

Touristisches Erfolgskonzept bis 2015

Zusammenhalt verleiht Stärke

Von Sabine Virgin/Eddie Meyer

Ein neues Erfolgsrezept, das vor allem auf Innovation, Flexibilität und gemeinschaftliche Projekte setzt, soll der Tourismusbranche auf Teneriffa einen optimistischen Weg in die Zukunft weisen. Inselpräsident Ricardo Melchior, Tourismusminister José Manuel Bermúdez und José Fernando Cabrera, Direktor der Ashotelgruppe, stellten kürzlich das neue Konzept vor, das in Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern, Hoteliers und mehr als 70 Unternehmen erarbeitet wurde, um eine optimale Anpassung an den schnelllebigen und hart umkämpften Tourismussektor zu garantieren.

Täglich kommen weltweit rund 10.000 neue Hotelbetten auf den Markt. Teneriffa ist mit fünf Millionen Urlaubern jährlich immer

gesprochen wird, wird die Lage derzeit von Insidern nicht überbewertet, sondern als Chance gesehen, umzudenken und neue Wege zu gehen. Damit die Insel auch in Zukunft Nummer Eins der Ferien-Hitliste bleibt, ist eine gute Adaption an die Bedürfnisse der Gäste nötig.

Es steht außer Frage, dass man nicht mit günstigen Urlaubszielen wie Ägypten oder Nordafrika konkurrieren kann. Allein das Verhältnis der Löhne macht eine solche Kalkulation unmöglich. Ein Kellner in Ägypten verdient beispielsweise umgerechnet 100 bis 180 Euro. Teneriffa setzt die Weichen der Zukunft deshalb in eine ganz andere Richtung. Qualität, Effizienz und Professionalität, die Naturvielfalt, eine große Bandbreite von Freizeit- und Wellness-Aktivitäten sowie interessante Kulturveranstaltungen sind die Eckpfeiler der Entwicklung



Die neue Strategie sieht Verbesserungen in vielen Bereichen des Tourismus vor

12-Punkte-Plan

1. Verbesserung der touristischen Ziele, im Hinblick auf Wettbewerbsfähigkeit, Qualität und Umweltverträglichkeit
2. Spezialisierung, Vielfalt und Bereicherung des Angebots
3. Gleichgewicht zwischen der Pflege traditioneller Märkte und der Erschließung neuer Zielgruppen
4. Interessante und effiziente Werbeinitiativen
5. Verbessertes Zugang zu Informationen über Teneriffa als Reiseziel, z.B. Flugangebote
6. Verstärkte Werbung und Vermarktung online
7. Treuebindung durch zufriedene Kunden
8. Marktforschung, Auswertungen und Information
9. Innovation der gesamten Tourismusbranche
10. Größtmögliche Kooperation und Koordination
11. Einbindung der Bevölkerung in die touristischen Aktivitäten
12. Professionalität, Qualifizierung und Ausbildung der Mitarbeiter.

noch Marktführer in Europa, wengleich 2007 ein leichter Rückgang der Besucherzahlen im Vergleich zum Rekordjahr 2006 registriert wurde. Vor allem sei als positiv zu bewerten, dass mehr als die Hälfte der Besucher wiederkehrt. Obwohl immer wieder von einer Krisensituation

bis zum Jahr 2015. Teneriffa an sich ist ein einziger großer Themenpark, der allen Generationen Urlaubsfreuden der verschiedensten Art garantieren kann, so der Tenor. Hinzu kommen die tatsächlichen Themenparks wie Loro Parque, Pueblo Chico oder auch der bald geöffnete, größte

Wasserpark Europas (Siam Park), die der Insel Einzigartigkeit verleihen.

Bedenklich stimmt, dass einer Umfrage zufolge zwar rund die Hälfte der Einwohner vom Tourismus lebt, gleichzeitig aber einer von drei Befragten angibt, dass ihm der Tourismus egal sei. Dies ist befremdlich und so setzt die Werbekampagne auch an diesem Punkt an und möchte die Einheimischen für die Bedeutung der Urlauber für den Wohlstand auf der Insel sensibilisieren, so dass es in acht Jahren niemanden mehr gibt, der sich nicht um den Erfolg dieser Branche kümmert. Wer diese Insel als seine Heimat betrachtet und sie liebt, muss auch den Tourismus lieben. Darin sind sich alle einig. Dass Einigkeit und gegenseitige Unterstützung stark macht, beweist der Impuls, der aus den gesammelten Ideen entstanden ist.

Erstmal saßen Vertreter aller Tourismussektoren rund um die Insel an einem Tisch, ließen Konkurrenzdenken zwischen den Gemeinden oder dem Norden und dem Süden ungeachtet und suchten gemeinsam nach neuen Zielen

und Lösungen. Gleichzeitig beinhaltet die Strategie, die auf einem Zwölf-Punkte-Plan basiert, eine enge Zusammenarbeit zwischen den privaten und politischen Parteien, um schnelle und unbürokratische Lösungen zu favorisieren. Die Solidarität untereinander geht

so weit, dass gemeinsam überlegt wird, welche Regionen Priorität in der Vergabe von Finanzmitteln haben, um die touristische Attraktivität zu erhöhen.

Nicht nur einzelne Zentren, sondern die gesamte Insel soll den Charme eines

Urlaubsparadieses verströmen. Für die kommenden vier Jahre wurde das Budget für Puerto de la Cruz, die Isla Baja und die Hauptstadt Santa Cruz verdoppelt. Werbefilme, die dazu einladen, Teneriffa mit allen Sinnen zu genießen und ein intensives Lebensgefühl zu entdecken, gehören ebenso zu den neuen Strategien, wie Internetaktionen oder ein neuartiger Reiseführer per Handy, der in Zusammenarbeit mit Vodafone entstanden ist. Parallel dazu existiert der Tourismusplan Horizonte 2020 von der spanischen Zentralregierung sowie ein Qualitätspakt der kanarischen Regionalregierung, der sich über den Zeitraum 2008 bis 2020 zieht. „Eine unserer größten Stärken ist die Liebesswürdigkeit der Menschen, die hier leben und diese Eigenschaft ist etwas, das man nicht lernen kann. Man hat es oder man hat es nicht“, resümierte Ricardo Melchior, der keinen Zweifel aufkommen lässt, dass Teneriffa der Sprung in die nächste Dimension gelingt, der die Insel dauerhaft und weltweit an der Spitze der beliebtesten Urlaubsziele auf gehobenem Niveau positioniert. ■

Gutes erstes Quartal auf den Kanaren

Die Zahl der Touristen, die die Kanarischen Inseln besuchen, ist im März um 3,8 Prozent gegenüber dem gleichen Vorjahresmonat gestiegen. Das gab das kanarische Tourismusministerium bekannt. Demnach kamen im ersten Quartal rund 2,74 Millionen Urlauber auf den Archipel. Das entspricht einem Anstieg von rund 5,2 Prozent gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum.

Die kanarische Tourismusministerin Rita Martín zeigte sich äußerst zufrieden mit diesem Ergebnis und wies darauf hin, dass es wichtig sei, die Tourismusprodukte und Infrastrukturen zu verbessern, damit die Kanaren weiterhin das beliebteste Urlaubsziel in Europa bleiben. Martín betonte, dass Produkte aus den Bereichen Gesundheit, Wassersport, Golfen und Kultur gefördert werden müssen, um dieses Ziel zu erreichen. Nach den Daten der spanischen Flughafenbehörde besuchten im März rund eine Million ausländische Touristen die Kanarischen Inseln. Laut Martín ist die Zahl der polnischen Touristen im März um rund 80, die der Schweizer um rund 50 und die der Österreicher um rund 16,4 Prozent gestiegen.

Touristen und Kreuzfahrtschiffe auf Teneriffa

Die Touristenzahl auf Teneriffa hat sich mit 370.180 ausländischen Urlaubern im März lediglich um rund 0,7 Prozent gegenüber dem gleichen Vorjahresmonat erhöht. Im gesamten ersten Quartal kamen rund 1,04 Millionen ausländische Touristen auf die Insel. Das sind rund vier Prozent mehr als im gleichen Vorjahreszeitraum.

Alleine in der vierten Aprilwoche besuchten 10.500 Kreuzfahrttouristen Teneriffa. Die meisten kamen auf großen Kreuzfahrtschiffen mit einer Kapazität zwischen 1.400 und 3.200 Personen wie der Costa Classica, Oceana, Queen Victoria und Costa Fortuna an.

Schluss mit unerwünschten Gästen!
Kammerjäger
SERANCA
 Soluciones Antiparasitarias de Canarias

- Insektenbekämpfung
- Ratten- und Mäusebekämpfung
- Desinfizierung
- Bekämpfung der Legionärskrankheit
- APPCC: Impregnation von Nahrungs-Mittel-Qualitätssystemen
- Hygienekurse für Gastronomieangestellte
- Behandlung und Haltbarmachung von Holz
- Magnesium und Aluminium-Phosphat-Behandlung

Kostenvoranschlag gratis

Fernando Beutell, 25. Polígono Costa Sur. 38009 Santa Cruz de Tenerife
 Tel: 922 22 00 00 · Fax: 922 22 22 23 · www.seranca.com · info@seranca.com

sun Fincas
 Tel.: 922 798 667 - Fax: 922 797 742 - Mob.: 627 243 301
 www.asunfincas.com C.C. Salytinen, Local B-20. Playa de Las Américas

● Traumhaft schöner, ruhiger Bungalow (130 m²) mitten im Zentrum von Playa de Las Américas, 5 Gehmin zum Strand, Gute Einkaufsmöglichkeiten, eigener Eingang, Solana, Kueche, grosszügiges Wohnzimmer, Gäste WC, grosse Terrasse, 2 Schlafzimmer mit Balkon und Badezimmer, kompl. möbliert, beste Qualität und sehr gepflegt. Wir laden Sie ein unsere Internetseite mit unserem vielseitigen Angebot zu besuchen.

● Уютное двухэтажное бунгало (130 кв.м) в центре курортного города Playa de Las Américas; на первом этаже, просторный светлый салон, хорошо меблирован, кухня, кладовая, туалет, Большая терраса с видом на океан; на втором этаже 2 спальни с балконом и ванная комната. Всего 5 минут пешком до пляжа! Звоните (+34) 666 938 529, мы ответим, на все Ваши вопросы! Приглашаем посетить наш сайт на русском языке www.dam-tenerife.ru

Ref 2279as • 250.000 €

● Auf 580m² Grundstück komplett renoviertes, möbliertes kanarisches Haus. Dieses Schmuckstück hat einen geräumigen Garten mit eigener Einfahrt, Garage, 2 SZ, Kueche Bad, Dachterrasse, sep Eingang zur "Plaza", Gästesap mit Terrasse, Abstellraum, Grillplatz, Meerblick in ruhiger Lage in der Gemeinde von Guia de Isora. Besuchen Sie unsere Fincal Sektion mit zahlreichen Grundstücken Hausern, Fincas, Hotels, Pensionen, etc. Wir haben fuer jeden Geschmack und Geldbeutel etwas.

● Полностью отреставрированный канарский дом на земельном участке 580 кв.м, гараж, замечательный сад, площадка, дача гриля. У нас Большой выбор недвижимости на любой вкус и достаток дома, виллы, земельные участки, отели, и пансионаты! Мы любим своих клиентов и можем им гарантировать индивидуальный подход, всестороннее внимание и заботу, а также безупречность проводимых сделок. Подробную информацию читайте на русском языке на нашем сайте www.dam-tenerife.ru

Ref 69as • 240.000 €