

Universität Trier Freizeit- und Tourismusgeographie

Vorgelegt von: Annegret Fuchs, annegretfuchs@web.de

Erstprüfer: Herr Prof. Dr. A. Kagermeier

Zweitprüferin: Frau Prof. Dr. U. Sailer

Titel der Diplomarbeit

**Djerba- Quo vadis? Evaluierung des touristischen Angebotes der Insel Djerba-
Identifizierung der Potentiale und Chancen**

Eingereicht im Mai 2011

Einleitung

Ziel dieser Arbeit ist es, das touristische Angebot der tunesischen Insel Djerba in einer umfassenden Evaluierung zu durchleuchten, Potentiale und Chancen zur Weiterentwicklung zu identifizieren und darauf aufbauende Handlungsempfehlungen zu formulieren. Mit Hilfe von Touristenbefragungen und Expertengesprächen sowie weiteren Erhebungsmethoden soll einerseits herausgefunden werden, wo die Schwächen und Bedrohungen für die Destination Djerba liegen. Andererseits sollen die Erhebungen dem Zweck dienen, Stärken und Chancen herauszuarbeiten um Vorschläge und Anregungen zur Verbesserung des touristischen Angebotes zu entwickeln.

Die der Diplomarbeit zugrundeliegende Leitfrage lautet:

„In wie weit muss das touristische Angebot auf der tunesischen Insel Djerba attraktiver gestaltet werden, um mehr Zielgruppen anzusprechen?“

Der bisherige Schwerpunkt der tunesischen Destination Djerba liegt auf dem Bade- und Strandtourismus. Meist bieten Reiseveranstalter Pauschalangebote für die Insel an, so dass sich ein Image als Billigreisestadt mit Massentourismus entwickelt hat. Die Vorstellung, die ein Tourist von einer Destination hat, ist allerdings für deren touristische Entwicklung von äußerster Wichtigkeit. Denn nur ein positives Bild verspricht ein zahlreiches Erscheinen von Touristen und einen damit verbundenen Anstieg der Tourismusbranche insgesamt (vgl. BIEGER 2008, S. 358). Ziel der Destination Djerba ist es folglich, sich vom Image des Massentourismus zu lösen, indem eine Diversifizierung des touristischen Angebotes vollzogen wird.

Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen der empirischen Studie wurden zwei Untersuchungsformen angewendet: zum einen die Touristenbefragung und zum anderen das Expertengespräch. Des Weiteren wurden Mystery Checks bei Ausflügen durchgeführt und Beurteilungen von Sehenswürdigkeiten vorgenommen. Insgesamt wurden 299 Touristen befragt, welche eine zu geringe Stichprobengröße darstellen um eine Repräsentativität der Erhebung zu gewährleisten, aber dennoch einen tendenziellen Eindruck davon geben, in wie weit das touristische Angebot genutzt wird und wie zufrieden die Touristen mit einigen Aspekten, Djerba betreffend, sind. Darüber hinaus wurden 10 Experteninterviews durchgeführt.

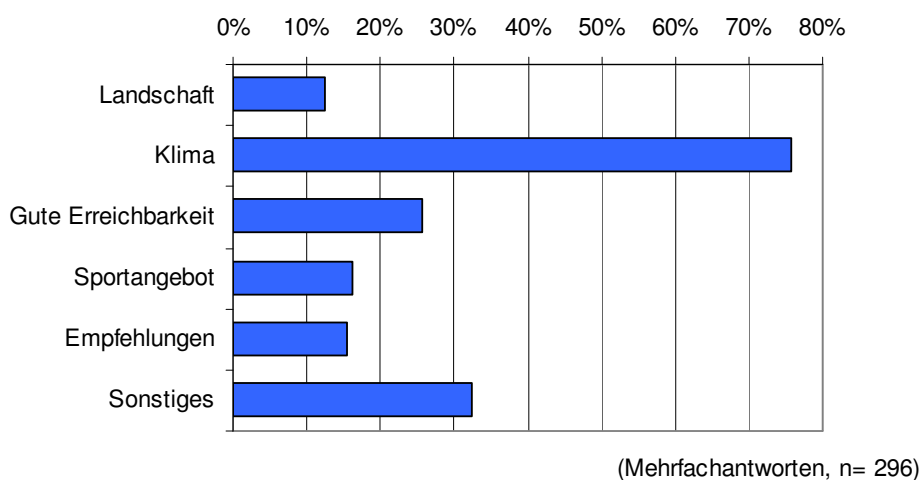
Ergebnisse der Erhebung

Um eine Evaluierung des touristischen Angebotes ganzheitlich durchführen zu können, wurde sowohl die Nachfragerseite als auch die Angebotsseite analysiert.

• Nachfragerseite

Die Betrachtung der Nachfragerseite gibt indirekt Rückschlüsse über das touristische Angebot, welches auf Djerba existiert. Mit 1,3 Mio. internationalen Touristenankünften im Jahr 2009 (vgl. ONTT 2009) gehört Djerba zu den meist besuchten Zielen in Tunesien. Interessant dabei sind folgende Fragestellungen: Welche Gründe benennen die Touristen für einen Urlaub auf Djerba? Welche touristischen Angebote nutzen die Urlauber auf Djerba? Welche Verbesserungsvorschläge haben sie?

Abbildung 1 Reisemotive der Djerba- Urlauber



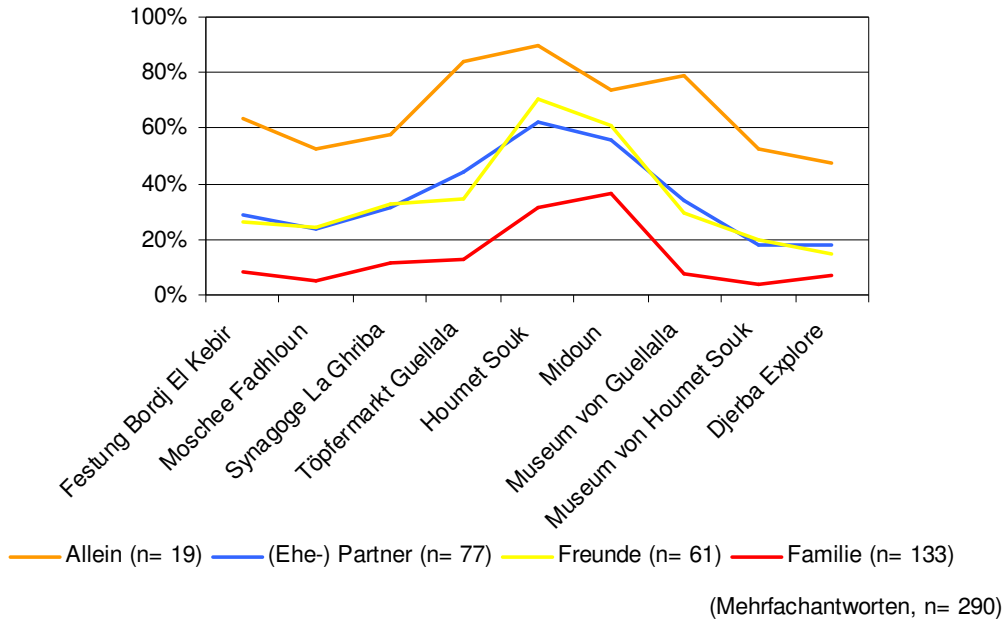
(Quelle: eigene Erhebung und Darstellung)

Die Abbildung 1 verdeutlicht, dass die Reise nach Djerba von allen Befragten zu 76% auf Grund des Klimas gewählt wurde. Nach sonstigen Gründen mit 32% folgen die gute Erreichbarkeit mit 26%, das Sportangebot mit 16% und die Landschaft mit 13%. Von den Befragten nannten 16% die Empfehlung als Buchungsauslöser. Bei der Antwortenkategorie „Sonstiges“ handelt es sich um Antworten, die nicht im Fragebogen aufgeführt wurden. Dabei nannten 6,7%, die diese Angabe gemacht hatten, persönliche Gründe wie die Familie, Freunde und Einheimische. 3,7% der Urlauber gaben als weitere Reisemotive Wellness und 2% die Atmosphäre auf der Insel an.

Neben den Reisemotiven war es wichtig herauszufinden, welche Sehenswürdigkeiten überhaupt von den Touristen genutzt werden. Das nachfolgende Liniendiagramm veranschaulicht deutlich, dass Alleinreisende viel mehr unternehmen und besuchen, als die jeweils anderen Gruppierungen. Am wenigsten besuchten Familien die Sehenswürdigkeiten auf Djerba. Bilden die Orte Houmt Souk und Midoun die meist besuchten Sehenswürdigkeiten in den jeweiligen Gruppen, weckten die Sehenswürdigkeiten Moschee Fadhloun und Djerba Explore nur ein geringes Interesse.

Abbildung 2

Besuchte Sehenswürdigkeiten nach Reisepartner

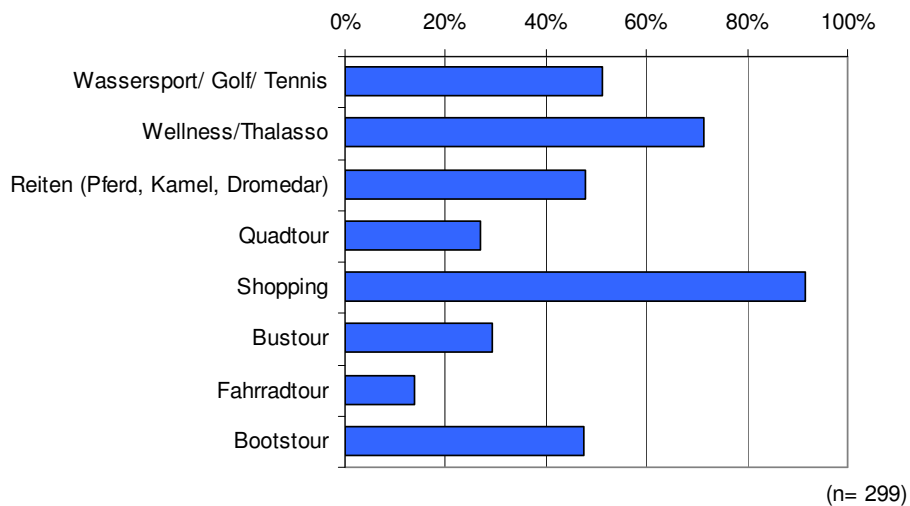


(Quelle: eigene Erhebung und Darstellung)

Die folgende Abbildung 3 zeigt die Urlaubsaktivitäten der Djerba- Urlauber. Das Shopping (91,7%), das Wellnessangebot bzw. die Thalasso (71,3%) und der Wassersport (51,2%) sind die am meisten durchgeführten Aktivitäten der Djerba- Touristen. Schlusslichter bilden die Bus- und Quadtouren (mit 29,4% und 26,8%) sowie die Fahrradtouren (13,8%).

Abbildung 3

Urlaubsaktivitäten der Djerba- Urlauber

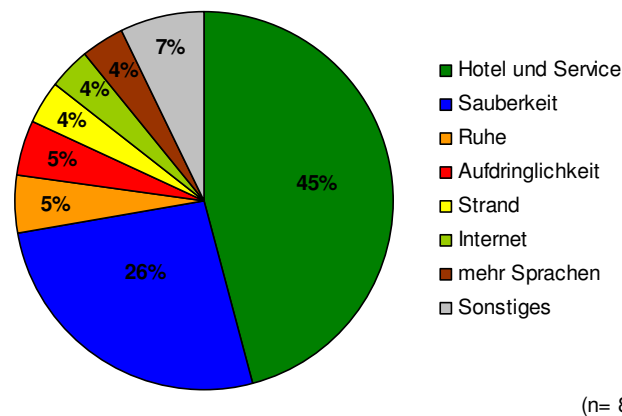


(Quelle: eigene Erhebung und Darstellung)

Für die Evaluierung des touristischen Angebotes bedeutet dies, dass einerseits die Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten attraktiver gestaltet bzw. optimaler vermarktet werden müssen, um die Urlauber andererseits überhaupt in Kenntnis von der jeweiligen Sehenswürdigkeit zu setzen und damit ihr Interesse darauf zu lenken. Darüber hinaus muss das Angebot kinderfreundlicher gestaltet werden, damit auch die Familien einen Anreiz sehen, mehr zu unternehmen.

Die Antworten auf die Frage nach Verbesserungsvorschlägen seitens der Touristen werden in Abbildung 4 dargestellt.

Abbildung 4 Verbesserungsvorschläge der Befragten zu



(n= 83)

(Quelle: eigene Erhebung und Darstellung)

Die Abbildung 4 zeigt deutlich, dass die meisten Verbesserungsvorschläge zum Hotel und Service (45%) und zur Sauberkeit (26%) gemacht wurden. Das lässt darauf schließen, dass in beiden Bereichen gravierende Mängel bestehen.

• **Angebotsseite**

Bei der Auswertung des Angebotes wurde das sozio- kulturelle Angebot, das Sportangebot, die angebotenen Tagesausflüge und Exkursionen sowie das Beherbergungsangebot mit Hilfe von Mystery- Checks und Expertenaussagen evaluiert. Die Evaluierung hat ergeben, dass sich das Image als Massentourismus Destination in den Angeboten teilweise widerspiegelt. Bis auf wenige Angebote wurden die meisten Produkte mehrfach dupliziert und existieren nun in vielfacher Ausgabe am djerbischen Markt. Problematisch dabei: die Qualität hat das Nachsehen. Wirkliche Potentiale bestehen im kulturellen Erbe, einzelnen Wassersportarten und der individuellen Beherbergung mit ihren kleinen, charmanten und inseltypischen Unterkünften.

Lösungsansätze und Handlungsempfehlungen

Die am Ende der Diplomarbeit formulierten Lösungsansätze und Handlungsempfehlungen beinhalten u.a. die Aufgabe, die Positionierung Djerbas am Markt zu verbessern, eine Touristenkarte „Willkommenskarte Djerba“ für das sozio- kulturelle Angebot einzuführen. Des Weiteren wurden Handlungsempfehlungen zu den Themen „Klasse statt Masse“, „Innovation bitte...jetzt!“ und „Anpacken ökologischer Probleme“, formuliert.

Fazit

Abschließend kann gesagt werden, dass je nach Wunsch und Vorliebe dem Touristen ein breites Angebot an sowohl sportlichen als auch kulturellen Angeboten zur Auswahl steht. Auftrag der Tourismusorganisation ist es die vorhandenen Potentiale weiter auszuschöpfen, neue kulturelle Akzente zu setzen und diese zu bündeln. Nur so kann es der Destination gelingen, im internationalen Wettkampf um die Touristen zu bestehen und sich zu profilieren. Auf die Zukunft projiziert, wird es der Destination Djerba mit Hilfe der Lösungsansätze und Handlungsempfehlungen gelingen, sich weiter zu entwickeln und unter den Mittelmeerdestinationen zu etablieren und ihre Position zu festigen.