

Der Kölner Spezialreiseveranstalter hat sich in wenigen Jahren zu einer festen Größe für Reisen in den arabischen Raum entwickelt. Neben Verwöhnurlaub in Traumhotels wie dem Burj Al Arab bietet EWTC-Chef Michael Janusch aber auch individuell ausgearbeitete Reisen für Geschäftsreisende.

Als Michael Janusch vor sechs Jahren Emirates World Travel Cologne gründete, ahnte er noch nicht, dass er sechs Jahre später einer der Major Player auf dem Markt der Reisen in den Mittleren Osten sein würde. Der heute 36-jährige hatte bereits einige Jahre vor Ort Erfahrungen im Incoming-Tourismus gesammelt, Arabisch gelernt und seine Kontakte aufgebaut. Nach Rückkehr in die Heimat musste er feststellen, dass viele Reiseveranstalter die Region lust- und lieblos behandelten und nur wenige Spezialisten sich dort wirklich auskannten. Zuerst konzentrierte sich Janusch auf die Vermarktung von Dubai, dem in den folgenden Jahren weitere Ziele in der Golfregion folgten. Inzwischen ist die EWTC GmbH einer der größten deutschen Veranstalter für die Destination Dubai und einer der Top 50 der Reisebranche. Stolz verweist der Chef auf die straffe Organisation seines Unternehmens. Am Firmensitz in Köln und im Marketingbüro in Frankfurt sorgen 30 Mitarbeiter dafür, dass die Kunden beste Service- und Produktqualität zu günstigen Preisen bekommen. In Dubai wacht eine Repräsentanz darüber, dass kein Kundenwunsch unbefriedigt bleibt. Um ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis bieten zu können, hat er vor einiger Zeit die Verträge mit den Reisebüros gekündigt und bietet seitdem seine Premiumprodukte im direkten Vertrieb an. „Indem wir konsequent auf Provisionen verzichten, können wir unserem Kunden günstigere Preise bieten als unsere wichtigsten Mitbewerber“, rechtfertigt Janusch die Entscheidung. Die wichtigste Informationsquelle für Kunden ist die benutzerfreundliche Homepage (www.ewtc.de), auf der das



Michael Janusch, Geschäftsführer EWTC

Unternehmen tagesaktuell über Hotels, Flüge und sonstige Leistungen informiert. Ein Internet-Anbieter sei er aber nicht, stellt er rasch klar: „Wir wollen unsere Kunden beraten und haben keine Buchungsmaschine im Netz. Nur so können wir für jeden Kundenwunsch das passende Angebot herausfiltern. Grundlage dafür ist der 150 Seiten starke hochwertige Katalog.“

Falsch scheint Janusch mit seiner Firmenpolitik nicht zu liegen, denn die Umsatzzahlen können sich sehen lassen. Zwar redet er ungern von Zahlen, doch

konnte das Unternehmen von 2003 auf 2004 den Umsatz mehr als verdoppeln. „Bei 22.000 Reisenden im Jahr 2005 wird es langsam schwieriger weiter so stark zuzulegen, doch auch im Januar 2006 werden wir wieder gut ein Drittel über den Zahlen des Vorjahrs liegen.“ Damit wächst EWTC stärker als der Markt. Noch 2006 sollen Reisen nach Saudi-Arabien und Kuwait angeboten werden, die vorrangig für Geschäftsreisende von Interesse sind.

„Sie können uns und die Konkurrenz gerne testen“, verrät Michael Janusch stolz, „unsere Mitarbeiter kennen die Emirate, die Fluglinien und die Hotels aus eigener Erfahrung. Wenn in einem Hotel kurzfristige Qualitätsprobleme auftauchen, informieren wir unsere Kunden frühzeitig, auch wenn das Umsatz kostet.“ Dafür kann er auf eine minimale Reklamationsquote verweisen „99,9 % unserer Kunden sind zufrieden – das merken wir auch an der zunehmenden Zahl an Stammkunden.“

Bei den Reiseangeboten für anspruchsvolle Privat- und Geschäftsreisende, deckt das Unternehmen das gesamte Topsegment und einige Komforthotels in den Vereinigten Arabischen Emiraten ab. Neben Dubai kann man Abu Dhabi, Sharjah, Ajman, Fujairah und Ras Al Khaimah buchen. Aber auch die Anrainerstaaten Oman, Qatar und Bahrain passen gut ins Angebot. Rund ein Drittel der Kunden reist geschäftlich in den Mittleren Osten oder bucht bei dem Experten Incentive-Angebote für Kunden und Mitarbeiter. „Besonders Golf, Segeln und Wüstensafaris stehen hoch im Kurs.“ Das Angebot ist breit



Michael Janusch, Geschäftsführer EWTC

gefächert und reicht vom Stadthotel im Herzen Dubais bis zum luxuriösen Wüstenhotel im Look eines Zeltcamps, wie dem Al Maha Desert Resort. Aber auch Ikonen wie das weltberühmten Burj Al Arab stehen zur Wahl.

Planer von Veranstaltungen aller Art fühlen sich bei EWTC in guten Händen, ob privates Golfturnier, Fotoshooting für Modekataloge, Schlemmerorgie in Gourmetrestaurants, eine Ballonfahrt über Wüste und Meer oder Konferenz im Traumhotel, Janusch und sein Team haben die richtigen Angebote. „Wer die libanesisch-arabische Küche liebt, sollte das Al Mawal im Al Bustan Rotana Hotel buchen“, schwärmt der Restaurantkenner.

Ein wachsender Markt sind auch Messen, die in Dubai aus dem Boden sprießen. Für die Domotex Middle East, die von der Deutschen Messe AG in Hannover im Mai in Dubai organisiert wird, ist EWTC der offizielle Reisepartner. Zusätzlich nutzen viele namhafte Unternehmen den schnellen und unbürokratischen Service von EWTC für Geschäftsreisen. Dabei profitiert das Unternehmen vom ungebrochenen Bauboom in der Golfregion. Waren im Vorjahr in Oman nur 350 Zimmer mit Privatstrand verfügbar, kommen in diesem Jahr über 600 weitere hinzu. Beim Gedanken an die landschaftliche Schönheit des südlichen Oman bei Salalah und das



neue Shangri-La Resort & Spa in Muscat kommt der Touristiker richtig ins Schwärmen. „Für den Urlaub dort ist November bis April die beste Jahreszeit. Doch wer Hitze gut verträgt, bekommt in der Zeit nach Ostern, besonders im Juni ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis. 10 Nächte im Shangri-La gibt es dann mit Flug schon ab 1.054 Euro. Auch Wellness wird dort im eigenen Spa groß geschrieben.“

Doch in den Vereinigten Emiraten selbst stehen noch weitere Großprojekte an. „Wenn 2007 die Festival City mit Tophotels, wie dem Four Seasons eröffnet, werden über 1.000 neue Hotelzimmer zur Verfügung stehen.“ Auch für die anderen Emirate sieht Janusch Potenzial: Zur kommenden Destination für anspruchsvolle Reisende könnte das verträumte kleine Emirat Ras Al Khaimah werden.

Immer mehr der EWTC-Kunden kombinieren ihren Aufenthalt am Golf mit einem Inselurlaub auf Mauritius, den Malediven oder Seychellen, die von Dubai in wenigen Stunden erreichbar sind. Noch in diesem Jahr will Janusch neben Singapur und Bali auch Reisen nach Thailand anbieten. Dabei hat er bei den Airlines ebenfalls auf Qualität gesetzt. Neben den Gesellschaften aus der Golfregion (Emirates, Etihad, Gulf Air, Qatar Airways) arbeitet das Unternehmen seit Jahren mit anderen verlässlichen Airlinepartnern wie Lufthansa, Swiss, Air Mauritius, Royal Brunei

und LTU zusammen. Gästen, die sich über Land und Leute informieren wollen, rät Janusch zum Besuch auf www.dubai.de, wo EWTC anspruchsvoll aufgearbeitete Informationen über das Emirat und sein Angebot bietet.

Neben individuell ausgearbeiteten Reisen bietet EWTC auch Pauschal- und Rundreisen an.

Alle Hotels werden unter www.ewtc.de mit tagesaktuellen Preisen vorgestellt. {JBM}

Reiseangebote von EWTC finden Sie auch unter www.dubai-urlaub.de

EWTC
Exklusives Reisen Direkt

EWTC GmbH
Headoffice
Richmodstr. 31
50667 Köln
Tel.: +49 221 - 80 11 12 - 0
Fax: +49 221 - 80 11 12 - 13
www.ewtc.de