

SCHWERPUNKT

Asien/Pazifik + Korea/Japan/Taiwan



Tokio: Neue Skyline ab 2012



Gigantisch: 634 Meter hoch wird der neue Sky Tree

Tokio (ta). In Tokio wird derzeit der höchste Fernsehturm der Welt gebaut. Nach seiner Fertigstellung im Frühjahr 2012 soll der Tokyo Sky Tree 634 Meter hoch sein. Von den Aussichtsplattformen in 350 und 450 Metern Höhe bietet sich den Besuchern zukünftig ein gigantischer Panoramablick über die Megalopolis Tokio-Yokohama. Am Fuß des Turmes soll eine 400 Meter lange Shopping-Plaza entstehen. Nähere Informationen gibt es unter www.tokyo-skytree.jp/english.

Gebeco: Nach Japan via Istanbul

Kiel (ta). Erlebnisreisespezialist Gebeco hat für den Herbst 2010 eine neue Kombination aus Tokio, Kyoto und Istanbul aufgelegt. Anlass ist die Flugverbindung mit Turkish Airlines, bei der die Stadt am Bosphorus als Drehkreuz Richtung Asien dient. Vorteil: Gestartet werden kann von neun deutschen Abflughäfen. Außerdem ist die elftägige Tour mit einem Preis ab 1.399 Euro günstiger als andere Einsteiger-Touren. Allerdings: Alle Ausflüge in Japan müssen extra gebucht werden.

Inklusive sind neben dem Flug je drei Übernachtungen in den beiden japanischen Metropolen und zwei in Istanbul, Frühstück, Transfers und ein Sightseeing-Programm in Istanbul. Vier Termine zwischen Ende September und Ende November stehen zur Wahl.

ANA inspiriert mit neuer Ausstattung auf den Fernstrecken

Tokio (ta). Unter dem Namen „Inspiration of Japan“ führt ANA ab Februar 2010 für die Boeing 777-300ER auf den Strecken von Frankfurt, London und New York nach Tokio ein neues Service-Konzept ein. Weitere Strecken nach Nordamerika und Europa sollen 2011 folgen. Die neue „Inspiration“ umfasst gleich ein ganzes Bündel neuer Dienstleistungen für alle drei Klassen. Für First-Class-Passagiere sollen neue Sitze in 1-2-1-Konfiguration und

23-Zoll-Bildschirme den Komfort erhöhen. Bei den Menüs gibt es freie Zusammenstellung und Zeitwahl, bestellt wird per Bildschirm. In der Business Class wird es ebenfalls eine versetzte 1-2-1-Konfiguration mit Full-Flat-Sitzen und 17-Zoll-Bildschirmen geben. Auch hier wird das frei wählbare Menü per Touchscreen bestellt. In der Premium Economy erweitert ANA den Sitzabstand der 2-4-2-Konfiguration auf 106 Zentime-

ter und setzt nunmehr 12-Zoll-Bildschirme ein. In den 2-4-3-Sitzen der Economy kommen feste Schalensitze mit immerhin 86 Zentimetern Abstand zum Einsatz. In beiden Economy-Klassen kann der Passagier künftig zwischen verschiedenen japanischen Menüs wählen. Weitere Neuerung: Für First-Class-Passagiere werden ab Herbst 2010 Check-in und Sicherheits-Check in Tokio zentral am ANA Suite Check-in abgewickelt.

Die heißen Quellen locken

Die Japan-Veranstalter erwarten für 2010 wieder Zuwächse

Frankfurt. Geht es nach den offiziellen Zahlen, scheint der Japan-Tourismus 2009 schlecht abgeschnitten zu haben. Doch der Eindruck täuscht. Insgesamt ergibt sich zwar für Japan ein Gästeminus von rund 13 Prozent. Obwohl die endgültigen Zahlen noch nicht vorliegen, dürften 2009 rund 111.000 Deutsche das fernöstliche Land besucht haben. Im Rekordjahr 2008 waren es noch 128.000. Die Verluste betrafen aber vor allem den Geschäftsreisebereich, in der Touristik wird der Rückgang lediglich auf rund fünf Prozent geschätzt.

Aus Sicht der Veranstalter zeigt sich die Situation daher erheblich posi-

ver. East Asia Tours verzeichnet eine Zunahme der Japan-Individualreisen, Lernidee meldet gar ein deutliches Japan-Plus. Auch Klaus-Peter Betz, Produkt-Manager bei Dertour, zieht eine positive Bilanz: „Japan lief 2009 nach einem sensationellen Jahr 2008 etwas verhaltener, aber immer noch sehr erfreulich. Für 2010 zeichnen sich bereits hohe Zuwächse ab.“

Ähnliche Tendenzen melden Area-Managerin Michaela Tedsen für Studiosus und Asien-Chef Sedat Tatli für Meier's Weltreisen: „Japan wird weiterhin ausgebaut.“ Bei Thomas Cook Reisen, berichtet Produkt-Managerin Nicole Wittersheim, habe es im ver-

gangenen Jahr „sehr gute Besucherzuwächse“ gegeben, und für 2010 steige die Nachfrage weiter.

Kein Wunder also, dass Andreas Mehlhaus, Vertriebsleiter bei JF Tours, für 2009 ebenfalls einen Umsatzzuwachs von sieben Prozent meldet. Immerhin buchen viele der deutschen Fernost-Veranstalter ihre Gäste bei JF Tours ein.

Was die Reiseziele angeht, bleibt der Japan-Tourismus auf bekannten Wegen: Der Fokus liegt weiterhin auf Zentral-Honshu mit Tokio, Kyoto, Fuji und den umliegenden Regionen. „Kyushu, Shikoku oder Okinawa sind nur für Wiederholer von Interesse“, so Birgit Peschke von East Asia. Sowohl Thomas Cook als auch German Travel Network sehen jedoch eine gesteigerte Nachfrage nach Strandhotels, beispielsweise auf Okinawa.

In Sachen Deutschland-Marketing hat sich die Japan National Tourism Organisation (JNTO) für das kommende Jahr für einen inhaltlichen Schwerpunkt entschieden: „Auf dem deutschen Markt versuchen wir die Verlockungen der heißen Onsen-Quellen bekannter zu machen“, so Direktor Hideaki Nakazawa. Passend dazu wurde eine 24-seitige Onsen-Broschüre für den deutschen Markt erstellt.

Den einen oder anderen Wunsch gibt es von deutscher Seite dennoch: „Europäische Reiseleiter müssen ohne Lizenz einsetzbar sein“, fordert Rolf-Dieter Scheerer, Asien-Leiter bei Gebeco, „denn aktuell gibt es einen Reiseleitermangel in Japan.“



Wellness auf Japanisch: Das Tourist Board will stärker für das Onsen werben

Fotos: JNTO, Tokyo Sky Tree, KTO

Françoise Hauser