



Äthiopien

One Page Business Weekly

Band 2, 11..Ausgabe

Email: consul.eth@t-online.de

18. Mar. 2011

Die Marktnische für den Tourismussektor in Äthiopien

Anlässlich eines Besuches des Ministers für Tourismus der D.B.R. Äthiopien, Seine Exzellenz Herr Amin Abubeker, in Frankfurt, fand diese Woche in den Räumlichkeiten des Äthiopischen Generalkonsulates eine Diskussionsrunde darüber statt, wie Äthiopien als Reiseziel in Deutschland vermarktet und gefördert werden kann und sollte, und für Touristen schmackhaft gemacht werden kann. Die Diskussion war offen und zielte darauf ab, die Anzahl der Reisen nach und in Äthiopien zu erhöhen.

Bei der Diskussionsrunde anwesend waren Experten aus dem Touristensektor aus Äthiopien, Äthiopische Diplomaten, Reiseveranstalter aus Frankfurt und der näheren Umgebung, und zwar von beiden, von Reiseveranstaltern, die Äthiopien schon in ihr Programm aufgenommen haben, und solche, die gerne mehr über das Potential des Landes erfahren wollten.

Die Hauptfragen, die während der Diskussion angesprochen wurden, können, wie folgt, zusammengefasst werden:

Die Marktnische, auf welcher der Tourismussektor in Äthiopien basiert, sind historische, kulturelle und religiöse Sehenswürdigkeiten. Wie wir im „Business Weekly“ der letzten Woche erwähnten, kann die Geschichte Äthopiens

The Niche Market of Tourism in Ethiopia

On the occasion of a working visit to Frankfurt of the Minister of Tourism of the F.D.R. of Ethiopia, H.E. Mr. Amin Abubeker, a round table discussion on how to promote Ethiopia in Germany and attract tourists to Ethiopia took place this week in the office of the Consulate General of Ethiopia. The discussion was frank and aimed at increasing the number of tourists to Ethiopia.

Present at the round table discussion were tourism experts from Ethiopia, Ethiopian Diplomats, Tour Operators residing in Frankfurt and the surrounding area, both those, who included Ethiopia in their catalogue and those, who are new and eager to know what a potential the country possesses.

Main points raised during the discussion are summarized as follows:

The niche market of the Ethiopian Tourism sector is based on historical, cultural and religious sites. As we noted in last week's "Business Weekly", Ethiopia's history dates back to the origins of

auf die Ursprünge der Menschheit zurückdatiert werden und hat einiges an historischen, kulturellen und religiösen Sehenswürdigkeiten als Attraktionen zu bieten, wie:

Der Obelisk in Axum, die Felsenkirchen in Lalibela, der Palast in Gondar, die Festung in Harrar und in dieser Form kann die Liste weitergeführt werden. In Äthiopien sind außerdem 80 Minderheiten mit ihren eigenen Sprachen vertreten. Vom religiösen Gesichtspunkt aus, wird in Äthiopien auch die Bundeslade aufbewahrt und es war ein Zufluchtsort für die ersten Muslimischen Gemeinden. Was Äthiopien heutzutage unter anderem einzigartig macht, ist, dass beide Religionen, Christen und Muslime, dort in Eintracht zusammenleben.

Aus diesem Grund wurde vorgeschlagen, dass Reiseveranstalter ihre Vermarktungspraktiken darauf ausrichten könnten, sich auf Touren zu den historischen, kulturellen und religiösen Sehenswürdigkeiten zu konzentrieren und entsprechende Programme zu organisieren und anzubieten. Es muss dafür gesorgt werden, dass diese für Touristen leicht erreichbar werden, indem die Infrastruktur ausgebaut wird und Hotels mit angemessenem Standard errichtet werden. Auch wurde festgestellt, dass dieser Sektor vielversprechende Gelegenheiten für Investitionen zu bieten hat, denn die zu erwartenden Erlöse sind bedeutend und nachhaltig.

humankind and it hosts a number of historical, cultural and religious sites:

The Axum Obelisk, the Lalibela Hewn Churches, the Palace of Gondar, The Harrar Wall and the list continues. Ethiopia also hosts over 80 linguistic groups. From a religious point of view, Ethiopia is also the home of the Arc of the Covenant and was a safe heaven of the first Muslim Community. Today, what makes Ethiopia unique, among other things is that both Christians and Muslims live together brotherly and harmoniously.

Therefore it was suggested that Tour Operators could make and organise their promotion works on and concentrate on historical, cultural and religious tours. At the same time more needs to be done to develop the areas that host these historical, cultural and religious tourist sites. They must be made easily accessible to tourists by developing infrastructure and building standardized hotels. It was noted that this is a golden opportunity for those, who want to invest in the sector as the returns are huge and sustainable.