

Allgemeine Zeitung Windhoek, Namibia

Vom 17.03.2009

Das war die ITB 2009: Reiselust für Namibia bleibt ungebrochen

Reiseträume wurden vergangene Woche auf der weltgrößten Tourismusmesse ITB 2009 in Berlin verkauft. Auch Namibia war mit rund 25 Ausstellern dabei – und hat von einem Einbruch des Geschäfts oder einer Krise nichts gespürt. Im Gegenteil. Die AZ hat Stimmen am Namibia-Stand gesammelt.



Das erste Mal auf der ITB dabei: Ben Siyambango, Geschäftsführer der Organisation für Tourismus der Gemeinschaften (NACOBTA).

Sam Siyambango (NACOBTA, Windhoek): Ich bin das erste Mal auf der ITB und es ist sehr gut, dass wir hier vertreten sind. Tourismus der Gemeinschaften ist so wichtig für Arbeitsplatzschaffung, Armutsreduzierung und Umweltschutz – alle können davon profitieren. Von einer Krise merke ich nichts. Die Resonanz auf der ITB ist fantastisch, auch die Gastfreundschaft gefällt mir. Der Vorteil ist, dass die Deutschen das Land kennen – und sie sind die größten Unterstützer Namibias aus Übersee.

Irmtraud Biederlack (SWA Safaris, Windhoek): Die Aussichten für 2009 und 2010 sind positiv.

Eine Krise spüre ich nicht, aber wir müssen uns darauf einstellen, dass Buchungen kurzfristiger reinkommen. Unterkünfte müssen deshalb flexibler sein, zum Beispiel nicht auf Stornierungsgebühren beharren. Der Trend und Druck von Veranstaltern sieht so aus: Der starke Euro darf nicht zu einem Preisanstieg verleiten. Jetzt können die Besucher mal sparen. Und wir können Kunden locken, die sich Namibia sonst nicht leisten konnten.

Carsten Möhle (Bwana Tucke-Tucke, Windhoek): Die Nachfrage ist gigantisch, ich habe jetzt schon Buchungen mit einem Umsatzvolumen wie im vergangenen Jahr. 2009 wird ein klassisches Jahr auf hohem Niveau, dabei zählt sich die Arbeit des NTB positiv aus.



Gedränge am Namibia-Stand: Das Interesse an Reisen in das Sonnenland ist nach wie vor ungebrochen.

Ein neuer Trend ist, dass Orientreisende aus Deutschland jetzt die Wüsten Namibias entdecken. Dieses Jahr werde ich außerdem ein neues Büro in Den Haag eröffnen, um den holländischen Markt zu bedienen – dort sind Angebote für die richtige Abenteuerlust noch nicht so verbreitet. (Bwana Tucke-Tucke bringt nach eigenen Angaben rund 800 Touristen pro Jahr nach Namibia.)

Günter Rucker (Vizepräsident DERTOUR, Frankfurt/M.): Ich war vor kurzem das erste Mal nach 18 Jahren wieder in Namibia und bin rundum begeistert, welche Entwicklung das Land genommen hat.

Namibia ist einfach Weltklasse; die Landschaft sowieso, die sorgfältige Entwicklung, die Verknüpfung von Tourismus mit Wildtier- und Sozialprojekten sowie der Umgang von Schwarz und Weiß – da passt einfach alles. Namibia hat etwas geschafft, was kein anderes Land geschafft hat.

Für mich gibt es nichts Schöneres, als mit dem Auto auf den Pisten zu fahren. Die aktuelle Geschäftsentwicklung bei uns sieht so aus: Was letztes Jahr schlecht lief, läuft auch dieses Jahr schlecht, zum Beispiel Südafrika und China.

Im deutschen Sommer und bezogen auf den Umsatz liegt Namibia bei uns im Fernreisebereich nach den USA, Kanada und Australien an vierter Stelle. (DERTOUR ist nach eigenen Angaben der „führende Fernreiseveranstalter“ in Deutschland und macht ca. 1,5 Milliarden Euro Jahresumsatz.)



„Endlich habe ich die neue Tourismus-Ausgabe“, freut sich die in Otjiwarongo geborene Elisabeth von Lülsdorff, die seit vergangenem Jahr in Berlin lebt und mit Rolf Ulrich zur ITB kam.

Heidi und Jimmy Zimmer (Southern Cross Safaris): Wir spüren die Krise hier nicht, das war auch auf den Messen in Hamburg, München und Zürich so. Die Kunden wissen wer wir sind und wollen nach Namibia, gerade Campingsafaris sind sehr begehrt.

Für das erste Halbjahr 2009 haben wir schon mehr Buchungen registriert als im Vorjahreszeitraum. Wir sind aber aufmerksam und beobachten die Situation und Entwicklung genau. Man muss auch auf das Preis-Leistungs-Verhältnis schauen, wir werden dieses Jahr unsere Preise nicht erhöhen.

Die rund 1200 Extraexemplare der Märzangabe des AZ-Journals „Tourismus Namibia“ waren am Namibia-Stand bereits am Samstag vergriffen. Auch die elektronische Version dieser Publikation (erstmalig auf www.az.com.na als E-Paper erhältlich) ist sehr beliebt. In der ersten Woche nach Start des neuen Angebots wurden bereits ca. 1000 Zugriffe registriert.

herausfinden und definieren, was die Gäste wirklich wollen. So war mal ein Stadtmuseum für Windhoek im Gespräch. Die Frage ist, ob das eine Priorität ist oder ob wir lieber andere Wege gehen sollten.

Petra Fraatz (Direktor DERTOUR, Frankfurt/M.): Wir hatten ja vor kurzem 100 Reiseagenten nach Namibia geschickt. Denn das, was das Land bietet, können wir nicht im Katalog erklären, zum Beispiel die Vielfalt der Landschaft und die Freundlichkeit der Menschen. Wir versuchen, die Natur, die dünne Besiedlungsdichte und einen Hauch von Abenteuer an unsere Kunden zu vermitteln. Eine ausgesprochene Niedrigsaison, wie wir sie von Südafrika kennen, gibt's in Namibia nicht.



Hatten stets ein Lächeln für die Besucher parat: Tanja Deussen (l.) und Dorothee Kapell vom Air-Namibia-Büro in Frankfurt/M.

Namibia sind ein Resultat von gutem Marketing – dieses sollte jetzt forciert werden, damit man stärker aus der Krise hervorgeht. Die Qualität von Produkt und Service in Namibia ist sehr gut, Klagen gibt es nur über die Preise. Man sollte besonders jetzt also sehr vorsichtig mit Preiserhöhungen sein, selbst wenn es einen Grund dazu gibt.

Mannfred Goldbeck (Gondwana Collection, Windhoek): Die Gespräche und Resonanz waren positiver als ich erwartet habe. Namibia steht jedenfalls besser da als andere afrikanische Länder, das macht Hoffnung. Ich kann noch keinen Trend erkennen, aber wir haben natürlich Pläne für die Zukunft gemacht: Wir wollen das Produkt verbessern, z.B. Personal ausbilden, Erlebnisrestaurants etablieren und die Parks in den Vordergrund stellen.

Kira Smith (Sense of Africa, Windhoek): Wir hatten gute Gespräche und sehr gute Geschäfte. Die Nachfrage nach Namibia ist gestiegen, wir konnten sogar neue Agenten gewinnen. Sense of Africa wird jetzt als Marke wahrgenommen, das ist wie ein Durchbruch für uns. Insgesamt merken wir natürlich einen leichten Rückgang der Touristen, zum Beispiel aus Großbritannien. Darauf muss Namibia reagieren, z.B. mit einem Einfrieren der Preise und aktiverem.

Von Stefan Fischer

Elvira Riegel (ASCO Car Hire, Windhoek): Es ist keine Unsicherheit oder Krise zu spüren. Das Interesse an Namibia ist sehr groß, somit setzt sich die Entwicklung seit Jahresbeginn fort. Wir spüren jedenfalls eine enorme Nachfrage. Vergangenes Jahr haben wir die Preise beibehalten, für die Vorsaison sogar etwas gesenkt.

Ndangi Katoma (Stadtverwaltung Windhoek): Ich finde vor allem die Vorträge und Workshops interessant, die sich mit neuen Wegen im Kulturtourismus beschäftigen. Wir müssen



Zakumi, das Maskottchen der Fußball-WM 2010, war in Lebensgröße zu Besuch bei den Nachbarn am Namibia-Stand – und wurde dort freundlich begrüßt.

(Iwanowski's Reisen, Dormagen): Bis jetzt sind die Nachfragen und Buchungen für Namibia sehr hoch, ich erwarte einen Rückgang im 3. und 4. Quartal 2009. Bereits jetzt spüren wir einen Rückgang der Reisen nach Botswana und Sambia um 30 bis 50 Prozent, weil es dort zu teuer ist. Namibia profitiert auch davon, dass manche Reisende Südafrika wegen der Kriminalität meiden. Dort haben Resorts mit hoher Qualität ihre Preise teils um 30 Prozent gesenkt. Die hohen Besucherzahlen von



Im Gespräch: NWR-Geschäftsführer Tobie Aupindi (l.) und Mannfred Goldbeck, Geschäftsführer von Gondwana Collection.

Jeglicher Nachdruck und elektronische Weiterverwendung von Informationen dieser Homepage nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Wir haben auf unseren Seiten Links zu anderen Seiten im Internet gelegt. Für alle diese Links gilt: Wir erklären ausdrücklich, dass wir keinerlei Einfluss auf die Gestaltung und die Inhalte der gelinkten Seiten haben. Deshalb distanzieren wir uns hiermit ausdrücklich von allen Inhalten aller gelinkten Seiten. Diese Erklärung gilt für alle auf unseren Seiten angezeigten Links und Banner.