



HUNTER'S STEAK HOUSE

P. O. Box 90574, Mombasa.

Nyali / Mkomani

Open for
Lunch & Dinner
(Tuesdays Closed)

Tel: 474759

Enjoy an "Out of Africa" experience in Nguuni Nature Sanctuary!

.....only 4 km away from the Bamburi Cement factory, this small sanctuary offers you a few choices of spending your leisure time but in a unique environment.....



- **Camel riding** A beautiful landscape can be viewed on a camel ride. See the sanctuary from a different angle.
- **Bird Watching** Along the bird trail and hide, you will see over 200 bird species.
- **Tours & Nature Walks** Enjoy pleasant nature walks along valleys with rain-fed ponds. School tours are also organized.
- **A home to animals** See ostriches, water bucks and gazelles all at a close range, while the oxen and stands graze quietly.
- **Sundowners** A unique opportunity to a sundowner and barbecue at the campfire. A perfect setting for get together with friends, picnic and staff parties as well as a wedding with a difference - you will be surrounded by antelopes as you watch a magnificent background.

All tours are guided. Open 7 days. Timings: 8:00 a.m. - 6:00 p.m.

Further information/bookings

Baobab Trust Cell: 0721 357 876, Mombasa

www.thehallerfoundation.com



For a limited time only get a free ticket to FOREST TRAILS with every one you buy at HALLER PARK!

Its more than just
Bush-baby!

Off Mombasa - Malindi Road
P.O. Box 81995 - 80100, Mombasa, Kenya
Tel: (+254 41) 5485901-4
Fax: (+254 41) 5486459/60
E-mail: Les.info@bamburi.lafarge.com
Website: www.lafargeecosystems.com



Bamburi
nature trails

Kshs 27 Milliarden aus dem Tourismus in Kenia

DER TOURISMUSSEKTOR in Kenia hat weiterhin eine wichtige Rolle gespielt für die Wirtschaft des Landes mit einem beträchtlichen Beitrag an das Brutto Sozialprodukt, mit Deviseneinnahmen, Arbeitsplätzen und somit zur Armutsbekämpfung.

Die gesamten Touristenankünfte betragen im ersten und zweiten Quartal 2006 824.000, verglichen mit 728.000 in 2005, eine Zunahme um 13 Prozent.

Ankünfte mit dem Flugzeug und auf dem Seeweg haben um 14 Prozent zugenommen von 368.000 in 2005 auf 420.000 in 2006, während Grenzübergänge um 12 Prozent zunahmen von 359.000 in 2005 auf 403.000 in 2006.

Einnahmen aus dem Tourismus haben von Januar bis Juni 2006 um 10 Prozent auf 27 Milliarden Kshs zugenommen, im Vergleich mit Kshs 24 Milliarden im Vorjahr.

Für das ganze Jahr werden insgesamt Kshs 56 Milliarden erwartet, 10 Prozent mehr als im Vorjahr.

Großbritannien bleibt der wichtigste Markt.

Von Januar bis Juni 2006 gab es eine merkliche Zunahme um 8 Prozent mit 70.000 Ankünften verglichen mit 64.000 in 2005.

Deutschland - Das erste Quartal verzeichnete eine Zunahme um 15 Prozent der deutschen Touristen, die auf dem *Jomo Kenyatta International Airport* und auf dem *Moi International Airport* in Mombasa ankamen, während die Ankünfte aus Frankreich um 25 Prozent stiegen.

Neue Märkte: Indien war wiederum der wichtigste Markt mit einer Zunahme im 1. Halbjahr um 11 Prozent und überholte Japan, aus welchem Land die Ankünfte um 16 Prozent zurückgingen.

USA: Die Ankünfte verzeichneten im 1. Halbjahr 2006 eine Zunahme um 9 Prozent, das heißt 39.000 gegenüber 36.000 Ankünften im Vorjahr.

Es ist ein Beweis, dass die Amerikaner immer noch Vertrauen haben in Kenia als bevorzugte Destination in Afrika.

Im Rahmen einer Werbekampagne wurden im Mai 2006 54 Vertreter von Reiseveranstaltern und 10 Journalisten auf Informationstour nach Kenia mit 6-Tage Safaris eingeladen, um ihnen die besten Reiserouten abseits der üblichen Touristenpfade zu zeigen.

Lokaltourismus wird immer wichtiger, um die Betten auch während der Zwischensaison zu füllen und Einnahmen für lokale Hoteliers zu bringen.

Es hat sich bereits gezeigt, dass lokale Touristen ihre Ansichten über Ferien geändert haben; sie verbringen öfter Urlaub und mehr als 40 Prozent der Betten wurden von lokalen Gästen belegt.

Lokaltourismus ist ein soziales Erlebnis für die Jugend wie auch ein bildendes Abenteuer.

Viele Kenianer möchten gerne mehr reisen, aber sie sind nicht genügend informiert über das Angebot.

Sie sind auch bereit, für gute

Dienste zu bezahlen, wenn das Preis-Leistungsverhältnis stimmt.

Dies kann erreicht werden mit Kampagnen des *Kenya Tourist Board* in enger Zusammenarbeit mit den Medien, um Informationen über die angebotenen Destinationen zu vermitteln.

Flugzeugkapazität: Diese wird erweitert mit der Einführung von *Mozambican Airlines*, die Touristen aus dem südlichen Afrika bringen wird mit 1800

(aus einem Bericht von Dr. Ongong'a Achieng, Managing Director des Kenya Tourist Board)

zusätzlichen Plätzen pro Monat.

Was Charterflüge betrifft, haben mindestens acht Charterfluggesellschaften, die mit Reiseveranstaltern in Europa arbeiten, seit 1. Juni 2006 ihre Dienste wieder aufgenommen.

Produkte: Nairobi hat sich als wichtigstes Konferenzzentrum in Afrika erwiesen nach der Renovierung und Neuausstattung des 33 Jahre alten *Kenyatta Conference Centre*.

Es hat eine Plenarhalle im Amphitheaterstil für 4000 Personen, Parkplätze für 1000 Fahrzeuge und Untergrundparking für 180 Autos.

Das Center offeriert verschiedene Tagungsräumlichkeiten, auch für kleinere Gruppen.

Die Regierung hat rund 400 Millionen Kshs ausgegeben, um das Konferenzzentrum nach internationalen Standards zu renovieren und modernisieren.

Dadurch wurde das Center im November 2005 aufgenommen in die *International Congress and Convention Association (ICCA)* und ist seit April 2006 auch Mitglied der *International Association of Congress Centres (IACC)*.

Wenn jeden Monat eine internationale Konferenz stattfinden würde, könnten pro Monat durchschnittlich US Dollar 4-5 Millionen verdient werden, das heißt jährlich ein Zuschuss von 4-5 Milliarden an die kenianische Wirtschaft.

Wichtige Konferenzen, die zwischen Januar und Juni 2006 dort abgehalten wurden, sind unter anderem *Speakers Conference*, *Inter Parliamentary Union Conference* mit Teilnehmern aus mehr als 150 Ländern, *Ministers for Culture Conference*, *African Ministerial Conference on Housing and Urban Development*.

Mehr Konferenzen sind angemeldet, ein Beweis dafür, dass Konferenztourismus in Kenia eine große Attraktion darstellt.

Sporttourismus: In Kenia wird im März 2007 erstmals der *IAAF World Cross Country Marathon* abgehalten.

Beziehungen zu den Medien: Das *Kenya Tourist Board* legt großen Wert auf gute Beziehungen zu den Medien.

Es wurden mehrere Informations- und Bildungsreisen durchgeführt für lokale und internationale Medienhäuser.

Die Medien spielen eine wichtige Rolle, um die Öffentlichkeit darauf aufmerksam zu machen, welche Produkte in welcher Destination angeboten

werden. Im Juni 2006 wurde erstmals eine Informationstour mit Chefredakteuren bedeutender Magazine nach Tsavo West und an der Südküste durchgeführt, um ihnen zu zeigen, was in diesen Regionen offeriert wird.

Neue Investitionen: Nachdem sich der Tourismus erholt hat, reagierte die Industrie mit der Errichtung neuer Projekte positiv auf das wachsende Interesse an Kenia als Tourismusdestination.

The Cove hat 6 Baumhäuser während *Sable Valley* Baumhäuser für 2 Paare errichtet, um vor allem Hochzeitsreisende anzulocken.

Die *Sable Valley* Baumhäuser haben ihren Betrieb bereits aufgenommen, während *The Cove* im Oktober 2006 eröffnet werden soll.

Chale Island wird zur Renovierung und im Dezember 2006 wieder eröffnet, ebenfalls für anspruchsvollere Kunden.

Geplante Aktivitäten Das *Kenya Tourist Board* wird demnächst eine internationale Erhebung durchführen, um Informationen zu erhalten über Kundenzufriedenheit, Produktverfäherung und Qualitätsausgaben der Touristen und Marketingeinfluss auf die Destination.

In den nächsten Monaten wird das *Kenya Tourist Board* gemeinsam mit der indischen Regierung an verschiedenen Wanderausstellungen und Reiseveranstaltungen in Frankreich, Osteuropa und USA teilnehmen.

Infrastruktur: Das Straßennetz stellt weiterhin die größte Herausforderung bei unseren Marketingbemühungen dar.

Die meisten Straßen, die zu den Nationalparks und Reservaten führen, sind in schlechtem Zustand und benötigen dringend Reparaturen und Unterhalt.

Die zu Ende gehende Regenzeit hat auch Straßen schlechter, die noch in passablem Zustand waren aber kürzlich repariert worden sind.

Flughäfen: Die zwei größten internationalen Flughäfen im internationalen Wettbewerb im Tourismusmarkt nicht zu Image des Landes beitragen.

Die Regierung hat sich zusammengestellt mit unseren Entwicklungspartnern, um zu beschließen, erhebliche Verbesserungen durchzuführen, wodurch das Destinationenimage erhöht werden soll.

Lebensmittel für Waisen und Witwen



CATHERINE NZIOKA (Mitte), Sales and Marketing Manager des Nyali Beach Hotels, und Mercy Mramba, Kassiererin des Nyali Beach Executive Club, verteilen Kekse an die Kinder von Mwangi ya Wajaluo im Mercy Care, einem Center, das Essen ausliefert mehr als 60 Waisenkinder, 20 Witwen und 20 alte Männer und Frauen. Der Nyali Beach Executive Club spendete Lebensmittel im Wert von Shs 30.000, gesammelt bei den Clubmitgliedern.