

Carsten Simon

Weintourismus in der Western Cape Provinz

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2009 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783836641401

Carsten Simon

Weintourismus in der Western Cape Provinz

Carsten Simon

Weintourismus in der Western Cape Provinz

Carsten Simon
Weintourismus in der Western Cape Provinz

ISBN: 978-3-8366-4140-1
Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2010
Zugl. Universität Trier, Trier, Deutschland, Diplomarbeit, 2009

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH
<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2010

Danksagung

Mein besonderer Dank gilt Herrn Prof. Dr. Kagermeier und Herrn Prof. Dr. Vogel für die Betreuung meiner Diplomarbeit. Besonders möchte ich mich bei Prof. Dr. Kagermeier bedanken, der mich auch während meines Aufenthaltes in Südafrika immer auf den Laufenden hielt und mich mit Informationen und Ratschlägen versorgte. Des Weiteren gilt mein Dank auch dem Team von Egoli African Destinations in Kapstadt, die mich während meiner Zeit in Kapstadt mit der ein oder anderen Insider – Information zur Seite stand und es mir ermöglicht haben aktiv meiner Recherche nachzugehen.

Auch den 8 Teilnehmern der Expertenumfrage möchte ich für ihr Durchhaltevermögen danken, denn der Fragenkatalog war schon sehr umfangreich. Ein besonderer Dank an Herrn Siegfried Schaefer, dem Operations Manager von Franschoek Wine Valley & Tourism Association, den ich das ein ums andere Mal mit Zusatzfragen „bombardiert“ habe. Auch den Teilnehmern der Online – Befragung möchte ich herzlich für die Teilnahme und für das Ausfüllen des Fragebogens danken. Sie haben damit einen wichtigen Beitrag zur Fertigstellung der Arbeit geleistet

Auch Anne, die meine Arbeit Korrektur gelesen hat, Nicole, die sich um meine Anmeldung gekümmert hat während ich in Südafrika war und allen, die mich während meiner Diplomarbeit unterstützt haben, aber an dieser Stelle nicht einzeln aufgeführt wurden gilt mein Dank

Jedoch der meiste Dank und der größte Respekt gilt meinen Eltern, die mir ermöglicht haben mein Studium zu vollziehen, die immer an mich geglaubt und mich immer unterstützt haben und ohne die ich nie in Südafrika gelandet wäre.

DANKE!!!

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	II
Inhaltsverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	VI
Abbildungsverzeichnis	VIII
Tabellenverzeichnis	X
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Aufbau der Arbeit und methodische Vorgehensweise	2
2 Der Tourismusmarkt und die Weinwirtschaft in Südafrika	26
2.1 Der südafrikanische Tourismusmarkt.....	26
2.1.1 Die touristische Nachfrage Südafrikas	26
2.1.2 Das touristische Angebot Südafrikas.....	29
2.2 Weinwirtschaft in Südafrika.....	31
2.2.1 Geschichte des Weines	31
2.2.2 Klima und Böden.....	34
2.2.3 Die Anbaugebiete im Überblick	35
2.2.4 Weinkonsum in Südafrika	41
2.2.5 Absatzmärkte für die südafrikanische Weinwirtschaft.....	42
2.3 Tourismus im ländlichen Raum.....	44
2.4 Gastro- und Weintourismus.....	46
2.4.1 Definition.....	46
2.4.2 Typologie von Gastro- und Weintourismus	47
2.5 Weintourismus.....	48
2.5.1 Was ist Weintourismus?	48
2.5.2 Ist Weintourismus ein neuer Trend?.....	50

2.5.2.1	Historischer Überblick.....	50
2.5.2.2	Weintourismus heute	50
2.6	Synergien von Wein und Tourismus	52
2.6.1	Das weintouristische Angebot.....	54
2.6.1.1	Das ursprüngliche Angebot einer Weinregion	57
2.6.1.2	Das abgeleitete Angebot einer Weinregion.....	60
2.6.2	Die weintouristische Nachfrage.....	64
2.7	Die weintouristische Angebots- und Nachfrageseite der WCP.....	66
2.7.1	Das weintouristische Angebot der WCP	66
2.7.2	Die (potenzielle) weintouristische Nachfrage der WCP.....	74
2.8	Exkurs „Biodiversity & Wine Initiative (BWI).....	77
2.9	Exkurs „Black Economic Empowerment“ (BEE).....	79
3	Auswertung der qualitativen und quantitativen Analyse	60
3.1	Einleitung	60
3.2	Auswertung.....	62
4	Entwicklungspotenziale und Handlungsempfehlungen für den Weintourismus in Südafrika	72
4.1	Einleitung	72
4.2	Stärken – Schwächen – Analyse.....	72
4.2.1	Stärken des weintouristischen Angebots	73
4.2.2	Schwächen des weintouristischen Angebotes	75
4.3	Chancen – Risiken – Analyse.....	77
4.3.1	Chancen des weintouristischen Angebotes.....	77
4.3.2	Gefahren für das weintouristischen Angebotes	78
4.4	Handlungsempfehlungen	80
4.4.1	Strategische Handlungsempfehlungen	80
4.4.2	Operative Handlungsempfehlungen	83

5	Schlussbemerkung.....	86
	Anhang	XI
	Anhang A: Fragebogen der qualitativen Erhebung.....	XII
	Anhang B: Fragebogen zur quantitativen Erhebung.....	XIV
	Anhang C: Darstellung der Ergebnisse der quantitativen Erhebung.....	XXI
	Literaturverzeichnis.....	XXXI

Abkürzungsverzeichnis

%	Prozent
&	und
AHGZ	Allgemeine Hotel- und Gastronomiezeitung
BEE	Black Economic Empowerment
BWI	Biodiversity and Wine Initiative
bzw.	Beziehungsweise
CTRU	Cape Town Routes Unlimited
CWD	Cape Wine and Distillers
DGB	Douglas Green Bellingham
EFS	Enterprise Feedback Suite Survey
et al.	et alii (lat. und andere)
etc.	et cetera (lat. und weitere)
f.	folgende Seite
ff.	fortfolgende Seite
FIFA	Federation International de Football Association
FWES	Farm Worker Equity Share Schemes
Hrsg.	Herausgeber
IPW	Integrated Production of Wines in South Africa
KNZ	KwaZulu Natal
KWV	Kooperatieve Wijnbouwers Vereniging van Zuid Afrika
LOHAS	Lifestyle of Health and Sustainability
Mio.	Million(en)
n	Stichprobenumfang
N1	Nationalstraße 1
N2	Nationalstraße 2
N7	Nationalstraße 7
o. J.	ohne Jahr
o. S.	ohne Seite
o. V.	ohne Verfasser
OIV	International Organisation of Vine and Wine
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
ÖWM	Österreichische Weinmarkt GmbH
PKW	Personenkraftfahrzeug
R	Südafrikanischer Rand
R62	Regionalstraße 62
S.	Seite
SATOUR	South African Tourism
SAWB	South African Wine & Brandy Company
SAWIS	South African Wine Industry Information & System
SAWIT	South African Wine Industry Trust
SFW	Stellenbosch Farmers Winery
SWOT	Strength Weakness Opportunities Threats
u. a.	unter anderem
UNESCO	United Nations Educational Scientific and Cultural Organization
USA	United States of America
vgl.	vergleiche

WCP	Western Cape Provinz
WIETA	Wine Industry Ethical Trade Association
WOSA	Wines of South Africa
WTTC	World Travel and Tourism Council
z. B.	zum Beispiel

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Saisonalität des Inlandstourismus 2008	27
Abbildung 2: Weingebiete Südafrikas.....	36
Abbildung 3: Weinkonsum pro Kopf in Südafrika (1998-2007)	42
Abbildung 4: Typologie von Gastro- und Weintourismus	47
Abbildung 5: Wein und Tourismus	53
Abbildung 6: Das touristische Angebot einer Weinregion.....	57
Abbildung 7: Saisonale Übersicht der Wein Festivals 2009.....	69
Abbildung 8: Vier- Stunden Isochrone South African Wine Routes	70
Abbildung 9: Besuche in Südafrika.....	XXI
Abbildung 10: Länge des Besuches	XXI
Abbildung 11: Grund des Besuches	XXII
Abbildung 12: Besuchte Ziele während des Aufenthaltes.....	XXII
Abbildung 13: Übernachtung in den Winelands?.....	XXIII
Abbildung 14: Größe der Reisegruppe	XXIII
Abbildung 15: Übernachtungen in den Winelands.....	XXIV
Abbildung 16: Benutztes Verkehrsmittel	XXIV
Abbildung 17: Besuchte Weinorte	XXV
Abbildung 18: Zufriedenheit mit dem weintouristischen. Angebot.....	XXVI
Abbildung 19: Weinkonsum vor, während und nach der Reise	XXVI
Abbildung 20: Charakterisierung Weintyp	XXVII
Abbildung 21: Weinvorliebe	XXVII
Abbildung 22: Idealvorstellung einer Weinreise.....	XXVIII
Abbildung 23: Bevorzugter Weinkonsum.....	XXVIII
Abbildung 24: Attraktivitätsfaktoren einer Weinbauregion.....	XXIX
Abbildung 25: Geschlecht	XXIX