

Sprachreisetourismus in Costa Rica

Eine Untersuchung von Angebot und Nachfrage zur Ableitung von Handlungsempfehlungen für Destination und Sprachschulen

Forschungsgegenstand dieser Arbeit ist die Analyse und Darstellung von Angebot und Nachfrage des Sprachreisetourismus in Costa Rica. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt dabei auf dem touristischen Aspekt einer Sprachreise. Kenntnis über Angebots- und Nachfragestrukturen der zahlreichen Sprachschulen in Costa Rica ermöglichen dem Land eine gezielte Vermarktung als Sprachreisedestination. Zudem werden den Sprachschulen Möglichkeiten zur Profilschärfung durch Spezialisierung auf bestimmte Zielgruppen aufgezeigt. Die entsprechenden Zielgruppen werden im Verlauf der Arbeit detailliert herausgearbeitet.

Diese Zusammenfassung skizziert kurz die wichtigsten Aspekte der Untersuchung. Zielsetzung und Aufbau der Arbeit, angewandte Forschungsmethoden und die wichtigsten Ergebnisse werden in Kurzform dargestellt.

Zielsetzung der Arbeit

Die Arbeit geht von der folgenden Grundüberlegung aus, die anhand von mehreren Experteninterviews vom Autor entwickelt wurde.

Ausgangsüberlegung: Sprachreisen sind ein Nischenmarkt. Costa Rica hat sich zu einer wichtigen Sprachreisedestination entwickelt. Innerhalb des Landes konkurrieren eine Vielzahl Anbieter um verschiedene Zielgruppen.

Die Arbeit basiert auf dieser Ausgangsüberlegung, von der sich die drei Forschungsziele der Arbeit ableiten. Diese unterscheiden sich hinsichtlich der Zielsetzung und den angewandten Arbeitsmethoden. Die Arbeit verfolgt ein beschreibendes Ziel, ein analytisches Ziel und ein angewandtes Ziel.

Beschreibendes Ziel: Der Markt des Sprachreisetourismus in Costa Rica soll beschrieben werden. Dabei wird auf die Akteure im Sprachreisetourismus und die Quantität dieses Segments eingegangen.

Analytisches Ziel: Die Nachfragestrukturen für Sprachreisen nach Costa Rica sollen mittels einer quantitativen Datenerhebung analysiert werden. Die Analyse mündet in der Identifikation von Zielgruppen und gibt Präferenzen der Kunden wieder.

Angewandtes Ziel: Anhand der Ergebnisse aus den beiden vorangegangenen Abschnitten werden Handlungsempfehlungen für die beteiligten Akteure abgeleitet.

Aufbau der Arbeit

Die Arbeit gliedert sich in einen theoretischen und einen praktischen Teil. Der theoretische Teil erarbeitet die Grundlagen für den praktischen Teil. Die folgende Abbildung 1 stellt den Aufbau und die der Gliederung der Arbeit dar.

Im theoretischen Teil wird die Thematik Sprachreisen zunächst in den größeren Kontext des Tourismus und spezifischer in den Kulturtourismus eingeordnet. Darauf folgt eine detaillierte Darstellung des Produktes „Sprachreise“.

Die Vorstellung des Untersuchungsgebietes Costa Rica bildet den Abschluss des theoretischen Teils der Arbeit. Der Schwerpunkt des landeskundlichen Überblicks liegt auf dem Tourismussektor.

Der praktische Teil beginnt mit einer Vorstellung der angewandten Arbeits- und Forschungsmethoden. Den Hauptteil der Arbeit machen die beiden Kapitel zum Angebot und zur Nachfrage von Sprachreisen nach Costa Rica aus. Aus den Ergebnissen dieser beiden Kapitel leiten sich die Handlungsempfehlungen für die Sprachschulen, sowie für Costa Rica als Sprachreisedestination ab.

Angewandte Forschungsmethoden

Die Daten, welche die Grundlage der Arbeit bilden, wurden vorwiegend mittels folgender Methoden erhoben:

- Experteninterviews (Leitfaden)
- Schülerbefragung mittels standardisierter Fragebögen
- Literaturrecherche
- Internetrecherche
- Ortsbegehung mit Beobachtungen

Die für diese Arbeit wichtigste Komponente der Datenerhebung war die Schülerbefragung. Ein standardisierter Fragebogen wurde an mehreren Sprachschulen in Costa Rica an die Sprachschüler verteilt. Die Experteninterviews wurden mit den Schulleitern geführt, um weitere Daten zu erheben, die durch die Schülerbefragungen nicht generiert werden konnten. Die so gewonnenen Informationen wurden mit SPSS analysiert und eine Vielzahl von Erkenntnissen über die Sprachschulen Costa Ricas und soziodemographischen Merkmale der Sprachschüler erarbeitet. Die Kernaussagen dieser Studie sollen im Folgenden zusammengefasst werden.

Ergebnisse der Untersuchung

In Costa Rica operieren mehr als 100 Sprachschulen. Diese Zahl ist für ein Land von der Größe Costa Ricas bemerkenswert. In der Angebotspalette vieler Sprachreiseveranstalter nimmt Costa Rica im Bereich der Spanischdes-

tinationen eine wichtige Stellung ein. Dies ist vor allem auf die natürlichen Ausstattungsfaktoren (Naturvielfalt, Strände), sowie auf die gute Sicherheitslage bei gleichzeitiger Exotik als Reiseziel zurückzuführen.

Im Vergleich mit anderen lateinamerikanischen Ländern ist Costa Rica als hochpreisig einzustufen. Diesen Nachteil machen Costa Ricas Sprachschulen durch gutes Image und

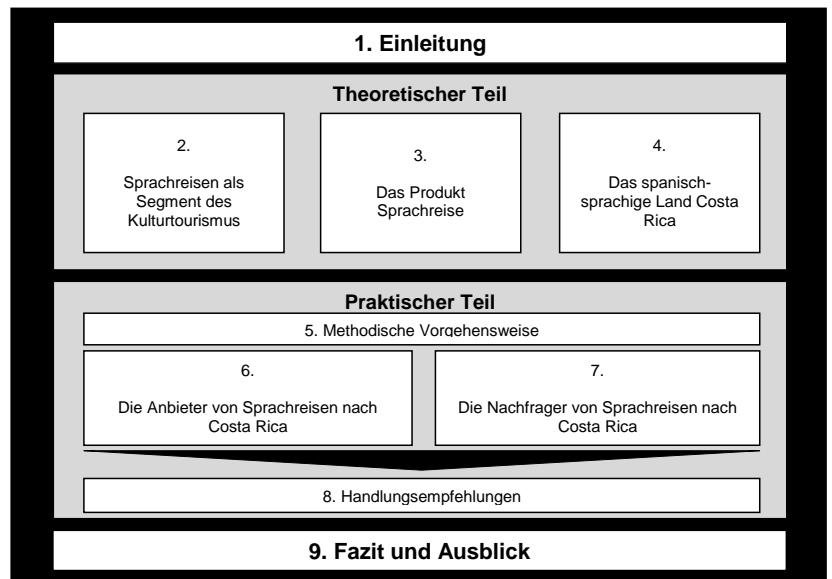


Abbildung 1: Aufbau der Arbeit

langjährige Erfahrung im Bereich der Sprachkurse wett. Costa Rica ist eine der ältesten Sprachreisedestinationen Lateinamerikas, jedoch wächst der Konkurrenzdruck aus den Nachbarländern stetig, da zunehmend Sprachschulen in den umliegenden, preisgünstigeren Ländern eröffnet werden. Um im sich intensivierenden Wettbewerb bestehen zu können sollte Costa Rica darauf entsprechend reagieren, indem ein unabhängiges Gremium die Schulen bewertet und die Stärke Costa Ricas als erfahrene Sprachreisedestination nach außen kommuniziert.

Im Verlauf der Arbeit wurden verschiedene Zielgruppen identifiziert, die sich hinsichtlich ihrer Merkmale und Interessenlage unterscheiden. Diese wurden folgendermaßen benannt:

- Urlaubssprachschüler
- Langzeitsprachschüler
- Collegegruppen
- Unisprachschüler
- Auswanderer/ Überwinterer

Von diesen bildet die Gruppe der Urlaubssprachschüler den mit Abstand größten Anteil. Dieser Tatsache müssen die Sprachschulen Rechnung tragen und entsprechende Angebotspakete und Freizeitangebote bereithalten.

Wie die Studie ergeben hat, bevorzugen Sprachschüler bestimmte Ziele für ihre Wochenendausflüge. Sprachschulen können durch Schaffung entsprechender Angebote zusätzliche Einnahmen generieren und ihre Wettbewerbsposition verbessern.

Die Handlungsempfehlungen, die in dieser Arbeit gegeben werden, setzen auf drei verschiedenen Ebenen an. Dies sind Handlungsempfehlungen für:

- die Sprachschulen,
- Costa Rica als Destination,
- sowie zur Zielgruppenbearbeitung.

Einige der Handlungsempfehlungen seien an dieser Stelle skizziert.

Die Sprachschulen sollten sich einen festen Kundenstamm aufbauen, da bei vielen Sprachschülern ein großes Interesse an einem weiteren Sprachaufenthalt in Costa Rica besteht.

Um höhere Gewinne abzuschöpfen, müssen die Sprachschulen den Anteil an Direktbuchungen erhöhen, jedoch fehlt vielen Schulen eine einfache und transparente Buchungsmöglichkeit auf ihrer Internetpräsenz.

Eine aktive Positionierung auf den Internetplattformen Facebook oder StudiVZ o.ä. ermöglicht den Aufbau eines Netzwerkes. So können ehemalige Schüler in Kontakt bleiben und Interessenten können sich „ehrliche“ Meinungen einholen.

Costa Ricas Sprachschulen müssen sich eine gemeinsame Strategie überlegen, ihr Land als Destination gegenüber anderen hervorzuheben. Einzelne Schulen, die in Konkurrenz zueinander stehen, können dies nicht bewältigen. Kooperationen untereinander und mit dem Tourismusministerium sind notwendig um die hohe Kursqualität nach außen zu kommunizieren.

Einheitliche Qualitätsstandards für Sprachkurse und Gastfamilien könnten ein Faktor sein, mit dem sich Costa Rica einen Wettbewerbsvorteil gegenüber den Nachbarländern verschaffen kann. Auch spezielle Angebote, die einen verstärkten Kontakt mit der Landeskultur und Einheimischen ermöglichen sind erwägenswert. Mögliche Ansatzpunkte sind Salsa, Fußball oder Surfen.

Fazit

Costa Rica ist eine attraktive Destination für Sprachreisen und der Markt ist im Wachstum begriffen. Allerdings wird der Konkurrenzdruck sowohl innerhalb als auch außerhalb des Landes immer größer. Ohne gemeinsame Strategien wird Costa Rica von den preiswerteren Nachbardestinationen mittelfristig überholt werden.

Verschiedene Zielgruppen, Standorte der Schulen, Sehenswürdigkeiten und Interessen ermöglichen eine Vielzahl von Strategien zur Spezialisierung. Diese Spezialisierung wird für die Schulen als entscheidender Wettbewerbsvorteil notwendig werden. Sich weiterhin nur auf das Image als Ökotourismusdestination zu verlassen, könnte sich als Fehler herausstellen.

Autor: Dipl.-Geograph BENJAMIN LINDSTAEDT

Benjamin.lindstaedt@gmx.de

Frankfurt, 2009