

18.01.2007

„Good News from Africa“

Wohl kaum jemand hat stärker die Vorstellung ganzer Generationen von Afrika geprägt als Prof. Grzimek mit seinen Filmen und engagierten Beiträgen über bedrohte Großwildtiere und ihren Lebensraum. Bis heute erlebt die Faszination von der „Serengeti, die nicht sterben darf“ eine immer wiederkehrende Renaissance. Aktuell scheinen die Unterhaltungssparten des Fernsehens wieder einmal neu Afrika als exotische Kulisse für anrührende Gefühlsdramen zu entdecken, wohin erfolgreiche oder gescheiterte Bleichgesichter flüchten oder ihr Glück suchen, Abenteuer erleben, helfen, retten und Gutes tun.

Nicht weit davon entfernt arbeiten offenbar Fremdenverkehrsämter, Agenturen und Reiseveranstalter an einem ähnlichen touristischen Afrikaimage: eindrucksvolle Landschaften, faszinierende Flora und Fauna und für Badeurlauber einmalige Küstenzonen. Dazu archaisches Leben und kultureller Reichtum - insbesondere die „noch immer praktizierten“ Traditionen indigener Bevölkerungsgruppen - bilden weitgehend die touristischen Potenziale Afrikas.

Afrika erscheint als ein touristischer Hoffnungsträger – zumindest auf den ersten Blick. Die internationalen Touristenankünfte wachsen ständig. Im Jahr 1990 kamen 15,1 Mio. Touristen nach Afrika. Zehn Jahre später waren es bereits 28,1 Mio. Im Jahr 2004 wurden 33,4 Mio. internationalen Touristen registriert, 2020 werden es – glaubt man der UNWTO - 77 Mio. Ankünfte sein. Proportional steigen die Einnahmen aus dem Tourismus, von 6,5 Mrd. Euro im Jahre 1995 auf 11,4 Mrd. im Jahr 2000 und 14,7 Mrd. Euro im Jahr 2004. Doch die Zahlen allein sagen zunächst wenig darüber aus, wer wo und in welchem Umfang vom Tourismus profitiert. Was die Bedeutung des Tourismus angeht, bestehen große Disparitäten und erhebliche regionale Unterschiede. Betrachtet man die Einnahmen, dann ist das südliche Afrika dabei, den Norden touristisch gesehen zu überholen. Doch globale Zahlen und Statistiken bergen die Gefahr, die Sicht auf unterschiedlichste Realitäten ebenso zu versperren wie ein häufig sehr undifferenzierter Blick auf Afrika als Ganzes – ein Bild das letztlich mehr Mythos als Wirklichkeit ist. Denn eigentlich – so müssen wir bei genauerer Betrachtung feststellen - gibt es Afrika so gar nicht. Afrika als solches ist eine Abstraktion, ein von Menschen zufällig gegebener Name. Selbst die Namen der meisten Länder sind neu und zufällig (Ghana, Burkina Faso, Benin, Tansania) und viele Länder und Staaten sind als Größen und Identitäten noch immer im Werden.

Über die Menschen in Afrika und besser noch von und mit ihnen können wir vieles lernen und erfahren. Um so erfreulicher, dass der Reisepavillon 2007 sich in besonderer Weise als Plattform für partnerschaftlichen Austausch und „Good news from Africa“ versteht - damit Tourismus in und nach Afrika auch auf den zweiten Blick ein Hoffnungsträger für die Menschen wird, damit sie ihre Ressourcen touristisch einsetzen und vermarkten können ohne selbst vermarktet zu werden. Wenn Kontakte, Begegnungen und Gespräche dazu beitragen, dann hat der „Marktplatz für anderes Reisen“ wieder einmal eine seiner wesentlichen Aufgaben erfüllt.

Heinz Fuchs / Evangelischer Entwicklungsdienst (EED) - TOURISM WATCH -