bevor wir die Donau befuhren, war die gleiche Kreuzfahrt für das kommende Jahr bereits ausverkauft.“ Sein eigentliches Erfolgsgeheimnis vergisst er darüber fast zu erwähnen, schon weil es ihm als ehemaligem Organisator von Kulturreisen so selbstverständlich erscheint: Golfer haben sehr oft Lebenspartner, die ihre Leidenschaft nicht unbedingt teilen. Zum Thema Golf gibt es eben verschiedene Ansichten. Da ist einmal die „Winston-Churchill-Fraktion“: „Golf ist ein Spiel, bei dem man einen zu kleinen Ball in ein viel zu kleines Loch schlagen muss, und das mit Geräten, die für diesen Zweck denkbar ungeeignet

sind“, sagte der britische Politiker. Und dann gibt es die Lee-Trevino-Fraktion mit ihrer Devise: „Golf ist der größte Spaß, den man mit angezogenen Hosen haben kann.“ Das mag ein bisschen zugespitzt klingen, gänzlich unzutreffend ist es aber nicht. Wer als Nicht-Golfer passionierte Vertreter dieser Gattung auf dem Grün beobachtet, der fühlt sich oft genauso deplatziert wie Science-Fiction-Abstinenzler auf einem Treffen von Fans der Serie „Star Trek“. Schlimmer noch: Er könnte sich langweilen. Trifft dieses Los den Lebenspartner, und zieht sich diese Öde über entscheidende Strecken des gemeinsamen Jahresurlaubs, könnten dauerhafte Missstimmungen die Folge sein. „Wir haben deshalb immer noch Kultur, gutes Essen und Weine angeboten.“ So gewann Jim Lamont nicht nur die Golfer, sondern auch ihre Partner und

Teile ihres sozialen Umfelds. „Es gibt verschiedenste Kreuzfahrten, und zu unseren Aufgaben gehört es, diese Ziele mit Reisenden anzusteuern, die die richtigen Erwartungen haben. Gute Golfplätze sind so rar nicht. Aber an einigen Orten ist die Geschichte reicher oder die Landschaft dramatischer. Jede Fahrt ist anders, doch sie sind alle eine Menge Spaß für unsere Gäste.“ Spaß ist das Stichwort, denn Lamont vermeidet es konsequent, die Golf-Cruises zum schwimmenden Turniersaal aufzubauen. Natürlich freut sich jeder Golfer über sportliche Leistungen und Siege. Aber Urlaub, Freundschaft und manchmal auch das Knüpfen zarter „Netzwerkbande“ stünden bei Kalos im Vordergrund. Dies zu erreichen ist kein Problem. Wer eine Woche oder länger mit Dutzenden anderer Golfer frühstückt, spielt und diniert, kommt zwangsläufig irgendwann mit vielen

Mitreisenden ins Gespräch. „Im zweiten Jahr organisierten wir dann eine Rhein-Golf-Cruise“, erzählt Lamont. Die amerikanische Kundschaft erinnert sich heute noch an den „Old World Charme“ zwischen Luzern, Straßburg, Heidelberg, Köln und Amsterdam. „Fortan konzentrierten wir uns auf die kleine Nische der Luxus-Golfkruzfahrten.“ Auch ökonomisch schien dies interessant zu sein. „Ob wir die Kreuzfahrt für acht oder 80 Golfer organisieren, macht letztlich keinen großen Unterschied“, erläutert Lamont. Damit Kalos Golf stets oben schwimmt, hat er dem Unternehmen drei wichtige Regeln verordnet: „Wir müssen immer über das ganze Schiff verfügen, damit wir besten Service und andere Annehmlichkeiten bieten können. Zweitens belegen wir nur ‚Fünfterne-Schiffe‘ und drittens reisen wir mit höchstens 100 Gästen.“

Die „River Cloud II“, eine schlanke, elegante Flusserscheinung auf Donau und Rhein, gehört zu den Auserwählten. Die „Orion II“, die eine Hundertschaft Golfer durch Südostasien schippert. Oder der stolze Segler „Sea Cloud II“ mit 60 Besatzungsmitgliedern für 64 Passagiere. Sie steuert Ziele in Italien oder der Côte d’Azur an. Sieben Schiffe hat Lamont derzeit im Portefeuille, das achte, der Segler „Sea Cloud Hussar“, ist bereits angekündigt. „Unsere Reisen sind ein großes Gruppenerlebnis. Einmal auf dem Schiff, wird ausgepackt. Danach lassen die Gäste Golfplätze und Ausflüge auf sich zukommen. Niemand braucht darüber zu diskutieren, wer heute wo zum Abendessen möchte, niemand braucht sich zu erkundigen, unter welchen Bedingungen und zu welchem Preis er auf einen Golfplatz darf. Das alles ist allein unsere Aufgabe.“

Bis heute hat Lamont über 200 Golfkruzfahrten in Reisezielen auf der ganzen Welt durchgeführt. „Wir bieten Kreuzfahrten zu den britischen Inseln, wo sich einige der besten Golfplätze der Welt wie Perlen auf einer Schnur aneinanderreihen. Aber wir bieten auch spannende Golfkruzfahrten nach Südostasien (Grafik unten), wo es viel über die dortige Kultur zu lernen gibt, >





Entspanntes Cruisen auf der „Sea Cloud II“: Lounge, Premier Stateroom und Junior Suite.

während wir auf fabelhaften Plätzen golfen, deren Namen noch nicht jedem vertraut sind.“

Wer weiß schon, dass der Golfplatz des vietnamesischen Danang von Greg Norman designt wurde und dass er rein optisch hier und da ein wenig an seine schottischen Kollegen erinnert? Bangkok, Hanoi, die Bucht von Halong, die „verbotene Stadt“ von Hue, das erwähnte Danang Golf Resort, der Dalat Palace Golf Club, Phan Tiet, die Altstadt von Saigon – eigentlich ja Ho-Chi-Minh-Stadt genannt – und Angkor Wat gehören zu dieser Tour.

Wer es heimatnäher mag, kann mit der „Seabourn Pride“ den Ostseeraum erkunden: Stockholm, der Bro Hof Slott Golf Club, St. Petersburg, Helsinki, Danzig und Berlin stehen auf dem Programm.

„Ich werde immer nach unserer beliebtesten Kreuzfahrt gefragt“, sagt Lamont.

„Die Antwort darauf ist einfach: Am beliebtesten ist in der Regel immer unsere neueste Reiseroute. Unsere Stammkunden sind da gern wieder mit an Bord. Aber mal ehrlich, glauben Sie, wir würden eine Kreuzfahrt anbieten, die nicht beliebt wäre?“

Und noch etwas zu betonen, ist dem Golf-Cruise-Pionier wichtig: „Unsere Kreuzfahrten sind nicht billig, aber sie bieten ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, wenn alles, was enthalten ist, berücksichtigt wird. Unsere Kunden mögen das. Sie schreiben nur einen Scheck für den gesamte Urlaub aus und lehnen sich dann entspannt mit ihren Freunden zurück, um nur noch an das nächste Spiel zu denken.“

Zwischen 5000 bis 8000 Euro pro Person kann eine Kalos-Kreuzfahrt kosten, je nach Ziel, Schiff und Kabinengröße. Dafür ist sozusagen „alles drin und alles

dran“: Golf und Führungen zu kulturellen Highlights ebenso wie Bordmahlzeiten und Transport vor Ort. Selbst gezahlt wird die Anreise. Wem deren Organisation im Vorfeld zu stressig ist, dem hilft das Kalos-Team.

Wem ist ein Golfurlaub tatsächlich so viel Geld wert? „Unser Kundenstamm besteht zu 80 Prozent aus Amerikanern und zehn Prozent Kanadiern. Aber wir verzeichnen auch wachsendes Kundeninteresse in Deutschland und anderen europäischen Ländern, in Australien, Korea und Taiwan“, antwortet Lamont. „Wir machen keine Werbung, sondern verfolgen den klassischen Golfansatz. Wir sind wie ein privater Club, in dem unsere Mitglieder neue Interessenten einführen.“

Nüchterne Zahlen beweisen, dass dieses Konzept eines schwimmenden Golfclubs funktioniert. „Etwa 45 Prozent der Passagiere, die mit uns reisen, haben schon einmal an einer unserer Kreuzfahrten teilgenommen.“ Weitere 45 Prozent seien deren Freunde. „Wir planen unsere Kreuzfahrten zwei Jahre im Voraus, und in der Tat haben wir oft Kunden, die auch so früh buchen, damit sie garantiert die besten Kabinen für sich und ihre Freunde reservieren können.“

Manchmal braucht ein Geschäftsmann eben nicht nur Glück. Treue hilft genauso viel. Besonders, wenn es die Treue guter Kunden ist. □

Die „Seabourn Pride“ kreuzt für Jim Lamont im Ostseeraum.



Text: Jörg Zipprick

Fotos: Kalos Golf