BURGER (Kaap Stedelik)
Tuesday, 18 September 2007, p. 7

Kenner: SA moet kultuur bemark

Toeriste 'nie net met sokker gelok'

'Ander trekpleisters nodig weens jolkolle wêreldwyd'

THEUNS VAN DER WESTHUIZEN

KAAPSTAD. – Suid-Afrika sal na meer as net sokker as trekpleister moet kyk om groot getalle buitelandse besoekers in 2010 te lok.

Die rede is eenvoudig dat enigeen met die regte toerusting enige plek ter wêreld 'n kyk-en-jolkol kan skep vir sokkerliefhebbers wat 'n wedstryd van die Wêreldbeker-sokkertoernooi in 2010 wil sien.

'n Mens hoef dus nie meer te reis na die land waar die toernooi aangebied word om die geesdrif en jolyt te ervaar wat sulke wedstryde kenmerk nie, volgens dr. Nikolaus Eberl, voorsitter van IziCwe Academy en kenner van internasionale handelsmerkbemarking.

Gevolglik sal Suid-Afrika en gasheerstede soos Kaapstad moet kyk na besondere handelsmerke en eiesoortige produkte waarmee hulle meer buitelandse besoekers kan lok.

'n Voorbeeld hiervan is kuns en kultuur, wat immers 'n unieke uitdrukking van 'n land en sy inwoners is. Dit moet bemark word om die land se beeld internasionaal uit te bou, want dit is in baie gevalle 'n beter trekpleister as sokker.

Eberl het op 'n ontbytbyeenkoms van die Universiteit van Kaapstad se sakeskool 'n ontleding van Duitsland se bemarking en ontwikkeling van sy beeld tydens die Wêreldbeker-sokkertoernooi in 2006 bespreek.

Hy het daarop gewys dat Duitsland twee jaar voor die 2006-toernooi nog op die rand van 'n "nasionale depressie" gehuiwer het. Daar is selfs gewaarsku dat verbruikers nie meer verbruiksgoedere wou aankoop nie.

Die land het egter met 'n veldtog begin om sy beeld vernuwend te verander en het hom só reggeruk dat hy nou die tweede plek beklee op die lys van lande met die waardevolste handelsnaam.

Sy toerisme-besprekings het boonop met 'n derde toegeneem, beleggings het vermeerder en werkloosheid het betekenisvol afgeneem. Sy sokkerspan, wat voor die toernooi nog gesukkel het, het sedertdien 12 uit 14 wedstryde gewen.

Duitsland het die toernooi gebruik om verandering teweeg te bring. In die proses het hy verskeie stappe gevolg, waarvan een was om te fokus op die visie "Dis 'n tyd om vriende te maak".

Dít het daartoe gelei dat niemand meer deesdae aan die Duitsers dink as stugge, onvriendelike mense nie, maar hulle beskou as vriendelike, behulpsame mense wat van jolyt hou, het Eberl gesê.

Volgens hom het Suid-Afrika reeds 'n besondere doelwit om op te fokus, naamlik pres. Thabo Mbeki se belofte aan die wêreld dat Suid-Afrika die beste Wêreldbeker-toernooi tot nog toe in 2010 sal aanbied.

"Dis 'n belofte wat elke individu in die land en op die vasteland van Afrika uitdaag om sy of haar beste te lewer. Dis moontlik om die belofte na te kom, maar dan moet almal saamstaan en elkeen sy kant bring."

Daar is reeds mense in die land wat dit begryp, maar dit is belangrik dat hierdie boodskap dringend aan almal oorgedra moet word.

Nog 'n belangrike fokuspunt is om 'n wenkultuur te skep, want dit verhoog geesdrif en inspireer mense om te presteer.

"Ons het dus 'n wenspan nodig in 2010, al is dit ook 'n span van elders uit Afrika."