

# Weintourismus in Marokko

Zaghafte Ansätze, Herausforderungen und Perspektiven

**Prof. Dr. Andreas Kagermeier**

**Freizeit- und Tourismusgeographie, Universität Trier**

3. Symposium des Arbeitskreises Weintourismus  
der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT)

***Wein und Tourismus -***

***Eine Wertschöpfungspartnerschaft zur Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe***

24. Mai 2013, EURAC-Bozen





# Was erwartet Sie ?

1. Tourismusentwicklung in Marokko
2. Weinbau in Marokko
3. Wein und Tourismus: eine natürliche Symbiose?
4. Weintouristische Ansätze in Marokko
5. Inhibierende strukturelle Rahmenbedingungen
6. Perspektiven

# Tourismusentwicklung in Marokko: 3 traditionelle Säulen



Badetourismus  
(Agadir)



Königsstädte  
(Fes, Marakesch)



Straße der  
Kasbahs

# Tourismusentwicklung in Marokko: seit 2000 Produktdiversifizierung



Plan Azur

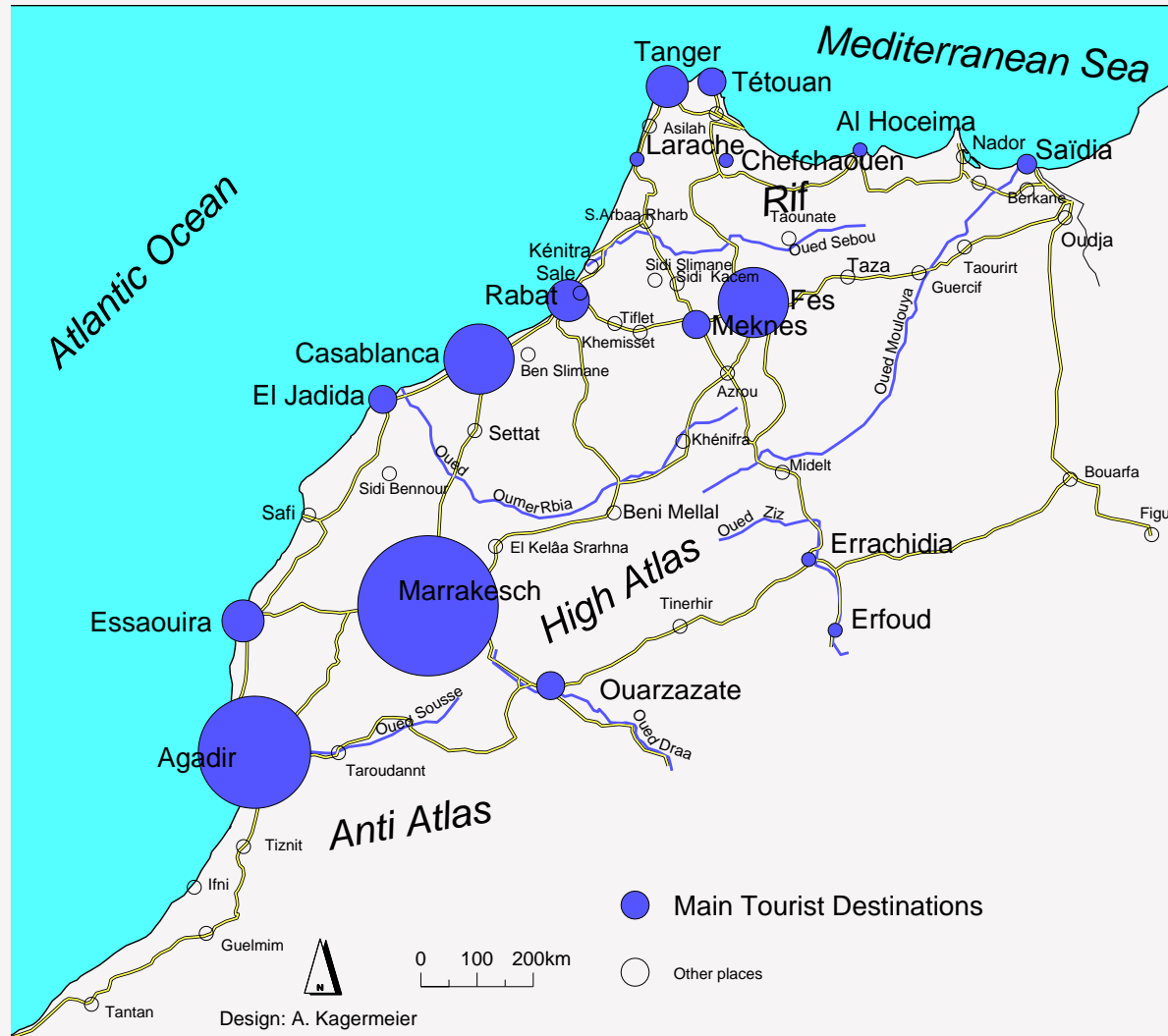


Plan Mada'in

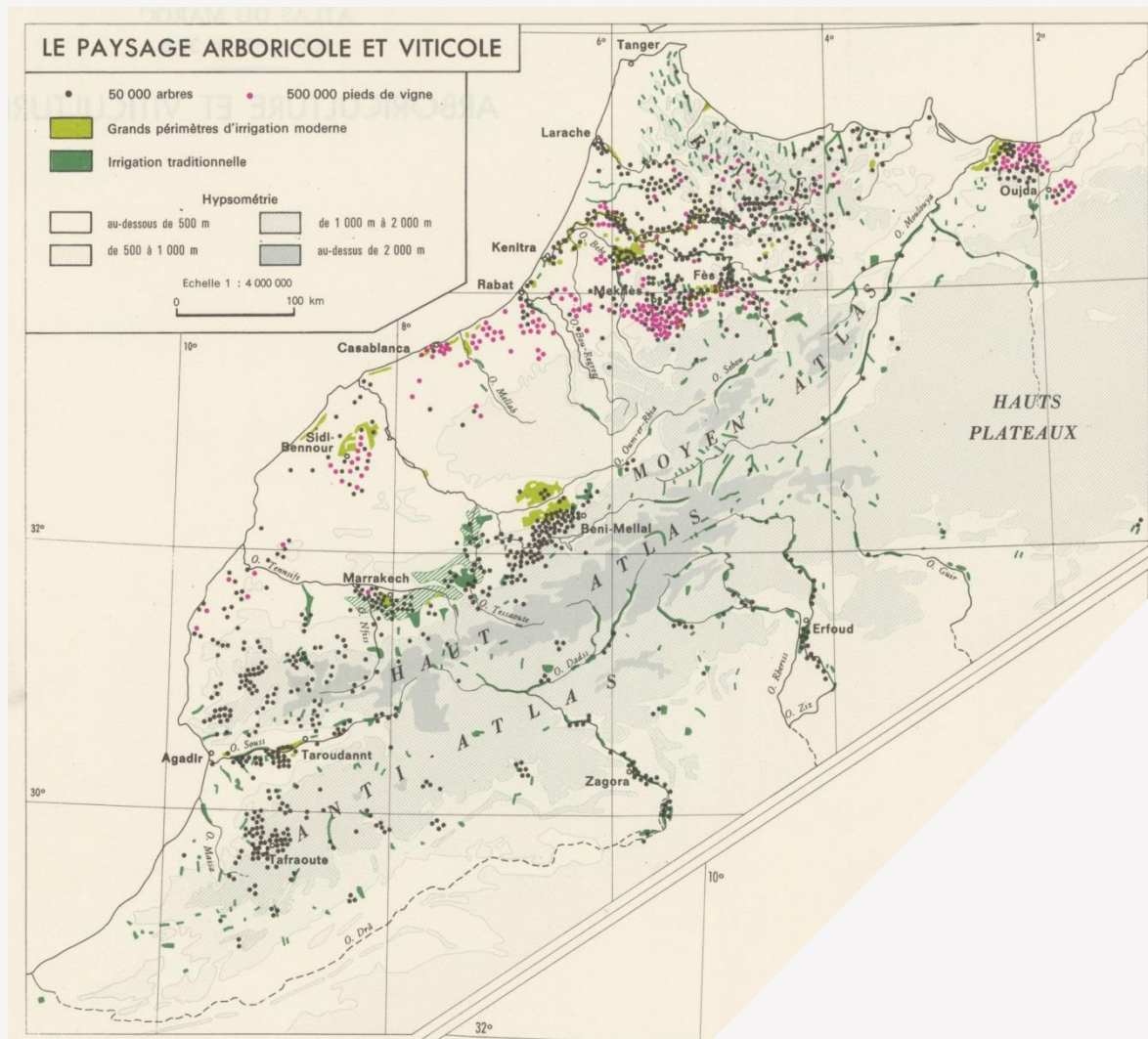


Plan Biladi

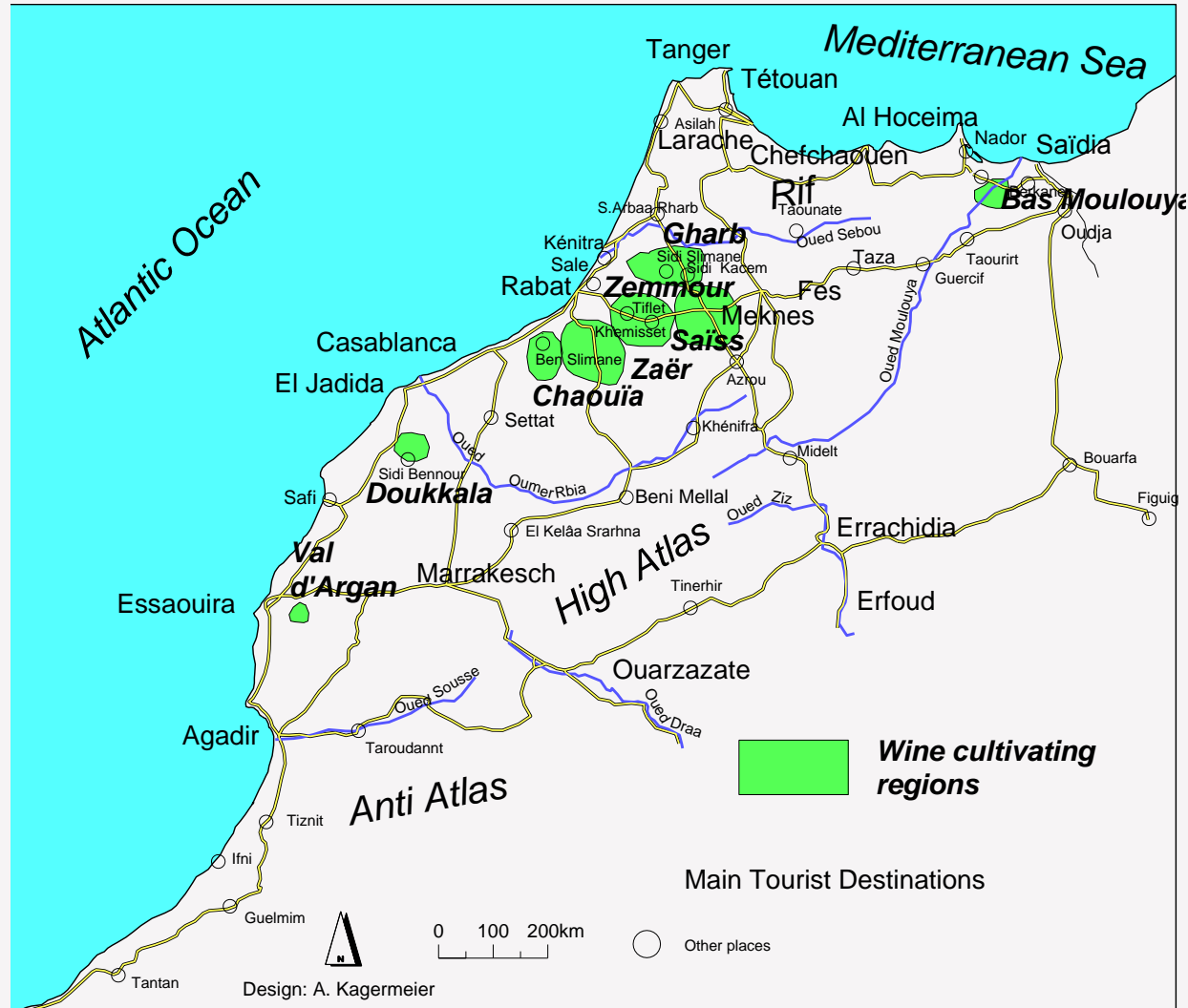
# Tourismusentwicklung in Marokko: seit 2000 Produktdiversifizierung



# Weinbau in Marokko 1960



# Weinbauregionen in Marokko





# Wein und Tourismus: eine natürliche Symbiose?

## Tourismus

- Attraktive Weinlandschaft
- Wein als zentrales Reisemotiv
- Weintouristische Angebote
- Ergänzung der Infrastruktur
- Wein als Imageträger

## Weinbau

- Neue Zielgruppen
- Chancen für Direktvermarktung
- Zusatzeinkommen für Betriebe
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades
- Existenzsicherung

***Synergie-Effekte***

Quelle: Haart 2003:

# Rahmenbedingungen



## ZENTRALEUROPA

- Weinanbau zumeist in Tälern  
*=> landschaftlich reizvoll und für Touristen anziehend*
- Kleinere Produktionseinheiten & Weinbaudörfer mit kulturellem Erbe  
*=> Weinbauregionen zumeist auch Destinationen*
- Stark auch regionalen und nationalen Markt ausgerichtet  
*=> Direktvermarktung spielt wichtige Rolle*

## Mittelmeerraum

- Weinanbau in Ebenen
- Teilweise auch Großbetriebe
- Stärker auf internationalen Markt ausgerichtet

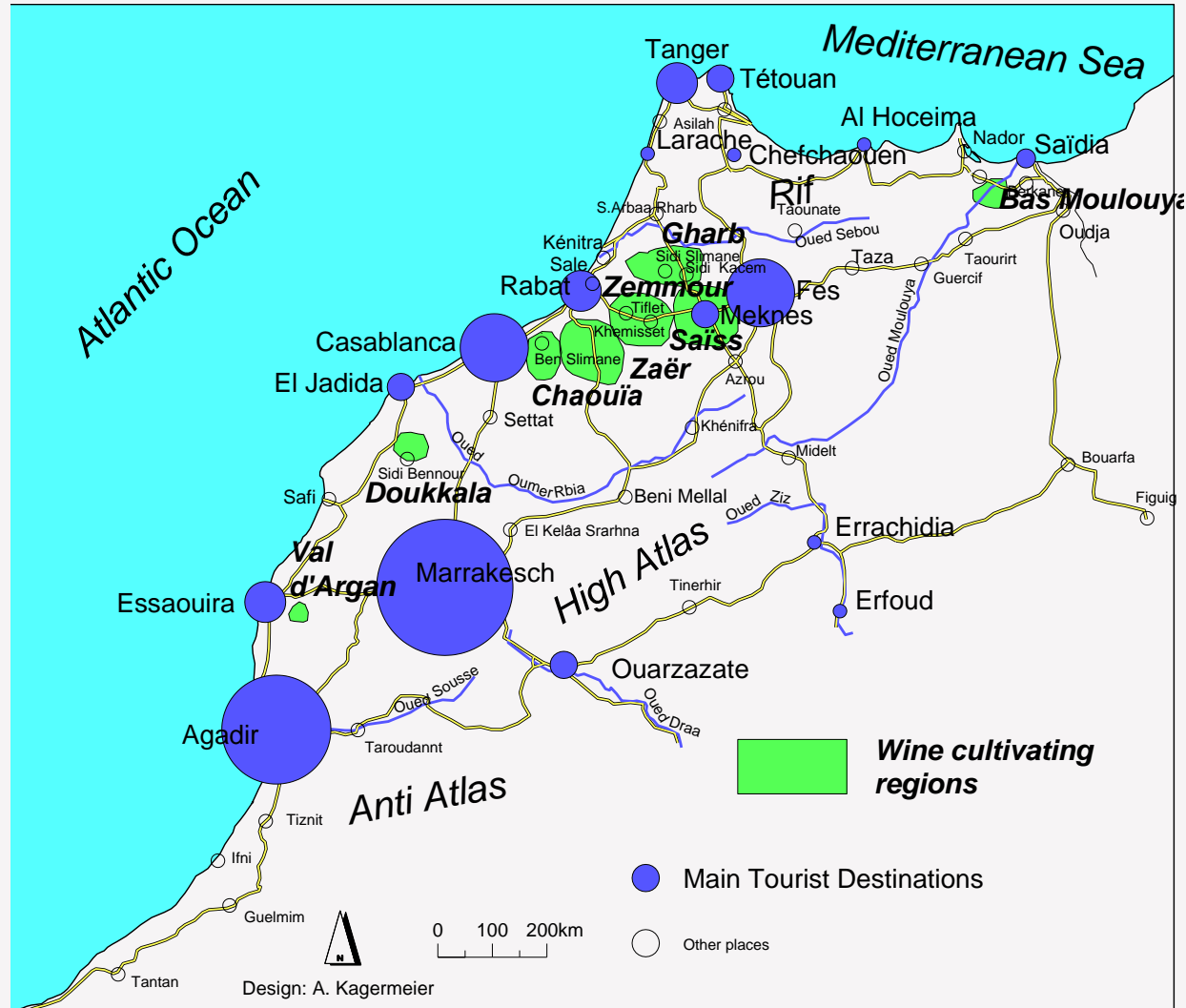
# Rahmenbedingungen im mediterranen Raum



## **Basisvoraussetzung:**

- 1) Weinbauregionen und Destinationen müssen räumlich benachbart sein
- 2) Zielgruppe eine gewisse Weinaffinität aufweisen

# Weinbauregionen und Hauptdestinationen in Marokko; => Basisbedingung erfüllt



# Chateau Roslane



# Hochwertige Produktion für Export und Hotels



# Verlassene und verfallende Weingüter als Folge des Konzentrationsprozesses



# Aufgegebene Weinkeller





# Ryad du Vigneron (Ben Slimane)



# La Ferme Rouge



# Val d'Argan



# Restaurant Val d'Argan



# Ryad des Vignes Val d'Argan



# Inhibierende strukturelle Rahmenbedingungen

## **Marokko als islamisches Land ?** *Spielt nicht die zentrale Rolle*

- 1) Monopolisierter Markt
  - 2) SODEA als staatliche Agrargesellschaft
  - 3) Absentismus
  - 4) Umstellung auf Traubenproduktion
- ⇒ Fokus primär auf Weinproduktion, keine Anreize für Orientierung auf Weintourismus

# Voraussetzungen für Weintourismus

Modell von Haart (2003) greift zu kurz bzw. blendet zentrale Voraussetzungen aus

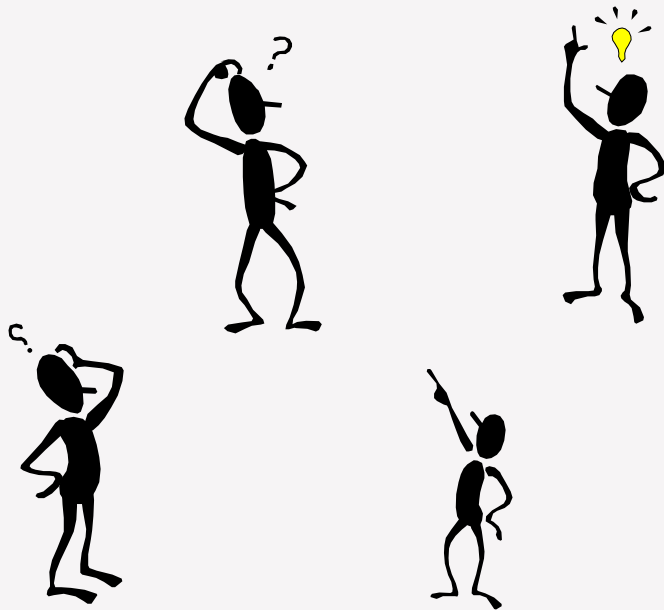
- Basisvoraussetzung: Weinbau und Tourismus räumlich verschränkt und entsprechende Zielgruppe vorhanden
- ✓ **Kein Verkäufermarkt:** zusätzliche Einkommensgenerierung durch Weintourismus ist anstrebenswert
- ✓ **Keine Monopolstrukturen:** Wettbewerb als Innovationsmotor
- ✓ **Mittlere Betriebsgrößen:** Eigenproduktion von Wein
- ✓ **Privatbesitz**

# Ein Dank an die Kollegen und Begleiter auf dem Field-Trip Tim Harms und Brahim El Fasskaoui





# Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit ...



... und freue mich auf  
eine angeregte  
Diskussion

