

## HÖSTTIPS!

### Alla fartyg

Viltveckor 22/10–19/11  
Julbord i Viking Buffet 19/11–26/12  
Julaftonskryssningar 24/12 till  
Mariehamn och Åbo

### Cinderella

Skaldjursveckor 1/9–17/10  
Whiskykryssningar 16/9, 21/10,  
18/11 och 16/12  
Mat- och vinkryssningar 23/9 samt  
28/10  
Jazzkryssningar 29/9 och 15/11  
Singelkryssningar 30/9 och 28/12  
Nyårskryssning 31/12  
Whisky Fair 14 och 15/1 2011

### Kapellskär–Mariehamn (Rosella)

Underhållning dagligen  
Brunch fre och lör på 9.45-turen  
(start 1/10)

### Stockholm–Mariehamn (dagtur)

Cafékryssning mån 6/9–13/12  
Barnnöjen med gästartist  
varje söndag  
Byggare Bob 14/10–7/11

### Helsingfors

Skaldjursveckor 15/9–7/10  
Vin- och champagnekryssning med  
Richard Juhlin inkl vinauktion 26/9  
Interflora blomsterkryssning 10/10

### Åbo

Skaldjursveckor 15/9–27/9  
Les Misérables på Åbo Svenska  
Teater 22/9–30/3 2011  
Byggare Bob ombord 14/10–7/11  
Champagnekryssning med Richard  
Juhlin 18/11

### Åland

Skördefest 17–19/9  
Peter Jöback på Alandica 2/11  
Lilla julmarknaden på Jan Karls-  
gården 27/11

## VIKING NYTT

Distribueras till resebyråer  
och företagskunder.

Utgivare: Jan Kärström

Viking Line,

Box 4154, 131 04 Nacka

Tel 08-452 41 00. Fax 08-452 41 10

vikingline.se

info@vikingline.se



*Följ med höstens sångfåglar österut!*

**De flesta sångfåglar drar söderut – men inte hos Viking Line. Vi ser till att hösten blir speciell och värd att uppskattas.**

Nu kommer de rika rödskimrande färgerna, klara morgnarna och mörkare kvällarna. Då passar vi på att bjuda på härlig sång och musik som ger den höstskrudade skärgården ett lyft. Inte minst ombord på Cinderella.

Härlig stämning och värmande underhållning väntar också på våra övriga fartyg. Även vårt vin- och shoppingutbud innehåller spännande nyheter.

Kockerna har förberett läckra menyer. Även denna höst återkommer havets och skogens guld i form av skaldjurs- och viltveckor i Food

Garden-restaurangerna. Och redan nu bokas julbord i snabb takt. Allt fler av rätterna ombord är för resten framställda av ekologiska och närproducerade råvaror.

Hos Viking Line finns något för alla, så som hotellpaket och gruppresor av olika slag. Bland otaliga glädjestunder kan nämnas teman som exempelvis mat & vin, champagne, whisky, jazz och singelkryssningar.

Så säg adjö till landbackens alla måsten, väckarklockor och räkningar. Välkommen till härliga upplevelser ombord!

## Tony Irving tar ut svängarna

**Varje onsdag med nya "Tony Irvings Danskryssning" på Cinderella.**

Han har gjort karriär som professionell dansare och är känd som domare i TV4:s Let's Dance. Nu utökar Tony Irving sitt engagemang på Cinderella.

Det nya upplägget innebär att han först har en regelrätt, seriös dansskola under onsdagskvällarna. Sedan fortsätter han som kryssningsvärd resten av kvällen. Under show och

jubel röstas det populäraste dansparet fram på hemresan, allt blandat med Tonys obetalbara humor och entusiasm.



# spalten

## Slut på sommaren, början på spännande höst!

Nu när sommaren nalkas sitt slut kan man konstatera att vådrets makter har varit med oss. Den hårda vintern förbyttes mot den vackraste sommaren på mycket länge.

Våra gäster har trivts och soldäcken på fartygen har varit "proppfulla" av människor som njutit av det fina vädret och den härliga utsikten över skärgårdarna. I juli månad nådde vi för första gången över 800 000 passagerare på en månad, det slutliga antalet blev 803 397 passagerare.

För hela sommaren (juni–augusti) hade vi 2 074 863 passagerare att jämföras med 2009 då vi hade 2 018 205. Således en ökning med 2,8 % eller 56 658 resenärer.

Att passagerarrederierna gör en stor samhällsnytta visar den nya statistik som Passagerarrederiernas Förening redovisar i sin årliga rapport. Fler än 29,3 miljoner tog färjan till, från eller inom Sverige under 2009. Det är över tre miljoner fler än de som tog flyget förra året. Trots lågkonjunkturen ökade antalet passagerare till Gotland och Finland/Åland med 4 procent. Av dessa 29,3 miljoner passagerare reste 27,3 miljoner på utrikeslinjer.

Undersökningen visar att mer än fyra av tio passagerare som tar båten är bosatta i utlandet. Det innebär att färja är det vanligaste sättet för turister att resa till Sverige.

Rapporten visar också att passagerarrederierna har en kraftfull marknadsföring av Sverige utomlands vilket bidrar stort till Sveriges turistintäkter. Totalt under 2009 spenderade passagerarrederierna c:a 276 miljoner kronor i marknadsföring utomlands. Det kan jämföras med statens motsvarande satsning på c:a 150 miljoner kronor via Visit Sweden (f d Sveriges Turistråd).

Nu blickar vi fram emot en spännande höst ombord på våra fartyg med förhoppningsvis många gäster som får njuta av den goda maten och den härliga underhållningen.

Varmt välkomna ombord!

*Jan Kärström*  
Jan Kärström, vd Viking Line  
Skandinavien AB



## Avklippt logga sågades först

**När Viking Lines "sönderklippta" logotyp presenterades på 1980-talet fick den hård kritik från branschkolleger. Inte heller Viking Lines ledning var odelat positiv. Men marknadsföringen blev en succé och NG LI används med framgång än i dag.**

Det var dåvarande marknadschefen för Viking Line i Sverige, Lars Wirén, som inbjöd tre reklambyråer till en ambitiöst upplagd tävling.

– Jag ville att reklamförslagen skulle vara som affischer i tidningarna, förmedla glädje, ha lång hållbarhet och framtida variationsmöjligheter inom ett karaktäristiskt uttryck.

Vinnare blev Rönneberg & Co, ett högoktanigt kreativt ungt gäng med Bosse Rönneberg i spetsen samt vassa copywriters och formgivare.

– De höll till i lokaler ovanpå Sturebadet, minns Lars Wirén. Ibland trängde ångor från herr-

turken upp och man kunde urskilja skvalpet från bassängen.

Byråns tävlingsförslag hade kollagets form, med frilagda bilder från världen ombord blandat med detaljer från resmål och passagerare. AD:n Lars Liljedahl var mannen som klippte av loggan.

– Det blev sensuellt, varmt och lockande. Allt var gjort med elegans och humor.

Rederiets ledningsgrupp ett kvarts sekel tillbaka behövde dock ganska lång tid för att smälta den nya Viking Line-logotypen. Numera är den väl etablerad i både Sverige och Finland.

– Reklamen blev lyckad och belönades med guldägg. Kul att loggan fortfarande används, säger Lars Wirén.

## Blomma upp i höst

**Den 10 oktober är det dags för ännu en av våra omtyckta blomsterkryssningar i samarbete med Interflora.**

Under ledning av Johan Pettersson kommer nattklubbens stora scen att slå ut i full blom när ett 15-tal av Interfloras duktiga florister skapar blomsterarrangemang på temat jul. Du kommer också att få njuta av dukade festbord, presentbord med olika tips, blom-binderishow och tävling där väldoftande blomsteruppsättningar står på spel. Välkommen ombord till en färgstark blomstershow!



## profilen

**Namn:** Mikael Dunbäck

**Befattning:** Affärsutvecklare  
charterevenemang

**Ålder:** 45 år

**Familj:** Fru och två små barn, två vuxna barn sedan tidigare

**Läser:** "Allt", från skönlitteratur till deckare (gärna av Bo Baldersson)

**Lyssnar på:** P1, aldrig musikkanaler

**Matfavorit:** Husmanskost i alla former



## Han kan allt om charter

**Mikael Dunbäck klarar ut konceptet från a till ö för den som vill hyra hela Cinderella. Han är en glad person som gillar när andra människor trivs.**

### Vad arbetar du med?

– Enkelt uttryckt att sälja och genomföra charters på Cinderella. Dessutom leder jag arbetet inom chartergruppen.

### Vilka ingår i den?

– De två projektledarna Ewa Svensson och Marlene Westlin som administrerar våra chartrade avgångar. De ser till att alla tankar, idéer och intentioner förverkligas.

### Vem chartrar Cinderella?

– En brokig skara. Från större och medelstora traditionella företag till organisationer som fackförbund och mindre entreprenörer som skapar synnerligen nischade avgångar.

### Några exempel?

– Mässor, medlemsaktiviteter och jubileer är typiska arrangemang för företag och organisationer. Entreprenörer som chartrar Cinderella har särskilda teman, oftast musik

och underhållning. De bokar artister och svarar för att marknadsföra avgången till allmänheten.

### Kan man delchartra Cinderella?

– Det går bra att hyra delar som evenemangsdäcket och vissa andra lokaler. Då måste man följa fartygets normala rutiner eftersom andra resenärer också är ombord. Om man däremot chartrar hela Cinderella kan i princip allt anpassas efter kundens specifika önskemål, från menyer till aktiviteter, artister och klockslag. Flexibiliteten på Cinderella är mycket stor.

### Hur stort är evenemangsdäcket?

– Mellan 660 och 2 000 kvadratmeter allt efter behov. Än så länge har vi gjort traditionella mässor och utställningar men även en fullskalig teateruppsättning med scen och plats för 400

personer under Riksteaterns jubileumskryssning.

### Kan man ha en mäsas ombord?

– Ja då. Och det händer att de som har större mässor med över hundra utställare chartrar Cinderella under mer än ett dygn.

### Kan många äta samtidigt?

– Cinderella klarar nästan en nobelmiddag på en dukning, alltså 1200 personer.

### Andra fördelar med att chartra?

– Man väljer själv vilka som ska bjudas in och får därmed fullständig kontroll över deltagarlistan. Bra är också att alla har sina hytter bara en histryckning bort.

### Prisbilden för att chartra Cinderella?

– Det avgörs av antalet passagerare. Som mest har vi haft 2 500 ombord. Men säg att

den som chartrar fartyget kommer med 800 till 1000 gäster. Då blir priset inklusive projektledning, biljettservice, hytt, underhållning, evenemangsdäck, tre rätter à la carte med vin, kaffe och avec samt frukost och buffettlunch inte mer än vad ett rum på affärshotell i land kostar.

### Hur lång är planeringstiden?

– Nu säljer vi charter med sikte på 2011 och 2012. Minst ett halvårs framförhållning behövs för att ett genomförande ska hålla rätt kvalitet.

### Hur laddade du upp under semestern?

– Jag var med familjen en vecka på Mallis. Här hemma har vi solat och badat. Jag åkte inte båt alls, ha ha.

För ändring av namn eller adress, mejla till [vikingnytt@vikingline.se](mailto:vikingnytt@vikingline.se).

## Bättre internet för konfererande

Ombord finns trådlöst internet som alla kan använda kostnadsfritt.

Kapaciteten har dock inte alltid räckt till för konferensgästers tyngre applikationer.

Därför erbjuder vi nu mot tillägg en satellit-baserad uppkoppling i samtliga konferensrum. Det betyder snabb och säker internetuppkoppling till havs.



## Travel Spa på Gabriella

Nu finns Travel Spa även på Gabriella med 10–45 minuters ansiktsbehandlingar, manikyr och pedikyr ungefär som på systerfartyget Mariella. Välj bland närmare 20 behandlingar, en del av dem även för män. Travel Spa drivs i samarbete med det stora italienska märket RVB som har det senaste inom hudvård, behandlingar och skönhetsartiklar.



## Nu ekokaffe ombord...

Vi har övergått till ekologiskt kaffe, undantaget espresso och cappuccino som görs av en annan kaffesort.

Kaffet består till 100 procent av bönan Arabica som är odlad på 1200 meters höjd i Uganda enligt EU:s ekologiska krav.

### ... och ännu mer ekologiskt

Det finns allt fler ekologiska och miljömedvetna alternativ att välja mellan. Här är några exempel bland det som säljs ombord:

- Flera av våra vinleverantörer har långt utvecklade miljöstrategier, bland dessa Torres. Cono Sur blev först med erhålla Carbon-Neutral-status. Vi erbjuder även biodynamiskt och ekologiskt producerade viner av

Olivier Zind Humbrecht.

- Hugo Boss avsätter en viss summa per såld parfym till plantering av träd i Amazonas.
- REN är en helt ekologisk producent av hudvårdsprodukter som donerar 2,5% av sin vinst till miljöprojekt. Inom naturkosmetik kan nämnas det ekologiska läppbalsamet Figs & Rouge.
- Merparten av kläderna från Lundmyr of Sweden är gjord av ekologisk bomull. Intäkterna från deras shoppingbag går till välgörande ändamål. Hos produkterna från designföretaget Costo går ekologi, stil och kvalitet hand i hand. Man utnyttjar en hel del industriellt restmaterial vid tillverkningen.



## Tut i luren

Trumpetaren Leroy Jones, som är född och bor i New Orleans, gästar Viking Lines jazzkryssning den 15/11. Han är det musikaliska navet i gruppen "Spirit of New Orleans" där även Leroy's trombonspelande hustru ingår. Det blir en hip, funky och hårdsvängande resa genom jazzhistorien förpackad med feel good-känsla.



## Ny försäljningsrepresentant

Maria Wilkens Kammonen är ny säljare av Rosellakryssningar från Kapellskär. Hon har närmast varit informations- och marknadsföringsansvarig på Norrtälje turistbyrå och har tidigare arbetat bland annat som kryssningsvärd.