

Plädoyer für einen interkulturellen Tourismus in Algerien

MEDDOUR Malika¹

¹Universität Oran 2 Mohamed Ben Ahmed, Algerien
thisiri@live.fr

Erhalten: 30/11/2019,

Akzeptiert: 30/12/2019,

Veröffentlicht: 31/12/2019

Plea for Intercultural Tourism in Algeria

ABSTRACT: *Algeria possesses a unique and exceptional tourist site in Africa and the Mediterranean basin, if not globally. Despite its abundant natural, cultural, and historical advantages, which can cater to various tourism motivations, the tourism sector in Algeria remains largely untapped. The country is ranked among the least visited tourist destinations, despite its vast untapped potential. This is primarily attributed to weaknesses in service quality, lack of professionalism, negative perceptions of security, and incomplete reforms. Algeria exemplifies this situation, where despite significant tourism assets, a strong political will, and favorable legislation for both local and foreign investors, the industry has not reached its full potential. The government has shown commitment in identifying, developing, and managing major tourist sites, including coastal, cultural, and Saharan tourism. To achieve this, the following objectives are crucial: enhancing hotel infrastructure, standardizing tourism activities according to international standards, implementing a comprehensive communication strategy to establish Algeria as a unique international destination, and adopting a distinct positioning strategy throughout the Mediterranean region.*

KEYWORDS: Tourism, Interculturality, Culinary Art, Tradition, Sahara, Travel Agency, Carnival

ZUSAMMENFASSUNG: *Algerien besitzt eine einzigartige und außergewöhnliche touristische Attraktion in Afrika und im Mittelmeerraum, wenn nicht sogar weltweit. Trotz seiner reichhaltigen natürlichen, kulturellen und historischen Vorteile, die verschiedene touristische Motivationen bedienen können, bleibt der Tourismussektor in Algerien weitgehend ungenutzt. Das Land rangiert trotz seines enormen, ungenutzten Potenzials unter den am wenigsten*

besuchten Reisezielen. Dies ist hauptsächlich auf Schwächen bei der Servicequalität, mangelnde Professionalität, negative Sicherheitswahrnehmungen und unvollständige Reformen zurückzuführen. Algerien veranschaulicht diese Situation, denn trotz bedeutender Tourismusressourcen, einer starken politischen Willensbekundung und günstiger Gesetzgebung für lokale und ausländische Investoren hat die Branche ihr volles Potenzial noch nicht erreicht. Die Regierung hat sich dazu verpflichtet, bedeutende Touristenattraktionen zu identifizieren, zu entwickeln und zu verwalten, einschließlich Küsten-, Kultur- und Sahara-Tourismus. Um dies zu erreichen, sind folgende Ziele entscheidend: Verbesserung der Hotelinfrastruktur, Standardisierung der Tourismusaktivitäten nach internationalen Standards, Umsetzung einer umfassenden Kommunikationsstrategie zur Etablierung Algeriens als einzigartiges internationales Reiseziel und Annahme einer eigenständigen Positionierungsstrategie in der gesamten Mittelmeerregion.

SCHLÜSSELWÖRTER: Tourismus, Interkulturalität, Kulinarische Kunst, Tradition, Sahara, Reisebüro, Karneval

Einleitung

Mein Vortrag lautet: Plädoyer für einen interkulturellen Tourismus in Algerien. Ich möchte zunächst einen kleinen Überblick über die historische Entwicklung des Tourismus im Allgemeinen darstellen.

Früher war der Tourismus nur einer wirtschaftlichen und sozialen Elite gewidmet, denn er war als Luxus angesehen. Mit der Zeit hat er sicher in Massenphänomen in den Industrieländern umgewandelt, vor allen in Laufe der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts. Die Reisen sind heute ein soziales Bedürfnis geworden, weil der Tourismus ein Mittel gegen die Routine, den täglichen Stress und die anderen Probleme des Alltags geworden ist, so dass die Erholungsuchender neue Kräfte wiedererhalten können unter guten klimatischen Bedingungen der schönsten Landschaften. Der Tourismus gilt für Touristen als eine Öffnung auf die Welt.

Die Reise ist nicht immer Synonym für touristische Begegnungen und Völkerverständigung. Sie ist auch manchmal ein Mittel für das Kennenlernen anderer Kulturen: Kulinarisches Essen, Sitten und Bräuche und Lokale Kultur: Fastenmonat, Hochzeiten, Yenayer das Fest des

kabyllischen Neujahres usw. Algerien verfügt über eine reiche Palette des historischen und kulturellen Vermögens. Diese Erbe soll vom Volk hoch geschätzt werden mit dem Ziel, in der Zukunft einen Fortbestand zu kennen und von Generation zur Generation tradiert zu werden.

In dieser Ansicht, erwähne ich ein mehrwürdiges Konstant(Feststellung), das ich selbst erlebt habe. Ich war einmal in Algier in Rahmen des internationalen Salons des Tourismus und habe danach gefragt. Warum kommt es selten vor, dass es kaum Werbung über den Tourismus in Algerien in den deutschsprachigen Ländern vorhanden ist?

Die Antwort von einem Hochbeamten des Ministeriums für Tourismus war wie folgt:

Das ist mehr eine Frage der deutschen touristischen Reiseagenturen und deren Zusammenarbeit mit verschiedenen Reisebüros in Algerien. So wurde ich noch einmal interpelliert: warum sind kaum interessante Werbedokumentare über Algerien im Ausland vorhanden?

-Ist es eine Frage der schlechten Außenvermarktung des algerischen touristischen Produktes in Europa bzw. in der Welt?

-Gäbe es in Algerien geeignete Hochschulen für die Ausbildung von künftigen Spezialisten, die das algerische touristische Produkte im Ausland befördern sollen?

-Welche Rolle spielen die Fremdsprachen bezüglich der Vermarktung des touristischen Produktes?

Eine echte Tourismusindustrie ist entstanden mit dem Ziel eine gehobene Hotellerie -Dienst zu schaffen, jedoch wurde diese Tourismuspolitik allmählich von ihrem Hauptziel entfernt und führte lediglich zu einem Massentourismus.

Einer der wichtigsten Teile dieser Tourismuspolitik, die nach der Unabhängigkeit Algeriens eingeführt wurde, war den kommerziellen Strukturen und ihren Werbeartikeln von ONAT und Turing – Club gewidmet. Diese Politik wird von Touristenexperten und als wirkliche regionale Tour Operator wie Club Méditerranée, deren berufliche Respekt und Loyalität, durch Qualität und Dienstleistung anerkannt sind.

Wegen der politischen Unruhen in Algerien war es selbstverständlich, dass die Hotellerie und Tourismus einen scharfen Rückgang erlebt haben. Der Sektor des Tourismus war vernachlässigt, obwohl die zahlreichen Projekte einfach nur vorgesehen waren, die aber in der Tat schwierig zu verwirklichen.

Mit der Zeit hat die Regierung festgestellt, dass der Tourismus eben ein Mittel ist, um das Land ökonomisch aufzubauen; wie es der Fall ist bei vielen Ländern wie: Tunesien, Marokko, Ägypten, Spanien, Griechenland und andere. Erstmals im Jahre 2011 haben die algerischen Behörde festgestellt, dass der Tourismus eigentlich ein wichtiger Sektor ist für Deviseneinkommen und nicht nur auf Erdöl und Erdgas zählen, denn die häutige Wirtschaftskrise ist wieder ein Anlass, andere Wirtschaftssektoren zu entwickeln.

In diesem Sinne konzentriere ich mich auf die Region von Oran, indem sie ausgewählt wurde die kommenden „jeux Méditerranéens“ von 2021 zu organisieren, deshalb dürfen die lokalen Behörden die neuen strukturellen Projekte zu verwirklichen, damit Oran eben als die zukünftige Metropole des Mittelmeers auftaucht. Ein anderer Anlass für Oran ist auch, dass sie als Hauptstadt des weltweiten Erbes für das Jahr 2019 kennzeichnet ist.

Interkulturalität und Tourismus.

Anfangs führen wir folgende Ansichten und Vorstellungen über charakteristische Dimensionen der interkulturellen Eigenschaft, die sich mit weiteren Meinungen ändern anschließen:

Das „Interkulturelle“ ist als offenkundiger Hinweis auf ein Verhältnis mit „andere“, ein Treffen mit „Fremde“ und mit der „Differenz“, darüber schrieb die Autorin Annette Boudreau:

„L'interculturel suppose d'emblée le rapport à l'autre, la rencontre avec la différence, avec ce qui (nous) est étranger

Sie sieht auch, dass die linguistischen Praktischen d.h. die Sprachen eine unmittelbare Liaison mit den interkulturellen Kontakten haben und diese letzten Knüpfen, sich entwickeln und festigen in und durch die sprachlichen und linguistischen Praktischen, sonst werden sie Fokuse von den Missverständnissen, Unverständnissen, Kollisionen und Konflikten.

Nach Giard hat sich das linguistische Bewusstsein in der Renaissancezeit entwickeln, dies reflektiert auf die Rolle der Sprache sowohl in politisch sozialen Leben als auch in den Unterscheidungen zwischen Sprechen den unterschiedliche Sprachen sprechen.

Die Begegnung anderer Kulturen weckt ein Bewusstsein, damit man den Sinn beim anderen, deshalb sind die verschiedenen Kenntnisse, Wessen, Erfahrungen, Kulturen und viel anders durch Austausch, Kommunikation, Konfrontation und Kontakt tradiert.

Was heißt eigentlich Interkulturalität?

Es ist unverkennbar, dass heute das Thema „Interkulturalität „einen zentralen Platz in den zeitgenössischen Gesellschaften einnimmt. Auf der einen Seite anspricht sie die Wortgefechte und erschaffen Gegenstände der Forschungen in Soziologie und menschlichen Wissenschaften, andererseits veranlassen unzählige Publikationen darüber.

Erstens soll man auf die Frage: Was heißt „das Interkulturelle“ antworten. Der Autor Hamid Reza Yousefi ist der Auffassung: *„Das Adjektiv „interkulturell“ bezeichnet einen Raum, in dem ein Austauschprozesses stattfindet, durch den Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergrund miteinander in Kontakt treten“¹. d. h . der gemeinsame Kontakt der Personen miteinander an mehreren Kulturen betreffend und verbindet, was man interkultureller Austausch geheißen wird.*

Der kulturelle Hintergrund umfasst:

- Religiöse-kulturelle Zugehörigkeiten.
- Mystisch-philosophische Wahrnehmungen.
- Sprachkunst und Rechtssysteme.
- Differierende Denk-und Lebenswege.
- Die Praxis im Umgang mit dem Anderen

Andererseits, wenn man von Kultur oder Kulturen im Kontext der Interkulturalität redet, so haben wir ein Verständnis vor Augen und eine glänzende Idee im Kopf über offene Grenzen. Hamid Reza ist der Auffassung: *„Interkulturalität“ als eine wissenschaftliche Disziplin ist für*

¹ YOUSFI,H.R :Interkulturalität Einführung .Verlag WBG Wissen verbindet.2011.S.29

jede Form von Phänomenologie, Anthropologie, Soziologie und Kulturphilosophie bedeutend. Er hat die Interkulturalität definiert:

*„Interkulturalität „ist ein Prozess und versteht sich als eine Aufgabe, die sich immer wieder und in unterschiedlichen Formen und Kontexten neu stellt. Sie weist jede Form von Ausschließlichkeit und Verabsolutierung eigener Auffassungen wie auch Ethnozentrismus zurück, die das eigene Verhältnis zu Fremdgruppen ausschließlich durch das eigene Referenzsystem bestimmt.“*² Der emanzipatorische Charakter der Interkulturalität ist mit keinem Namen, keiner Epoche und keiner bestimmten Philosophie verbunden, sie spricht unterschiedliche Sprachen und lässt sich unterschiedlich begründen. Dabei vermeidet sie, wie erwähnt, die Anderen essentialistisch zu interpretieren und lebt von Offenheit und Reziprozität. Eine Fremdsprache erwirbt, bedeutet nicht nur Lexik, Syntax und Fremdbegriffe lernen, sondern auch den Kulturellen Hintergrund der Fremdsprache lernen. d .h: Landeskunde, Literatur, Geschichte, Erdkunde usw. Die Beziehung zwischen Interkulturalität und Tourismus soll so verstanden werden, dass die Fremdgäste das besuchte Land besser kennenlernen.

Der Erwerb von den Fremdsprachen motiviert die Zusammenarbeit, erleichtert die Verständigung voneinander (einander durch Kommunikation verstehen).

Das Lehren von Sprichwörtern, Redewendungen und anderen Völkern, erweitert unsere Kenntnisse über unsere Sprache, unsere Kultur und über andere Sprachen und Kulturen.

In diesem Zusammenhang geht nach FRIENBAHN G.J. gängige Zielvorstellungen, um interkulturelle Lernprozesse zu beteiligen:“

- Kenntnisse über andere Kulturen erwerben.*
- Neugier und Offenheit für andere kulturelle Lebensformen entwickeln.*
- Erkennen, dass die interkulturelle Begegnung eine Bereicherung darstellt.*
- Sich mit anderen Lebensformen auseinandersetzen und dabei entstehende Spannungen aushalten.*

² YOUSFI, H.R: Geschichtsbegriff-Geschichtsinteresse-Historisches Denken, eine der Betrachtung am Beispiel Philosophiehistoriographie, in: Wege zur Geschichte: Konvergenzen –Divergenzen Interdisziplinäre.

- Vorurteile gegenüber Fremden wahr- und ernst nehmen.
- Die anderen als gleichberechtigt akzeptieren.
- Den eigenen kulturellen Standpunkt analysieren und kritisch reflektieren.
- Breit sich zu verändern.
- Konsens über das Zusammenleben in einer Gesellschaft/ einer Organisation finden.
- Konflikte die aufgrund unterschiedlicher kultureller ethnischer oder religiöser Zugehörigkeit der Konfliktpartner/innen entstehen, friedlich austragen.
- Interkulturelle Konflikte von anderen Konflikten unterscheiden können“³
Kommunikation

Die interkulturelle Kommunikation

Die interkulturelle Kommunikation nimmt verschiedenartige Formen, Texte, Bücher, Filme, Theaterstücke, Feste, Festivals (regelmäßig wiederkehrendes Festspiele) und vielerlei Gelegenheit, die die Kulturen unterschiedlicher Gesellschaften widerspiegeln und durch Kontakt und Austausch universal werden.

Identität

Man redet von Eigenkultur und Fremdkultur vor allem, wenn eine Gesellschaft oder ein Land mit anderer Gesellschaft oder mit anderem Land vergleicht wird, denn was eine Gesellschaft oder ein Land wie die Kleidung, die Sprache ,das Essen, das Gebet, die Musik, der Tanz oder Feste charakterisiert ,ist bei uns etwas anders und unterscheidet von unserer Gewöhnlichkeit und unser eigener Kultur d.h diese Kultur gehört nicht zur unseren Gesellschaft ,deshalb ist sie fremd und gilt als Fremdkultur, zum Beispiel der alltägliche Gebrauch vom Fahrrad zum Beispiel in Deutschland oder in Japan, wird zu den verschiedenen Zwecken benutzt :nach Arbeit ,Uni. oder Schule gehen, zum Spaziergehen...usw. Hier spricht man von kultureller Trennung im Vergleich zu den Kulturen anderer Länder.

³ FRIESNBAHN Günter J.:Kompetenzen In, Frerichs, M.Friesenbahn,G.J. ,Müller,W.Ausbilder/innen Training im internationalen Jugendaustausch,Berlin,1994 .S.69-72

Der echte Tourismus muss zur Völkerverständigung, zur Toleranz zwischen den Völkern auf allen Gebieten beitragen, und die falschen Vorstellungen, Klischees, Stereotypen zu beseitigen.

Diese Tatsache besteht sogleich im Inland, indem der Regionalismus noch immer eine wichtige negative Rolle spielt. In diesem Sinne im Vergleich zur Interkulturalität, soll die Intrakulturalität hervorgehoben werden. Als Beispiel erwähne ich manche Missverständnisse, die zwischen den Algeriern selber auftauchen können: z.B. die Mispel, diese Frucht wird unterschiedlich benannt in verschiedenen Regionen Algeriens, in Oran malleß, in Tlemcen bouaadima, in Algier mchimcha und im Ostalgerien ezaarur. Ein anderes Beispiel Eier werden in Tlemcen, Algier ولاد الاجاج *Oulad Eljaj*, genannt in Oran lbaid, und in Annaba laadam. Manche Feste werden verschiedenweise gefeiert: die Hochzeit in Tlemcen, Tizi- ouzou ,Oran, Bechar und andere Städte von Algerien. Die Art und Weise wie man sich anzieht (Traditionelle Tracht) Bernous, abaya, Djelaba, Haik,echada;Thekandourt, Seroual dziri; Nailia und kabyliche Kleider.

Man unterscheidet sich zwischen drei Hauptkategorien, die sind: Die drapierten Kleider; die eingefädelten Kostüme d.h Anziehkleider und die überzogenen Kleider .Diese Kleidungskategorien wurden in verschiedenen Regionen der Welt erfunden und haben daher unterschiedliche geographische und kulturelle Ursprüngen. Sie spiegeln die Werte, Überzeugungen, Sitten, Geschmack und die ethnischen Bedürfnisse der Völker wider, die sie geschaffen haben .Hier werden wir über die Gliederung der traditionellen Frauentracht in Algerien laut der drei Hauptkategorien wissen.

Algerien verfügt über zahlreiche, verschiedene und anziehende sichtbare Touristische Anlagen wie Taghit – Saoura – Hoggar, die Küste von Bejaia – Timgad - usw.

Das ist eine Gelegenheit, die handwerklichen Produkte zu hervorheben, wie die Produkte von Halfa, traditionelle Silberschmücke aus berberischen Regionen und südalgerische Gebiete.

Hauptperspektiven des Tourismus in Algerien

Die größten Projekte der Grundinfrastrukturen in Algerien

In diesem Sinne und im Rahmen der Entwicklung der Wirtschaftsindustrie und des Tourismus hat Algerien gigantische Projekte vorgesehen unter denen die folgenden Einrichtungen.

- Der Tramway (Ende 2008) für Algier, Oran, Constantine, Sidi Belabbes.
- Die U-Bahn von Algier, (September 2008), Oran (2016).
- Drei Eisenbahnen mit großer Geschwindigkeit (L.G.V) werden auf kurze Sicht verwirklicht werden (2015).
- Die Realisation von neun Seilschwebbahnen und Rehabilitierung von den vier schon funktionellen Schwebbahnen.
- Elektrifizierung und Modernisierung der Eisenbahnen (500 Milliarden Dinars).
- Moderne Flughafen weltlicher Top10 (und andere Vorgesehene).
- Moderne und riesige Krankenhäuser (C.H.U) Oran.
- In den größten Hafenstädten eine Marina schaffen (Algier, Annaba und die größte in Oran).
- Die größte afrikanische Moschee in Algier (die Sublime).
- Die Ostenwest Autobahn (1216Km). Sie wird die zwanzig algerischen Großstädte verbinden. Sie besteht aus 57 Verbindungsbahnen, 60 Brückengeldstationen, 37 Ruheplätze, Errichtung von 70 Tankstellen, 70 Laden und Supermärkte, 70 Restaurants, und etwa 40 Hotels.
- Einrichtung von etwa 10 Thalassotherapie Zentren ähnlich wie das von Sidi Fredj, die dazu dienen Rheumatismen Krankheiten zu heilen und ruheorten für Sportler, Kurorten für Kranke Leute anzubieten.
- Schaffung von fünf Polen des Tourismus in der Sahara und deren geeignete Infrastrukturen .

Schlussfolgerung

Ich schließe meinen Vortrag mit manchen Empfehlungen, die eventuell den interkulturellen Tourismus fördern können.

- Die Lage des Tourismus in Algerien, angesichts der massiven Beteiligung der Reiseverwalter.
- Die Arten von angebotenen touristischen Produkten, damit ausländische Gäste angezogen werden.
- Die Ausübung der Auswirkungen des intensiven Wettbewerbs unserer Nachbarn auf unsere touristischen Aktivitäten in der Zukunft.

-Die Rolle unserer Reisevermittler, die nur in Produkten von Omra und Hadsch eingeschränkt ist, sowie die Perspektiven, die als künftige Lösungen dazu unternommen werden können, damit der Tourismus in Algerien wiederbelebt wird.

Erst am April 2013 fanden die nationalen Sitzungen des Tourismus in Algier statt mit einem ermutigenden Brief des Präsidenten Abdel-Aziz BOUTEFLIKA, indem er den Wert darauf legte, den Tourismus in Algerien wiederzubeleben.

Dazu sollten die algerischen Privatunternehmer des Tourismus in Zusammenarbeit mit ausländischer Partnerschaft beitragen. Sie könnten den Tourismus in Algerien wie die Hotelketten Ibis, Scheraton wieder auf die Beine bringen, damit das vorgesehene Projekt der drei Millionen ausländische Touristen zu verwirklichen. Ich muss gestehen, dass die Wiederbelebung des Tourismus in Algerien einigermaßen schwerfällig war, dank der Umschwung der Sicherheit, der Stabilität und des wirtschaftlichen Wachstums, sowie der strategischen Lage Algeriens und deren touristischen Produkte.

All diese Parameter helfen bei der Ermutigung für eine wichtige internationale Zusammenarbeit der algerischen und ausländischen Unternehmer mit der Hoffnung, mehr als 3 Millionen Touristen im Jahre 2015 zu erhalten und sich auf dem internationalen touristischen Markt durchzusetzen.

Dafür und als erste Priorität soll der Staat neue Textgesetze auf dem Gebiet des Tourismus verkünden mit strengen Kontrollen, um dieses Projekt zu verwirklichen (zu konkretisieren). Der Verbraucher muss daran aktiv teilnehmen, sensibilisiert und eventuell bestraft werden.

Aber Algerien litt an einem Mangel der ökologischen Verbände, die eine wichtige pädagogische Rolle spielen, denn der Tourismus heißt „auch eine Lebensart und eine Geschicklichkeit haben“, dafür ist es notwendig den Bürger zu sensibilisieren, und ihn für die Umweltfreundlichkeit zu belehren. Man soll eigentlich auf keinen Fall den Aspekt des Marketings und dessen internationalen Werbung über den Tourismus in Algerien, sowohl in einer französisch-, englisch-,

spanisch-als auch chinesisch-, japanisch- und deutschsprachigen Texten vernachlässigen.

Als Vergleich dazu erlaube ich mich den zielorientierten Tourismus in Deutschland zu erwähnen, denn es ist Bedeutungswert die Erfahrung von Deutschland in diesem Gebiet darzustellen. Tatsächlich ist die Erfahrung der Naturschutzgebiete ein Zeichen für die Integration der Problematik der Umwelt mit derjenigen des Tourismus in Deutschland.

Außerdem könnte der Tourismus ein Mittel der Information und der Sensibilisierung für Umweltfreundschaft sein, sowie er in den Schutzgebieten in Europa bzw. in Deutschland organisiert ist. So kann der Tourismus dazu ermutigen, die Rolle des Umweltschutzes, sowohl bei den Besuchern als auch bei den Einwohnern dieser Gebiete besser zu verstehen und dennoch in der Praxis auszuüben, deren Hilfe von großer Bedeutung ist für Aufrechterhaltung und die Entwicklung der Naturschutzgebieten.

Dieser Umweltschutz ist in sich selbst keine Grenze an der Freiheit des Touristen und an der Qualität seines Aufenthaltes, im Gegensatz dazu bietet ihm die Landschaft eine wohlhabende Erfahrung.

Die Verwaltungen dieser Schutzgebiete mit der Zusammenarbeitete der Behörde und touristischen Organisationen können Tätigkeiten und Projekte planen, damit der Besucher gut orientiert wird und ihn von den empfindlichen Gebieten entfernen.

Sie spielen auch eine erzieherische und Informationsrolle gegenüber dem Touristen. Diese Organisationen und Behörde erlauben damit die Akzeptation der Bedeutung der Naturfreundlichkeit und der Wichtigkeit dieser Schutzgebiete.

Die Touristen sollen die Regel kennen, warum sie eingesetzt sind, und vor allem davon überzeugt sein, diese Gesetze zu respektieren. Sonst das sind Ausdrücke einer neuen Kultur der Reisen und des Tourismus.

Diese Sorte des Tourismus in den Naturschutzgebieten kann trotzdem manche Konflikte verursachen, indem die Behörde und Reisebüros diese Grenzen der touristischen Entwicklung schwer annehmen könnten, obwohl sie von großer Not seien, denn nicht alle Formen des Tourismus sind Formen mit den Zielen des Naturschutzes vereinbar.

Literaturquellen

- AMMER Ulrich 1998:Freizeit ,Tourismus und Umwelt,Bonn,Economica Verlag .
- BROSCHE:ONT 2002 (National Dienst für Tourismus),Hoggar,Tassili,Reise in die Zeit,Fremdverkehrsbüro.
- BURNAND, Caroline 1991: Touristik, L'allemand des métiers du tourisme, Verlag Marketing.
- Ecologic.Umweltpolitik und Tourismuspolitik: Strukturen, Instrumenten und Akteur der Umweltpolitik und anderer Tourist relevanter Fachpolitiker, im Auftrag des Büros für Technikfolgenabschätzungen beim Deutschen Bundestag. Berlin
- ELLENBERG,Ludwig1997: Ökotourismus. Reisen zwischen Ökonomie und Ökologie, Heidelberg, Berlin Oxford.
- HUNTIKER,Walter 1998:Zur Problematik der Betriebswirtschaftslehre des Fremdverkehrs,
- FRIESNBAHN Günter 1994.: Kompetenzen, Frerichs, M. Müller, W. Ausbilder/innen Training im internationalen Jugendaustausch, Berlin.
- GUERFI Abdelhamid2009 : diversité et inter culturalité en Algérie, UNESCO.
- OOMEN Welke :Kultur und Interkultur, Info DaF DAAD-Verlag, Leipzig 1996.
- YOUSFI Hamid : Interkulturalität eine interdisziplinäre Einführung, Verlag WBG Wissen verbindet,2011.
- STRELOCKE Hans: Algerien Kunst,Kultur und Landschaft,1978 Dumont Bücherlag, Köln 5.Verlag 1998. 5.Verlag 1998
- YOUSFI Hamid Reza : Interkulturalität eine interdisziplinäre Einführung, Verlag WBG Wissen verbindet,2011.
- YOUSFI, H.R: Geschichtsbegriff-Geschichtsinteresse-Historisches Denken, eine der Betrachtung am Beispiel Philosophiehistoriographie, in: Wege zur Geschichte: Konvergenzen –Divergenzen Interdisziplinäre.
- ZERROUK, Sadek: Algerie, guide touristique, édité en partenariat par les éditions guides Addiwane et le touring-club d'Algérie .4.Auftrag 2010.