

Orf.at - 17.8.2009

Araber betreuen arabische Gäste im Pinzgau

In Zell am See setzen man weiter auf den steigenden Markt arabischer Touristen. Dabei helfen jetzt auch Touristiker aus arabischen Ländern in Zell am See aus. Bis Ende September sind zwei Ägypter in der Tourismusinformation beschäftigt. Noch besser auf Bedürfnisse eingehen
85.000 Übernachtungen von Arabischen Gästen werden in den Sommermonaten in der Region Zell am See - Kaprun gezählt. Um noch mehr auf die Bedürfnisse der Urlauber aus Saudi Arabien, Kuwait, Dubai oder den Arabischen Emiraten eingehen zu können, lassen die Zeller Touristiker die Wünsche dieser Gäste von Landsleuten betreuen.
Mittels Urlauber-Befragungen will man besser auf Wünsche eingehen.

"Wollen wissen, was die Gäste schätzen"

"Wir haben zwei Praktikanten aus Ägypten - die vom ägyptischen Tourismusverband bezahlt werden - die hier ein zweimonatiges Praktikum machen und über Destinationsmanagement erste Erfahrungen sammeln sollen."

"Wir setzen sie sehr gezielt zum Einen zur Betreuung von arabischen Gästen ein und zum Zweiten zur Befragung, um einmal zu hinterfragen, was unsere arabischen Gäste hier besonders schätzen. Sind es nur die Klischees, oder gibt es etwas, dass wir für die Zukunft verbessern können", sagt Tourismus-Chef Hans Wallner. Jeder fünfte Gast aus arabischem Raum
In der Tourismus-Info im Haus der Kurdirektion Zell am See kümmern sich also Araber um Arabische Gäste. Dazu sagt Wallner:

"Der Anteil an arabischen Gästen ist über den Sommer gesehen - von Mai bis Oktober - ungefähr bei zehn Prozent, Tendenz steigend. In den Hochsaison-Monaten, also Juli und August, sind es maximal 20 Prozent - jeder fünfte Gast kommt dann also aus dem arabischen Raum."

"Alles, was ich hier lerne und sehe, werde ich an meine Kollegen in Ägypten weitergeben können."
Ägypter geben Erfahrungen zu Hause weiter
Mohammed Ali aus Luxor lernt dabei für seinen Job in der Tourismusbranche. In Zell am See ist er das erste Mal in seinem Leben mit einer Seilbahn gefahren und begeistert ist er auch von der grünen Umwelt.

"I do like it a lot, it's impressive. It's the first time for me and my colleagues to be in a cablecar and to see all this green area here around. It's a good experience and so far we are learning a lot", erklärt Mohammed Ali.

Der Ägypter wird seine Erfahrungen auch in der Tourismusagentur seiner Heimat umsetzen:
"I'm here to get some training and all I'm gonna learn and see here I'll give back to my colleagues in Egypt." Diesen Sommer soll die Zahl der Gäste aus dem Arabischen Raum in Zell am See um zehn Prozent steigen.

ZELL AM SEE/KAPRUN

01.07.2007

Araber schätzen "Österreich-Klischee"

Die Europa-Sportregion im Pinzgau ist zu einem Top-Reiseziel für Araber geworden. Jeder zehnte Sommergast kommt inzwischen aus arabischen Ländern und weiß die "klischeehafte Österreich-Idylle" um den Zeller See zu schätzen. See, Berge und Gletscher als Gästemagneten
"Es ist gelungen Zell am See und Kaprun als Abbild Österreichs zu positionieren", sagt der Geschäftsführer der Europa-Sportregion Hans Wallner.

"Das klischeehafte Österreich: ein See, Berge rund herum, ein sehr schmucker Ort, dazu der Gletscher - Das sind Dinge, die für arabische Gäste eine hohe Anziehung ausüben", sagt Wallner. Trotz Widerständen um Araber gewonnen
Vor zehn Jahren haben die Tourismusmanager von Zell am See und Kaprun trotz anfänglicher Widerstände begonnen, gezielt um Araber zu werben.

Inzwischen kommen zehn Prozent der Sommergäste aus arabischen Ländern. Die 80.000

Übernachtungen von Arabern sind fast ausschließlich in der auslastungsschwächeren Sommersaison zu verzeichnen.

Hoteliere wurden

speziell geschult.

Größere Urlaubsbudgets

"Wir haben bis zu 40 Prozent Zuwachs pro Jahr", so Wallner. Die Araber bleiben deutlich länger als andere Gäste - drei Wochen seien durchaus üblich - und geben pro Tag etwa ein Fünftel mehr Geld aus als der Durchschnitt, sagt Wallner.

Bei manchen Hoteliers habe es anfänglich Skepsis, sogar Widerstand gegeben, räumt Wallner ein.

Eigene Seminare über die Besonderheiten der arabischen Kultur und Lebensart hätten diese Bedenken jedoch weitgehend ausgeräumt. Zufriedene Gäste sind beste Werbung

Auch bei Arabern sei ein zufriedener Gast die beste Werbung, sagt Wallner. "Mundpropaganda spielt eine unwahrscheinliche Rolle."

Manche Gäste verlangen sogar nach einem bestimmten Zimmer, weil Freunde das Zimmer auch schon frequentiert haben, berichtet Wallner.