

## Deutscher Kanada-Tourismus

# Wünsche und Ziele



Für Kanada wie für die Vereinigten Staaten ist der Fern-tourismus ein noch weiter ausbaufähiges, einträgliches Wirtschaftspotential, das die beiden Länder in den nächsten fünf Jahren gemeinschaftlich erforschen und erschließen wollen.

Als erstes Ergebnis dieser vereinbarten Kooperation liegen jetzt Analysen aus dem Jahre 1986 über die Reisemärkte Japan, die Bundesrepublik Deutschland, Frankreich und Großbritannien vor.

Für Touristen aus der Bundesrepublik – ihre Zahl steigt ständig – ist Kanada nach wie vor in erster Linie wegen seiner Naturschönheiten, seiner einzigartigen Nationalparks und seines vielfältigen Angebots an sportlichen Freizeitmöglichkeiten in der Natur – wie Wandern, Wassersport, Angeln und Skilaufen – ein besonders attraktives Feriengziel.

Doch auch Kanadas Metropolen gehören zu den vorrangig genannten Zielen bundesdeutscher Kanada-Besucher.

Darüber hinaus erbrachte die Durchleuchtung der reiselustigen Bundesdeutschen weitere aufschlußreiche Details:

- Das bundesdeutsche Potential an Fernreisenden umfaßt 4,3 Millionen möglicher Touristen.

- Kanada-Reisende aus der Bundesrepublik bleiben überdurchschnittlich lange, nämlich 27 Tage, im Lande. Dabei besuchten 45 Prozent Freunde und Verwandte. Die Hauptreisezeit umfaßt die Monate Juni bis August.

- Den höchsten Bekanntheitsgrad als kanadische Ferienregionen erzielten Québec und Ontario mit 72 bzw. 70 Prozent; es folgten die Provinzen Britisch Kolumbien (42 Prozent) und Alberta (19 Prozent).

- Bei den bekanntesten Städten liegt Montréal mit 61 Prozent weit vorn, gefolgt von Toronto (46 Prozent), Vancouver (35 Prozent), Ottawa (26 Prozent) und Winnipeg (13 Prozent).

- An einem erstmaligen oder erneuten Kanada-Besuch interessiert

zeigten sich 70 Prozent der befragten Bundesbürger. Ein Drittel bekundete sogar ein sehr starkes Interesse.

In realen Zahlen, die die kanadische

Statistik für das erste Vierteljahr 1987 vorgelegt hat, schlägt sich dieses Interesse am Reiseland Kanada schon handfest nieder: Mit 24 000 Besuchern aus der Bundesrepublik Deutschland stieg deren Zahl um 13,9 Prozent gegenüber dem vergleichbaren Zeitraum des Vorjahres. Im April registrierte die Statistik 17 700 bundesdeutsche Besucher, das bedeutet einen Zuwachs um 54,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

## Auch ein Tourismus-Ziel

# Super-Markt



Alberta, mit allein drei weltberühmten Nationalparks wahrlich nicht arm an touristischen Attraktionen, kann seit neuestem mit einer ganz andersartigen, aber offenbar nicht minder attraktiven Sehenswürdigkeit aufwarten. Mit West Edmonton Mall, einer Mischung aus gigantischem Treibhaus, Rummelplatz, Supermarkt und High-Tech'-Disneyland.

Das Ein-Milliarden-Dollar-Etablissement in der Provinzhauptstadt Edmonton (650 000 Einwohner) beherbergt unter einem riesigen Glasdach 828 Läden, 125 Restaurants und Schnellimbibestuben, elf Kaufhäuser und der Welt größten Schwimmpark.

Auch ein palmenbestandener Ba-

destrand mit Sonne aus der Steckdose, eine Eishockey-Arena in Originalgröße – die berühmten Lokalmatadore „Edmonton Oilers“ lassen sich hier zuweilen beim Training bewundern – 20 Kinos, ein eindrucksvoller Rummelplatz und ein 15stöckiges Luxushotel gehören zu West Edmonton Mall.

Von Vancouver, Yellowknife, Victoria und Saskatoon aus werden Charterflüge für den Wochenendausflug ins West-Edmonton-Mall angeboten. Sechs Millionen Besucher wurden 1986 in dem bislang unbestritten größten Einkaufszentrum der Welt gezählt. Zum Vergleich: Die Tore des berühmten Jasper-Nationalparks passieren jährlich rund zwei Millionen Touristen.

