ARABISCHE TOURISTEN

Der Kampf ums Geld vom Golf

Der Ansturm arabischer Touristen auf München wird immer größer – und sie kommen längst nicht mehr nur wegen der Krankenhäuser. Die Stadt-Kliniken fahren nun bereits ihre Werbung im Ausland zurück. Doch München muss aufpassen: Auch andere Städte buhlen um die Gunst der Scheichs.

VON JOHANNES PATZIG

Sie kommen im Hochsommer, wenn es am Golf unerträglich heiß ist. Sie lieben München – und sie geben dort am Tag bis zu fünfmal so viel Geld aus wie andere Touristen. Die Rede ist von betuchten Arabern, die bereits seit Jahren im Juli und August das Stadtbild Münchens prägen. Ein Ende ist nicht in Sicht: „Das ist der am schnellsten wachsende Markt, den wir haben", sagt Münchens Tourismus-Chefin Gabriele Weishäupl. 365 000 Übernachtungen arabischer Touristen zählten Münchner Hotels im Jahr 2010, 100 000 mehr als im Vorjahr. In den vergangenen zehn Jahren stieg die Zahl arabischer Besucher gar um rund 300 Prozent.

Der Ursprung dieses Booms liegt im Medizin-Tourismus, erläutert Weishäupl. Das habe in den 90er-Jahren begonnen, als erstmals Scheichs ins Auge fielen, die sich an Münchner Kliniken behandeln ließen. „Doch heute geht es längst nicht mehr nur um Medizin", so Weishäupl. „Die Araber haben die Attraktivität der Stadt entdeckt." Neben den Boutiquen der Maximilianstraße schätzen sie die Sicherheit – und das Alpenpanorama.

So ist vielleicht auch ein überraschender Schritt der städtischen Kliniken zu erklären: Sie lösen ihr „International Department" auf – jene Abteilung, die bisher unter anderem auf Messen im Ausland die Kliniken anpries. Diese Werbung habe nichts gebracht, da Gäste aus Golfstaaten ihre Ärzte und Kliniken ohnehin anders wählen, erläutert Klinikum-Sprecher Michel Rodzynek. „Das läuft über Mund-zu-Mund-Propaganda oder über den Arzt." Auch tragen ausländische Patienten nur rund ein Prozent zum Umsatz der Kliniken bei. Denn auch die Behandlung eines schwerreichen Scheichs wird nach Gebührenordnung berechnet – und bringt nicht unbedingt mehr als die anderer Patienten.

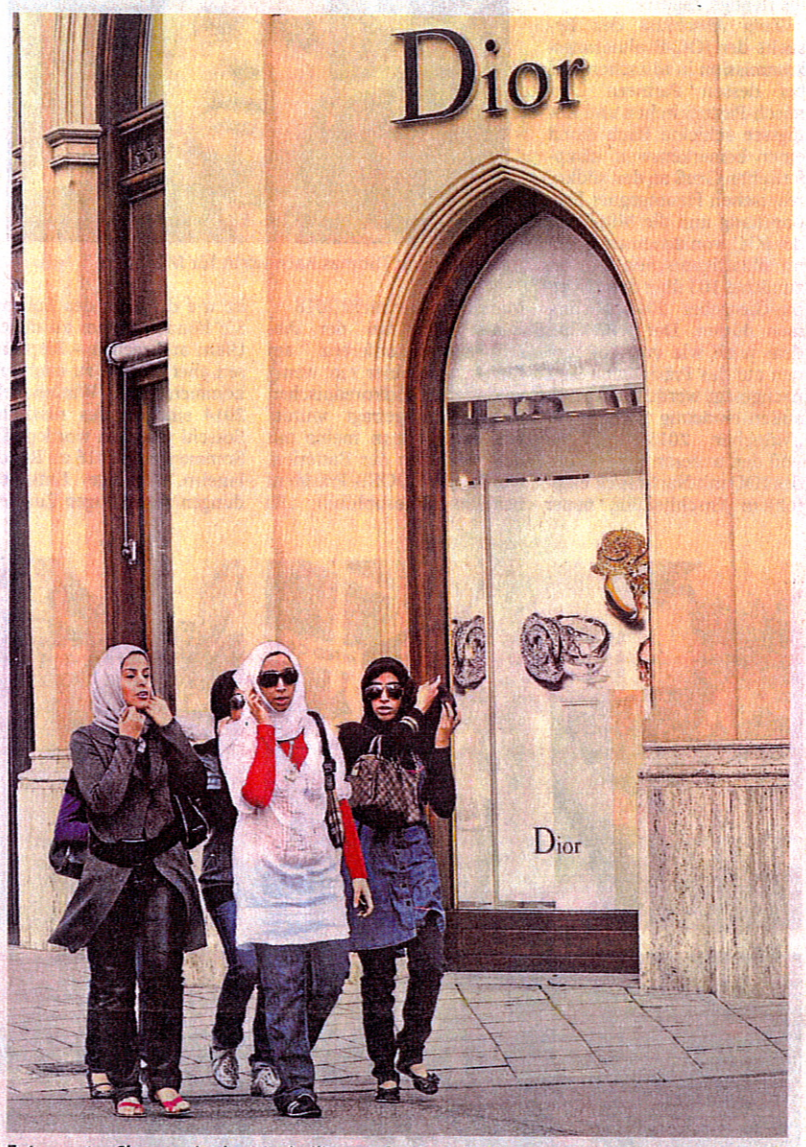
Dennoch wollen die Kliniken keineswegs auf ausländische Patienten verzichten, betont Rodzynek. „Ihr Anteil ist stetig gestiegen, und wir wollen, dass das so bleibt." Die Abteilung Patientenservice kümmere sich nun um die Betreuung ausländischer Gäste – für die man weiterhin viele Annehmlichkeiten bereithalte. So gibt es im Krankenhaus Schwabing muslimische Gebetsräume. Auch stellt das Klinikum Dolmetscher bereit.

Ähnlich ist die Lage an den LMU-Kliniken: Der Anteil ausländischer Patienten liegt dort bei zwei Prozent, Tendenz steigend – obwohl die Kliniken gar keine aktive Patientenwerbung betreiben. Tourismus-Chefin Weishäupl sieht denn auch keine Katastrophe darin, wenn die Kliniken keine eigene Reklame machen. Die Touristen kämen auch so – zumal die Stadt selbst ein professionelles Marketing betreibe und sogar eine Vertretung in Dubai eröffnet habe.

Salah Atamna kann dem beipflichten. Seine Firma „Europe Health" hat sich darauf spezialisiert, ausländische Patienten nach München zu bringen. Sie kümmert sich um alles, vom Visum über den Arzttermin bis zum Hotel. Und er hat einen weiteren Trend ausgemacht: „Seit zwei Jahren haben wir einen starken Anstieg russischer Kunden." Auch dort schätzen Oligarchen die Qualität der Münchner Kliniken.

Doch Atamna findet auch warnende Worte: München dürfe in seinen Bemühungen um Medizin-Touristen nicht nachlassen. „Die Stadt war Vorreiter in dem Sektor, hat exzellente Arbeit geleistet." Doch nun seien andere Städte aufgewacht. Stuttgart und Berlin seien stark im Kommen. In der Tat reiste Berlins Bürgermeister Wowereit kürzlich nach Saudi-Arabien – auch um dort für die Kliniken der Hauptstadt zu werben.

Ohnehin dürfte heuer der Ansturm der Araber auf München schwächer ausfallen. Das liegt jedoch am Ramadan. Der heilige Monat der Muslime fällt auf den August – da bleiben viele lieber zuhause.



Entspanntes Shoppen in der Maximilianstraße: Das schätzen arabische Touristen. FOTO: ZIMPEL