

Unter den Augen der Sphinx

Von Alexandra Karle



Der Prozess gegen den ehemaligen Präsidenten Hosni Mubarak hat begonnen, im November stehen Wahlen an – wichtige Meilensteine nach der Revolution in Ägypten sind erreicht. Doch wie steht es um den Tourismus im einstigen Reiseland Nummer eins?

«Ich wollte gar nicht mehr nach Hause!» Das sagt die 35-jährige Schweizer Hochschulan-gestellte Sandra Dieziger nach einer Ägypten-reise in den Sommerferien mit ihrer vierköp-figen Familie. Sie hatte den Strandaufenthalt am Roten Meer bereits Anfang des Jahres gebucht. Da war die Revolution noch nicht absehbar, die Preise auf Vorjahresniveau. Oft hätten sie und ihr Mann im Frühjahr überlegt, ob sie ihre Ferien umbuchen sollen. Doch sie entschieden sich für Ägypten und haben es nicht bereut. «Das Resort war gut gefüllt, aber es war trotzdem sehr entspannt», sagt Dieziger. Am meisten aber hätten sie die Ägypter selbst begeistert. Das Personal sei so zuvorkommend und gerade im Umgang mit Kindern unschlagbar. «Ich bin schon an vielen Orten gewesen, aber so freundliche Leute habe ich noch nie getroffen. Und das nicht mit der hohlen Hand im Rücken.» Sie jeden-falls würde ihren Freunden jederzeit empfeh-len, nach Ägypten in die Ferien zu fahren.

Tatsächlich war in den Badeorten auf dem Sinai wenig zu spüren von der Revolution und ihren Nachwehen. Manche sagen sogar, gar nichts. Trotzdem herrschte auch hier im Frühjahr Flaute. Inzwischen aber ist sogar Sharm el-Scheich seinen ungeliebten promi-nenten Gast Mubarak los. Er wurde wegen

des Prozesses in ein Kairoer Krankenhaus verlegt. Die Zeit der absoluten Ruhe am Ro-ten Meer scheint vorbei, die gähnende Leere an den Stränden und bei den Sehenswürdig-keiten gehört der Vergangenheit an. Manchen Touristen mag das ärgern, die Ägypter und Reiseveranstalter aber freut es.

«Viele Schweizer nach Ägypten»

Das ägyptische Fremdenverkehrsamt in der Schweiz jedenfalls zeigt sich optimistisch: nach einem massivem Einbruch im Februar hätten sich die Ankünfte erholt in den letzten Monaten und würden auch jetzt stetig stei-gen. Das gelte vor allem für Touristen aus den grossen Märkten Grossbritannien und Deutschland. Auch die russischen Gäste kä-men wieder, zurückhaltend sei lediglich der italienische Markt. Die Schweiz halte sich im internationalen Vergleich sehr gut, sagt Mo-hamed Kenawy, Direktor des ägyptischen Fremdenverkehrsamtes in Zürich. Die Zahlen seien relativ stabil geblieben nach der Delle im Frühjahr. Selbst in diesen schwierigen Zei-ten reisten – im Verhältnis zur Grösse des Landes – erheblich viele Schweizer nach Ägypten, vor allem ans Rote Meer. Kenawy weiter: «Die Vorausbuchungen für den Herbst sehen gut aus, was ich aus der Branche höre.

Das stimmt mich zuversichtlich. Entschei-dend ist, bitte vergessen Sie das nicht, wie viel Flugkapazitäten wir aus der Schweiz nach Ägypten zur Verfügung haben. Die Flüge waren sehr gut ausgelastet und das neue Flugprogramm für die kommende Saison ist wieder weitgehend auf dem Level von 2010.»

Der Geschäftsführer von Express Travel International, Michael Grütter, bestätigt diese Entwicklung. ETI hat sich auf Ägyptenreisen spezialisiert und ist deshalb von der Erholung des Geschäftes mehr als abhängig. Jetzt, sagt Grütter, seien die Buchungszahlen wieder sehr gut, die Red Sea Hotels, die ETI exklusiv vertreibt, seien voll und auch Nilkreuzfahrten und Rundreisen werden nachgefragt. Er ist sich trotz dieser positiven Zeichen aber nicht sicher, ob er zum Ende des Geschäftsjahres die Verluste des Frühjahres ausgleichen kann. Der Juli sei zwar hervorragend gelaufen, wahrscheinlich sei der Jahresabschluss aber um 15 bis 20 Prozent unter dem Ergebnis von 2010, sagt Grütter, zumal das vergangene Jahr sehr stark gewesen sei. Was im Moment zu-dem erschwerend hinzukommt: der starke Schweizer Franken. Die Preise für eine Ägypten-reise sind bei den meisten Anbietern auf-grund der schwächeren Nachfrage im Früh-jahr sowieso gesunken, und damit auch die

Umsätze des Ägyptenspezialisten. Jetzt hat Express Travel International noch einmal 15 Prozent Abschlag auf alle Reisen verkündet,



«Der starke Franken spielt im Moment eine genauso wichtige Rolle wie die politische Entwicklung in Ägypten.»

Michael Grütter, Express Travel

damit die Kunden nicht im benachbarten Euro-Ausland buchen. «Der schwache Euro und der starke Franken spielen aber im Moment eine genau so wichtige Rolle für das aktuelle Geschäft wie die politische Entwicklung in Ägypten».

Grosses Potential in der Westschweiz

Wie auch andere Reiseveranstalter setzt Grütter auf eine Zusammenarbeit mit dem ägyptischen Fremdenverkehrsamt. Und das ist auch gewillt, den Schweizer Markt besonders zu unterstützen. Denn «die Schweiz ist für Ägypten ein wichtiger Markt», sagt Direktor Kenawy. So wie auch Ägypten für die Schweizer Touroperator ein wichtiges Standbein für das Herbst- und Wintergeschäft sei, weil das Land eine Ganzjahres-Destination ist, und das bei kurzer Flugdistanz. «Die Schweizer Gäste sind loyal, sind Repeater, das heisst, sie kommen regelmässig. Sie geben im Verhältnis zu anderen Nationen mehr Geld aus und bleiben länger. Wir zählen zu den zwölf wichtigsten Märkten für Ägypten. Entsprechend prioritär behandelt das Ministerium auch aktuell unseren Markt», fügt Kenawy noch hinzu. «Wir arbeiten konstant mit allen interessierten Partnern zusammen – im Rahmen des bewährten Tour-Operators-Support. Diese tragen jeweils ihre spezifischen Projekte an uns heran, und wir entscheiden von Fall zu Fall, wie die Zusammenarbeit aussehen kann.» Dies gelte für die Deutsch- wie für die Westschweiz, wo Kenawy nach wie vor ein grosses Steigerungspotential für den Verkauf von Ägyptenreisen sieht, gerade im Kulturbereich. Auf die Frage, wie genau man sich die Zusammenarbeit zwischen Fremdenverkehrsamt und Tour Operator denn vorstellen kann, antwortet Kenawy: «Das kann die Co-Finanzierung einer Kampagne sein, das kann Support beim Organisieren von Trips für die Branche oder für Medien sein, das sind auch – und im-

mer wichtiger – Online-Promotionen. Von Seiten der Regierung werden auch, aber auf internationalem Level, gewisse Flugverbindungen unterstützt.»

Einziges Problem: im Moment wird das Budget für das Tourismusministerium und somit für die ägyptischen Fremdenverkehrsämter für das neue Geschäftsjahr bestimmt. Deshalb ist noch nicht klar, wie viel Mittel genau in diesem Jahr zur Verfügung stehen. Doch Kenawy ist sicher, dass Ägypten in den drei Bereichen Werbung, PR und Promotion im bekannten Stile auftreten wird: «Das ägyptische Fremdenverkehrsamt wird in der Öffentlichkeit wie immer vor den Hauptreisezeiten im Herbst und Winter prominent präsent sein – mit einer Werbekampagne, mit konstanter Medienarbeit und punktuellen Marketingaktionen in Kooperation mit Tour Operators.» Ausserdem werde sich sein Land auch am Comptoir in Lausanne auf 1000 Quadratmetern präsentieren. Natürlich müsse man gerade in dieser angespannten Situation besonders sorgfältig mit den beschränkten Mitteln umgehen.

Rabattaktion hat eingeschlagen

Auch Hotelplan Suisse hat mit Unterstützung des ägyptischen Fremdenverkehrsamtes schon früh wieder auf Ägypten gesetzt. Bereits im April hatte Badeferienchef Walter Brüllhardt mit Hotelplan, Denner Reisen, Migros Ferien und Sierramar eine Rabattoffen-



«Die seit Frühjahr laufende Rabattaktion ist ein voller Erfolg.»

Walter Brüllhardt, Hotelplan Suisse

sive gestartet, die noch bis Ende Oktober gilt. Mit Preisreduktionen bis zu 900 Franken sollten die Kontingente gefüllt werden und der Plan ging auf. Oder besser gesagt, «die Aktion ist ein voller Erfolg», wie Brüllhardt sagt. Die Hoteliere und Hotelplan Suisse haben im Frühjahr zusammengespant und diese Aktion mit den verschiedenen Marken lanciert. Obwohl es für Hotelplan Suisse an gewissen Daten schwierig war, die Flugzeuge zu füllen, war die Aktion insgesamt erfolgreich. Denn, so sagt Brüllhardt, «Ägypten ist für uns sehr wichtig, da es eine der Haupt-Destinationen in unserem Angebot ist.» Es scheint sich für Hotelplan Suisse also gelohnt zu haben, denn der Umsatz im laufenden Geschäftsjahr liegt

über dem Vorjahresniveau. Deshalb ist Brüllhardt auch optimistisch für den Herbst. Zumindest sind wieder gleich viele Flüge aufgestellt wie im Vorjahr. Für den Winter seien Prognosen aber noch zu früh, da man zuerst die Wahlen im Herbst abwarten müsse. Ab Mitte September bietet Hotelplan Suisse zusätzlich zu den Badeferien am Roten Meer auch wieder Nilkreuzfahrten an.

Noch zurückhaltender schildert Karin Markwalder, Leiterin Badeferien Kuoni/Helvetic Tours die Situation. Kuoni plant bezüglich der Kapazitäten für Herbst und Winter



«Buchungseingänge sind noch nicht auf Vorjahresniveau.»

Karin Markwalder, Helvetic Tours

zwar auch analog zum Vorjahr. Im Moment befänden sich die Buchungseingänge für Ägypten aber noch nicht auf dem Niveau von 2010. Sie nähmen allerdings ständig zu und stimmten zuversichtlich für die kommende Saison. In der Zwischensaison vor Weihnachten und im Januar allerdings rechnet Markwalder mit einer deutlich tieferen Nachfrage für Ägypten. Voraussetzung für die gesamte Entwicklung des Tourismus in Ägypten bliebe aber weiterhin der friedliche Demokratieprozess im Land. Und Markwalder präzisiert: «Ägypten ist bei den Schweizern ein sehr beliebtes Reiseland, da es nebst Bade- und Tauchferien auch ein schier unerschöpfliches Angebot an historischen und kulturellen Möglichkeiten bietet. Voraussichtlich im kommenden November sind Parlamentswahlen, welche durch die Proteste in Kairo ausgelöst wurden, eingeplant. Aus heutiger Sicht ist eine weitere Entwicklung schwierig einzuschätzen.»

Wahlen in der Hauptsaison

Die Parlamentswahlen im November – für die Reiseveranstalter natürlich ein gewisser Unsicherheitsfaktor mitten in der Saison. Keiner kann vorhersehen, ob sich eher liberale oder konservativ religiöse Kräfte durchsetzen werden, ob es ruhig bleibt und wenn nicht, welche Auswirkungen mögliche Proteste auf den Tourismus haben könnten. Roberto Luna, Managing Director Package Tours bei TUI Suisse sagt deshalb mit Blick auf die kommenden Monate in etwa das Gleiche wie die anderen grossen Veranstalter: «Herbst und



Kein Stau unter Wasser: Taucher im Roten Meer.

Winter plant TUI mehr oder weniger auf Vorjahresbasis.» Die Nachfrage steige langsam an. Die Programme für den Winter sind zwar zum Buchen freigegeben. Für eine verlässli-



«Für eine verlässliche Prognose ist es noch zu früh.»

Roberto Luna, TUI Suisse

che Prognose sei es aber noch zu früh. In den kommenden Monaten plant TUI Studienreisen für die Branche, um den Reiseberater/-innen zu zeigen, dass Ferien und Rundreisen in Ägypten wie gewohnt möglich sind. Denn vielen Kunden sei offenbar nicht bewusst, so Luna, dass alle Leistungen wie gebucht erbracht werden: «Der Service und die Qualität stimmen. Alle Gäste, die im Moment aus Ägypten zurückkehren, sind sehr zufrieden und zum Teil erstaunt, dass nicht mehr Gäste anwesend sind. Im Land und an den Ferienorten ist es ruhig. Dass es ab und zu, vor allem in Kairo, zu Demonstrationen kommt, beeinträchtigt einen Aufenthalt am Roten Meer in keiner Art und Weise.»

Auch bei Amin-Travel, einem weiteren Ägyptenspezialisten, verzeichnet man in den vergangenen vier Wochen wieder eine stärkere Nachfrage. Konkrete Zahlen könne er aber keine nennen, so Geschäftsführer Reto Amin, Sohn eines Ägypters und dem Land deshalb sehr verbunden. Er ist gerade selbst vor Ort gewesen und hat sich davon überzeugt, dass alles ruhig ist. Einzig am Tahrir-Platz im Zentrum von Kairo, wo die Massenproteste stattfanden, gebe es ein erhöhtes Sicherheitsaufgebot von Polizei und Militär. «Die Hotels sind noch immer schlecht ausge-



«In den vergangenen vier Wochen ist die Nachfrage gestiegen.»

Reto Amin, Amin-Travel

lastet. Ein Grund mehr, nach Ägypten zu reisen und die Bevölkerung zu unterstützen, die massgeblich auf Touristen angewiesen ist.»

Die Einbussen im Frühjahr seien gerade für Spezialisten wie ihn schlimm gewesen. Jetzt hätte das schlechte Wetter in der Schweiz das Geschäft wieder etwas angekur-

belt: «Hier hat es viel geregnet, die Leute wollten in die Sonne. Die Menschen vergessen schnell und die Revolution ist ja nun schon eine Weile her.» Natürlich hat auch Amin Travel die Preise für Ägypten-Reisen angepasst. Für den Sommer gab es nicht einmal eine eigene Preisliste, alle Angebote wurden individuell nach Tagespreis berechnet. So komme der Kunde in den Genuss besserer Wechselkurse und der Sonderaktionen mancher Hotels. Trotzdem verzichtet Amin auf spezielle Werbeaktionen für den Herbst und konzentriert sich in diesem Jahr lieber auf andere Destinationen wie Zypern, Malta oder die Azoren. «Viele Menschen kommen gar nicht auf die Idee, Ägypten zu buchen. Viele Leute wollen abwarten, bis die Wahlen vorbei sind.» Der Termin sei deshalb nicht ideal für die Herbst- und Wintersaison.

Mohamed Kenawy vom ägyptischen Fremdenverkehrsamt hofft jedenfalls, dass sich die geopolitische Situation im Nahen Osten und in Nordafrika insgesamt beruhigt. «Es ist ein erklärtes Ziel auch des Ministeriums, in zwei bis drei Jahren den Level der Ankünfte vor den Umwälzungen zu erreichen und zu übertreffen. Das Land hat enorm viel Potential. So gesehen bin ich optimistisch, dass viele neue Gäste schon bald den Weg zu uns finden werden!»