



10. Anhang

I. Eigenständigkeitserklärung.....	II
II. Interviews.....	III
II.I. Akbar Jigitov- Leiter Tourismus Departement.....	III
II.II. Kaspar Grossenbacher – Helvetas Kirgistan Programmdirektor.....	V
II.III. Tony Steinmann/Gulsara Karabasheva –Novinomad/Hotel Amir .	VI
II.IV. Markus Siegfried – Kirgistan Product Manager bei Globotrek	IX



I. Eigenständigkeitserklärung

Ich erkläre hiermit,

- dass ich die vorliegende Arbeit selbständig, ohne fremde Hilfe und ohne die Benützung anderer als der angegebenen Hilfsmittel verfasst habe.
- dass ich andere als die angegebenen Quellen nicht benützt und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.
- dass ich ohne schriftliche Zustimmung der Schulleitung keine Kopien dieser Arbeit an Dritte aushändigen werde, ausgenommen nach Abschluss des Korrekturverfahrens an Personen, die mir wesentliche Informationen für die Diplomarbeit zur Verfügung gestellt haben.

Bischofszell, den 19.04.07

Patrik Sauder TB001

II. Interviews

II.I. Akbar Jigitov- Leiter Tourismus Departement

Herr Akbar Jigitov ist Leiter des «Tourismus Departments» Kirgistans und hat sich am 21.02.07 im Rahmen eines Telefoninterviews zu meinen Fragen geäußert.

1) What are the general task and responsibilities of the Tourism Departement?

There was a governmental reconstruction. That means that the Tourism Departement is now independent of the Trade and Industry sector. Our task is to promote and develop the Kirghiz Tourism in different markets like Kazakhstan, Russia, other CIS countries and markets abroad.

2) How many guests from Switzerland did you register last year?

Last year we could register 1175 travellers from Switzerland. (Jan-Mar: 130, Apr-Jun: 290, Jul-Sep: 581, Oct-Dec 174)

3) The first Bishkek International Trade Fair has taken place in May 2006. What were the main reasons to start this fair?

It was mainly a political action. The fair wanted to promote Kyrgyzstan as a tourist country. Especially the confidence of Kazakh tourists should be gained.

4) In Switzerland most of Tour Operators offer Kyrgyzstan with a Silk Road Package. This shows that the Silk Road is a good brand and USP (Unique Selling Proposition) of your country. Which argument would you give the Swiss people to just to visit Kyrgyzstan?

The main attractions are unspoiled nature, adventure tourism and the Silk Road.

5) Well educated staff in Tourism is a factor of success. How should the different private and public academies and institutions contribute to this goal? How do the Kirghiz providers deal with the expectations of a European tourist?

It is the responsibility of the ministry of education to implement international standards like the Bologna system. The diploma should be accepted abroad. We have a close relationship with Turkey and are learning of them. We should have high quality of services, good prizes and packages to fulfil the expectations of tourists.

6) Issyk Kul is the «blue pearl». It is known that there was almost a collapse of the capacity of infrastructure. How would you like to support a sustainable development of the tourism around Issyk Kul so that the name «The blue pearl» still can be given in 20 years?

There are different infrastructure lacks around Lake Issyk Kul. The roads between Bishkek and the Lake should be prepared. We are planning to implement a label. That means that the providers should have a licence. A classification will be made. They have to ensure the environmental protection with special equipments like canalization, cleaning water and rubbish recycling systems. The biggest problem is that there are too less toilets so that the excrements have to be collected by special systems. The main thing is that the Tourists around Lake Issyk Kul should change their minds concerning an ecological behaviour.

7) Where would you like the Kirghiz Tourism to be in 10 years?

The main thing is to improve the infrastructure, this is depending of the state in general. We would like to plan and realize new national programme for tourism development. We'd like to improve the tourist services and to promote tourist products to other markets. 90% of the world does not know Kyrgyzstan. In 10 years our country should be known by 30% of the world!

II.II. Kaspar Grossenbacher – Helvetas Kirgistan

Programmdirektor

Herr Kaspar Grossenbacher arbeitet bei Helvetas in Zürich und ist Direktor des Kirgistan Gesamtprogrammes.

Ich habe mich am 22.03.07 zu einem Interview mit ihm getroffen. Nachfolgend sind die Antworten auf meine Fragen zu finden:

1) Was ist Ihr Grundverständnis von Entwicklungsarbeit in Kirgistan?

Zentrale Aufgabe der Entwicklungsarbeit in Kirgistan ist die Förderung und Stärkung lokaler, ländlicher Strukturen. Wir möchten auf ökonomischer, ökologischer wie auch sozialer Hinsicht Wirkungen erzielen. Wir arbeiten dahingehend die ländliche Bevölkerung zu befähigen sich in Gemeinschaften zu organisieren, um Einkommen zu generieren. Ziel dabei ist die nachhaltige Wirkung, die Überwindung der Bürokratie und die Reduzierung der Armut. Der Grundgedanke ist es, dass die Entwicklung und Verbesserung der lokalen Strukturen ganz in die Hände der Kirgisen gegeben wird.

2) Welches sind die schönsten «Früchte» Ihrer Unterstützungsarbeit in Kirgistan?

Im Bezug auf KCBTA sind wir sehr erfreut, welche grosse Eigeninitiative sich entwickelt hat. Seit nun 4 Jahren besteht dieser Verband und zeigt grosse Eigenverantwortung. Sie weisen ein gutes Qualitätsbewusstsein auf und setzen dieses konsequent um. Innert kurzer Zeit hat sich CBT etabliert. Es bestehen bereits Expansionspläne nach Tadschikistan und Kasachstan, wo sie mit Partner im Gespräch sind.

3) Welche Verbesserungspotenziale sehen Sie im künftigen Engagement bezüglich dem CBTSP?

Es gibt momentan keine Anknüpfungspunkte mehr. KCBTA hat zum grossen Teil die Fäden selber in der Hand. Helvetas ist nur noch im Hintergrund tätig und unterstützt KCBTA mit finanziellen Mitteln. Es ist eines der Hauptziele, dass der Verband sich selber finanzieren kann. Das Abfallproblem muss noch besser in den Griff bekommen werden. Nach der Konsolidierung wäre sicher einmal die Weiterentwicklung von nachhaltigeren Massnahmen zu treffen.

4) Bestehen weitere neue Projektpläne?

Es wäre durchaus vorstellbar, dass im Bereich Berufsbildung des Gastgewerbes und der Hotellerie ein Engagement im Zusammenhang auch mit unserem Landwirtschaftsberufsbildungsprogramm in Frage käme.

II.III. Tony Steinmann/Gulsara Karabasheva – Novinomad/Hotel Amir

Tony Steinmann ist Geschäftsführer von AP Marketing in Willisau und hat mit seiner Frau Gulsara Karabasheva das Hotel Amir in Karakol in Kirgistan (auf)gebaut. Sie kümmern sich gemeinsam um die strategische Führung dieses Gruppenhotels. Gulsara Karabasheva ist als General Manager (Verwaltungsratspräsidentin) von Novinomad, einem kirgisischen Reiserveranstalter in Bishkek, tätig.

Nachfolgend kurz zusammengefasst die Antworten, welche sie mir bei meinem Besuch in Willisau/LU vom 09.03.07 auf meine Fragen gegeben haben:

1) Erzählt mir bitte kurz Euren persönlichen Bezug zu Kirgistan:

Gulsara Karabasheva: Ich bin in Karakol aufgewachsen, östlich des Issyk Kul Sees. Ich studierte in Tashkent und arbeitete später im «Women Promotion Project»



(WPP) von Helvetas mit. Daraus wurde dann das «Business Promotion Project» (BPP), welches sich zunehmend auf den Tourismus konzentrierte. Ich war während dieser Zeit entscheidend daran beteiligt Novinomad – einem kirgisischen Touroperator, welchem ich als «General Manager» vorstehe- aufzubauen.

Tony Steinmann: Ich war ebenfalls für eine Zeit lang bei Helvetas in Kirgistan tätig. Da habe ich dann auch Gulsara kennengelernt. Wir haben dann später geheiratet und haben heute einen Sohn namens Amir.

Ich unterstütze sie in der Akquisition von Neukunden für Novinomad und helfe da und dort, wo Not am Manne ist. Es läuft ganz nach dem kirgisischen Sprichwort: «Der Mann ist der Kopf und die Frau der Hals. Der Kopf schaut dahin, wo der Hals sich dreht.»

2) Wie kam es dazu Novinomad zu gründen?

Gulsara Karabasheva: Novinomad war ursprünglich als erste Beratungsstelle im Rahmen des Business Promotion Projects gedacht. Es wurde jedoch vermehrt zu einem Tour Operator. Dabei wurde dann später das «Community Based Tourism Support Project» (CBTSP) aufgebaut.

3) Wie sieht die Zusammenarbeit mit CBT (Community Based Tourism) konkret aus?

Gulsara Karabasheva: Die 9 CBTs wurden durch Helvetas gegründet. Wir sind gute Partner von dem Verband KCBTA. Wir werden jedoch vermehrt auch zu Konkurrenten. CBT hat begonnen aktive Werbung und Promotion für deren Produkte zu betreiben.

4) Novinomad ist vor allem in westeuropäischen Märkten tätig. Was macht diesen Markt so interessant?

Gulsara Karabasheva: Die Menschen West- und Mitteleuropas suchen die authentische Kultur, Tradition sowie eine unverbrauchte Natur. Sie sind im Gegensatz zu den umliegenden Quellmärkten (Russland, Kasachstan...) daran interessiert, unsere Kultur hautnah zu erleben. Das fördert die kirgisische Tradition und Kultur schlechthin und ist für uns eine potenzielle Kundschaft.

5) Mit welchen Marketingmitteln könnte der Schweizer Markt besser angesprochen werden?

Tony Steinmann: Das A und O um Kirgistan besser bekannt zu machen, sind die Reisebüros. Darum setzen wir auf die Neuakquirierung von neuen Touroperators. Diese müssen vertraut werden mit dem Produkt von Novinomad und deren künftigen wirtschaftlichen Stabilität.

6) Wie kam es zur Idee ein Hotel in Karakol bauen zu lassen?

Tony Steinmann: Ursprünglich wollten wir ein bed & breakfast in Karakol, dem Ort wo Gulsara aufgewachsen ist, eröffnen. Dann haben wir uns jedoch entschlossen ein Hotel für Gruppenreisende zu bauen. So haben wir 2004/2005 mit Bauen begonnen und konnten das Hotel Amir (benannt nach unserem Sohn, arab. «Prinz») am 03. Mai 2006 eröffnen.

7) Wie sieht der Tourismus in Kirgistan in Zukunft aus?

Gulsara Karabasheva: Die Regierung Kirgistans ist nicht untätig, was den Tourismus angeht. Jedoch haben sie dabei ihre ganz eigenen Vorstellungen, wie dieser auf dem Laufenden gehalten werden sollte.

Tony Steinmann: Es ist schwierig den Tourismus und die Infrastruktur übergeordnet zu steuern. Meiner Meinung nach funktioniert dies nur über die Nachfrage. Diese kann letzten Endes etwas bewegen. Bevor keine Touristen im Land sind, wird sich auch nichts ändern. Einmal mehr ist das b to b Geschäft wichtig, um Kirgistan effizient vermarkten zu können. Dabei muss Vertrauen gewonnen werden.

II.IV. Markus Siegfried – Kirgistan Product Manager bei Globotrek

Ich habe Herrn Markus Siegfried, Product Manager Kirgistan bei Globotrek in Bern ein paar Fragen zur Nachfrage und der Zusammenarbeit mit Helvetas zugesandt. Er gab mir am 04.04.07 per Email folgende –teils stichwortartigen – Antworten an:

1) Welches sind die Hauptverkaufsargumente beim Verkauf einer Kirgistan-Reise?

Nomadenleben, Jurten, Natur pur, Helvetas-Projekte, Gebirgslandschaften // buchbar ab 2 Personen, da mit unserer qualitativ guten Agentur auch ohne Schweizer Leitung möglich.

2) Wie entwickelt sich die Nachfrage an Reisen nach Kirgistan seitdem Sie diese Destination im Angebot haben?

Dank der Zusammenarbeit mit Helvetas konnten wir ein weiteres Segment ansprechen. Positiv.

3) Wie sehen die allgemeinen Rückmeldungen der Kunden nach der Reise nach Kirgistan aus?

Die Globotrek-Reise im Trekking Erlebnisreisen-Katalog ist noch nicht überaus gut gebucht, aber da ab 2 Personen durchführbar, z. Teil schon garantiert. Am besten

läuft die kombinierte Tour Xinjiang/Kirgistan mit der Schweizer Familie, welche an 5 Daten à 16 PAX ausgebucht ist.

4) Welches sind die Haupthintergründe für die Zusammenarbeit mit Helvetas?

Zusammenarbeit mit einer Organisation, welche für uns den Zugang zu neuen Segmenten ermöglicht, diverse gemeinsame Marketingmöglichkeiten, Kooperation, welche nachhaltigen Tourismus ermöglicht.

5) Novinomad ist ein guter Partner, welcher die Bedürfnisse des Schweizer Marktes gut kennt. In welchen Bereichen denken Sie, könnte Novinomad das Angebot verbessern?

Wir sind momentan sehr zufrieden - evtl. im Bereich der Ausbildung für die lokalen Guides.

6) Community Based Tourism hat seit dem Projektbeginn einen grossen Aufschwung erlebt. Wie würden Sie aus Ihrer Sicht als Tour Operator eine allfällige direkte Zusammenarbeit mit dem Verband KCBTA (Kyrgyz Community Based Tourism Association) beurteilen?

Wir benötigen einen Kontakt mit einem erfahrenen Tourismus-Tour Operator, der uns die Kanäle zu den lokalen Organisationen öffnet - ein Direkt-Kontakt mit KCBTA könnte ein Kommunikationsproblem verursachen. Administrative Qualität ist für uns sehr wichtig.