



Es gab ein Problem, ja

PEDRO MACEDO LEÃO, 40, Direktor des portugiesischen Touristikbüros in Deutschland, über die Strandräuber von Carcavelos

Am Wochenende haben Horden von Jugendlichen am Strand von Carcavelos in der Nähe von Lissabon Baden-überfallen und beraubt. Gab es Vorzeichen, dass so etwas geschehen könnte?

Was letzten Freitag passiert ist, war eine Ausnahme. Wir haben so etwas noch nie erlebt. Ich glaube auch nicht, dass es das Thema Tourismus betrifft. Gut, es gibt ein paar Hotels in der Nähe, aber es ist kein typisches Ziel für Badeurlauber.

Was war Ihr erster Gedanke, als Sie von den Vorfällen gehört haben?

Ich war überrascht. Es war etwas völlig Ungewöhnliches, ich hätte mir das nicht vorstellen können. Auch die Leute, die im portugiesischen Fernsehen interviewt wurden, waren sehr erstaunt.

Gibt es generell Probleme in Portugal mit gewaltbereiten Jugendlichen?

Ich lebe hier in Frankfurt, ich habe keine offiziellen Zahlen. Probleme mit Jugendlichen gibt es überall. Aber bis jetzt ist Portugal als sicheres Ziel angesehen worden, und wenn man zum Beispiel auf die Internet-Seiten des Auswärtigen Amtes schaut, steht dort nichts, was sich auf Portugal bezieht. An unseren Stränden gehen die Leute zwei Stunden lang spazieren, lassen ihre Sachen liegen, und wenn sie zurückkommen, sind sie noch da.

Aber auch in Portugal, in Lissabon, gibt es doch bestimmte Gegenden, die man besser meiden sollte?

Ja, aber das sind nicht die Gebiete, wo Monumente, Museen oder Restaurants zu finden sind. Man kann gehen, wohin man will, aber was sollen Touristen nachts dort, wo die großen Wohnblocks stehen.

Haben Sie Angst vor einem heißen Sommer?

Ich denke, die Situation ist unter Kontrolle. Es gibt keinen speziellen Grund für einen gefährlichen Sommer. Auch bei einem Fußballspiel kann es einmal zu Ausschreitungen kommen.

Hat es schon einmal Zwischenfälle an den Lieblingsstränden der Touristen gegeben?

Von etwas Vergleichbarem haben wir in unserem Büro noch nie gehört. Wir bekommen hier eine Menge Beschwerden, die Urlauber beklagen sich über die Preise in

Restaurants oder über Baustellen, aber nicht über Diebstahle oder mangelnde Sicherheit am Strand.

Aber auch an der Algarve gab es einen Übergriff?

Wie ich gehört habe, war die Polizei nach den Ereignissen am Strand von Carcavelos sehr aktiv, hat Ausweise kontrolliert, ohne dass etwas geschehen wäre, weil sie einen weiteren Vorfall befürchtete.

Patrouilliert die Polizei an der Küste?

Das ist normal. Das ist Vorsorge. Es kann im Sommer immer etwas am Meer passieren. Wir haben ein spezielles Programm für den Sommer, aber ich kenne die Details nicht genau. Die Polizisten passen auf, was sich am Strand abspielt, schauen, ob in den Restaurants alles in Ordnung ist. Es gibt in der Hochsaison nicht deshalb mehr Polizei an der Algarve, weil wir Angst haben, sondern weil so viele Leute da sind. Und wo viele Leute sind, da ist auch die Polizei.

Wird jetzt die Zahl der Sicherheitskräfte erhöht?

Es lassen sich nicht mehr Polizisten herbeizubereiten. Es gab ein Problem, ja, aber wir können jetzt nicht die ganze Polizei an den Strand schicken. Ich denke, sie muss nun noch aufmerksamer sein. Ich hoffe, es war ein einmaliger Vorfall. Es gibt keinen Grund, jetzt wegen der Sicherheit in Portugal hysterisch zu werden.

Der Präsident des portugiesischen Reisebüroverbands Vitor Felipe fürchtet Zustände wie in Rio de Janeiro, glauben Sie an brasilianische Verhältnisse?

Nein. Ich glaube, da werden Dinge verglichen, die man nicht vergleichen kann.

Was wollen die Tourismuswerber so kurz vor der Saison tun, um den Urlaubern die Angst zu nehmen?

Ich glaube nicht, dass deutsche Urlauber Angst haben, nach Portugal zu reisen. Nach meiner Ansicht schaffen wir hier ein Problem, das gar keines ist. Mehr und mehr Deutsche haben Häuser in Portugal. Wenn sie nicht glauben, dass sie dort sicher leben, würden sie woanders hinziehen.

Was raten Sie einer Familie, die dennoch jetzt Bedenken hat, nach Portugal zu fahren?

Das es ist nicht üblich ist, Wertgegenstände an den Strand zu schleppen, weil man nicht provozieren muss. Aber mein wichtigster Rat ist: Bringen sie einen guten Sonnenschutz mit.

INTERVIEW: MONIKA PUTSCHÖGL



MAGNET

Auch Kunst verweist gerne. In diesem Fall ging die Tour von Düsseldorf nach München, in die Nähe des Ostbahnhofs, auf das ehemalige Pfanni-Fabrikgelände. In der »Kultfabrik«, wo Clubs und Lounges, Diskotheken und Livebühnen ihr Quartier gefunden haben, ist die Galerie whiteBox Herberge für rund 150 Kunstwerke, die unter dem Titel **all about ... düsseldorf** zu

sehen sind. Dabei geht es weniger um die Stadt Düsseldorf selbst als um ihre berühmte Kunstakademie. Insgesamt 32 Künstler aus 12 Nationen, darunter neben Deutschland etwa auch Japan, China, Russland, werden mit ihren Arbeiten präsentiert. Die meisten der Produktiven stehen in enger Verbindung zur Kunstakademie Düsseldorf. Ihre Werke sollen

einen Einblick in die aktuelle Düsseldorfer Kunstszene geben. Fotografie ist dabei ebenso vertreten wie Malerei und Skulptur. Unser Bild zeigt »Hallenblaugrün« des 1966 geborenen Josef Schulz. **PUT**
»all about ... düsseldorf«, bis zum 22. Juli. whiteBox, Kultfabrik, Grafinger Straße 6, München. Geöffnet: Donnerstag bis Samstag 16 bis 22 Uhr, Sonntag 14 bis 20 Uhr; Eintritt: 2 Euro. Auskunft: www.kultfabrik.de, Tel. 089/49 00 90 70

Luxus + Askese = Luxese

Trotz Wirtschaftsflaute wächst das Geschäft mit exklusiven Reisen

Konjunkturkrise? Knappes Urlaubsbudget? Reiseangst? Wenn Marion Aliabadi morgens ihr Büro am Münchner Promenadeplatz betritt, denkt sie an alles andere als daran. »Sparen ist für unsere Kunden ein Fremdwort«, sagt die junge Geschäftsfrau. Ihr Unternehmen Designreisen läuft prächtig. 2002 begann die 35-Jährige von zu Hause aus mit dem Verkauf von exklusiven Urlaubsreisen. Mittlerweile ist sie direkt neben dem eleganten Hotel Bayerischer Hof in unmittelbarer Nachbarschaft zum Salon des Coiffeurs Gerhard Meir eingezogen, hat sechs Mitarbeiter und erwirtschaftet drei Millionen Euro Umsatz im Jahr, das Wachstum liegt bei 30 Prozent.

Intensive Betreuung, exklusive Hotels und individuell auf den Kunden zugeschnittene Reisen statt Massenware aus dem Katalog – die wohlhabende Kundenschaft scheint das zu schätzen. Marion Aliabadi nimmt sich Zeit: Im Gespräch findet sie heraus, welche Wünsche tief im Kunden schlummern, welches Land, welches Haus zu ihm passen. Das kann in der Türkei die Suite mit eigenem Dampfbad und Fitnessbereich sein oder die menschenleere Malediveninsel, an der nur der Koch anlegt, um das Abendessen zu zelebrieren. Der Helikopterflug wird ebenso organisiert wie der Golf-Pro, die gepanzerte Limousine bereitgestellt, das Zelt fürs romantische Essen im Hotelgarten aufgeschlagen. Für rund 700 Kunden wird Marion Aliabadi in diesem Jahr wieder versuchen, VIP-Service im Hotel auszuhandeln. Und wem es 50 000 Euro wert ist, der kann sich im allerkleinsten Kreis mit der Privat yacht in Griechenland von Insel zu Insel schippern lassen und nur in erlesensten Hotels absteigen.

Roland Galka, Chef von Galka Golden Tours in Kiel und seit über zehn Jahren im Geschäft mit den Hochpreis-Reisen, merkt allerdings, dass auch wohlhabendere Kunden in letzter Zeit öfter mal nach Preisnachlässen fragen. Die etwas betuchtere Klientel gibt bei Galka im Schnitt zwischen 4000 und 5000 Euro pro Person aus. Dafür organisiert er ihnen zum Beispiel in Argentinien ein Bett mit Blick auf den Gletscher Perito Moreno, in Mexiko-Stadt ein Essen bei Einheimischen oder in Kenia den Ballonflug über Tierherden.

Zu den Teilnehmern solcher exklusiven Touren, die unter anderem auch von Strohbeckreisen, The Mediterranean Experience oder Consul Weltreisen arrangiert werden, gehören vor allem Führungskräfte: Ärzte, Manager, Professoren und Selbstständige. Viele sind Stammkunden. Bei Designreisen mischt sich wegen der Nähe zu Friseur Gerhard Meir auch der eine oder andere Prominente darunter. »Eine Vorzugsbehandlung gibt es bei uns aber nicht«, sagt Aliabadi. Der absolute Renner sind derzeit Kreuzfahrten und Wellness-Urlaub. Ihre Kunden wollten in die Länder, aus denen Ayurveda und Yoga stammen, sagt Marion Aliabadi. Bei den Zielen liegen außerdem Dubai, die Vereinigten Arabischen Emirate und Oman vorn. Für Dubai spreche der perfekte Service, das hervorragende Essen und die luxuriös-orientalische Ausstattung, hier muss man sich über nichts ärgern.

Beim Wettbewerber Galka werden in diesem Jahr Kambodscha und Myanmar stark nachgefragt. Der Berliner Anbieter Windrose verbucht ebenfalls großen Zuwachs bei den asiatischen Zielen, so wird China zum Beispiel von Spitzenhotels aus erkundet. Ein Dauerbrenner ist trotz des gestiegenen Rand-Kurses das südliche Afrika. Wer Business Class fliegt, mit dem Luxuszug *Rovos Rail* von Kapstadt bis zu den Viktoriafällen reist und noch eine Flugsafari und Ausspannen auf einer Insel vor der Küste Mosambiks dazubucht, lässt sich das auch 8000 bis 9000 Euro kosten. Luxus zum fairen Preis, wie es bei Windrose heißt, denn man ist überzeugt, dass es den Kunden teuer zu stehen kommt, sich so eine Reise selbst zusammenzustellen.

Dass das Geschäft mit dem Luxus gerade in schwierigen Zeiten wächst, ist nichts Außergewöhnliches. »In gleichem Maße, in dem sich die Armut ausbreitet, wächst das Bedürfnis nach Teurem. Die breite Mitte bricht weg, die Polarisierung wird größer«, sagt Horst W. Opatowski, Leiter des BAT Freizeit-Forschungsinstituts in Hamburg. Roland Galkas Beobachtung, dass auch Leute mit viel Geld ans Sparen denken, passt nach Einschätzung Opatowskis genau zum Zeitgeist. »Wir nennen das Luxese, eine Mischung aus Luxus und Askese.« Auch der Luxusreisende, der ein Fünf-Sterne-Hotel gebucht habe, kaufe gern einen Billigflug für 29 Euro bei Air Berlin. »Man erreicht den Neid der anderen heute nicht mehr nur dadurch, dass man viel Geld hat, sondern vor allem dadurch, dass man viel Geld gespart hat.«

Gefragt ist weniger der Protz mit vergoldeten Wasserhähnen und englischem Tafelsilber. Für immer mehr Leute ist es wahrer Luxus, inmitten der Natur und ohne feste Reglements zu sein. »Die Leute suchen Rückzugsorte«, sagt Marion Aliabadi, »wo sie mit dem Boot ankommen, die Schuhe ausziehen und sie 14 Tage lang nicht mehr anzuziehen brauchen.« Verlangt wird dabei keineswegs immer nur das Fünf-Sterne-Hotel. »Das Angebot muss stimmen, deswegen darf es auch mal eine relativ einfach ausgestattete Lodge in Afrika sein,« sagt Roland Galka. »Ein typisches Beispiel für eines der neuen Luxusresorts ist North Island auf den Seychellen«, sagt Marion Aliabadi, »ein Hideaway, ein Versteck, mit einem knappen Dutzend Edelhütten, in denen die Übernachtung für zwei Personen kaum unter 2500 Euro zu haben ist.«

Auch beim Marktführer Airtours, nach dessen Einschätzung die Zahl der Luxusreisen in diesem Jahr um vier bis sechs Prozent steigt, rückt das individuelle Erleben immer stärker in den Vordergrund. Deshalb hat das TUI-Tochterunternehmen zahlreiche Unterkünfte wie Fincas, Haciendas und Designerhotels neu aufgenommen. Dazu kommen Erlebnisprogramme wie zum Beispiel eine Oldtimertour zum Kap der Guten Hoffnung oder eine Champagnersafari in der Wüste Dubais, ein dreistündiger Ausflug zum Sonnenuntergang, der pro Person fast 300 Euro kostet.

FABIAN VON POSER

