

## München – ein Shopping-Märchen

Gäste aus den Emiraten beschenken Hotels und Luxusläden reiche Gewinne

Von Anne Goebel

Der Arab traveller schaut mit anderen Augen auf München, und wer das Magazin durchblättert, bekommt einen ganz neuen Blick auf die Stadt. Foto-strecken von aufpolierten Einkaufsmeilen wie den Fünf Höfen oder der Maximilianstraße, ausgewählte Objekte eines Grünwalder Immobilienhändlers neben Annoncen für Juwelen und Luxuskarossen sowie diskreten Tipps eines Apothekers für die Anwendung von Mitteln wie Viagra oder Evaviril. *Munich* als schöne bunte Shoppingwelt, die jeden Wunsch erfüllt wie eine Märchenfee: So inszeniert das viermal jährlich erscheinende Magazin für seine Leser, die „Arabian friends of Bavaria“, ihr europäisches Lieblingsziel. Neben London und Paris wird keine andere Stadt so häufig und so lang von Touristen aus den Golfstaaten besucht wie München. Im Hochsommer ist Hochsaison für die orientalischen Clans, und wenn sie mit dem heute beginnenden Ramadan langsam in ihre Heimatländer zurückreisen, dürften sie den Geschäftsleuten und Hoteliers auch dieses Jahr ziemlich viel Geld in die Taschen gespült haben.

„Die Anzahl arabischer Gäste hat sich über Jahre rasant entwickelt“, bilanziert Fremdenverkehrschefin Gabriele Weishäupl. Zwischen 1999 und 2009 stiegen die Übernachtungen um satte 312 Prozent. Weishäupl findet das „ziemlich beachtlich“ und hat für das vergangene Jahr 270 000 Übernachtungen verbucht. 2010 dürften es wieder mehr werden, die Tendenz bei den München-Urlaubern aus den Emiraten steigt weiter. Man rechnet mit einem Plus von 30 Prozent. Um das lukrative Faible der meist betuchten Orientalen optimal zu nutzen, ließ Weishäupl vor fünf Jahren die erste Auslandsvertretung einer deutschen Stadt in Dubai eröffnen.

Die lokalen Kontakte zahlen sich aus, abgesehen von den Reizen, die München in den Augen der weitgereisten Gäste besonders attraktiv machen. Neben den Sehenswürdigkeiten vermitteln die vom Großstädtischen Berlin oder Hamburg aus ja gern belächelte adrette Sauberkeit und die überschaubaren Dimensionen offenbar ein angenehmes Gefühl der Sicherheit – mit dem man sich in aller Ruhe



Verschleierte Besucher aus arabischen Staaten gehören im Sommer zum Münchner Stadtbild – vor allem in der Maximilianstraße.

Foto: dpa

zum Einkaufen aufmachen kann. „Shopping in Munich“ steht hoch im Kurs bei den Clans, die mit ihren schwarz verhüllten Frauen, tütenbepackten Kindermädden zum sommerlichen Stadtbild gehören. Die Luxusläden an den einschlägigen Meilen assistieren der kaufkräftigen Kundschaft mit sprachkundigen Mitarbeitern oder „Personal Shoppern“.

Rund 550, auch bis zu 1000 Euro am Tag geben die arabischen Gäste in München aus. Der Durchschnittssatz bei anderen Touristen liegt bei 190 Euro. Dasselbe Bild bei der Aufenthaltsdauer: Sie beträgt im Schnitt zwei Tage, bei Gästen aus den Golfstaaten vier. Was wiederum am boomenden „Medical tourism“ liegt, am guten Ruf der Münchner Ärzte bei arabischen Patienten. Die zuweilen recht marktschreierisch wirkenden Praxis-

und Klinikanzeigen im *Arab traveller* lassen ahnen, welche Geschäfte da zu machen sind. Das Tourismusamt bietet eine *Health guide* genannte Broschüre an.

Gabriele Weishäupl ist verständlicher Weise angetan von der „Weltläufigkeit“, mit der sich die Münchner Geschäftswelt den arabischen Gästen öffnet. Im Hotel Mandarin Oriental beispielsweise lassen sich mehrere Zimmer zu Wohntagen für Clans umfunktionieren. Ein Pfeil an jeder Zimmerdecke, sagt Marketingchef Lorenz Karl, zeigt die Richtung nach Mekka an, und das *Prayer set* mit Koran, Gebetsteppich und Kompass ist selbstverständlich. Eine Spezialität für die orientalischen Gäste bleibe ihm aber ein Rätsel. Sein Haus habe 20 Sorten Datteln im Angebot. „Ich kann“, sagt Karl, „da

einfach keinen Unterschied schmecken.“

## Zwischen Krankenbett und Privatjet

Der Palästinenser Salah Atamna bringt wohlhabende arabische Patienten nach Bayern

Salah Atamna bringt betuchte Araber nach München, seine Firmen Europe Health und Seralux verbinden Medizin und Tourismus. Marion Bacher sprach mit dem Palästinenser über die anspruchsvollen Kunden.

Europe Health gibt es seit Oktober 2003. Wie kamen Sie auf die Idee?

Während meiner Studienzeit habe ich in einer Klinik in Frankfurt gedolmetscht. Dort habe ich gesehen, wie viele Probleme es zwischen Klinik und den Patienten aus fremden Ländern gibt.

Was meinen Sie damit?

Jeder Mensch hat Ängste, wenn er im Krankenhaus behandelt wird. Die Leute wollen fünfmal täglich den Arzt und 50-mal die Krankenschwester sprechen.

Das kann nerven. Damit sich die Menschen wohl fühlen, muss Vertrauen aufgebaut werden. Wir sind die Vermittler zwischen den Kulturen, die den Patienten Sicherheit geben.

Wie kommt eine Herrscherfamilie aus Saudi-Arabien genau auf Sie?

Mundpropaganda. Wir haben aber auch viel Geld in Werbung gesteckt und waren bei Messen dabei. 50 Prozent unserer Kunden kommen immer wieder.

Ihre Firma hat auch Büros in Frankfurt, Berlin und Paris. 80 Prozent der Patienten kommen aber nach München. Woran liegt das?

Hier gibt es erstklassige Ärzte, das Klima ist angenehm, und die Stadt ist sehr sicher. Mittlerweile haben sich auch die

Münchner an den Anblick von verschleierten Frauen gewöhnt. Und die fühlen sich hier willkommen.

Willkommen sind Sie wahrscheinlich auch deshalb, weil sie viel Geld nach München bringen.

Ihren wirtschaftlichen Wert für die Stadt darf man nicht unterschätzen. Viele nehmen ihre Familie und ihr Personal mit und bleiben bis zu drei Monaten. Allein im Juli haben wir insgesamt etwa 1000 Menschen betreut. Die Fünf-Sterne Hotels waren ausgebucht. Jetzt wird es wieder ruhiger. Zum Ramadan fahren die arabischen Gäste nach Hause.

Der Großteil Ihrer Kunden scheint wahnsinnig reich zu sein. Ihre zweite Firma Seralux bietet neben Privatjets, Jachten und Limousinen-Service auch 24-Stunden-Betreuung an. Ist es schwierig, die Wünsche der schwerreichen Klientel zu erfüllen?

Man muss sehr flexibel sein. Vor drei Wochen wollte ein Herrscher samt seinen 70 Leuten nach München kommen. Es war schon alles arrangiert – die Klinik, das Hotel, der Security-Service. Dann kommt der Anruf, dass er in eine andere Stadt möchte. Binnen 20 Stunden mussten wir alles neu organisieren.

Wird das auf Dauer nicht anstrengend?

Ich mag neue Herausforderungen. Es ist okay, wenn mich jemand mitten in der Nacht anruft, weil er um 6 Uhr früh einen Privatjet haben möchte.

Betreuen Sie auch ärmere Kunden?

Ja, etwa 20 Prozent unserer Kunden lassen sich in München behandeln, obwohl sie nicht extrem reich sind. Wenn es notwendig ist, stellen wir unseren Service gratis zur Verfügung. Wir machen kein Geschäft mit der Gesundheit der Menschen.

Aber ein gutes Geschäft ist es dennoch. Wie viel Umsatz machen Sie jährlich?

Der Umsatz liegt zwischen zwei und fünf Millionen Euro. Wir sind die größte Firma am Markt, die Medizintourismus anbietet. Bis Ende des Jahres wollen wir neue Filialen in Dubai, Kuwait und in Moskau aufmachen.

# So viel Schönheit ist schon wieder einzigartig.



### Mit Bergbahnen und Wanderstiefeln.

Wer das Wandern und die Seilbahn kombiniert, hat mehr davon. Mehr Zeit für Höhenwanderung. Mehr Muße für die schöne Aussicht nach Kraft schonender Bergfahrt. Und mehr Spaß am sportlichen Aufstieg, wenn später bei der Talfahrt die Gelenke Pause haben.

Von Dieter Appel,  
192 Seiten, Format: 17,0 x 10,5 cm  
9,90 Euro



### Dunkle Höhlen und geheime Gänge.

Faszinierende Höhlen und mittelalterliche Klosterkeller, mysteriöse Geheimgänge und aufgelassene Bunkeranlagen, Kulturkatakomben und unterirdische Laboratorien. Aus Oberbayerns Unterwelt gibt es viele spannende Geschichten zu erzählen.

Herausgegeben von Martin Bernstein,  
192 Seiten, Format: 17,0 x 10,5 cm  
9,90 Euro



### Wilde Schluchten und Wasserfälle.

Wenn Bergbäche durch wilde Schluchten toben, überläuft Besucher gern ein Schauer der Verückung. Bayern hat zahlreiche spektakuläre oder einfach nur romantische Wasserfälle. Die Geschichten über sie erzählen von mutigen Pionieren, Bärenjägern und Adlerforschern.

Von Ralf Steinbacher,  
176 Seiten, Format: 17,0 x 10,5 cm  
9,90 Euro



### DIE ISAR – Stadt, Mensch, Fluss.

Ausgehend von der Renaturierung vermittelt das Buch einen umfassenden Blick auf den Fluss. Die Autoren stellen alte und neue Berufe vor, porträtieren Orte und Menschen. Es ist ein Buch für alle, die den Fluss neu entdecken wollen. Die Isar – sie ist ein Lebensgefühl.

Herausgegeben von Michael Ruhlund,  
242 Seiten, Hardcover, Format: 28,5 x 21,5 cm  
24,90 Euro

Erleben Sie Bayerns wunderbare Vielfalt: wilde Schluchten, rätselhafte Höhlen und Wanderungen mit der Bergbahn. Die thematischen Freizeitführer der Süddeutsche Zeitung Edition „Bayern entdecken“ sind mit ganz besonderen Hintergrundgeschichten, Tipps und Karten ausgestattet. Für je 9,90 Euro im Handel oder unter [www.sz-shop.de](http://www.sz-shop.de).

Jetzt auch erhältlich: „DIE ISAR – Stadt, Mensch, Fluss“ für 24,90 Euro.

Seien Sie anspruchsvoll.

Süddeutsche Zeitung