

# Mit Geld-zurück-Garantie

Die **Roadshows** von Ägypten, Port Ghalib und touristik aktuell waren ein voller Erfolg



Fotos: FVA Ägypten (2), aze (1), jt (2)

Die lachenden Sieger des Gewinnspiels in München: Sie reisen im Dezember zur DRV-Jahrestagung nach Port Ghalib

**Berlin/Frankfurt.** Wissen Sie genau, wie die Tracht eines ägyptischen Pharaos aussieht? Die Reisebüro-Mitarbeiter, die in Frankfurt an der Roadshow des Ägyptischen Tourismusamtes, der Destination Port Ghalib und touristik aktuell teilnahmen, waren sich nicht so sicher. Und so kam es, dass der breite Stoffgürtel bei einer Expedientin auf dem Kopf landete. Die Verkleidung war nur eine von mehreren Herausforderungen, der sich die Roadshow-Teilnehmer stellen mussten. Oder durften – schließlich winkte als Hauptgewinn eine Reise zur DRV-Jahrestagung nach Port Ghalib. Doch bei den Abenden in Berlin und Hamburg, Köln, Frankfurt, Stuttgart und München gab es nicht nur Folklore, Wettspiele und ein Büfett mit ägyptischen Spezialitäten, sondern auch eine praxisnahe Präsentation.

Tamer Marzouk, Chef des Ägyptischen Tourismusamtes in Frankfurt, stellte der Vertriebsbranche erst einmal ein gutes Zeugnis aus: „Sie sind tolle Partner!“ Kein Wunder: 1,2 Mil-

lionen Bundesbürger reisten letztes Jahr nach Ägypten. Die durchschnittliche Verweildauer liegt mit 10,9 Übernachtungen überdurchschnittlich hoch. Marzouk: „Das sind treue Kunden, und der Markt ist stabil.“ Die aktuelle Buchungslage bewertet er mit „gut bis sehr gut“. Den deutschen



Ägypten-Werber Tamer Marzouk

Gästen bescheinigte er Genießerqualität. Mit dieser Eigenschaft seien sie in Ägypten gut aufgehoben: „Wir bieten Qualität. Und Qualität ist das, womit Destinationen in Krisenzeiten punkten können.“ Das bezieht Marzouk nicht nur auf die 17 Golfplätze des Landes.

Der Tourismuschef gab den Roadshow-Teilnehmern ein wichtiges Verkaufsargument an die Hand: „Wir haben Angebote für jeden Geldbeutel“ – und für jeden Geschmack: Sandstrand ohne Ende, einzigartige Kulturdenkmäler und 365 Tage Sonne. „Sie haben mein Wort“, versprach er den Reisebüro-Partnern, „wenn Ihr Kunde bei uns keine Sonne genießt, bekommt er sein Geld zurück!“

Auch mit Wiederholern könnten Reisebüros gutes Geld verdienen: Neue Destinationen wie Port Ghalib oder bemerkenswerte Verbesserungen in längst bekannten Urlaubsorten könnten Gäste, die beispielsweise mal in Hurghada (Marzouk: „die deutsche Stadt“) Urlaub gemacht hätten, erneut ins Land der Pharaonen locken. „So werden ihre Kunden Luxor und Karnak nicht wiedererkennen“, betonte der Ägypten-Manager: Ein schon zu 70 Prozent realisierter Masterplan zur Rekonstruktion der Region sähe vor, dass die in der Nähe der Tempel gebauten Privathäuser verschwinden. Eine Licht- und Ton-Show soll Besu-

chern die Geschichte der Tempelanlage näherbringen.

Die meisten deutschen Urlauber wählen das Rote Meer zum Ziel. „Auf dem Markt ist das Mittelmeer noch nicht so populär“, gab Marzouk seinen Gästen einen weiteren Verkaufstipp. Er bedauerte, dass es keine Charter-Flüge von TUI mehr nach Marsa Matrouh gibt. Auch im Sinai-Tourismus ist das Flugangebot ein Problem. Marzouk will sich um direkte Charter-Flüge nach Taba bemühen – derzeit beträgt die Transferzeit vom Flughafen Sharm el Sheik drei Stunden.

Seine 45-minütige Präsentation würzte der Deutschland-Direktor des Ägyptischen Tourismusamtes mit handfesten Ratschlägen. „Empfehlen Sie nie einen Tagesausflug von Hurghada nach Luxor“, riet er, „das ist für Ihre Kunden einfach zu anstrengend.“ Auch für die viel gescholtene Hauptstadt brach Marzouk eine Lanze: „Kairo ist eine verrückte Stadt – aber sie bietet alles, für jeden Geschmack und für jeden Geldbeutel.“

Horst Schwartz



Eine Bauchtänzerin sorgt nicht nur bei dem Event in Stuttgart für Stimmung. Beim Minigolfen konnten die Expedienten ihr Talent unter Beweis stellen