



Weißer Sand und Palmen vor dem „Green and Blue“-Resort — die Region um Matemwe ist eine der schönsten Sansibars. Frische Früchte gibt es überall spottbillig zu kaufen; die tragische Liebesgeschichte der Sultanstochter Bibi Salme (unten links) rührt Einheimische und Touristen bis heute. Fotos: Hauck

# Magisches Sansibar

Natur und Geschichte satt: Der Massentourismus hat die Insel vor der ostafrikanischen Küste noch nicht erreicht

Von Joachim Hauck

Stundenlang könnte man zusehen, bequem und entspannt aus dem Hotel-Swimming-Pool: Den Dorfkindern, die am blütenweißen Sandstrand spielen; den Fischern, die ihre malerischen Dhau vorsichtig durchs Riff steuern, ihren bescheidenen Fang an Land bringen und versteigern; den Frauen, die im flachen, blaugrün schwimmenden Wasser Seegras ernten, um es den Einkäufern irgendeiner Kosmetikfirma zu verkaufen und sich ein kleines Zubrot zu verdienen.

Wir sind auf Sansibar, der tropischen Trauminsel im Indischen Ozean, die Wilhelm II vor knapp 125 Jahren gegen das kalte, vom Sturm umtoste Helgoland getauscht hat. Aufgegeben hat der deutsche Kaiser damals ein Stückchen Erde, das zum Urlaubsparadies geworden ist, ohne vom Massentourismus überschwemmt zu werden.

Manchmal schützt sich die Natur eben selbst: Durch einen ausgeprägten Wechsel von Ebbe und Flut beispielsweise, der das Baden direkt vom Strand nicht immer dann möglich macht, wenn der Tourist es will, sondern wenn die Gezeiten es zulassen. Das kann, je nach Jahreszeit, mal am Vormittag, mal am Abend sein – nicht jeder Touri mag das.

Sansibar-Fans schon, denn die meisten sich für ein paar Dollar auf einer Dhau ein, fahren zum Schwimmen, Schnorcheln ein Stück heraus oder wandern durchs knietiefe Wasser ein paar hundert Meter hinaus zum Riff. Angesagt ist, vor allem an der Nordostküste, Natur pur – Ruhe und Erholung ohne Jetski- und Motorbootlärm, ohne blitzende Einkaufsmeilen und Disco-Rummel.

Bei Matemwe, wo Sansibar am ursprünglichsten und wohl auch am schönsten ist, hat der Österreicher Christian Wymetal, einen Traum wahr gemacht und ein feines Hotel gebaut: Die „Green and Blue Ocean Lodge“, eine exclusive Anlage mit 14 eleganten Bungalows, eingebettet in ein Gartenparadies mit üppigen Bougainvilleas, Hibiskus-Riesen, Agaven und Palmen. 75 Quadratmeter groß sind die im inseltypischen Stil gebauten Bungalows und doch nur für zwei Erwachsene, vielleicht noch zwei Kinder, gedacht. Mehr als 30, 40 Gäste zugleich sind selten im Resort – und die haben drei Pools, Wellness und Spa ganz für sich, ihre private Veranda mit der extra Außenbadewanne sowieso.

Dazu ein Restaurant, auf das Wymetal und Hotelmanager Alois Inninger zu Recht stolz sind. Der Service ist,

für afrikanische Verhältnisse, erstklassig, die Küche ist es auch. Koch Husnji Ahmadi bringt täglich selbstgebackene Brotvariationen mit eigenen Gewürzmischungen auf den Tisch; Fisch und Meeresfrüchte kommen frisch vom Strand, Mangos und Papayas aus Plantagen um die Ecke. Zum Nachtisch serviert Husnji Himbeereis, Kokosnusstarte oder Ananasstrudel – derlei Anleihen an die österreichische Küche sind gewollt und keineswegs zufällig.

Nach langem Suchen war es Inninger, der seinen Job als Hoteldirektor auf der Seiser Alm im vergangenen Jahr mit dem auf Sansibar vertauscht hat, tatsächlich gelungen, für den sansibarischen Küchenchef ein österreichisches Kochbuch in englischer Sprache zu finden. Seither werden die Rezepte mit Begeisterung nachgekocht, die passenden Weine hat das „Green and Blue“ auch auf der Speisekarte: Einen Grünen Veltliner aus der Wachau, einen Weißburgunder aus dem Burgenland oder einen „Monzinger Frühlingsplätzchen“ von der (deutschen) Nahe.

„Kilimanjaro“-Bier freilich ist das beliebteste alkoholische Getränk auf der Insel. Gebraut wird es auf dem tansanischen Festland und ist ein vergleichsweise unkompliziertes Über-

bleibsel der deutscher Kolonialherrschaft. Viel erinnert nicht an diese Zeit; außer dem Bier danken die Sansibaris Kaiser und Reich nur die wahre, aber tragische Liebesgeschichte der Sultanstochter Bibi Salme, die einen deutschen Kaufmann geheiratet und dafür gleich doppelt gebüßt hat: Mit dem schmerzlichen Bann durch ihre Familie auf Sansibar und schroffer Zurückweisung in Deutschland.

Das Buch, in dem Salme ihr Leben und Leiden beschrieben hat, wird auf der Insel gern gelesen und den Touristen, natürlich auf deutsch, verkauft. Die Paläste rund um die Hauptstadt Stonetown, in denen die Prinzessin lebte, sind beliebte und sehenswerte Ausflugsziele – wie alles, was zurück in die Blütezeit der Insel weist.

Märchenhaft reich waren Sansibars Herrscher, dank des Handels mit Elfenbein, Gewürzen und Sklaven. Tausende von Menschen wurden Jahr für Jahr verschleppt, bis ins 20. Jahrhundert hinein dienten den Sklavenjägern Höhlen an der Nordküste als Unterschlupf. Viele davon sind zu besichtigen; weniger bedrückend und unbedingt empfehlenswert ist der Besuch einer Gewürzfarm. Warum aus der gleichen Pflanze mal weißer, mal roter oder schwarzer Pfeffer kommt? Was nicht nur schmeckt, son-

dern auch gegen Sonnenbrand (Zimt), Zahnschmerzen (Nelken) oder Nierenleiden (Zitronengras) hilft – all das sind kleine Rätsel, die die Fremdenführer beim Rundgang durch die Farmen fachmännisch auflösen.

Ein paar Euro kosten die Touren, und für kleines Geld führen die Einheimischen den Gast im Jozani-Nationalpark auch zu den Colobos-Affen – possierlichen, gar nicht scheuen Tieren, die es nur auf Sansibar gibt. Bootsfahrten um die Traum-Atolle vor der Küste, Spaziergänge durch die üppige Natur und entlang der weichen, weißen Strände – alles gibt den arabischen Eroberern Recht, denen Sansibar den Namen verdankt. *Zayn za l'barr* sollen die Seeleute bei der Landung gerufen haben: „Schön ist diese Insel“.

Informationen: Auskünfte über das Hotel-Resort gibt es unter [www.greenandblue-zanzibar.com](http://www.greenandblue-zanzibar.com) Condor bietet günstige Verbindungen zwischen Frankfurt und Stonetown an, direkt oder mit kurzem Zwischenstopp in Kenia. Eine gute Adresse für Leihwagen ist [www.kibabucars.com](http://www.kibabucars.com) Touristen sollten stets auch die Visa-, Impf- und Sicherheitsweise der Bundesregierung unter [www.auswaertigesamt.de](http://www.auswaertigesamt.de) beachten.

Millionen von Reisende sammeln heute Bonusmeilen. Die meisten sparen auf einen Schnäppchenflug. Einem kleinen Kreis von Vielfliegern dagegen ist nur ihre goldene oder silberne Vielflieger-Karte wichtig. Sie öffnete die Türen zu einer Welt des privilegierten Fliegens.

Wolfgang Kiéck's größtes Schnäppchen war die USA-Reise. In der Business Class mit Liegesitzen von Hamburg nach Miami und weiter nach Kanada. „Der Flug hätte 7000 Euro gekostet, wir haben 500 bezahlt“, sagt er. Zwei Jahre haben die Kiécks dafür in ihrem Stamm-Supermarkt eingekauft, um Treuepunkte zu sammeln, die sie in Meilen umwandeln können. Sie haben mit der Kreditkarte bezahlt und dafür Meilen erhalten. Sie haben den Handyvertrag gewechselt, „das gibt jedes Mal 15000 Meilen“, und ein Zeitschriftenabo (22 000 Meilen). „Da muss man ein bisschen hinterher sein“, sagt er.

## Die findigen Meilenjäger

Business-Lounge und schnelles Einchecken: Wie Airlines Vielflieger an sich binden

Wolfgang Kiéck ist eines von mehr als 25 Millionen Mitgliedern bei Lufthansas Miles & More, dem größten Treueprogramm einer Airline in Europa. Bei United Airlines sammeln sogar mehr als 90 Millionen Menschen Flugmeilen, erklärt Ravindra Bhagwanani. Der Chef des Beratungsunternehmens Global Flight hat sich auf Vielflieger-Programme spezialisiert. Die Flugmeilen seien eines der wichtigsten Marketinginstrumente von Fluggesellschaften geworden, erklärt Bhagwanani. So binden sie die Meilensammler an sich, und damit die kleine Gruppe von wirklich profitablen Kunden: die Vielflieger.

Mehr als 200 Vielflieger-Programme gibt es weltweit. Das Grundprinzip ist immer gleich: Man erhält für seine Flüge Bonusmeilen, die man für Rabatte, Prämien oder Privi-

legien eintauscht. Die Details unterscheiden sich aber erheblich, sagt Bhagwanani.

Bei Miles & More etwa erhalten die Kunden auf jedem Flug Status- und Prämienmeilen. Prämienmeilen kann man sich auch verdienen, indem man bei den 350 Partner-Unternehmen zum Beispiel Hotels oder Mietwagen bucht. Statusmeilen kann man sich nur erfliegen. Sie sind die wahre Währung der Vielflieger.

Bei 35000 Statusmeilen im Jahr steigt der gewöhnliche Reisende zum Frequent Traveller auf, ab 100000 Meilen darf er sich die Senator-Karte ins Portemonnaie stecken. Und wer innerhalb von zwei Jahren 600000 Meilen sammelt, wird HON Circle Member.

Selbst den Status des Frequent Travellers erreicht nur ein Bruchteil der 25 Millionen Meilensammler.

Schließlich muss man dafür mindestens zweimal pro Jahr in der Business Class von Deutschland nach New York und zurück fliegen. Das silberne Kärtchen ist der Eintritt in eine Welt der Privilegien. Mit ihr checkt man am Business-Class-Schalter ein, auch wenn man nur für 99 Euro in der Holzklasse nach Rom fliegt.

Man nimmt die Fast Lane an der Sicherheitskontrolle, und man wird bevorzugt behandelt, wenn man den Flug umbuchen muss. Am wichtigsten sind den meisten Statuskunden aber zwei Dinge: Upgrades in die Business- oder First-Class und der Zutritt zu den Business Lounges.

Einigen Geschäftsreisenden ist ihr Status so wichtig, dass sie mit günstigen Tickets irgendwohin fliegen, Hauptsache weit weg, gerne mit Umwegen. Alles nur, um Meilen zu

sammeln. Mileage Run nennen Experten das Phänomen. Um solche absurden Auswüchse zu erübrigen, bieten einige Fluggesellschaften Statusmeilen nun zum Kauf an.

„Wirklich interessant sind die Programme tatsächlich nur für regelmäßige Reisende mit mindestens zehn Kurzstreckenflügen pro Jahr, zwei Langstreckenflügen in der Economy Class oder einem in der Business Class“, sagt Ravindra Bhagwanani. Denn nur so sammle man genug Meilen, um mal eine Prämie zu ergattern.

Economy-Class-Flüge lohnten sich als Prämie allerdings kaum noch, sagt Kiéck. „Nach San Francisco zahlt man zum Beispiel immer noch 550 Euro für die Gebühren. Und sonst kostet der Flug 800 Euro.“ Sinnvoller sei es, seine Meilen einzusetzen, um kurzfristig einen Flug zu ergattern.

Wolfgang Kiéck wird das nicht passieren. Er wird sich schon bald für seinen nächsten Business-Class-Flug anmelden. 83000 Meilen fehlen ihm noch, eineinhalb Jahre, schätzt er. Dann geht's nach Australien.

FLORIAN SANKTJOHANSER