

سوق السفر الألماني يجذب المزيد من الزوار العرب

< أر مين غيمر

سوق السفر الألماني هو حدث سنوي ينظمه مجلس السياحة الوطني الألماني الذي تقدم فيه ألمانيا نفسها كوجهة سياحية ويقدم عروضه الجديدة للمشتريين الدوليين وممثلي وسائل الإعلام. وقد انعقد السوق هذا العام في ميونيخ.



The participants at the press conference

المشاركون أثناء المؤتمر الصحفي

السياحة الإسلامية: ما هي أهمية هذه الفئات المستهدفة لكم؟
هيدورفير: حسنا، بالطبع نريد أيضا الانفتاح على هذه الأسواق ولذلك لدينا مكتب في دبي. إسمح لي أن أضيف أنه في هذه اللحظة لدينا عدد أقل من الزوار القادمين من الولايات المتحدة بسبب انخفاض أسعار صرف الدولار. ونحن نحاول تعويض ذلك عن طريق المزيد من السياح من الصين ومنطقة الخليج.

السياحة الإسلامية: هل هناك عروض خاصة للمجموعة العربية المستهدفة؟
هيدورفير: نعم، ونحن مهتمون بشكل خاص بتسويق مراكز معالجة القلوب والمنتجعات الصحية. وبطبيعة الحال فإن مكتبنا في دبي مشغول دائما بتلبية احتياجات السياح العرب. ■

الخليج قد أصبح ثالث أكبر مجموعة من الزوار الأجانب. هل تؤكدين هذه الزيادة في عدد السياح من المنطقة العربية إلى عموم ألمانيا؟
هيدورفير: نعم، وهذا الاتجاه يمكن أن تجده في مناطق أخرى.

السياحة الإسلامية: ما هي هذه المناطق على وجه التحديد؟

هيدورفير: حسنا، إنها في الغالب مناطق تحتوي على مزيج من المزايا. تستفيد ميونخ ليس فقط من مرافقها الطبية ولكن أيضا من قربها من جبال الألب. وإلا فإن من الطبيعي أن يجذب الزوار نحو المدن الكبرى. ولا سيما برلين، ثم تأتي هامبورغ، وكولونيا ودوسلدورف. وفيسبادن ومنتجعاتها الصحية تحظى أيضا بشعبية واسعة.

محور السوق كان شبكة الأعمال. وكسب العملاء وإتمام الصفقات التجارية. وكانت ورشة العمل التي امتدت ليومين هي عنصر مركزي في السوق. حيث يتبادل المعارضون والمشترون الآراء خلالها.
ومع مشاركة أكثر من ست مائة وسبعين عارضاً دولياً من أكثر من أربعين بلداً، من بينهم أكثر من 100 صحفي. كان السوق جيدا جدا بشكل استثنائي هذا العام. ارنست هنسكين، مفوض الحكومة الاتحادية للسياحة، قدم عروض الحملات الحالية لألمانيا كمقصد سياحي وكان فخوراً بأن يعلن أن سنة 2007 التي شهدت أكثر من ثلاث مائة وستين مليون إقامة، قد حطّم سجل الأعوام الماضية، والذي كان قد سجّل في فترة دورة كأس العالم لكرة القدم، بنسبة 3%.

وقدمت بترا هيدورفير، الرئيسة التنفيذية لمجلس السياحة الوطني الألماني، بعد ذلك استراتيجية التسويق. والمواضيع التي سيركز عليها سنويا، وحتى 2012، تشمل سياحة المدن والسياحة الثقافية، والمنتجعات الصحية والسفر لأغراض تجارية، وستطرح ألمانيا نفسها في عام 2010، عاصمة للثقافة الأوروبية.
وفي وقت لاحق أقرت المسؤولية التنفيذية في مجلس السياحة الوطني الألماني هذه المقابلة القصيرة مع مجلتنا:

السياحة الإسلامية: لقد رأيت في الإحصاءات الخاصة بميونخ أن عدد الزوار القادمين من دول