

Andalusiens Zugpferd setzt sich allmählich in Trab

Die Prognosen für den Tourismus in der autonomen Region, insbesondere an der Costa del Sol, klingen wieder optimistischer

■ **GABRIELE BERNER**

MARBELLA. 600 führende Reisejournalisten in Deutschland, England, Frankreich, Lateinamerika, den USA und anderen Emissionsländern sehen die Costa del Sol als die spanische Tourismusdestination par excellence. Zu diesem Ergebnis kam Oak Power Comunicación, eine renommierte Agentur für Marketing, Strategieentwicklung und Medienarbeit im Tourismussektor. «Aus unserer Umfrage geht eindeutig hervor, dass die Costa del Sol und Málaga anderen bedeutenden Zielen wie den Kanarischen Inseln oder den Balearen klar den Rang ablauen», bestätigt die Generaldirektorin des Unternehmens, María Asenjo, und führt fort: «Schwerpunkte der Befragung waren: die Ausdehnung und Beschaffenheit der Strände, die Qualität der touristischen Einrichtungen an der Küste, die in den letzten Jahren erfolgte Verbesserung der Infrastruktur und Transportmöglichkeiten, die Bedeutung kultureller Zentren wie zum Beispiel des Picasso-Museums, die Nähe zu den bedeutenden kunsthistorischen Zielen Bonda, Sevilla, Córdoba, Granada oder die Möglichkeit an das Inlandtourismus». Offenkundig punktet auch Marbella wieder,

wird sogar als eines der Trendziele des internationalen Avantgarde-Tourismus gehandelt. Dazu trug zweifellos Michelle Obama bei, wie Oak Power in einer umfangreichen Erhebung über das mediale Echo auf ihren Kurzbesuch im Sommer 2010 ermittelt hatte. Die die Hotels vermeiden seit Beginn dieses Jahres endlich wieder einen leichten Belegungsanstieg, einige Häuser wie das bei deutschen Touristen sehr beliebte Hotel El Fuerte verzeichnen in der gerade beendeten Puerto de Andalucía gar eine Auslastung von 80 Prozent, und der Generalmanager des Kempinski Bahia Estepona, Rüdiger Hollweg, hatte kürzlich von einem fast hundertprozentigen Buchungsvolumen in den kommenden Wochen gesprochen, ebenso das Hotel Guadalmina. Wohl gemerkt, mitten in der Nebensaison.

Die Bilanz 2010

Aus den genannten Fälligkeiten zu wollen, das Hotelgewerbe an der Costa del Sol befindet sich im vollen Aufwind, wäre allerdings überflüssig. Während sich die Hotelübernachtungen im Baum Marbella von 2009 bis Ende 2010 um 4,5 Prozentpunkte erhöhten, spricht der vom Tourismusverband Costa del Sol veröffentlichte Mittelwert bezogen auf die gesamte Provinz von einem Rückgang um 2,13 Prozent. Da bietet die Auslastung der Ferienapartments in den Küstenbereichen mit einem 20-prozentigen Anstieg ein anderes Bild, und ein wirklich strahlendes Beispiel

stellt das Kreuzschiffsegment dar, das 2010 spektakuläre 35 Prozent zulegen konnte und seinen Aufwärtstrend wohl auch in den nächsten Jahren fortsetzen wird.

Insgesamt entschieden sich im Vorjahr 8,8 Millionen ausländische Touristen für einen Urlaub in der Provinz Málaga, immerhin ein Zuwachs um 1,1 Prozent, wie Verbandspräsident Salvador Pendón verlautbarte. Die mittlere Verweildauer erhöhte sich mit fünf Tagen fast auf das Doppelte, was, in bare Münze übertragen, dem Tourismussektor 57 Prozent mehr Euro-Taler einbrachte als noch 2009.

Aussichten

Grund zum Optimismus sehen die Verantwortlichen des beliebigen Tourismus in dem verheißungsvollen Konjunkturaufschwung, wie ihn die skandinavischen Länder, Holland, Frankreich, Österreich und vor allem Deutschland gerade erleben. Dazu äußerte der im Zuge seines kürzlichen Besuches in unserer Redaktion befragte deutsche Botschafter, Reinhard Silberberg, nach dem Ende der Krise verfügten über mehr Geld zum Reisen. Noch Einschätzungen der Botschaft zeichne sich ab, dass das Lieblingsurlandsland der Deutschen wieder mehr angelaufen würde. Überdies kämen sie deshalb so gern, weil Andalusien und seine Küste für sie ein Synonym für die spanische Gastfreundschaft darstelle und mit Sehnsucht verbunden sei. Gleichzeitig erinnerte er daran, dass die Tourismusdestination



Das Kreuzfahrt-Reisen-Segment stieg 2010 um 35 Prozent. **■**

im krisengeschüttelten Nordafrika im Moment ausfielen, wovon der spanische Tourismus sicher profitieren werde.

Die islamische Krise begünstigt den spanischen Tourismus, 'im Moment', sagte der Botschafter, und dieser Einschränkung muss Rechnung gezollt werden. Denn auch in Spanien hat man die bittere Lektion lernen müssen, dass die Entscheidung für eine bestimmte Region zunehmend vom Preis abhängt. Die Erinnerung des Touristen ist nun mal eine recht fragile Angelegenheit, so gesehen nach den schrecklichen Attentaten des ägyptischen Nationalfeiertages 2010, denn kaum drei Monate danach und auf der Basis einer unehdlich aggressiven Preis-

politik hatte der Tourismus in Ägypten sein vorheriges Volumen in vollem Umfang wiedergelangen.

Abgesehen davon wünscht wohl jeder den Menschen der betroffenen Länder Demokratie und eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung. Die aber wird eng verbunden sein mit dem Tourismus. Dass auch sie perfekte klimatische Bedingungen, Strände und kulturelle Werte zu bieten haben, haben Ägypten, Tunesien und noch viel mehr die Türkei hinlänglich bewiesen. Es ist also an Spanien, sein touristisches Angebot noch weiter zu konsolidieren und zu demonstrieren, dass man hierzulande wirklich flexibel und effizient auf alle Eventualitäten reagieren kann.