

Julia Rosdorff

2 Der Einfluss des Afrika-Images auf die Reiseentscheidung der Deutschen: Probleme und Herausforderungen für das Tourismusmarketing afrikanischer Staaten

Zusammenfassung: Dieses Kapitel beschäftigt sich mit dem Einfluss, den das generalisierte Afrika-Image auf die Reiseentscheidung der Deutschen hat sowie mit der Bedeutung des Images hinsichtlich des Tourismusmarketings afrikanischer Staaten. Das Image meint dabei ein individuelles und subjektives Vorstellungsbild afrikanischer Destinationen, das auf einer Vielzahl von Einflussfaktoren basiert und von tatsächlichen Gegebenheiten abweichen kann. Mittels einer Inhaltsanalyse zum Soll-Image afrikanischer Tourismusorganisationen, einer Erfassung des in der Gesellschaft kommunizierten Bildes Afrikas und einer konzipierten Befragung zum Ist-Image werden Daten zum Bild des Kontinentes dargelegt. Die Verknüpfung der Analyse-Ergebnisse zeigt Herausforderungen für das Tourismusmarketing afrikanischer Staaten auf und ermöglicht die Entwicklung einer Zielrichtung sowie die Ableitung von Handlungsempfehlungen.

Schlagwörter: Wahrnehmung Afrikas, Tourismusmarketing, Generalisierung, Stereotypisierung, imagebildende Faktoren, Handlungsempfehlungen

2.1 Einleitung

Weltweit ist ein starkes Tourismuswachstum zu verzeichnen. Auch in Afrika ist dieser Anstieg präsent – im Jahr 2017 stiegen die afrikanischen Tourismusankünfte um 8,6 % im Vergleich zum vorherigen Jahr an. Dennoch liegt die Anzahl internationaler Tourismusankünfte gegenüber anderen Erdteilen auf dem afrikanischen Kontinent mit 71,1 Mio. vergleichsweise niedrig (vgl. Abb. 2.1). Global gesehen erfolgten ausschließlich 5,4 % aller touristischen Ankünfte in Afrika¹ (vgl. UNWTO 2018a, S. 2).

Eine nähere Betrachtung des Tourismus in afrikanischen Staaten zeigt, dass auch innerhalb des Kontinentes eine Ungleichverteilung der touristischen Nachfrage vorherrscht. Die Anzahl der internationalen Ankünfte und somit auch der touristischen Einkünfte variiert sehr stark: Allein die führenden drei Incoming-Destinationen Marokko, Südafrika und Ägypten konnten im Jahr 2017 die Hälfte aller Tourismusankünfte Afrikas verzeichnen. Einige weitere Staaten wie beispielsweise Tunesien, Algeri-

¹ Diese und nachfolgende Daten aus UNWTO-Statistiken behandeln Ägypten, im Gegensatz zur UNTWO-Kategorisierung, als afrikanischen Staat, wenn keine andere Kennzeichnung vorhanden ist.