

| | |
|--|---|
| Verzeichnis der Figuren und Tabellen | 7 |
| Glossar | 8 |
| TEIL 1: | |
| DER FREMDENVERKEHRSGEOGRAPHISCHE RAHMEN UND LÄNDERKUNDLICHE BASIS | 9 |
| 1.1 | EINFÜHRUNG 9 |
| 1.1.1 | Problemstellung 9 |
| 1.1.2 | Zielsetzung 11 |
| 1.1.3 | Methodik 12 |
| 1.2 | DIE KONZEPTION EINES UMWELT- UND SOZIALVERTRÄG- LICHEN TOURISMUS ALS GRUNDLAGE FÜR DIE TOURISTISCHE ENTWICKLUNG IN ÄTHIOPIEN 13 |
| 1.2.1 | Die wichtigsten Effekte des "Dritte-Welt-Tourismus" und ihre Einflußfaktoren... 16 |
| 1.2.1.1 | <i>... in ökonomischer Hinsicht</i> 16 |
| 1.2.1.1.1 | Der Deviseneffekt 16 |
| 1.2.1.1.2 | Der Beschäftigungs- und Einkommenseffekt 17 |
| 1.2.1.1.3 | Der regionale Ausgleichseffekt 19 |
| 1.2.1.2 | <i>... in soziokultureller Hinsicht</i> 20 |
| 1.2.1.2.1 | Der Demonstrations- und Imitationseffekt 21 |
| 1.2.1.2.2 | Der Akkulturationseffekt 22 |
| 1.2.1.2.3 | Der Identifikationseffekt 23 |
| 1.2.1.3 | <i>... in ökologischer Hinsicht</i> 24 |
| 1.2.2 | Die Umsetzung der Ziele und Maßnahmen umwelt- und sozialverträglicher Tourismusformen 27 |
| 1.2.2.1 | <i>Das Konzept des "Integrierten Dorftourismus"</i> 28 |
| 1.2.2.2 | <i>Das Konzept des "Integrierten Projekttourismus"</i> 30 |
| 1.2.2.3 | <i>Das Konzept der "Entwicklungspolitischen Studienreise mit Reverseprogramm"</i> 31 |
| 1.2.2.4 | <i>Das Konzept der "Staatlichen Tourismuswirtschaft"</i> 31 |
| 1.2.2.5 | <i>Das Konzept des "Ganzheitlichen Naturschutzes"</i> 32 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 1.3 | UNTERSUCHUNG DER DEMOGRAPHISCHEN, NATURRÄUMLICHEN UND KULTURRÄUMLICHEN GEgebenHEITEN ÄTHIOPIENS MIT DER JEWEILIGEN BEDEUTUNG FÜR DEN FREMDENVERKEHR | 33 |
| 1.3.1 | Naturräumliche Aspekte als Fremdenverkehrsattraktion | 33 |
| 1.3.1.1 | <i>Die Geologie und naturräumliche Gliederung</i> | 33 |
| 1.3.1.2 | <i>Das Klima</i> | 35 |
| 1.3.1.3 | <i>Die Vielfalt der Flora und Fauna</i> | 39 |
| 1.3.2 | Kulturräumliche Aspekte als Fremdenverkehrsattraktion | 41 |
| 1.3.2.1 | <i>Die Vielzahl der ethnischen Gruppen</i> | 41 |
| 1.3.2.2 | <i>Die kulturhistorischen Besonderheiten</i> | 43 |
| 1.3.2.3 | <i>Die politische Neuordnung des Landes</i> | 46 |
| 1.3.3 | Touristisch relevante Aspekte der Wirtschaft Äthiopiens | 47 |
| 1.3.3.1 | <i>Die Landwirtschaft</i> | 48 |
| 1.3.3.2 | <i>Das Produzierende Gewerbe</i> | 49 |
| 1.3.3.3 | <i>Der Dienstleistungssektor</i> | 50 |
| 1.3.4 | Die Chancen der touristischen Entwicklung | 51 |
| TEIL 2: | | |
| DIE UNTERSUCHUNG DES TOURISMUS IN ÄTHIOPIEN | | 53 |
| 2.1 | DIE TOURISTISCH RELEVANTEN GEBIETE | 53 |
| 2.1.1 | Addis Abeba, die "neue Blume" und ihre Umgebung | 54 |
| 2.1.2 | Die Seenregion des äthiopischen Rift Valley | 55 |
| 2.1.3 | Der "wilde Süden" | 57 |
| 2.1.4 | Die Heimat des Kaffees | 58 |
| 2.1.5 | Das nördliche Zentralmassiv | 59 |
| 2.1.6 | Der "mittlere Osten" | 62 |
| 2.1.7 | Die Küstenzone des Roten Meeres | 63 |
| 2.1.8 | Das Nationalpark-Problem | 64 |

| | Seite | |
|-----------|--|----|
| 2.2 | DIE TOURISMUSWIRTSCHAFT BIS IN DIE GEGENWART | 65 |
| 2.2.1 | Anmerkungen zur Auswertung des verfügbaren statistischen Materials | 65 |
| 2.2.2 | Die Entwicklung des Tourismus | 66 |
| 2.2.2.1 | <i>Die Entwicklung der Gästezahlen im Überblick</i> | 66 |
| 2.2.2.2 | <i>Die Tourismuswirtschaft in der Regierungszeit des Kaisers Haile Selassie I. (1930-1974)</i> | 67 |
| 2.2.2.3 | <i>Die Tourismuswirtschaft unter Mengistu (1974-1991)</i> | 68 |
| 2.2.2.4 | <i>Die Tourismuswirtschaft seit der Wende (seit 1991)</i> | 68 |
| 2.2.3 | Das touristische Angebot | 69 |
| 2.2.3.1 | <i>Die Struktur und Arbeitsweise der E.T.C.</i> | 70 |
| 2.2.3.2 | <i>Das Beherbergungsgewerbe und die Gastronomie</i> | 71 |
| 2.2.3.2.1 | <i>Das Beherbergungsangebot der N.H.C.</i> | 72 |
| 2.2.3.2.2 | <i>Das privatwirtschaftliche Beherbergungsangebot</i> | 73 |
| 2.2.3.2.3 | <i>Das Beherbergungsangebot an Projektstandorten</i> | 76 |
| 2.2.3.3 | <i>Die Reiseorganisation und der Transport</i> | 77 |
| 2.2.4 | Die touristische Nachfrage | 79 |
| 2.2.4.1 | <i>Begriffliches</i> | 79 |
| 2.2.4.2 | <i>Die Entwicklung der touristischen Nachfrage seit 1985</i> | 79 |
| 2.2.4.3 | <i>Die Tourismusarten</i> | 82 |
| 2.2.4.4 | <i>Die Herkunft der Reisenden</i> | 82 |
| 2.2.4.5 | <i>Die Altersstruktur der Reisenden</i> | 84 |
| 2.2.4.6 | <i>Die Aufenthaltsschwerpunkte der Reisenden</i> | 85 |
| 2.2.4.7 | <i>Die Auslastung der Government-Hotels</i> | 86 |
| 2.2.4.8 | <i>Die Ausgaben der Gäste</i> | 87 |
| 2.2.5 | Der wirtschaftliche Stellenwert des Fremdenverkehrs | 89 |
| 2.2.6 | Das Tourismusmarketing der E.T.C. | 90 |
| 2.2.7 | Die Schwierigkeiten und Engpässe bei der Verwirklichung touristischer Planung | 94 |

| | Seite |
|--|------------|
| Teil 3: | |
| DER TOURISMUS ÄTHIOPIENS IN DER ZUKUNFT: TOURISMUSPOTENTIALE ZUR VERWIRKLICHUNG UMWELT- UND SOZIALVERTRÄGLICHER TOURISMUSFORMEN | 96 |
| 3.1 ENTWICKLUNGSVORSCHLÄGE TOURISTISCHER PLANUNG, DARGELEGT VON DER W.T.O. | 96 |
| 3.2 ENTWICKLUNGSVORSCHLÄGE AUS EIGENER SICHT: ANSÄTZE, DIE ZUR DISKUSSION STEHEN | 98 |
| 3.2.1 Grundsätzliches "sanfter" tourismuspolitischer Maßnahmen | 99 |
| 3.2.1.1 <i>Tourismuspolitik und Ökonomie</i> | 99 |
| 3.2.1.2 <i>Tourismuspolitik und Völkerverständnis</i> | 102 |
| 3.2.1.3 <i>Tourismuspolitik und Ökologie</i> | 103 |
| 3.2.2 Umwelt- und sozialverträgliche Tourismusformen | 104 |
| 3.2.2.1 <i>Der Städtetourismus mit dem Schwerpunkt des Geschäfts- reiseverkehrs</i> | 104 |
| 3.2.2.2 <i>Der "Organisierte Projekttourismus"</i> | 107 |
| 3.2.2.3 <i>Der "Integrierte Nationalparktourismus"</i> | 108 |
| 3.2.2.4 <i>Der "Integrierte Ethnokulturtourismus"</i> | 110 |
| 3.2.3 Maßnahmen eines umwelt- und sozialverträglichen Tourismus- marketing | 112 |
| 3.2.3.1 <i>Die Instrumente des Außenmarketing</i> | 113 |
| 3.2.3.2 <i>Die Instrumente des Innenmarketing</i> | 115 |
| 3.3 ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK | 117 |
| LITERATURVERZEICHNIS | 120 |