

Diplomarbeit

„PARADISE LOST?“ TOURISMUS IN DEN LÄNDERN DER DRITTEN WELT NACHHALTIGE ENTWICKLUNG UND ARMUTSREDUZIERUNG

Verfasserin

Manuela Toschner

angestrebter akademischer Grad
Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im September 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:

190/456/299
Lehramtsstudium Geographie und Wirtschaftskunde/
Unterrichtsfach Psychologie und Philosophie

Betreuer:

Ao. Univ.-Prof. Dr. Herbert Baumhackl

Eidesstattliche Erklärung:

Hiermit erkläre ich ehrenwörtlich, dass die vorliegende Arbeit selbständig und nur unter Zuhilfenahme der angegebenen Literatur und der zitierten Quellen verfasst wurde. Diese Diplomarbeit wurde noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegt.

Manuela Toschner

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	8
Tabellenverzeichnis	10
Abkürzungsverzeichnis	11
Danksagung.....	13
I. Inhaltliche Konzeption	14
1. Einleitung und Problemstellung.....	15
2. Aktueller Forschungsstand	17
3. Forschungsleitende Fragen.....	18
4. Aufbau der Arbeit	20
II. Theoretische Konzeption	22
1. Tourismus als Wachstumsindustrie Nr. 1	24
1.1. Tourismusboom und Pushfaktoren	24
1.2. Internationale Touristenankünfte.....	24
1.3. Internationale Tourismuseinnahmen	27
1.4. Tourismusnachfrage und -entwicklung nach Großregionen	28
2. Entwicklung und Stellung der Dritten Welt im globalen Tourismus.....	30
2.1. Die Position der Entwicklungsländer im globalen Tourismus.....	30
2.2. Internationale Touristenankünfte.....	31
2.3. Internationale Tourismuseinnahmen	32
2.4. Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate.....	34
2.5. Tourismus als Exportsektor	35
2.6. Wachsende Entwicklungsländerdestinationen	35
2.7. Human Tourism Index.....	37
2.8. Binnentourismus.....	38
3. Entwicklungsländer: ein Definitionsversuch	40
3.1. Klassifikation der Vereinten Nationen	40
3.1.1. Least Developed Countries (LDC)	41

3.1.2.	Landlocked Developing Countries (LLDC)	42
3.1.3.	Small Island Developing States (SIDS).....	43
3.2.	Klassifikation der UNO und UNDP	43
3.3.	Klassifikation der Weltbank.....	44
4.	Globalisierung der Tourismuswirtschaft und Rolle der Global Players.....	47
4.1.	Definition von Globalisierung	49
4.2.	Globalisierung der Tourismuswirtschaft im Laufe der Zeit	49
4.3.	Globalisierung durch Transnationale Konzerne (TNCs)	50
4.3.1.	Reiseveranstalter	51
4.3.2.	Airlines.....	52
4.3.3.	Hotelketten	53
4.4.	Faire Globalisierung.....	53
4.4.1.	Liberalisierung durch GATS.....	53
4.4.2.	Glokalisierung – „think globally, act locally“	54
5.	Tourismusstrukturen in Entwicklungsländer	55
5.1.	Beherbergungsgewerbe	55
5.2.1.	Tourismusstrukturen der Kleinunternehmen	57
5.2.2.	Belegungsrate der Hotels	59
5.2.	Reiseveranstalter	60
5.3.	Der „informelle“ Sektor.....	60
6.	Positive und negative Effekte des Tourismus in den Ländern der Dritten Welt.....	64
6.1.	Ökonomische Auswirkungen.....	66
6.1.1.	Zahlungsbilanz.....	68
6.1.2.	„Leakages“	69
6.1.3.	Beschäftigung und Einkommen	71
6.1.4.	Beschäftigung der Frauen im Tourismus.....	73
6.1.5.	Andenkenerzeugung.....	76
6.1.6.	Mobilität von Produktionsfaktoren	77
6.1.6.1.	Agrarwirtschaft	77
6.1.6.2.	Migration.....	79
6.2.	Regionalentwicklung und Disparitätenausgleich	80
6.2.1.	Gunst- und Ungunstbedingungen	80
6.2.2.	Touristische Enklaven.....	81

6.2.3.	Staatliche Einbindung	81
6.3.	Soziokultureller Wandel	82
6.3.1.	Akkulturation	82
6.3.2.	Demonstrationseffekt	84
6.3.3.	Kommerzialisierung der einheimischen Kultur	85
6.4.	Tourismus und Umwelt.....	85
6.4.1.	Tourismus – ein Instrument des Naturschutzes?	86
6.4.2.	Luftbelastung	87
6.4.3.	Eingriffe in die Landschaft	87
 III. Der Dritte-Welt-Tourismus in der entwicklungstheoretischen Diskussion		89
1.	Was bedeutet Entwicklung?	90
1.1.	Definition von Entwicklung	90
1.2.	Magische Fünfeck von Entwicklung.....	90
2.	Entwicklungstheorien.....	92
2.1.	Modernisierungstheorie	94
2.2.	Imperialismus-, Dependenztheorie	97
2.3.	Strategie des angepassten Tourismus	99
 IV. Sustainable Development als Kernkonzept – Armutsreduzierung als Hauptziel		102
1.	„Nachhaltige Entwicklung“	103
1.1.	Entwicklung der Nachhaltigkeitsdebatte	104
1.1.1.	„Sanfter Tourismus“	104
1.1.2.	Das Jahr 1972 und der Brundtland-Report	105
1.1.3.	Erdgipfel in Rio und 10 Jahre danach.....	106
1.1.4.	Weltgipfel in Johannesburg 2002	107
1.1.5.	„Millennium Development Goals“	108
1.2.	Kriterien für eine nachhaltige Entwicklung	109
2.	Nachhaltigkeit und Tourismus	110
2.1.	Der Begriff „nachhaltiger Tourismus“	110
2.2.	Grundlagen für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus.....	112
2.2.1.	Gruppe von Akteuren	112

2.2.2.	„Regionsspezifische“ Nachhaltigkeitsstrategie	113
2.3.	„International Seminar on Sustainable Tourism“	114
2.4.	Operationalisierung von Nachhaltigkeit	114
2.4.1.	Gütesiegel	115
2.4.2.	Belastungsgrenzen – „Carrying Capacities“	116
2.4.3.	Ökologischer Fußabdruck	118
2.4.4.	Kennziffern einer harmonisierten touristischen Entwicklung... ..	119
2.4.5.	Ökobilanzen für touristische Destinationen.....	119
2.4.6.	Prozessorientiertes Bewertungsschema.....	119
3.	Ökotourismus – Naturschutz durch Naturgenuss.....	123
3.1.	Der Begriff „Ökotourismus“	124
3.2.	Prinzipien von Ökotourismus.....	126
3.3.	Internationales Jahr des Ökotourismus	128
3.4.	Zielgebiete des Ökotourismus	129
3.5.	Formen von Ökotourismus.....	130
3.6.	Die Zukunft von Ökotourismus	131
3.6.1.	Today’s Ecotourism, Tomorrow’s Mass Tourism?.....	131
3.6.2.	Ökotourismus als Marketingstrategie?	132
4.	Community Based Tourism – Selbsthilfe durch Tourismus	133
4.1.	Der Begriff „Community Based Tourism“	133
4.2.	Lokale Partizipation – der Schlüsselfaktor für CBT	135
4.3.	Das Konzept des CBT	136
4.3.1.	Fünf Prinzipien von CBT.....	138
4.3.2.	Integration menschlicher Ressourcen.....	138
4.4.	Konflikte innerhalb der Dorfgemeinschaften	139
4.5.	Commuity Based oder Masse?	140
4.5.1.	Das Dilemma der Kleinhotellerie	141
4.5.2.	Win-Win Situation.....	142
5.	Pro Poor Tourism – Konzept zur Armutsbekämpfung	143
5.1.	Was ist Armut?	143
5.1.1.	Armut als Millenniums-Entwicklungsziel	144
5.1.2.	Ökonomische Effekte für die Armen	145
5.2.	Entwicklungsgeschichte von PPT und ST-EP	147

5.3.	Armutsreduzierung als Hauptziel.....	148
5.3.1.	“Pro Poor Growth”	149
5.3.1.1.	Definition von PPG.....	149
5.3.1.2.	Öffnen der Einkommensschere.....	150
5.3.2.	Was versteht man unter PPT?	151
5.3.3.	Was versteht man unter ST-EP?.....	152
5.4.	Strategien des armutsreduzierenden Tourismus.....	154
5.4.1.	ökonomische Vorteile	154
5.4.2.	Unterstützungen nicht finanzieller Art	155
5.4.3.	Partizipation der armen Bevölkerungsschicht	156
5.5.	Charakteristika von PPT	156
5.6.	„The Seven Mechanism“.....	157
5.7.	ST-EP Projekte	158
5.8.	„What’s gone wrong?“	159
6.	Nachhaltige Tourismuskonzepte im Vergleich	160
V.	Case Studies – Umsetzung der Strategie des angepassten Tourismus.....	162
1.	„Lessons on good practice“.....	163
1.1.	Schlüsselqualifikationen.....	163
1.2.	Interessensvertreter.....	164
1.3.	Internationale Organisationen	165
2.	Nepal.....	165
2.1.	Tourismus in Nepal	166
2.2.	Trekkingtourismus	168
2.2.1.	Trekkingtourismus in Nepal.....	169
2.2.2.	Wanted: Trekking-Träger	170
2.3.	Rolwaling Tal.....	172
2.4.	Eco Himal.....	173
2.5.	„Rolwaling Eco Tourism Project“	173
2.5.1.	Konzeptentwicklung.....	174
2.5.1.1.	„10 minutes donation“	174
2.5.1.2.	Dörfliches Entwicklungskomitee.....	175
2.5.1.3.	Infrastrukturelle Vorleistungen	175

2.5.1.4. „Community Development Committees“	176
2.5.2. Projektziele.....	176
2.5.3. Phasen und Kosten des Projekts	180
2.5.4. Evaluation des Projekts	181
2.5.4.1. Maoistische Aufstände	181
2.5.4.2. Konkrete Projektergebnisse	182
2.5.5. Bilanz des Projekts	184
3. Ecuador	184
3.1. Tourismus in Ecuador.....	185
3.2. Das Untersuchungsgebiet.....	186
3.2.1. Der Oriente.....	186
3.2.2. Kanton Loreto.....	186
3.3. Die Autorin.....	187
3.4. OCKIL-FONAKIN.....	188
3.5. „Proyecto de Turismo FONAKIN-RIOS“	189
3.5.1. Phase 1 – Mai 2004 bis März 2005	189
3.5.2. Phase 2 – Juli 2005 bis Jänner 2006.....	189
3.5.3. Phase 3 – Februar 2006 bis Juli 2006.....	190
3.5.4. Phase 4 – September 2006 bis Februar 2007.....	190
3.5.4.1. Aufenthalt von “Probetouristen”	191
3.5.4.2. Englischkurse	192
3.5.4.3. Besuch eines Ökotourismusprojekts.....	193
3.6. „Red de Turismo Comunitario Huataraco-Suno“	193
3.6.1. Das Tourismuskonzept.....	194
3.6.2. Unterschiede des „red“ zum „Proyecto de Turismo FONAKIN-RIOS“	195
3.7. Probleme und Hindernisse.....	195
3.8. Ausblick	197
4. Gambia	198
4.1. Tourismus in Gambia.....	199
4.1.1. Die Macht der Reiseveranstalter	199
4.1.2. Tourismuseinnahmen für die arme Bevölkerungsschicht	201
4.2. „Gambia is Good“	202
4.2.1. Das „Geschäft“ mit der Landwirtschaft.....	202

4.2.2. Das Projekt.....	203
4.2.2.1. Methodik	204
4.2.2.2. Zielsetzung.....	204
4.2.2.3. Auswirkungen	205
5. Vergleich der Case-Studies	208
 VI. Zusammenfassung	209
 Literatur- und Quellenverzeichnis.....	211
Anhänge.....	221
Lebenslauf	225

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Grundformen des Tourismus.....	23
Abbildung 2: Internationale Touristenankünfte von 1950 bis 2020.....	25
Abbildung 3: Veränderung der Internationalen Touristenankünfte	27
Abbildung 4: Jährliche Wachstumsrate der internationalen Touristenankünfte	34
Abbildung 5: Inder vor dem Taj Mahal.....	39
Abbildung 6: Human Development Index 2002	44
Abbildung 7: Globalisierungsmerkmale im Tourismus	48
Abbildung 8: Belegungsrate der Hotels 2006 und 2007 in %.....	59
Abbildung 9: Müll neben Verkaufsstand in Kenia.....	62
Abbildung 10: Bedeutungszuwachs des informellen Sektors	63
Abbildung 11: „Leakages“	70
Abbildung 12: Thailänderinnen beim Fertigen von traditionellen Produkten.....	74
Abbildung 13: Werbeplakat gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern	75
Abbildung 14: Akha und Lisu in Nordthailand.....	76
Abbildung 15: Sichtweise der „sozio-kulturellen“ Auswirkungen	83
Abbildung 16: CO ² -Emissionen	87
Abbildung 17: Charakteristische Entwicklungsphasen.....	93
Abbildung 18: Drei Kriterien für nachhaltige Entwicklung.....	110
Abbildung 19: The relationship between sustainable tourism and other terms.....	111
Abbildung 20: The key stakeholders in sustainable tourism.....	113
Abbildung 21: Bewertung des Bereichs Ökologie	121
Abbildung 22: Von der weißen zur grünen Industrie.....	128
Abbildung 23: Geparde im Masai Mara N.R./Kenia.....	132
Abbildung 24: Menschen die von weniger als US \$ 1 pro Tag leben.....	145
Abbildung 25: Prozentanteil der Tourismuseinnahmen 2007	146
Abbildung 26: Tourismus in Verbindung mit Armutsreduzierung	148
Abbildung 27: Ungleichheiten der Einkommensverteilung (2001)	150
Abbildung 28: ST-EP Projekte.....	159
Abbildung 29: Internationale Touristenankünfte in Nepal, 1990 bis 2007.....	167
Abbildung 30: Gebirgsregionen in Nepal.....	169
Abbildung 31: Karte des Rolwaling Tals	172

Abbildung 32: Internationale Touristenankünfte in Ecuador, 2001 – 2006	185
Abbildung 33: Lage von Loreto in Ecuador	187
Abbildung 34: Mag. Julia Gattringer beim Englischunterricht	192
Abbildung 35: Gambia mit den größten touristischen Orten	198
Abbildung 36: Ökonomische Macht der Reiseveranstalter	200
Abbildung 37: Ausgaben der Touristen in der Wertschöpfungskette	201
Abbildung 38: Bauern und Bäuerinnen in Gambia	202
Abbildung 39: Verkaufsstand von „Gambia is Good“	205
Abbildung 40: Anstieg des Umsatzvolumens	206
Abbildung 41: Reduzierung der Projektkosten	207

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Internationale Touristenankünfte nach Großregionen.....	26
Tabelle 2: Internationale Touristeneinnahmen nach Großregionen	28
Tabelle 3: Top 20 Destinationen der internationalen Touristenankünfte	30
Tabelle 4: Internationale Touristenankünfte 1990 – 2006.....	31
Tabelle 5: Internationale Ankünfte in Entwicklungsländern 2006.....	32
Tabelle 6: Developing countries ranked according to the contribution.....	33
Tabelle 7: Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate in Prozent.....	36
Tabelle 8: Human Tourism Index in ausgewählten Ländern	37
Tabelle 9: Scale of international vs. domestic tourism in selected developing countries	38
Tabelle 10: Liste der Ökonomien (Klassifikation der Weltbank: Juli 2007)	46
Tabelle 11: Auswirkungen des Tourismus auf Entwicklungsländer	65
Tabelle 12: Developing Countries with the highest levels of employment in tourism	72
Tabelle 13: Stadien des Industrialisierungsprozess	96
Tabelle 14: Modernisierungs- vs. Dependenztheorie	99
Tabelle 15: Definitionen von Ökotourismus	124
Tabelle 16: Beschäftigte nach Sektoren in Kambodscha	146
Tabelle 17: Charakteristika von Pro Poor Tourism	157
Tabelle 18: Ansätze im nachhaltigen Tourismus	161
Tabelle 19: Kosten des Rolwaling Eco Tourism Project.....	180
Tabelle 20: Projektergebnis nach neun Jahren	182

Abkürzungsverzeichnis

3W	Dritte Welt
AI	All Inklusive
BIP	Bruttoinlandsprodukt
cc	carrying capacity
CBT	Community Based Tourism
CDC	Community Development Committee
CRS	Computer Reservierungssystem
CSD	Commission on Sustainable Development
DFID	Department for International Development, UK
EVI	Economic Vulnerability Index
EU	Europäische Union
FONAKIN	Federación de Organizaciones de Nacionalidad Kichwa de Napo
FTTSA	Fair Trade in Tourism South Africa
GATS	General Agreement on Trade in Services
GDP	Gross Domestic Product
GiG	Gambia is Good
GTZ	Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit
HAI	Human Assets Index
HCPO	Honorable Consejo Provincial de Orellana
HDI	Human Development Index
HIC	High Income Countries
IIED	International Institute for Environment and Development, UK
ILO	International Labour Organization
IMF	International Monetary Fund
IWF	Internationaler Währungsfonds
IYE	International Year of Ecotourism
LIC	Low Income Countries
LDCs	Least Developed Countries
LLDCs	Landlocked Developing Countries
LMC	Lower middle Income
LMY	Low & Middle Income Countries

MIC	Middle Income Countries
NGO	Non Government Organisation
OCKIL	Organización de Comunidades Kichwa de Loreto
ODI	Overseas Development Institute, UK
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development
OPEC	Organization of Petroleum Exporting Countries
POBS	Prozessorientiertes Bewertungsschema
PPG	Pro Poor Growth
PPT	Pro Poor Tourism
red	Red de Turismo Comunitario Huataraco-Suno
RETP	Rolwaling Eco Tourism Project
SIDS	Small Island Developing States
SNV	Netherlands Development Organisation
SMME	Small, Medium and Micro Enterprises
ST-EP	Sustainable Tourism – Eliminating Poverty
TIES	The International Ecotourism Society
UMC	Upper Middle Income
UN/UNO	United Nations/United Nations Organization
UNCED	United Nations Conference on Environment and Development
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNDP	United Nations Development Programme
UNEP	United Nation Environment Programme
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
WCED	World Commission on Environment and Development
WHO	World Health Organization
WTO	World Tourism Organization
WTTC	World Travel and Tourism Council

Danksagung

An dieser Stelle gilt mein Dank all jenen, die mich im Laufe meines Studiums unterstützten und begleiteten und mir beim Erstellen dieser Arbeit behilflich waren.

Allen voran danke ich Herrn Prof. Dr. Herbert Baumhackl, der sich bereit erklärte, die Betreuung der Diplomarbeit zu übernehmen und mir mit Ratschlägen und hilfreichen Anmerkungen zur Seite stand.

Bedanken möchte ich mich bei meinen Eltern und bei meiner Großmutter, die mich während meines Studiums finanziell unterstützten.

Ein großer Dank ergeht an die Vorstände der Sparkasse Horn-Ravelsbach-Kirchberg AG, die mir durch die Beschäftigung in dem Kreditinstitut ein finanziell sorgenfreies Studium ermöglichten.

Ein herzliches „Dankeschön“ gilt meiner Freundin Verena und meinem Onkel Norbert für das Korrekturlesen der Arbeit und meinem Arbeitskollegen Roman, der mir bei computertechnischen Fragen stets behilflich war.

Schließlich gilt mein Dank auch meinen Freunden und Freundinnen für die Motivation während meiner ganzen Studienzeit. Ich wäre niemals so weit gekommen, wenn ihr nicht immer an mich geglaubt hätten.

I. Inhaltliche Konzeption

„Fremdenverkehr ist die lokale oder gebietliche Anhäufung von Fremden mit einem jeweils vorübergehenden Aufenthalt, der die Summe von Wechselwirkungen einerseits und der ortsansässigen Bevölkerung, dem Orte und der Landschaft zum Inhalt hat.“

(Poser 1939 zit. in LUGER et al. 2004: 461)

1. Einleitung und Problemstellung

Fernreisen erleben vor allem seit den 1970er Jahren einen ungebrochenen Boom; sie sind der am schnellsten wachsende Teilmarkt des Massentourismus der entwickelten Welt. Bereits 40% der internationalen Touristenankünfte entfielen 2007 laut Welttourismusorganisation (WTO)¹ auf Dritte-Welt-Länder.

Immer mehr Entwicklungsländer versuchen daher an diesem Fernreiseboom zu partizipieren. Der Tourismus soll das ökonomische Wachstum einleiten und das Volkseinkommen erhöhen: Tourismus als „Allheilmittel“ und „Rettungsanker“. Exotik und Authentizität im Tausch gegen Deviseneinnahmen, Schaffung von Arbeitsplätzen, Ausbau der Infrastrukturen etc.. Tourismus als Möglichkeit „nachholender Entwicklung“².

Die Probleme der Dritte-Welt-Länder sind das rasante Bevölkerungswachstum, hohe Arbeitslosigkeit, Massenarmut durch ein niedriges Pro-Kopf-Einkommen, Unterernährung, unzureichende Bildung und medizinische Versorgung, die ungleiche Einkommens- und Vermögensverteilung, die Verschärfung sozialer und räumlicher Disparitäten, die zunehmende Ressourcenzerstörung, steigende Zahlungsbilanzdefizite, die hohe Auslandsverschuldung und die damit zunehmende Abhängigkeit von der Weltbank und dem Internationalen Währungsfonds (IWF). Die Entwicklungsländer werden gezwungen, alle verfügbaren Mittel und „Strohhalme“ zur Überlebenssicherung einzusetzen.

Viele Länder der Dritten Welt verfügen aber über ein für den Tourismus ausgezeichnet nutzbares Potential (komparative Standortvorteile), vor allem für Urlauber³ aus der entwickelten Welt: einzigartige touristische Attraktionen, ein angenehmes Klima, welches die Saison auf bis zu 365 Tage im Jahr ausdehnt, die faszinierende Andersartigkeit von Flora und Fauna, ein ökologisch intaktes, fast „unberührtes“ Landschaftsbild und exotische Kulturen und Völker. Diese „Ressourcen“ können nicht in die Industrieländer transferiert werden. Durch die auch für die Zukunft prognostizierte steigende Nachfrage nach „Reisen von den Ländern der Reichen in Länder der Armen“ sehen die Entwicklungsländer in der verstärkten Förderung des Tourismus eine Chance, ihre

¹ <http://www.unwto.org/index.php>

² vgl. BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“

³ Um eine bessere Lesbarkeit der Arbeit zu gewährleisten, wurde darauf verzichtet, sowohl die männliche Form als auch die weibliche Form zu verwenden. Es werden aber immer (außer es wird ausdrücklich darauf hingewiesen) beide Geschlechter angesprochen.

wirtschaftliche Misere zu mildern und ihre Gesellschaften zu entwickeln⁴. In den nationalen Entwicklungsplänen der meisten Länder wird Entwicklung aber gleichgesetzt mit wirtschaftlichem Wachstum.

„Nur langsam setzte sich in mehr und mehr Ländern und bei deren Eliten die Erkenntnis durch, daß „Entwicklung“ mehr beinhalten muß als nur das quantitative Wachstum des BSP, wenngleich die Formel „Entwicklung = Wachstum“ aus volkswirtschaftlichen Wachstumstheorien der kapitalistischen Länder abgeleitet wurde, nach denen ein ausreichendes Wirtschaftswachstum letztlich auch die sozialen und wirtschaftlichen Probleme eines Landes lösen werde.“⁵

Erst in den letzten Jahren wird in den Reiseländern der Dritten Welt auch ein weiteres Ziel angestrebt: die touristische Erschließung peripherer Regionen mit weithin fehlenden Ressourcen für alternative Produktionen, um so einerseits über eine Mobilisierung aller Potentiale des Staates zu einer Steigerung des Bruttoinlandsprodukts und andererseits zum Abbau räumlicher und sozialer Disparitäten beizutragen und vor allem, um die Armut zu reduzieren.

Im Hinblick auf den Tourismus als möglichen Entwicklungsmotor sollten aber auch gleichzeitig die ökologischen, sowie sozial- und wirtschaftsräumlichen Aspekte von Entwicklung berücksichtigt werden. Der Frage nach der Sozialverträglichkeit des Tourismus sollte ein hoher Stellenwert eingeräumt werden, denn die Einflüsse des Tourismus auf die Gesellschaft, auf tradierte Werte und Normen der „Bereisten“, sind aggressiver und tiefgreifender als durch andere Wirtschaftsbereiche⁶. Es ist der direkte Kontakt zwischen unterschiedlichen Kultur- und Zivilisationsformen, zwischen den Reichen und den Armen. Es ist eine ungleiche Begegnung!

Nicht nur die kulturelle Intimität der Bevölkerung, auch die ökologische Unberührtheit des Gastlandes wird zerstört. Fremde Sitten und Bräuche werden „eingeschleppt“. Die Gewinne gehen aber an die „Global Players“, an internationale Hotelketten, Reisekonzerne und an die Oligarchie, während die einheimische Bevölkerung marginalisiert wird.

Geht man von einer Multidimensionalität von Entwicklung aus, so kollidieren allerdings oft die wirtschaftlichen Ziele mit den soziokulturellen, politischen und

⁴ vgl. VORLAUFER 1996: 1

⁵ VORLAUFER 1996: 2

⁶ vgl. LUEM 1985

ökologischen Entwicklungszielen. In Anbetracht ihrer wirtschaftlichen Misere nehmen die Entwicklungsländer die negativen soziokulturellen und ökologischen Auswirkungen in Kauf, in der Hoffnung, sie könnten durch den wirtschaftlichen Nutzen kompensiert werden.

2. Aktueller Forschungsstand

Tourismusforschung in Dritte-Welt-Destinationen war bis Mitte der 1980er Jahre von der kontroversiell geführten Diskussion zwischen Anhängern der Modernisierungstheorie und den ideologisch geleiteten Dependenztheoretikern determiniert und quasi „gelähmt“. Ein Verdienst dieser Diskussion war aber die Sensibilisierung für Fragen der Dritten Welt im Zusammenhang mit der Tourismusentwicklung und deren Folgen. Eine Debatte, die in späterer Folge auf die klassischen Tourismusdestinationen in Europa übertragen wurde⁷ und einen Paradigmenwechsel in der Betrachtungsweise des Tourismus als „weiße Industrie“ einleitete – der Tourismus hat seine „Unschuld“ verloren⁸.

Tourismuskritik entstand als Beanstandung am „harten“ Massentourismus in Dritte-Welt-Ländern als Kritik von außen; eine eurozentristische Sichtweise, die oft im Widerspruch zu jener der Betroffenen ist. Diese Kritik ist inzwischen längst auch in „unserer Welt“ salonfähig geworden, als Beanstandung am Wachstumsautomatismus des Tourismus, an den Organisationsformen und an den ökologischen und soziokulturellen Folgen für die Zielregionen. Es ist eine Diskussion über Kosten und Nutzen des Tourismus: Für die Wirtschaft, die Umwelt (= ökologische Kosten) und für die Bereisten (= soziale Kosten), die bei Kostenwahrheit den ökonomischen Nutzen zunehmend in Frage stellen. Es geht um die Diskussion über eigenbestimmte Entwicklungen oder Abhängigkeiten von einer zunehmend globalisierten Tourismuswirtschaft, die für die Zielländer austauschbar sind, lediglich die Funktion von „Produktionsstandorten“ haben und die für die meisten Touristen nur die „Pleasure Periphery“⁹ sind, in der die Erfüllung ihrer exotischen Urlaubsträume realisiert werden sollen.

Hierbei geht es um die Raumwirksamkeit des Massentourismus, um die Knappheit der natürlichen Ressourcen und um das Problem der Externalitäten. Das Schlagwort

⁷ vgl. KRIPPENDORF 1976; vgl. KRIPPENDORF 1986; vgl. KRIPPENDORF et al. 1989; vgl. MATHIESON/WALL 1982

⁸ vgl. BAUMHACKL et al. 2006: 7

⁹ vgl. BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“

„Sustainable Development“ im Sinne von Entwicklungsspielräumen und der Verantwortung gegenüber den späteren Generationen spielt eine bedeutende Rolle. Der Verteilungsaspekt und die Mitbestimmung werden immer wichtiger.

Die Modernisierungs- und die Dependenztheorie sind „große Theorien“, die in einer Makroperspektive die positiven und negativen Effekte des Tourismus für Dritte-Welt-Länder mit Argumenten und Beispielen als allgemein gültig zu untermauern versuch(t)en. Tatsächlich ist aber eine pauschale Bewertung durch die spezifischen Rahmenbedingungen in den Entwicklungsländern - empirische Studien belegen dies - nicht zulässig.

Erst Mitte der 1980er Jahre setzte sich eine pragmatischere Bewertung („Scheitern der großen Theorien“) des Entwicklungsländertourismus durch, eine partielle Synthese beider Extrempositionen. Der Tourismus hat, wie jede andere Wirtschaftsaktivität, positive und negative Auswirkungen – *„a mixed blessing everywhere“*. Propagiert wird die *„Strategie des angepassten Tourismus“*: der Ferntourismus sollte in sozial- und umweltverträglichere Bahnen gelenkt und die Nachfrager auf ihre Reisen besser vorbereitet werden¹⁰.

Ein Perspektivenwechsel wurde mit der Idee des „Sustainable Development“ in den 1990er Jahren eingeleitet (vgl. Kap. IV). Aus dem Sustainable Development-Konzept haben sich neue, viel versprechende Ansätze entwickelt, wie der „Pro-Poor-“ (PPT) bzw. „ST-EP-Ansatz“ (Sustainable Tourism – Eliminating Poverty), der Ökotourismus-Ansatz und der „Community Based Tourism“-Ansatz (CBT), die seither der Diskussion über die Rolle des Tourismus für Dritte-Welt-Länder eine neue und zukunftsweisende Richtung geben. Armutsreduzierung wurde zum neuen Leitziel und zur zentralen entwicklungspolitischen Aufgabe für Entwicklungsländer.

3. Forschungsleitende Fragen

Die Arbeit beschäftigt sich mit Ansätzen und Entwicklungstheorien des Tourismus in der Dritten Welt. Im Zentrum des Erkenntnisinteresses stehen die neuen Ansätze auf regionaler und kommunaler Ebene (Community Based tourism), die die Menschen in den Mittelpunkt rücken, Armutsreduzierung (PPT und ST-EP) durch Tourismus als Hauptziel definieren, Nachhaltigkeit („Sustainable Development“) als Maxime einfordern und Öko-

¹⁰ vgl. BAUMHACKL et al. 2006: 8

und Ethnotourismus als Tourismusform der kleinen Zahl in Eigenverantwortung propagieren.

Vor dem Hintergrund der Entwicklung und Dimension des Dritte-Welt-Tourismus lassen sich folgende Forschungsfragen ableiten:

- Ist der Tourismus als Entwicklungsmodell geeignet? Eine Analyse und kritische Bewertung der „klassischen“ Entwicklungstheorien, ihre theoretische und empirische Relevanz und ihre Schwächen und Kritik.
- Welche positiven und negativen Effekte hat der Tourismus für Dritte-Welt-Länder?
- Wie können die (nicht nur ökonomisch gesehenen) gewinnbringenden Vorteile von Tourismus bestmöglich genutzt und Risiken und Negativeffekte minimiert werden, d.h. Tourismus als Instrument zur Erlangung alternativer Einkommensquellen, Steigerung des Umweltbewusstseins und der Festigung kultureller Normen und Identitäten genutzt werden? Wie können hingegen „touristischer Ausverkauf“, wirtschaftliche Abhängigkeiten, ungezügelter Ressourcenverbrauch, Identitätsverlust und soziokultureller Wandel verhindert werden? Oder einfacher ausgedrückt: Wie kann der Tourismus nachhaltig gestaltet werden, dass die lokale/regionale Bevölkerung die Entwicklung mitbestimmt und von der Wertschöpfung profitiert?
- Der Kern der Arbeit ist die Überprüfung der neuen Ansätze, die der Leitmaxime der Armutsreduzierung folgen – CBT, Ökotourismus, PPT bzw. ST-EP:
 - o Gibt es eine eigenbestimmte nachhaltige Entwicklung, von der die Bevölkerung profitiert und zur Armutsreduzierung beiträgt?
 - o Wie kann diese Entwicklung ohne Einbindung in den globalen Markt, ohne Vermarktung von außen funktionieren?
 - o Kann der Tourismus der „kleinen Zahl“ und einfacher Angebotsentwicklung einen Beitrag zur nachhaltigen Armutsreduzierung leisten?
 - o Sind diese neuen Ansätze geeignet, ökonomische Effekte ohne ökologische Schäden und Kulturverlust zu erzielen?
- Eine wichtige Fragstellung ist die Analyse und Evaluierung dieser Ansätze anhand bereits durchgeführter Case Studies in verschiedenen Ländern.

4. Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in fünf Teile. Sie beginnt mit allgemeinen Erkenntnissen über den Zusammenhang von Tourismus und Entwicklungsländern, der Einordnung in den aktuellen Forschungsstand und der Darstellung der Forschungsfragen, die diese Diplomarbeit begleiten.

In Kapitel II wird die touristische Situation erfasst – kaum ein anderer Wirtschaftszweig kann einen so konstanten Anstieg aufweisen. Auch die Entwicklungsländer können in dieser Branche einen Rekord nach dem anderen bekannt geben. In diesem Zusammenhang werden die Entwicklung und die Stellung des Entwicklungsländertourismus im globalen Tourismus erörtert. Die Einteilung der Welt in Industrie- und Entwicklungsländer wird durch verschiedene Institutionen unterschiedlich vorgenommen. Die hier vorliegende Arbeit widmet sich der Globalisierung der Tourismuswirtschaft und der Rolle der „Global Players“. Die Frage, wie dominant die Reiseveranstalter und Hotelketten in diesem Bereich sind, wird in diesem Kapitel ebenfalls erläutert. Die vorhandenen Tourismusstrukturen in den Entwicklungsländern werden Bestandteil der Arbeit sein, ehe der Abschluss dieses Kapitels sich mit den positiven und negativen Auswirkungen des Tourismus in den Ländern der Dritten Welt beschäftigt. Im speziellen werden die ökonomischen, regionalen, soziokulturellen und ökologischen Effekte des Tourismus verdeutlicht.

Ob der Entwicklungsländertourismus ein Vehikel der Entwicklung ist oder einen Weg in die Unterentwicklung darstellt, wird in dem Kapitel III unter dem Punkt „Entwicklungsländertheorien“ behandelt. Es gibt nicht mehr nur zwei große Entwicklungstheorien, deshalb wird ein besonderes Augenmerk auf neue Ansätze für den Tourismus in der Dritten Welt gelegt. Ein Umdenkprozess setzt auf nachhaltige bzw. dauerhafte Entwicklung. Hierbei wird der Fremdenverkehr nicht komplett abgelehnt, sondern er bekennt sich zu einem „*Tourismus der kleinen Zahl*“¹¹.

Das Konzept „Sustainable Development“ wurde 1987 durch den Brundtlandreport („Our Common Future“) bekannt gemacht. Zur Messung der Nachhaltigkeit werden verschiedene Instrumente wie Gütesiegel, Belastungsgrenzen, ökologischer Fußabdruck, Kennziffern und das prozessorientierte Bewertungsschema eingeführt. Community Based Tourism, Ökotourismus, der Pro-Poor- bzw. der ST-EP-Ansatz sind die jüngsten, Erfolg

¹¹ VORLAUFER 1996: 9

versprechenden Ansätze und basieren auf Nachhaltigkeit. Sie werden in dem Kapitel IV hinsichtlich ihres Theoriegehalts und ihrer praktischen Relevanz „unter die Lupe“ genommen. Die Ansätze unterscheiden sich in ihrer speziellen Zielsetzung marginal voneinander. In allen Theorien wichtig ist das Mitspracherecht der lokalen Bevölkerung. Wie Name sagt, versucht „Pro Poor Tourism“ durch den Fremdenverkehr Wirtschaftswachstum ganz spezifisch der armen Bevölkerungsschicht zu Gute kommen zu lassen.

Anhand von in verschiedenen Dritte-Welt-Ländern durchgeführten Case Studies werden im letzten Kapitel die neuen Ansätze kritisch analysiert und evaluiert. Die Wichtigkeit der Einbeziehung der verschiedenen Interessenvertreter wird betont, die Rolle lokaler Organisationen und der Politik werden hervorgehoben und konkretisiert. Es werden unterschiedliche Strategien zur Miteinbeziehung und aktiven Teilnahme der Bevölkerung aufgezeigt. Anhand mehr oder weniger positiver Fallbeispiele wird die theoretische Konzeption aus dem zweiten Kapitel evaluiert, die Ergebnisse der Case Studies aus unterschiedlichen Regionen in Nepal, Ecuador und Gambia kritisch betrachtet.

II. Theoretische Konzeption

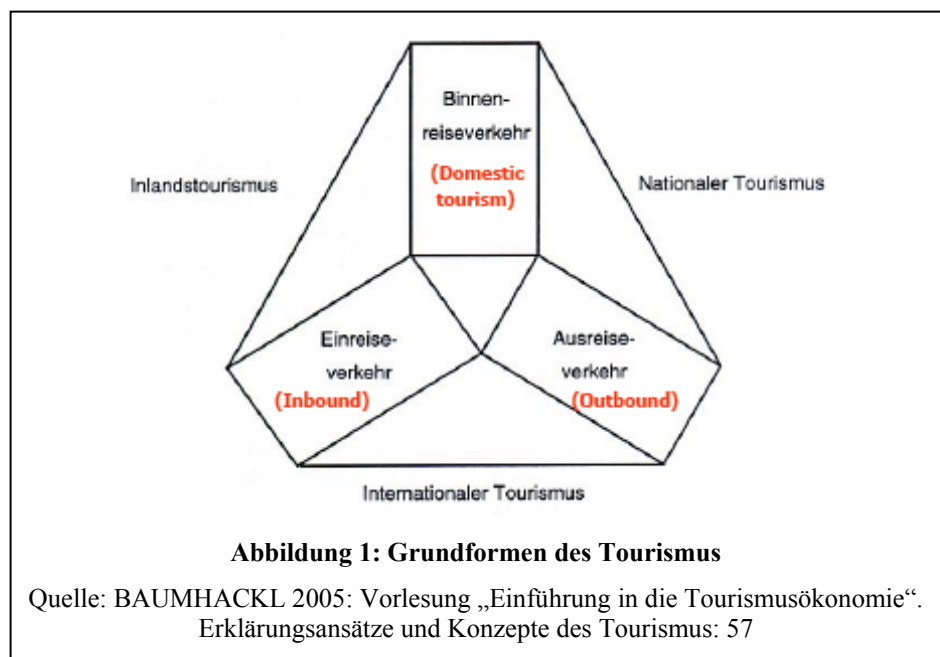
(...) war es, wo mir vor vielen Jahren jener Mann begegnete, der sich persönlich davon überzeugt hat, daß die Erde rund ist. Und daß dieser Ball ein Spielball ist! Er war Kohlenbrenner gewesen, spielte auf einer kleinen Lotterie, gewann, spielte auf der großen, gewann, machte sich auf die Reise gen Westen und kehrte nach Jahren von Osten her wieder heim, an Geld so arm als je, aber an Erfahrung und Weisheit reich, so reich, daß er wußte, es lebe sich in der Köhlerhütte eigentlich auch nicht viel schlechter als anderswo, wenn man gesund ist, und an sich selber einen guten Kameraden hat.

(Rosegger 1930 zit. in LUGER et al. 2004: 35)

Eine eminent wichtige Größe, um das touristische Aufkommen vergleichen zu können, sind die internationalen, grenzüberschreitenden Touristenankünfte.

Der Internationale Tourismus summiert den gesamten Ein- und den Ausreiseverkehr. Unter dem Begriff Einreiseverkehr (Inbound Tourism) versteht man im Ausland wohnhafte Personen, die in ein anderes Land reisen. Im Inland wohnhafte Personen, die in ein anderes Land reisen werden unter dem Terminus Ausreiseverkehr (Outbound Tourism) zusammengefasst. Der Binnenreiseverkehr (Domestic Tourism) bezieht sich auf im Inland wohnende Personen, welche innerhalb des eigenen Landes reisen¹².

Die in der Arbeit verwendeten statistischen Daten beziehen sich, sofern nichts anderes angegeben, auf den Einreiseverkehr (Inbound Tourism).



¹² vgl. BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Erklärungsansätze und Konzepte des Tourismus

1. Tourismus als Wachstumsindustrie Nr. 1

1.1. Tourismusboom und Pushfaktoren

Schon seit Jahrzehnten ist der Tourismussektor die Wachstumsbranche par excellence. Die Expansion und Diffusion des Tourismusbooms, vom elitären Reisen zum Massentourismus, lässt sich kurz zusammengefasst auf folgende Pushfaktoren zurückführen¹³:

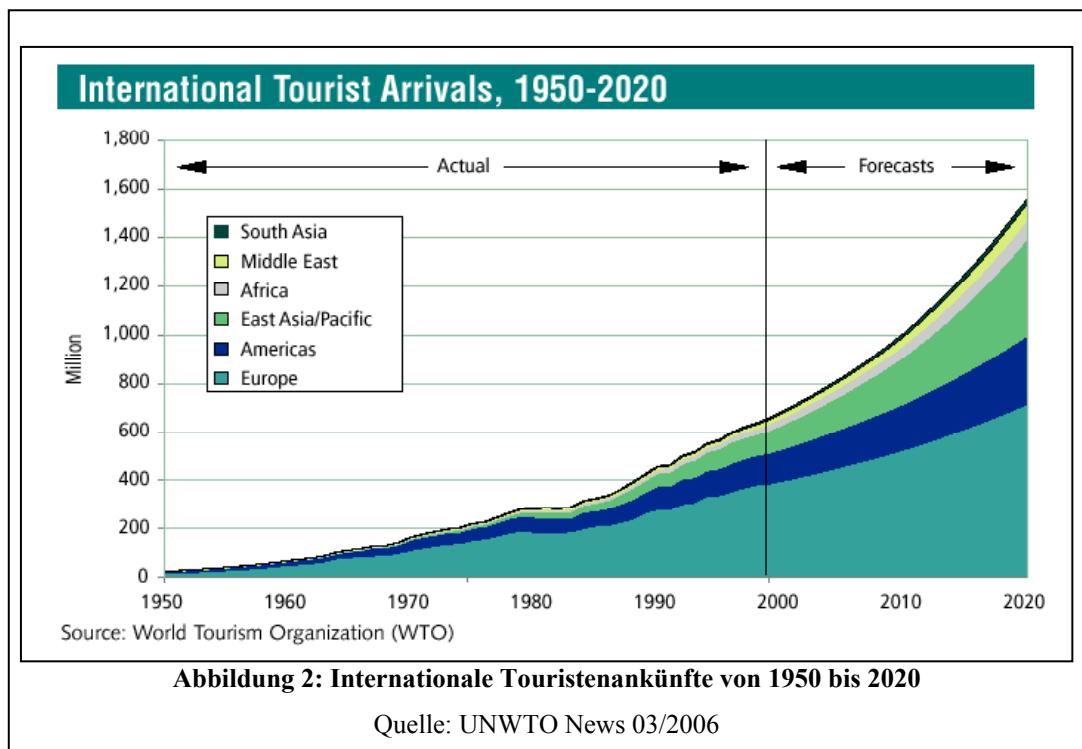
- der rasanten Erhöhung des Haushaltseinkommens in den westlichen Industrienationen und damit einer Steigerung des Wohlstandes seit den 1950er Jahren,
- der Verkürzung der Arbeitszeit und Urlaubsregelungen,
- einer Veränderung des Verbraucherverhaltens durch überschüssige Kaufkraft (vgl. Demokratisierung des Reisens),
- durch die Erschließung neuer Tourismusdestinationen und Hinausschieben der Tourismusperipherie (v.a. durch Reiseveranstalter, Hotelkonzerne, internationale Investoren),
- durch technologische Innovationen im Transportwesen und damit der Erreichbarkeiten im Sinne der Zeit-Kosten-Müherelation (vgl. Großraumflugzeuge und Langstreckenjets),
- durch neue Organisationsformen: Reiseveranstalter lenken die Reisesströme,
- durch neue Kommunikationstechnologien (CRS- und Informationssysteme)
- durch die Deregulierung und Liberalisierung im Flugverkehr und günstige Flugpreise – Fernreisen werden für „Jedermann“ leistbar,
- durch die fortschreitende Globalisierung der Welt- bzw. der Tourismuswirtschaft.

1.2. Internationale Touristenankünfte

Die ungemein dynamische Entwicklung des Tourismus, eine Folge der genannten Push-Faktoren, belegen eindrucksvoll die internationalen Touristenankünfte. Wurde am Beginn der touristischen Aufzeichnungen (1950) von der WTO die Zahl der

¹³ vgl. HENSCHER 2002: 35 ff.

internationalen Ankünfte noch mit 25,3 Millionen beziffert – davon entfielen 24,3 Millionen auf Europa und Amerika und nur eine Million Besucher auf Afrika, Asien und die pazifischen Staaten und den Mittleren Osten – so betrug diese im Jahr 2007 bereits 898 Millionen. Das entspricht in den Jahren von 1950 bis 2005 einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 6,5 Prozent.



Die rasante Dynamik der Entwicklung belegen auch folgende Zahlen: Von 2000 bis 2007 stiegen die grenzüberschreitenden Reisen um 32 %; 2007 wurden um ca. 52 Millionen mehr getätigt als noch 2006¹⁴.

Selbst die ungünstigen polit-ökonomischen Rahmenbedingungen der letzten Jahre, wie die laufende Erhöhung der Treibstoffpreise, Wechselkursschwankungen (insbesondere die Schwäche des US-Dollars), Dämpfung der Konjunktur und Restriktionen bei der Kreditvergabe in den letzten Monaten des vorigen Jahres, Terroranschläge (vgl. 9/11, Anschläge in Urlaubsdestinationen), epidemische Krankheiten (Vogelgrippe, SARS/Severe Acute Respiratory Syndrome¹⁵, Maul- und Klauenseuche) und Naturkatastrophen (Überflutungen, Hurrikans, Erdbeben oder Waldbrände)¹⁶ - konnten den „Siegeszug“ des

¹⁴ Europa 19,3 Millionen, Asien und die pazifischen Staaten 17,1 Millionen, Amerika 6,4 Millionen, Afrika 3,3 Millionen und der Mittlere Osten 5,4 Millionen.

¹⁵ <http://de.wikipedia.org/wiki/>

¹⁶ vgl. UNWTO World Tourism Barometer 01/2008

Tourismus nur kurzzeitig einbremsen aber nicht aufhalten. Laut Prognose der WTO ist von 2005 bis 2020 eine Verdoppelung der internationalen Touristenankünfte auf 1,6 Milliarden zu erwarten (vgl. Abbildung 2).

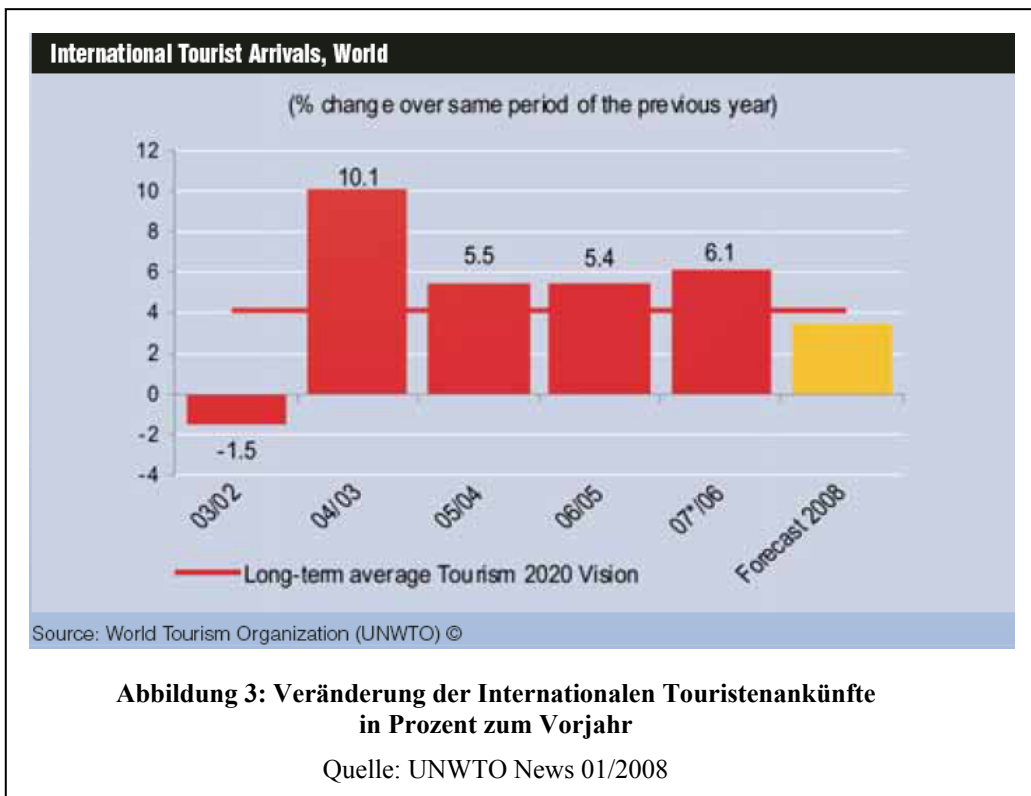
Der größte Zuwachs, sowohl bei Inbound- als auch bei Outboundreisen, wird durch den Wirtschaftsboom in China und Indien für Asien und die pazifischen Staaten prognostiziert.

	1995	2000	2006	2007	Share 2007	Change 07/06
	(million)		(%)		(%)	
World	436,0	682,0	846,0	898,0	100,0	6,1
Europe	262,3	391,0	460,8	480,1	53,5	4,2
Northern Europe	28,3	42,6	54,9	56,0	6,2	2,0
Western Europe	108,6	139,7	149,8	155,0	17,3	3,5
Central/Eastern Europe	31,5	69,4	91,3	92,8	10,3	1,7
Southern/Mediterr. Europe	93,9	139,3	164,8	176,3	19,6	7,0
Asia and the Pacific	56,2	110,6	167,8	184,9	20,6	10,2
North-East Asia	26,4	58,3	94,3	104,2	11,6	10,5
South-East Asia	21,5	36,9	54,0	60,4	6,7	11,8
Oceania	5,2	9,2	10,5	10,7	1,2	1,4
South Asia	3,2	6,1	9,0	9,7	1,1	7,8
Americas	92,8	128,2	135,7	142,1	15,8	4,7
North America	71,7	91,5	90,7	95,0	10,6	4,7
Caribbean	11,4	17,1	19,4	19,3	2,1	-0,9
Central America	1,9	4,3	6,9	7,7	0,9	11,1
South America	7,7	15,3	18,7	20,2	2,2	8,1
Africa	15,2	27,9	40,9	44,2	4,9	7,9
North Africa	8,4	10,2	15,1	16,4	1,8	8,5
Subsaharan Africa	6,8	17,7	25,9	27,8	3,1	7,5
Middle East	9,6	24,4	41,0	46,4	5,2	13,4

Tabelle 1: Internationale Touristenankünfte nach Großregionen

Quelle: UNWTO World Tourism Barometer 01/2008

Der Langzeitdurchschnitt für das jährliche Wachstum der internationalen Touristenankünfte wurde bis in das Jahr 2020 mit einer Zielvorgabe von 4,1 Prozent prognostiziert (vgl. Abbildung 3). Bis auf das Jahr 2002/03 – Folgen des Terroranschlags auf das World Trade Center am 11. September 2001 (9/11), Infektionskrankheit SARS und Folgen von Reisewarnungen – wurde diese Zielvorgabe immer übertroffen.



1.3. Internationale Tourismuseinnahmen

Der Tourismus gehört zu den dynamischsten Wirtschaftszweigen der Welt. 11 % des globalen BIP und 7 % des Weltexportvolumens (2002) - 4 % im Jahr 1980, 6 % im Jahr 1995¹⁷ - werden durch diese „Boom“-Branche erwirtschaftet.

Im Jahr 2006 lagen die Einnahmen aus dem internationalen Tourismus bei 733 Milliarden US \$; das sind pro Tag 2,4 Milliarden US \$. Durchschnittlich wurden ca. 870 US \$ pro Reise ausgegeben. Im Jahr 2006 verdienten 75 Länder durch den internationalen Einreiseverkehr mehr als eine Milliarde US \$¹⁸.

Die Problematik der Tourismuswirtschaft liegt in der ungleichen Aufteilung der Tourismuseinnahmen im Verhältnis zu den internationalen Ankünften. In Europa und Asien hält sich der Prozentanteil der Einnahmen mit dem der internationalen Touristenankünfte relativ die Waage (z.B. Asien und die pazifischen Staaten: weltweite Einnahmen 2006: 20,8 % und weltweite Ankünfte: 19,83 %). Dagegen besitzt Amerika 2006 einen Anteil an den Touristenankünften von 16 % und einen Anteil an den Einnahmen von 21 %. Der umgekehrte Effekt ist bei Afrika und dem Mittleren Osten zu

¹⁷ vgl. ROE et al. 2004: 6

¹⁸ vgl. UNWTO Tourism Highlights 2007

beobachten. Beide Großregionen erwirtschaften weniger anteilmäßigen Gewinn als Personen ins Land reisen.

	Receipts US\$	Receipts US\$	Receipts	Share
			per arrival	
	2005	2006	2006	2006
	(billion)			(%)
World	676,0	733,0	870,0	100,0
Europe	348,8	374,5	810,0	51,1
Northern Europe	53,9	59,9	1.090,0	8,2
Western Europe	122,5	130,8	870,0	17,9
Central/Eastern Europe	32,4	37,3	410,0	5,1
Southern/Mediterr. Europe	140,0	146,5	890,0	20,0
Asia and the Pacific	134,5	152,6	910,0	20,8
North-East Asia	65,4	74,3	790,0	10,1
South-East Asia	33,8	40,6	750,0	5,5
Oceania	25,6	26,3	2.500,0	3,6
South Asia	9,6	11,5	1.290,0	1,6
Americas	145,2	154,0	1.130,0	21,0
North America	107,4	112,5	1.240,0	15,4
Caribbean	20,8	22,1	1.140,0	3,0
Central America	4,6	5,4	770,0	0,7
South America	12,4	14,0	750,0	1,9
Africa	21,7	24,3	600,0	3,3
North Africa	7,0	8,5	570,0	1,2
Subsaharan Africa	14,7	15,8	610,0	2,2
Middle East	26,3	27,3	650,0	3,7

Tabelle 2: Internationale Touristeneinnahmen nach Großregionen
Quelle: in Anlehnung an UNWTO Tourism Highlights 2007

1.4. Tourismusnachfrage und -entwicklung nach Großregionen

Im **Mittleren Osten** sowie auf dem afrikanischen Kontinent ist eine progressive Steigerung sowohl bei den internationalen Ankünften als auch bei den internationalen Tourismuseinnahmen möglich, da die Zahlen laut Statistik noch auf niedrigem Niveau liegen. Der Weltanteil an den internationalen Touristenankünften liegt für den Mittleren Osten bei 5,2 % und für Afrika bei 4,9 %. Im Jahr 2007 reisten 44,2 Millionen Menschen nach **Afrika**. Die höchsten Touristenankünfte und auch –einnahmen in dieser Großregion sind in Südafrika zu beobachten¹⁹.

¹⁹ vgl. WTO News 01/2008; vgl. UNWTO Tourism Highlights 2007

Asien und die pazifischen Staaten konnten die internationalen Touristenankünfte von 2006 auf 2007 um 10,2 % steigern – und damit die hohen Wachstumsraten der Vorjahre aufrechterhalten. Vor allem der erneute Reiseaufschwung von Thailand und den Malediven (Einbruch der Tourismuszahlen durch den Tsunami am 26. Dezember 2004) und die hohen Zuwachsraten der noch „jungen“ Tourismusdestinationen konnten diesen Ländern ein enormes Wachstum bescheren²⁰. China erwartet für das Jahr 2008 hohe Touristenankünfte durch die olympischen Spiele, die in Peking abgehalten werden. Die größten Zuwächse waren in Südasien und in Südostasien zu beobachten. Thailand und Kambodscha erreichten eine Steigerung von 20 %, die Malediven konnten im Jahr 2006 sogar mit einem Plus von 52 % gegenüber dem Vorjahr abschließen²¹.

Europa erzielte 2007 dagegen - von einer hohen Ausgangsbasis aus - eine moderate Steigerung von 4,2 % und lag damit sogar unter der weltweiten durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate. Das größte Wachstum innerhalb Europas lag 2006 in den südlichen Ländern²².

Innerhalb von **Amerika** (jährliche Wachstumsrate von 4,7 % 2007) lag der Großteil der touristischen Aktivität in Nordamerika. Im Jahr 2006 stieg die Zahl der internationalen Touristenankünfte in Amerika um nur 2 %. Lediglich die USA konnte einen moderaten Anstieg verbuchen, der jedoch nicht ausreichte, um die schwache Entwicklung von Kanada und Mexiko zu kompensieren. Einige lateinamerikanische Staaten wiesen eine Wachstumsrate im zweistelligen Bereich auf: El Salvador 17,4 %, Jamaika 13,5 %, Panama 20,1 %²³.

²⁰ vgl. WTO News 01/2008; vgl. UNWTO Tourism Highlights 2007

²¹ vgl. UNWTO Tourism Highlights 2007

²² vgl. UNWTO Tourism Highlights 2007

²³ vgl. UNWTO Tourism Highlights 2007

2. Entwicklung und Stellung der Dritten Welt im globalen Tourismus

2.1. Die Position der Entwicklungsländer im globalen Tourismus

Die Länder der Dritten Welt waren früher für den Welttourismus eher unbedeutend. Im Vergleich zu den Industrieländern hatten die Entwicklungsländer nur einen geringen Anteil an Touristenankünften. Dafür wiesen Länder der Dritten Welt ein höheres Wachstumspotential auf, und somit stieg auch im Laufe der Zeit deren Bedeutung am Weltmarkt. Der Marktanteil der internationalen Touristenankünfte in den Ländern der Dritten Welt ist laut World Tourism Organization mittlerweile auf 40 % gewachsen (2007). Dieser Anteil betrug im Jahre 1978 nur 11 %, stieg 1998 auf 30 % an erreichte 2002 34 %²⁴.

Position	Land	Ankünfte (Millionen)
1	Frankreich	79,1
2	Spanien	58,5
3	Vereinigte Staaten	51,1
4	China	49,6
5	Italien	41,1
6	Vereinigtes Königreich	30,7
7	Deutschland	23,6
8	Mexiko	21,4
9	Österreich	20,3
10	Russland	20,2
11	Ukraine	18,9
12	Türkei	18,9
13	Kanada	18,3
14	Malaysia	17,5
15	Griechenland	16,0
16	Hong Kong	15,8
17	Polen	15,7
18	Thailand	13,8
19	Portugal	11,3
20	Niederlande	10,7

Tabelle 3: Top 20 Destinationen der internationalen Touristenankünfte aus 2006

Quelle: WTO Tourism Highlights 2007, eigene Darstellung

²⁴ <http://www.unwto.org/index.php>

In der Tabelle 3 werden die Positionen der Low- und Middle Income Länder (LMY)²⁵ im globalen Tourismus verglichen. Acht LMY befinden sich in der Top 20 Liste der am meist bereisten Tourismusdestinationen des Jahres 2006. Vor 20 Jahren hatte China aufgrund seiner restriktiven Einreisepolitik nur 1,3 Millionen Ankünfte. Heute reisen jedes Jahr fast 50 Millionen Touristen in das Land.

Der Anteil an Auslandsreisen in Entwicklungsländer aus Europa ist vergleichsweise gering. Die meisten Reisen erfolgen aus den asiatisch-pazifischen Staaten. Für Nordamerikaner, Australier oder Japaner ist bereits der Besuch eines benachbarten Landes eine Reise in ein Entwicklungsland. Die Reiseströme der Europäer haben eine größere Streuung, obwohl es auch hier Tendenzen zum näher gelegenen afrikanischen Kontinent gibt (z.B. nach Marokko, Tunesien oder Ägypten). Die beliebtesten Zielgebiete des Entwicklungsländertourismus liegen laut Karl Vorlaufer aus ökonomischen Gründen (Zeit, Mühe und Kosten) in einem „Sonnengürtel“²⁶ rund um die Industrieländer, der in drei bis vier Flugstunden zu erreichen ist.

2.2. Internationale Touristenankünfte

Die wichtigsten Datenquellen für internationale Vergleiche sind die Statistiken der WTO. Für jedes Land werden die internationalen Touristenankünfte erfasst und publiziert.

	Ankünfte (Million)			Marktanteil (%)		
	1990	2000	2006	1990	2000	2006
Welt	436	684	846	100	100	100
Entwicklungsländer	112,8	233,8	333,4	25,9	34,2	39,4
50 Least Developed Countries	2,9	6,3	11,4	0,7	0,9	1,3
Andere Low- & Low-Middle Income Countries	43,8	100,5	162,5	10,0	14,7	19,2
Upper-Middle Income Countries	66,1	127,0	159,5	15,2	18,6	18,8
Industrieländer	323,2	449,7	512,8	74,1	65,8	60,6

Tabelle 4: Internationale Touristenankünfte 1990 – 2006
 Quelle: in Anlehnung an UNWTO ST-EP Programme 2007: 4

²⁵ nach der Klassifikation der Weltbank im Juli 2007 (Einteilung der Länder vgl. Kapitel II-3.3.)

²⁶ vgl. VORLAUFER 1996: 23 f.

Die Zahl der weltweiten internationalen Touristenankünfte lag im Jahr 2006 bei 846 Millionen – davon entfielen über 60 % (512 Millionen) auf die Industrieländer und knapp 40 % auf die Entwicklungsländer (333 Millionen), die sich wie folgt aufteilen: 3,5 % LDC (Least Developed Countries), 48,7 % LIC (Lower Income Countries) & LMC (Lower Middle Income Countries) und 47,8 % UMC (Upper Middle Income Countries).

	Land	Ankünfte (Million)		Land	Ankünfte (Million)
1	China	49,6	16	Brasilien	5,0
2	Mexiko	21,4	17	Indonesien	4,9
3	Russland	20,2	18	Syrien	4,4
4	Ukraine	18,9	19	Indien	4,4
5	Türkei	18,9	20	Argentinien	4,2
6	Malaysia	17,5	21	Dominikanische R.	4,0
7	Polen	15,7	22	Vietnam	3,6
8	Thailand	13,8	23	Jordanien	3,2
9	Ungarn	9,3	24	Philippinen	2,8
10	Kroatien	8,7	25	Zimbabwe	2,3
11	Ägypten	8,7	26	Chile	2,3
12	Südafrika	8,4	27	Kuba	2,2
13	Marokko	6,6	28	Uruguay	1,7
14	Tunesien	6,6	29	Costa Rica	1,7
15	Bulgarien	5,2	30	Peru	1,6

Tabelle 5: Internationale Ankünfte in Entwicklungsländern 2006

Quelle: WTO Tourism Highlights 2007, eigene Darstellung

Die Tabelle 5 reiht die Top 30 der Entwicklungsländer mit ihren internationalen Ankünften im Jahr 2006. Sieben davon befinden sich in Europa, acht in Amerika, weitere sieben in Asien und den pazifischen Staaten, vier in Afrika und drei im Mittleren Osten.

2.3. Internationale Tourismuseinnahmen

Die internationalen Tourismuseinnahmen für die Länder der Dritten Welt sollen im Jahr 2008 laut Prognose erstmals US \$ 250 Milliarden erreichen. Im Jahr 2006 waren es bereits 205 Milliarden US Dollar – viermal mehr als im Jahr 1990 (50 Milliarden US \$). In diesem Zeitraum konnte der Marktanteil der internationalen Ankünfte von 28,6 % auf 40,3 % gesteigert werden²⁷.

²⁷ vgl. UNWTO Tourism can help in Poverty Alleviation [o.J.]

		Contribution of tourism to GDP 1990	Contribution of tourism to GDP 1999	Growth in GDP 1990-1999	% of Export Earning in 1999
1	Maldives	72,8	87,7	20,5	74,3
2	Anguilla*	82,0	71,1	-13,3	50,9
3	Saint Lucia*	52,0	59,2	13,7	65,6
4	Seychelles	54,0	49,2	-8,9	41,2
5	Vanuatu	32,3	41,2	27,5	47,5
6	Saint Vincent and the Grenadines*	34,4	33,1	-3,8	45,1
7	Jamaica*	28,3	31,5	11,1	43,7
8	Saint Kitts and Nevis*	48,8	30,9	-36,8	50,2
9	Other Oceania	22,8	29,3	28,8	47,0
10	Fiji	22,4	27,7	23,7	35,3
11	Grenada*	27,0	26,4	-2,4	40,8
12	Belize	21,1	26,2	24,2	32,2
13	Mauritius	22,6	24,4	8,1	31,8
14	Dominica*	17,5	24,2	38,3	36,8
15	Dominican Republic*	20,2	23,6	16,8	33,9
16	Jordan	27,2	22,6	-17,0	35,2
17	Kiribati	17,9	21,0	17,1	15,4
18	Tunisia	16,4	16,1	-2,0	22,9

* Inselstaaten der Karibik

Tabelle 6: Developing countries ranked according to the contribution that the tourism economy makes to the GDP in 1999 (all figures are %)

Quelle: in Anlehnung an ROE et al. 2004: 19

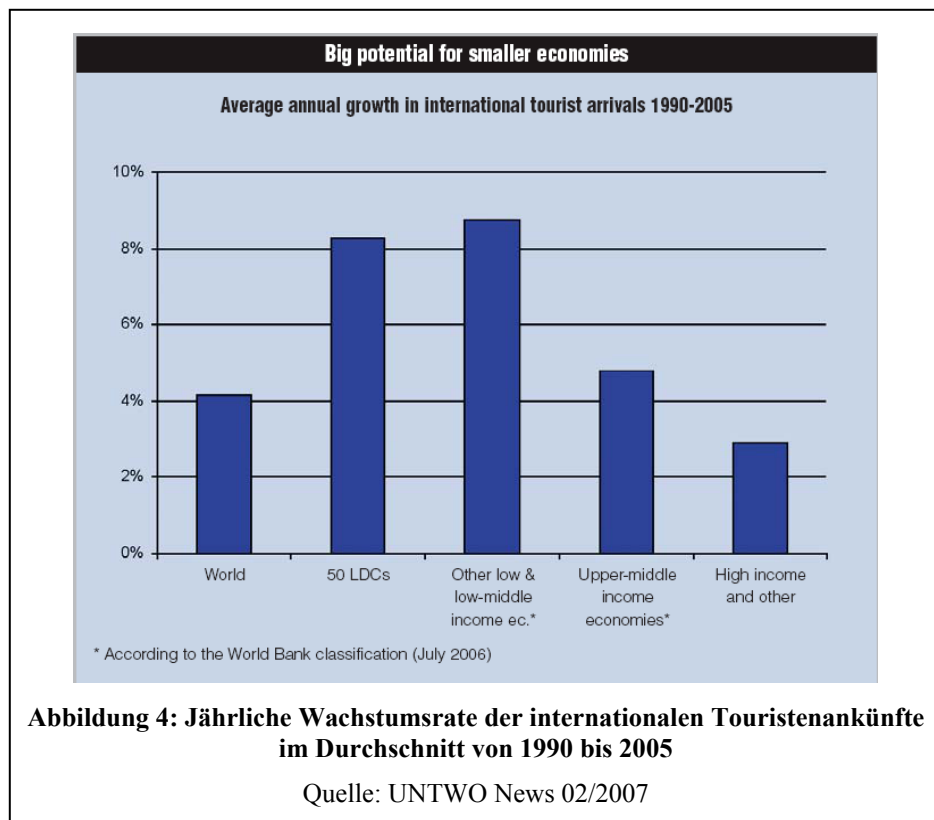
Diese Tabelle zeigt vollkommen andere Länder der Dritten Welt als die Tabelle 3. Hier wird sehr eindrucksvoll die eminente Bedeutung des Tourismus für die ärmeren Länder dargestellt. So werden auf den Malediven 88 % des Bruttoinlandsproduktes durch den Tourismus erzielt. In weiteren drei Inselstaaten (Anguilla, St. Lucia, Seychellen) erwirtschaftet der Tourismus zumindest die Hälfte des Bruttoinlandsproduktes.

Die Mehrheit dieser Länder (außer Belize, Tunesien und Jordanien) besteht aus kleinen Inselstaaten mit einer sehr gut entwickelten Tourismusindustrie und mit meist wenig anderen wirtschaftlichen Alternativen. Insbesondere die karibischen Inseln sind hier sehr stark vertreten. In den Entwicklungsländern ist der Anteil der Tourismuseinnahmen am Bruttoinlandsprodukt deutlich höher als in den Industrieländern. Als Vergleich: im Jahr 2005 erreichte der Tourismus in Österreich²⁸ einen Anteil von 8,8 Prozent am BIP.

²⁸ <http://www.statistik.at/>

2.4. Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

Die „Developing Countries“ konnten im Jahr 2007 laut Aufzeichnungen der UNCTAD 360 Millionen internationale Ankünfte aufweisen – das ist eine Steigerung von 54 % seit dem Jahr 2000. Das entspricht einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 6 % pro Jahr. Mit einer Steigerung von 110 % gegenüber dem Jahr 2000 erfolgten 13 Millionen Touristenankünfte im Jahr 2007 in den LDCs – das ist eine durchschnittliche Wachstumsrate von 11 % pro Jahr²⁹.



In den LDCs und LICs & LMCs war die Wachstumsrate der internationalen Touristenankünfte von 1990 bis 2005 doppelt so hoch, wie der weltweite Durchschnitt. Die Industrieländer liegen in diesem Zeitraum sogar darunter. Somit weisen die Wirtschaftsstrukturen kleinerer Länder das größere Potential auf. Durch die hohen Wachstumsraten wird verdeutlicht, dass in den Entwicklungsländern der Tourismusmarkt noch lange nicht ausgeschöpft ist.

²⁹ <http://www.unwto.org/index.php>

2.5. Tourismus als Exportsektor

Der World Travel and Tourism Council (WTTC) sieht für den Tourismus auch in der Zukunft eine große Wachstumsdynamik und bezeichnet deshalb den Tourismus als „The World’s Largest Industry“³⁰.

Laut Daten der WTO aus dem Bericht „Tourism and Poverty Alleviation“ ist der Tourismus ein wichtiges Exporthandelsgut für Entwicklungsländer. Mit über 114 Milliarden US \$ an Exporteinnahmen (Stand 2000) liegt der Tourismus im Mittelfeld auf Platz 3 vor der Ölindustrie (Platz 4), der Erz- und Metallbranche (Platz 5) und der Landwirtschaft (Platz 6). In der Reihenfolge vor dem Tourismus lagen nur die Industrie auf dem ersten Rang und der Lebensmittelsektor (Platz 2)³¹.

In mehr als 80 Prozent aller Länder ist der Tourismus einer der fünf wichtigsten Exportsektoren und er ist das hauptsächliche Handelsgut für ein Drittel der Entwicklungsländer. Ganz besonders für kleine Länder ist der Tourismus sehr wichtig. Ein Exportanteil von 20 % und mehr ist eher die Regel als eine Seltenheit. Nur wenige kleine Ökonomien konnten sich ein anderes Handelsgut als Exportalternative sichern: Einige Beispiele dafür sind: St. Lucia und St. Vincent mit Bananen, Jamaica mit Bauxit oder St. Kitts, Belize und Mauritius mit Zucker.

Für sieben LDCs ist der Tourismus das bedeutendste Exportgut: Komoren (51,7 %), Gambia (58,8 %), Malediven (71,0 %), Samoa (47,4 %), Tuvalu (29,5 %), Tansania (34,9 %) und Vanuatu (33,9 %). Für nachstehende Länder ist die Tourismusbranche der zweite oder der dritte Exportsektor und hat deshalb noch einen hohen Anteil am BIP: Benin, Kambodscha, Kap Verde, Haiti, Laos, Lesotho, Madagaskar, Nepal, Sao Tome und Principe Sao, Senegal und Uganda³².

2.6. Wachsende Entwicklungsländerdestinationen

In den Jahren 2000 bis 2005 verzeichneten die LDCs einen Zuwachs an internationalen Ankünften von 48 %. Im selben Zeitraum ergibt sich für die 50 ärmsten

³⁰ vgl. VORLAUFER 1996: 8

³¹ vgl. WTO 2002: 28

³² vgl. ROE et al. 2004: 19 ff.

Länder eine Steigerung von 76 % an den internationalen Tourismuseinnahmen – im Vergleich zum weltweiten Wachstum dieser Einnahmen von „lediglich“ 41 %³³.

	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (%)	
	1990 - 2000	2000 - 2006
Welt	4,6	3,6
Entwicklungsländer	7,6	6,1
50 Least Developed Countries	7,9	10,5
Andere Low- & Low-Middle Income C.	8,7	8,3
Upper-Middle Income Countries	6,7	3,9
Industrieländer	3,4	2,2

Tabelle 7: Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate in Prozent
 Quelle: in Anlehnung an UNWTO ST-EP Programme 2007: 4

Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate ist bei den LDCs am höchsten – hier war auch die höchste Steigerung von 1990/2000 auf 2000/2006 zu beobachten. Je besser eine Region touristisch erschlossen ist, desto geringer ist die jährliche Wachstumsrate.

Die höchsten Wachstumsraten werden in Südost-Asien verzeichnet. Insbesondere Kambodscha, Laos sind nach den jahrzehntelangen Bürgerkriegen Destinationen, die erst am Beginn ihrer Tourismusentwicklung stehen. Auch Myanmar steht – wenn die Militärdiktatur einmal ein Ende hat - eine große Zukunft als Tourismusland bevor. Kambodscha ist ein Beispiel für eine Boom-Destination. Wurden hier 1990 während der Zeiten des Bürgerkrieges lediglich 17.000 internationale Ankünfte verzeichnet, waren es 2006 bereits 1,7 Millionen, obwohl dieser Wert für dieses kulturell interessante Land noch immer nicht besonders hoch ist. Daraus ergab sich ein Zuwachs in einem Vierteljahrhundert von 10.000 %! Von 2004 auf 2005 wuchs der Tourismus in Kambodscha um 34,7 % und von 2005 auf 2006 um weitere 19,6 %³⁴.

Ein starkes Wachstum des Tourismus können aber auch einige afrikanische Entwicklungsländer vorweisen. Diese Daten sind sehr aussagekräftig, da der Startschuss für den Fremdenverkehr zumindest für Nord-Afrika (Tunesien, Marokko) bereits früher als in Südost-Asien erfolgte. Afrikas Anteil am touristischen Gesamtvolumen ist zwar immer noch sehr niedrig, aber er hat sich von 1970 bis in die späten 80er Jahre nahezu verdoppelt. Am Beispiel von Mauritius, kann man nur mehr ein langsames Wachstum feststellen, weil

³³ <http://www.unwto.org/index.php>

³⁴ vgl. UNWTO Tourism Highlights 2007; vgl. ROE et al. 2004: 20 f.

die Arbeitskräfte nicht mehr reichlich vorhanden und auch nicht mehr so billig sind³⁵. Mauritius hatte im Jahr 2005 761.000 und ein Jahr später 788.000 internationale Touristenankünfte – was einer Wachstumsrate von 3,6 % entspricht³⁶.

2.7. Human Tourism Index

Der Human Tourism Index ist ein besonders aussagekräftiger Indikator zur Messung des sozioökonomischen Entwicklungsstandes eines Landes im Vergleich zu anderen Staaten. Er ist ein gewichteter Mittelwert bestehend aus zwei Faktoren und setzt sich wie folgt zusammen³⁷:

- Einwohner / Inbound- und Outboundreisen)
- Anteil des Tourismus (Einnahmen und Ausgaben) am BIP

Das Ergebnis ist ein Indexwert zwischen 0 und 100. Je größer dieser Index ist, desto höhere wirtschaftliche Bedeutung hat der Tourismus in diesem Land.

Human Tourism Index				
Countries	1990	1995	2000	2004
Malaysia	-	-	15,45	22,36
Syrien	7,37	19,69	16,07	15,73
Bulgarien	3,74	6,7	17,85	20,67
Costa Rica	10,29	11,14	17,90	14,92
Ukraine	-	15,33	18,33	17,42
Dominican Republic	-	14,44	21,28	20,63
Mauritius	14,62	16,84	22,84	26,42
Vanuatu	26,89	29,46	38,84	38,39
Seychelles	74,68	54,81	56,27	50,88
Maldives	-	66,43	80,29	78,83
Fiji	100,00	83,85	100,00	100,00

Tabelle 8: Human Tourism Index in ausgewählten Ländern

Quelle: in Anlehnung an BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Tourismus global: 40

Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus ist für Fidschi im Südpazifik mit einem Index von 100 am höchsten. Die Inselstaaten Malediven und Seychellen verzeichnen auch einen sehr hohen Indexwert. Die Bedeutung des Tourismus ist für Vanuatu, Mauritius und

³⁵ vgl. ROE et al. 2004: 20 f.

³⁶ vgl. UNWTO Tourism Highlights 2007

³⁷ vgl. BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Tourismus global

Malaysia gestiegen. Im Vergleich dazu lag der Index für Österreich im Jahr 2004 bei 15,63 und hat sich seit 1990 nur geringfügig verändert.

2.8. Binnentourismus

Der Binnenreiseverkehr oder „Domestic Tourism“ beinhaltet den Reiseverkehr von Einheimischen in ihren Ländern. Diese Grundform des Tourismus ist zwar eine Domäne der Industrieländer, aber trotzdem nehmen die Reisen innerhalb der eigenen Entwicklungsländer zu. Der Strom geht vor allem von den Großstädten und Ballungsräumen aus. Ökonomisch florierende Regionen oder die Oberschicht eines Landes sind die neuen Kunden des touristischen Konsumgutes³⁸.

Country	International tourist arrivals (2000)	Estimates of domestic tourist numbers (2000)	International : domestic
India	2,5	135,0	1 : 54
China	31,0	740,0	1 : 23
Brazil	5,1	41,0	1 : 8
Thailand	9,1	55,1	1 : 6
Indonesia	4,7	28,3	1 : 6

Tabelle 9: Scale of international vs. domestic tourism in selected developing countries (in millions)

Quelle: in Anlehnung an ROE et al.2004: 10

Diese Tabelle listet einige 3W-Länder auf, in denen der Binnentourismus einen besonders bedeutsamen Markt darstellt – dies betrifft vor allem Schwellenländer. Wenn es einen Binnentourismus in einem Land gibt, reisen die wohlhabenden städtischen Einwohner in ärmere und ländlichere Randgebiete – somit ergeben sich durch die Umverteilung von Kaufkraft Chancen für die dortige Wirtschaftsentwicklung. Vor allem im asiatisch-pazifischen Raum sieht man ein beträchtliches Entwicklungspotential³⁹. So verbringen z.B. Einwohner aus Bangkok oder Chiang Mai ihren Urlaub oft am Andamanischen Meer oder am Golf von Thailand.

Am signifikantesten sind die Werte für Indien – das Volumen des Binnentourismus ist ein Vorzeigbeispiel. In dieses Land kamen im Jahr 2000 nur 2,5 Millionen

³⁸ vgl. ROTPART 1995: 18 ff.

³⁹ vgl. ROE et al. 2004: 10

ausländische Touristen (2006 bereits 4,4 Millionen); die Werte der einheimischen Touristenbewegungen im Jahre 2000 waren dagegen extrem hoch (135 Millionen). Das ergab ein Verhältnis von 1:54 (= ein internationaler Reisender kommt auf 54 indische Touristen).

Es gibt sehr viele indische Staatsbürger, die für eine gewisse Zeit im Ausland leben und arbeiten. Wenn diese ihre Verwandten in Indien besuchen, oder sie einen „Heimurlaub“ machen, zählt das natürlich auch als Binnentourismus. Bei den Indern spielen der Vergnügungstourismus nach westlichem Muster, Geschäftsreisen und besonders der religiös begründete Fremdenverkehr eine wesentliche Rolle⁴⁰.



Der Tourismus innerhalb eines Landes wirkt insofern stabilisierend, als er nicht so sehr von ausländischen Firmen oder Investoren abhängig und weniger von der Saisonalität und eventueller innenpolitischer Instabilität betroffen ist. Es können aber trotzdem kulturelle Probleme auftreten – die sich allerdings in Grenzen halten, da die „Hosts“ und „Guests“ zumeist einen ähnlichen kulturellen Hintergrund aufweisen. Ganz klar muss man aber anmerken, dass der „Domestic Tourismus“ den internationalen Tourismus nicht substituieren kann⁴¹. Deswegen nimmt dieses Thema in meiner Diplomarbeit lediglich eine untergeordnete Rolle ein.

⁴⁰ vgl. ROE et al. 2004: 10; vgl. ROTPART 1995: 18 ff.

⁴¹ vgl. ROTPART 1995: 18 ff.

3. Entwicklungsländer: ein Definitionsversuch

Nicht alle Länder stehen auf dem gleichen Niveau der Entwicklung. Staaten mit einem ähnlichen Entwicklungsstand können zu Gruppen zusammengefasst werden. Jede der in den folgenden Kapiteln angeführten Organisation hat eine eigene Auffassung, was unter einem Entwicklungsland oder Dritte-Welt-Land zu verstehen ist. Die Klassifizierung darf man aber nicht als einheitliche Definition sehen, denn für die Gruppierung der Länder werden von den Institutionen verschiedene Merkmale herangezogen und – aus ökonomischen Gründen – unterschiedlich gewichtet.

NOHLEN und NUSCHELER sehen die Heterogenität und die Differenzierung der Staaten so⁴²:

„Von Anfang an bildete die mit der Dekolonisation rasch wachsende Staatengruppe, die sich selbst hinter der Fahne der „Dritten Welt“ sammelt, ein höchst heterogenes Gemisch aus großen und kleinen, einigen sehr großen und vielen sehr kleinen, rohstoffreichen und –armen, ethnisch vielfarbigen und kulturell vielfältigen, sozio-ökonomisch unterschiedlich strukturierten, ungleich entwickelten, innen– und außenpolitisch verschiedenen orientierten alten Nationalstaaten in Lateinamerika und von den Kolonialmächten künstlich geschaffenen „jungen Staaten“ in Afrika und in großen Teilen Asiens. Ausgestattet mit sehr unterschiedlichen Entwicklungspotentialen und –viabilitäten, menschlichen Ressourcen („Humankapital“) und politischen Systemen hat sich dieses Sammelsurium von Staaten auf drei Kontinenten schnell in verschiedene „Entwicklungswelten“ auseinanderentwickelt.“

Es gibt nur sehr wage Definitionen über den Begriff der 3W (Dritten Welt), welche alle wenig bis gar keine Akzeptanz finden. Die definitorischen Versuche gelten als nicht konkret und sind ziemlich umstritten. Deswegen möchte ich an dieser Stelle keine Definition angeben, obwohl der Begriff in der Literatur und auch in meiner Diplomarbeit ständig gebraucht wird.

3.1. Klassifikation der Vereinten Nationen

Eine weltweit hohe Akzeptanz hat das Klassifizierungssystem der UNO. Die Vereinten Nationen teilen die Welt in Developing Countries und Mitgliedstaaten der OPEC. Innerhalb der Developing Countries werden drei gebräuchliche Untereinheiten

⁴² NOHLEN/NUSCHELER 1993: 14

unterschieden (Least Developed Countries, Landlocked Developing Countries und Small Island Developing States).

3.1.1. Least Developed Countries (LDC)

Im November 1971 wurde durch die Vereinten Nationen eine Ländergruppe aus den übrigen Nationalstaaten ausgewählt: die Gruppe der „am wenigsten entwickelten Länder“, welcher heute 50 Staaten angehören. Im Gründungsjahr umfasste die Liste erst 25 Länder. Im entwicklungspolitischen Sprachgebrauch wird diese Gruppe häufig als „Vierte Welt“ bezeichnet⁴³.

In den LDCs lebten im Jahr 2005 ca. 750 Millionen Menschen – ungefähr zwölf Prozent der Weltbevölkerung. Bis ins Jahr 2015 sollen voraussichtlich weitere 200 Millionen Personen dazukommen. Die Aufnahme in die Liste der Least Developed Countries ist durch vier komplexe Kriterien definiert⁴⁴:

- **Geringes Einkommen:** basierend auf einem Dreijahresdurchschnitt des Bruttoinlandsproduktes pro Kopf von weniger als 900 US Dollar.
- **Human Assets Index (HAI):** er liefert Angaben über das Niveau der Entwicklung menschlicher Ressourcen. Dieser setzt sich aus Indikatoren wie Ernährung (Prozentsatz der unterernährten Bevölkerung), Gesundheit (Kindersterblichkeitsrate), Bildung (Einschulungsrate in Sekundarschulen) und der Alphabetisierungsrate unter Erwachsenen zusammen.
- **Economic Vulnerability Index (EVI):** der Index beschreibt die Verwundbarkeit der Wirtschaft und basiert auf Faktoren wie Abgeschiedenheit, Instabilität der Agrarproduktion, den Anteil der Land-, Forst- und Fischereiwirtschaft, Exportinstabilität von Gütern und Dienstleistungen, der ökonomischen Wichtigkeit von nicht traditionellen Branchen (Anteil von verarbeitender Industrie und fortschrittlichen Dienstleistungen), den Warenexport und den Prozentsatz der durch Naturkatastrophen bedrohten Bevölkerung.
- Eine **Einwohnerzahl** von nicht mehr als 75 Millionen Menschen im Land.

⁴³ vgl. NOHLEN/NUSCHELER 1993: 16 ff.

⁴⁴ <http://www.unohrls.org/>; vgl. World Bank and United Nations 2006: 5

Die Mehrheit der heutigen 50 LDCs liegt in Afrika. Nachstehend ist eine Auflistung aller 50 Staaten nach Regionen geordnet⁴⁵:

- **Afrika** (34): Angola, Äquatorialguinea, Äthiopien, Benin, Burkina Faso, Burundi, Demokratische Republik Kongo, Dschibuti, Eritrea, Gambia, Guinea, Guinea-Bissau, Kap Verde, Komoren, Lesotho, Liberia, Madagaskar, Malawi, Mali, Mauretanien, Mosambik, Niger, Ruanda, Sambia, São Tomé und Príncipe, Senegal, Sierra Leone, Somalia, Sudan, Tansania, Togo, Tschad, Uganda, Zentralafrikanische Republik
- **Asien** (10): Afghanistan, Bhutan, Bangladesch, Jemen, Kambodscha, Laos, Malediven, Myanmar, Nepal, Osttimor
- **Karibik** (1): Haiti
- **Pazifik** (5): Kiribati, Salomonen, Papua Neu Guinea, Tuvalu, Vanuatu

Von den vier Kriterien zur Aufnahme in die Liste wird der Indikator, der an die Einwohnerzahlen gekoppelt ist, am häufigsten kritisiert. Viele Menschen leben in Armut und zählen aufgrund der hohen Bevölkerungszahl im Land aber nicht zu den LDCs (zum Beispiel Indien). Die Aufnahme in die LDC-Gruppe ist für viele Länder durchaus wünschenswert und kann unter Anderem finanzielle Vorteile bringen⁴⁶.

3.1.2. Landlocked Developing Countries (LLDC)

Die Landlocked Developing Countries gehören zu den am meisten benachteiligten Ländern, da sie vor allem keinen Zugang zum Meer haben. Sie werden unter anderem charakterisiert durch eine schlechte Infrastruktur, schwache Produktivität, keine einheimischen Märkte, Abgeschiedenheit der Weltmärkte durch die küstenferne Lage und eine hohe Verwundbarkeit durch externe Schocks⁴⁷. Es sind 31 Länder ausgewiesen, davon 15 in Afrika: Äthiopien, Botsuana, Burkina Faso, Burundi, Lesotho, Malawi, Mali, Niger, Ruanda, Sambia, Simbabwe, Swasiland, Tschad, Uganda, Zentralafrikanische Republik. Auf dem asiatischen Kontinent liegen zwölf LLDCs: Afghanistan, Armenien, Aserbaidshan, Bhutan, Kasachstan, Kirgisistan, Laos, Mongolei, Nepal, Tadschikistan, Turkmenistan, Usbekistan. In Europa und in Südamerika finden wir jeweils zwei Staaten: Makedonien, Moldau und Bolivien, Paraguay⁴⁸.

⁴⁵ vgl. UNCTAD 2005: 5

⁴⁶ vgl. NOHLEN/NUSCHELER 1993: 23

⁴⁷ <http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=3619&lang=1>

⁴⁸ vgl. UNCTAD 2006: 1

3.1.3. Small Island Developing States (SIDS)

Die Vereinten Nationen haben die Probleme der kleinen Inselstaaten erkannt und sie deswegen als SIDS ausgewiesen. Jedoch begründete die UNO nie diese Kriterien, damit eine offizielle Liste angelegt werden könnte. Deswegen verwendet die UNCTAD in diesem Zusammenhang eine inoffizielle Liste von 29 SIDS nur für analytische Zwecke. Sie sind sowohl durch ihre geringe Größe, der Entfernung von den großen – wirtschaftlich interessanteren – Märkten, den damit einhergehenden hohen Transportkosten und der hohen Verwundbarkeit bei einem wirtschaftlichen Schock, charakterisiert. Wegen ihres Ökosystems sind die SIDS auch bei Umweltproblemen, zum Beispiel durch den Anstieg des Meeresspiegels, sehr betroffen⁴⁹.

Den Small Island Developing States gehören - in alphabetischer Reihenfolge - folgende Länder an: Antigua und Barbuda, Bahamas, Barbados, Dominica, Fidschi, Grenada, Jamaica, Kap Verde, Kiribati, Komoren, Malediven, Marshall Inseln, Mauritius, Mikronesien, Osttimor, Palua, Papua Neu Guinea, Samoa, Sao Tome und Principe, Seychellen, Salomon Inseln, St. Kitts und Nevis, St. Lucia, St. Vincent und die Grenadinen, Tonga, Trinidad und Tobago, Tuvalu und Vanuatu⁵⁰.

3.2. Klassifikation der UNO und UNDP

Im Jahre 1990 wurde der **Human Development Index** (kurz HDI) durch den Human Development Report veröffentlicht. Er wird jährlich vom UNDP (UN Development Programme) herausgegeben und soll Aspekte der „menschlichen Entwicklung“ zusammenfassen. Der Index ist ein synthetischer Indikator für den allgemeinen Entwicklungsstand eines Landes. Er setzt sich aus der Lebenserwartung bei Geburt, der Alphabetisierungsrate bei Erwachsenen und der realen Kaufkraft pro Kopf zusammen⁵¹.

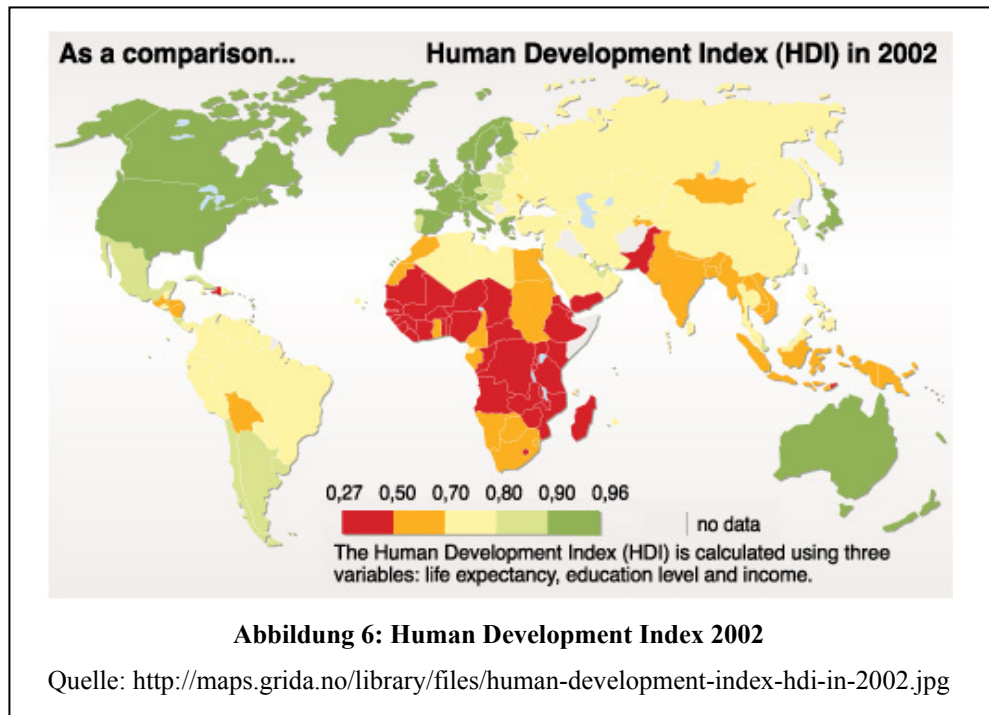
Der Human Development Index verwendet eine Skala von 0 bis 1, wobei der Wert 1 die höchste Lebensqualität darstellt. Den besten Wert in der weltweiten Rangliste erzielte 2007/2008 Island mit 0,968. Österreich liegt mit 0,948 auf Platz 15. Das beste LDC ist Samoa mit einem Index von 0,785 (Platz 77). Die schlechtesten zehn Länder sind in absteigender Reihenfolge: Burundi, Äthiopien, Tschad, Zentralafrikanische Republik,

⁴⁹ <http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=3620&lang=1>

⁵⁰ <http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=3620&lang=1>

⁵¹ vgl. NOHLEN/NUSCHELER 1993: 16 ff.

Mosambik, Mali, Niger, Guinea-Bissau, Burkina Faso und das Schlusslicht (Platz 177) ist – mit einem Index von nur 0,336 – Sierra Leone⁵². Viele der schlechter platzierten Länder liegen auf dem afrikanischen Kontinent.



3.3. Klassifikation der Weltbank

Die Förderungswürdigkeit und den Entwicklungsstand eines Landes misst die Weltbank nach rein wirtschaftlichen Kriterien. Klassifiziert werden alle Ökonomien, die mehr als 30.000 Einwohner haben. Im Unterschied zu den Einteilungen der UNO wird hier nur nach dem Bruttoinlandsprodukt pro Kopf unterschieden. Die Weltbank gliedert in Länder mit niedrigem, mittlerem und hohem Einkommen⁵³:

- a) **Low Income Countries (LIC)**: BIP pro Kopf von US\$ 875,-- (oder weniger)
- b) **Middle Income Countries (MIC)**: hier gibt es zwei Unterkategorien:
 - Lower middle income (LMC): BIP pro Kopf von US\$ 876,-- bis 3.465,--
 - Upper middle income (UMC): BIP pro Kopf von US\$ 3.466,-- bis 10.725,--
- c) **High Income Countries (HIC)**: BIP pro Kopf von US\$ 10.726,-- (oder mehr)

⁵² <http://hdr.undp.org/en/statistics/>

⁵³ http://info.worldbank.org/etools/tradesurvey/LPI_World_Classification_Tables.pdf;

vgl. NOHLEN/NUSCHELER 1993: 23

Die LICs und MICs kann man unter dem Begriff LMY (Low & Middle Income Countries) zusammenfassen. Es sind vor allem Entwicklungsländer, wohingegen die HICs die Industrienationen der so genannten „First World“ umfassen. Durch das Klassifikationsschema ist es von der Weltbank nicht beabsichtigt, anzudeuten, dass alle Wirtschaften einer Gruppe eine ähnliche Entwicklung erfahren oder dass die einzelnen Staaten ein Endstadium der Entwicklung erreicht hätten. Kritisiert wird, dass eine Gruppierung durch das Einkommen nicht notwendigerweise den Entwicklungsstatus eines Landes widerspiegelt⁵⁴.

Die angeführte Einteilung in der Tabelle 10 wurde im Juli 2007 vorgenommen. Die Einkommensgrenzen werden jedes Jahr neu angepasst und verschieben sich weitgehend nach oben. Der Gruppe der LICs waren im Juli 2007 53 Länder zugeordnet, der Gruppe der MICs 96. Laut Einteilung der Weltbank gehören 60 Staaten zu den High Income Countries. Insgesamt wurden 209 Staaten klassifiziert (184 Weltbank-Mitglieder und 25 andere Ökonomien mit einer Einwohnerzahl von über 30.000)⁵⁵.

Nachstehend angeführt ist die Auflistung der Ökonomien nach dem Klassifikationssystem der Weltbank, wobei die in der Farbe grün die LICs, in rot die MICs und in blau die HICs gekennzeichnet sind.

Großregion	Region	Länder
Afrika	Nordafrika	Algerien, Marokko, Sudan, Tunesien
	Westafrika	Benin, Burkina Faso, Cote d'Ivoire, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Kap Verde, Liberia, Mali, Mauretanien, Niger, Nigeria, Senegal, Sierra Leone, Togo
	Zentralafrika	Angola, Demokratische Republik Kongo, Gabun, Äquatorial-Guinea, Kamerun, Republik Kongo, Sao Tome und Principe, Tschad, Zentralafrikanische Republik
	Ostafrika	Äthiopien, Burundi, Djibuti, Eritrea, Kenia, Komoren, Madagaskar, Malawi, Mauritius, Mayotte, Mosambik, Ruanda, Sambia, Seychellen, Simbabwe, Somalia, Tansania, Uganda
	Südafrika	Botsuana, Lesotho, Namibia, Südafrika, Swaziland
Mittlere Osten		Ägypten, Bahrain, Irak, Iran, Israel, Jemen, Jordanien, Katar, Kuwait, Libanon, Libyen, Oman, Saudi-Arabien, Syrien, Vereinigte Arabische Emirate, Westjordanland und Gaza

⁵⁴ http://info.worldbank.org/etools/tradesurvey/LPI_World_Classification_Tables.pdf

⁵⁵ http://info.worldbank.org/etools/tradesurvey/LPI_World_Classification_Tables.pdf

Großregion	Region	Länder
Amerika	Nordamerika	Kanada, Mexiko, Vereinigte Staaten von Amerika
	Karibik	Amerikanische Jungferninseln, Antigua und Barbuda, Aruba, Bahamas, Barbados, Bermuda, Cayman Inseln, Kuba, Dominica, Dominikanische Republik, Grenada, Haiti, Jamaica, Niederländische Antillen, Puerto Rico, St. Lucia, St. Kitts-Nevis, St. Vincent und die Grenadinen, Trinidad und Tobago
	Zentralamerika	Belize, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panama
	Südamerika	Argentinien, Bolivien, Brasilien, Chile, Ecuador, Guyana, Kolumbien, Paraguay, Peru, Suriname, Uruguay, Venezuela
Asien und die pazifischen Staaten	Nordost-Asien	China, Hong Kong, Japan, Macao, Mongolei, Nordkorea, Südkorea
	Südost-Asien	Brunei Darussalam, Indonesien, Kambodscha, Laos, Malaysia, Myanmar, Philippinen, Singapur, Thailand, Vietnam
	Südasien	Afghanistan, Bangladesch, Bhutan, Indien, Iran, Malediven, Nepal, Pakistan, Sri Lanka
	Ozeanien	Amerikanisch Samoa, Australien, Fidschi, Französisch-Polynesien, Guam, Kiribati, Marshall Inseln, Mikronesien, Nördliche Marianen, Neukaledonien, Neuseeland, Osttimor, Palau, Papua Neuguinea, Samoa, Salomonen, Tonga, Vanuatu
Europa	Nordeuropa	Färöer-Inseln, Grönland, Isle of Man, Dänemark, Finnland, Island, Irland, Norwegen, Schweden, Vereinigtes Königreich
	Westeuropa	Belgien, Deutschland, Frankreich, Liechtenstein, Luxemburg, Monaco, Niederlande, Österreich, Schweiz
	Osteuropa	Armenien, Aserbaidshan, Bulgarien, Estland, Georgien, Kasachstan, Kirgisistan, Lettland, Litauen, Polen, Moldau, Rumänien, Russland, Slowakei, Tadschikistan, Turkmenistan, Tschechische Republik, Ukraine, Ungarn, Usbekistan, Weißrussland
	Südeuropa	Albanien, Andorra, Bosnien Herzegowina, Griechenland, Italien, Kroatien, Malta, Makedonien, Montenegro, Portugal, San Marino, Serbien, Slowenien, Spanien, Türkei, Zypern

Low Income (LIC), Middle Income (MIC), High Income (HIC)

Tabelle 10: Liste der Ökonomien (Klassifikation der Weltbank: Juli 2007)

Quelle: <http://siteresources.worldbank.org/DATASTATISTICS/Resources/CLASS.XLS>, eigene Darstellung

4. Globalisierung der Tourismuswirtschaft und Rolle der Global Players

Die älteste Form der Globalisierung ist der Tourismus. Marco Polo oder Alexander von Humboldt berichteten bereits über ihre Reisen in weit entfernte Länder noch bevor Coca Cola, Levi's, Nike und MTV die kulturellen Grenzen überwand⁵⁶. Der Tourismus ist nicht nur Ergebnis der weltweiten Durchdringung von Märkten, sondern er wirkt selbst als Beschleuniger von Globalisierungsprozessen. Vor allem ein schnelleres und preisgünstigeres Reisen durch technologische Erneuerungen trägt wesentlich zum Zusammenwachsen der Welt bei⁵⁷.

Die Wachstumsrate der Tourismusbranche, die erwartete weitere Expansion des Sektors und die damit einhergehenden Wohlfahrtseffekte, stehen in enger Verbindung mit der Globalisierung der Weltökonomie. Wachsende Touristenströme, neue Destinationen und Nachfragemärkte, die Gefahr von Überkapazitäten, verschärfte Konkurrenz, Polarisierung und verstärkte Konzentrationstendenzen können durch das Phänomen der Globalisierung bei Anbietern auftreten. Globalisierungstendenzen und -prozesse lassen sich vor allem auf der Angebotsseite feststellen⁵⁸.

Einige wenige global agierende Reiseveranstalter, Hotelketten und Flugunternehmen, dominieren den internationalen Reisemarkt. Die Entwicklungsländer sind somit vielfach den Global Players ausgeliefert. Urlaubsreisen nach Thailand, Mexico oder Brasilien sind längst nicht mehr nur einem exklusiven Publikum vorbehalten, sondern es gibt immer mehr standardisierte Angebote, die nach dem Motto „Masse statt Klasse“ vermarktet werden. Das ehemalige Luxusgut „Reisen in ferne Länder“ wird mittlerweile sogar von Lebensmittelkonzernen (z.B. von Hofer Reisen, ITS Billa Reisen) angeboten⁵⁹.

Während sich das touristische Wachstum der Industrieländer immer mehr auf gleichem Niveau einpendelt, werden einige Länder aus der Dritten Welt den Sprung von ganz unten nach oben schaffen. Es ist festzustellen, dass die weltweite Nachfrage sich weiter diversifiziert, d. h. sich nicht mehr so stark wie früher auf einige wenige Staaten konzentriert. Vielfach kommt es dadurch zu einem erhöhten Wettbewerb der touristischen

⁵⁶ vgl. BAUMHACKL et al. 2006: 121

⁵⁷ vgl. HENSCHL 2002: 66

⁵⁸ vgl. PETERMANN 1999: 9 ff.

⁵⁹ vgl. BAUMHACKL et al. 2006: 121 ff.

Standorte und Anbieter, der entweder über einen günstigeren Preis oder über höhere Produktqualität ausgefochten wird⁶⁰.

Ökonomie

- Horizontale und vertikale Integrationsstrategien von Tourismusunternehmen
- Auslandsinvestitionen in Hotels und Touristenattraktionen („Globale Tourismusmärkte“)
- Global Players und strategische Allianzen
- globales touristisches Management
- weltweite Konkurrenz der Reisegebiete
- qualitative Ausrichtung des touristischen Angebots

Technologie

- Globale Reservierungssysteme und elektronische Marktplätze
- standardisierte Technologien bei Transportsystemen

Kultur

- Angleichung des Reiseverhaltens durch bereits vertraute Produkte (homogenere touristische Nachfrage)
- der globale „Welt-Tourist“
- Entstehung eines globalen „Reise-Village“
- Weltweite touristische Kultur (Aufhebung der Gäste- und Gastgeberkultur)

Ökologie

- Tourismus als „globales Umweltproblemsyndrom“
- Auswirkungen des Klimawandels auf Zielgebiete
- Belastung von Kulturstätten und sensiblen naturnahen Gebieten
- Vermehrte Häufigkeit von Kurzreisen (Beanspruchung der Infrastruktur und der Umwelt)

Politik

- wachsende Bedeutung internationaler Tourismusorganisationen
- Notwendigkeit einer weltweiten Koordination und Regulierung des Reiseverkehrs
- Nachhaltiger Tourismus als Leitbild
- Steigerung der Markttransparenz für die Reisenden

Abbildung 7: Globalisierungsmerkmale im Tourismus

Quelle: in Anlehnung an PETERMANN 1999: 72 ff.; HENSCHL 2002: 74 ff.

⁶⁰ vgl. PETERMANN 1999: 9ff.

4.1. Definition von Globalisierung

Unter Globalisierung

„... ist ein Prozess im Weltmaßstab zu verstehen, der mit einer weltweiten Ausdehnung ökonomischer und politischer Aktivitäten einer zunehmenden Abhängigkeit und einer Angleichung der Welt zu einem globalen Ganzen verbunden ist. Dieser Prozess wird begünstigt durch die zunehmende Verbilligung der Transport- und Kommunikationskosten und führt dazu, dass eine weltweite Vernetzung von Regionen und Nationen erfolgt und gleichzeitig eine globale Konkurrenz entsteht.“⁶¹

4.2. Globalisierung der Tourismuswirtschaft im Laufe der Zeit

Die Globalisierung der Tourismuswirtschaft begann Anfang der 60er Jahre mit dem Flugzeug als Massen-Transportmittel. Die Boing 707 und später der noch größere Jumbo-Jet ließen die Faktoren Raum und Zeit schrumpfen und die Entfernung zu den Reisezielen wurde durch eine höhere Reisegeschwindigkeit kompensiert – „weiter, schneller, billiger“ lautete das Motto der letzten 50 Jahre. In diesem Zusammenhang kam es zu einem stetig anwachsenden Marktanteil und schließlich zum weltweiten Siegeszug der Reiseveranstalter. Die Pauschalreise inklusive Flug wird zum „Standard“ des Massentourismus. Es kommt zu einer „Industrialisierung“ der gesamten Branche und zu einer globalen Tourismusentwicklung. BAUMHACKL spricht von einer Ausweitung der „Pleasure Periphery“. Es entstehen immer neue Tourismusdestinationen zu Lasten der alten Zielländer⁶².

Die Tourismuswirtschaft entwickelte sich von regionalen Märkten zu globalen Märkten. Durch horizontale (Ende 60er und 70er Jahre) und vertikale Konzentration (80er und 90er Jahre) wurden kleine Reiseveranstalter fusioniert (vgl. TUI). Durch die Integration verschiedener touristischer Leitungsträger entstanden Großveranstalter mit einem kompletten Produktportfolio (z.B. TUI-Gruppe). Ende der 90er Jahre wurden schließlich auch die Großveranstalter fusioniert, die nun den Markt beherrschen (z.B. Preussag-Konzern: „World of TUI“). Die Global Players sind die „Motoren“ der Expansion und Diffusion des (Massen-) Tourismus, Anbieter und Konsumenten sind von ihnen abhängig. Ihr Ziel ist die Maximierung des Gewinnes durch Abdeckung der Wert-

⁶¹ HENSCHEL 2002: 64

⁶² vgl. BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Die Entwicklung des Tourismus. Vom Reisen zum Massentourismus

schöpfungskette („alle Leistungen aus einer Hand“). Das Produktportfolio eines Großveranstalter kann unter anderem folgende Leistungen beinhalten: Reiseveranstalter, Luftfahrtgesellschaften, Hotelketten, Zielgebietsagenturen, Transportunternehmen, Kreuzfahrtschiffe etc.⁶³.

Das übergeordnete Ziel, die Beherrschung des Marktes durch die multinationalen Unternehmen, wird durch folgende Faktoren erleichtert⁶⁴:

- Hoher Anteil des organisierten Massentourismus ermöglicht das Ausnutzen von „economies of scale“ durch wirtschaftlich sinnvolle Betriebsgrößen
- Synergieeffekte durch vertikale Kooperation („economies of scope“), z.B. Flugunternehmen mit Reiseveranstaltern
- Gute Auslastung durch die Preisdifferenzierung der Flugunternehmen als vertikaler Kooperationspartner („economies of densities“)

4.3. Globalisierung durch Transnationale Konzerne (TNCs)

Die meisten transnationalen Hotelketten und Reiseveranstalter, haben dort ihre Hauptstandorte, wo ihre wichtigsten Absatzmärkte liegen – in den Industrieländern. Von dort aus lenken sie die Verkehrsströme nach ihren Interessen. Die Abhängigkeit der Entwicklungsländer von den entwickelten Ländern wird durch die „Transnationals“ noch mehr ausgeweitet und verfestigt. Durch den Devisentransfer von den Ländern des Südens in die des Nordens bleibt nur ein verschwindend geringer Teil der Tourismuseinnahmen in den Urlaubsländern selbst. Ein hoher Anteil des Reisebudgets, insbesondere bei Pauschalreisen, verbleibt bereits bei der Buchung der Reise in den entwickelten Ländern. Die wenigen transnational agierenden Großveranstalter zwingen ihre Preisvorstellungen oft den Entwicklungsländern auf⁶⁵.

Für diese global tätigen Unternehmen gibt es keine einheitliche Begriffsbestimmung, dennoch ist es laut VORLAUFER (1996: 91)

„... ein weithin anerkanntes Merkmal der „Transnationals“, daß diese Unternehmen von einem Stammland aus in zahlreichen Ländern

⁶³ vgl. BAUMHACKL et al. 2006: 13; vgl. BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Die Entwicklung des Tourismus. Vom Reisen zum Massentourismus

⁶⁴ DETTMER 2005: 24

⁶⁵ vgl. VORLAUFER 1996: 83 ff.

Direktinvestitionen vornehmen, die zur Gründung, zum Erwerb oder Erhalt von Tochtergesellschaften oder Zweigniederlassungen sowie zum Zwecke des Erwerbs von Beteiligungen an Neugründungen oder schon bestehenden Unternehmen vorgenommen werden. Merkmale der „Transnationals“ sind daneben eine gewisse Größe, Konzentrationstendenzen, große Kapital- und Machtakkumulation, oligopolitische Strukturmerkmale (d.h. wenige Anbieter); zentralistische Kontrolle der Töchter über das Stammunternehmen, eine starke wirtschaftliche und politische Macht, weltweite Unternehmensstrategien, hohe Auslandsanteile an Gewinnen und/oder am Personaleinsatz. [...] Bei der Betrachtung der global operierenden Hotelketten und Reisekonzerne wird deutlich, daß diese Unternehmen einige, aber keineswegs alle Merkmale der „Transnationals“ mit obigen Charakteristika aufweisen.“

Es ist sehr schwierig zuverlässige Angaben über die ökonomische und funktionale Abhängigkeit der touristischen Unternehmen der Entwicklungsländer von den transnationalen Konzernen und damit auch über die negativen Zahlungsbilanzeffekte der Ketten oder über den Kapitalzufluss oder -abfluss zu machen⁶⁶.

Seit den 1970er Jahren hat sich die Zahl der transnationalen Unternehmen vervielfacht. Im Jahr 1991 existierten laut den Zahlen der UNCTAD 35.000 Transnationals, 2003 gab es bereits 63.800 multinationale Konzerne. Mehr als die Hälfte davon sind europäische Unternehmen (39.700). Ihre Umsätze entsprechen in etwa einem Viertel des Welt-Bruttoinlandprodukts und zwei Drittel des Welthandels werden über die global agierenden Unternehmen abgewickelt⁶⁷.

4.3.1. Reiseveranstalter

Die großen transnationalen Reisekonzerne haben ein ausgeprägtes Interesse in den 3W-Ländern. Deshalb konkurrieren in den meisten Zielgebieten zahlreiche Großveranstalter aus unterschiedlichen Ländern miteinander. Die Reisekonzerne vermarkten über gezielte Produktwerbung eine Destination, aus der man sich einen ökonomischen Vorteil verspricht. Das Marktpotential lässt sich am besten dort ausschöpfen, wo neben dem Flug und dem Hotelarrangement noch zusätzliche Dienstleistungen angeboten werden können (z.B. Flughafentransfer, Autovermietung oder Rundreisen). So profitieren die eigenen Tochterunternehmen oder Partnerfirmen in nachgelagerten Betrieben. Das Unternehmen kann ganz gezielt auf (Sonder-)Wünsche und

⁶⁶ vgl. VORLAUFER 1996: 91 f.

⁶⁷ vgl. PETERMANN 2007: 9

Bedürfnisse der Reisenden auch während des Urlaubes eingehen und sich so einen Wettbewerbsvorteil auf dem hart umkämpften Markt sichern. Der Umsatz und somit auch der Gesamtgewinn an der Reise werden dadurch gesteigert und maximiert. Den Reiseveranstaltern fällt es somit leicht ihre Urlaubsgäste so zu beeinflussen, dass eine optimale Auslastung ihrer Tochterfirmen erreicht werden kann. Durch die Zunahme des Massentourismus wird der Einfluss der Reisekonzerne – aber auch die Abhängigkeit von ihnen – in den Zieldestinationen weiterhin anwachsen⁶⁸.

In den letzten Jahren wurde der Reiseveranstaltermarkt neu strukturiert – „von einem „Markt national begründeter Personenfirmen“ hin zu weniger beherrschenden börsennotierenden Unternehmensgruppen oder solchen, die Unternehmenseinheiten von branchenfremden Konzernen sind“⁶⁹ (vgl. Europäische Kommission). Am europäischen Markt treten vor allem britische und deutsche Veranstalter auf (z.B. TUI, Thomas Cook, Rewe, My Travel). Durch den Siegeszug der großen Anbieter blieben viele kleinere und mittlere Unternehmen auf der Strecke – den KMU bleibt oft nur mehr die Möglichkeit sich in einer Marktnische zu profilieren⁷⁰.

4.3.2. Airlines

Im Zuge der Globalisierung gab es auch einen entsprechenden Zuwachs des weltweiten Flugverkehrs (1991: 52 Millionen Starts und Landungen, 2003: 66 Millionen Flugbewegungen). Es werden jährliche Wachstumsraten von 5 % erwartet⁷¹.

Als Folge der Liberalisierung und Deregulierung des Luftverkehrs und der damit gegebenen Chance in neue Märkte vorzudringen, haben sich global agierende Luftverkehrsunternehmen entwickelt. Als unmittelbare Folge entstanden dadurch strategische Allianzen, die mit Partnern in aller Welt eingegangen wurden. Die größten sind Star Alliance, One World und Skyteam. Durch vielfache ökonomische Vorteile können die Erträge der Fluggesellschaften gesteigert und die Kosten auf der Ausgabenseite durch Zusammenarbeit gesenkt werden. Je weniger Allianzen am Markt bestehen bleiben, desto eher können sie den Wettbewerb zum Nachteil der Touristen einschränken⁷².

⁶⁸ vgl. VORLAUFER 1996: 83 ff.

⁶⁹ PETERMANN 2007: 12

⁷⁰ vgl. PETERMANN 2007: 12

⁷¹ vgl. PETERMANN 2007: 14

⁷² vgl. HENSCHL 2002: 69 f.; vgl. PETERMANN 1999: 14 f.

Die Billigfluglinien drängen seit den 1970er Jahren in Amerika und 1990er Jahren in Europa auf den Markt und dadurch mussten und müssen die etablierten Fluglinien ihre Preise senken. Fluggesellschaften wie Air-Berlin, Sky Europe, Ryanair fliegen dabei peripher gelegene, preiswertere Flughäfen an. In Deutschland ist ihr Marktanteil von weniger als fünf Prozent 2001 auf ungefähr 19 % im Jahr 2007 angestiegen⁷³.

4.3.3. Hotelketten

Die Landschaft des Beherbergungsgewerbes hat sich im Laufe der Zeit deutlich verändert. Folgende Trends waren und sind nach wie vor erkennbar⁷⁴:

- Zunahme der Hotelketten
- Fusionen in erheblichen Größenordnungen
- steigende Zahl und wachsender Umfang von Kooperationen
- Franchisesysteme
- Diversifizierung des Angebots durch Markenbildung mit dem Erscheinungsbild einer gemeinsamen Dachmarke (Hotels mit Markennamen findet man auf allen Kontinenten – auch in der Dritten Welt)

4.4. Faire Globalisierung

4.4.1. Liberalisierung durch GATS

Das GATS (General Agreement on Trade in Services) beschleunigt die Liberalisierung des Tourismus. Im Allgemeinen Abkommen über den Handel mit Dienstleistungen der WTO wurde die Gleichbehandlung in- und ausländischer Anbieter in der Tourismusbranche festgelegt. In der Realität sieht es jedoch so aus, dass viele kleine Reiseunternehmen mit einigen großen weltweit agierenden Konzernen in Konkurrenz treten müssen. Nach dem Prinzip der „Inländerbehandlung“ müssen aus- und inländische Anbieter von Tourismusdienstleistungen gleichgestellt werden. Somit muss jeder Vorteil, der kleinen Tourismusanbietern gewährt wird, auch allen großen multinationalen Unternehmen zur Verfügung gestellt werden. Im Klartext bedeutet dies, dass die

⁷³ vgl. PETERMANN 2007: 14

⁷⁴ PETERMANN 2007: 13

Regierungen Instrumente zur Förderung ihrer einheimischen Unternehmen, wie Subventionen oder Steuerbefreiung verlieren, da die fremden Anbieter ja gleiches Anrecht auf diese Vorzüge haben. Damit wird durch GATS jedwede politische Maßnahme, die eine erhöhte Gewinnbeteiligung der einheimischen Bevölkerung ermöglichen würde, verhindert⁷⁵. *„Wenn aber nicht nur finanzstarke Unternehmen profitieren sollen, sind innerstaatliche Steuerungsmechanismen zum Schutz der Umwelt, zur Förderung von kleinen und mittleren Unternehmen oder zum Schutz von Arbeitsbedingungen unverzichtbar“*⁷⁶.

4.4.2. Glokalisierung – „think globally, act locally“

Für eine „faire Globalisierung“ muss die lokale Ebene im globalen Kontext gefördert werden – der Ansatz der „Glokalisierung“ fordert dies ein:

*„Auf dem Weg von einem Europa der Regionen zu einer Welt der Regionen muss sich die touristische Entwicklung vor allem anderen an den lokalen und regionalen Bedürfnissen und Wünschen orientieren, danach erst an den Motiven der Reisenden und an den Gewinnabsichten der internationalen Konzerne.“*⁷⁷

Glokalisierung setzt sich aus dem Globalen und Lokalen zusammen, wobei die beiden Begriffe einander nicht entgegengesetzt werden. Das, was häufig als das Lokale bezeichnet wird, ist nach ROBERTSON vielmehr ein konstitutiver Bestandteil des Globalen. Er vertritt die Ansicht, dass das Schaffen und Einbeziehen von Lokalität mit Globalisierung – in ihrer allgemeinen Bedeutung der Verdichtung der Welt – schon immer gemeint war und zunehmend gemeint ist.

Bei Glokalisierung wird der Prozess der Globalisierung mit seinen lokalen und regionalen Auswirkungen verbunden. Die Zusammenhänge im Tourismus sollen von lokal-regionaler und gleichzeitig von global-überregionaler Bedeutung gesehen werden. Somit ist Glokalisierung die lokale Auswirkungs- und Erscheinungsebene der weltumspannenden Globalisierung. Oft wird der Begriff Globalisierung in der Literatur beibehalten, obwohl es besser wäre, ihn durch Glokalisierung zu ersetzen⁷⁸.

⁷⁵ vgl. BACKES 2001

⁷⁶ BACKES 2001

⁷⁷ BAUMHACKL et al. 2006: 123

⁷⁸ vgl. ROBERTSON 1998: 192 ff.

Für den Tourismus im Speziellen bedeutet dies, dass sich lokale Produkte dem häufig ändernden Reisepublikum und seinen Erfordernissen anpassen haben. Statt einer unkontrollierten Globalisierung der Konzerne, braucht es eine selbst bestimmte und selbst regulierende Glokalisierung – also eine Miteinbeziehung des globalen Tourismus mit der regionalen und lokalen Ebene. BAUMGARTNER und LEUTHOLD sehen die notwendigen Schritte in Partizipation und Beteiligung der Betroffenen, Förderung lokaler Wertschöpfung und Respekt vor kulturellen und religiösen Eigenheiten und der Wichtigkeit des nachhaltigen Umweltschutzes⁷⁹.

5. Tourismusstrukturen in Entwicklungsländer

5.1. Beherbergungsgewerbe

Über die Leistungen des Beherbergungsgewerbes werden in Entwicklungsländern zwischen 25 bis 40 % der Tourismuseinnahmen erzielt. Struktur, Standortmuster, Erscheinungsformen und Eigentumsverhältnisse differieren teilweise extrem von Land zu Land – es haben sich jedoch laut VORLAUFER (1996) vier typische Merkmale herauskristallisiert:

1. In groß angelegten Seebädern wie Nusa Dua/Bali oder Cancun/Mexiko ist der Anteil von großen Betrieben und von Hotels der oberen Kategorie sehr hoch. In absoluten Zahlen gesehen sind es wenige Betriebe, sie verfügen aber über einen hohen Anteil der Bettenkapazität⁸⁰.
2. Gerade in Ländern in denen Luxus-Hotels einen hohen Anteil an der Gesamtkapazität ausmachen, nimmt die Bedeutung der transnationalen Unternehmen zu. Viele Häuser der Hotelketten werden auf dem Pauschalreisemarkt – auf Basis von „All-Inclusive“ (AI) angeboten. Damit bleiben die touristischen Einnahmen fast zu 100 % bei den Transnationals⁸¹.

Das All-Inclusive Arrangement ist für den Reisenden praktisch und entspannend, da die Kosten im Vorfeld kalkuliert werden können. Von den Getränken bis zum

⁷⁹ vgl. BAUMHACKL et al. 2006: 122 f.

⁸⁰ vgl. VORLAUFER 1996: 93 f.

⁸¹ vgl. VORLAUFER 1996: 93 f.

Surfbrettverleih wurde bereits alles schon zu Hause bezahlt. Für die einheimische Wirtschaft der Entwicklungsländer ist dies aber eine tödliche Entwicklung. Die Touristen verlassen weniger oft den Hotelkomplex, besuchen somit weniger einheimische Restaurants und Bars und damit sind die Reiseausgaben außerhalb des Hotels minimal. In der Folge müssen ehemals gut besuchte kleine Strandrestaurants mangels Nachfrage schließen⁸².

Neben den großen internationalen Ketten sind aber auch Hotelgesellschaften in den Entwicklungsländern entstanden, die nur in ihrer Heimat mehrere Häuser betreiben. So unterhält die Kette Beachcomber auf Mauritius und den Seychellen seit 1992 Hotels. Momentan sind acht der hochwertigen Betriebe auf Mauritius und ein Luxushotel auf den Seychellen in nationalem Besitz. In den insgesamt 1938 Zimmern urlaubten von Oktober 2006 bis September 2007 144.916 Gäste – das ist eine Steigerung gegenüber der Vorjahresperiode von 13 %. Die Beachcomber Hotels haben eine Gesamtkapazität auf dem mauritanischen Markt von 18 %⁸³.

Der neue Trend geht aber auch bei den nationalen Hotelketten in Richtung Internationalisierung. Sie werden oft fusioniert oder bilden enge Partnerschaften mit Unternehmen aus der internationalen Hotellerie, um ihre Chancen am Markt zu verbessern. Die internationalen Hotelketten bemühen sich einheimische Gesellschaften als Franchise-Nehmer zu gewinnen⁸⁴.

3. Das Hotelangebot wird in den plan- aber auch marktwirtschaftlichen Entwicklungsländern oft von staatlichen Hotelketten abgedeckt⁸⁵.
4. In vielen Entwicklungsländern gewinnen die einheimischen Klein- bis Mittelbetriebe immer mehr an Bedeutung.

„[...] an bisher touristisch weniger erschlossenen Standorten sind Kleinstbetriebe häufig die ersten und einzigen Unterkünfte. Pensionen, oft nur Hütten, mit nur wenigen Betten sind in touristischen Peripherieräumen weit verbreitet. In vielen Regionen vermieten Bauern, Fischer oder Angehörige anderer Berufe unregelmäßig, oft erst auf Nachfrage, Privatzimmer oder einfache Hütten am Strand.“⁸⁶

⁸² vgl. STOCK 1997: 43; <http://www.elsa-abi2006.de/Tourismus-EntwicklungslaenderPowerPoint.ppt>

⁸³ <http://www.beachcomber-hotels.com/>

⁸⁴ vgl. VORLAUFER 1996: 97

⁸⁵ vgl. VORLAUFER 1996: 93

⁸⁶ VORLAUFER 1996: 99 f.

5.2.1. Tourismusstrukturen der Kleinunternehmen

Die familiären Kleinunternehmen, wie Privatunterkünfte, Bars, Souvenirshops, Surfbrettverleiher, Anbieter für Schnorchelfahrten etc., entstehen oft erst mit dem Erscheinen von Rucksacktouristen. Die Einheimischen können mit wenig Kapital ein florierendes Geschäft aufbauen. Meistens wird aber vom Staat der Tourismus der oberen Kategorie bevorzugt und die Kleinbetriebe benachteiligt. Behinderungen von Einfachhotels durch strikte Auflagen, Verbote und sogar polizeiliche Räumungen sind inzwischen keine Seltenheit mehr. An den Standorten der sehr großen Hotelkomplexe können sich kleinere Betriebe anderer Branchen nur sehr selten entfalten. Diese Kleinunternehmen können in formeller aber auch in informeller Weise als Tourismusgeschäft betrieben werden. Die zweite Variante ist vom Staat nicht anerkannt und legalisiert, der informelle Sektor ist aber für die lokale Bevölkerung von großer Bedeutung. Allgemein gesehen sind die positiven Effekte des Einfachtourismus viel breiter gestreut und deshalb ergeben sich gegenüber den großen Hotelkomplexen mehr Vor- als Nachteile⁸⁷.

Vorteile:⁸⁸

- Die Streuung der Tourismuseinnahmen für die ansässige Bevölkerung ist durch mehrere selbstständig geführte Unternehmen höher.
- Kleinbetriebe haben in noch weniger besuchten Gebieten eine wichtige Erschließungsfunktion. Auch bei noch geringer Reisenachfrage haben lokal geführte Betriebe eine Existenzmöglichkeit.
- Einfach-Hotels werden zunächst oft von Personen eröffnet, die aus traditionellen einheimischen Berufen kommen (z.B. Bauer, Fischer, Händler). Sie können nach und nach, im Zuge steigender Nachfrage ihre unternehmerischen Fähigkeiten aufbauen und verbessern.
- Oft werden Kleinbetriebe nur als Nebenerwerb geführt.
- Ein kleiner Betrieb kann vermehrt die einheimischen Ressourcen ausnutzen.
- Für den Aufbau einer Hotellerie werden hohe Deviseninvestitionen benötigt. Die einfachen Unterkünfte werden vorerst mit heimischem Material errichtet. Somit

⁸⁷ vgl. STOCK 1997: 43

⁸⁸ vgl. VORLAUFER 1996: 100 ff.

liegen die Investitionsbeiträge pro Bett und Arbeitsplatz viel niedriger als in den Großbetrieben.

- Kleinbetriebe können auf die Wünsche und Ansprüche der Reisenden besonders flexibel und schnell reagieren.
- In der Regel wird in Pensionen oder kleinen Hotels ein höherer Anteil von aus dem Nahbereich kommender Personen beschäftigt.
- Durch die überschaubare Größe der Betriebe und Anzahl der Reisenden sind die negativen ökologischen und sozio-kulturellen Auswirkungen normalerweise weniger dramatisch.
- Die Eigentümer der Kleinbetriebe sind meistens in der Nähe geboren, aufgewachsen und ansässig. Somit gibt es keine negativen Effekte die durch Migration entstehen könnten. Je größer ein Betrieb ist, desto mehr regionsfremde Inländer werden beschäftigt.
- Die Einfachhotels bieten oft ein günstigeres Preis-Leistungsverhältnis als die Großhotellerie an.

Nachteile:⁸⁹

- Die Eigentümer von Kleinbetrieben können auf besondere (Extra-)Wünsche der Touristen erst nach deren Ankunft im Zielgebiet reagieren.
- Die großen Reiseveranstalter nehmen kleine Hotels nicht in ihr Angebot auf. Somit wird das Problem der Vermarktung ihrer Leistungen vakant.
- Für Veranstalter von Gruppenreisen bieten sie oft keine ausreichende Kapazität. Somit sind die Einfachhotels auf die Ankünfte von Individualreisenden angewiesen.
- In Kleinbetrieben fehlt oftmals der so genannte „westliche“ Komfort.

Die Chancen der Kleinbetriebe werden vor allem in der Peripherie der Entwicklungsländer gesehen. Eine Übernachtung in traditionellen Unterkünften ist für den Alternativ- und Abenteuerurlauber eine willkommene Möglichkeit den Kontakt zu der einheimischen Bevölkerung zu intensivieren⁹⁰.

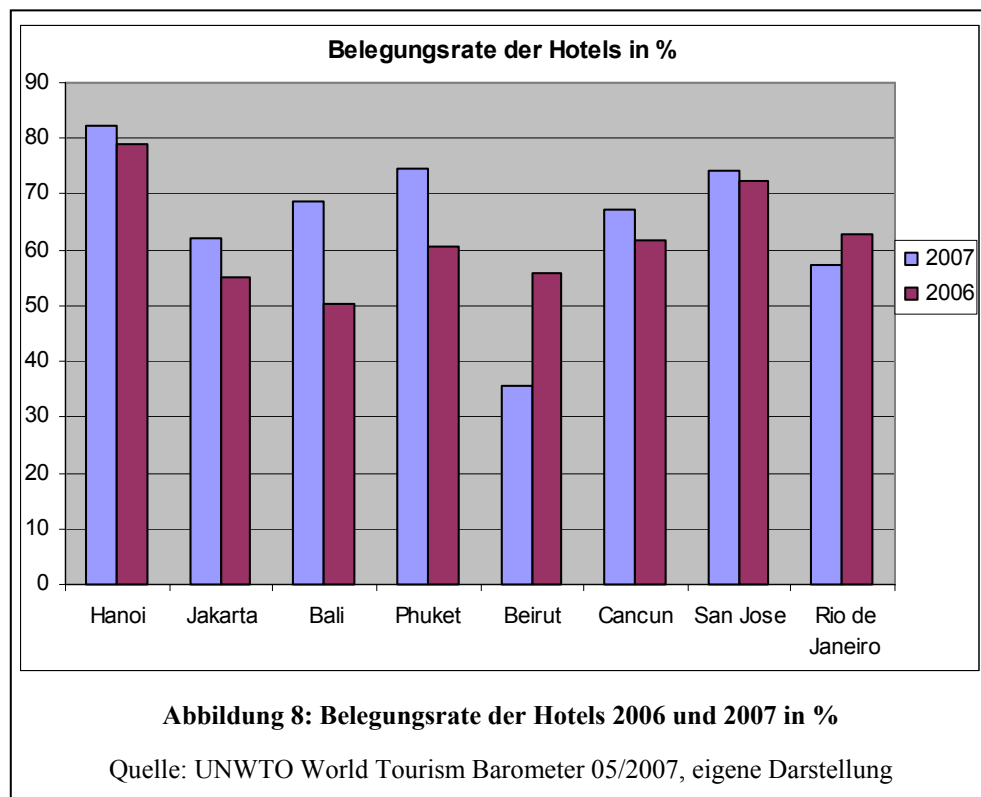
⁸⁹ vgl. VORLAUFER 1996: 103 ff.

⁹⁰ vgl. VORLAUFER 1996: 103 ff.

Oft fließt in enormem Ausmaß branchenfremdes Kapital in das Beherbergungswesen der Dritte-Welt-Länder. Um dieses Phänomen auszuschalten, beschließen viele Staaten den Ausländern die Anlagemöglichkeiten in der Kleinhotellerie zu verbieten. Denn gerade dieser Bereich kann ohne fremdes Kapital und Wissen von den Einheimischen betrieben werden. Da die ausländischen Bürger nicht mehr bemächtigt sind, Grund und Boden zu erwerben, engagieren sie einfach einen inländischen „Strohmann“ für ihren zukünftigen Betrieb. Dieser bekommt dann einen geringen Prozentsatz der Gewinne. Nicht selten tritt auch der Fall auf, dass der ausländische einen inländischen Bürger heiratet, und der wird der offizielle Eigentümer der Hotellerie⁹¹.

5.2.2. Belegungsrate der Hotels

Die weltweite Belegungsrate der Hotels sah im Jahr 2007 wie folgt aus⁹²: Europa 68,5 %, Mittlere Osten und Afrika 70,7 %, Asien und die pazifischen Staaten 70,8 % und Amerika 66,7 %. Den höchsten Zuwachs gegenüber der Vorjahresperiode hatte der Mittlere Osten mit 3,7 %.



⁹¹ vgl. VORLAUFER 1996: 112

⁹² vgl. UNWTO World Tourism Barometer 05/2007

In der vorigen Abbildung ist die Hotelbelegungsrate von 2006 und 2007 dargestellt. Die Hauptstadt von Vietnam hat eine der weltweit höchsten Rate mit 82,2 %. Diesen Wert konnte im Jahr 2007 nur Dubai mit 85,2 % überbieten. Der starke Rückgang für Beirut ist durch die neu aufgeflackerte Libanon-Krise erklärbar. Die beiden Regionen in Indonesien können einen enormen Zuwachs von 2006 auf 2007 verzeichnen: Jakarta 12 % und Bali 36,5 %. Cancun hat ungefähr die gleiche Hotelbelegungsrate wie Gesamtamerika. San Jose in Costa Rica liegt deutlich über (74,2 %) und Rio de Janeiro (57,3 %) unter dem amerikanischen Mittelwert⁹³.

5.2. Reiseveranstalter

VORLAUFER unterscheidet bei den Reiseveranstaltern und Reiseagenturen zwei unterschiedliche Unternehmens-Typen⁹⁴:

- Zielgebietsagenturen (in der Regel landesweit tätige Agenturen) stehen in Kooperation mit Reiseveranstaltern aus den Industrieländern und bieten unter anderem Flughafentransfers, Rundreisen oder Autovermietungen an. *„Diese Unternehmen sind häufig gänzlich oder teilweise im ausländischen Besitz. Die Reisekonzerne unterhalten zudem oft eigene Zielgebietsagenturen als „Töchter“ in der Regel über Joint-ventures mit inländischem Kapital zur Betreuung ihrer Gäste.“*⁹⁵
- Kleinbetriebe, die überwiegend von Einheimischen betrieben werden, haben oft nur 10 bis 20 fix angestellte Mitarbeiter. Sie besitzen gegenüber ausländischen Reiseveranstaltern durch ihre guten Lokal- und Regionalkenntnisse einen nicht zu unterschätzenden Wettbewerbsvorteil. Oft können sie auch ihre speziellen Fähigkeiten (z.B. als Bootsführer, Bergsteiger oder Jäger) gut verkaufen. Außerdem ist der Kapitalbedarf vielfach sehr gering.

5.3. Der „informelle“ Sektor

Nicht registrierte Guides, Schuhputzer, Autowäscher, Müllsammler, Rikschafahrer, ambulante Schneider, Souvenirverkäufer, fliegende Händler, Prostituierte und Garküchen

⁹³ vgl. UNWTO World Tourism Barometer 05/2007

⁹⁴ vgl. VORLAUFER 1996: 116 ff.

⁹⁵ VORLAUFER 1996: 116

am Straßenrand prägen das Bild besonders in den Ländern der Dritten Welt. Die überlebensnotwendige Arbeit ist meistens nicht durch Regeln normiert, gesetzlich geschützt und deswegen sind die Beschäftigten leicht ausbeutbar, manchmal auch illegal, vielfach (aber keineswegs immer) mit niedrigem Einkommen verbunden⁹⁶.

Es handelt sich um eine Vielfalt kleingewerblicher Tätigkeiten, die dem informellen Sektor zugeschrieben werden. Die internationale Arbeitsorganisation (ILO) schlägt folgende Definition vor⁹⁷:

„Zum informellen Sektor gezählt werden danach alle auf eigene Rechnung Arbeitenden (Selbstbeschäftigte) sowie Kleinbetriebe mit weniger als 10 Beschäftigten, deren Tätigkeiten sich durch geringen Kapitaleinsatz, niedrigen Organisationsgrad, geringe formale Qualifikationsanforderungen sowie den Einsatz einfacher Technologie auszeichnen, und die behördlich in der Regel nicht erfasst und lizenziert sind.“

Der informelle Sektor entstand bei der Suche nach Beschäftigungsalternativen aufgrund der begrenzten Aufnahmefähigkeit des regulären Arbeitsmarktes und der damit einhergehenden ansteigenden Arbeitslosigkeit. Die Informalität ist aber keineswegs ein Übergangsphänomen, sondern hat sich als recht dauerhaft erwiesen. Die Kombination von unterschiedlichen Einkommensquellen aus formeller und informeller Beschäftigung mindert die Abhängigkeit von nur einer einzigen Einkommensquelle oder Ressource und deswegen weitet sich der informelle Sektor aus. Lehrer, Polizisten oder Studenten arbeiten als Taxifahrer und Touristenguides, Bäuerinnen verkaufen Obst, Ärzte und Professoren vermieten Privatzimmer und PKW-Besitzer ihr Fahrzeug an Reisende⁹⁸.

Männer sind stärker im formellen Sektor tätig, als Frauen, die als meist ungelernte Beschäftigte oder in ungesicherten Berufen tätig sind. Nach Daten der ILO machen Frauen im formellen Sektor weltweit 46 Prozent der Arbeitskräfte aus. Im informellen Sektor ist der Anteil der Frauenbeschäftigung jedoch 60 Prozent⁹⁹.

Der touristische informelle Sektor ist durch folgende Merkmale ausgezeichnet¹⁰⁰:

- Im informellen Sektor stellen Einpersonen-Betriebe einen hohen Unternehmensanteil dar.

⁹⁶ vgl. VORLAUFER 1996: 122 ff.

⁹⁷ ILO 1999 zit. in SCHNEIDER 2001: 4 ff.

⁹⁸ vgl. SCHNEIDER 2001: 7; vgl. VORLAUFER 1999: 688

⁹⁹ vgl. Tourismus Watch Nr. 48 (2007): Durch die „gläserne Decke“ in den Keller?

¹⁰⁰ vgl. VORLAUFER 1999: 688 ff.

- Die am formellen Arbeitsmarkt benachteiligten Gruppen wie Behinderte, junge Personen, Frauen oder Migranten finden hier vielfach leichter eine überlebenssichernde Beschäftigung.
- Das Alter der Betriebe und die Beschäftigungsdauer sind im informellen Sektor gering.
- Mit abnehmender Betriebsgröße nimmt auch die Formalität ab. So haben Einpersonen-Betriebe selten eine Genehmigung, damit zahlen sie auch keine Steuern und stehen weithin in keiner Verbindung zu einem Finanzinstitut (z.B. kein Bankkonto, fehlender Zugang zu Krediten). Das Betriebskapital stammt oft aus den eigenen Ersparnissen oder wird durch finanziellen Zuschuss von Verwandten oder Freunden aufgebracht.
- Über die Externalisierung von Diensten an den kostengünstigen informellen Sektor können Betriebe des formellen Sektors Ersparnisse realisieren.
- Die geringe Kapitalkraft des informellen Sektors zieht eine geringe Investitionstätigkeit mit sich, die mit wachsender Betriebsgröße wieder zunimmt.
- Die Kleinbetriebe können und wollen oft nicht die notwendigen Schutzmaßnahmen zu Gunsten der Umwelt realisieren. Im ökologisch fragilen Küstenraum versickern Abwässer im Boden oder werden in die Badebucht geleitet. Müllhalden neben den Bretterbuden sind in den Entwicklungsländern typisch (vgl. Abbildung 9).



Abbildung 9: Müll neben Verkaufsstand in Kenia

Quelle: eigene Photographie (02/2006)

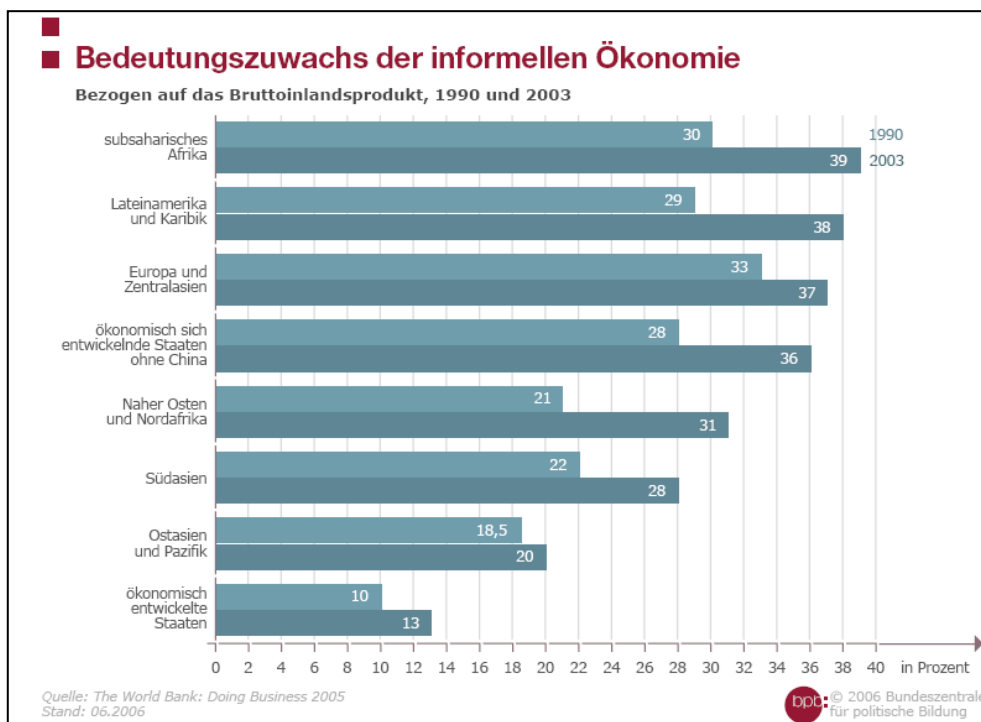


Abbildung 10: Bedeutungszuwachs des informellen Sektors

Quelle: http://www.bpb.de/cache/images/79K9VO_590x440.gif

Nach Beobachtung der ILO nehmen mit der Liberalisierung der Handelsbeziehungen häufig die schlecht bezahlten Beschäftigungsverhältnisse auf informeller Basis zu. In Relation zum Bruttoinlandsprodukt ist die Bedeutung der Beschäftigungsverhältnisse ohne regulären Vertrag zwischen 1990 und 2003 weltweit gestiegen.

In den Entwicklungsländern (ohne China) wurden 1990 28 Prozent des BIP und 2003 36 Prozent des BIP durch die informelle Ökonomie erwirtschaftet. Dieser Sektor hat im subsaharischen Afrika, in Lateinamerika und der Karibik sowie in den einkommensschwachen Staaten Europas und in Zentralasien einen überdurchschnittlich hohen Anteil an der Wirtschaftsleistung¹⁰¹.

¹⁰¹ http://www.bpb.de/wissen/CD5VFR,0,0,Bedeutungszuwachs_der_informellen_%D6konomie.html

6. Positive und negative Effekte des Tourismus in den Ländern der Dritten Welt

Heute ist allgemein anerkannt, dass der Tourismus, wie noch vor 40 bis 50 Jahren erhofft, weder eine elegante Form der Entwicklungshilfe ist, noch zur Völkerverständigung beiträgt. Der Tourismus muss abhängig von Land, Kultur und Reiseform differenziert betrachtet werden. Es gibt jedoch gewisse Gemeinsamkeiten bei den weltweiten Auswirkungen des Reiseverkehrs. Oft geht durch zu starken Fokus auf die Gewinnmaximierung der Blick auf die Folgen des Entwicklungsländertourismus verloren. Der Fremdenverkehr hat durchaus das Potential die negativen Auswirkungen auf die einheimische Bevölkerung und Umwelt zu minimieren und die positiven Effekte stärker zu forcieren¹⁰².

Die in der Tabelle 11 angeführten Tourismusauswirkungen betreffen nur die Gastgebergesellschaften.

	Positive Effekte	Negative Effekte
Ökonomisch	- Steigerung des BIP - Verbesserung der Zahlungsbilanz - höhere Steuereinnahmen - Entstehung von Arbeitsplätzen - Steigende Beschäftigung und Einkommen - Multiplikatoreffekte auf vor- und nachgelagerte Branchen (z.B. Möbelindustrie) - Ausbau der Infrastruktur - Keine Transportkosten - Keine Zollformalitäten - Schnelle Anpassung an „Produktionswünsche“ - Entfaltung unternehmerischer Qualifikationen - Adoption von Innovation - Wandel und Dynamisierung der Wirtschaftsstruktur - geringe Investitionen pro Arbeitsplatz	- Erhöhter Devisenabfluss - Preissteigerungen (Inflation) - Nahrungsmittelverknappung - Notwendigkeit teurer Importe - Gefahr der Monostrukturierung und Abhängigkeit - Saisonale Beschäftigte - Ungleicher Zugang zu Infrastruktur, Infrastruktur ohne Nutzen für die Allgemeinheit - Vorwiegend einfache Beschäftigungsmöglichkeiten - Fehlallokation knapper Produktionsfaktoren - Verdrängung überkommener Wirtschaftszweige - Begrenzte Lebensdauer des Produkts - große Investitionen häufig nur durch ausländische Investoren

¹⁰² vgl. STOLL 2007: 27

	Positive Effekte	Negative Effekte
Regional	- Entwicklungsimpulse in der Peripherie und damit Abbau sozialer und räumlicher Disparitäten - Einbindung nur bedingt nutzbarer Ressourcen - sektoraler und räumlicher Wachstumspol	- Landflucht (vom Hinterland zum Küstengebiet) - Entstehen von Enklaven
Sozio-kulturell	- Interkulturelle Begegnung/Völkerverständigung - Erhalt von kulturellem Erbe, Tradition, Bräuchen und Festen - Restaurierung und Schutz historischer Stätten - Wiederbelegung von traditionellen Techniken des Kunsthandwerks - Kennen lernen und Austausch anderer Kulturen - Stärkung der eigenen Identität - Erlernen einer Fremdsprache	- Akkulturation - Airport-Art (Serienanfertigung von Souvenirs) - (Kinder-) Prostitution - Anstieg von Kriminalität - Betteln - Kommerzialisierung der Gastfreundlichkeit und Traditionen - Entfremdung der einheimischen Kultur - Ausverkauf von Kulturschätzen - Beschädigung von Kulturdenkmälern - Segregation zwischen Gewinnen und Verlieren im Tourismus - Unangepasstes Konsumverhalten (Demonstrationseffekt) - falsche Vorstellungen der westlichen Gesellschaft - Steigende soziale Kosten - Imitation der Kultur von Touristen
Ökologisch	- Reisemotiv Landschaftsästhetik als Anreiz zur Unterschutzstellung von Gebieten - Tourismus finanziert Naturschutz - Erhalt von Reservaten - Verstärkter Natur-, Denkmal-, Umweltschutz - Ressourcensicherung (z.B. Nichtverwendung von Herbiziden durch Rückgang der Agrarwirtschaft)	- Infrastrukturbedingte Effekte: Beeinträchtigung des Landschaftsbildes, Eingriff in sensible Ökosysteme, Flächenzerschneidung und – versiegelung - Aktivitätsbezogene Effekte: Zerstörung der Unterwasserwelt, Verhaltensänderung von Wild in Schutzgebieten - Zerstörung der natürlichen Ressourcen - Luftbelastung durch Abgase (Flugverkehr) - Müllentsorgungsengpässe - Leitung der Abwässer ins Meer

Tabelle 11: Auswirkungen des Tourismus auf Entwicklungsländer

Quelle: in Anlehnung an JOB/WEIZENEGGER 2004: 635; VORLAUFER 1996: 128; <http://www.elsa-abi2006.de/Tourismus-EntwicklungslaenderPowerPoint.ppt> und eigene Ergänzung

Die Auswirkungen des Entwicklungsländertourismus können abhängig davon variieren, ob der Tourismus konzentriert oder dispers, stationär oder mobil, segregativ oder integrativ organisiert ist. Bei stationären und konzentrierten Tourismusformen wie dem Bade-/Sonnentourismus und Strandurlaub sind die Nachteile räumlich begrenzt und damit wesentlich leichter zu regulieren. Regionale Disparitäten können eher beim mobilen (dispersen) Studien-, Besichtigungs-, Bildungs- oder Rundreisetourismus verschärft werden. Tourismus, der sich in nach außen abgeschotteten Enklaven abspielt, segregativ organisierter Tourismus („Ghettoisierung der Reisenden“), minimiert die Kontakte mit der einheimischen Bevölkerung und dadurch auch die Akkulturationseffekte. Bei dieser Tourismusform bietet sich weniger Gelegenheit zum gegenseitigen Austausch und kennen lernen der unterschiedlichen Kulturen¹⁰³.

6.1. Ökonomische Auswirkungen

Die Entwicklungsländer sollten ihre knappen Produktionsfaktoren so einsetzen, dass ein optimales, wirtschaftliches und nachhaltiges Wachstum erreicht wird und eine Fehlallokation von Produktionsfaktoren verhindert wird. Besonders in kleinen und ressourcenarmen Ländern mit einer geringen Bevölkerungszahl fehlt das Potential für andere Produktionsrichtungen und somit ist der Fremdenverkehr von größter ökonomischer Bedeutung und wichtigster Devisenbringer.

Oft hat sich eine monostrukturelle Wirtschaft herauskristallisiert. Der Beitrag des Tourismus für das BIP ist in vielen Ländern sehr hoch (vgl. Tabelle 6). Durch die Monostruktur kann es natürlich schnell zur Abhängigkeit eines Staates von nur einem Wirtschaftszweig kommen – aber gerade einige Mikrostaaten haben kaum Möglichkeiten der Diversifizierung ihrer Wirtschaft¹⁰⁴.

VORLAUFER (1996: 129 f.) gibt ein anschauliches Beispiel für den Tourismus als Entwicklungsmotor auf der Karibikinsel Aruba. Hier vollzog sich der Übergang von einer Industrie- zu einer Dienstleistungsgesellschaft durch den Tourismus sehr schnell. Aruba besitzt im Unterschied zu anderen karibischen Inselstaaten wenige Möglichkeiten am Agrarsektor. In der Karibik ist die Zuckerplantagenwirtschaft eine typische Anbauform,

¹⁰³ vgl. JOB/WEIZENEGGER 2004: 636

¹⁰⁴ vgl. VORLAUFER 1996: 127 ff.

die aber auf Aruba durch zu geringe Niederschläge nicht kultiviert werden kann. Von 1820 bis 1913 konnten die Einwohner der Insel durch den Goldbergbau ihre Einnahmen beziehen. Nach Erschöpfung der Minen wurde Erdöl aus Venezuela in den neu errichteten Raffinerien verarbeitet. Damals war diese Branche der wichtigste Arbeitgeber – aber Mitte der 80er Jahre wurde die Produktion eingestellt. Bereits seit den 70er Jahren bekam der Tourismussektor auf Aruba einen neuen Stellenwert. Nach dem Niedergang der Erdölproduktion expandierte der Fremdenverkehr dramatisch und ist bis heute Grundlage eines relativ hohen Lebensstandards der Bevölkerung. Aruba war für den Strukturwandel schnell bereit, da die für den Tourismus wichtigen Infrastrukturen, wie der Flughafen oder der Hafen für Kreuzfahrten, bereits vorher für die Raffinerie angelegt worden waren.

Durch den Tourismus stellt der Aufbau der Infrastruktur wesentliche Dienstleistungen auch für die einheimische Bevölkerung zur Verfügung, die sonst nicht oder nicht so schnell Einzug gefunden hätten. Dies sind vor allem Straßen, die Elektrizität, sauberes Trinkwasser, Nachrichten- und Fernmeldewesen¹⁰⁵.

Viele Länder mussten die Infrastruktur erst neu errichten – somit überstiegen zunächst die Kosten den wirtschaftlichen Nutzen. Dieses Phänomen verschärft sich natürlich, wenn die Infrastruktur nur von den Touristen genutzt werden kann. Somit bemühen sich viele Staaten, Standorte und Funktionalität so zu wählen, dass auch die einheimische Bevölkerung und andere Wirtschaftsbranchen diese ebenfalls verwenden können. So hat beispielsweise Kenia einige Straßen, die zur Aufschließung der Nationalparks notwendig waren, unter Inkaufnahme einer größeren Streckenlänge bewusst so gelegt, dass auch periphere Siedlungsräume erreicht werden.

In einigen Ländern wurden bereits vor den touristischen Ankünften Infrastrukturen angelegt, um schnell auf den „Boom“-Markt aufspringen zu können; in machen Regionen besteht jedoch bis heute keine adäquate Nachfrage. In den 70er Jahren wurde z.B. in Nordtansania nur für den Tourismus der Kilimanjaro Airport errichtet, der aber bis heute noch immer keine rentable Auslastung findet¹⁰⁶. Er ist somit für das Land eine immense finanzielle Belastung.

¹⁰⁵ vgl. ROE et al. 2004: 12 ff.

¹⁰⁶ vgl. VORLAUFER 1996: 127 ff.

6.1.1. Zahlungsbilanz

Die außenwirtschaftliche Position von vielen Entwicklungsländern ist auch durch eine negative Zahlungsbilanz gekennzeichnet. Der Bedarf an Importen steigt und demgegenüber steht nur eine minimale Zunahme der Exporterlöse. Um die Produktivität zu steigern, müssen vor allem Investitionsgüter importiert werden, die aber meistens die Importkapazität sprengen. Dies führt insgesamt zu einer Zunahme der Auslandsverschuldung. In vielen Ländern ist eine Verschlechterung des Verhältnisses zwischen Export- und Importpreisen zu beobachten. Die Entwicklungsländer müssen vor allem Rohstoffe exportieren und können dagegen nur wenige Industriegüter einführen. Der Tourismus bietet aber auch absolut günstige Voraussetzungen für einen konkurrenzfähigen Export: Die Reiseattraktionen sind in hohem Maße standortgebunden und können nicht überall angeboten werden¹⁰⁷.

Somit müssen die Konsumenten (= Touristen) selbst den Ort der Produktion aufsuchen, um die Ware (= die Landschaft oder eine kulturelle Attraktion) zu konsumieren. Dadurch entfallen die Risiken und Kosten des Transports für den Produzenten zwischen dem Ort der Leistungserstellung und dem Ort der Konsumation, da sie von den Reisenden selbst getragen werden.

Das Produkt ist sehr „verderblich“ und hat deswegen nur eine begrenzte Lebensdauer, weil es nicht gelagert bzw. zu einem späteren Zeitpunkt verkauft werden kann. Die Tourismusbranche hat etwas „Vergängliches“¹⁰⁸ an sich – ein nicht belegtes Hotelbett, ein nicht verkaufter Sitzplatz (Aircarrier, Restaurant) oder ein nicht gebuchter Dive-Trip bringt trotz gewisser Fixkosten keinen Gewinn.

Die Tourismusbranche kann sich durch den unmittelbaren Kontakt zu ihren Konsumenten schneller und flexibler auf Produktionsveränderungen (Wünsche und Anregungen der Touristen) einstellen als eine industrielle Erzeugnisherstellung¹⁰⁹. Durch die Abhängigkeit vieler Länder vom touristischen Wirtschaftszweig kommt es bei politischen Krisen in einem Land unweigerlich zur Reduktion der Besucherzahlen. Damit

¹⁰⁷ vgl. VORLAUFER 1996: 127 ff.

¹⁰⁸ vgl. BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Das Tourismus-Angebot. Anbieter im Tourismus. Die Tourismusindustrie

¹⁰⁹ vgl. VORLAUFER 1996: 127 ff.

gehen auch die Deviseneinnahmen zurück, während man alternative Produktionen weiterhin aufrechterhalten könnte¹¹⁰.

Die gesamten Einnahmen der Tourismuswirtschaft im Jahr 2006 betrugen 733 Milliarden US \$. Dieser Betrag mag im ersten Moment hoch erscheinen, bei genauerer Betrachtung muss man aber folgende Faktoren wieder abziehen¹¹¹:

- Gewinntransfers der ausländischen Volkswirtschaften, die in die Tourismusbranche eines Landes investiert haben,
- die Kosten für Investitionsgüter wie Baumaterialien, sanitäre Einrichtungen, Möbel, Klimaanlage, Flug- und Kraftfahrzeuge,
- die Einfuhr von Konsumgütern für den Touristen, von Kaffee und Würfelzucker bis zum Whisky, von der Butter, vom Käse bis zum Mineralwasser, vom Fleisch und Getreide bis zu im Land nicht produzierte Früchte, ganz zu schweigen von Coca Cola, Milka-Schokolade und Heineken-Bier,
- die Devisenausgaben für die Werbung der touristischen Region in den Ländern der Reisenden,
- die Gehälter der nicht einheimischen Führungskräfte.

6.1.2. „Leakages“

Der Tourismus insgesamt gesehen hängt nicht von der Höhe der Brutto-, sondern von den Nettodeviseneinnahmen ab. Die so genannte Sickerrate (= englisch: leakage) sagt aus, welcher Anteil der Einnahmen für Waren, Dienstleistungen, Sach- und Humankapital wieder ins Ausland zurückfließt. Die Ausgaben, die zur Erstellung des touristischen Angebots benötigt werden, reduzieren die Bruttodeviseneinnahmen und somit entfällt oft der positive Zahlungsbilanzeffekt. Ebenfalls dazu gehören der Transfer von Gewinnen ausländischer Investoren, Zinsen, Tilgung für ausländische Kredite, Werbemaßnahmen im Ausland oder Gehälter für hoch qualifizierte ausländische Arbeitskräfte¹¹².

Je weniger importiert wird, desto geringer ist die Sickerrate und desto mehr ist der Fremdenverkehr an die heimischen Ressourcen angepasst. Wünschenswert wäre, wenn vorwiegend Waren aus der inländischen Produktion für den Tourismus verwendet würden.

¹¹⁰ vgl. VORLAUFER 1996: 138 ff.

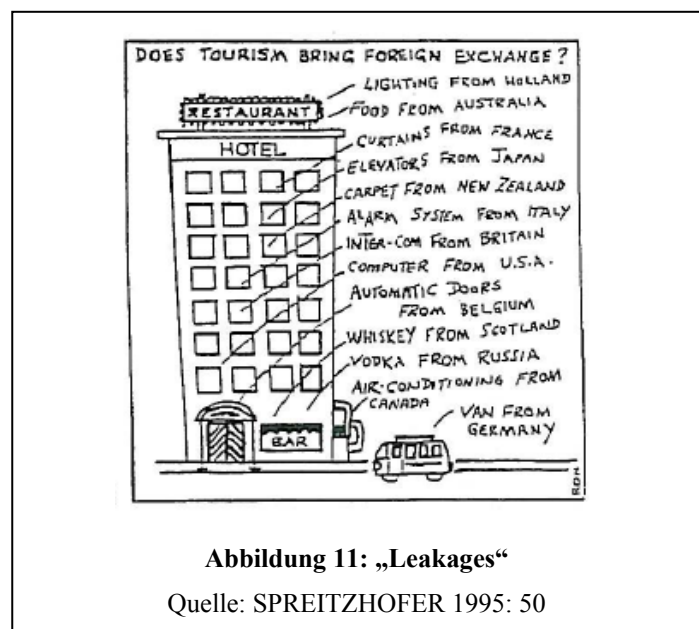
¹¹¹ SPREITZHOFFER 1995: 49

¹¹² vgl. Tourismus Watch Nr. 47 (2007): Sickerrate im kenianischen Tourismus gesunken

So entfällt zum Beispiel beim reinen Badeurlaub der für den Rundreisetourismus notwendige Import von Fahrzeugen und Treibstoffen.

In flächenmäßig großen Entwicklungsländern mit einer schon höher entwickelten Volkswirtschaft und einer diversifizierteren Produktionsstruktur können viele Güter, die für den Tourismus notwendig sind, selbst erstellt werden. Fast alle Baumaterialien, Sach- und Humankapital sowie Getränke, Nahrungsmittel oder Energie können für das Hotelgewerbe über die einheimische Produktion erworben werden. Je mehr Güter und Dienstleistungen im eigenen Land erzeugt werden, desto stärker ist die Verflechtung der Fremdenverkehrsbranche mit ihren vor- und nachgelagerten Wirtschaftszweigen und desto höher ist der Multiplikatoreffekt. In einigen Entwicklungsländern werden heute auch bereits Luxushotels mit traditionellen Baumaterialien erstellt (z.B. Bedachungen mit Palmblättern)¹¹³.

Die „Leakage“ kann von Land zu Land beträchtlich variieren und hängt oft auch mit dem sozioökonomischen Entwicklungsstand zusammen. Nach Angaben der UNCTAD liegt die Sickerrate in den etwas stärker entwickelten Dritte-Welt-Ländern typischerweise zwischen 10 und 20 Prozent, in den meisten anderen Entwicklungsländern bei 40 bis 50 Prozent¹¹⁴.



¹¹³ vgl. VORLAUFER 1996: 136 ff.

¹¹⁴ vgl. VORLAUFER 1996: 138

In Kenia ist diese Rate seit den 1960er Jahren von 18 auf heute 12 Prozent gesunken. In der Karibik können wir oft eine Sickerrate von über 50 % feststellen, da diese Staaten nur über einen sehr kleinen Binnenmarkt verfügen und der Aufbau einer für das Tourismusgewerbe relevanten Produktion nicht möglich ist. Weiters sind für viele kleine Inselstaaten die naturräumlichen Gegebenheiten ungünstig und somit ist eine Landwirtschaft nur schwer aufzubauen. Oft dient die agrarische Tätigkeit nur zur Deckung des Eigenbedarfs¹¹⁵.

6.1.3. Beschäftigung und Einkommen

Der Bedarf an Arbeitskräften ist in der Tourismusbranche sehr hoch; 2005 sind weltweit 358 Millionen Personen in diesem Sektor tätig gewesen, das bedeutet ungefähr jeder neunte Arbeitnehmer auf der Welt. Man unterscheidet zwischen den Arbeitsplätzen im Tourismus selbst (167 Millionen Arbeitnehmer) und den Arbeitsplätzen, die indirekt vom Tourismus abhängig sind (Banken, Versicherungen, Verkehrsunternehmen, Manufakturen, Restaurants, Betriebe die Sportaktivitäten anbieten, Gesundheitswesen). In der vor- und nachgelagerten Branche sind 181 Millionen Arbeitskräfte beschäftigt¹¹⁶.

Die Fremdenverkehrsbranche ist eher arbeits- denn kapitalintensiv. Die Intensität der Beschäftigungseffekte hängt aber wesentlich von der Art bzw. dem Standort der Unterkünfte ab. In luxuriöseren Häusern ist die Zahl der Beschäftigten pro Bett ungefähr zwei- bis dreimal höher als in „Einfach“-Hotels oder in Ferienwohnungen. In Ländern mit niedrigen Löhnen und einem großen Arbeitskräfteangebot werden eher mehr Arbeitnehmer beschäftigt¹¹⁷.

Viele Arbeitnehmer in den Dritte-Welt-Ländern sind durch das niedrige Lohneinkommen gezwungen, neben ihrem Hauptberuf einer weiteren Erwerbstätigkeit nachzugehen. In vielen Ländern, aber vor allem in den afrikanischen Staaten herrscht ein Mangel an qualifiziertem einheimischem Personal. Somit werden für die höher qualifizierten Tätigkeiten weitgehend ausländische Experten beschäftigt. Die

¹¹⁵ vgl. VORLAUFER 199: 138 ff.; vgl. Tourismus Watch 47 (2007): Sickerrate im kenianischen Tourismus gesunken

¹¹⁶ vgl. BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Tourismus. Global Player

¹¹⁷ vgl. VORLAUFER 1996: 140 ff.

einheimischen Arbeitnehmer verrichten die niedrigeren Dienste und arbeiten vorwiegend als Putzpersonal, Gärtner, in der Wäscherei oder Küche. Da es dadurch aber zu wirtschaftlichen und sozialen Nachteilen (Devisenabfluss durch Gehaltstransfer) kommt, bemühen sich bereits viele Entwicklungsländer, auch die Führungspositionen (Manager, Verwaltungspersonal, Rezeptionist, Reisebegleiter, Küchenchef) mit Arbeitnehmern aus dem eigenen Land zu besetzen. Eine Ausnahme für eine Aufenthalts- und Arbeitsbewilligung stellt in der Hotellerie etwa ein spezialisierter Koch, zum Beispiel für die japanische oder französische Küche, dar¹¹⁸.

Für viele Entwicklungsländer, im speziellen aber für viele LDCs, ist der Tourismus ein wichtiger Arbeitgeber. In der nachstehenden Tabelle sind Entwicklungsländer mit einem hohen Beschäftigungsanteil im Tourismus angeführt:

	Country	% of Population in travel and tourism		Country	% of Population in travel and tourism
1	Maldives	52 %	11	Fiji	22 %
2	Anguilla	50 %	12	Other Oceania	22 %
3	St. Lucia	42 %	13	Cuba	20 %
4	Antigua and Barbuda	40 %	14	Mauritius	19 %
5	St. Kitts and Nevis	34 %	15	Jordan	19 %
6	Vanuatu	33 %	16	Cape Verde	18 %
7	Barbados	29 %	17	Grenada	18 %
8	St. Vincent and the Grenadines	28 %	18	Guyana	18 %
9	Belize	24 %	19	Suriname	17 %
10	Jamaica	23 %	20	Sao Tome and Principe	15 %

Tabelle 12: Developing Countries with the highest levels of employment in tourism
Quelle: GOODWIN et al. 2004e: 4

Ein Job in der Tourismusbranche kann für einen Arbeitnehmer in einem Entwicklungsland hohes soziales Prestige bedeuten und oft ist von diesem Einkommen die Großfamilie abhängig. Deswegen bewerben sich auch viele akademisch ausgebildete Einheimische um einen „niedrigen“ Arbeitsplatz in der Tourismusbranche. Durch das

¹¹⁸ vgl. VORLAUFER 1996: 145 ff.

Angebot einer Vielzahl von austauschbaren Arbeitskräften dreht sich jedoch die Lohnspirale automatisch immer weiter nach unten.

„*The locals leave their fields and fishing boats and become touts, flunkeys or donkey-guides.*“ Der Tourismus wird als Chance für die Flucht aus der Peripherie gesehen – auch wenn sie nur zeitlich begrenzt ist. Die Saisonalität in den Ländern hängt vor allem mit Umwelteinflüssen, wie der Regenzeit oder den durch die Natur verursachten Krisen zusammen¹¹⁹.

6.1.4. Beschäftigung der Frauen im Tourismus

In vielen Ländern der Dritten Welt sind Frauen aufgrund traditioneller Rollenzuweisungen auf dem Arbeitsmarkt benachteiligt und werden oft wegen geringerer Qualifikationen diskriminiert. Gerade aber im Tourismusgewerbe können Frauen mit wenig bis gar keiner schulischen Ausbildung als Zimmermädchen, Reinigungspersonal, Küchenhilfen, Haushälterinnen, Empfangsdamen oder als Kellnerin Beschäftigung finden¹²⁰.

Noch günstiger als in der Hotellerie sind die Beschäftigungschancen des weiblichen Geschlechts im Kleinstgewerbe¹²¹:

- Händlerinnen in Touristenzentren verkaufen selbst gefertigte Kleidung, Schmuck und Andenken,
- Fliegende Verkäuferinnen bieten Früchte, Fruchtsäfte oder Speiseeis an den Badestränden an,
- Frauen und Mädchen arbeiten als „Hostessen“,
- Frauen betätigen sich als Masseusen,
- Sie arbeiten oft in der Kunstgewerbe- und Andenken-Erzeugung. Web-, Flecht-, Häkel-, Klöppel-, Stickerei- und Batikarbeiten sind dominant weibliche Tätigkeiten.

¹¹⁹ SPREITZHOFFER 1995: 48

¹²⁰ vgl. VORLAUFER 1996: 147 ff.

¹²¹ vgl. VORLAUFER 1996: 152



Abbildung 12: Thailänderinnen beim Fertigen von traditionellen Produkten

Quelle: eigene Fotografie (02/2007)

Im nordthailändischen Fremdenverkehrszentrum Chiang Mai weben weibliche Arbeitskräfte Seidenstoffe und fertigen kunstvoll bemalte Sonnenschirme.

„Tourismus öffnet Türen für Frauen“ lautete der Slogan des vorjährigen Welttourismustages am 27. September 2007. Die WTO wollte in diesem Zuge auf die Arbeits- und Karrieremöglichkeiten für Frauen im Tourismus aufmerksam machen. Sie sprach konkret das Millenniums-Entwicklungsziel Nummer drei an: die Gleichstellung der Geschlechter und die Stärkung der Stellung der Frau. Nach Aussagen der Welttourismusorganisation sind Frauen überall im Fremdenverkehr zu finden, von Reiseleiterinnen bis hin zur Vorstandsvorsitzenden. Der Anteil von Frauen in dieser Wirtschaftsbranche habe besonders in den armen Ländern zugenommen und sei nun genauso stark vertreten wie der Männeranteil. Die Aufstiegsmöglichkeiten für Frauen sind ebenso gegeben¹²².

UNWTO-Generalsekretär Francesco Frangialli (2007)¹²³:

„Die Herausforderungen [...] würden sich nun darum drehen, für gleiche Bezahlung zu sorgen, die Arbeitsqualität zu erhöhen, angemessene Arbeitsbedingungen zu schaffen, und ‚die gläserne Decke zu durchdringen‘, d.h. die unsichtbaren Barrieren zu durchbrechen, die Frauen am Aufstieg hindern.“

¹²² vgl. Tourism Watch Nr. 48 (2007): Durch die „gläserne Decke“ in den Keller?

¹²³ FRANGIALLI 2007 zit. in Tourism Watch Nr. 48 (2007): Durch die „gläserne Decke“ in den Keller?

Frau Magline Peter aus dem südindischen Bundesstaat Kerala sieht die Chancen für die Arbeitsbeteiligung der Frauen etwas konträrer als Frangialli¹²⁴:

„Es tut mir leid, das sagen zu müssen, aber in Indien gibt es kaum Chancen, dass sich durch den Tourismus viele Türen für Frauen öffnen werden, und für die marginalisierten Frauen vermutlich keine einzige. In Kerala zum Beispiel liegt der Anteil von Frauen im Tourismus bei weniger als 20 Prozent. Aus benachteiligten Gemeinschaften, z.B. aus unseren Fischerdörfern, sind es noch weniger, und in gehobenen Positionen findet sich vermutlich gar keine Frau aus marginalisierten Bevölkerungsgruppen.“

Einen sehr hohen Beschäftigungsanteil der Frauen und Mädchen findet man im tourismusorientierten Vergnügungsgewerbe. Der wachsende Sextourismus ist in vielen Ländern der Dritten Welt ein enormes Problem. Für Frauen ist es eine der beständigsten und lukrativsten Möglichkeiten ihr eigenes Einkommen zu verdienen. Im Jahre 2000 waren in der Dominikanischen Republik 16.000 junge Frauen und 25.000 Kinder in diesem Milieu beschäftigt. Damit ist die Dominikanische Republik die Nummer zwei (hinter Brasilien) im Prostitutionstourismus in Lateinamerika¹²⁵.

Nach einem Pressebericht von „Channell News Asia“ ist auf der Insel Phuket nach dem Tsunami die Zahl der Prostituierten enorm gestiegen. Viele Frauen haben durch die Naturkatastrophe ihren Arbeitsplatz im Tourismus verloren und mussten sich anderswo ihren Lebensunterhalt verdienen. Auch in den Küstenregionen Indiens sind viele Mädchen aus armen Familien in den Sextourismus gedrängt worden¹²⁶.



Abbildung 13: Werbeplakat gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern in Mombassa

Quelle: eigene Photographie (02/2006)

¹²⁴ PETER 2007 zit. in Tourism Watch Nr. 48 (2007): Tourismus öffnet Türen für Frauen? Drei Fragen an Magline Peter

¹²⁵ http://www.wuk.at/index.php/idee/magazin/163/magazin_archiv_2007.html

¹²⁶ vgl. Tourism Watch Nr. 48 (2007): Durch die „gläserne Decke“ in den Keller?

6.1.5. Andenkenerzeugung

Der Prozentsatz der Tourismusdeviseneinnahmen durch den Verkauf von landesspezifischen Souvenirs ist sehr hoch (zwischen 10 % und 25 %). Die wirtschaftliche Bedeutung ist deswegen so groß, weil Andenken¹²⁷:

- a. überwiegend aus heimischen Materialien erzeugt werden.
- b. durch die Kenntnisse und Fertigkeiten der einheimischen Bevölkerung produziert werden. Der Einsatz von „westlichen“ Technologien und Experten ist meistens nicht notwendig.
- c. über arbeitsintensive Verfahren hergestellt werden. Die lange Produktionsdauer hält dadurch die Arbeitslosigkeit in Grenzen.
- d. in Kleinstbetrieben, aber auch auf dem informellen Sektor hergestellt werden.
- e. auch abseits der Touristenzentren erzeugt werden. Somit profitieren auch die peripheren Gebiete vom Fremdenverkehr.
- f. auch von Personen erzeugt und verkauft werden können, die am regulären Arbeitsmarkt wenig Chancen auf eine Fixanstellung haben. Dies trifft vor allem auf Frauen, alte Menschen, Kinder und Behinderte zu. Dadurch kommt es zu einer sozialen und regionalen Streuung des Einkommens.
- g. auf Vorrat produziert werden können (auch außerhalb der Saison).



**Abbildung 14: Akha und Lisu in Nordthailand
beim Verkaufen von traditionellen Kleidungs- und Schmuckgegenständen**

Quelle: eigene Fotografie (02/2007)

¹²⁷ vgl. VORLAUFER 1996: 167 ff.

Man muss sich jedoch die Frage stellen, inwieweit der Tourismus die Authentizität der Andenken verändert. Viele Erzeugnisse werden in Motiven, Designs, Materialien und Größe den Vorstellungen, Wünschen und Transportmöglichkeiten der Urlauber angepasst. Oft sind die traditionellen Handwerke erst durch den Einzug des Tourismus entstanden. Die Kunst- oder Gebrauchsgegenstände sind nur „Souvenirkitsch“ und werden wegen der touristischen Nachfrage produziert¹²⁸.

6.1.6. Mobilität von Produktionsfaktoren

Der Ausbau des Tourismussektors bringt oft eine Veränderung der Produktionsfaktoren wie Arbeit, Kapital und Boden mit sich. Aus den weniger ertragreichern Wirtschaftszweigen und –räumen fließen Kapital und Arbeitskräfte in die Touristenzentren. Der Agrarwirtschaft werden die Produktionsfaktoren entzogen und der Tourismuswirtschaft zur Verfügung gestellt¹²⁹.

6.1.6.1. Agrarwirtschaft

Die Meeresküsten der Entwicklungsländer wurden durch die traditionelle Fischereiwirtschaft genutzt. Durch das Eintreffen der ersten Reisenden in das Land wurden an den geeigneten Badestränden und Buchten Unterkünfte und Hotelanlagen für Touristen gebaut. Nach einer kurzen Phase der räumlichen Koexistenz der beiden Wirtschaftszweige wurden die Fischerdörfer vom Tourismus allmählich verdrängt. Die vormals durch die Fischer genutzten Plätze wurden in Flächen für Hotelanlagen umgewidmet. Die Beschäftigten aus der Fischerei übernahmen Arbeit im neu entstandenen Tourismusgewerbe.

So werden zum Beispiel die Fischerboote für Touristenfahrten umfunktioniert. Die Reisenden zum Tauchen, Schnorcheln oder zum Sportfischen zu „chauffieren“ bringt natürlich ein höheres Prestige mit sich und ist noch dazu ungefährlicher, wie der nächtliche Fischfang. Die Konsequenz ist, dass es zu einer Verknappung und damit zu einer Verteuerung des Fischangebotes kommt. Für die einheimische Bevölkerung ist der Fisch als Grundnahrungsmittel nicht mehr leistbar. Infolge des Abbaus von landwirtschaftlichen

¹²⁸ vgl. VORLAUFER 1996: 167 ff.

¹²⁹ vgl. VORLAUFER 1996: 153 ff.

Exporten und der Zunahme von Nahrungsmittelimporten kann es zu negativen Zahlungsbilanzeffekten kommen¹³⁰.

Die Urlauber aus den Industrieländern haben oft ein abweichendes Ernährungsverhalten als die im Land einheimische Bevölkerung. Einige Touristen verlangen auch im Ausland die ihnen aus der Heimat vertrauten Lebensmittel und viele Entwicklungsländer haben sich bereits auf diese Nachfrage eingestellt. So ist es zum Beispiel nicht möglich, die „europäischen“ Gemüsesorten im feuchtheißen Tiefland anzubauen, die Möglichkeit besteht aber sehr wohl im Hochland. Wünschenswert wäre es, wenn die Hotels die Nahrungsmittel direkt vom lokalen Bauern beziehen. Dies ist oft nicht möglich, da die Produktionsmengen der Einheimischen zu klein sind, die Lieferungen unregelmäßig sind und oft können die Bauern die gleich bleibende Qualität nicht garantieren. In den meisten Ländern verarbeiten nur die kleinen Hotels die lokalen Produkte¹³¹.

Die Hotelanlagen haben einen sehr hohen Wasserbedarf – bis zu 600 Liter pro Tag und Gast. Dadurch wird der Landwirtschaft der Produktionsfaktor Nummer eins entzogen. In vielen Regionen kommt es regelmäßig zu Auseinandersetzungen um die knappen Wasservorräte, bei denen meistens die Bauern den „Kampf“ verlieren. *„Was glauben Sie, wie ein Goaner sich fühlt, wenn die Blumen auf seiner Terrasse wegen Wassermangels eingehen, während die Gärtner den Rasen der Fünf-Sterne-Hotels mit Hochdruck wässern und die Pools gefüllt sind?“*¹³², beschwert sich Sergio Cavalho. Die Hotellerie treibt durch ihren Wasserbedarf die Wasserkosten so in die Höhe, dass die Bauern z.B. ihre Oasen nicht mehr sinnvoll betreiben können. Durch die Unvereinbarkeit von Tourismus und Oasenwirtschaft wird das für die Reisenden kulturell Interessante bedroht: der Fortbestand einer intakten Oasenlandschaft. Der touristische Ausverkauf ihres eigenen Lebensraumes wird dadurch vorangetrieben¹³³.

Die weitgehend überbesetzte Landwirtschaft bringt auch positive Effekte der Faktorenmobilität zum Vorschein. Der Entzug von Arbeitskräften in dieser Branche führt nicht automatisch zu Rückgängen in der Produktion. Es stellt sich sogar durch

¹³⁰ vgl. VORLAUFER 1996: 153 ff.

¹³¹ vgl. VORLAUFER 1996: 163 ff.

¹³² STOCK 1997: 42

¹³³ vgl. STOCK 1997: 42 f.

Entlastungseffekte eine Verbesserung der sozialen Lage, der in der Landwirtschaft verbleibenden Arbeitnehmer, ein.

Ein weiterer zu beachtender Effekt ist, dass oft die touristische Saison mit der Trockenheit der Anbaugelände zusammenfällt. Es kann in nur eingeschränktem Maße Landwirtschaft betrieben werden; viele Beschäftigte wechseln in dieser Zeit vom Agrar- in den Tourismussektor. In der touristischen Hauptsaison arbeiten die jung verheirateten Männer in den Touristenzentren in der Küstennähe und der Rest der Familie hält die Landwirtschaft in den ländlichen Gebieten aufrecht. Meistens sind es die Frauen und Kinder die das geerbte Agrarland bewirtschaften¹³⁴.

6.1.6.2. Migration

Eine Begleiterscheinung des Ausbreitens der Tourismuswirtschaft ist häufig die Migration von Arbeitskräften. Besonders junge Menschen wandern aus den ländlichen Räumen in die wirtschaftlich dynamischeren, durch moderne Wirtschaftszweige geprägten Städte und Regionen, weil sie dort wesentlich bessere Möglichkeiten für einen Job erwarten. Es gibt aber auch Wanderungsströme von den Großstädten und Metropolen in periphere Tourismusregionen. Die Nähe zu der „westlichen“ Welt und die Aussicht auf einen gut bezahlten Arbeitsplatz locken viele junge Menschen¹³⁵.

In den zugewanderten Regionen kommt es durch den enormen Personenzuwachs automatisch zu negativen Folgewirkungen¹³⁶:

- Wohnungsmangel
- Ver- und Entsorgungsprobleme
- Infrastrukturdefizite
- Slumbildung/Elendsviertel
- Kriminalität
- Prostitution
- illegale Landnahme oder Baumaßnahmen
- Umweltbelastungen
- soziale Spannungen

¹³⁴ vgl. VORLAUFER 1996: 153 ff.

¹³⁵ vgl. VORLAUFER 1996: 159 ff.

¹³⁶ vgl. VORLAUFER 1996: 159 ff.

Ein Großteil der Zuwanderer bricht jedoch nicht alle Verbindungen zur Abwanderungsregion ab. Durch die psychische Bindung an die Heimat hat die Mehrheit der Migranten den Wunsch, nach dem Ausscheiden aus dem Erwerbsleben oder im Falle von Krankheit oder Arbeitslosigkeit wieder an den Geburtsort zurückzukehren¹³⁷.

6.2. Regionalentwicklung und Disparitätenausgleich

Ungleiche regionale Verteilung der Touristengebiete und ungleiche Verteilung der touristischen Arbeitsplätze verursachen eine Verstärkung und Vertiefung sozialer Disparitäten. Der Tourismus bietet Gelegenheiten zur räumlichen Diversifikation und damit zum Abbau sozialer und räumlicher Disparitäten. Die wirtschaftsräumlichen Ungleichgewichte entfalten sich oft durch endogene Faktoren (z.B. naturräumliche Ausstattung, Wirtschaftsgeschichte und –politik). Der Tourismus bietet sich als Instrument zur Abschwächung disparitärer Strukturen aufgrund seiner spezifischen Standortansprüche an. Es weist eine Tendenz zur Peripherie auf und deshalb werden die Reisenden häufig zu entfernten Gebieten mit wenig anderen Entwicklungsoptionen aufgrund der dort prachtvollen Kultur, Tierwelt oder Landschaft gebracht¹³⁸.

6.2.1. Gunst- und Ungunstbedingungen

Die regionalpolitische Bedeutung des Tourismus als Möglichkeit zur Verminderung disparitärer Strukturen wird dadurch erhöht, dass Unternehmen häufig gerade dort günstige Standortbedingungen finden, wo andere Wirtschaftsbranchen wegen der Peripherielage benachteiligt sind. So ist zum Beispiel die wirtschaftliche Bedeutung der Meeresküsten (außer für den Tourismus) eher gering ist. Die nutzbaren Ressourcen sind an diesem Standort nicht vielfältig. An den Küsten, vor allem auf den Koralleninseln, sind die nährstoffarmen Sandböden für den Fremdenverkehr äußerst gewinnbringend – für die landwirtschaftliche Produktion erweisen sie keinen Nutzen. Durch den Tourismus werden sonst nur bedingt nutzbare Ressourcen in die Volkswirtschaft integriert¹³⁹.

¹³⁷ vgl. VORLAUFER 1996: 161 ff.

¹³⁸ vgl. ROE et al. 2004: 12 ff.; vgl. VORLAUFER 1996: 171 f.

¹³⁹ vgl. VORLAUFER 1996: 173 f.

6.2.2. Touristische Enklaven

Laut VORLAUFER (1996: 174) kann aus innovations- und diffusionstheoretischer Sicht der Tourismus in den Peripherieräumen die Funktion eines sektoralen und räumlichen Wachstumspols übernehmen. Es gehen vielfältige Multiplikatorwirkungen auf vor- und nachgelagerte Wirtschaftssektoren aus, so dass schließlich das Gefälle zu den dynamischen Zentralräumen relativiert werden kann.

Einige Entwicklungsländer versuchen die Touristen räumlich und sozial zu isolieren – es entstehen „touristische Enklaven“. Die Reiseströme werden so gelenkt, dass die Kontakte der Einheimischen mit den Touristen minimiert werden. Somit werden die Touristen kaum oder gar nicht in das regionale Raum-, Wirtschafts- und Gesellschaftsgefüge eingebunden und ein möglicher Einfluss auf die Kultur des einheimischen Volkes wird reduziert. Die Touristenghettos können nur eingeschränkt die Funktion eines regionalen Entwicklungspols übernehmen.

Als Paradebeispiel für eine Ghettoisierung kann die Inselgruppe Malediven angeführt werden¹⁴⁰: Von den 1.302 Inseln sind 202 von den Insulanern bewohnt – darauf darf kein touristischer Beherbergungsbetrieb errichtet werden. Nur auf der Hauptinsel Male bewohnen Einheimische und Touristen die gleiche Insel. Den Einheimischen ist es grundsätzlich untersagt eine Touristeninsel zu betreten; die einzige Ausnahme ist eine Beschäftigung auf der gleichen Insel.

6.2.3. Staatliche Einbindung

Die Einbindung der peripheren Räume in das touristische Geschehen erfolgt meistens nicht durch die Privatwirtschaft. Deswegen kommt in fast allen Ländern dem Staat eine Schlüsselfunktion zu.

„Sie reicht von der Erstellung und Realisierung umfassender nationaler und regionaler Entwicklungspläne für den Fremdenverkehr, die Einordnung des Tourismus in die übergreifende nationale Raumordnungskonzeption, Infrastrukturinvestitionen zur Er- und Aufschließung der Peripherieräume (Verkehrsanlagen; Bodenordnungsmaßnahmen; Wasser-, Elektrizitäts-, Abfallsver- bzw. –entsorgung), Subventionen, steuerliche Anreize bis zur Planung und Realisierung integrierter Tourismuszentren, die eingebettet sind (oder sein sollten) in eine diversifizierte regionale Wirtschaftsstruktur

¹⁴⁰ vgl. VORLAUFER 1996: 174 ff.

*und so optimale multiplikative Einkommens- und Beschäftigungseffekte auf die Region ausstrahlen.*¹⁴¹

Durch staatliche Investitionen bekommen die touristisch genutzten Regionen infrastrukturelle Einrichtungen, vor allem eine Anbindung an internationale Verkehrsknotenpunkte. Erst danach investiert auch in vermehrtem Ausmaß die Privatwirtschaft. Durch das Ankommen von reisenden Personen kann es zu positiven aber auch negativen Folgen des Tourismus kommen. Durch die höhere Nachfrage und Zahlungskraft der Investoren werden die Mieten und Grundstückspreise verteuert. Steigen die Löhne und Gehälter der lokalen Bevölkerung nicht auf die gleiche Weise, kann der Tourismus zu einer Verschärfung der Disparität führen¹⁴².

6.3. Soziokultureller Wandel

Die durch den Entwicklungsländertourismus bedingten sozio-kulturellen Veränderungen werden in der Mehrzahl der Fälle negativ bewertet. Der Tourismus trägt unabstreitbar seinen Teil dazu bei, jedoch kann man diese Wirtschaftsbranche nicht als allgemeinen „Sündenbock“ für den gesellschaftlichen, kulturellen und sozialen Wandel sehen¹⁴³.

Durch den Tourismus in die Entwicklungsländer treffen verschiedene Kulturen und Klassen aufeinander: „*Rich*“ trifft auf „*Poor*“ (Shoesmith), „*Haves*“ treffen auf „*Have-Nots*“ (Krippendorf), „*Superior*“ trifft auf „*Inferior*“ (Murphy). Der Lebensraum der Bereisten ist der Freizeitraum der Reisenden¹⁴⁴.

6.3.1. Akkulturation

Die sozio-kulturellen Auswirkungen werden meist unter dem Begriff der Akkulturation beschrieben. Laut Diercke Wörterbuch ist damit die Anpassung bzw. Angleichung einer Kultur an eine fremde, meist überlegene Kultur oder einzelne ihrer Elemente gemeint¹⁴⁵. Das regelmäßige Aufeinandertreffen von Menschen

¹⁴¹ VORLAUFER 1996: 175

¹⁴² vgl. STOLL 2007: 40

¹⁴³ vgl. SPREITZHOFFER 1995: 53

¹⁴⁴ vgl. SPREITZHOFFER 1995: 68 f.

¹⁴⁵ vgl. LESER 2001: 22

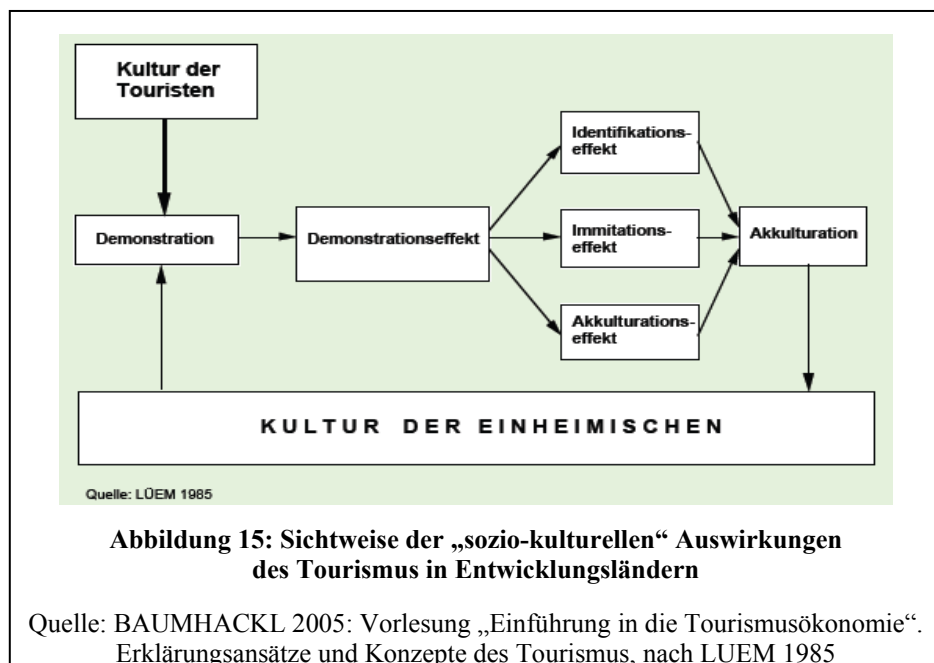
unterschiedlicher Kulturkreise (Stadt und Land, Industrie- und Entwicklungsland) und die unterschiedlichen Erwartungshaltungen (Urlaub und Alltag) führen zur gegenseitigen Beeinflussung der bisherigen Verhaltensweisen. Meistens machen die weniger entwickelten Kulturen eine starke Anpassung durch. So auch KADT 1979¹⁴⁶:

“Small countries with relatively underdeveloped production facilities and infrastructure and relatively low levels of skills among their people, are likely to experience more negative sociocultural effects as a result of tourism development than are larger, more developed countries.”

Bei der Akkulturation werden meistens die touristischen Werte von der lokalen Bevölkerung übernommen. Oft geschieht auch eine zu schnelle Übertragung von fremden Normen auf die Gesellschaft, die für diese Entwicklung noch nicht ausreichend vorbereitet sind.

Im Gegensatz können aber im Zuge der Akkulturation die „rückständigen“ Gesellschaften, durch das Auslassen verschiedener Entwicklungsstufen, schneller auf einen höheren Entwicklungsstand kommen¹⁴⁷:

„Die Kritik an der sozio-kulturellen Beeinflussung von Entwicklungsländern (Dekulturation, Zerstörung kultureller Identität) wird vor allem in den westlichen Industrieländern geführt; die betroffenen Länder sehen die Entwicklung häufig weitaus weniger problematisch“.



¹⁴⁶ KADT 1979 zit. in FREYER 2006: 479 f.

¹⁴⁷ FREYER 2006: 480

6.3.2. Demonstrationseffekt

Durch den Demonstrationseffekt der Reisenden werden nicht vorhandene bzw. nicht bewusste Bedürfnisse bei der einheimischen Bevölkerung gefördert. Dies kann die bestehenden Verhaltensweisen der lokalen Bevölkerung beeinflussen und zu einer erhöhten Nachfrage nach bisher fremden Konsumgütern führen. Die meiste Veränderung geschieht laut KRIPPENDORF (1978) bei den „[...] *unkritischen oder aus den Traditionen ausgebrochenen Jugendlichen und davon speziell die untätige Jugend, die im verstärkten Maße das demonstrative Verhalten übernehmen und am demonstrierten Konsum partizipieren wollen.*“¹⁴⁸

Die Entwicklungsländer sind sich in zunehmendem Maße der Touristenströme bewusst und dass ihr Vorhandensein Einkünfte einbringt. Somit beginnen sie sich als potenzielle Reiseländer zu vermarkten.

Armstrong Garo aus Papua Neuguinea sieht den Einfluss der Reisenden auf die lokale Gemeinschaft so¹⁴⁹:

„Mit der Zunahme der Besucherströme in unser Land wird deren Gegenwart stärker wahrgenommen als wenn nur wenige BesucherInnen ruhig das Land bereisen und wieder verlassen. Diese Leute, viele als „TouristInnen“ bekannt, kommen aus der ganzen Welt. Sie bringen ihre Ideen, Kleidungsgewohnheiten, Dialekte und ihre alltäglichen Gewohnheiten mit.“

Vor allem bei der jüngeren Generation wird bemerkbar, dass sich die Einheimischen so verhalten wie die Besucher. Bereits in der frühen Phase der Tourismusentwicklung öffnen sich die Einheimischen den ausländischen Einflüssen und wollen deren Wertvorstellungen und Lebensstile übernehmen. Die Ernährungs- und Kleidungsgewohnheiten, der Arbeitsstil und die sozialen und persönlichen Beziehungen sind Veränderungen unterworfen. Armstrong Garo meint¹⁵⁰:

„Die TouristInnen, die ein bestimmtes Reiseland hinter sich lassen, lassen auch viele ihrer sozialen Normen zurück, wie zum Beispiel lockere Kleidungsgewohnheiten, lockere Sexualmoral, Nachsicht in Bezug auf Drogen, harten Getränken, Hygiene, Sicherheit und Vorsicht, und vieles andere.“

¹⁴⁸ KRIPPENDORF 1978 zit. in FREYER 2006: 481

¹⁴⁹ GARO [o.J.] zit. in <http://www.nachhaltigkeit.at/monthly/2002-08/pdf/neuguinea.pdf>

¹⁵⁰ GARO [o.J.] zit. in <http://www.nachhaltigkeit.at/monthly/2002-08/pdf/neuguinea.pdf>

6.3.3. Kommerzialisierung der einheimischen Kultur

Die Bewohner des Landes werden, um die erhofften positiven Auswirkungen des Tourismus erzielen zu können, mehr oder weniger „gezwungen“, sich den Wünschen und Bedürfnissen der Reisenden anzupassen. Ein „Ausverkauf der Kultur“ ist die Folge, die mit der Kommerzialisierung des kulturellen Erbes einhergeht¹⁵¹.

Laut Cohen¹⁵² (1988) besagt das Hauptargument der Kritiker des Entwicklungsländertourismus,

„daß durch den Fremdenverkehr die gastgebende Gesellschaft gleichsam gezwungen wird, ihre immateriellen und materiellen Kulturgüter zu kommerzialisieren, den Touristen als Ware anzubieten. Religiöse Feste, Rituale, Kultgegenstände und –anlagen werden ebenso vermarktet und schließlich dem Geschmack, den Bedürfnissen und Wünschen der Touristen angepasst wie vom traditionellen Handwerk hergestellte Gebrauchsgüter des Alltagslebens.“

So kann es tatsächlich sein, dass religiöse Feste räumlich und zeitlich extra so gelegt werden oder Kultstätten geöffnet werden, dass für den Reisenden der Besuch möglich ist. Teilweise werden auch die alten Dorftänze nur für die Touristen einstudiert und in den Hotels gegen Bezahlung aufgeführt. Das gegenteilige Argument wäre, dass durch das Interesse der Touristen an einer fremden Kultur die Einheimischen mehr auf die eigene Kultur stolz sind. Die Revitalisierung des kulturellen Erbes steht der Kommerzialisierung als Folklore-Shows gegenüber¹⁵³.

6.4. Tourismus und Umwelt

Laut SWARBROOKE besteht die Umwelt aus fünf wesentlichen Grundbestandteilen, die es zu schützen bzw. nicht durch das touristische Aufkommen zu schädigen gilt¹⁵⁴:

- Naturhaushalt: Gebirgsregionen, Meere, Flüsse und Seen, Höhlen, Strände und natürliche Waldgebiete
- Tier- und Pflanzenwelt

¹⁵¹ vgl. VORLAUFER 1984: 60 f.

¹⁵² COHEN 1988 zit. in VORLAUFER 1996: 202

¹⁵³ vgl. VORLAUFER 1996: 201 ff.

¹⁵⁴ vgl. SWARBROOKE 1999: 50

- Umwelt und Landwirtschaft: agrarische Landflächen, künstlich angelegte Waldgebiete und Fischfarmen
- Gebäudeschutz: individuelle Gebäude, Dörfer, Stadtbilder, Transportinfrastruktur (vor allem Straßen und Flughäfen), Dämme und Reservoirs
- Boden – und Naturschätze: Wasser, Klima und Luft.

Das Potential des Entwicklungsländertourismus ist ein nicht gestörter Naturhaushalt, unberührte Landschaften, einsame Strände, saubere Luft, Nationalparks und Schutzgebiete und eine artenreiche und exotische Flora und Fauna. Durch exzessive und unkontrollierte Nutzung der vorhandenen natürlichen Ressourcen kommt es zu Veränderungen im Umweltbereich.

Ein Tourismus ohne Beeinträchtigung der Umwelt ist ausschließlich derjenige, der nicht stattfindet. Da jede Tourismusform zwangsläufig mit Umweltbelastungen verbunden ist, muss das Ziel eines umweltorientierten Fremdenverkehrs die Umweltschonung sein. Schmutzige Seen und Meere, Zerstörung von Korallenriffen, abrutschende Berge und Zerstörung der Vegetation an der Baumgrenze der Hochgebirge werden über kurz oder lang nicht nur zur Zerstörung der Umwelt, sondern auch zur „Zerstörung des Tourismus“ in dieser Region führen¹⁵⁵.

6.4.1. Tourismus – ein Instrument des Naturschutzes?

„Tourism can also be credited with extending environmental appreciation.“ (Mathieson and Wall, 1982)¹⁵⁶ Aufgrund dieser Tatsache ist der Tourismus selbst ein Instrument des Naturschutzes geworden: Schutz und Pflege der Natur- und Kulturlandschaft und der gefährdeten Ökosysteme – es kommt zu einer Qualitätssteigerung der natürlichen Umwelt. Ausgewiesene Schutzgebiete werden oft erst durch Einzug des Tourismus finanziert und somit wird der Fortbestand gewährleistet. Naturorientierter Tourismus kann auch ein Beitrag zur Umweltbildung der Touristen sein: z.B. Stärkung des ökologischen Bewusstseins¹⁵⁷.

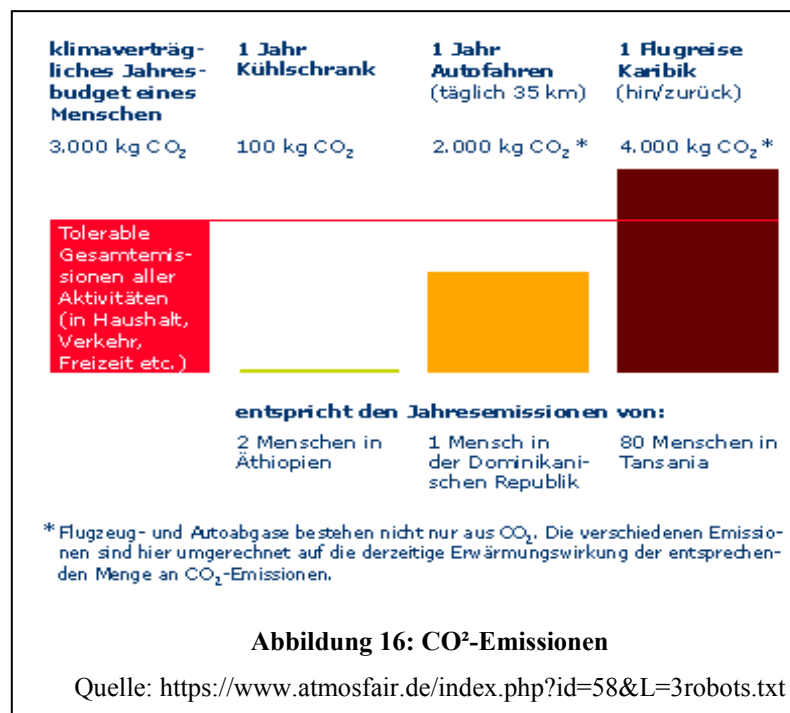
¹⁵⁵ vgl. VORLAUFER 1995: 209; vgl. FREYER 2006: 495 ff.

¹⁵⁶ MATHIESON/WALL 1982 zit. in SWARBROOKE 1999: 51

¹⁵⁷ vgl. FREYER 2006: 497 f.

6.4.2. Luftbelastung

Die Touristen verursachen schon zu Beginn der Reise extreme Umweltbelastungen durch den touristischen Verkehr. Reisen in die Länder der Dritten Welt sind mit dem Flugzeug am schnellsten und bequemsten – dieses Verkehrsmittel weist aber die höchste Treibhausgasemission auf. Die CO₂-Emissionen, die einem Passagier für eine Flugreise in die Karibik und wieder zurück angerechnet werden können, übersteigt das klimaverträgliche Jahresbudget eines Menschen bereits. Er dürfte ein Jahr lang keine anderen klimawirksamen Aktivitäten, wie heizen oder Strom verbrauchen, ausführen. Der Flug in die Karibik verursacht vier Tonnen Kohlendioxid – dies entspricht einem Wert von 80 Menschen in Tansania¹⁵⁸.



6.4.3. Eingriffe in die Landschaft

Nicht nur durch die An- und Abreise, sondern auch im Zielgebiet gibt es vielfältige umweltbelastende Aktivitäten¹⁵⁹:

- Unberührte Strände werden mit Hotels und Freizeiteinrichtungen zubetoniert.

¹⁵⁸ <https://www.atmosfair.de/index.php?id=58&L=3robots.txt>

¹⁵⁹ vgl. FREYER 2006: 500; vgl. VORLAUFER 1996: 209 ff.

- Infrastrukturmaßnahmen belasten die Landschaft.
- Die Jagd reduziert den Wildbestand und fördert eine Verhaltensänderung des Wildes in Schutzgebieten.
- Aktivitätsbezogene negative Effekte wie Abbau des Fischbestandes, Zerstörung der Korallenriffe durch Tauchkurse und Unterwasserjagd verändern die Unterwasserwelt.
- Ausflugsboote verschmutzen die Seen und Küsten.
- Trekkingtouristen zerstören Teile der Gebirgsregion.
- Durch Touristen und den neu gebauten Freizeitanlagen entstehen Schutz- und Lärmbelastungen.
- Durch die steigende Nachfrage an sportlichen Aktivitäten für Touristen werden immer neue und größere Naturräume beansprucht.
- Physische Landschaftverschmutzung entsteht durch mangelhafte oder gänzlich fehlende Abwasser- und Abfallentsorgung (Mangel an Kläranlagen und Mülldeponien). Eine Entsorgung ins Meer stellt eine extreme Gefährdung für die Qualität des Strandes und des Badewasser dar. Wilde Mülldeponien verteilen ihre giftigen Dämpfe ungehindert in ihre Umgebung.
- Für die Hotellerie wird oft ein künstlicher Kanal oder ein Landungssteg für größere Boote durch die Korallenriffe gebaut.

In vielen Entwicklungsländern kommt es zu einer konkurrierenden Nutzung der geringen Wasservorräte zwischen der Tourismusbranche und der einheimischen Bevölkerung. Häufiges Duschen, Swimmingpools und die Bewässerung der Grünanlagen und Golfflächen ergeben einen vielfach höheren Wasserverbrauch, den die lokale Bevölkerung dringend für die Landwirtschaft benötigen würde. Ein Tourist verbraucht in der Regel täglich 400 bis 600 Liter pro Tag – damit würde eine einheimische Familie eine Woche auskommen¹⁶⁰.

¹⁶⁰ vgl. STOLL 2007: 29; http://www.omnia-verlag.de/upload_files/weit_tourism_einf.rtf

III. Der Dritte-Welt-Tourismus in der entwicklungstheoretischen Diskussion

„Es wandelt niemand ungestraft unter Palmen, und die
Gesinnungen ändern sich gewiss in einem Lande,
wo Elefanten und Tiger zu Hause sind.“

(Johann Wolfgang von Goethe 1809 zit. in LUGER et al. 2004: 40)

1. Was bedeutet Entwicklung?

1.1. Definition von Entwicklung

KEVENHÖRSTER (2006: 137) definiert Entwicklung so:

„Entwicklung ist ein normativer Begriff, der Vorstellungen über die gewünschte Richtung des gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Wandels bündelt und auf theoretischen Annahmen der Ursachen von Unterentwicklung und typische Ablaufmuster sozioökonomischer Transformation beruht.“

Mit dem Begriff wird ein wünschenswerter, zumeist positiver Wandel verbunden. Entwicklung ist einer dauernden Veränderung unterworfen und somit von individuellen und kollektiven Wertvorstellungen in Raum und Zeit abhängig. Im ersten Bericht der Vereinten Nationen 1951 wurde Entwicklung noch mit ökonomischem Wachstum verknüpft¹⁶¹.

1.2. Magische Fünfeck von Entwicklung

Eine allgemeine Auffassung besagt, dass Entwicklung mit der Abschaffung der schlimmsten Mangerscheinungen beginnen muss. „Entwicklung“ heißt dann ganz einfach die Verbesserung der teilweise menschenunwürdigen Lebensbedingungen und die Befriedigung der elementaren Existenzbedürfnisse. Da das Ziel aber nicht nur Nahrung, Kleidung und ein „Dach über dem Kopf“ sein kann, gibt es das „magische Fünfeck von Entwicklung“ das durch folgende Komponenten definiert wird¹⁶²:

a) Wachstum:

NOHLEN und NUSCHELER (1993: 67) verstehen unter Wachstum *„nicht nur eine quantitative Vermehrung von Gütern und Dienstleistungen. Ein entwicklungskonformes Wachstum ist an qualitative Bedingungen geknüpft: erstens an seine Verwendung zur gesamtgesellschaftlichen Wohlfahrtsvermehrung (mit anderen Worten, zur Verminderung von Armut), zweitens an die Voraussetzung, daß es nicht auf Kosten der natürlichen Lebensgrundlagen erfolgt.“*

¹⁶¹ vgl. NOHLEN/NUSCHELER 1993: 56

¹⁶² vgl. NOHLEN/NUSCHELER 1993: 56 ff.; vgl. KEVENHÖRSTER 2006: 137 ff.

b) Arbeit:

Der Faktor Arbeit ist ein unverzichtbarer Bestandteil des Fünfecks und kann als wichtigste Entwicklungsressource gesehen werden, über die alle Entwicklungsländer reichlich verfügen. Mit Hilfe einer Beschäftigung können die Menschen aus eigener Kraft die Armut überwinden oder zumindest ihre Grundbedürfnisse befriedigen. Die Erhöhung der Kaufkraft bringt dem jeweiligen Land einen ökonomischen Vorteil. Weiters kann ein Beschäftigungsverhältnis die Selbstachtung und Selbstentfaltung der lokalen Bevölkerung durch eine sinnvolle Lebensaufgabe fördern und Arbeit trägt durch die soziale und politische Integration zur Überwindung von Marginalität bei. Der Beschäftigungsfaktor stellt also viel mehr als lediglich eine Einkommensquelle dar.

c) Gleichheit/Gerechtigkeit:

Der fehlende Wohlstand in den Entwicklungsländern ist nicht nur mit der Knappheit der Ressourcen, sondern auch mit ihrer ungleichen Verteilung zu erklären. Gerechtigkeit stellt Bedingungen an die Gesamtverfassung einer Gesellschaft, wie: die Verteilung von Land und Einkommen und der Zugang zu öffentlichen Gütern wie Bildung, Gesundheit und sozialer Sicherheit.

Im Weltentwicklungsbericht aus dem Jahr 1990 ist auf der Seite 408 angeführt: *„Wie der Süden für Gerechtigkeit, Gleichheit und Demokratie eintritt, ist letzten Endes nicht davon zu trennen, wie er innerhalb seiner eigenen Gesellschaften nach diesen Zielen strebt.“*¹⁶³

d) Partizipation:

Partizipation ist der Gegenbegriff von Marginalität und fordert die politische und soziale Mitwirkung an den materiellen und kulturellen Gütern einer Gesellschaft. Gemeint ist also eine „Entwicklung von unten“ (bottom up-Ansatz) – dazu gehören die Achtung der Menschenrechte, die Abhaltung von demokratischen Wahlen samt Anerkennung des Ergebnisses, etc.

e) Unabhängigkeit/Eigenständigkeit:

Die Fähigkeit eines Staates, sein politisches, wirtschaftliches und gesellschaftliches System ohne Einmischung, Zwang oder Drohung von außen zu gestalten, ist für eine große Mehrheit der Entwicklungsländer leider nicht selbstverständlich.

¹⁶³ NOHLEN/NUSCHELER 1993: 71

Die Autoren NOHLEN und NUSCHELER verstehen unter dem „magischen Fünfeck von Entwicklung“ folgendes¹⁶⁴:

„[...] die eigenständige Entfaltung der Produktivkräfte zur Versorgung der gesamten Gesellschaft mit lebensnotwendigen materiellen sowie lebenswerten kulturellen Gütern und Dienstleistungen im Rahmen einer sozialen und politischen Ordnung, die allen Gesellschaftsmitgliedern Chancengleichheit gewährt, sie an politischen Entscheidungen mitwirken und am gemeinsam erarbeiteten Wohlstand teilhaben läßt“.

2. Entwicklungstheorien

Die entwicklungspolitische und –theoretische Diskussion über die Vor- und Nachteile des Massentourismus für Dritte-Welt-Länder wird seit den 1960er Jahren kontrovers geführt und folgte lange Zeit nahezu „ritualisierten“ Argumentationsmustern.

*„Das Wachstum des Tourismus wie seine Auswirkungen auf den Entwicklungsprozess] in den Ländern der so genannten Dritten Welt werden seit Jahrzehnten kontrovers diskutiert. Denn der Auf- und Ausbau dieses Wirtschaftssektors führt zu einer stärkeren Integration in die Weltwirtschaft. Es sind die Konditionen dieser Integration und die daraus folgenden ökonomischen [...] und politischen Effekte, die die Kontroverse auslösten und die wissenschaftliche und entwicklungspolitische Diskussion über die Vor- und Nachteile des Dritte-Welt-Tourismus seit den 1960er-Jahren bestimmten“.*¹⁶⁵

Die einzelnen Tourismusdestinationen in den Entwicklungsländern haben divergente Entwicklungsziele und Prioritäten, hervorgerufen durch unterschiedlich verteilte Ressourcen und verschiedenartigste Attraktionen.

Hinsichtlich der sozioökonomischen und soziokulturellen Auswirkungen des Massentourismus für 3W-Länder werden vier Phasen bzw. Paradigmen unterschieden. Sie reflektieren die Diffusion und quantitative Entwicklung des Fernreisetourismus zu einem Massenphänomen und die Organisationsstrukturen und Abhängigkeiten von der entwickelten Welt, aber auch die Betrachtungs- und Maßstabsebenen¹⁶⁶.

¹⁶⁴ NOHLEN/NUSCHELER 1993: 73

¹⁶⁵ BAUMHACKL et al. 2006: 7

¹⁶⁶ vgl. VORLAUFER 1996: 3 ff.; vgl. BAUMHACKL et al. 2006: 6 ff.

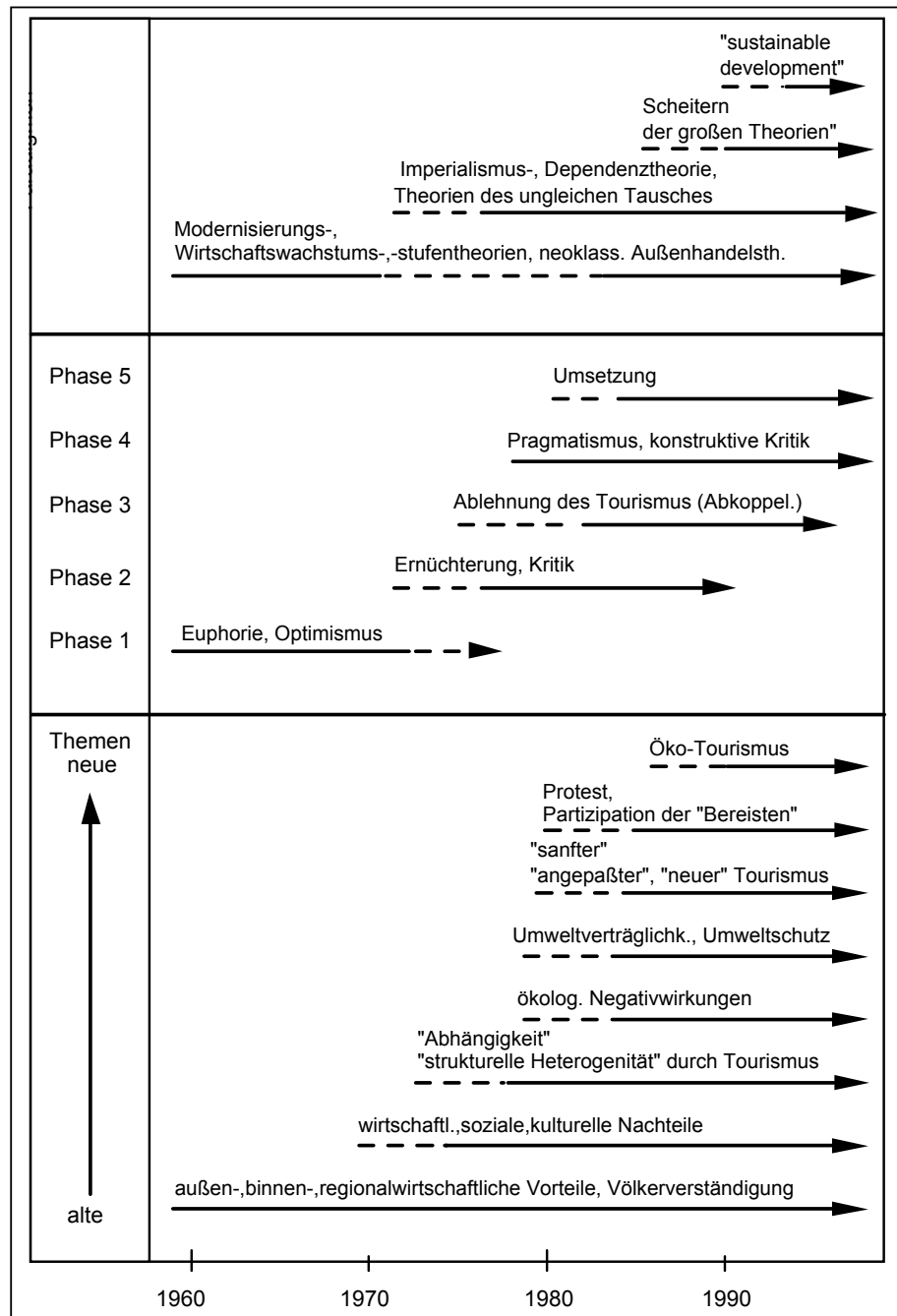


Abbildung 17: Charakteristische Entwicklungsphasen

Quelle: VORLAUFER 1996: 5

Die Abbildung 17 zeigt die Phasen und Leitthemen der wissenschaftlichen und entwicklungspolitischen Diskussion um den Entwicklungsländer-Tourismus. Die vorherrschenden entwicklungstheoretischen Paradigmen haben jeweils neue spezifische Schwerpunkte und können zeitlich und thematisch gegliedert werden. Am Beginn der steigenden Nachfrage an Fernreisezielen wurde der Entwicklungsländertourismus vorerst

euphorisch, kurze Zeit später aber bereits kritisch bewertet. Es kam schließlich zu einem Paradigmenwandel und zur Entwicklung von neuen bzw. zur Adaptierung von bereits bestehenden Konzepten. Somit gibt es verschiedene Theorien, wie unterentwickelte Gebiete größeres Wirtschaftswachstum erzielen könnten. Der Übergang von einer Theorie in die nächste erfolgt nicht nahtlos, sondern es können sich zeitliche Überschneidungen ergeben¹⁶⁷.

2.1. Modernisierungstheorie

Die Modernisierungstheorie oder ökonomische Wachstums- und Wirtschaftsstufentheorie beginnt mit einer euphorischen Bewertung der wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus in den 1960er Jahren und korreliert mit der raschen Diffusion des Tourismus. Ihre Anhänger vertreten die optimistische Meinung (vgl. „Euphoriephase“), dass bei einer geplanten Entwicklung des Tourismus die wirtschaftlichen Vorteile die erkennbaren Nachteile ausgleichen (vgl. Theorem der komparativen Vorteile) und der Tourismus zur Wohlfahrt der Bevölkerung beitragen würde. Ihre Vertreter sahen im aufkommenden Ferntourismus vor allem den ökonomischen Nutzen (Devisen-, Beschäftigungs-, Infrastruktureffekte) und den Aspekt der „Völkerverständigung“ (der Dritte-Welt-Tourismus als eine „ideale Form der Entwicklungshilfe“). Außerdem attestierte man diesem Sektor unter dem Schlagwort der „weißen Industrie“ eine geringere Umweltbelastung. Die Vorteile überwiegen gegenüber den Nachteilen: eine Win-Win-Situation. Denn Ursache des Status der Unterentwicklung sei das fehlende ökonomische Wachstum und als Folge davon die mangelnde demokratische Reife. Die Tradition (z.B. Kultur, Religion) bildet eine Barriere für die Entwicklung. Eine grundsätzliche Veränderung muss über soziale, kulturelle, politische und wirtschaftliche Werte, Einrichtungen und Handlungen erfolgen¹⁶⁸.

„Aus modernisierungstheoretischer Sicht bedeutet Tourismus eine stärkere Einbindung in den Weltmarkt, die Schaffung von Möglichkeiten des Wechsels von Menschen aus der traditionellen Subsistenzwirtschaft in den modernen Sektor.“¹⁶⁹

¹⁶⁷ vgl. VORLAUFER 1996: 4

¹⁶⁸ vgl. BAUMHACKAL et al. 2006: 7 ff.

¹⁶⁹ BAUMHACKAL et al. 2006: 7

Durch Beschäftigungs-, Infrastruktur- und Multiplikatoreffekte stelle der Tourismus ein „ideales Vehikel“ für die Entwicklung dar¹⁷⁰: „*Optimism over the long term remained and development continued to be viewed as inevitable and along Western lines.*“ (CLANCY 1999)

SOFIELD (2003) weist vier Hauptmerkmale des Modernisierungsparadigmas aus¹⁷¹:

- Entwicklung ist ein spontaner und unumkehrbarer Prozess, der für jede Gesellschaft angeboren ist.
- Entwicklung impliziert strukturelle Veränderungen und funktionale Spezialisierungen.
- Die Prozesse der Entwicklung können in verschiedene Stufen geteilt werden, welche das erreichte Entwicklungsniveau einer jeden Gesellschaft widerspiegelt.
- Entwicklung kann durch externen Wettbewerb oder militärische Bedrohung und durch innere Maßnahmen, die moderne Sektoren unterstützen und traditionelle Sektoren modernisieren, stimuliert werden.

Ein spezieller Ansatz innerhalb der Modernisierungstheorie ist die **ökonomische Wachstums- und Wirtschaftsstufentheorie von Rostow** (1971). Man geht von der Annahme aus, dass jede Ökonomie zwangsläufig einen Entwicklungsprozess von einer niedrigeren zu einer höheren Stufe durchläuft. Der Entwicklungsprozess einer Volkswirtschaft wird nach Rostow in fünf Phasen unterteilt. Egal in welchem Entwicklungsstadium sich die Gesellschaft befindet, entweder durchläuft sie, oder hat sie bereits, folgende Stadien durchlaufen¹⁷²:

1. Stage of traditional society
2. Stage of preconditions of take-off
3. Stage of take-off (Schwellenländer)
4. Stage of drive to maturity
5. Stage of high mass-consumption¹⁷³

¹⁷⁰ CLANCY 1999 zit. in BAUMHACKL 2006: 7

¹⁷¹ vgl. SOFIELD 2003: 37 ff.

¹⁷² vgl. FANKHAUSER 2005: 26 ff.

¹⁷³ BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Erklärungsansätze und Konzepte des Tourismus

In der ersten Phase der traditionellen Gesellschaft ist der agrarische Sektor dominierend. Man geht hier von einer hierarchischen Gesellschaftsstruktur aus und die Produktionsmöglichkeiten sind vor allem durch fehlendes Wissen und durch die nicht vorhandene Technik eingeschränkt. In diesem Stadium ist wirtschaftliches Wachstum kaum gegeben.

Im Zeitraum der Übergangsgesellschaft (zweite Phase) werden wesentliche Voraussetzungen für einen ökonomischen Aufschwung getroffen. Die Investitionen steigen und soziale Verhaltensweisen ändern sich, bis schließlich das so genannte „take-off“ - der wirtschaftliche Aufschwung - eintritt.

Gekennzeichnet ist diese wichtige Phase der Entwicklungsländer durch einen Anstieg der Investitionen auf mindestens 10 % des Bruttoinlandsproduktes. Traditionelle Gesellschaften werden mit modernen Sektoren vermischt – das wirtschaftliche Wachstum entwickelt eine Eigendynamik.

In der vierten Phase, Entwicklung zur Reife, werden alte Werte durch neue ersetzt. Es werden neue Techniken entwickelt und bisher vernachlässigte Rohstoffquellen und Produktionsmethoden werden effizienter genutzt. Eine Änderung der Beschäftigungsverhältnisse und der Unternehmensführung vollzieht sich.

Im Zeitalter des Massenkonsums, fünfte Phase, verfügt der Großteil der Bevölkerung über ein hohes Pro-Kopf-Einkommen. In diesem Stadium werden nicht mehr nur die Grundbedürfnisse abgedeckt, sondern es werden vielfach bereits Luxusgüter konsumiert. Im Laufe der Zeit werden mehr Mittel in die soziale Wohlfahrt und Sicherheit investiert – die Gesellschaft definiert ihre Ziele neu¹⁷⁴.

traditional society	preconditions for take-off	take-off	drive to maturity	high mass consumption
Tourismus: Elite	Tourismus: Elite + obere Mittelschicht	Tourismus: Elite + Mittelschicht	Übergang zum Massentouris.	Massentouris. alle sozialen Schichten
Nepal	Tunesien	Türkei	Irland	Österreich

Tabelle 13: Stadien des Industrialisierungsprozess

Quelle: BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Erklärungsansätze und Konzepte des Tourismus

¹⁷⁴ vgl. FANKHAUSER 2005: 26 ff.

Je nach Entwicklungsniveau befinden sich die Länder in der Tabelle 13 in einer der fünf Phasen. Auf die unterschiedlichen Ausgangsbedingungen der einzelnen Gesellschaften wird bei dieser Stufentheorie jedoch keinerlei Rücksicht genommen. Weiters findet man keine konkreten Ursachen bzw. keine Erklärung für die Unterentwicklung einer Region in dieser ökonomischen Entwicklungstheorie¹⁷⁵.

2.2. Imperialismus-, Dependenztheorie

In der Phase der Imperialismus- oder Dependenztheorie (der 1970er Jahre) hatten sich mehr und mehr Entwicklungsländer bereits zu „klassischen“ Fernreisezielen entwickelt. Die negativen Auswirkungen des (Massen)Tourismus - sozial, politisch, kulturell, ökologisch – waren nicht mehr zu übersehen und konnten anhand konkreter Beispiele beobachtet werden. Die erwarteten positiven ökonomischen Effekte der Modernisierungstheoretiker traten nicht ein („Ernüchterung“)¹⁷⁶. Tourismus richte mehr Schaden als Nutzen an.

Ebenso wie die Anhänger der Modernisierungstheorie neigen die Anhänger dieser Theorie zu Pauschalierungen und vertreten die Meinung, dass die Negativeffekte des Tourismus allgemein gültig sind. Sie sehen im Tourismus keine Entwicklungschance, sondern ganz im Gegenteil eine Aufrechterhaltung der Unterentwicklung (Vorwurf des Neokolonialismus), denn die Tourismusindustrie in den Entwicklungsländern wird von den reichen Ländern dominiert. Am meisten profitieren Reiseveranstalter und Hotelketten, die auch den Großteil der Einnahmen lukrieren. Es sind die internationalen Terms of Trade und die Macht ausländischer Investoren und die „Global Players“, die die Reiseindustrie kontrollieren, die als Ursache für die Abhängigkeit verantwortlich gemacht werden. Beide sind ein Hemmnis der nationalen Entwicklung bzw. eine Gefahr der nationalen Kontrolle über den Entwicklungsprozess¹⁷⁷.

3W-Länder sind danach nur touristische Produktionsstandorte der entwickelten Welt (Vorwurf des Neokolonialismus). Sie sind jederzeit austauschbar und haben nur einen geringen eigenständigen Entwicklungsspielraum:

¹⁷⁵ vgl. FANKHAUSER 2005: 26 ff.

¹⁷⁶ vgl. VORLAUFER 1996: 4 ff.

¹⁷⁷ vgl. BAUMHACKL et al. 2006: 8

„Der Tourismus verschärft und fördert die „strukturelle Heterogenität“ und damit eine „Entwicklung zur Unterentwicklung“, beschleunigt die politische, soziokulturelle und wirtschaftliche Marginalisierung der Bevölkerungsmehrheit in den Fernreisezielländern und festigt undemokratische bzw. totalitäre Regime. Zwar profitieren lokale Gruppen von der Entwicklung dieses Sektors, aber es handelt sich dabei nicht um die benachteiligten Bevölkerungsgruppen, sondern um die Eliten.“¹⁷⁸

„Dependenztheoretiker halten daher eine eigenständige Entwicklung nur dann für möglich, wenn sich die Entwicklungsländer auch beim Reiseverkehr vom Weltmarkt abgrenzen oder Tourismus nur von geringem Ausmaß gestatten.“¹⁷⁹ (vgl. Bhutan)

Viele Argumente der Tourismuskritik aus dem „reichen Westen“ wurden aber von Eliten in den Reiseländern als neokolonialistischer Versuch gewertet, sie von den Errungenschaften und dem Wohlstand der modernen Zeit auszuschließen.

Laut SOFIELD sehen die Dependenztheoretiker Entwicklung und Unterentwicklung nicht als verschiedene Stufen in einem geradlinigen System, sondern als zwei nebeneinander existierende Teile der Weltwirtschaft. Die Industrie- und Entwicklungsländer stehen in einer kausalen Verbindung – die westlichen Länder konnten durch die Belieferung von Rohstoffen aus den Peripherieländern ein schnelles Industriewachstum erzielen. Die Entwicklungsländer wurden durch die Verbindung mit der modernen kapitalistischen Weltwirtschaft ausgebeutet und verharren somit in ihrem unterentwickelten Status. Es bestand also schon immer eine ungleiche Beziehung zwischen den verschiedenen „Wirtschaftswelten“, die eine gewisse Abhängigkeit der Dritten Welt hervorrief¹⁸⁰.

Tatsächlich ist eine generelle pauschale Bewertung der Effekte des Tourismus für Dritte-Welt-Länder, der positiven wie der negativen, aufgrund der unterschiedlichen Bedingungen in den Reiseländern - empirische Studien belegen dies - nicht zu akzeptieren. Die wissenschaftliche Diskussion muss über Fallstudien geführt und im Kontext analysiert werden¹⁸¹.

¹⁷⁸ BAUMHACKL et al. 2006: 8

¹⁷⁹ BAUMHACKL et al. 2006: 8

¹⁸⁰ vgl. SOFIELD 2003: 49 f.

¹⁸¹ vgl. GORMSEN 1979: 299 f.; vgl. VORLAUFER 1996: 6 zit. in BAUMHACKL et al. 2006: 8;
http://www.geographie4u.de/studium/arbeiten/thesenpapier_entwicklungstheorien.pdf

	Modernisierungstheorie	Dependenztheorie
Welche Ideologien stehen hinter den Theorien?	nach Entfernung der Hindernisse, Entwicklung nach dem Vorbild der USA	Loslösung von der Hegemonie der USA entweder national-kapitalistisch ohne Kapital aus den USA oder eher sozialistisch-marxistische Entwicklung
gesellschaftliche Perspektive	bürgerlich	marxistisch, sozialistisch
Ursache der Unterentwicklung	Hindernisse als Entwicklungshemmer eine sehr stark traditionsverhaftete Gesellschaftsform Unterentwicklung als ein früheres Stadium auf dem Weg zur Industriegesellschaft	wirtschaftliche Abhängigkeit der Entwicklungsländer und ein Handelsmonopol der Industrieländer
Entwicklung	mit der europäischen Expansion (Kolonialismus) begann die Verbreitung von Modernität	Beginn der Kolonisation ist der Beginn der Entwicklung zur Unterentwicklung

Tabelle 14: Modernisierungs- vs. Dependenztheorie

Quelle: in Anlehnung an

http://www.geographie4u.de/studium/arbeiten/thesenpapier_entwicklungstheorien.pdf

2.3. Strategie des angepassten Tourismus

Mitte der 1980er Jahre setzte sich eine pragmatischere Bewertung („*Scheitern der großen Theorien*“¹⁸²) des Dritte-Welt-Tourismus durch, eine partielle Synthese beider Extrempositionen. Wie jede Wirtschaftsaktivität hat auch der Tourismus positive und negative Effekte für Fernreisedestinationen. Propagiert wird die „*Strategie des angepassten Tourismus*“: der Ferntourismus sollte in sozial- und umweltverträglichere Bahnen gelenkt, die Bedürfnisse der Dritte-Welt-Länder berücksichtigt und die Touristen auf ihre Reisen besser vorbereitet werden (vgl. Tourismusethik)¹⁸³.

¹⁸² vgl. GORMSEN 1979: 299 f.; vgl. VORLAUFER 1996: 6

¹⁸³ vgl. BAUMHACKL et al. 2006: 8; vgl. VORLAUFER 1996: 7

Tourismus ist kein „Allheilmittel“ für wirtschaftliches Wachstum und Entwicklung, aber es gibt Ansätze, in denen der Fremdenverkehr zur Verbesserung der Lebensbedingungen der lokalen Bevölkerung beitragen kann. Somit wird nicht mehr über die Notwendigkeit des Tourismus in den Entwicklungsländern diskutiert, vielmehr geht es um die ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit im regionalen Bereich. Gefordert wird ein maßvoller Umgang mit den natürlichen Ressourcen bei gleichzeitiger Sicherung der Lebensqualität der Einheimischen. Für die Steigerung des Wohlstandes der Einheimischen braucht man ein massives Fundament an Stabilität, dessen langfristiges Ziel die Sicherung der natürlichen Ressourcen sein muss. Die Gestaltungsspielräume der Bevölkerung in den Zieldestinationen sollen auch für spätere Generationen noch vorhanden und nutzbar sein. Nachhaltige Tourismuskonzepte planen langfristig und über den eigenen Interessenshorizont hinaus¹⁸⁴.

Eine intakte Umwelt, die Mitsprache der lokalen Bevölkerung und die Miteinbeziehung der armen Bevölkerungsschicht sollten als Basisvoraussetzungen für einen Tourismusort oder eine Tourismusregion gelten. Diese Entwicklungsperspektiven werden jedoch in vielen Tourismuskonzepten nicht erfüllt – vor allem das massentouristische Aufkommen beeinträchtigt diese Anforderungen. Von einem konfliktfreien Verhältnis von Umwelt und Partizipation der Lokalgemeinde auf der einen Seite und Tourismus auf der anderen Seite kann nicht immer ausgegangen werden. Wenn die betroffenen Regionen nicht dauerhaft Schaden durch touristische Interaktionen nehmen sollen, muss ein konkreter Handlungsbedarf gesetzt werden¹⁸⁵.

Laut VORLAUFER (1996: 7) sehen noch oder vormals sozialistische Länder (China, Kuba, Vietnam, Tansania) jetzt in der Tourismusbranche wieder einen Faktor wirtschaftlichen Aufschwungs und Wachstums. In diesem Zusammenhang fängt die seit dem Brundtland-Report im Jahre 1987 ökologische Diskussion um die Nachhaltigkeit von Entwicklung an.

„Fast jedes wichtige Reiseland propagiert, zumindest verbal und auch als Komponente der Vermarktungsstrategie, den Öko-Tourismus als ein zentrales Element fremdenverkehrswirtschaftlicher Entwicklung. [...] Auch deshalb, weil offensichtlich wird, daß nachhaltige Entwicklung auch im Fremdenverkehr, z.B. die langfristige Sicherung des naturräumlichen Potentials als Grundlage des Tourismus, ohne eine stärkere Partizipation der lokalen Bevölkerung etwa am Natur- und Wildschutz sowie an den

¹⁸⁴ vgl. BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Tourismuskonzept

¹⁸⁵ vgl. KARRASCH 2002: 10

*Einnahmen aus dem naturorientierten (Öko-)Tourismus nicht möglich ist.*¹⁸⁶

Murphy (1995) war der Ansicht¹⁸⁷: „*we do not inherit the Earth from our forefathers, but borrow it from our children.*“ In diesem Zusammenhang kam es zu einem Perspektivenwandel (1990er Jahre) und einige neue, alternative und umweltbewusste Tourismuskonzepte wurden initiiert. Alle gemeinsam basieren auf dem Prinzip der nachhaltigen Entwicklung und unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Zielsetzungen geringfügig voneinander. Oft ist eine genaue Unterscheidung und Absteckung der einzelnen Tourismusformen nicht möglich; dennoch werde ich versuchen, sie definitorisch voneinander abzugrenzen.

Im Rahmen dieser Arbeit möchte ich folgende Tourismuskonzepte, theoretisch in Kapitel IV und anhand von laufenden Projekten im V. Kapitel, vorstellen:

- Ökotourismus
- Community Based Tourism (CBT)
- Pro-Poor-Tourism (PPT) bzw. Sustainable Tourism – Eliminating Poverty (ST-EP)

Es sind neue und vielversprechende alternativtouristische Ansätze, die sich in den letzten 10 bis 20 Jahren etablierten und von einem neuen Selbstverständnis der Touristen ausgehen. Die Reisen können unter dem Schlagwort „Sustainable Tourism“ zusammengefasst werden. Hierbei sollen alle Bereiche des Wirtschaftens, der Umwelt und der Gesellschaft in Verbindung gebracht werden. Die Konzepte sind meistens global angelegt, zur Realisierung müssen sie jedoch auf eine praktische Handlungsebene „herunter gebrochen“ werden. Somit ist zur Konkretisierung die Betrachtung der regionalen und lokalen Ebene nötig. Es handelt sich um einen „fairen“ Tourismus, deren Konzeption auf kleine Projekte inklusive der Partizipation der einheimischen und indigenen Bevölkerung beruht, die dabei auf den verschiedensten Ebenen vom Fremdenverkehr profitiert¹⁸⁸.

¹⁸⁶ VORLAUFER 1996: 7

¹⁸⁷ MURPHY 1995 zit. in SWARBROOKE 1999: 4

¹⁸⁸ vgl. BECKER et al. 1996: 160

IV. Sustainable Development als Kernkonzept – Armutsreduzierung als Hauptziel

V: Fremd ist der Fremde nur in der Fremde.

K: Das ist nicht unrichtig. Und warum fühlt sich ein Fremder nur in der Fremde fremd?

V: Weil jeder Fremde, der sich fremd fühlt, ein Fremder ist und zwar solange, bis er sich nicht mehr fremd fühlt, dann ist er kein Fremder mehr.

K: Sehr richtig! – Wenn aber ein Fremder schon lange in der Fremde ist, bleibt er dann immer ein Fremder?

V: Nein. Er ist nur solange ein Fremder, bis er alles kennt und gesehen hat, denn dann ist ihm nichts mehr fremd. (...)

K: Und was sind Einheimische?

V: Dem Einheimischen sind eigentlich die fremdesten Fremden nicht fremd. Der Einheimische kennt zwar den Fremden nicht, kennt aber am ersten Blick, dass es sich um einen Fremden handelt.

(Karl Valentin [o.J.] zit. in LUGER et al. 2004: 44)

1. „Nachhaltige Entwicklung“

Im Deutschen wird „sustainable development“ überwiegend mit „nachhaltige Entwicklung“, „langfristige tragfähige Entwicklung“, „dauerhafte Entwicklung“ oder „zukunftsfähige Entwicklung“ übersetzt. Es gibt weltweit unterschiedliche Übersetzungsformen für diesen Begriff, die wichtigste stammt jedoch aus dem Brundtland-Report von 1987¹⁸⁹:

„Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne der künftigen Generation die Basis für ihre Bedürfnisbefriedigung zu entziehen.“

Bei nachhaltiger Entwicklung werden nach der Definition der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung zwei zentrale Grundprinzipien (Umweltschutz und ökonomisches Wachstum) verbunden¹⁹⁰:

„Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs. It contains within it two key concepts:

- 1. The concept of “needs”, in particular the essential needs of the world’s poor, to which overriding priority should be given; and*
- 2. The idea of limitations imposed by the state of technology and social organization on the environment ability to meet present and future needs.”*

Butler definiert 1993 nachhaltige Entwicklung im touristischen Kontext wie folgt¹⁹¹:

“tourism which is developed and maintained in an area (community, environment) in such a manner and at such a scale that it remains viable over an indefinite period and does not degrade or alter the environment (human and physical) in which it exists to such a degree that it prohibits the successful development and well-being of other activities and processes.”

Für das Konzept einer nachhaltigen Entwicklung stellt nicht mehr nur das quantitative Wachstum den Weg zum Erfolg dar. Herman DALY sieht den Unterschied zwischen Wachstum und Entwicklung so¹⁹²:

„[...] grow is a quantitative increase in physical scale, while development is qualitative improvement or unfolding of potentials.”

¹⁸⁹ BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Sustainable Development. Nachhaltige Entwicklung

¹⁹⁰ WCED [o.J.] zit. in. STAPPEN 2008: 18

¹⁹¹ BUTLER 1993 zit. in NELSON et al. 1993: 3

¹⁹² DALY 1990 zit. in BECKER et al. 1996: 2

1.1. Entwicklung der Nachhaltigkeitsdebatte

Der Begriff Nachhaltigkeit stammt aus der Forstwirtschaft und wurde bereits im 19. Jahrhundert geprägt. Als Leitprinzip des Waldbaus sollten die Produktionskraft des Waldes und die jeweilige Holzernte so in Einklang miteinander gebracht werden, dass über längere Zeit ein möglichst hoher Holzertrag gewährleistet werden konnte. Der Boden und der Standort durften dabei nicht belastet werden. „*Schlage nur soviel Holz, wie nachwachsen kann!*“¹⁹³

1.1.1. „Sanfter Tourismus“

Die richtige Nachhaltigkeitsdebatte nahm ihren Anfang zu Beginn der 1990er Jahre. Die kritische Auseinandersetzung zu diesem Thema existierte aber bereits 10 bis 20 Jahre vorher. Es gab vereinzelt Forscher, die auf die ökologischen und sozialen Belastungen des Tourismus aufmerksam machten. So unterschied Robert JUNGK 1980 erstmals das so genannte „harte Reisen“ vom „sanften Reisen“. Er charakterisierte beide Tourismusformen mit Merkmalen und stellte diese gegenüber¹⁹⁴:

- festes Programm vs. spontane Entscheidungen
- wenig vs. viel Zeit
- bequem und passiv vs. anstrengend und aktiv
- Massentourismus vs. Einzel-, Familien- und Freundesreisen
- importierter vs. landesüblicher Lebensstil
- wenig oder keine geistige Vorbereitung vs. vorübergehende Beschäftigung mit dem Urlaubsland
- laut vs. leise.

Im Laufe der Zeit kam es zu einem Paradigmenwechsel in der Definition von Entwicklung. Nachhaltigkeit ist ein „*Weg, die Qualität des Lebens zu erhöhen, ohne dabei die Grenzen der Tragfähigkeit natürlicher Systeme zu überschreiten.*“ Um dies zu gewährleisten, ist eine langfristige Ausrichtung der Planung notwendig – dies bedeutet, das Ergebnis ist nicht in Jahren, sondern eher in Generationen messbar¹⁹⁵.

¹⁹³ BAUMGARTNER 2000: 7

¹⁹⁴ vgl. BEYER 2006: 128 f.

¹⁹⁵ BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Sustainable Development. Nachhaltige Entwicklung

1.1.2. Das Jahr 1972 und der Brundtland-Report

Das erste gemeinsame internationale Vorgehen zum Schutz der Umwelt war die Stockholmer Konferenz für menschliche Umwelt 1972. Die UNO-Erklärung wurde von Industrie- und Entwicklungsländern gemeinsam erarbeitet und war Ausdruck einer neu entstandenen Umweltpolitik. In der Deklaration von Stockholm wurden 26 Prinzipien für Umwelt und Entwicklung festgeschrieben. In Zuge dieser Konferenz wurde das UN-Umweltprogramm (UNEP = UN Environment Programme) gegründet¹⁹⁶.

Ebenfalls 1972 erschien die Studie „Die Grenzen des Wachstums“¹⁹⁷, die durch den Club of Rome initiiert wurde. Sie gilt als eine der Ur-Studien zur nachhaltigen Entwicklung und wurde vor allem vom Ehepaar Meadows erstellt. Es werden Wechselwirkungen zwischen Bevölkerungsdichte, Nahrungsmittelressourcen, Energie, Material und Kapital, Umweltzerstörung, Landnutzung etc. berücksichtigt. Es war schon 1972 ein sehr einfaches Model, die Meadows kamen jedoch immer zu einem ähnlichen Ergebnis: wenn die gegenwärtigen Wachstumstrends anhalten, dann kommt es zu einem extremen Abfall des Lebensstandards der Weltbevölkerung innerhalb von 50 bis 100 Jahren¹⁹⁸.

1983 gründeten die Vereinten Nationen die „World Commission on Environment and Development“ (WCED) mit der Aufgabe, einen Perspektivenbericht zur langfristig tragfähigen und umweltschonenden Entwicklung zu erstellen. Erst vier Jahre später, im Jahre 1987, wurde der Brundtland-Report mit dem Titel „Our Common Future“ veröffentlicht. Der Zukunftsbericht wurde nach der gleichnamigen norwegischen Vorsitzenden, Gro Harlem Brundtland, benannt. In dem Abschlussbericht wurden erstmals getrennt betrachtete Problembereiche z.B. Umweltverschmutzung in den Industrieländern, Schuldenkrise, Bevölkerungsentwicklung und Wüstenausbreitung in der Dritten Welt in einem Wirkungsgeflecht gesehen. Viele dieser Problembereiche können durch einzelne Maßnahmen nicht gelöst werden – es folgt der Gedanke, dass alle Regierungen der Welt zusammenarbeiten müssen. Nach Ansicht der Kommission soll in den Entwicklungsländern die Armut überwunden werden. In den Industrieländern ist dagegen der materielle Wohlstand mit der Erhaltung der Natur als Lebensgrundlage in Einklang zu

¹⁹⁶ <http://www.nachhaltigkeit.aachener-stiftung.de/>

¹⁹⁷ vgl. MEADOWS et al. 1972

¹⁹⁸ <http://www.nachhaltigkeit.aachener-stiftung.de/>

bringen. Das Konzept bildet zum ersten Mal die Grundlage einer integrativen globalen Politikstrategie¹⁹⁹.

1.1.3. Erdgipfel in Rio und 10 Jahre danach

Beim **Erdgipfel in Rio de Janeiro** (= „Rio-Deklaration“), der ersten internationalen Umwelt- und Entwicklungskonferenz der Vereinten Nationen, vom 3. bis 14. Juni 1992 fand das Thema Tourismus noch keine Berücksichtigung. Es wurde Nachhaltigkeit bzw. nachhaltige Entwicklung als normatives und internationales Leitprinzip anerkannt und verankert. Der Zweck dieses Erdgipfels war, Strategien und Maßnahmen zu entwickeln, um weitere Umweltschäden bzw. die vorangeschrittene Umweltzerstörung zu verlangsamen bzw. aufzuhalten. Die nationalen und internationalen Bemühungen zugunsten einer nachhaltigen Entwicklung sollen in allen Ländern verstärkt werden. Mit dem Rio-Gipfel wurde ein übergreifendes Entwicklungsmodell, die „**Agenda 21**“, veröffentlicht, welche die Umsetzung von „sustainable development“ verbindlich macht. Die Agenda 21 thematisiert den Tourismus nicht explizit.

In seiner ursprünglichen Intention sollten mit der „nachhaltigen Entwicklung“ Strategien zur Lösung globaler Umwelt- und Entwicklungsprobleme, vor allem in Bezug auf Entwicklungsländer, erarbeitet werden. Das Konzept der Nachhaltigkeit liefert aber keine eindeutigen Handlungsanweisungen, sondern ist vielmehr eine notwendige Utopie, um auf globaler Ebene einen Grundkonsens zwischen Industrie- und Entwicklungsländern zu erreichen und zu fördern. Doch sollte man auch dem Tourismus innerhalb dieses Nord - Süddialoges die entsprechende Beachtung schenken²⁰⁰.

Auf der Sonderkonferenz „**Rio+5**“ im Jahre 1997 in New York stand erstmals, aufgrund der zunehmend negativen Auswirkungen des Massentourismus für die betroffenen Zielgebiete, der Tourismus im Mittelpunkt der Diskussionen. „Sustainable tourism“ und „ecotourism“ sind seither zentrale Themen der Tourismusforschung. Auf der siebten Versammlung der Vereinten Nationen (**CSD 7**) im Jahre 1999 beauftragte die UNO die „Kommission für Nachhaltige Entwicklung“ (CSD = Commission on Sustainable Development) mit der Erstellung eines Arbeitsprogrammes zu „Tourismus und nachhaltige

¹⁹⁹ <http://www.nachhaltigkeit.aachener-stiftung.de/>

²⁰⁰ vgl. MOWFORTH/MUNT 2003: 19; vgl. BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Sustainable Development. Nachhaltige Entwicklung

Entwicklung“. Die CSD 7 hielt die Regierung an „to maximise the potential for tourism for eradicating poverty by developing appropriate strategies in cooperation with all major groups, indigenous and local communities.“²⁰¹

1.1.4. Weltgipfel in Johannesburg 2002

10 Jahre nach dem Erdgipfel in Rio de Janeiro wurde auf dem „World Summit on Sustainable Development“ 2002 in Johannesburg („Rio +10“) das Thema Tourismus und nachhaltige Entwicklung erneut aufgegriffen. Die Staaten zogen im August 2002 über die bisherige Umsetzung der Agenda 21 Resümee. Auf der Konferenz wurde ein Aktionsplan zur Umsetzung verabschiedet, in dem entgegen ursprünglichen Erwartungen auch der nachhaltigen Tourismusentwicklung ein eigener Absatz gewidmet wurde. Als konkrete Empfehlungen und Umsetzungsmaßnahmen auf internationaler, nationaler und regionaler Ebene wurden genannt²⁰²:

- Förderung der internationalen Zusammenarbeit, ausländischer Direktinvestitionen und öffentlich-privater Partnerschaften (public private partnerships);
- Entwicklung von Programmen, inklusive Ausbildungsprogrammen, zur Förderung der Partizipation im Ökotourismus zur Bewahrung und zum Schutz der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes;
- Bereitstellung von technischer Unterstützung und Entwicklung nachhaltiger Tourismusformen in Entwicklungsländern;
- Unterstützung von Destinationen bei der Verwaltung der Besucherströme, um negative Auswirkungen auf die Bereiche Tradition, Kultur und Umwelt soweit wie möglich zu minimieren;
- Förderung der Diversifizierung der wirtschaftlichen Aktivitäten, inklusive Erleichterung der Marktzugangs und des Zugangs zu Informationen sowie Förderung der Partizipation lokaler Unternehmen, insbesondere kleiner und mittlerer Unternehmen.

Während die erzielten Beschlüsse von Vertretern der Industrieländer als Erfolg angesehen wurden, kritisierten vor allem die Vertreter von NGOs, dass konkrete

²⁰¹ WTO 2002: 20; vgl. BAUMHACKL 2005: Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. Sustainable Development. Nachhaltige Entwicklung

²⁰² vgl. LUGER et al. 2004: 171 f.

Umsetzungsmechanismen, Zeitpläne und Überwachungsmechanismen für die nachhaltige Entwicklung fehlen und dass sie ohne die Beteiligung der relevanten Stakeholder ausgearbeitet worden sind²⁰³.

1.1.5. „Millennium Development Goals“

Die Millenniumsziele wurden im September 2000 in New York von den Vereinten Nationen festgesetzt. Dabei verpflichten sich alle 191 Mitgliedsstaaten der UNO zur Erreichung von acht Entwicklungszielen, die eine zukunftsfähige und nachhaltige Weltentwicklung gewährleisten sollen. Reiche und arme Länder setzen alles daran, die folgenden acht genau definierten „Millennium Development Goals“ bis zum Jahr 2015 einzuhalten²⁰⁴:

1. Beseitigung der extremen Armut und des Hungers: Die Zahl der Menschen, die von weniger als einem US \$ pro Tag leben, soll um die Hälfte gesenkt werden. Der Anteil der Menschen, die unter Hunger leiden, soll ebenfalls um die Hälfte gesenkt werden.
2. Grundschulausbildung für alle Kinder gewährleisten.
3. Gleichstellung und größeren Einfluss der Frauen fördern.
4. Die Kindersterblichkeit senken.
5. Die Gesundheit der Mütter verbessern.
6. HIV/Aids, Malaria und andere Krankheiten bekämpfen.
7. Eine nachhaltige Umwelt gewährleisten: Die Grundsätze der nachhaltigen Entwicklung sollen in der nationalen Politik übernommen werden; dem Verlust von Umweltressourcen soll Einhalt geboten werden. Die Zahl der Menschen, die über keinen nachhaltigen Zugang zu gesundem Trinkwasser verfügen, soll um die Hälfte gesenkt werden. Bis zum Jahr 2020 sollen wesentliche Verbesserungen in den Lebensbedingungen von zumindest 100 Millionen Slumbewohnern erzielt werden.
8. Eine globale Partnerschaft im Dienst der Entwicklung schaffen.

Fünf Jahre später auf der UN Generalsversammlung im September 2005 wurde das erste Mal Zwischenbilanz gezogen. Man geht davon aus, dass die acht Entwicklungsziele

²⁰³ vgl. LUGER et al. 2004: 172

²⁰⁴ <http://www.unric.org/html/german/mdg/index.html>

nicht bis zum Jahr 2015 erreicht werden können. Ein Großteil der Regierungen hat bisher keine ausreichenden Maßnahmen gesetzt, deshalb müssten in Zukunft wesentlich größere Bemühungen angestellt werden²⁰⁵.

1.2. Kriterien für eine nachhaltige Entwicklung

Nachhaltige Entwicklung befasst sich mit drei unterschiedlichen Dimensionen, die sich gegenseitig beeinflussen. Sie zielen auf eine widerspruchsfreie Integration der ökologischen Anliegen (Naturerhalt und Ressourcenschutz) mit sozialen Aspekten (Gerechtigkeit und gesellschaftliche Integrität) sowie wirtschaftlichen Ansprüchen (Ergiebigkeit und Beschäftigung) ab²⁰⁶:

1. **Ökologische Dimension** (Limitierung durch das Gesamtökosystem):

- Nutzungsrate erneuerbarer Ressourcen muss unter deren Wachstumsrate liegen.
- Verbrauch nicht erneuerbarer Ressourcen ist maximal so hoch wie simultane Erzeugung erneuerbarer Substitute und wird absolut minimiert.
- Reststoff- und Abfallmengen dürfen nicht über dem Assimilationsvermögen der Umwelt liegen.
- Einbringung in Endlagerstätten so gering wie möglich halten.
- Vielfalt, Schönheit und ästhetischen Wert der Natur- und Kulturlandschaft erhalten.

2. **Ökonomische Dimension** (Grundbedürfnisbefriedigung):

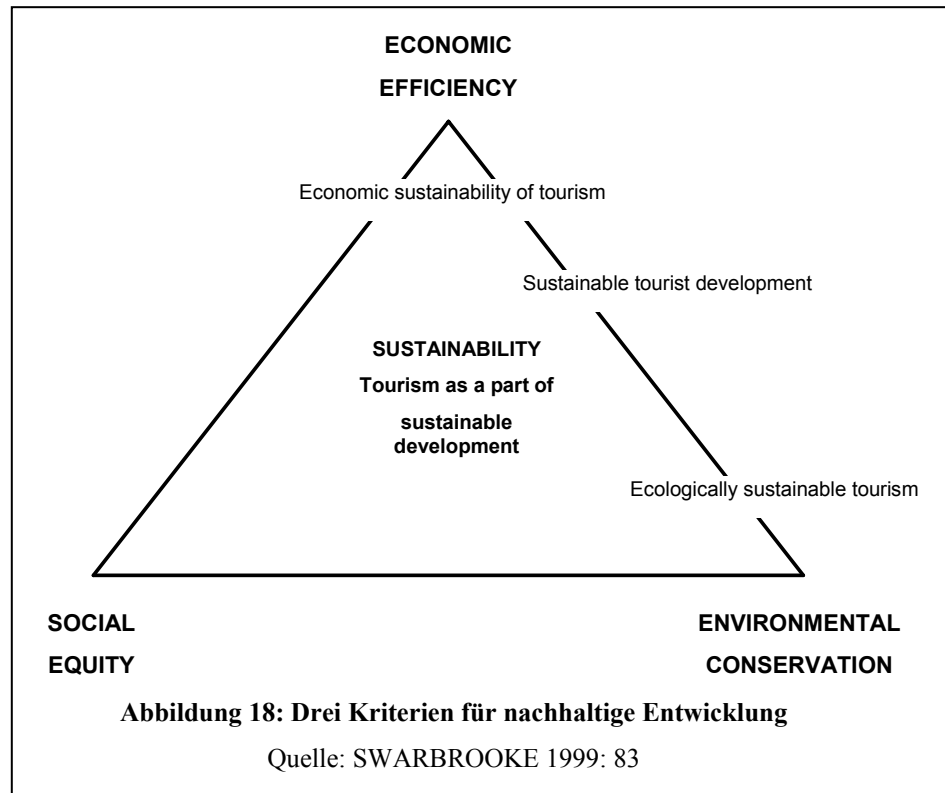
- Materielle und immaterielle Grundbedürfnisse befriedigen und sichern.
- Mindestlebensstandard gewährleisten.
- Menschlich geschaffenes Produktionssystem sichern und entwickeln.

3. **Soziale Dimension** (intra- und intergenerative Gerechtigkeit):

- Partizipation der Bevölkerung an Entscheidungen gewährleisten.
- Emanzipation der Bevölkerung ermöglichen.
- Menschliches Gesellschaftssystem gewährleisten und entwickeln.

²⁰⁵ http://www.nachhaltigkeitsrat.de/uploads/media/RNE_Stellungnahme_MDG_29-08-05_01.pdf

²⁰⁶ vgl. BECKER et al. 1996: 5



2. Nachhaltigkeit und Tourismus

Ein einziger Wirtschaftsbereich kann nicht nachhaltig sein, deswegen dürfte man eigentlich gar nicht von „nachhaltigem Tourismus“ sprechen. Für eine umfassende Entwicklung muss das Konzept der Nachhaltigkeit die gesamten Wirtschafts- und Lebensbereiche erfassen. Auch eine umweltpolitisch ausgerichtete Tourismusentwicklung kann alleine nicht den Anspruch erheben „nachhaltig“ zu sein. Daher müssen alle Kriterien (siehe voriges Kapitel) verbunden werden, um als integrativer, nachhaltiger Tourismus Geltung zu haben²⁰⁷.

2.1. Der Begriff „nachhaltiger Tourismus“

Die WTO definiert 1998 nachhaltigen Tourismus wie folgt²⁰⁸:

„Sustainable tourism development meets the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunities for the future. It

²⁰⁷ vgl. BAUMGARTNER 2000: 23

²⁰⁸ WTO 2002: 20

is envisaged as leading to management of all resources in such a way that economic, social, and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, biological diversity, and life support systems.”



Die Existenz anderer Wörter, die häufig synonym verwendet werden, verkompliziert die Schwierigkeit der Definition von nachhaltigem Tourismus. Die Definitionen in der Abbildung 19 sind eng mit dem Begriff „sustainable tourism“ verbunden, aber keiner ist mit nachhaltigem Tourismus gleichzusetzen²⁰⁹.

SWARBROOKE schreibt über nachhaltigen Tourismus²¹⁰:

„Sustainable tourism is a powerful potential tool for helping achieve sustainable development by acting as a catalyst for small business development and providing a market for agricultural produce, in rural regions in developing countries, for example. Sustainable development is a prerequisite for sustainable tourism for non-sustainable development can severely reduce the quality of the tourism product through inadequate infrastructure and pollution from other industries, for instance.”

²⁰⁹ vgl. SWARBROOKE 1999: 13 f.

²¹⁰ SWARBROOKE 1999: 353

BUTLER definiert nachhaltigen Tourismus als „*tourism which is in a form which can maintain its viability in an area for an indefinite period of time.*“ Der Tourismus kann die Entwicklungsfähigkeit in einem Gebiet über eine unbestimmte Zeit aufrechterhalten²¹¹.

Nachhaltige Entwicklung im Tourismus ist im Gegensatz zum Sanften Tourismus der 1980er Jahre keine Nischenstrategie mehr, sondern eine Zukunftsvision, die die Bereiche Kultur, Natur, Ökonomie, Wohlbefinden der Gäste, Mitbestimmung der Einheimischen, der Mitarbeiter und das Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen umfasst. Touristisch intensiv genutzte Regionen sollen nicht aufgegeben werden, sondern mit Maßnahmen des Staates sowie mit freiwilligen Steuerungs- und Ordnungsinstrumenten auf Nachhaltigkeit hin orientiert werden²¹².

Ein flächendeckender Tourismusansatz, der der Nachhaltigkeit verpflichtet ist, benötigt²¹³:

- Institutionalisierte Kommunikationsformen zwischen den politischen Ebenen, die gemeinsam an Nachhaltigkeitsstrategien arbeiten.
- Fördermodelle auf Regions-, Landes-, Bundes- und internationaler Ebene, die zielgerichtet nachhaltigen Tourismus fördern.
- Implementierte Bewertungsinstrumente und Kriterien der Nachhaltigkeit in den Tourismusregionen als Grundlage der zukünftigen regionalen Förderung.
- Nationale und internationale Marketingstrategien, die vorhandene nachhaltige Ansätze in den Vordergrund stellen.
- Die umfassende Integration des Themas Nachhaltigkeit in touristische Aus- und Weiterbildungen, bzw. die Förderung entsprechender Ansätze.

2.2. Grundlagen für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus

2.2.1. Gruppe von Akteuren

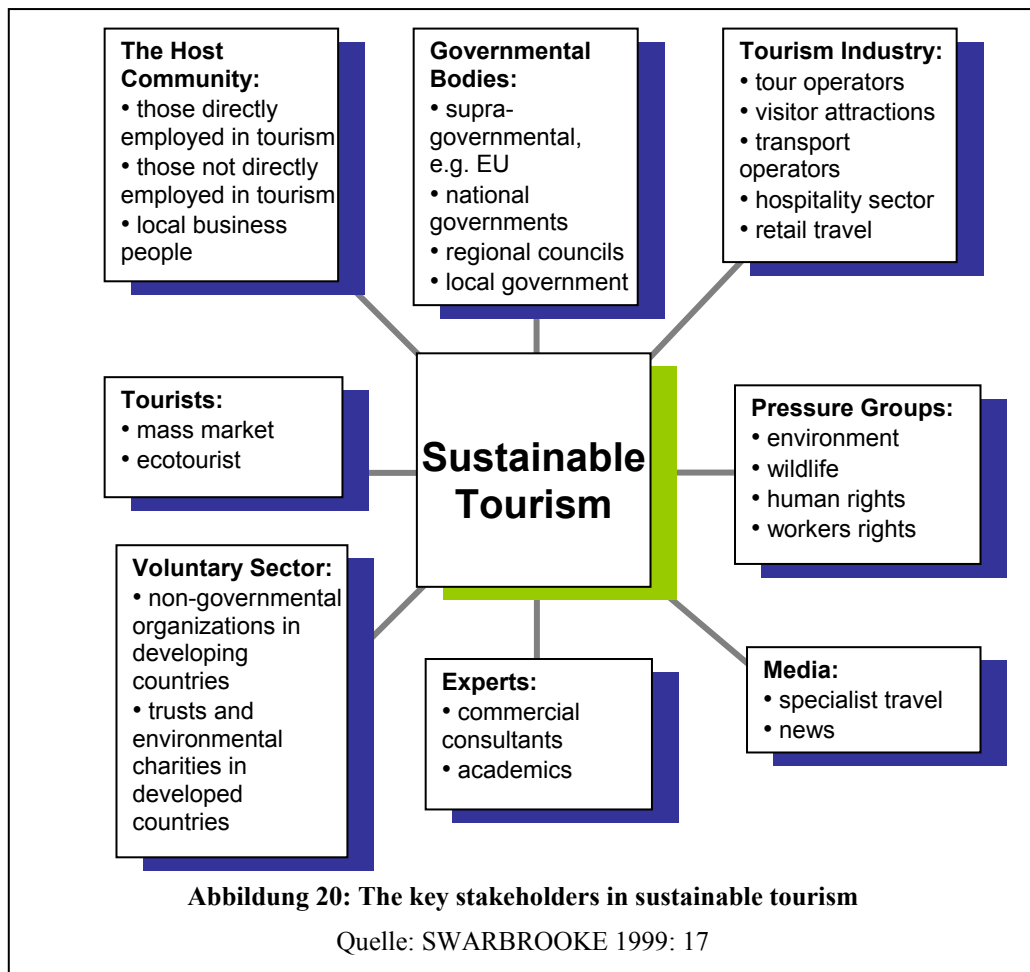
In der Abbildung 20 sind die Hauptakteure angeführt, die für eine nachhaltige touristische Entwicklung einen Beitrag leisten können. Egal ob es die Gemeinde in dem Entwicklungsland, die Tourismusindustrie oder der Tourist selbst ist – alle Parteien müssen sich aktiv beteiligen, damit der Tourismus auch nachhaltig verläuft. Bei der hohen Anzahl von Akteuren sind Interessenskonflikte leider bereits vorprogrammiert. Zu einer

²¹¹ BUTLER 1993 zit. in NELSON et al. 1993: 29

²¹² vgl. LUGER et al. 2004: 90 f.

²¹³ LUGER et al. 2004.: 102

nachhaltigen Nutzung der Ressourcen in einer Tourismusregion kann es aber nur kommen, wenn alle Akteure an „einem“ Strang ziehen.



2.2.2. „Regionsspezifische“ Nachhaltigkeitsstrategie

Das Leitprinzip Nachhaltigkeit lässt sich nur verwirklichen, wenn es auf allen Handlungsebenen angewandt wird. Damit muss auch die kommunale Ebene angesprochen werden, auf welche die Charta von Aalborg (1994) explizit hinweist²¹⁴:

„Eine Gemeinde entwickelt sich nachhaltig, wenn sie allen Bewohnern eine Grunddaseinsvorsorge in umweltbezogener, sozialer, kultureller und wirtschaftlicher Hinsicht gewährt, ohne die Lebensfähigkeit der natürlichen, gebauten und gesellschaftlichen Systeme zu bedrohen, auf denen die Grunddaseinsvorsorge beruht. Das Ziel ist es die dauerhafte Lebensqualität vor Ort.“

²¹⁴ Charta von Aalborg 1994 zit. in BAUMGARTNER 2000: 19

Für die touristische Entwicklung ist es sehr wichtig, die regional vorhandenen Wirtschaftspotentiale mit einzubinden. Nachhaltiger Tourismus hat also nur dann eine Chance, wenn die konkreten Handlungen „regionsspezifisch“ ausgearbeitet werden. Für BAUMGARTNER (2000: 20) ist klar:

„Tourismuszentren, Entsiedlungsregionen, Ausflugsgebiete und Städte haben so unterschiedliche Probleme – aber auch Möglichkeiten –, daß diese regionsspezifischen Strategien gemeinsam mit den betroffenen Regionen und nicht ohne oder gar gegen sie erarbeitet werden müssen.“

2.3. „International Seminar on Sustainable Tourism“

Die erste internationale Tagung für Tourismus und Nachhaltigkeit fand vom 12. bis zum 15. Mai 2003 im brasilianischen Fortaleza statt. Vertreter aus Tourismusprojekten verschiedenster Länder trafen sich zum Erfahrungsaustausch und diskutierten künftige gemeinsame Strategien. Das Ziel von internationalen Organisationen (UNCTAD, ILO) war die Vernetzung der nationalen und internationalen Ebene. Die Konferenz gab einen Anstoß zum Paradigmenwechsel und forderte den Aufbau von neuen und besseren Tourismusmodellen. Vor allem lokale Gemeinschaften sollten stärker als bisher Träger touristischer Entwicklung werden²¹⁵.

Im Mai 2008 gab es den Folgekongress „II International Seminar on Sustainable Tourism“ ebenfalls in Fortaleza. NGOs, soziale Bewegungen, Vertreter aus der nationalen und internationalen Umwelt- und Tourismuspolitik, Reiseveranstalter und Mitglieder lokaler Gemeinden präsentierten und diskutierten ihre Erfahrungen und Konzepte mit nachhaltigem Tourismus. In der Abschlusserklärung heißt es²¹⁶:

„Wir haben festgestellt, dass ein anderes Tourismusmodell nicht nur notwendig ist, sondern auch bereits existiert. Es gibt zahlreiche Erfahrungen, Konzepte, Praktiken und neue Möglichkeiten im Tourismus, welche die Gemeinden durch die kontinuierliche Erfahrung von Partizipation und selbstbestimmter Gestaltung stärken.“

2.4. Operationalisierung von Nachhaltigkeit

Unter Operationalisierung der Nachhaltigkeit im Tourismus versteht man die Ermittlung von verschiedenen Messgrößen oder Beurteilungskriterien, die empirisch

²¹⁵ http://www.akte.ch/uploads/media/April_2003_02.pdf; vgl. Tourismus Watch Nr. 51 (2008): Internationale Konferenz zu Nachhaltigem Tourismus in Brasilien

²¹⁶ Tourismus Watch Nr. 51 (2008): Internationale Konferenz zu Nachhaltigem Tourismus in Brasilien

erfassbar sind und ausdrücken, inwieweit ein vorgenommenes Ziel erreicht wurde. Sie dienen als Entscheidungshilfe bei der Bewertung eines Prozesses und zur späteren Erkennung des Grades der Zielerreichung. Gerade politische Entscheidungen sind auf solche Ist-Analysen angewiesen. Laut SPITTLER und ATAMANAGARA gibt es vier wichtige Aspekte bei der Bewertung der Operationalisierungsansätze²¹⁷:

- Praktische Anwendbarkeit und Nachvollziehbarkeit,
- Orientierung an konkreten Handlungen,
- Zuverlässigkeit und Aussagekraft,
- Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Aspekte sowie die Wechselwirkungen zwischen diesen Dimensionen.

Ein Indikatorensystem ist wichtig zur Kontrolle der nachhaltigen Entwicklung im Tourismus – es ist ein Instrument zur Konkretisierung des Leitbildes der Nachhaltigkeit. Bestehende Indikatorensysteme beziehen sich vor allem auf ökologische Faktoren. Mit den gewohnten quantitativen und naturwissenschaftlichen Beurteilungskriterien stößt man jedoch sehr schnell an wissenschaftliche Grenzen. So gibt es z.B. für den ökonomischen Bereich nur wenige und für den soziokulturellen und institutionellen Bereich keine verwendbaren quantitativen Indikatoren. Die Entwicklung ökologischer Messgrößen ist derzeit am weitesten fortgeschritten. Um die gesellschaftliche Wirklichkeit zu erfassen wurden qualitative Ansätze entwickelt – damit lässt sich auch kulturelles und soziales Verhalten erklären²¹⁸.

Zur Messung von nachhaltiger Entwicklung benötigt man Indikatoren, die die quantitative Komponente (ökologisch und ökonomisch) und die qualitative Komponente (soziokulturell und institutionell) vereinen. Eine Bewertung nachhaltiger touristischer Entwicklung wird einer Bewertung der Ist-Situation, wie auch der Einschätzung zeitlicher Entwicklungen dienen²¹⁹.

2.4.1. Gütesiegel

Ein Gütesiegel grenzt auf der Grundlage eines Kriterienkataloges ein umwelt- und sozialverträgliches Produkt von den herkömmlichen Angeboten ab. Damit wird den

²¹⁷ vgl. SPITTLER/ATAMANAGARA 2002: 40 ff.

²¹⁸ vgl. BAUMGARTNER 2000: 28 ff.

²¹⁹ vgl. BAUMGARTNER 2000: 34 f.

Touristen eine wichtige Hilfe bei der Wahl einer umweltfreundlichen Reise geboten. Zum anderen dient ein Gütesiegel zur Wettbewerbsschaffung für die Anbieter - damit sollen die Unternehmen zu verstärkten Umweltschreitungen motiviert werden. Eine solche Labelstrategie ist nicht ratsam für ein gesamtes Tourimsusarrangement, sondern eher für einzelne Bestandteile wie z.B. ein Gütesiegel für Unterkunft, Verpflegung, Reiseführung oder Souvenirs²²⁰.

Die Organisation „Fair Trade in Tourism South Africa“ (FTTSA) bürgt für einen sozialverträglichen Tourismus in den südafrikanischen Lodges. Sie wirbt für faire und verantwortungsvolle Geschäftspraktiken in den Touristikunternehmen. FTTSA entwickelte ein Gütesiegel für Tourismusangebote, die nach Kriterien des fairen Handels gestaltet sind. Im Unterschied zu den meisten Labels im Tourismus wurde das FTTSA-Gütesiegel mit den Beteiligten in Südafrika selbst erarbeitet. Das Markenzeichen wird an Unternehmen in der Fremdenverkehrsbranche verliehen, die strenge Qualitätsmerkmale einhalten (z.B. faire



Gehälter und Arbeitsbedingungen; ethisch verantwortungsvollen Unternehmensführung und Sozialverträglichkeit; Respekt für Menschenrechte, Kultur und Umwelt). Das Label wurde im Jahre 2002 ins Leben gerufen und bis jetzt haben sich 23 Touristikunternehmen für das Markenzeichen qualifiziert. Die Touristikunternehmen, die sich um den Erhalt des Gütesiegels bewerben, erhalten zum Beispiel dafür Anerkennung, dass sie lokale Güter und Dienstleistungen verwenden, Mitarbeiter beruflich weiterbilden, Gesundheitsaufklärung betreiben, Maßnahmen zur Förderung des Umweltbewusstseins durchführen und die lokale Bevölkerungsschicht unterstützen. Die Verwendung des Labels wird streng durch die Mitarbeiter der FTTSA kontrolliert, um die Qualitätsstandards aufrecht zu erhalten und vor allem um die Effektivität des Gütesiegels als Marketing-Instrument zu steigern²²¹.

2.4.2. Belastungsgrenzen – „Carrying Capacities“

„Sustainable development of the earth is a development that meets the basic needs of all human beings and which conserve, protect and restore the health and integrity of the Earth's ecosystem, without compromising the ability of future generations to meet their own needs and without going over the limits of long term capacity of the earth's ecosystem.“²²²

²²⁰ vgl. BAUMGARTNER 2000: 35; vgl. LUGER et al. 2004: 352

²²¹ www.fairtourismsa.org.za

²²² STAPPEN 2008: 25

Aber wie kann man die Grenzen der Tragfähigkeit der Erde messen?

Eine Belastungsgrenze ist die maximale Anzahl an Personen, die ein Gebiet nutzen können, ohne inakzeptable negative Veränderungen in der Umwelt auszulösen. Damit soll die Attraktivität des Gebietes, die Lebensqualität der Bewohner und die Qualität der von den Reisenden erlebten Erfahrungen nicht gemindert werden. Ziel ist es, in der Destination eine Kapazitätsgrenze zu finden, welche die Natur noch verkraften bzw. wieder ausgleichen kann, ohne irreparable Schäden aufzuweisen²²³.

Das Konzept der „carrying capacity“ (cc) wird seit Mitte der 80er Jahre durch die Welttourismusorganisation von anderen Bereichen auf den Tourismus übertragen. Folgendermaßen lautet die Definition der WTO aus dem Jahre 1992²²⁴:

„Carrying capacity refers to the maximum use of any site without causing negative effects on the resources, reducing visitor satisfaction, or exerting adverse impact upon the society, economy and culture of the area.“

Hintergrund ist die Überlegung, dass die hauptsächliche Quelle von Belastungen der sozialen und natürlichen Umwelt das unbeschränkte, massenhafte, räumlich und zeitlich konzentrierte Auftreten von Reisenden ist. Mit der Belastungsgrenze soll somit eine drastische Verknappung der natürlichen Ressourcen verhindert werden.

Bei der touristischen Tragfähigkeit eines Raumes sollen nicht nur die physische Umwelt, sondern auch soziale, psychologische, kulturelle und ökonomische Grundlagen erfasst und berücksichtigt werden. Nach O'REILLY (1991) gibt es vier Elemente des Konzepts der Tragfähigkeitsgrenze²²⁵:

- **physical cc**: the limit of a beach or historical building or site beyond which wear and tear will start taking place or environmental problems will arise
- **economic cc**: the ability to absorb tourist functions without squeezing out desirable local activities
- **social cc**: the level of tolerance of the host population for the presence and behaviour of tourists in the destination area
- **psychological cc**: lowest degree of enjoyment tourists or other users are prepared to accept before they start seeking alternative sites or destinations.

²²³ vgl. FREYER 2006: 504

²²⁴ WTO 1992 zit. in BECKER et al. 1996: 110 f.

²²⁵ O'REILLY 1991 zit. in BECKER et al. 1996: 111

Da es sowohl hier wie auch bei den anderen Operationalisierungsansätzen Unsicherheiten bezüglich der Grenzen, der korrekten Erfassung und der Zuverlässigkeit der Indikatoren gibt, sollte auch die Gastgeberregion ein entsprechendes Tourismusmanagement aufbauen, um Überlegungen zur optimalen Belastungsgrenze anzustellen. So werden in einigen Entwicklungsländern maximale Besucherzahlen festgelegt, z.B. über den Flugpreis und durch Beschränkung des Ausbaus von Unterkünften (Luxustourismus auf den Seychellen). Aber auch strenge Betretungsregulierungen nur mit einem lizenzierten Führer (Galapagos-Inseln), Verlängerung der Saisonzeiten, Diversifizierung des Angebots und Besucherlenkungsmaßnahmen eignen sich als Strategie- und Handlungspläne²²⁶.

2.4.3. Ökologischer Fußabdruck

Das eher einfache Konzept des ökologischen Fußabdruckes ist ein Parameter, der für unseren Ressourcenverbrauch steht. Er kann für Regionen, Gemeinden, Haushalte und auch für Einzelpersonen errechnet werden und bezieht sich auf die Leistungsfähigkeit des Systems Erde. Der ökologische Fußabdruck sagt aus, wie viel Biokapazität, gemessen in Hektar, bereitgestellt werden muss, um die Ressourcen für ein Land oder eine Region sicherzustellen und die Abfälle wieder aufzunehmen²²⁷.

Analysen dieses Operationalisierungsansatzes können das Ausmaß des weltweiten Überziehens und die ökologischen Defizite jeder Region und jedes Landes einschätzen. Überziehen bedeutet, dass ein Teil des menschlichen Naturverbrauches die ökologische Tragfähigkeit der Erde übersteigt. Der ökologische Fußabdruck der gesamten Menschheit ist größer als die biologisch produktive Land- und Meeresfläche²²⁸. Im Jahr 2000 beanspruchte ein Bewohner der folgenden Staaten soviel Hektar an Land: USA 9,6; Schweden 7,9; Österreich 4,9; Südafrika 3,5; Argentinien 3,2; Malaysia 3,0; Venezuela 2,4; Costa Rica 1,9; Kolumbien 1,5; Philippinen 1,1; Indien 0,8; Äthiopien 0,7 und Bangladesh 0,5²²⁹.

²²⁶ vgl. BECKER et al. 1996: 112

²²⁷ <http://www.nachhaltigkeit.aachener-stiftung.de/>

²²⁸ vgl. BAUMGARTNER 2000: 41

²²⁹ <http://www.nachhaltigkeit.aachener-stiftung.de/>

2.4.4. Kennziffern einer harmonisierten touristischen Entwicklung

Checklisten bzw. Kennziffern- und Kriterienkataloge sind als Zusammenstellungen von Indikatoren zu verstehen, die jeweils verschiedenen Maßnahmenbereichen zugeordnet sind. Sie können einen Hinweis auf die negativen und positiven Auswirkungen des Tourismus geben. Kennziffern sind für ein einzelnes Hotel aber auch für eine ganze Ferienregion entwickelt worden²³⁰.

2.4.5. Ökobilanzen für touristische Destinationen

Ökobilanzen dienen der Bewertung von Prozessen und durch sie wird eine Aussage über deren Umweltauswirkung ermöglicht. Es lassen sich Vergleiche zwischen den verschiedenen Prozessen ziehen; somit können deren ökologische Folgen abgeschätzt und falls notwendig optimiert werden. Jede Region kann für sich die Auswirkungen des Tourismus auf die Umwelt analysieren, bewerten und mit anderen Regionen vergleichen. Bei der Ökobilanz handelt es sich um eine „Input-Output-Analyse“: Die gesamten Ströme des Tourismus werden erfasst und für deren Bewertung wird die Methode der ökologischen Knappheit verwendet. Da der Ansatz nur die ökologische Situation betrachtet, eignet er sich nicht für die Bewertung der Nachhaltigkeit einer Region²³¹.

2.4.6. Prozessorientiertes Bewertungsschema

Das prozessorientierte Bewertungsschema (POBS) nach Baumgartner verbindet quantitative und qualitative Indikatoren. Zur Bewertung der Nachhaltigkeit im Tourismus wird ein Indikatoren- und Kriterien-Pool herangezogen. Die Indikatoren lassen sich wie folgt typologisieren²³²:

- Sozio-ökonomische Zustandsindikatoren (states)
- Sozio-ökonomische Antriebskräfte (driving forces)
- Belastungen auf der Seite der natürlichen Umwelt (pressures)
- Zustandsindikatoren der natürlichen Umwelt (states)

²³⁰ vgl. BECKER et al. 1996: 112

²³¹ vgl. BAUMGARTNER 2000: 42

²³² vgl. BAUMGARTNER 2001: 6

- Indikatoren für institutionelle Rahmenbedingungen

Die insgesamt 34 Kriterien, die den Evaluatoren zur Benutzung vorgeschlagen werden, gliedern sich in 17 Schlüssel- und 17 Austauschindikatoren. Die wichtigen Schlüsselindikatoren werden in allen Regionen verwendet und müssen in der Bewertung berücksichtigt werden. Die anderen 17 Indikatoren orientieren sich an der jeweiligen regionalen Situation. Die Schlüsselindikatoren werden den folgenden Bereichen zugeordnet²³³:

Ökologie:

- Durchgängige Erreichbarkeit der Region mit öffentlichen Verkehrsmitteln mindestens im 2-Stunden-Takt zwischen 8.00 und 20.00 Uhr.
- Existenz eines den touristischen Bedürfnissen angepassten ÖPNV-Systems.
- Abfallvermeidungsstrategien für Konsumenten.
- Flächenbezogene Dichte der Aufstiegshilfen.
- Unterstützung der Region für angepasste Landwirtschaft zur Verbesserung der Einkommenssituation und damit langfristigen Sicherung der Kulturlandschaft.

Ökonomie:

- Maßnahmen zur klaren Imagebildung.
- Zusammensetzung des Tourismussektors nach Umsätzen.
- Wiederkommensrate der Gäste.
- Stimulierung lokaler Wirtschaftskreisläufe durch Förderung und Erhaltung von traditionellen umweltschonendem Handwerk und natur- und umweltverträglicher Land- und Forstwirtschaft.

Sozio-Kultur:

- Anteil der Mitarbeiter im Tourismus, die regelmäßige Weiterbildung erhalten.
- Verhältnis der Grundpreise zum nationalen Durchschnitt.
- Erhaltung und Förderung der regionalen Architektur.
- Situation des Vereinslebens und anderer „regional typischer Kommunikations-Infrastruktur“.

Institutionelle Rahmenbedingungen:

- Informationen für Touristen bereits vor der Anreise bzgl. Möglichkeiten umweltgerechter Mobilität und regionaler Initiativen im Bereich Nachhaltigkeit.
- Regelmäßige Berichterstattung seitens der Verantwortlichen an Gäste, Betriebe und Bürger sowie offener Zugang zu Informationen über Zustand und Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit im Tourismus.
- Institutionalisierte Beteiligungsverfahren.
- Mitgliedschaften in oder Kooperation mit Netzwerken, Organisation und Initiativen im Bereich Umweltschutz und Nachhaltigkeit.

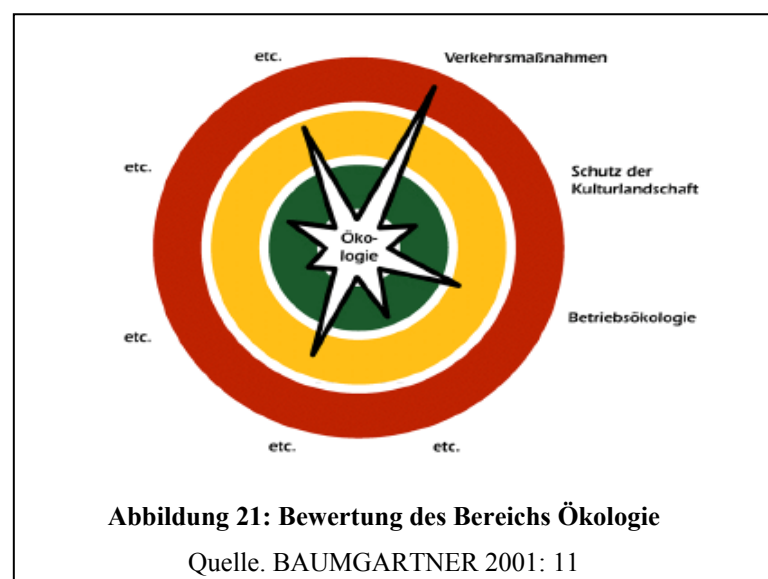
²³³ BAUMGARTNER 2001: 8 f.

POBS bewertet nach dem Zustand des Ampelprinzips:

- Grün zeigt einen unbedenklichen Zustand,
- Gelb einen alarmierenden Grenzbereich und
- Rot einen unbedingten Handlungsbereich.

Der rote Zustand zeigt das Überwiegen der negativen Kriterien, die alle anderen positiven Effekte überlagern. Wenn ein oder mehrere Ergebnisse im roten Zustand sind, dann ist die gesamte Bereichsbewertung „unverträglich“. Bedingt verträglich (gelb) bedeutet, dass weniger als zwei Drittel der Einzelergebnisse im grünen Zustand sind. Die Bewertungen der einzelnen Indikatoren jedes Bereichs werden in einer sternförmigen Darstellung präsentiert. Sie sollen die Stärken und Schwächen des regionalen Tourismus innerhalb eines Bereiches deutlich machen²³⁴.

Für die Gesamtbewertung werden für alle vier Bereiche (Ökologie, Ökonomie, Sozio-Kultur, und Institutionelles) getrennte Übersichten angefertigt. Um von Nachhaltigkeit im regionalen Tourismus sprechen zu können, müssen sich alle vier Bereiche im grünen Zustand befinden²³⁵.



In dem Beispiel in der vorigen Abbildung wurde der Bereich Ökologie bewertet. Da sich ein Indikator im roten Zustand befindet, ist dieser Bereich „Ökologisch unverträglich“. Die weiteren drei Bereiche werden nach dem gleichen Verfahren bewertet.

²³⁴ vgl. BAUMGARTNER 2001: 10 f.

²³⁵ vgl. BAUMGARTNER 2001: 11

Durch POBS können folgende Aussagen getätigt werden²³⁶:

- Bewertung der Nachhaltigkeit des Tourismus innerhalb der Region
- Bewertung der zeitlichen Entwicklung der Nachhaltigkeit des Tourismus innerhalb einer Region
- Bewertung der Verträglichkeit der einzelnen Bereiche Ökologie, Ökonomie, Sozio-Kultur und Institutionelle Rahmenbedingungen in Bezug auf die Nachhaltigkeit des Tourismus einer Region
- Identifikation einzelner Faktoren, die die Ursache eventuell schlechter Bewertungen sind, d.h. Identifikation von Ansatzpunkten für notwendige Maßnahmen.

Aus dem „Sustainable Development“-Konzept haben sich neue vielversprechende Ansätze entwickelt, wie der „Pro-Poor-Ansatz“ bzw. „ST-EP-Ansatz“, „Ökotourismus“ und der „Community Based Tourism-Ansatz“, die seither der Diskussion über die Rolle des Tourismus für Dritte-Welt-Länder eine neue und zukunftsweisende Richtung geben.

„Sustainable Tourism can be one of the few development opportunities for the poor.

Let us use it wisely and soon!”²³⁷

²³⁶ BAUMGARTNER 2001: 13

²³⁷ WTO 2002

3. Ökotourismus – Naturschutz durch Naturgenuss

Die Urlaubsmotive der Reisenden unterscheiden sich nach ihren Zielländern. In Australien und Ozeanien waren 32 % der Reisenden auf der Suche nach einer unberührten Landschaft – inklusive einer intakten Flora und Fauna. 80 % der Besucher des afrikanischen Kontinents gaben als größte Motivation für die Reise die Entdeckung der Tierwelt durch Safaris an. 50 % der lateinamerikanischen Touristen besuchten während ihrer Reise ein Naturschutzgebiet²³⁸. Insgesamt kann man feststellen, dass Ökotourismus immer mehr an Bedeutung gewinnt. In Bezug auf Vielfalt und unberührter Natur verfügen viele Länder der Dritten Welt über ein besonders Angebotspotential und individuelle Attraktivitäten: tropischer Regenwald, Savanne, Korallenriffe, Wasserfälle, Vulkane und Gebirgszüge. Ein Kapital, das für den Ökotourismus besonders prädestiniert ist, aber behutsam vermarktet werden muss. Somit versucht fast jedes wichtige Reiseland auf diese Vermarktungsschiene zumindest „aufzuspringen“.

Ökotourismus erlebt seit etwa 20 Jahren einen weltweiten Boom. Die Ressource ist die „Natur“. Weil diese in den Industrieländern zwar nicht abhanden gekommen ist, aber doch aus deren Sicht in ihrer „Reinform“ verschwunden ist, wird sie in der Dritten Welt tourismuspolitisch in Besitz genommen. Es wird versucht, das ökologisch Vertretbare, die Nutzung und langfristige Sicherung der natürlichen Ressourcen mit dem ökonomisch Notwendigen, dem Wirtschaftswachstum und der Forcierung einer nachhaltigen Entwicklung durch den Tourismus miteinander zu verknüpfen. Der Tourismus soll weiters zur Finanzierung von Schutzgebieten beitragen und Einkommensmöglichkeiten für die einheimische Bevölkerung schaffen²³⁹.

„Der Ökotourismus ist [...] ein zutiefst westliches, postmodernes Phänomen, in dem sich zum einen die Angst vor einer nicht mehr beherrschbaren und zerstörten Natur ausdrückt und zum anderen spiegelt er eine Spektaktualisierung der ‚unberührten‘ Natur und eine auf ästhetisches Vergnügen setzende Konsumkultur wider.“²⁴⁰

²³⁸ vgl. DIAMANTIS 1999: 94

²³⁹ vgl. VORLAUFER 1996: 225; vgl. LUGER et al. 2004: 67

²⁴⁰ BANDY 1996 zit. in LUGER et al. 2004: 65

3.1. Der Begriff „Ökotourismus“

In der Literatur findet man verschiedene Definitionen von Ökotourismus. Hier sind einige Adjektive angeführt, mit welchen die Zielgebiete von den diversen Autoren beschrieben werden²⁴¹: fragil und ursprünglich, sanft, grün, alternativ, still, integrativ, unberührt, unverdorben, unerforscht, natürlich, ungestört, unverschmutzt, naturnah, unentwickelt oder unterbesucht.

Einige Definitionen von Ökotourismus werden in der nachfolgenden Tabelle angeführt.

Quelle	Definition
BOO (1991) ²⁴²	“Eco tourism is a nature tourism that contributes to conversation, through generating funds for protected areas, creating employment opportunities for local communities, and offering environmental education.”
BAUMHACKL (2000) ²⁴³	“Ökotourismus ist eine Tourismusform, die auf Naturgenuss gerichtet ist, Naturschutz unterstützt und auch die „bereisten“ Menschen materiell absichert, zumindest aber die bestehende Not lindert.”
WEAVER ²⁴⁴	„Ecotourism is a form of tourism that is increasingly understood to be: based primarily on nature-based attractions, learning-centred, and conducted in a way that makes every responsible attempt to be environmentally, socio-culturally and economically sustainable.“
TIES (1991) ²⁴⁵	„Ecotourism is responsible travel to natural areas that conserves the environment and sustains the well being of local people.”
IUCN (1996) ²⁴⁶	„Ecotourism is environmentally responsible travel and visitation to relatively undisturbed natural areas, in order to enjoy and appreciate nature (and any accompanying cultural features – both past and present) that promotes conservation, has low negative visitor impact, and provides for beneficially active socio-economic involvement of local populations.”

Tabelle 15: Definitionen von Ökotourismus

²⁴¹ vgl. KURTE 2002: 68

²⁴² DIAMANTIS 1999: 98

²⁴³ BAUMHACKL 2000: 80

²⁴⁴ WEAVER 2001: 6

²⁴⁵ WOOD 2002: 9

²⁴⁶ WOOD 2002: 9

Die WTO (2001) bemühte sich vor dem „Internationalen Jahr des Ökotourismus“ um eine einheitliche Definition und fasste den Ökotourismus durch folgende fünf Merkmale zusammen²⁴⁷:

1. Es handelt sich um naturbasierenden Tourismus. Die Hauptmotivation ist das Bedürfnis, Natur zu erleben und auch traditionelle Kulturen in naturnahen Landschaften kennen zu lernen.
2. Ökotourismus schließt Erziehungs- und Bildungskomponenten ein.
3. Ökotourismus wird zumeist für Gruppen mit geringer Teilnehmerzahl durch spezialisierte kleine Firmen organisiert, die auch einen lokalen Eigner haben. Auch ausländische Firmen unterschiedlicher Größe können an der Organisation, Durchführung und/oder Vermarktung von Ökotourismus-Touren partizipieren, die normalerweise ebenso auf kleine Teilnehmergruppen beschränkt sind.
4. Negative Auswirkungen auf die natürliche und soziokulturelle Umwelt werden minimiert.
5. Ökotourismus trägt zum Naturschutz bei, und zwar dadurch,
 - dass aus seiner Existenz ein ökonomischer Gewinn für die lokalen Kommunen sowie für die Organisation und Behörden resultiert, die für den Naturschutz verantwortlich sind,
 - dass Arbeits- und Einkommensmöglichkeiten für die lokale Bevölkerung entstehen und
 - dass das Bewusstsein für die Bewahrung der natürlichen und kulturellen Werte sowohl bei den Einheimischen als auch bei den Besuchern wächst.

Berle zeigt 1990 zwei gegensätzliche Seiten von Ökotourismus auf²⁴⁸:

„Ecotourism is big business. It can provide exchange and economic reward for the preservation of natural systems and wildlife. But ecotourism also threatens to destroy the resources on which it depends. [...] frenzied activity threatens the viability of natural systems. At times we seem to be loving nature to death.“

²⁴⁷ WTO 2001 zit. in KARRASCH 2002: 14 f.

²⁴⁸ BERLE 1990 zit. in HARRISON 2001: 51

3.2. Prinzipien von Ökotourismus

Martha HONEY charakterisiert Ökotourismus durch die folgenden sieben Prinzipien²⁴⁹:

1. Involves travel to natural destinations

Bei den Zielgebieten handelt es sich meistens um entlegene Regionen, die für gewöhnlich unter nationalem, internationalem, kommunalem oder privatem Naturschutz stehen.

2. Minimizes impact

Das zweite Prinzip handelt von der Reduzierung der negativen Tourismusauswirkungen, verursacht durch Hotellerie, Verkehr oder infrastrukturelle Einrichtungen. Mit Hilfe von Recycling, Verwendung von lokal verfügbaren Baumaterialien, sicherer Abfallentsorgung und durch den Einsatz erneuerbarer Energiequellen soll die Ökotourismus-Destination geschützt werden. Um das empfindliche Ökosystem nicht aus dem Gleichgewicht zu bringen, muss die Anzahl und das Verhalten der Touristen reguliert werden.

3. Builds environmental awareness

Ökotourismus besitzt einen erzieherischen Wert, sowohl für die Touristen als auch für die einheimische Bevölkerung. Noch bevor die Zieldestination erreicht wird, sollten die Reiseveranstalter die Touristen mit Informationsmaterialien über das Land, die lokale Bevölkerung und die Verhaltensregeln in der Touristenregion versorgen. Der Text „Als Kunde sind Sie König!“ in Anhang 1 greift auf ironischer Weise die Verantwortungs- und Gedankenlosigkeit der Touristen in den Urlaubsdestinationen auf.

Ebenfalls wichtig ist ein gut ausgebildeter, mehrsprachiger Naturführer mit Kenntnissen der Natur- und Kulturschätze. Ökotourismus-Projekte sollen einen Beitrag zur Erziehung der Mitglieder der umliegenden Gemeinden, der Schulkinder und des breiten Publikums im Gastland leisten.

4. Provides direct financial benefits for conservation

Der neue Tourismusansatz trägt zur Finanzierung von Schutzgebieten bei. Ökotourismus erwirtschaftet finanzielle Mittel für Umweltschutz, Forschung und Umwelterziehung. Hierfür werden Park-Eintrittsgelder, Einnahmen der Hotels,

²⁴⁹ vgl. HONEY 1999: 22 ff.; <http://www.untamedpath.com/Ecotourism/defining.html>

Reiseveranstalter und Fluglinien, Flughafengebühren und freiwillige Spenden zur Verfügung gestellt.

5. Provides financial benefits and empowerment for local people

Das fünfte Prinzip setzt voraus, dass die einheimische Bevölkerung in die Entscheidungsprozesse miteinbezogen wird. Sie sollten Anteil am Einkommen und anderen greifbaren Vorteilen (Trinkwasser, Infrastruktur, Gesundheitseinrichtungen) haben. Die touristischen Unterbringungsmöglichkeiten, Restaurants, Bars etc. sollten von der lokalen Bevölkerung selbst betrieben werden. Wenn Ökotourismus als ein Instrument für die ländliche Bevölkerung gesehen werden soll, dann muss die wirtschaftliche und politische Kontrolle wieder der lokalen Gemeinschaft übergeben werden.

6. Respect local culture

Der respektvolle Umgang mit der fremden Kultur stellt ebenfalls eine Grundvoraussetzung für den Ökotourismus dar. Der Fremdenverkehr soll nur eine minimale Wirkung sowohl auf die natürliche Umgebung als auch auf die Bevölkerung des Gastlandes haben. Dies ist nicht immer einfach, denn immer häufiger liegen die Zieldestinationen in entfernten Gebieten, wo kleine und isolierte Gemeinschaften nur wenig Erfahrung im Umgang mit den ausländischen Touristen haben. Ein verantwortungsvoller Ökotourist sollte sich daher bereits vor Reiseantritt eingehend mit der Kultur des bereisten Landes beschäftigen.

7. Support human rights and democratic movements

Ein massentouristisches Aufkommen schenkt nur spärlich dem politischen System des Gastlandes oder der Kämpfe innerhalb seine Aufmerksamkeit, es sei denn, die Zivilunruhe greift auf die Touristen über. Ökotourismus versucht ein Verständnis für die politischen Verhältnisse und das soziale Klima eines Landes zu entwickeln. Aus diesem Grund unterstützt er demokratische Reformen, die Mehrheitsregierung und die Menschenrechte.

Aus den sieben Prinzipien leitet HONEY ihre Definition von Ökotourismus ab²⁵⁰:

„Ecotourism is travel to fragile, pristine, and usually protected areas that strives to be low impact and (usually) small scale. It helps educate the traveler; provides funds for conservation; directly benefits the economic development and political empowerment of local communities; and fosters respect for different cultures and for human rights.“

²⁵⁰ HONEY 1999: 25

3.3. Internationales Jahr des Ökotourismus

Von der „weißen“ zur „grünen“ Industrie

INTERNATIONALES JAHR DES FERNTOURISMUS 1967

Instrument nachholender Entwicklung
Vorreiter der Modernisierung
Elegante Form der Entwicklungshilfe
„weiße Industrie“ ohne Schornsteine

INTERNATIONALES JAHR DES ÖKOTOURISMUS 2002

Instrument des Naturschutzes
Instrument nachhaltiger Entwicklung
Verbindung von Ökologie und Ökonomie
„Grüne Industrie ohne Schornsteine“

Abbildung 22: Von der weißen zur grünen Industrie

Quelle: BACKES 2003: 10

In den 1960er Jahren erschien der Ferntourismus als Hoffnungsträger für die ökonomische Entwicklung vieler Entwicklungsländer. Er wurde als Instrument nachholender Entwicklung angesehen und war der Vorreiter der Modernisierung durch wirtschaftliches Wachstum auf die „sanfte“ Art. Es hieß, dass im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen der Tourismus wenig negative Umweltauswirkungen auf die Länder hat und deswegen wurde er „weiße Industrie“ genannt. Die Tourismusförderung stieg zu einer eleganten Form der Entwicklungshilfe auf. Diese Hoffnung fand in dem von den Vereinten Nationen 1967 ausgerufenen Internationalen Jahr des Ferntourismus ihren Ausdruck²⁵¹.



35 Jahre nach dem Internationalen Jahr des Ferntourismus scheint mit Ökotourismus nun ein wirtschaftliches Instrument „nachhaltiger Entwicklung“ gefunden zu sein. Es ist nicht nur „wenig umweltbelastend“ (wie noch die weiße Industrie) sondern, im Gegenteil, als „grüne Industrie“ soll diese Tourismusform sogar zum Schutz von Natur und Umwelt beitragen²⁵².

²⁵¹ vgl. BACKES 2003: 9 f.

²⁵² vgl. BACKES 2003: 9 f.

Die Vereinten Nationen haben das Jahr 2002 zum „Internationalen Jahr des Ökotourismus“ ausgerufen. Das IYE (= International Year of Ecotourism) wurde am 28. Jänner 2002 offiziell in New York durch die WTO und UNEP eröffnet. Das Ziel war, die internationale Verständigung und Kooperation im Hinblick auf einen nachhaltigen Tourismus und Weltfrieden zu fördern²⁵³.

Die drei Haupterkenntnisse der IYE-Konferenz sind nach UNEP²⁵⁴:

- Ökotourismus hat sich als politisch anerkanntes Konzept etabliert.
- Mit dem Begriff Ökotourismus wird auch „Greenwashing“ und anderer Missbrauch betrieben.
- Tourismus wird nun als globaler ökonomischer Antriebsfaktor, im speziellen auch für Entwicklungsländer und kleine Inselstaaten anerkannt.

Während UNEP und WTO den Verlauf und das Ergebnis des IYE als positiv bezeichneten, wurde es von NGOs und Vertretern von Indigenen kritisiert – laut ihnen wurden viele wichtige Themen wie Armutsbekämpfung und Verkehr etc. nicht behandelt. Für die UNEP ist es jedoch schon ein Erfolg, dass über 50 Staaten spezielle politische Richtungsvorgaben und Strategien entwickelt haben, die vermehrt auf Ökotourismus abzielen²⁵⁵.

BAUMGARTNER sieht die Beiträge zum IYE so²⁵⁶:

„Das Themenjahr wurde zwar politisch kritisiert und/oder begleitet, aber nur marginal als Hintergrund für Projekte im Jahr 2002 genutzt. Allgemein positiv bewertet wurden die neuen Kooperationen, die sich durch das IYE ergeben hätten. Dabei handelt es sich aber vorwiegend um horizontale Kooperationen wie z.B. die von WTO/OMT mit UNEP, selten um vertikale Kooperationen Internationaler Organisationen oder Staaten mit NGOs.“

3.4. Zielgebiete des Ökotourismus

In den Entwicklungsländern haben sich folgende wichtige Ökotourismus-Zielgebiete etabliert²⁵⁷:

- Mittelamerika: Costa Rica, Belize, Honduras

²⁵³ vgl. BAUMGARTNER et al. 2003: 7 ff.

²⁵⁴ UNEP zit. in LUGER et al. 2004: 169

²⁵⁵ vgl. BAUMGARTNER et al. 2003: 7 ff.

²⁵⁶ BAUMGARTNER 2003 zit. in LUGER et al. 2004: 171

²⁵⁷ vgl. STRASDAS 2001: 127

- die Andenländer und das Amazonas-Becken: Brasilien, Ecuador, Peru, Guyana
- Ost- und Südafrika: Südafrikanische Republik, Kenia, Tansania, Simbabwe, Namibia, Demokratische Republik Kongo
- Südostasien: Malaysia, Thailand, Indonesien, Vietnam
- Himalaja-Länder: Nepal
- Länder und Inselgruppen mit Korallenriffen in der Karibik, am Roten Meer, im Indischen Ozean und in der Südsee.

3.5. Formen von Ökotourismus

In der Literatur gibt es unterschiedliche Einteilungsvarianten, wie Ökotourismus in Erscheinung treten kann. Die Arbeitsgruppe Ökotourismus (1995: 46) unterscheidet folgende Typen (differenziert nach den bevorzugt ausgeübten Aktivitäten)²⁵⁸:

- **Naturbeobachtung:** Landschaftsbild, Naturfotographie, Tierbeobachtung (wie z..B. Bird- oder Whale-Watching, Fotosafari), botanische Besonderheiten
- **Abenteuertourismus:** körperlich anstrengende Aktivitäten wie Trekking, Bergsteigen, Wildnis-Expeditionen, Mountainbiking, Kanufahren, Höhlentouren, Rafting, Tauchen, Canyoning, Paragliding, Heliskiing etc. Diese Tourismusform ist mit einer hohen Erlebnisintensität verbunden und wird deshalb auch oft als Sporttourismus bezeichnet.
- **kultureller/anthropologischer Naturtourismus:** Interesse an naturnah lebenden, vor allem indigenen Völkern mit ihrer ursprünglichen „primitiven“ – aber dafür natürlichen – Lebenswelt, sowie Interesse an traditionellen und nachhaltigen Naturnutzungsformen (z.B. Medizinalpflanzen), auch in Verbindung mit historischen und archäologischen Stätten
- **konsumptiver Naturtourismus:** Freizeit-Jagd und Angeln
- **Wissenschafts-/Projekt-/Ausbildungstourismus:** Projekte in Naturgebieten (professionell, als Hobby oder aus idealistischen Gründen betrieben), Forschungsvorhaben, Ausbildungskurse z.B. in den Bereichen Biologie, Ökologie (Wildtierbetreuung), nachhaltige Nutzung von Naturressourcen, Umweltsanierung, Ethnologie, Archäologie und Paläontologie

²⁵⁸ vgl. STRASDAS 2001: 118

3.6. Die Zukunft von Ökotourismus

3.6.1. Today's Ecotourism, Tomorrow's Mass Tourism?

Die heutigen Dimensionen des Ökotourismus können leicht zum morgigen Massenprodukt mit all den bereits bekannten negativen Begleitproblemen werden. Länder, die große Teile ihrer Regionen für Naturschutz und Tourismus freihalten, können dem Zwang oder der Versuchung unterliegen, die Schutzgebiete möglichst intensiv für den Tourismus zu vermarkten. Dabei handelt es sich um Maximierung des ökonomischen Nutzens aus den Naturräumen²⁵⁹.

In den 1960er und 1970er Jahren waren diejenigen, die in Kenia eine Fotosafari buchten, von überschaubarer Anzahl. Die kleine Schar an verantwortungsvollen Ökotouristen hatte damals wenig negativen Einfluss, weder auf die Tierwelt noch auf die lokale Bevölkerung. Im Laufe der Zeit realisierten die lokalen Gemeinden, die Regierung und die ausländischen Reiseveranstalter das Potential und begannen das Produkt „Fotosafari“ auszubauen. In Ostafrika wurde die Kombination einer Woche Safari mit einer Woche Badeurlaub zum Massentrend²⁶⁰.

Schon bald wies der lange Zeit gepriesene Ökotourismus zu viele Besucher, eine zu starke Motorisierung und eine ökologisch ungünstige zeitliche und räumliche Besucherverteilung auf. Das Land tolerierte darüber hinaus unverträgliche Verhaltensweisen der Touristen, wie z.B. Verschmutzung durch Abfälle, Verlassen der markierten Wege, Aufscheuchen des Wildes durch Autohupen und „Jagen“ der Tiere mit dem Auto. Weiters stellen die Lodges und Campingplätze in den Nationalparks und die daraus resultierenden Ver- und Entsorgungsprobleme eine Umweltbelastung dar.

Einzelne Tierarten reagieren auf die ständige Beobachtung durch Touristen mit Stress, Verhaltensstörungen, Irritationen und Fluchtverhalten: So werden zum Beispiel die nur tagaktiven Geparde in stark frequentierten kenianischen Nationalparks mit oft bis zu 15 Safari-Jeeps gleichzeitig umstellt. Die Fahrer missachten auch auf Druck der Reisenden und in Erwartung eines Trinkgeldes die Parkvorschriften. Der Jagderfolg für die Tiere wird hier enorm eingeschränkt, so dass sie nicht selten zu verhungern drohen²⁶¹.

²⁵⁹ vgl. SWARBROOKE 1999: 320; vgl. VORLAUFER 1996: 223

²⁶⁰ vgl. SWARBROOKE 1999: 320 f.

²⁶¹ vgl. VORLAUFER 1996: 223 f.



Abbildung 23: Geparde im Masai Mara N.R./Kenia

Quelle: eigene Photographie (02/2006)

Die negativen Auswirkungen der Touristenströme sind innerhalb des afrikanischen Kontinents vor allem in Kenia spürbar. Kenia verfolgt einen „low price approach“ – die Eintrittsgebühren für die Nationalparks sind auch für die ausländischen Touristen nicht sehr hoch – im Gegenteil, sie sind meines Erachtens eindeutig zu niedrig. Im Gegensatz dazu werden in Zimbabwe, Botswana, Namibia und Tansania die Besucherzahlen der Tragfähigkeit über einen „high price approach“ angepasst²⁶².

“Ecotourists, when it comes to animals, prefer the ‘good’ and the funny, are in awe of the big, fascinated by the bad, but are not interested in the ugly or the dull.”²⁶³

3.6.2. Ökotourismus als Marketingstrategie?

Der Begriff Ökotourismus wird häufig durch touristische Reiseveranstalter missbraucht. Oft werden nicht nachhaltige Produkte und Geschäftspraktiken unter dem Slogan „Naturschutz durch Naturgenuss“ vermarktet. Mehr und mehr Tourismusdestinationen bemühen sich, durch den Ökotourismus ihre Schutzgebiete zu erhalten und zu finanzieren. Das größte Problem ist jedoch die mangelnde Kooperation der Tourismuswirtschaft mit den Naturschutzverantwortlichen. In vorbildhaften Beispielen zeigt sich aber, dass Ökotourismus durchaus realisierbar ist und dass Naturschutz aus den

²⁶² vgl. VORLAUFER 1996: 223

²⁶³ SWARBROOKE 1999: 322

Tourismuseinnahmen finanziert werden kann. In geeigneten Gebieten kann „Ökotourismus“ eine wichtige Entwicklungsoption darstellen. Als wesentliche Grundlagen sind eine hohe touristische Attraktivität, die Erreichbarkeit, ein längerfristiges professionelles Tourismusmanagement und eine Kooperation mit dem Privatsektor bzw. mit verantwortungsbewussten touristischen Unternehmen zu nennen. Viele Unternehmen in der Fremdenverkehrsbranche sind jedoch nur sehr zögerlich bereit, sich auch finanziell für Schutzgebiete zu engagieren²⁶⁴.

4. Community Based Tourism – Selbsthilfe durch Tourismus

Anders als das Erleben von unberührter Natur oder das Beobachten von Tieren in der freien Wildbahn, das bei Ökotourismus im Vordergrund steht, ist beim Community Based Tourism die lokale Bevölkerung der Mittelpunkt. Die Menschen in den Dörfern sollen selbst die Geschwindigkeit und den Grad der Entwicklung bestimmen.

4.1. Der Begriff „Community Based Tourism“

Wie bei vielen anderen Tourismusbegriffen gibt es auch bei dem „Community Based Tourism“ definitorische Schwierigkeiten. In der deutschen Sprache wird CBT als „gemeindebasierter Tourismus“ übersetzt.

Gute Definitionen sind von MELKER und vom „The Mountain Institute“:

*„CBT is tourism that takes environmental, social, and cultural sustainability into account. It is managed and owned by the community, for the community, with the purpose of enabling visitors to increase their awareness and learn about the community and the local ways of life.“*²⁶⁵

*“[...] Community-based Tourism is a visitor-host interaction that has meaningful participation by both, and generates economic and conservation benefits for local communities and environments.“*²⁶⁶

²⁶⁴ vgl. STRASDAS 1999: IX f.

²⁶⁵ MELKER 2006: 14

²⁶⁶ THE MOUNTAIN INSTITUTE 2000: 1

Für STRASDAS 2002 ist die Gemeinde selbst die Attraktion²⁶⁷:

„Community-based tourism is about self-determination, but also about creating a new product: authentic experience of indigenous or rural lifestyles.“

HÄUSLER und STRASDAS (2003) definieren CBT so²⁶⁸:

„CBT is a form of tourism in which a significant number of local people has substantial control over, and involvement in its tourism development and management. The major proportion of the benefits remains within the local economy. Members of the community, even those who are not indirectly involved in tourism enterprises, gain some form of benefit as well (community fund, multiplier effect etc.).“

Im Jahre 2007 wird von EcoTour Directory diese Tourismusform so beschrieben²⁶⁹:

„The aims are to enable participation from the local community in the development and operations of tourism with their consent and support. Another important feature is that a reasonable share of the revenues are enjoyed by the community. This type of tourism also maintains and respects the local culture, heritage and traditions. Often, community-based tourism actually reinforces and sometimes rescues these. Community-based tourism also implies respect and concern for the natural heritage, particularly where the environment is one of the attractions.“

CBT ist ein partizipativer Ansatz einer nachhaltigen Entwicklung, mit dem Ziel der ansässigen indigenen Bevölkerung durch einen einfachen Tourismus - einem Tourismus der „kleinen Zahl“ - alternative Einkommensmöglichkeiten als Ergänzung zur traditionellen Subsistenzwirtschaft zu schaffen und damit zur Verminderung der Armut beizutragen.

Es ist ein selbst bestimmter Tourismus (vgl. eigenständige Regionalentwicklung), der sich aus dem Kulturverständnis, dem lokalen Humankapital, dem Organisationspotential und der Solidarität der indigenen Bevölkerung entwickeln soll und dem Schutz der natürlichen Umwelt („Naturgenuss durch Naturschutz“) und der Kultur („Ethnotourismus“) verpflichtet ist, die Außenabhängigkeit minimiert und die Wertschöpfung aus dem Tourismus der Bevölkerung zugute kommen lässt.

²⁶⁷ STRASDAS 2002 zit. in NEUDORFER 2006: 67

²⁶⁸ HÄUSLER /STRASDAS 2003 zit. in http://www.cic-wildlife.org/uploads/media/Haeusler_Community_based_tourism_2005_eng.pdf

²⁶⁹ ECOTOUR 2007 zit. in <http://www.ecotourdirectory.com/>

4.2. Lokale Partizipation – der Schlüsselfaktor für CBT

Das Konzept der lokalen Partizipation ist keine neue Erfindung für touristische Entwicklungsvorhaben. Es spielte jedoch in den vergangenen Jahrzehnten lange Zeit nur eine untergeordnete Rolle – ein umfassendes Mitsprache- und Mitentscheidungsrecht war in der Zeit der Modernisierungstheorie nicht vorgesehen. Erst mit den darauf folgenden Dependenztheorien gewann der Partizipationsgedanke wieder an Bedeutung: die Handlungsfähigkeit der einheimischen Bevölkerung soll durch mehr Eigenständigkeit den eigenen Entwicklungsprozess stärken²⁷⁰.

CERNEA hat lokale Partizipation folgendermaßen beschrieben²⁷¹:

„giving people more opportunities to participate effectively in development activities. It means empowering people to mobilize their own capacities, be social actors rather than passive subjects, manage the resources, make decisions and control the activities that affect their lives.”

Nach PALM (2000: 14 f) werden bei lokaler Partizipation vier Intensitätsstufen unterschieden, wobei die Stufe 1 die geringsten Effekte im Sinne von nachhaltiger Entwicklung hat.

- | | |
|---------|---|
| Stufe 1 | <u>Information</u> : Alle Beteiligten werden über geplante oder laufende Aktivitäten informiert |
| Stufe 2 | <u>Konsultation</u> : Die Beteiligten können ihre Meinung äußern und ihre Ratschläge sind gefragt |
| Stufe 3 | <u>Entscheidung</u> : Die Beteiligten haben ein Mitentscheidungsrecht über den geplanten Prozessverlauf |
| Stufe 4 | <u>Eigeninitiative</u> : Die lokale Bevölkerung wird selbst aktiv, entwickelt und bestimmt den Projektverlauf nach eigenen Vorstellungen. |

Partizipation kann sowohl ein Ziel als auch ein Mittel im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit sein. Leider treten aber in der Praxis einige konzeptionelle Ungereimtheiten und Defizite auf²⁷²:

- Partizipative Projektarbeit wird von unterschiedlichen Werte- und Normvorstellungen beeinflusst. Schon im Projekt selbst aufgrund der

²⁷⁰ vgl. BEYER 2006: 140 f.

²⁷¹ CERNEA 1991 zit. in PALM 2000: 14

²⁷² BEYER 2006: 140 f.

Zusammenarbeit der einheimischen und der ausländischen Akteure, als auch im Tourismus (durch die Begegnung von ausländischen Touristen mit der lokalen Bevölkerung) gibt es unterschiedliche Kulturen und Wissenssysteme. Die ausländischen Beteiligten neigen dazu, westliche Normen in die Entwicklungsprozesse der Länder der Dritten Welt einzuführen.

- Das Mitsprache- und Mitentscheidungsrecht der lokalen Bevölkerung setzt häufig zu spät bzw. zu einem Zeitpunkt ein, an dem bereits wesentliche Vorentscheidungen getroffen wurden. CBT soll dafür sorgen, dass die Einheimischen schon von Beginn an Einfluss auf den Projektplanungsprozess haben.
- Die Ziele und Bedürfnisse der beteiligten einheimischen (insbesondere der armen, unterprivilegierten und marginalisierten) Bevölkerungsgruppen werden kaum abgefragt und somit unzureichend in die Planung miteinbezogen.

4.3. Das Konzept des CBT

Community Based Tourism²⁷³

- seeks to increase people's involvement and ownership of tourism at the destination end.
- initiates from and control stays with the local community.
- has some resonance in the other types of tourism reviewed here.

Die Lösungsvorschläge für die Probleme des Entwicklungsländertourismus (z.B. Schutz empfindlicher Ökotope, Siedlungsentwicklung, Wassernutzung) sollten auf der kommunalen Ebene angesetzt werden. Damit könnte man die jeweilige örtliche Situation mit einbeziehen. Die Verknüpfung des Konzeptes des nachhaltigen Tourismus mit einer eigenständigen Regionalentwicklung ist beim CBT sehr wichtig, da insbesondere auf regionaler und lokaler Ebene wesentliche Zusammenhänge berücksichtigt und wichtige Synergieeffekte genutzt werden können²⁷⁴.

²⁷³ MOWFORTH/MUNT 2003: 95

²⁷⁴ vgl. BECKER et al. 1996: 160 f.

Community Based Tourism sollte²⁷⁵

1. unter Einbindung und mit Einwilligung der einheimischen Bevölkerung betrieben werden.
2. einen fairen Anteil des Gewinnes den ansässigen Bewohnern zugestehen.
3. statt einzelner Profiteure die gesamte Gemeinde involvieren. Idealerweise sollte dies Gemeindeprojekte wie Gesundheitsvorsorge, Schulen etc. beinhalten.
4. ökologisch nachhaltig sein.
5. traditionelle Kulturen und soziale Strukturen respektieren.
6. Einrichtungen bereitstellen, die den Gemeinden helfen, mit dem westlichen Einfluss der Touristen zurechtzukommen.
7. die Gruppengrößen klein halten, um die kulturellen und ökologischen Auswirkungen und Risiken zu minimieren.
8. die Touristen schon vor Reiseantritt auf ein angemessenes Verhalten im Zielland hinweisen.
9. die einheimische Bevölkerung nicht zu Aufführungen von traditionellen Zeremonien verpflichten.
10. es respektieren, wenn die Bewohner den Fremdenverkehr ablehnen. Den einheimischen Bevölkerungsgruppen sollte das Recht gegeben werden, „NEIN“ zum Tourismus zu sagen. Die Ablehnung eines Tourismusprojektes hängt stark mit dem kulturellen Selbstbewusstsein der Bevölkerungsgruppe zusammen.

Eine umfangreiche Partizipation bis hin zur Eigeninitiative der lokalen Bevölkerung bringt vor allem Impulse für die ländliche Regionalentwicklung und für den Natur- und Ressourcenschutz. Auf diesem Wege werden Anreize zur Bewahrung des natürlichen Erbes automatisch übermittelt. Durch die Integration der Individuen oder Gemeinschaften in das Projekt kann die negative soziokulturelle Folgewirkung des Tourismus minimiert werden.

Beim CBT werden Einkommensmöglichkeiten und Arbeitsplätze für die lokalen Akteure geschaffen. Gleichzeitig wird eine breitere Bevölkerungsschicht in die nationale Entwicklung des Landes eingebunden, um den regionalen Disparitäten entgegenzuwirken. Weiters sind Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für die lokalen Bevölkerungsgruppen ein wesentliches Instrument zur Entwicklung eines Verständnisses und Bewusstseins für

²⁷⁵ <http://www.tourismconcern.org.uk/index.php?page=community-tourism>

einen nachhaltigen Tourismus. Somit wird im Community Based Tourism das Prinzip „Hilfe zur Selbsthilfe“ angewandt. Durch entsprechende Qualifikationen der lokalen Bevölkerungsgruppen kann das Selbsthilfeprinzip gewährleistet werden²⁷⁶.

4.3.1. Fünf Prinzipien von CBT

Nach SUANSRI (2003) gibt es fünf grundsätzliche Auslegungen, die das CBT-Konzept rechtfertigen²⁷⁷:

Ökonomisch:	Erhöhung des Einkommens der lokalen Bevölkerung
Sozial:	Aufbau des Bildungswesens, Erhöhung der Lebensqualität, Förderung des Gemeinschaftsstolzes, Aufbau von Gemeinschaftsverwaltungsorganisationen
Kulturell:	Vermittlung von Respekt gegenüber anderen Kulturen, kultureller Austausch
Ökologisch:	Überprüfung der Kapazitätsgrenzen des Gebietes, Umwelterziehung, Müllentsorgungsmanagement, Bewussteinsschaffung zur Umwelterhaltung
Politisch:	Gewährleistung der Partizipation der Einheimischen, Akzeptierung der Gemeinschaft von „Außenseitern“

4.3.2. Integration menschlicher Ressourcen

Die Partizipation der einheimischen Bevölkerung kann als menschliche Ressource in bestimmte Bahnen gelenkt werden, um die natürlichen Ressourcen des Gebietes nachhaltig zu nutzen und zu schützen. Die Autorin PALM (2000: 19) betrachtet diesen Standpunkt so:

„Die Integration der menschlichen Ressourcen, die das Instrument CBT beinhaltet, bedeutet nicht, dass die betroffenen Bevölkerungsgruppen unter ‚Schutz gestellt‘ werden sollen oder ihre Kultur und Tradition von Dritten als touristische Attraktion vermarktet werden.“

²⁷⁶ vgl. PALM 2000: 15 ff.

²⁷⁷ SUANSRI 2003 zit. in http://www.cic-wildlife.org/uploads/media/Haeusler_Community_based_tourism_2005_eng.pdf

Stattdessen beinhaltet das Konzept zwei verschiedene, aber trotzdem miteinander verbundene Zielrichtungen²⁷⁸:

1. Aus- und Weiterbildung durch Partizipation

Um den Idealfall der „Eigeninitiative“ zu erreichen, müssen Aus- und Weiterbildungsprogramme in das Tourismusprojekt integriert werden. Dabei sollen Gebiete wie Sprache, konfliktfreie Verständigung, Verständnis für die Bedürfnisse der Reisenden sowie alternative Nutzung der natürlichen Ressourcen vermittelt werden. Wenn man mit und in der Natur lebt und diese nicht „ausnutzt“, führt das automatisch zu nachhaltigen ökologischen Auswirkungen und am Ende zu positiven ökonomischen Effekten.

2. Kulturerhaltung durch Partizipation

Durch den Fremdenverkehr sollen traditionelle Sitten und Gebräuche, Handwerk und Kunst erhalten bzw. wiederbelebt werden. Das Fortbestehen der Bindungen an einen bestimmten Kulturkreis und damit die Vermeidung des Identitätsverlustes soll im CBT gefördert werden.

4.4. Konflikte innerhalb der Dorfgemeinschaften

Der Tourismus, der von den Dorfgemeinschaften selbst organisiert wird, soll gewährleisten, dass das Ungleichgewicht an der Basis verringert wird und somit die Vorteile breiter gestreut werden. Tendenziell nützt er aber innerhalb der Akteure des Entwicklungsländertourismus stärker den Privilegierten. Der Grund liegt in den bestehenden Machtstrukturen (ökonomische Situation, Bildungsstand, Familienhintergrund, Geschlecht). Ein Schweizer Tourismusberater aus dem peruanischen Süden beschreibt das so²⁷⁹:

„Dorfgemeinschaften sind sehr schwierig, denn sie sind eben nicht diese unberührte Welt, in der noch alles in Ordnung ist.“

Auch die Reisebüros, Reiseveranstalter und NGOs kooperieren lieber mit besser gestellten und höher gebildeten Mitgliedern eines Dorfes. Sie verfügen meistens über die notwendigen Sprachkenntnisse und gesellschaftliche Fähigkeiten der Interaktion, um mit

²⁷⁸ vgl. PALM 2000: 19

²⁷⁹ Tourismus Watch Nr. 49 (2007): Peru: Tourismus in Händen von Dorfgemeinschaften

den verschiedenen Projektpartnern umzugehen. Als Ergebnis werden die weniger erfolgreichen Mitglieder der Gesellschaft auf niederen Ebenen ins Tourismusgeschäft integriert²⁸⁰.

Jane Carnaffan nahm durch ihre Feldforschung an verschiedenen Orten in Peru folgende Erkenntnis mit²⁸¹:

„Wenn ‚Community-based tourism‘ seinen basisorientierten Prinzipien gerecht werden soll und wenn verhindert werden soll, dass er in Gegenden mit angespannter politischer Lage zu Konflikten führt, müssen die entscheidenden Fragen angegangen werden, wer von diesem Tourismus profitiert und in welchem Umfang. Sind diese Fragen beantwortet, muss geplant werden, wie die Vorteile der Tourismusentwicklung in den gesamten Gemeinschaften gleichmäßiger verteilt werden können.“

4.5. Community Based oder Masse?

Können die Initiativen des CBT die selbst auferlegten Erwartungen zur Umwelt- und Kulturerhaltung und Partizipation der lokalen Bevölkerung wirklich erfüllen? Sind die Beiträge des nachhaltigen Tourismus besser, größer oder wichtiger als die einer großen Hotellerie?

Viele Autoren sind der Meinung, dass Massentourismus in Hotelanlagen mit All-Inclusive-Charakter nicht mit nachhaltigem Tourismus vereinbar ist. Bei genauerer Auseinandersetzung mit dem Thema ist diese Feststellung so nicht unbedingt haltbar. Eine große Hotellerie kann über die ausgezahlten Lohnsummen und die Zukäufe von Agrarprodukten, Exkursionen etc. der lokalen Bevölkerung sehr wohl positive Auswirkungen bescheren. Durch ein gutes Umweltmanagement können die großen Hotels auch ihre Umweltbilanz positiv gestalten. Meistens kommt jedoch die Kulturverträglichkeit beim Massentourismus zu kurz. Um Pauschalisierungen über die Beiträge zur Nachhaltigkeit zu vermeiden, muss man sich die genauen Umstände der Gestaltung der touristischen Angebote, sowohl bei massentouristischen als auch bei alternativen Tourismusformen, ansehen²⁸².

²⁸⁰ vgl. Tourismus Watch Nr. 49 (2007): Peru: Tourismus in Händen von Dorfgemeinschaften

²⁸¹ CARNAFFAN 2007 zit. in Tourismus Watch Nr. 49 (2007): Peru: Tourismus in Händen von Dorfgemeinschaften

²⁸² vgl. GTZ 2007c: 1

Wenn die gemeindebasierten Tourismusprojekte einen guten Zustrom haben und damit ihr ökonomischer Beitrag für die Einheimischen gesteigert wird, dann kann auch beim CBT die Umwelt- und Sozialverträglichkeit auf der Strecke bleiben. Anhand eines Beispiels des Tourismusprojektes aus dem Dorf Emberá Drua in Panamá lässt sich feststellen²⁸³, dass ein und dasselbe Produkt

- **nicht nachhaltig ist**, wenn nur 50 oder 100 Besucher im Jahr ins Dorf kommen. Die Einnahmen würden sich auf ungefähr 300 US \$ pro Monat oder 10 US \$ je Familie belaufen. Damit ist der Aufwand der Dorfbewohner an Arbeit und Material nicht gedeckt.
- **nachhaltig ist**, wenn zwischen 1.000 und 2.000 Reisende, das sind 20 bis 40 pro Woche, das Gebiet besuchen. Die Relation zwischen Aufwand und Ertrag stimmt und die Eingriffe in das Dorfleben sind erträglich.
- **nicht mehr nachhaltig ist**, wenn es von 10.000 oder mehr Besuchern (50 pro Tag) genutzt wird. Dies würde zwar einen enormen ökonomischen Beitrag (350.000 US \$ pro Jahr oder 1.000 US \$ je Familie im Monat) bedeuten, jedoch würde die ständige Anwesenheit großer Besuchergruppen das Leben in dem Dorf in Panamá zur bloßen Show degradieren.

Eine Community Based-Begegnung in kleinen Gruppen kann folgende Leistungen beinhalten: ein bis zwei Übernachtungen im Dorf, kulturelle Darbietungen, Touren durch die Natur sowie lokal zubereitetes Essen. Durchschnittlich verlangt ein Veranstalter für so ein Pauschalarrangement pro Gast 40 US \$. Von den Bruttoeinnahmen müssen jedoch noch Kosten für die Etablierung, Beratung, Vermarktung und Unterhaltung der CBT-Projekte abgezogen werden²⁸⁴.

4.5.1. Das Dilemma der Kleinhotellerie

Auch die Kleinunternehmen haben große Schwierigkeiten, die Anforderungen an Umwelt- und Sozialverträglichkeit zu erfüllen. In kleinen Beherbergungsbetrieben und Restaurants verdienen die Arbeitskräfte weniger als in den benachbarten All-Inclusive Resorts. So werden Kellner und Zimmermädchen im nicaraguanischen Montelimar in der

²⁸³ vgl. GTZ 2007c: 1

²⁸⁴ vgl. GTZ 2007b: 1

Einfachhotellerie mit 88 US \$ (2002) im Monat entlohnt. Das ist gemäß einer Untersuchung der GTZ um ungefähr ein Drittel weniger als die Arbeitskräfte in den großen Hotels verdienen (114 US \$ pro Monat). Wenn man zum Gehalt die Zusatzleistungen der All-Inclusive Anlagen hinzurechnet (z.B. freier Transport zum Arbeitsplatz, bei Bedarf freie Unterkunft, Mahlzeiten während der Arbeitszeit), dann erhöht sich der Lohn auf 182 US \$ im Monat²⁸⁵.

4.5.2. Win-Win Situation

Anhand von Beispielen lässt sich feststellen, dass Massentourismus, touristische Klein- und Mittelunternehmen und CBT sich durchaus gut vertragen und eine Koexistenz dieser Tourismusformen eine nachhaltige touristische Entwicklung fördern kann. Um eine Win-Win Situation zu erzielen, bedarf es geeigneter Rahmenbedingungen und einer angemessenen touristischen Entwicklungsstrategie²⁸⁶.

Wenn sich die beteiligten Tourismusakteure nicht einigen können, dann könnte das Ergebnis dem von Nicaragua gleichen: Statt Beherbergungsbetrieben am Strand werden an der Pazifikküste derzeit 2.000 Privatwohnsitze gebaut. Die Preise für die Grundstücke sind innerhalb kurzer Zeit von weniger als 1 US \$ pro Quadratmeter auf mehr als 40 US \$ explodiert. Die Immobilienfirmen bauen Strandvillen für wohlhabende Einheimische und Altersruhesitze für reiche Nordamerikaner. Diese schöpfen den Großteil des enormen Wertzuwachses ab und für die lokale Bevölkerung gibt es nur während der Bauphase positive Effekte²⁸⁷.

„Wo die reichen Nicas mit Ihren Jeeps samt Anhängern, Hausangestellter und Essen aus dem Supermarkt in Managua logieren, bleiben für die lokale Bevölkerung als Ausgleich für die abgesperrten Strände gerade mal 2 mies bezahlte Jobs: der des Wachmannes und des Gärtners.“²⁸⁸

²⁸⁵ vgl. GTZ 2007b: 3

²⁸⁶ vgl. GTZ 2007b: 3 f.

²⁸⁷ vgl. GTZ 2007b: 6

²⁸⁸ GTZ 2007c: 2

5. Pro Poor Tourism – Konzept zur Armutsbekämpfung

„Armut ist nicht gottgegeben. Armut kann durch gemeinsame Anstrengungen beseitigt werden. Die Strategie muss alle Sektoren und Ebenen unserer Gesellschaft umfassen, vor allem müssen dabei der Staat, der Markt sowie die Zivilgesellschaft mit eingeschlossen werden.“²⁸⁹

(Eka Blatt aus Indien, Trägerin des Alternativen Nobelpreises)

Community Based Tourism und Pro Poor Tourism (= „Armutsreduzierender Tourismus“) sind in ihrer Konzeption sehr ähnlich: CBT konzentriert sich auf die Schaffung gemeinsamer Tourismusprojekte in den Dörfern und bei PPT liegt das Hauptaugenmerk auf der Reduzierung der Armut in den Tourismusgebieten. Hierbei geht es nicht um ein Reisesegment wie etwa beim Ökotourismus, sondern PPT kann als entwicklungspolitische Chance zur Armutsbekämpfung gesehen werden. Armutsreduzierung wurde zum neuen Leitziel und zur zentralen entwicklungspolitischen Aufgabe für Dritte-Welt-Länder.

Generalsekretär der WTO Francesco Frangialli (2004) über die Reduzierung der Armut in den Dritte-Welt-Ländern²⁹⁰:

„Poverty alleviation has become an essential condition for peace, environmental conservation and sustainable development, besides being an ethical obligation in an affluent world, where the divide between poor and rich nations seems to have increased in recent years. [...] [T]here is stronger evidence that tourism if developed and managed in a sustainable manner, can make a significant contribution to alleviate poverty, especially in rural areas, where most of the poor live and where there are very few other development options.“

5.1. Was ist Armut?

Das Reisen von den Industrie- in die Entwicklungsländer findet wie schon SHOESMITH angemerkt hat, im Kontext zwischen „Rich“ und „Poor“ statt.

Nach dem internationalen Währungsfonds wird Armut definiert als²⁹¹:

„... denial of choices and opportunities and a violation of human dignity. Poverty means a lack of basic capacity to participate effectively in society. It means not having enough to feed and clothe a family, not having a school or

²⁸⁹ GTZ 2007a: 3

²⁹⁰ FRANGIALLI 2004 zit. in GROSSPIETSCH/SCHELLER 2005: 3

²⁹¹ WTO 2002: 66

a clinic to go to, not having the land on which to grow one's food or a job to earn one's living, not having access to credit. It means insecurity, powerlessness and exclusion of individuals, households and communities. It means susceptibility to violence and it often implies living on marginal and fragile environments, not having access to clean water and sanitation."

Um international Auswertungen und Vergleiche durchführen zu können, sieht die Weltbank Armut „[...] as an income of less than US \$ 1 per day.“²⁹² 21 % der Weltpopulation lebt von weniger als einem US-Dollar pro Tag (= Armutsgrenze); derzeit sind das 1,2 Milliarden Menschen. Fast jeder zweite Mensch auf der Welt muss mit zwei US \$ pro Tag auskommen. Armut bedeutet aber nicht nur wenig finanzielle Mittel zur Verfügung zu haben, sie ist ein komplexes System mit vielen Dimensionen: Hunger, Krankheit und Analphabetismus, keine zweckmäßige Unterkunft, kein Zugang zu sauberem Trinkwasser und zu Gesundheitseinrichtungen. 80 % der armen Menschen leben in nur 12 Ländern – in 11 davon spielt der Tourismus eine bedeutende Rolle²⁹³.

5.1.1. Armut als Millenniums-Entwicklungsziel

Das erste Millenniums-Entwicklungsziel der Vereinten Nationen ist die Halbierung der extremen Armut bis zum Jahr 2015 (siehe Kapitel IV: 1.1.5.). Wie man in der Abbildung 24 sehen kann, ist die Zahl der Menschen, die unter die ein US-Dollar Einkommensgrenze fallen, in den letzten Jahren gesunken. In absoluten Werten ausgedrückt ist die Anzahl armer Menschen in den Entwicklungsländern von 1,25 Milliarden in 1990 auf 980 Millionen in 2004 gesunken. Wenn sich diese Entwicklung weiterhin so vollzieht, dann ist die Erreichung des Millennium-Development-Goal No. 1 realistisch²⁹⁴.

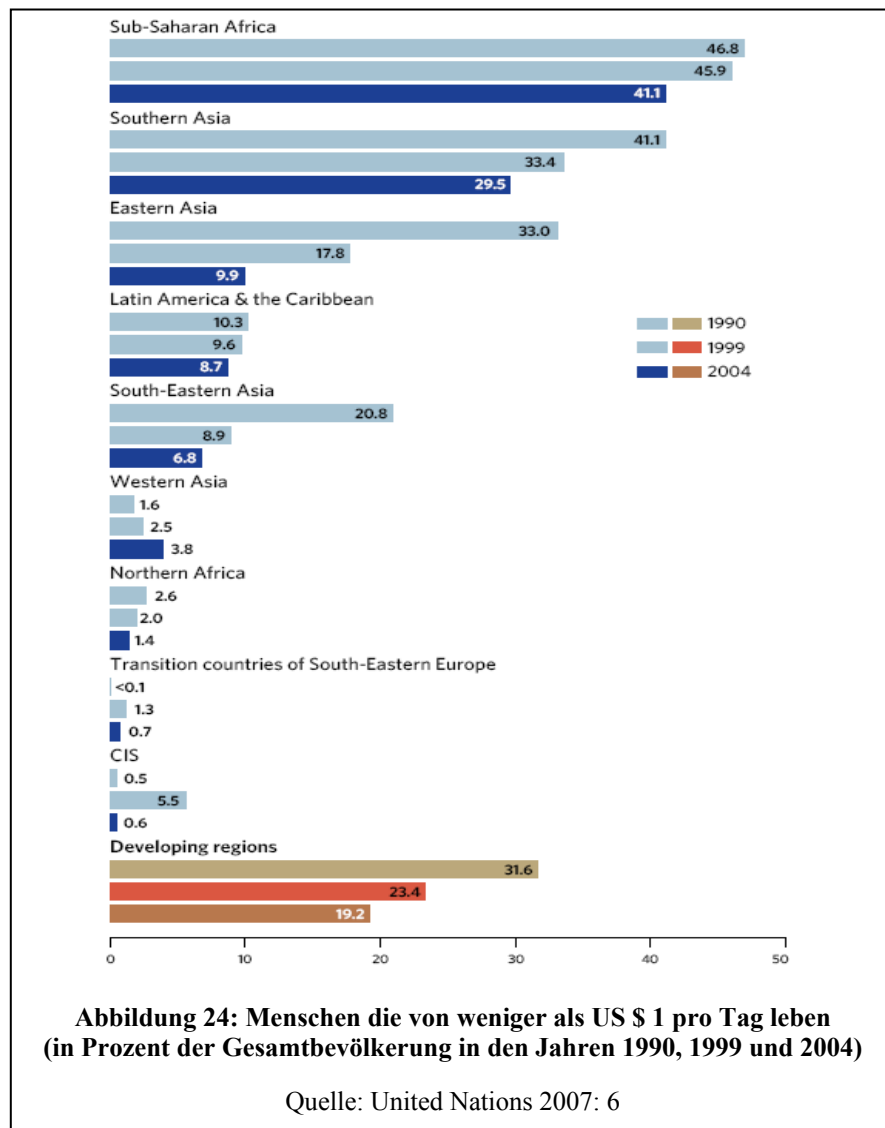
Der Anhang zwei und drei präsentiert Tabellen mit Tourismusdaten von Ländern, in denen ein Großteil der Bevölkerung unter der Armutsgrenze lebt. In 47 von den 50 ärmsten Ländern der Welt stellt die Tourismusbranche einen wichtigen Anteil des Volkseinkommens dar²⁹⁵.

²⁹² GOODWIN et al. 2004d: 4

²⁹³ vgl. WTO 2002: 66 ff.

²⁹⁴ vgl. United Nations 2007: 6 f.

²⁹⁵ vgl. ROE et al. 2004: 22



5.1.2. Ökonomische Effekte für die Armen

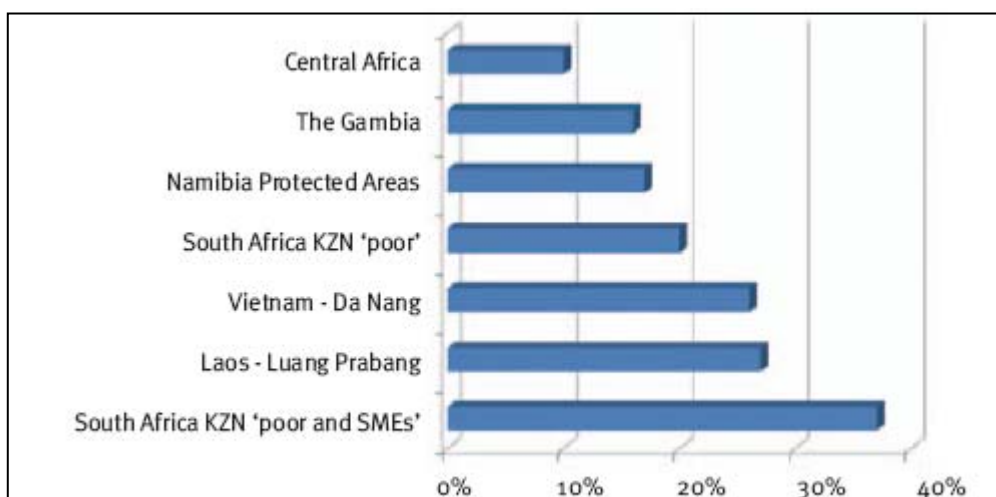
In welchen Sektoren innerhalb der Tourismusbranche sind viele Arme beschäftigt? Wo verdient die arme Bevölkerungsschicht das meiste Einkommen? Anhand des Beispiels des Landes Kambodscha (Tabelle 16) kann man erkennen, dass die meisten Menschen mit armen Hintergrund weniger im Transportsektor, sondern vermehrt in der Andenkenerzeugung und in den einfachen Unterkünften Beschäftigung finden.

Sector	# of staff employed	Estimated # of staff from poor backgrounds	as % total number of staff	Earnings of poor staff as % total salary bill
Hotel	12.628	5.821	46 %	22 %
Guest house	3.489	2.346	67 %	53 %
Restaurant	8.287	3.762	47 %	33 %
Souvenir shops	2.835	1.729	61 %	33 %
Roadside vendors for souvenirs	488	378	65 %	41 %
Motodop	6.220	1.963	32 %	35 %
Tuk tuk	6.100	1.786	29 %	26 %
Taxi	980	92	9 %	11 %
Cyclo	145	66	46 %	66 %
Guide	2.917	52	2 %	3 %

Tabelle 16: Beschäftigte nach Sektoren in Kambodscha

Quelle: in Ahnlehnung an ASHLEY/MITCHELL 2008: 20

Die Abbildung 25 zeigt die Einnahmen, die die arme Bevölkerungsschicht aus dem Tourismus lukrieren kann. Weniger als 10 % der Verdienste aus den Gorilla-Trecks in Zentralafrika kommen den armen Einheimischen zu Gute. Tourismusprojekte, die man wirklich als „pro-poor“ bezeichnen kann, können Einnahmen für die arme Bevölkerungsschicht zwischen einem Fünftel und einem Drittel generieren.



Sources: Cited in Mitchell and Ashley (2007). KZN = KwaZulu Natal.

Abbildung 25: Prozentanteil der Tourismuseinnahmen 2007 die der armen Bevölkerung zu Gute kommen

Quelle: MITCHELL/ASHLEY 2007: 2

5.2. Entwicklungsgeschichte von PPT und ST-EP

Wie in dem Kapitel III „Der Dritte-Welt-Tourismus in der entwicklungstheoretischen Diskussion“ festgestellt wurde, ging man noch bis vor wenigen Jahren davon aus, dass der Tourismus mehr Nach- als Vorteile den Entwicklungsländern brachte. Er sei ein zu unsicherer Wirtschaftszweig, der von zu vielen externen Faktoren und Einflüssen abhängen, um langfristig zur Existenzsicherung oder zur Verbesserung der Lebenssituation beitragen zu können.

Das britische Department for International Development (DFID) hat wesentlich dazu beigetragen, dass diese Mythen widerlegt werden. Bezogen auf den Tourismus kreierte und förderte das DFID 1999 den viel versprechenden Ansatz des „Pro-Poor Tourism“. In Kooperation mit dem Overseas Development Institute (ODI), dem International Institute for Environment and Development (IIED) u.a. wurden Richtlinien, eine Methodologie²⁹⁶ und Strategien für Pro Poor Tourism Case Studies entwickelt. Die Welttourismusorganisation hat diesen Ansatz unter dem Etikett ST-EP (Sustainable Tourism – Eliminating Poverty) aufgegriffen, da der Begriff „Pro Poor Tourism“ negativ konnotiert wurde. Um Ablehnung seitens der Tourismusindustrie zu vermeiden, führte man das leichter akzeptierbare Kurzwort ST-EP ein. In der Literatur werden nach wie vor beide Begriffe verwendet. Marketingtechnisch (auf internationaler Ebene) macht es sehr wohl Sinn, den Begriff PPT weiterhin zu verwenden, wenn dadurch mehr Aufmerksamkeit erregt werden kann²⁹⁷.

Auf dem „World Summit on Sustainable Development“ in Johannesburg 2002 wurde ST-EP als wirksames Mittel zur Armutsreduzierung vorgestellt und 2004 mit der Implementierung des Programms in Kooperation mit der Weltbank, der Asian Development Bank, der britischen DFID/ODI begonnen. Es wurden (multilaterale) Entwicklungshilfeorganisationen zum Handeln aufgefordert und eigene PPT-Projekte wurden aufgesetzt²⁹⁸. Denn laut WTO ist der Tourismus in den 50 ärmsten Ländern der Welt (LDCs) die wichtigste Quelle für Deviseneinnahmen.

„For some developing countries, even if they are insignificant in international terms, it may be the only or best export opportunity available. This seems to be

²⁹⁶ vgl. ASHLEY 2002

²⁹⁷ vgl. SIMLINGER 2007: 32

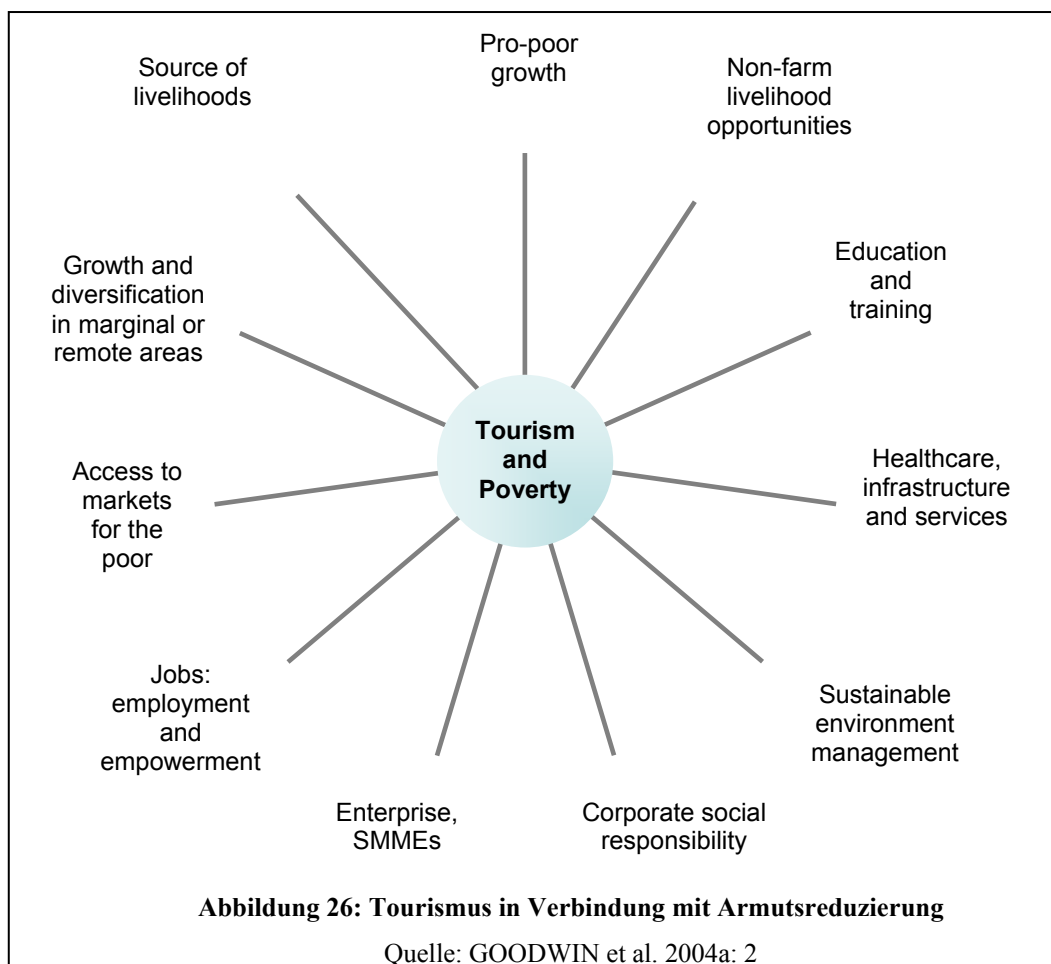
²⁹⁸ vgl. LUGER 2006: 128 f.

particularly true of many poor and/or least developed countries such as The Gambia, Uganda, Nepal, and Cambodia“²⁹⁹

10 LDCs verdanken sogar über 35 % ihres Bruttoinlandsproduktes dem Tourismus³⁰⁰. Allerdings sagen diese Indikatoren nichts über die Verteilung der Effekte aus und in welcher Weise und Intensität auch die arme Bevölkerung dieser Länder vom Tourismus profitiert. Der oft erhoffte „Trickle-Down-Effekt“, ein herabsickern des Wohlstandes in die ärmsten Bevölkerungsschichten, bleibt vielerorts aus.

*„Die zentrale Frage muss lauten: Wie lässt sich das System so ändern und der Tourismus so gestalten, dass er in erster Linie den Einheimischen zugute kommt?“*³⁰¹

5.3. Armutsreduzierung als Hauptziel



²⁹⁹ ROE et al. 2004: 24

³⁰⁰ vgl. ROE et al. 2004: 22

³⁰¹ LUGER 2006: 128

Es gibt eine Menge Tourismusformen, die nur marginal auf die Bekämpfung der Armut ausgerichtet sind. Abbildung 26 zeigt einige der vielen Wege, wie der Tourismus mit Armutsreduzierung „verlinkt“ werden kann.

5.3.1. “Pro Poor Growth”

Der signifikanteste Faktor um Armut und Tourismus in Verbindung zu bringen, ist das Potential des „pro-poor growth“ (= breitenwirksames Wachstum)³⁰²:

„Pro-poor growth has been identified as the most important ingredient to achieve sustainable poverty reduction. Pro-poor growth can be broadly defined as growth that enables the poor to actively participate in and significantly benefit from economic activity.”

“Pro Poor Growth” (PPG) ist eine entwicklungspolitische Strategie, bei dem Wirtschaftswachstum gezielt zur Armutsreduzierung eingesetzt wird. Dabei sollen vor allem die extrem armen und benachteiligten Bevölkerungsgruppen, die von Wachstumsprozessen ausgeschlossen sind, gefördert werden³⁰³.

5.3.1.1. Definition von PPG

Es gibt zwei Arten von PPG-Definitionen, die in der internationalen Diskussion verwendet werden³⁰⁴:

1. Relative Definition

Das Wirtschaftswachstum ist dann „pro poor“, wenn die arme Bevölkerungsschicht überproportional davon profitiert und ihr Anteil am Volkseinkommen steigt. Das heißt, ein Anstieg des Durchschnittseinkommens der Armen um fünf Prozent bei einer gesamtwirtschaftlichen Wachstumsrate von sechs Prozent ist nicht „pro poor“ – denn trotz des Zuwachses verringern sich gesellschaftlichen Diskrepanzen nicht.

2. Absolute Definition

Das Wirtschaftswachstum ist „pro poor“, wenn es bewirkt, dass eine möglichst große Anzahl Armer durch Einkommenszuwächse über die geltende Armutsgrenze

³⁰² GOODWIN et al. 2004a: 2

³⁰³ vgl. BMZ 2006: 3

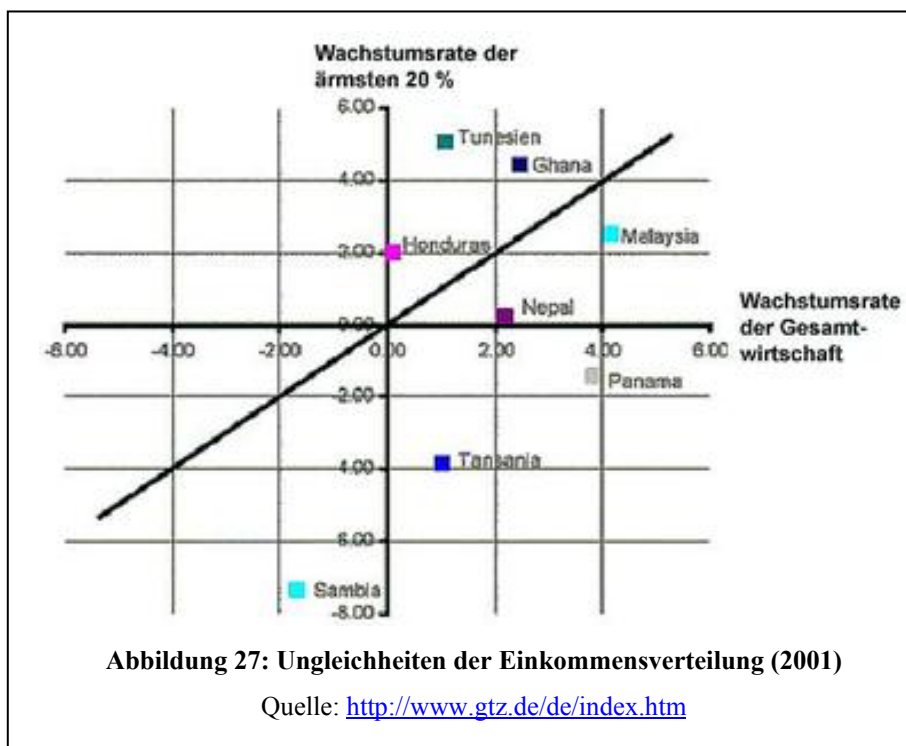
³⁰⁴ vgl. BMZ 2006: 3 f.

gehoben wird. Der Einfluss des Zuwachses auf die Einkommensverteilung in der Gesellschaft spielt dabei keine Rolle.

Das Problem der beiden Definitionen ist jedoch, dass nur die finanzielle Armut betrachtet wird – Aspekte wie Gesundheit, Bildung, soziale Sicherheit und politische Partizipation werden dabei außer Acht gelassen³⁰⁵.

5.3.1.2. Öffnen der Einkommensschere

Die Ungleichheiten bei der Einkommensverteilung nahmen und nehmen weiter zu – die Schere zwischen Arm und Reich klappt immer weiter auseinander. Das Wachstum kommt häufig einer kleinen, reichen Bevölkerungsschicht zugute. Die Grafik macht dies am Beispiel einiger Staaten deutlich. Die Diagonale gibt die Punkte an, bei denen die der ärmsten 20 % in Höhe der gesamtwirtschaftlichen Wachstumsrate lägen. Oberhalb dieser Linie steigen die Einkommen der Armen schneller als die Einkommen der gesamten Bevölkerung und unterhalb der Linie nehmen sie langsamer zu. Die Länder Nepal und Ghana hatten ein ähnliches wirtschaftliches Wachstum von ungefähr zwei Prozent – in Ghana profitieren die Armen überproportional, in Nepal dagegen kaum³⁰⁶.



³⁰⁵ vgl. BMZ 2006: 4

³⁰⁶ <http://www.gtz.de/de/index.htm>

5.3.2. Was versteht man unter PPT?

“PPT interventions aim to increase the net benefits for the poor from tourism, and ensure that tourism growth contributes to poverty reduction.”³⁰⁷

Pro Poor Tourism ist jener Tourismus, welcher Nettogewinne für die armen Menschen generiert. PPT ist kein spezifisches Produkt oder eine spezielle Sektornische, sondern er ist vielmehr eine Strategie, aber vor allem ein Konzept von Tourismusentwicklung und Management. Er fördert die Verbindung zwischen der Tourismuswirtschaft und den Armen, so dass dieser Tourismus zur Armutsreduzierung beiträgt. Die benachteiligten Bevölkerungsgruppen sollen mehr Möglichkeiten haben sich aktiv in die „Produkt“-Entwicklung einbringen zu können. Jede unternehmerische Gesellschaftsform kann in die Strategie des Pro Poor Tourismus miteinbezogen werden – eine kleine Lodge, ein Stadthotel, ein Reiseveranstalter, ein Fluglinie, ein Bauunternehmen etc. Der entscheidende Faktor ist nicht die Art des Unternehmens oder die Tourismusform, sondern die sichtbare Steigerung des Nettonutzens für die benachteiligten Bevölkerungsgruppen³⁰⁸.

„PPT is about how the business of tourism is done. The impacts of tourism on the poor depend very much on the behaviour of private companies and individual tourists. Yet these are strongly influenced by Government, through its policies, regulations, public investment, expectations, and actions, not only in tourism but in other sectors too.”³⁰⁹

PPT verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz mit der übergeordneten Zielsetzung die Lebensbedingungen der Menschen in den Destinationen, Regionen und Kommunen nachhaltig zu verbessern; d.h. der Fokus liegt darin, das Überleben der meist in existenzbedrohender Armut lebenden Bevölkerung zu sichern. Der Pro Poor Tourismus versucht den Armen Zugang zum wirtschaftlichen Leben zu verschaffen. Neben der Schaffung von Arbeitsplätzen, Transfereinkommen und Unternehmungsgründungen (Klein- und Mittelbetriebe) und der Generierung von Einkommen ist die vorrangige Strategie die Bevölkerung partizipativ (vgl. Bottom-up-Ansatz) bei der Formulierung und Umsetzung von Entwicklungszielen einzubinden. Die Aktionen und Entscheidungen sollen vermehrt von der Basis, also der armen Bevölkerung, getroffen werden.

PPT ist der Maxime der Nachhaltigkeit verpflichtet und fordert das Mitspracherecht

³⁰⁷ ASHLEY et al. 2001: viii

³⁰⁸ <http://www.propoortourism.org.uk/index.html>

³⁰⁹ ASHLEY 2006: 1

der (armen) Bevölkerung ein, ist aber offen für Partnerschaften mit der Regierung, NGOs und der (Tourismus-)Wirtschaft. Case Studies in verschiedenen Ländern sollen dazu dienen „to assess preliminary impacts, and to identify ‘good practice’ lessons of use to others [...] and to move the PPT discussion down to practical analysis³¹⁰“.

Die Problematik der Vergleichbarkeit von Case Studies in den Ländern³¹¹ sind die sehr verschiedenen Rahmenbedingungen, spezifischen Problemlagen und unterschiedlichen Untersuchungsebenen (national, regional, lokal); das Problem sind aber vor allem die Zugangsbarrieren (= constraints) der armen Bevölkerung und damit die Möglichkeit der Partizipation und Umsetzung des PPT-Ansatzes:

*„It is problematic to leave tourism development, especially in the context of poverty alleviation, to the private sector in many developing countries because of the existing financial constraints and weak institutional capacity of the private sector in such countries“.*³¹²

*„This situation requires that a partnership between the private sector and national tourism authorities (responsible for the organisation, development and operation of countries’ tourism industries) be strengthened in order to design and implement an effective ST-EP strategy“.*³¹³

5.3.3. Was versteht man unter ST-EP?

„Sustainable Development – Eliminating Poverty“ wurde im Juni 2002 von der WTO in Kooperation mit der UNCTAD als ein System zur Reduzierung der Armut in Entwicklungsländern, im speziellen in den Least Developed Countries, ins Leben gerufen³¹⁴:

„ST-EP seeks to refocus and incentivise Sustainable Tourism [...] to make it a primary tool for Eliminating Poverty in the world’s poorest countries, particularly the LDCs: bringing development and jobs to people who are living on less than a dollar a day.“

Die WTO legt Wert auf eine breite Beteiligung von Wirtschaft und Zivilgesellschaft für einen sozialverträglichen Tourismus. Dies bedeutet, mehr soziale Verantwortung und Partizipation breiterer Bevölkerungsschichten. Relevante Wirtschaftspartner aus dem

³¹⁰ ASHLEY 2002: 3

³¹¹ vgl. HALL 2007

³¹² UNCTAD 2001 zit. in SOFIELD 2002: 45

³¹³ SOFIELD 2002: 45

³¹⁴ WTO 2002: 15

Tourismus, kapitalkräftige Auslandsinvestoren und Tourismusfachleute sollen zusammenarbeiten, um Gemeinden und Kleinbetriebe besser am Fremdenverkehr teilhaben zu lassen. Die ST-EP Initiative soll die Verbindung zwischen nachhaltigem Tourismus und Armutsbekämpfung herstellen und Missstände in den Entwicklungsländern beheben bzw. auslöschen (= eliminate)³¹⁵.

Mit einer längerfristig geplanten Arbeit soll nachhaltiger Tourismus Entwicklung und Arbeit für jene Menschen bringen, die von weniger als einem US-Dollar pro Tag leben. Das Programm von ST-EP beinhaltet vier Komponenten³¹⁶:

1. Im Dezember 2005 wurde die „ST-EP Foundation“ mit Hauptsitz in Seoul gegründet. Die Foundation ist eine internationale Stiftung, um „frisches“ Geld aus der Wirtschaft und den Regierungen zu generieren.
2. Aufbau eines wissenschaftlichen Netzwerkes, um Verbindungen, Wirkungen und Modelle darzustellen. Weiters wird durch ST-EP die Umsetzung auf Forschungsebene begleitet.
3. Schaffung eines operativen Rahmens, der Anreize schafft und der Best-Practice-Modelle bei Unternehmen und Verbrauchern bekannt macht und deren Umsetzung fördert.
4. Organisation eines jährlichen Forums, um die Stakeholder aus dem öffentlichen und privaten Sektor über Fortschritte der Initiative zu informieren und neue Interessenten zu gewinnen.

Den größten finanziellen Beitrag leistete die Republik Korea, die Anfang 2004 die ersten fünf Millionen US \$ zur Gründung der Stiftung zur Verfügung stellte. Im November 2004 schloss sich die Niederländische Entwicklungsorganisation (SVN) mit einem Memorandum of Understanding an³¹⁷.

Die Kriterien zur Projektauswahl sehen bei ST-EP folgendermaßen aus³¹⁸:

- Hauptziel ist die Armutsbekämpfung.
- Die Projektnachhaltigkeit muss garantiert sein.
- Der Ansatz sollte gemeindebasiert und auf dem neuesten Wissenstand sein.

³¹⁵ <http://www.fairunterwegs.org/>

³¹⁶ vgl. GTZ 2007a: 33; vgl. GTZ 2005: 16

³¹⁷ vgl. GTZ 2005: 17

³¹⁸ <http://www.unwto.org/step/index.php>

- Die Zielgebiete sind arme und ärmste Regionen (v.a. LDCs), ländliche Gebiete und SIDS.

5.4. Strategien des armutsreduzierenden Tourismus

Die Strategien des Armut reduzierenden Tourismus können in drei Typen eingeteilt werden: dabei handelt es sich um finanzielle und nicht finanzielle Unterstützungen (wie physische, soziale oder kulturelle Effekte) und Vorteile, die die aktive Teilnahme und Miteinbeziehung der armen Bevölkerungsschicht betreffen.

5.4.1. ökonomische Vorteile

Strategien die auf den wirtschaftlichen Nutzen abzielen können folgende Punkte beinhalten³¹⁹:

- Erhöhung der Beschäftigung und der Löhne der Einheimischen
- Gezielte Ausbildung und Förderung von Benachteiligten im Tourismussektor (Aufbau von Fachkapazitäten)
- Steigerung der unternehmerischen Chancen für die arme Bevölkerung. Diese Geschäfte sind vor allem in den vor- und nachgelagerten Branchen z.B. Andenken-erzeugung zu finden.
- Entwicklung kollektiver Einkommensquellen, wie z.B. Miet- und Steuereinnahmen, Spenden etc., die für gewöhnlich mit Hilfe von Reiseveranstaltern oder Regierungen erwirtschaftet werden.

Um die wirtschaftlichen Leistungen zur Verfügung stellen zu können, müssen vorerst viele Hindernisse überwunden werden: Mangel an Sachkenntnissen, das Fehlen eines Tourismusverständnis, beschränkter Marktzugang und schlechte Produktqualität.

Als Beispiel hierfür sind die „Wilderness Safaris“ in Südafrika. Sie haben eine lokale Arbeitspolitik, bei der die Jobs in den Lodges größtenteils an einheimische Personen vergeben werden. Das Unternehmen hat ein Ausbildungsprogramm, welches der lokalen Gemeinschaft ermöglicht sich in die Unternehmensgesellschaft zu integrieren. Wilderness

³¹⁹ <http://www.propoortourism.org.uk/index.html>

Safaris zieht ihrerseits einen wesentlichen Vorteil aus dem geringen Personalwechsel mit sich³²⁰.

5.4.2. Unterstützungen nicht finanzieller Art

Die Leistungen nicht finanzieller Art sind für die zukünftige Existenzsicherung der Armen sehr wichtig³²¹:

- Förderung des Humankapitals durch Ausbildungsmaßnahmen und Übertragung von Verantwortung im Unternehmen
- Entschärfung der Umweltauswirkungen auf die arme Bevölkerungsschicht
- Koordination der Zugangsvoraussetzungen der natürlichen Ressourcen zwischen dem Tourismus und den Einheimischen
- Minimierung der sozialen und kulturellen Touristeneinflüsse auf die lokale Bevölkerung
- Verbesserung des Zugangs der Einheimischen zu Infrastruktur und Dienstleistungen: z.B. Gesundheitseinrichtungen, Straßen, Transportmittel, Wasserversorgung, Rundfunkeinrichtungen etc.

Solche Strategien beginnen häufig damit die negativen Einflüsse, wie das Eindringen der Touristen in die Kultur der Einheimischen oder den Verlust von Land- und Eigentumsrechten (z.B. Zugang zu Küstenabschnitten), zu verringern. Der Ausbau der Infrastruktur sollte mit Rücksprache der Einheimischen durchgeführt werden; damit würden sowohl die Bedürfnisse der Touristen als auch die der lokalen Bevölkerung gedeckt werden.

In Ecuador wurde von den Reisenden finanzielle Mittel zur Verfügung gestellt, um Funkgeräte für entfernt gelegene, ländliche Gebiete anzuschaffen. Dies ist vor allem für die arme Bevölkerung – besonders in Notfällen – ein wichtiges bzw. das einzige Kommunikationsinstrument. „Tropical Ecological Adventures“ ermöglicht den Gemeindegliedern ebenfalls die Nachrichtenmöglichkeiten in der Zentrale mitzubenützen und stellt Transportmöglichkeiten für die arme Bevölkerung in schwierigen Situationen zur Verfügung³²².

³²⁰ vgl. GOODWIN et al. 2004b: 1

³²¹ <http://www.propoortourism.org.uk/index.html>

³²² vgl. GOODWIN et al. 2004b: 1

5.4.3. Partizipation der armen Bevölkerungsschicht

Die Strategien, die auf die aktive Teilnahme der Bevölkerung abzielen, können folgende Punkte umfassen³²³:

- Schaffung eines politischen Systems, zu dem auch die ärmere und marginalisierte Bevölkerung Zutritt hat,
- Miteinbeziehung der Armen in die Beschlussfassung und den Planungsprozess der Tourismusangelegenheiten,
- Verknüpfung der betroffenen Personen mit dem privaten Sektor,
- Mehr Entscheidungskraft der einheimischen Bevölkerung, sowohl im privaten als auch im öffentlichen Bereich,
- Informationsaustausch und Kommunikation zwischen den verschiedenen Interessensvertretungen.

Der Fokus der PPT-Strategien liegt natürlich im Süden der Erde, wo sich die meisten Armen befinden. Sie bauen auf bereits bestehende touristische Infrastruktur auf und gelten grundsätzlich für jede Tourismusform, obwohl die Strategien zwischen Massen- und Ökotourismus natürlich verschieden sind. Der Fokus liegt nicht auf der Minimierung der negativen Einflüsse, sondern auf der Expandierung der Vorteile für die arme Bevölkerungsschicht.

„Pro Poor tourism strategies are concerned specifically with impacts on poor people, though the non-poor may also benefit. Strategies focus less on expanding the overall size of tourism, and more on unlocking opportunities for specific groups within it (on tilting the cake not expanding it).”³²⁴

5.5. Charakteristika von PPT

Pro Poor Tourism schließt für gewöhnlich aktives Eingreifen in die kapitalistische Marktstruktur ein, um z.B. unternehmerische Möglichkeiten und Beschäftigungschancen zu etablieren. Das bestehende Tourismussystem und die Struktur bestimmen den Markt. Um im Armut reduzierenden Tourismus erfolgreich zu sein, müssen die Armen Zugang zu einem gewerblich interessanten Markt haben, der eine profitable Investitionslage

³²³ <http://www.propoortourism.org.uk/index.html>

³²⁴ ASHLEY 2002: 9

aufweisen kann. PPT ist nicht an eine bestimmte Theorie oder an ein Modell gebunden. Es ist auch irrelevant welche Staatsform in dem Entwicklungsland herrscht. Pro Poor Tourism beteiligt jede Art des Tourismus (auch Massentourismus)³²⁵ – jede Tourismusform könnte „pro-poor“ sein!

PPT is NOT	PPT DOES
anti-capitalist	focus on incorporating the poor into markets
separate from the rest of tourism	depend on existing structures and markets
a separate theory or model	orientate research to any form of tourism benefiting the poor without having a distinctive theory or concept
a niche type of tourism e.g. CBT	relate to any kind of tourism benefiting the poor
a specific method	use different methods to collect and analyse data, including value chain analysis
ONLY about the poor	recognise that the poorest may not be touched by PPT and that the non-poor may benefit disproportionately
just about hunger and incomes	has a broad definition of ‘poverty’ – is basically about ‘development’
only about individual benefits	focus on family and community benefits, including water, sanitation, health, education, training etc.

Tabelle 17: Charakteristika von Pro Poor Tourism

Quelle: Harrison [o.J.]: 10

5.6. „The Seven Mechanism“

Die WTO hat sieben Grundsätze formuliert, durch die die von Armut betroffene Bevölkerung direkt oder indirekt von Tourismus profitieren soll³²⁶:

1. Beschäftigung von Armen in Tourismusbetrieben.

³²⁵ vgl. HARRISON [o.J.]: 11 ff.

³²⁶ vgl. WTO 2004 zit. in GATTRINGER 2008: 35f

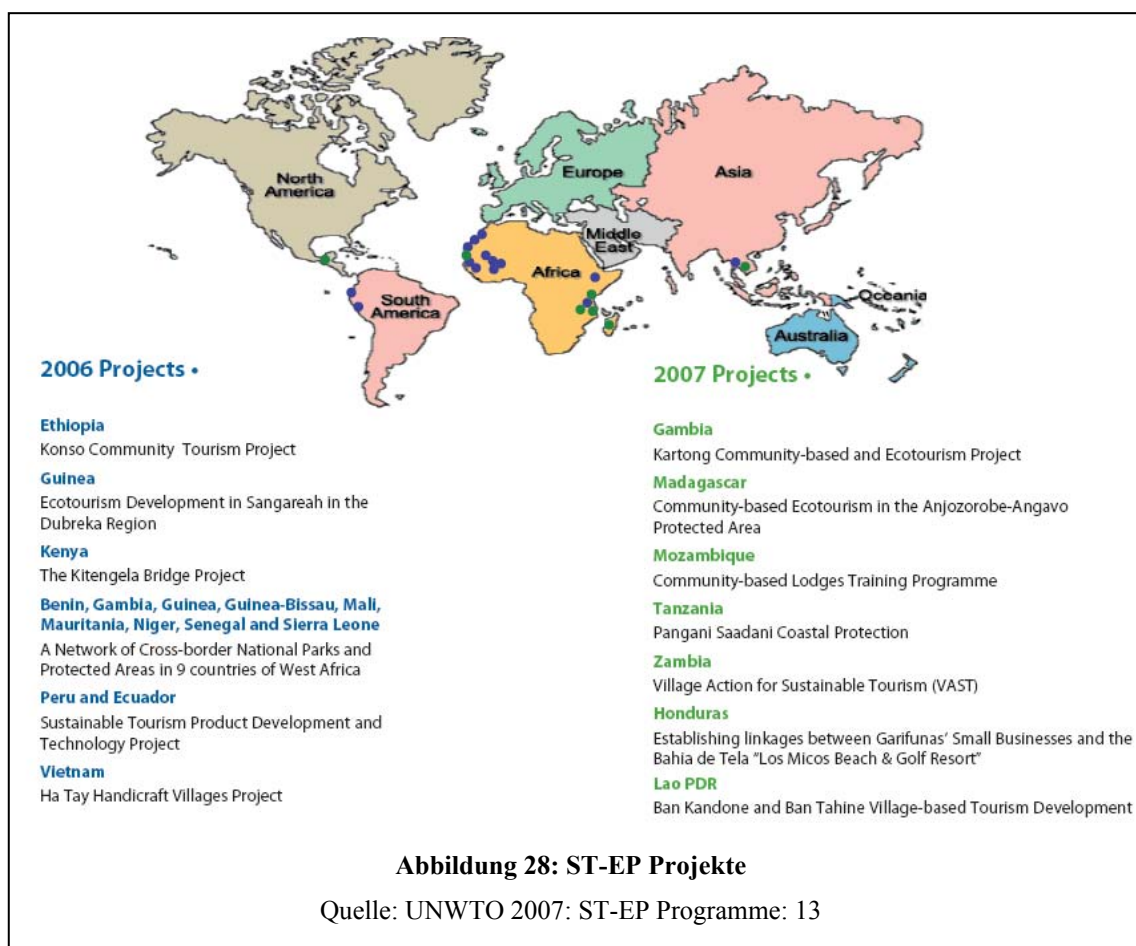
Dieser Aspekt sollte auch gleichzeitig dazu beitragen, die Betroffenen zu befähigen, ihre eigenen vielfältigen Skills (weiter) zu entwickeln.

2. Von Tourismusunternehmen benötigte Waren und Dienstleistungen sollen vorzüglich und so weit wie möglich von Armen und deren Unternehmen bezogen werden, sodass eine lokale Partizipation gesichert ist.
3. Direktverkauf von Waren und Dienstleistungen (Kunsthandwerk, Tourführungen usw.) der Armen an die Touristen, als direkter Einkommenseffekt.
4. Unternehmensgründung und –management von Seiten der Armen, sowohl im privaten als auch im gemeinschaftlichen Bereich.
5. Auch Steuern und Abgaben für staatliche Einkommen aus Tourismus (z.B. Abgaben für Nächtigungen oder Eintrittsgebühren für Schutzgebiete) können zur Armutsreduzierung aufgewendet werden. Wichtig ist hierbei ein hoher Grad an Transparenz.
6. Freiwillige Spenden von Touristen oder Sponsoring von Tourismusunternehmen oder ausländischen Interessenten sind ebenfalls eine lukrative Möglichkeit im Kontext des PPT. Kooperationen mit lokalen NGOs können durch deren Kontakte zur Auftreibung von Spenden und sonstigen Unterstützungen sehr hilfreich sein.
7. Investitionen in (ursprünglich zwar touristisch motivierter) Infrastruktur (Straßen, Wasser- und Energieversorgung, Kommunikation) können bei vorsichtiger und überlegter Planung auch positive Entwicklungseffekte auf die arme Lokalbevölkerung haben.

5.7. ST-EP Projekte

Die ersten Projekte starteten Ende 2005. Seither hat sich die Anzahl dank der großzügigen Beiträge der koreanischen Republik, der Niederländischen Entwicklungsorganisation (SNV) und der Italienischen Regierung schnell ausgeweitet. Zurzeit gibt es 51 ST-EP Projekte (30 Projekte 2006 und 21 Projekte 2007) in 26 Ländern – vor allem in Afrika (24), Asien (10) und Lateinamerika (16)³²⁷.

³²⁷ <http://www.unwto.org/step/>



5.8. „What’s gone wrong?“

Das Konzept des Tourismus als Mittel zur Reduzierung der Armut gibt es seit fast einem Jahrzehnt, aber wie auch bei jedem anderen Ansatz, gibt es eine anhaltende Debatte über ihre Wirksamkeit. Es wurde viel geschrieben und diskutiert, wie der Tourismus entwickelt werden könnte, um der ärmsten Bevölkerungsschicht Vorteile zu bringen, dennoch bleiben einige Bedenken.

Zum Ersten konzentrieren sich Pro-Poor Aktionen weithin auf der Mikroebene. PPT ist – oder sollte – auf alle Formen des Tourismus, einschließlich der des Massentourismus, angewandt werden. Armut reduzierender Tourismus sollte kein Nischenprodukt wie Ökotourismus und CBT sein und die Projekte oder Initiativen sollen ein breitenwirksames Wachstum der armen Bevölkerungsschicht erzielen. Des Weiteren wird der Verbindung zum Wirtschaftsraum zu wenig Beachtung geschenkt. Das alte Sprichwort „*It is not tourism until it is sold*“ wird vernachlässigt. Die Initiativen konzentrieren sich häufig auf Ausbildungsmöglichkeiten und der Bereitstellung von Infrastruktur und scheitern meistens

an der Marktimplementierung. Unzureichendes Marketing führt zu einer fehlenden Einbindung auf dem nationalen und internationalen Absatzmarkt. Das dritte Problem ist das Fehlen einer systematischen und dokumentierten Überwachung der positiven Veränderungen durch den Tourismus. In den meisten Fällen wissen wir nicht, wie sich die Armut reduzierenden Initiativen auf die ärmste Bevölkerungsschicht auswirken³²⁸.

6. Nachhaltige Tourismuskonzepte im Vergleich

Die neuen, alternativen, umweltbewussten und nachhaltigen Tourismuskonzepte können viel versprechende Veränderungen für die lokale Bevölkerung mit sich bringen. In all diesen Konzepten gibt es Überschneidungen – der entscheidende Fokus ist jedoch, dass dem Tourismus eine neue zukunftsorientierte Sichtweise gegeben wird. Der Nutzen aus dem Tourismus soll dem Land bzw. der Region und den Menschen dieser Region zu Gute kommen.

Ein Interview³²⁹ mit Christian BAUMGARNTER aus dem Jahre 2006 stimmt genau mit meinen Ansichten über das Thema „Nachhaltigkeit im Tourismus“ überein. Es sollten nicht nur nachhaltige Tourismusprojekte geschaffen werden, sondern idealer Weise sollte der gesamte Tourismus nachhaltiger gestaltet werden. PPT oder CBT-Projekte reichen nicht aus, sie können nur als Entwicklung eines Standbeines gesehen werden. Doch diese idealistische „Träumerei“ kann mit der Masse an Reisenden und mit dem Tourismuswachstum nur schwer verknüpft werden. Leider wird momentan nur ein Bruchteil der „Bereisten“ erreicht, aber es ist ein Beginn und ein Ansporn in Zukunft Tourismus auch auf breiterer Ebene sozial- und umweltverträglich zu gestalten.

Die Tabelle 18 zeigt die Hauptcharakteristika und –probleme der in diesem Kapitel IV – „Sustainable Development als Kernkonzept“ vorgestellten Tourismusformen.

³²⁸ vgl. ASHLEY/GOODWIN 2007

³²⁹ vgl. SIMLINGER 2007: 113 ff.

	Tourismusform	allgemeiner Fokus
Nachhaltiger Tourismus	Ökotourismus	Naturschutz durch Naturgenuss - wirtschaftliche Inwertsetzung von Biodiversität und Naturschutz - wachsende Nachfrage nach Naturtourismus Probleme: unterbesetzte und unterfinanzierte Parks, die nur auf dem Papier bestehen; weit verbreitete ländliche Armut und fehlende Partizipation; andere politische Prioritäten – Staatsversagen
	CBT	Selbsthilfe durch Tourismus - Direkte Beteiligung bei der Tourismusentwicklung - Selbstbestimmung und kollektiver Nutzen Probleme: lange und komplizierte Planungsprozesse; externe Unterstützung notwendig; Kleinmaßstäbigkeit; Produktqualität; Marktzugang; Professionalität
	PPT/ST-EP	Konzept zur Armutsbekämpfung gezielte Einbeziehung von Armen durch: - Einstellung/Schulung von Arbeitskräften - faire Arbeitsbedingungen, gerechte Entlohnung - Belieferung durch lokale Produzenten - Einbeziehung des informellen Sektors Probleme: Konzentration auf Mikroebene, unzureichendes Marketing, Evaluierung der Veränderungen, Gefahr der Ausklammerung von anderen Projekten, Hilfe von „Außen“, Gestaltung des Massentourismus im Sinne von „pro poor“

Tabelle 18: Ansätze im nachhaltigen Tourismus

Quelle: <http://www.gtz.de/de/dokumente/de-tourismus-sanft-oeko-fair.pdf>
und eigene Ergänzung-

V. Case Studies – Umsetzung der Strategie des angepassten Tourismus

“It is better to be approximately right than precisely wrong.”

(John Maynard Keynes 1924 zit. in ASHLEY/MITCHELL 2008: 1)

1. „Lessons on good practice“

Die theoretische Konzeption der aktuellen, nachhaltigen Tourismusansätze soll anhand von Fallbeispielen kritisch analysiert und evaluiert werden. Die Erarbeitung der Chancen, Risiken und Motive solcher Projekte und Initiativen ist Teil dieses Kapitels. Um die Vielschichtigkeit des Tourismus erfassen zu können, wird eine Perspektivenvielfalt der Case Studies angestrebt. Aus diesem Grund wurden Tourismusprojekte in folgenden Ländern ausgewählt, die verschiedene nachhaltige (oft kombinierte) Tourismusansätze repräsentieren: Nepal, Ecuador und Gambia.

1.1. Schlüsselqualifikationen

Um als „gutes“ Fallbeispiel Gültigkeit zu haben, müssen folgende Schlüsselqualifikationen beachtet werden³³⁰:

- Die Vielfalt der Handlungen soll von der Mikro- bis zur Makroebene reichen: Produktentwicklung, Marketing, Planung, Politik und Kapitalbeschaffung.
- Eine treibende Kraft ist nützlich – diese kann aus den Reihen der Regierung, aus einer NGO, dem privaten Sektor oder aus der Gesellschaft kommen.
- Wenn der Tourismus auf einer kleinen Zahl beruht, ist die Erfolgswahrscheinlichkeit einer guten Initiative in abgeschiedenen Gebieten größer.
- Das Sicherstellen der wirtschaftlichen Überlebensfähigkeit des Projektes verlangt die Beobachtung des Absatzmarktes und der Produktqualität.
- Tourismusprojekte sollen sowohl regelmäßige Jobs als auch zufällige Erwerbsgelegenheiten (vgl. informeller Sektor) anbieten können.
- Armutsreduzierung ist eine Angelegenheit der langfristigen Planung. Die Erwartungen der lokalen Bevölkerung und Aussichten des Projekts müssen für die Zukunft durchdacht werden; in der Zwischenzeit sollten aber konkrete Erfolge für die lokale Bevölkerung sichtbar sein.
- Die externe Finanzierung kann erforderlich und gerechtfertigt sein, um die wesentlichen Transaktionskosten zu decken, lokale Partnerschaften zu gründen und Know how weiter zu geben und zu entwickeln.

³³⁰ vgl. WTO 2002: 74 f.

1.2. Interessensvertreter

Der Erfolg einer Initiative ist nur dann weit reichend, wenn besonders viele verschiedene Interessensvertreter miteinbezogen werden³³¹:

1. Regierung:

- Steuerung und Koordination des Tourismusprojektes
- Schaffung bestimmter Rahmenbedingungen, um nachhaltigen Tourismus überhaupt möglich zu machen
- Beratung der Tourismusentscheidungen der indigenen Bevölkerung
- sichere Verwaltung des Besitzes und des Vermögens der Einheimischen
- Streuung der Tourismusprojekte in ländlichen Regionen
- die Bevölkerung soll in der Ausübung einer Beschäftigung und bei der Gründung von Kleinunternehmen unterstützt und nicht behindert werden

2. Privater Sektor:

- Rolle als Partner, Konsument, Vermittler und Berater
- direkte Mitwirkung an der Entwicklung eines Tourismusproduktes mit Hilfe der armen Bevölkerung
- Anstellung von einheimischen Beschäftigten
- Produkte von lokalen Lieferanten
- Technischen Rat und Unterstützung der lokalen Tourismusunternehmen
- den Zugang zu Infrastruktur (Straßen, Wasser) oder Kommunikationseinrichtungen (Telefon, Radio) mit der Tourismuswirtschaft teilen
- Respektierung und Förderung lokaler Richtlinien und Normen

3. Spender:

- Ermutigung der Interessensvertreter und Erhöhung der Aktivitäten zu Gunsten der Armutsreduzierung
- Anbietung von technischer Unterstützung
- Expertenwissen
- Werbung für „Sustainable Tourism“ auf internationaler Ebene

4. Zivilgesellschaft:

- Aufnahme der armen Bevölkerungsschicht in die Gesellschaft durch NGOs

³³¹ vgl. ASHLEY et al. 2001: 3; vgl. WTO 2002: 75 f.

- Errichtung von Bildungseinrichtungen
- Aufbau von Wirtschaftsverbänden
- Journalismus

5. Arme Bevölkerungsschicht:

- Rolle als Produzent, Anbieter, Lieferant und Arbeitskraft
- Selbstentwicklung der Humanqualifikationen, um eine Beschäftigung in der Tourismusbranche zu finden.

1.3. Internationale Organisationen

Verschiedene internationale Organisationen investieren in der Hoffnung auf entwicklungspolitische Erfolge in Tourismusprojekte. Mit folgenden Institutionen können Tourismusprojekte in den Entwicklungsländern eng zusammenarbeiten³³²:

- Multilaterale Institutionen: UNWTO, UNCTAD, UNDP, UNEP, UNESCO, ILO, Weltbank, EU
- Internationale Organisationen in der Entwicklungszusammenarbeit: Netherlands Development Organisation, Austrian Development Agency, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit, United Kingdom Department for International Development
- NGOs: World Wide Fund for Nature, The International Ecotourism Society, Respect
- Privatwirtschaftliche Initiativen: WTTC, International Tourism Partnership

2. Nepal

Das Königreich Nepal ist eines der ärmsten Länder der Welt. Es zählt nach der Klassifikation der UNO zu den Least Developed Countries, bzw. zu den Landlocked Developing Countries und nach der Klassifikation der Weltbank zu den Low Income Countries. Der Human Development Index für 2007/2008 liegt bei 0,534 (Rang 142 von

³³² vgl. GTZ 2005

177), welcher der niedrigste für Südasien ist³³³. Der Prozentanteil der Bevölkerung, der unter der Armutsgrenze lebt, ist von 42 % auf 31 % zwischen 1995/96 und 2003/04 gesunken. In diesem Zeitraum sank die urbane Armut schneller (von 22 % auf 10 %) als die Armut in der ländlichen Region (von 43 % auf 35 %)³³⁴.

Ein Großteil der Nepalesen lebt in der stark zerklüfteten Berglandschaft des Himalajas und seiner Vorgebirge. 80 % der Menschen in Nepal sind Subsistenzbauern – sie haben aufgrund der schwierigen Topographie gut angepasste Kulturtechniken und Lebensformen entwickelt. Das Einkommen aus der Landwirtschaft reicht für die ganze Familie meistens nur für ein halbes Jahr – somit sind viele Einwohner auf ein Zusatzeinkommen angewiesen. Der Tourismus ergänzt in den entlegenen Berggebieten die Subsistenzwirtschaft³³⁵. Das durchschnittliche Jahreseinkommen der Nepalesen beträgt US \$ 200. Da sie aber von den Erträgen der Felder nicht leben können, verlassen die Männer häufig das Dorf und arbeiten als Trekking-Träger³³⁶.

Kurt LUGER sieht das Potential des Himalaya-Trekking in dem Reiz des Fremden, in der ästhetischen Faszination und als Gefühl des Glücks³³⁷:

„Das Shangri la gilt als jener ferne und unerreichbare Ort des unermesslichen Glücks und der ewigen Jugend, der verborgenen Täler, der berühmtesten und auch der namenslosen Berge, eine Geographie der Hoffnung. Eine Hoffnung auch für den Tourismus, der das größte Gebirge der Welt als Gipfel des Vergnügens für die internationale Unterhaltungsindustrie integriert hat.“

2.1. Tourismus in Nepal

Erst 1949 öffnete das Königreich Nepal die Grenzen für ausländische Touristen. Bereits 1966 fand die erste organisierte Trekkingreise statt. Anfang der 1970er Jahre erlangte aber vor allem Kathmandu als „Mekka“ der Hippibewegung und als Treffpunkt der Backpacker³³⁸ einen zweifelhaften Ruf (Drogen, Zerstörung bzw. Diebstahl von Kulturgütern). Nepal gilt daher als negatives Beispiel einer ungeplanten und unsystematisch vorangetriebenen Tourismusentwicklung.

³³³ vgl. UNDP Nepal 2007: 23

³³⁴ vgl. ADA 2007: 4

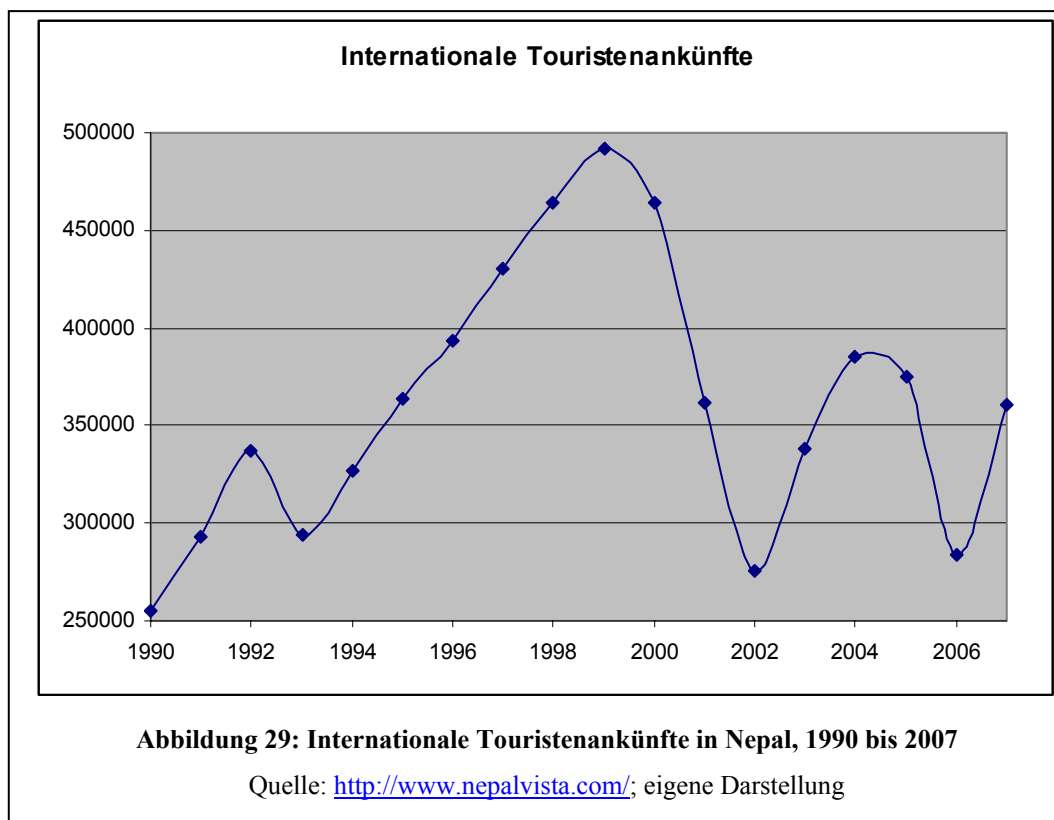
³³⁵ vgl. LUGER 2006: Vorlesung „Tourismus und Entwicklung“

³³⁶ <http://www.respect.at/>

³³⁷ LUGER [o.J.] zit. in <http://www.respect.at/>

³³⁸ vgl. SPREITZHOFFER 1995

In den 1990er Jahren wurde Nepal zu einem immer beliebteren Reiseziel vor allem von organisierten Trekkingtouristen. Im Jahr 1999 wurde mit fast 500.000 internationalen Touristen der Höchststand der Tourismusentwicklung verzeichnet. Danach ist die Nachfrage dramatisch eingebrochen und erreichte im Jahr 2002 mit ca. 270.000 Touristen ihren Tiefpunkt. Zwar konnten im Jahr 2007 wieder 360.350 Touristen gezählt werden (48 % kamen aus Asien, 31 % aus Europa, 8 % aus Amerika und 3 % aus Australien, ca.10 % restliche Welt), aber es konnte nicht mehr die dynamische Entwicklung der 1990er Jahre erreicht werden³³⁹.



Die Gründe für den Nachfrageinbruch des nepalesischen Tourismus liegen insbesondere in der sich verschlechterten innenpolitischen Situation: die Morde im Königshaus 2001, im jahrelang von Gewalt überschatteten Konflikt mit den maoistischen Rebellen, die 2006 bereits den größten Teil des Landes kontrollierten³⁴². Die politischen

³³⁹ <http://www.nepalvista.com/>

³⁴² Im Mai 2008 musste der König abdanken – Ausrufung einer parlamentarischen Republik. Im Juli 2008 kam es zur Machtübernahme durch die Maoisten.

Wirren und die zunehmende Radikalisierung paralyisierten nicht nur das öffentliche Leben und die Wirtschaft, auch die Reisesicherheit war nicht mehr gewährleistet (viele Reiseveranstalter nahmen daher Nepal aus ihrem Programm; vgl. Reisewarnungen). Aber auch die Folgen von 9/11 und der SARS Epidemie 2003 hatten für den nepalesischen Tourismus negative Implikationen³⁴³. Seit 2001 hat sich die wirtschaftliche Situation des Landes, insbesondere durch den Einbruch des Tourismus als Devisenbringer Nummer 1 dramatisch verschlechtert, mit weit reichenden Folgen nicht nur für die Tourismuswirtschaft sondern auch für den vom Tourismus lebenden Handel, den abhängigen Beschäftigten und für den informellen Sektor.

Unabhängig von den sich verschlechterten politischen Rahmenbedingungen hatte der Trekkingtourismus schon davor, aufgrund der wachsenden Zahl an Touristen, den massiven Umweltschäden (vgl. Abholzung für Feuerholz, Müll etc.) und den geringen ökonomischen Effekten für die betroffene Bevölkerung seinen Ruf als sanfte Tourismusform längst verloren. Es waren v.a. ausländische NGOs, die die nachhaltige Tourismusentwicklung (ökonomisch, ökologisch und soziokulturell) einforderten und Projekte zur Erreichung dieser Zielsetzung initiierten. Ein gelungenes Beispiel dafür ist das Projekt im Rolwaling Tal.

2.2. Trekkingtourismus

„Letztlich ist es die Mischung – die beeindruckende Landschaft, das Körpererlebnis, das kontrollierbare Wagnis und die Wahrnehmung des Fremden, der Menschen und deren Kultur, die Erfahrung des Exotismus, und die Bewohner des Himalaya, mit ihren strahlenden Gesichtern ...“³⁴⁴

Entlegene Gebirgsregionen können oft nur über Fußmärsche erreicht werden. Für die marginalisierte Bevölkerung eröffnet sich die Möglichkeit, Einkommen aus dem Trekkingtourismus zu generieren: Führer- und Trägerwesen, der Unterbringungs- und Versorgungsbereich, der Vertrieb heimischer Produkte. In den Trekkingregionen entstehen dadurch auch viele Probleme – der gestiegene Feuerholzbedarf erhöht automatisch die Abholzung in den Wäldern. Ebenso wächst die unkontrollierte Entsorgung von anorganischen Abfällen. Die interkulturellen Kontakte bei Trekkingreisen beschränken sich meistens auf Gespräche mit den anderen Touristen. Für gewöhnlich wird nur am

³⁴³ vgl. SCHATZL 2004: 119 ff.

³⁴⁴ LUGER [o.J.] zit. in <http://www.respect.at/>

letzten Trekkingtag gemeinsam mit der ganzen Mannschaft gefeiert. Insgesamt kann man beim Trekkingtourismus folgende Trends beobachten³⁴⁵:

- In immer kürzerer Zeit wollen die Reisenden immer mehr Ziele bewältigen.
- Die Zahl der unerfahrenen und weniger gut vorbereiteten Trekker wird immer höher.
- Das Durchschnittsalter der Trekker schraubt sich laufend nach oben.
- Das Risiko für Unfälle im Zusammenhang mit der akuten Höhenkrankheit wird immer größer. Dieser Punkt ergibt sich aus gruppendynamischen Umständen: Jeder Trekker will mit den anderen Schritt halten und ignoriert das Auftreten von Symptomen. Ein selbst auferlegter Erfolgsdruck und die getätigten Investitionen (Vorbereitung, Urlaubszeit, Reisepreis etc.) führen zu dieser Situation.

2.2.1. Trekkingtourismus in Nepal

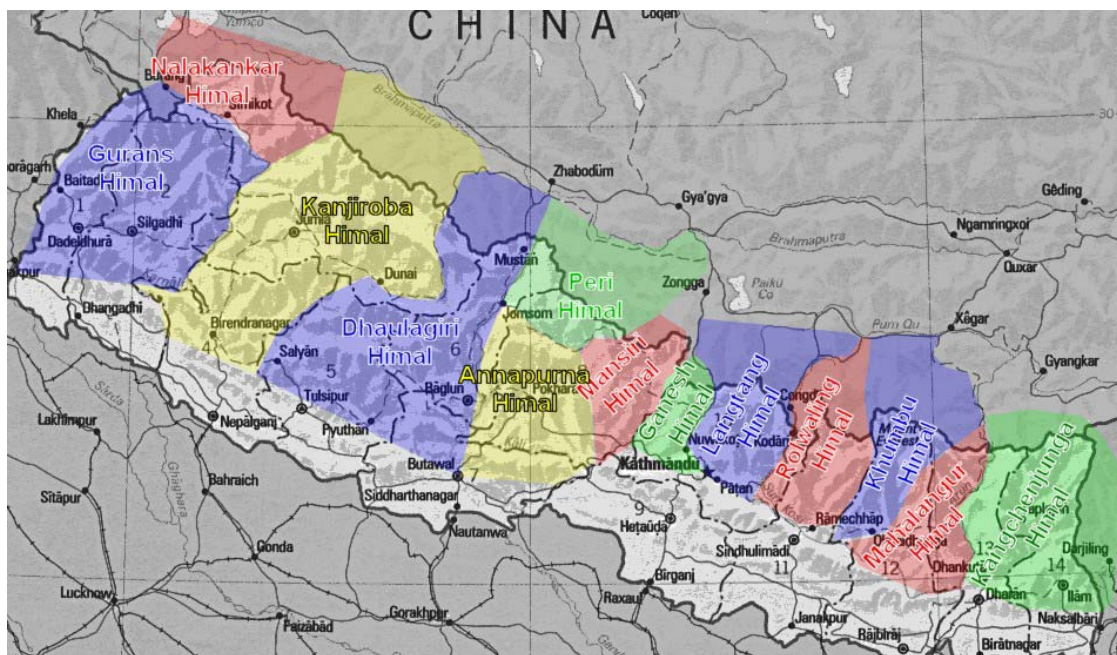


Abbildung 30: Gebietsregionen in Nepal

Quelle: <http://www.bielefeldt.de/maps/gebirgemap-n.jpg>

Ungefähr ein Viertel des Tourismus in Nepal findet in den Berg- und Gebietsregionen statt. Nepal hat sich in den letzten Jahrzehnten zu einer attraktiven

³⁴⁵ vgl. BAUMHACKL 2006: 154 ff.

Trekkingdestination entwickelt - er stellt somit eine wesentliche Einnahmequelle für den Staat dar. Die Trekking-Saison in Nepal konzentriert sich auf zwei Zeiten: zwischen Februar und April und Oktober (43.468 internationale Touristenankünfte³⁴⁶) bzw. November. In Nepal sind insgesamt 160 Gipfel für Besteigungen freigegeben. Das Trekkinggeschäft entwickelte sich zum Selbstläufer; schon nach wenigen Jahren entstand entlang der beliebtesten und regelmäßig besuchten Routen eine hohe Zahl an Versorgungsinfrastruktur³⁴⁷.

Die populärsten und meist besuchtesten Schutzgebiete für den Trekkingtourismus sind die Annapurna Conservation Area, der Sagarmatha Nationalpark (mit dem Mount Everest) und der Langtang Nationalpark³⁴⁸. Das in diesem Kapitel näher beschriebene Tourismusprojekt liegt im Rolwaling Tal, welches in der Abbildung 30 mit roter Farbe gekennzeichnet ist.

2.2.2. Wanted: Trekking-Träger

Die Lastenträger spielen im Gebirgstourismus in den Entwicklungsländern eine „tragende“ Rolle. In einem gering erschlossenen Bergland wie Nepal ist es ein unverzichtbarer Beruf, denn weder Lasttiere noch Fahrzeuge können die entlegenen Dörfer erreichen. Etwa 100.000 sind allein im nepalesischen Himalaya im Einsatz – als Lastträger für die Trekkinggruppen, für den Nachschub in den Gastbetrieben an den Trekkingrouten und als Träger für die Expeditionen. Da die ersten Hochgebirgsträger dem Volk der Sherpa angehörten, wurden und werden die Träger irrtümlicherweise immer wieder mit diesem Namen verbunden.

Die Lastenträger schleppen normalerweise zwischen 20 und 30 Kilo Ballast. Der gesamte Trekking-Bedarf (inklusive Bier und Whisky) muss auf mehrere Tausend Höhenmeter getragen werden. Dafür werden sie mit 350 Rupien Tageslohn (etwa € 4) plus Verpflegung entlohnt. Die Träger können fortwährend nur hoffen, dass sie von den Touristen etwas „Trinkgeld“ erhalten. Das Problem ist aber, dass es Träger im Überschuss gibt und somit die Konkurrenz unter ihnen besonders hart ist. Dies wirkt sich immer auf die finanziellen Mittel aus³⁴⁹.

³⁴⁶ <http://www.nepalvista.com/>

³⁴⁷ vgl. SCHATZL 2004: 119 ff.

³⁴⁸ vgl. SCHATZL 2004: 119 ff.

³⁴⁹ vgl. Tourismus Watch Nr. 37 (2004): Trekking-Träger sind weitgehend ohne Schutz

Die Ausbeutung der Träger hat System: Die Agenturen in der Hauptstadt vereinbaren mit ihren ausländischen Reiseveranstaltern Pauschalverträge, die den Lohn, Unterkunft, Ausrüstung und Verpflegung der Träger abzudecken haben – somit haben sie freies Spiel am Trekking-Markt. Je weniger die Agenturen in Nepal an die Träger bezahlen müssen, desto größer ist der Anteil, den sie selber lukrieren können. Von einer Unfall- oder einer Krankenversicherung kann noch lange nicht die Rede sein. Welche menschlichen Kosten der Bergtourismus mit sich bringt, kümmert die Global Player weniger. Bishnu Aryal arbeitet in Kathmandu für die Selbsthilfeorganisation der Träger „Porters’ Progress“³⁵⁰:

„Ständig begegne ich auch auf schneebedeckten und vereisten Pfaden Trägern in Gummischlappen. Mangelhafte Kleidung, weder Regenschutz noch Bergschuhe [...] Immer wieder verunglücken Träger, verletzen sich oder bleiben krank in irgendeinem Dorf oder einer Lodge liegen. [...] Es gibt zwar allgemeine Regelungen zum Schutz der Träger, doch niemand kontrolliert ihre Einhaltung.“

Die „**International Porters Protection Group**“ versucht die prekäre Situation zu ändern und setzt sich zu Gunsten der Träger ein. Die Organisation wurde 1997 gegründet und pocht auf die Einhaltung sozialer Mindeststandards. Sie hat Minimalbedingungen für faires Trekking festgelegt³⁵¹:

- Jeder Träger soll mit ausreichender Ausrüstung versehen werden: Schuhe, Handschuhe, Regenschutz, Sonnenbrille und Decken für die Nacht.
- Bei Krankheit dürfen Träger nicht sich selbst überlassen und alleine nach Hause geschickt werden.
- Für die Behandlung und Versorgung von verunglückten oder erkrankten Trägern müssen die nötigen Mittel bereitgestellt werden.
- Die Auftraggeber müssen sich zur Bezahlung eines Mindestlohns verpflichten.

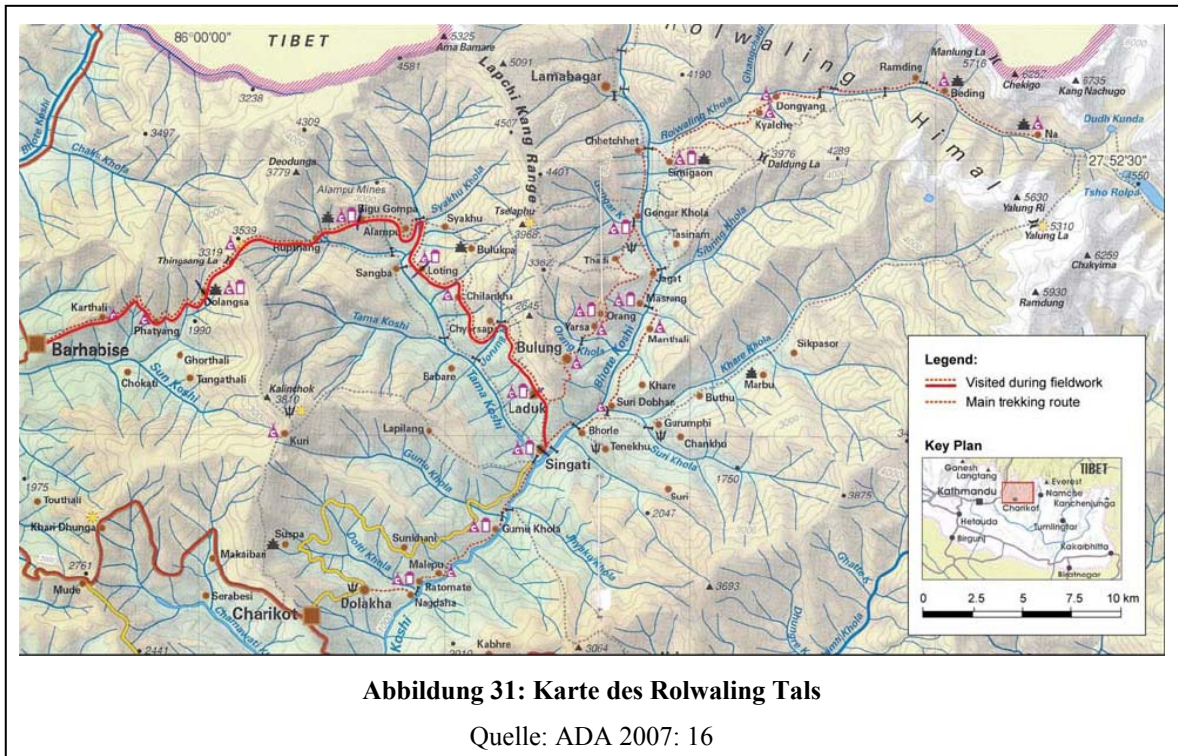
Die Selbsthilfeorganisation der Träger „**Porters’ Progress**“ konzentriert sich auf die Verbesserung der Ausrüstung der Träger und baute zu diesem Zweck zwei Verleihzentren in Kathmandu und in Lukla auf. Gegen ein geringes Pfand kann sich jeder Träger oder jede Agentur hier die benötigte Ausrüstung für die Dauer des Trekkings leihen³⁵².

³⁵⁰ ARYAL [o.J.] zit. in Tourismus Watch Nr. 37 (2004): Trekking-Träger sind weitgehend ohne Schutz

³⁵¹ vgl. Tourismus Watch Nr. 37 (2004): Trekking-Träger sind weitgehend ohne Schutz

³⁵² vgl. Tourismus Watch Nr. 37 (2004): Trekking-Träger sind weitgehend ohne Schutz

2.3. Rolwaling Tal



Das Rolwaling Tal liegt im Nordosten von Nepal, zu Füßen des heiligen Berges Gauris Shankar (7.146 m). Da es hier keine 8.000er gibt, ist die Anzahl der Gebirgstouristen nicht so hoch. Nur etwa 600 bis 1.000 Reisende kommen im Jahr durch das Rolwaling Tal – zum Vergleich: im Annapurna-Gebiet sind es rund 50.000 Trekker und im Sagarmatha-Nationalpark 30.000. Das Grenzgebiet zu Tibet dürfen nur Reisegruppen mit einem lizenzierten Guide durchwandern. Über den fast 5.800 Meter hohen Trashi Laptsa-Paß führt ein weiter Weg in den Mt. Everest-Nationalpark, vorbei am berühmten Tso Rolpa, dem Gletschersee, der vor einigen Jahren auszubrechen drohte³⁵³ und damit ganze Dörfer „weggeschwemmt“ hätte.

Die Gauri Shankar Trekking-Area im Rolwaling Tal ist ungefähr 150 km von Kathmandu entfernt. In diesem Gebiet leben ungefähr 100.000 Menschen mit verschiedenen ethnischen Zugehörigkeiten. Wie es in der Karte der vorigen Abbildung gekennzeichnet ist, gibt es zwei Haupt-Trekkingrouten. Beispiel der Route eines Camping Treks im Rolwaling Tal der Firma Crystal Mountain Treks³⁵⁴: Kathmandu – Dolakha –

³⁵³ <http://www.respect.at/>

³⁵⁴ <http://www.jimsumrall.com/JimSumrall/Information/Rolwaling/Rolwaling%20Brochure.pdf>

Suri Dhoban – Jagat – Simigaon – Gyalche – Beding – Na – Yalung La – Tsho Rolpa – Tolumbhu Buka – Tashi Labtsa Phedi – Thengpo – Thame – Namche – Monju – Lukla – Kathmandu. Diese 25-tägige Gebirgstour kostet pro Person US \$ 2.500,--.

2.4. Eco Himal

Kurt Luger ist der Gründer der Gesellschaft für ökologische Zusammenarbeit Alpen-Himalaya – „Öko Himal“ – in Österreich. Seit 1992 versucht er die Regionen so zu entwickeln, dass die Menschen sich selbst und später auch Reisende versorgen können. Mit den lokalen Basisinitiativen und den Dorfgemeinschaften sollen die Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung in der Himalayaregion nachhaltig verbessert werden. Zunächst ging es um den Aufbau von Trinkwasserleitungen, Schulen, wasserdichten Dächern, später auch um saubere Energie, Naturschutz und Abfallmanagement³⁵⁵.

Eco Himal ist eine internationale Nichtregierungsorganisation mit Sitz in Salzburg und einem Regionalbüro in Kathmandu. Den größten Teil der Projekte in Nepal finanziert die österreichische Entwicklungszusammenarbeit. Ihr Einsatz betrifft die Armutsbekämpfung und Erhaltung der Biodiversität, den Aufbau von Solarenergie und eines Kleinwasserkraftwerkes, kulturelle Zusammenarbeit und Erhaltung des kulturellen Erbes und die Förderung von nachhaltigem Tourismus, wie das Ökotourismusprojekt Rolwaling. Für Eco Himal ist auch die Ausbildung jener, die später mit Trekkinggästen aus dem Westen zu tun haben, sehr wichtig. Kurt Luger meint aber, dass den lokalen Agenturen die Ausbildung oft gar nicht so recht ist, denn wer zu gut ausgebildet ist, der kostet auch mehr³⁵⁶.

2.5. „Rolwaling Eco Tourism Project“

„Einige hundert Trekker pro Jahr reichen schon aus, um hier, in den abgeschiedenen Dörfern am Eingang zum Rolwaling Tal, ein bitter nötiges Zusatzeinkommen zu garantieren, das hilft, hungrige Bäuche zu stopfen oder auch dem jüngsten Mädchen in der Familie den Schulbesuch zu ermöglichen. ‚Wir wollen einen bescheidenen Tourismus aufbauen‘, sagt Thundu, ‚den Fremden unsere Berge, unsere Gompa und unsere Tänze zeigen. Und mit den Einnahmen können wir unsere Häuser aufbauen, das

³⁵⁵ <http://www.sueddeutsche.de/tt814/reise/artikel/156/93063/>

³⁵⁶ <http://www.ecohimal.org/>

*Dach der Schule bezahlen und den Weg zu uns herauf wieder reparieren, der von der Steinlawine im letzten Monsun total zerstört wurde.*³⁵⁷

Bislang haben in erster Linie die voll durchorganisierten Trekkingagenturen in der Hauptstadt und die ausländischen Reiseanbieter an den Touristen verdient. Angesichts der wachsenden Zahl von Gebirgstouristen im Himalaya versucht man im Rolwaling Tal und im südlich gelegenen Hügelland mit rund 20 Dorfgemeinschaften eine umfassende Dorfentwicklung zu fördern und ein Tourismusprojekt zu Gunsten der armen, indigenen Bevölkerung zu initiieren. Es wird mit Maß und Ziel, mit Geduld und Zeit ein ökologisch und kulturell vertretbarer, armutsreduzierender Tourismus aufgebaut³⁵⁸:

„Jegliche Arbeit erfolgt mit und durch die Dorfgemeinschaften. Wir sitzen stundenlang unter den Bäumen, hören uns an, welche Probleme bestehen, versuchen herauszufinden, für welche wir eine Lösung finden können. Kommunikation und gemeinsame Planung sind das Um und Auf!“

(Max Petrik, Projektleiter)

2.5.1. Konzeptentwicklung

1997, noch bevor der Begriff „Pro Poor Tourism“ das erste Mal verwendet wurde, wurde das „Rolwaling Eco Tourism Project“ (RETP) mit dem Ziel einen ökologisch und kulturell vertretbaren Tourismus aufzubauen, ins Leben gerufen. Projektträger ist Eco Himal, der den Einsatz finanziert. Durch eine natur- und kulturverträgliche Tourismusplanung sollen mit den Einheimischen im und rund um den Tourismus Einkommensmöglichkeiten und Arbeitsplätze geschaffen und Armut reduziert werden. Wichtig ist dabei, dass die Einheimischen in ihren Dörfern bleiben und ein Zusatzeinkommen zu ihrer Subsistenz erwirtschaften können³⁵⁹.

2.5.1.1. „10 minutes donation“

Bereits zu Beginn der Projektidee wurde an den Gemeinschaftsgeist und an das Verantwortungsbewusstsein der Einheimischen appelliert. Es soll etwas Kollektives und Integratives geschaffen werden, das der Einzelne niemals bewerkstelligen könnte – somit wurde das Konzept der „10 minutes donation“ entworfen. Jeder Dorfbewohner muss sich

³⁵⁷ LUGER 2006: 150

³⁵⁸ PETRIK [o.J.] zit. in <http://www.respect.at/>

³⁵⁹ vgl. LUGER 2006: 134

entweder täglich 10 Minuten oder einen Tag im Monat an der Gemeindearbeit beteiligen. Er trägt somit durch persönlichen Anteil zur Entwicklung des Dorfes bei. So wurde zum Beispiel in einer kleinen Siedlung in Yarsha ein Campingplatz angelegt. Diese „Zeitspenden“, wie sie Kurt Luger nennt, dienen in allen Dörfern der Projektregion zur Stärkung des Verantwortungs- und Gemeinschaftsgefühls³⁶⁰.

2.5.1.2. Dörfliches Entwicklungskomitee

Ein Nepalese hat sich bereit erklärt, in einem Dorf-Campingplatz Infrastruktur (wie Toiletten, Duschen, Küche) zu bauen. *„Wenn wir Reis anpflanzen, rechnen wir mit einer Ernte. Ähnlich erwarten wir Einkommen von unserem Zeltplatz.“* Das Geld für die Vermietung des Campingplatzes stellt für die Dorfgemeinschaft ein zusätzliches Einkommen dar. Das dörfliche Entwicklungskomitee entscheidet, wofür das Geld verwendet wird. Von den Einnahmen profitiert nicht der Einzelne, sondern das ganze Dorf – sie sollen für soziale Dienstleistungen verwendet werden. Aus jedem Haushalt können zwei Mitglieder einer Familie an dem Komitee teilnehmen, somit sind die Frauen zu gleichen Teilen stimmberechtigt wie die Männer³⁶¹.

2.5.1.3. Infrastrukturelle Vorleistungen

Um ein touristisches Produkt anbieten und letzten Endes auch verkaufen zu können, muss die Qualität stimmen. Ein Tourist kann sich nur dann umweltbewusst verhalten, wenn die entsprechende Infrastruktur vorhanden ist (z.B. Müllentsorgung, Kanalisation). In den ersten Jahren des Tourismusprojektes war es die Hauptaufgabe eine ganz einfache Infrastruktur zu schaffen, da diese ebenso von den Einheimischen verwendet werden kann. Im Rolwaling Tal wurden mehr als tausend Toiletten und saubere Trinkwasseranschlüsse für alle Dörfer gebaut.

Hygiene, Gesundheitsvorsorge und Umweltschutz sind Fortbildungsthemen der Siedlungen. Während der Regenzeit werden Kurse in Schreiben, Lesen, Rechnen und Englisch abgehalten. Die erste Öko-Loge des RETP, ein Energiesparhaus mit Solarenergie,

³⁶⁰ vgl. LUGER 2006: 134

³⁶¹ vgl. LUGER 2006: 134 f.

diente bislang als Trainingszentrum. Nach der Gebirgstourismussaison soll sie für diverse Aktivitäten im Dorf zur Verfügung stehen³⁶².

2.5.1.4. „Community Development Committees“

Im Zuge des RETP wurden 20³⁶³ „Community Development Committees“ (CDCs) gegründet, die als Wirtschafts-Kooperativen registriert wurden. Hier erfolgt die grundsätzliche Planung wie sich das Dorf bzw. die Region entwickeln soll, was gebraucht wird, welche Probleme zu bewältigen sind und welche Ausbauschritte als nächstes zu setzen sind. Die Dorfgemeinschaften entwickeln Perspektiven für ihre Heimat und die Aufgabe von Eco Himal ist es, die Interessen möglichst aller Beteiligten zu harmonisieren, die Entwicklungsstrategien abzustimmen und die Finanzierung zu sichern. Eco Himal versucht, lokales Wissen und bewährte Organisationsformen aufzugreifen. Die CDCs basieren auf Dorfgemeinschaften, operieren aber wie Gewerbebetriebe, nehmen Kredite auf, investieren und betreiben Handel. Sie sind in alle Entscheidungen involviert und die eigentlichen Akteure der Projektführung³⁶⁴.

2.5.2. Projektziele

Die Ziele des Rolwaling Eco Tourism Project können in Oberziele und in unmittelbare Projektziele getrennt werden. Die Oberziele des Projekts sind³⁶⁵:

- Schaffung von Arbeitsplätzen im Tourismus als Beitrag zur erweiterten Subsistenzwirtschaft und zur Reduzierung des Abwanderungsdrucks
- Generierung von Einkommen für die lokale Bevölkerung
- Realisierung eines ökologisch orientierten Tourismuskonzepts
- Förderung eines ökologisch und sozial verantwortungsvollen Tourismus in der Projektregion

Als unmittelbare Projektziele wurden in der Durchführbarkeitsstudie und im Projektantrag folgende genannt³⁶⁶:

³⁶² <http://www.respect.at/>; vgl. LUGER 2006: 134 f.

³⁶³ Mittlerweile sind es 22 CDCs.

³⁶⁴ vgl. LUGER 2006: 135 f.

³⁶⁵ LUGER 2006: 136

- Verbesserung der Lebensbedingungen und der Wohnsituation für die lokale Bevölkerung durch Steigerung der basalen Infrastruktur (Trinkwasser, Toiletten, Wege, Brücken)
- Verbesserung der touristischen Infrastruktur und Ausbildung
- Einbeziehung und Vorbereitung der lokalen Bevölkerung auf den Tourismus, damit diese den Tourismus weitgehend in Eigenregie betreiben kann

Diese Ziele sollen jeweils unter folgenden fünf Prämissen erreicht werden:

1. Maximale Berücksichtigung der Bedürfnisse der einheimischen Bevölkerung (intakte Soziokultur)

Der Tourismus ist als Ergänzung der bisherigen Subsistenzwirtschaft zu sehen. Das Einkommen der Bevölkerung im Rolwaling Tal wird fast ausschließlich durch den Landbau und die Viehzucht erwirtschaftet, deswegen dient der Fremdenverkehr als Erweiterung der bisherigen Einkommensbasis. Das Niveau des Lebensstandards der im Tourismus Beschäftigten liegt deutlich über dem der Bauern und lässt sich in der Ausstattung und Qualität der Häuser ablesen. Die Organisation des Tourismus erfolgt auf genossenschaftlicher Basis, dies ermöglicht eine Beteiligung und Mitsprache aller Parteien an den Entscheidungen³⁶⁷.

2. Forderung nach intakter Umwelt

Das Rolwaling Tal ist derzeit kein Schutzgebiet und deswegen existieren keine Gesetze, um die Natur zu schützen. Wenn das touristische Aufkommen steigt, bedeutet das automatisch einen größeren Verbrauch von Holz und anderen Ressourcen. Um trotzdem die Natur zu schützen, müssen bestimmte Auflagen ausgesprochen werden, die auch respektiert werden. Ein langfristiges ökologisches Tourismus-Management ist durch ein Belohnungssystem erreichbar, z.B. bei Einhaltung der Maßnahmen gibt es Vergünstigungen für Lodgebesitzer. Gemeinsam mit diesen und mit den CDCs arbeitet Eco Himal ein „Memorandum of Understanding“ aus, das bestimmte Umweltschutzmaßnahmen vorsieht. Die Einhaltung der Maßnahmen ist mit einem „Gütesiegel“ durchführbar, welches die Lodges bei korrekten Verhaltensweisen verliehen bekommen.

³⁶⁶ LUGER 2006: 137

³⁶⁷ vgl. LUGER 2006: 137

Des weiteren übernimmt die „Gesellschaft für ökologische Zusammenarbeit Alpen-Himalaja“ die Ausbildung der Mitarbeiter (z.B. Lodgemanagement, Sprachkurse), stellt Kredite zur Verfügung, leistet Hilfe und Unterstützung beim Auf- und Ausbau, unterstützt gemeinschaftliches Marketing und kontrolliert den Qualitätsstandard der Lodges (Verwendung von Kerosin anstelle von Holz für den Küchenbetrieb, Errichtung von Komposttoiletten). Eco Himal finanziert auch den Bau der CDC-Lodges, wenn keine privat betriebene Lodge in dem Gebiet vorhanden ist – diese wird dann gemeinschaftlich oder auf Basis eines Pachtvertrages betrieben³⁶⁸.

3. Forderung nach wirtschaftlicher Ergiebigkeit

Das Preisniveau im Projektgebiet liegt um ein Mehrfaches niedriger als in den beliebtesten Gebirgsregionen in Nepal. Wenn die Lodges eine bessere Qualität und Ausstattung haben, können die Betreiber einen höheren Preis verlangen. Von den Trekking-Touristen können auch Familien profitieren, die nicht direkt im Tourismus tätig sind. Sie können als Lieferant von Getreide, Gemüse und Fleisch ihr Einkommen verdienen. Viele Trekkingagenturen wären darüber froh, denn sie würden sich den Transport der Güter in die höher gelegenen Regionen ersparen³⁶⁹.

4. Berücksichtigung der Wünsche der Touristen

Bei den Produkten in der Destination des Rolwaling Tals muss das Preis-Leistungsverhältnis stimmen. Die komparativen Vorteile (bessere Unterkünfte, mehr Nähe zur Kultur, weniger Touristen etc.) gegenüber anderen Regionen müssen deutlich erkennbar sein, die Gastfreundschaft, die Sicherheit am Berg und eine ökologisch möglichst intakte Landschaft soll geboten werden. Ebenso muss ein Mindeststandard an Hygiene und Komfort der Lodges vorhanden sein – dieser war in den meisten Trekkingdestinationen insbesondere für westliche Touristen völlig unzumutbar. Durch das Wissen der Entwicklungshelfer werden Bergbäuerinnen in „kitchen and lodge management“ geschult.

Der Ausbildungsstand von Trägern und Führern, insbesondere in den höheren Regionen, ist keinesfalls zufrieden stellend. Durch das Ausbildungsprojekt für Trekking- und Tourguides – „Mountaineering School Thame“ – konnten deutliche

³⁶⁸ vgl. LUGER 2006: 137 f.

³⁶⁹ vgl. LUGER 2006: 138

Verbesserungen in der Sicherheit erreicht werden. In Thame wurden ein Trainingszentrum in einer Lodge und ein Klettergarten eingerichtet. Seit 1998 werden regelmäßig Ausbildungskurse zur Qualifizierung der nepalesischen Bergführer und Hochträger durchgeführt. Sie umfassen praktische und theoretische Fels-Eis-Fortbildung, Vermittlung von Rettungstechniken, Erste-Hilfe-Kurse sowie Workshops über die ökologischen Auswirkungen des Tourismus in Hochgebirgsregionen. Die von Eco Himal durchgeführte Dienstleistung kam aber nur jenen Personen zugute, die für Trekkingagenturen arbeiteten. Da auch immer mehr Touristinnen nach weiblicher Begleitung verlangen, wurden 20 junge Frauen im ersten „Female Outdoor Leadership Training“ zu Trekkingführerinnen ausgebildet³⁷⁰.

5. Zielsetzung der optimalen Kommunikation und Marketing

Die Schaffung einer optimalen Kommunikation zwischen Reisenden und Bereisten ist der Ausgangspunkt dieser Zielsetzung. Die Touristen sollen sich bereits vor Reiseantritt Informationen über das Land besorgen, eine gewisse Sensibilisierung für die neue, andere Kultur entwickeln und ihr mit entsprechendem Respekt gegenüber treten. Die Bereisten müssen sich ortsübergreifend über die konkreten Ziele einig sein und erkennen, welchen Nutzen sie aus den Urlaubern ziehen können. Es muss eine Leitidee bzw. ein Leitbild für die Region Rolwaling – Gauri Shankar entwickelt, eine eigenständige Positionierung gefunden, eine Marke kommuniziert und ein Image aufgebaut werden. Das RETP hat sich zum Ziel gesetzt, nicht den billigsten Treck anzubieten, sondern den qualitativ höchstwertigen im Sinne eines ökologisch nachhaltigen Tourismus. Eine umweltbewusste und kultursensible Urlaubszielgruppe soll akquiriert und die konsequente Umweltpolitik durch ein Marketinginstrument bekannt gemacht werden. Um einen Imagevorsprung zu erreichen, muss sowohl das Angebot des Produkts (Geographie und Klima der Region, Landschaft, Kultur und Folklore, Wasserversorgung und -qualität, Abwasser- und Müllbeseitigung, Energiekonzept) als auch die touristische Infrastruktur (Reisebetreuung, Unterkunft, Verpflegung, Information, Serviceleistungen) vermarktet werden. Einmaligkeit und Besonderheit muss betont werden; das Gebiet soll zur „Unique Selling Proposition“ werden. Eine

³⁷⁰ <http://www.ecohimal.org/>; vgl. LUGER 2006: 138

gezielte Kommunikationspolitik trägt zur Positionierung des Projekts bei, indem sie den Nutzen für den Endverbraucher bestimmt³⁷¹.

2.5.3. Phasen und Kosten des Projekts

Das „Rolwaling Eco Tourism Project“ wurde in drei Phasen gegliedert³⁷²:

- **Phase 1** (1997 – 2001)

Aufbau der Organisationsstruktur durch CDCs und Entwicklung der basalen Infrastruktur. Bis Ende 2006 wurden ungefähr 90 km Wasserleitungen gelegt – etwa 2.000 Haushalte konnten dadurch mit frischem Wasser versorgt werden. Es wurden 1.300 Toiletten in den Haushalten und 20 Schultoiletten gebaut.

- **Phase 2** (2002 – 2004)

Implementierung der tourismusrelevanten Infrastruktur und Capacity building – diese inkludierte die Reparatur und Ausbesserung von Verkehrswegen (58 km), die Konstruktion von 28 Holzbrücken und den Aufbau von neuen Unterkünften (10 Lodges und 14 Zeltplätze).

- **Phase 3** (2005 – 2006)

Überleitung des Projekts in die volle Verantwortung der CDCs und Aufbau eines Netzwerkes der CDCs unter einer gemeinsamen Steuerungsorganisation

Das durchschnittliche jährliche Budget während der gesamten Projektdauer betrug € 260.000. Die Gesamtkosten des RETP beliefen sich auf etwas über zwei Millionen Euro. In der Tabelle 19 sind die Kosten für die einzelnen Jahre bzw. Perioden aufgelistet.

Jahr	Kosten	Jahr	Kosten
1998	nicht verfügbar	2002	230.000
1999	227.000	2003/04	532.000
2000	250.000	2005	235.000
2001	254.000	2006/07	343.000

Tabelle 19: Kosten des Rolwaling Eco Tourism Project
Quelle: ADA 2007: 17

³⁷¹ vgl. LUGER 2006: 138 f.

³⁷² vgl. ADA 2007: 16 ff.; LUGER 2006: 139

2.5.4. Evaluation des Projekts

Das RETP war von Beginn an mit zahlreichen Schwierigkeiten konfrontiert: Abgeschiedenheit eines Teils der Projektregion, erhebliche soziale Disparitäten, allgemein niedriges Niveau von Ausbildung und Gesundheit und unruhige, instabile politische Lage des Landes. Die Menschen in der Destination hatten bislang die Hilfe einer Entwicklungsorganisation noch nicht genossen (bis auf ein paar kleine Projekte wie Brunnenbau oder Impfkation). Das mühsamste Unterfangen war die Schaffung der Institutionen in den ersten Jahren und der Aufbau der CDCs. Danach kam das Projekt in eine schwungvolle Phase, aber durch die politischen Umstände erlitt es wiederum sehr schnell einen Rückschlag³⁷³.

2.5.4.1. Maoistische Aufstände

Die Maoisten kämpfen für soziale Gerechtigkeit, die Gleichberechtigung der unterdrückten Volksgruppen, die Abschaffung der Monarchie und für die Diktatur des Proletariats. Nahezu das gesamte Rolwaling Tal ist ein Rückzugsgebiet der aufständischen Maoisten, die im Jahre 1995 ihren Volkskrieg gegen die Regierung und die Monarchie ausriefen und das Gebiet im Jahre 2000 als befreites Gebiet deklarierten. Viele junge Einheimische zogen aus Angst von den Dörfern in die Städte, und diejenigen, die in den Dörfern ausharrten, zeigten wenig Bereitschaft sich für den Tourismus zu engagieren. Das Projekt kam teilweise fast zum Stillstand oder ging nur zögerlich voran, aber die Arbeit kam nie zum vollständigen Erliegen, denn die Rebellen dürften wohl von der Notwendigkeit der Aktivitäten überzeugt gewesen sein (teilweise waren auch Maoisten in den CDCs tätig). Die Trekker müssen den Maoisten oft eine „Kriegssteuer“ zahlen – diese beträgt meistens pro Person 1.000 Rupies (ca. 12 Euro), manchmal auch 3.000 Rupies. Diese „Revolutionsspende“ wird höflich, aber bestimmt kassiert, entweder am Wegesrand oder bei der Übernachtung in den Lodges oder Zelten. Obwohl die Touristen durch die Rebellen kaum gefährdet waren, halbierte sich in der Zeit von 2000 bis 2004 die Zahl der internationalen Touristenankünfte in Nepal, in der Projektregion sank sie auf wenige hundert Gebirgstouristen³⁷⁴.

³⁷³ vgl. LUGER 2006: 139 f.

³⁷⁴ vgl. LUGER 2006: 140 ff.; Tourismus Watch Nr. 36 (2004): Maoisten in Nepal – Wie sicher sind Reisen?

2.5.4.2. Konkrete Projektergebnisse

Die Tabelle 20 zeigt, welche Aktivitäten im Projekt im Laufe der Jahre getätigt wurden. In den 20 CDCs wurden nach neun Jahren mühsamer und intensiver Arbeit viele infrastrukturelle Leistungen geschaffen. Die Daten stammen aus den projektinternen Erhebungen der österreichischen NGO, Village profiles und den Jahresberichten von Kurt Luger³⁷⁵.

Name of CDC	Institutional Sector								Tourism Infrastructure								
	DEP teacher	DEP Class	Leadership training	CDC Registration	Cooperative Management	Stationery Support for CDC	Office Furniture	Audit expenses	Campsite	Community Lodge	Campsite Management	Basic English language	English Language follow up class	Study Tour	KG Study Tour	LMT	Environ mental camp
Ratomate	1	34	3		3	1	1		1		3	40	40	2	2	2	3
Malepu	1	45	3	1	8	1	1	2	1		3	65	65	2	2		
Gumukhola	1	34	4	1	8	1	1	2	1		3	11	11	2	1	4	
Singati	1	47	4	1	10	1	1	2	1		3	50		2	2	13	4
Suridhovan	1	30	3		3	1	1		1		3	45	45	2	2	4	1
Manthali	1	34	4	1	2	1	1	2				40	40	2	2		1
Jagat	2	70	8	1	4	1	1	2				60	60	2	2		4
Gongerkhola	1	65	3	1	5	1	2	2	1	1	3	40	40	2	4		6
Simigaon	2	80	4	1	6	1	1	2		1		45	45	2			
Beding	1	51	2			1								2			
Orang	1	40	3	1	5	1	1	2	1	1	2	24	24	1			
Yarsa	1	46	3	1	5	1	1	2	1		3	27	27	2			
Bulung	2	80	6	1	5	1	1	2	1		3	38	38	2	2		3
Laduk	1	45	3	1	5	1	1	2	1	1	2	37	37	2	1		4
Chilankha	1	45	4	1	5	1	1	2	1		3	38	38	2			4
Loting	1	56	3	1	5	1	1	2	1	1	3	41	41	2			4
Gaglate	1	78		1	5	1	1	2				38	38	2			
Bigu	2	43	3	1	5	1	1	2	1	1	3	105	40	2			10
Dolangsa	1	45	3	1	9	1	1	2	1	1	3	46	46	2			
Karthali	2	45	2	1	9	1	1	2				39	39	2			1
Total	25	1013	68	17	107	20	20	34	14	7	40	829	714	39	20	23	45

Tabelle 20: Projektergebnis nach neun Jahren

Quelle: LUGER 2006: 140 f.

³⁷⁵ vgl. LUGER 2006: 139 ff.

Fortsetzung Tabelle 20:

Name of CDC	Physical Infrastructure & Trainings											Others					
	DW/km	Number of Taps	Toilets	Showers	Bridge	Trail Improvement/km	Literacy class	Kitchen garden	Plumber training	DW maintenance tools	Electricity support	Health camp	First Aid Box	School furniture/Sets	Flood Protection	SSHP	Temple/Gompa rennovation
Ratomate	4	10	36	2		0,5	34	6	1	1		2				1	
Malepu	3,3	11	68	9		2	34	6	1	1		2				1	
Gumukhola	1,4	6	47	3		3		6	1	1		2				1	
Singati	8,1	30	87	18		3		8	1	1		2			1	1	1
Suridhovan	4,5	13	46	4	2	1,8		6	1	1		2				1	
Manthali	1,3	3	38		3	1,8	42	6	1	1	1	2	1	9		1	
Jagat	3,2	12	55	4	2	3	37	6	1	1		4	1	10	1	1	
Gongerkhola	8,5	24	60		3	4,5	49	6	1	1		2	1	20		1	
Simigaon	0,5	2	31	1	4	3	40	6	1	1	1	2	1		1	1	
Beding	1,5	1	53		2	6	39	1		1						1	
Orang	5,5	19	48	1	1	2,5		6	1	1		2		30		1	
Yarsa	3,7	7	71		1	3	35	6	1	1		2			1	1	
Bulung	5	19	95	8		2,5		6	1	1		2				1	
Laduk	5,9	31	68	6		3,5		6	1	1		2				1	
Chilankha	1,5	3	63	7	1	6		6	1	1		28			1	1	
Loting	7,2	35	63	1	1	5,5		6	1	1		42				1	
Gaglate	7,3	75	75	2	5	4	63	6	1	1		88	1			1	
Bigu	3,2	36	64	5		4		6	1	1		2				1	
Dolangsa	2	5	62	2	2	2,5		8	1	1		2			1	1	1
Karthali	7,5	72	83	2	1	3		10	1	1		2			1	1	
Total	85	414	1213	75	28	65,1	373	123	19	20	2	192	5	69	7	20	2

CDC: Community Development Cooperative

DW: Drinking Water System in km

School sanitation program: Two years program in Schools and CDC on Sanitation & environmental awareness

DEP Class Development Education Program (6 month)

SSHP: School Sanitation Hygiene Program

LMT: Lodge Management Training

KG Study tour: Kitchen Garden Study Tour

2.5.5. Bilanz des Projekts

„Auf einem Plateau oberhalb des Dorfes Simigaon schlichten die Bewohner Stein auf Stein für ein neues Gästehaus. Von hier sollen einmal erschöpfte Trekker einen herrlichen Ausblick hinunter auf das grüne Tal mit dem schäumenden Bhote Kosi, dem ‚Fluss der aus Tibet kommt‘ genießen. Unmittelbar hinter dem Dorf türmen sich die steilen Eisflanken des Gauri Shankar 5.000 Meter in den Himmel, bis hinauf zum Doppelgipfel, der den Gottheiten Shiva und Parvati vorbehalten ist.“³⁷⁶

Die Gewinner des beschriebenen Projekts sind die Bewohner der Täler und die Natur in der Region. Mittlerweile vertrauen die Bergbauern auf das Rolwaling Eco Tourism Project, auch wenn ihnen vieles zuerst merkwürdig erschien. Nachdem das anfängliche Misstrauen abgelegt wurde, haben die Bauern die Projektidee verstanden, ziehen mit und sind auch von den Handlungen überzeugt. Aus dem RETP kann man also feststellen, dass auch in entlegenen Bergregionen ein sorgfältig geplanter Tourismus einen wertvollen Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen leisten kann. Indem man vor Ort Einkommen schafft, kann man auch die Abwanderung der jungen Bevölkerung in die Städte verhindern bzw. minimieren³⁷⁷.

Insgesamt gesehen hat der Tourismus in den Trekkinggebieten Nepals enorme ökonomische Impulse gesetzt. Die Bewohner in den Tourismusdestinationen sind im Vergleich zu den anderen Regionen beinahe vermögend. Auch die Bauern an den Durchgangswegen profitieren als Lieferanten von Lebensmitteln³⁷⁸.

3. Ecuador

Ecuador hat vier außergewöhnliche und unterschiedliche touristisch interessante Gebiete zu bieten: die Küstenabschnitte am pazifischen Ozean, das Hochland der Anden, den tropischen Regenwald im Amazonastiefland und die Galapagos Inseln. Der Staat zählt laut der Klassifikation der Weltbank zu den Middle Income Countries und der Human Development Index beträgt 0,772³⁷⁹ – in der Weltrangliste ist dies Platz 89 von 177.

³⁷⁶ LUGER 2006: 150

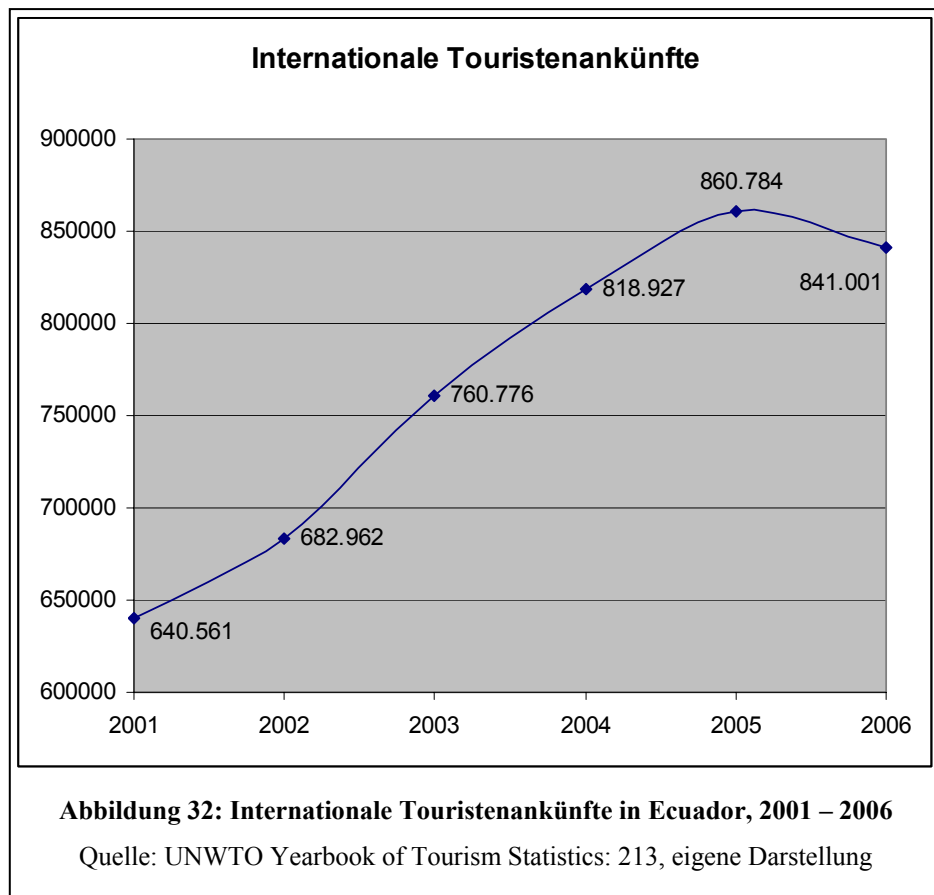
³⁷⁷ vgl. LUGER 2006: 150

³⁷⁸ <http://www.respect.at/>;

³⁷⁹ <http://hdr.undp.org/en/statistics/>

3.1. Tourismus in Ecuador

Der Tourismus ist in Ecuador regional unterschiedlich stark entwickelt, aber insgesamt ist es ein nur langsam wachsender Wirtschaftssektor. Aufgrund der starken Konkurrenz der Nachbarländer, den Vulkanausbrüchen, den Wirtschaftskrisen und den „regelmäßigen“ politischen Umbrüchen, musste dieser Sektor in letzter Zeit Rückschläge (siehe Abbildung 32) in der Tourismusedwicklung hinnehmen³⁸⁰.



Im Jahre 2005 kam die Mehrheit der Touristen mit einem Marktanteil von 79,33 % (0,65 % Karibik, 1,64 % Zentralamerika, 25,20 % Nordamerika und 51,84 % Südamerika) aus Amerika. Innerhalb von Südamerika bereisten die Einwohner von Peru und Kolumbien am häufigsten das Land. Die internationalen Tourismuseinnahmen stiegen (trotz der sinkenden Ankünfte) von 486 Millionen US \$ (2005) auf 490 Millionen US \$ (2006) – dies sind aber nur 0,3 % der Tourismuseinnahmen des gesamten amerikanischen Marktes³⁸¹.

³⁸⁰ vgl. GATTRINGER 2008: 49 ff.

³⁸¹ vgl. UNWTO Yearbook of Tourism Statistics: 213; vgl. UNWTO Tourism Highlights 2007

3.2. Das Untersuchungsgebiet

3.2.1. Der Oriente

Das Projektgebiet liegt im Oriente, dem Amazonastiefland von Ecuador, welches knapp die Hälfte des Staatsgebietes von Ecuador und ungefähr 1,6 % des gesamten Amazonastieflandes einnimmt. Im Jahre 2001 lebten in dieser Region 548.416 Einwohner. Der Fremdenverkehr in den Oriente begann mit hochpreisigen Reisen in den 70er Jahren. Erst später nahm die Anzahl der Individualtouristen zu, die sich meistens in Eigenregie auf die Suche nach „Indianerdörfern“ machten. Die letzte Entwicklungsphase des Tourismus brachte den für das Land Ecuador prädestinierten Community Based Tourism hervor. Im Jahre 2006 waren bereits 80 verschiedene CBT-Projekte registriert³⁸².

3.2.2. Kanton Loreto

Die in diesem Kapitel beschriebene Tourismusinitiative liegt im Kanton Loreto (mit der gleichnamigen Hauptstadt Loreto), im ecuadorianischen Oriente in Amazonien. Die Stadt Loreto liegt ungefähr 280 km von Quito entfernt und ist die Heimat von ungefähr 15.000 Einwohnern. 91% davon leben in ländlichen Gebieten. Im gesamten Kanton Loreto gibt es ungefähr 100 Gästebetten und kleine Restaurants und Imbissstände. Die Einwohner zählen zu den ärmsten des Landes – fast 95% der Bevölkerung lebt unter der Armutsgrenze. Von den im Jahre 2001 erhobenen 2.380 Haushalten waren 70% ohne Stromanschluss, 73% ohne adäquates Abwassersystem und fast dreiviertel ohne Sanitäreinrichtungen³⁸³.

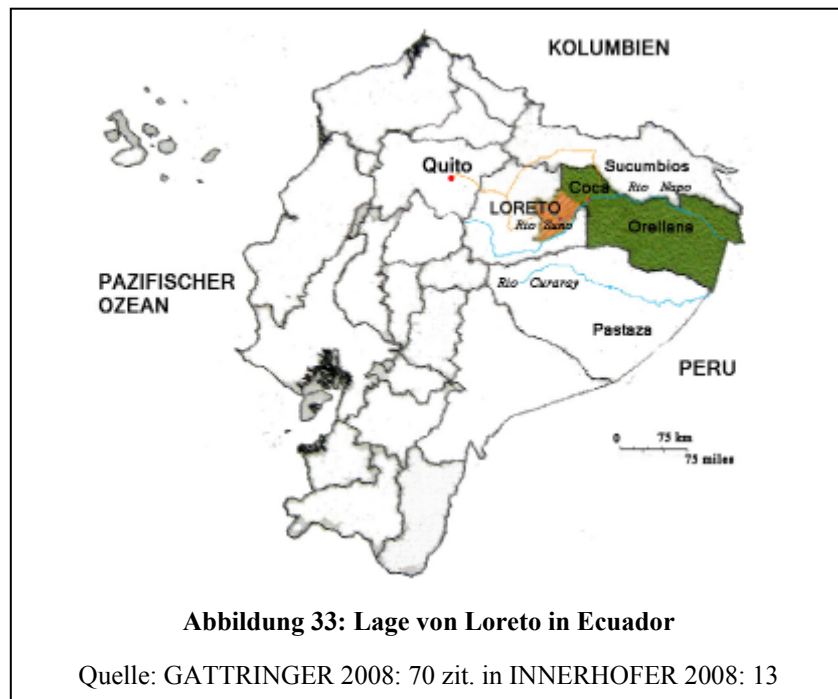
Die Kichwa³⁸⁴ erwirtschaften den größten Teil ihres Einkommens durch die Landwirtschaft. Durch die Fortschritte der Marktwirtschaft spielen mittlerweile auch die Holzwirtschaft, die Viehzucht, der Fischfang und die Jagd eine ökonomische Rolle. In letzter Zeit können vereinzelt Einheimische als Sicherheits- oder Reinigungspersonal in den nächstgelegenen größeren Städten (Coca, Tena) Beschäftigung finden³⁸⁵.

³⁸² vgl. GATTRINGER 2008: 49 ff.

³⁸³ vgl. GATTRINGER 2008: 69 ff.

³⁸⁴ Die Kichwa ist eine bevölkerungsreiche indigene Gruppe im Oriente.

³⁸⁵ vgl. GATTRINGER 2008: 83 f.



Das größte touristische Potenzial des Kantons Loreto bildet aber die ausgiebig vorhandene unberührte Natur samt der ländlichen Bevölkerung mit ihrer fremden Kultur. Die traditionelle Lebensweise der Indigenen ist ein Hauptmotiv für eine Reise in das ecuadorianische Amazonastiefland³⁸⁶.

3.3. Die Autorin

Die Autorin der im Jahre 2008 entstandenen Diplomarbeit³⁸⁷, ist eine Studienkollegin der Faches Geographie und Wirtschaftskunde. Frau Mag. Julia Gattringer, deren Zweitfach Spanisch ist, nahm gegen Ende ihrer Ausbildung an einer Freiwilligenarbeit in Südamerika teil und betreute und koordinierte in einem insgesamt achtmonatigen Feldaufenthalt ein Community Based Tourismus-Projekt mit indigener Bevölkerung. Der erste Feldaufenthalt begann im September 2006 und dauerte fünf Monate. Im Sommer 2007 wurde sie von der OCKIL-FONAKIN abermals gebeten, in das Untersuchungsgebiet zurückzukehren um im Projekt weiterzuarbeiten. Somit flog sie im Oktober 2007 abermals für drei Monate nach Ecuador.

³⁸⁶ vgl. GATTRINGER 2008: 85 ff.

³⁸⁷ Diese Diplomarbeit stellt in die Hauptliteratur dieses Kapitels dar.

3.4. OCKIL-FONAKIN

Die **FONAKIN** (*„Federación de Organizaciones de Nacionalidad Kichwa de Napo“*) ist die Vertreterin der indigenen Völker der Provinzen Napo und Orellana. Sie arbeitet seit 20 Jahren erfolgreich an einer Vielzahl von Projekten, die die Lebenssituation der Kichwa nachhaltig verbessern soll. Bereits seit 1998 ist die FONAKIN im Raum Loreto tätig und kooperiert mit europäischen und nordamerikanischen Entwicklungsorganisationen.

Die FONAKIN ist die Mutterorganisation der **OCKIL** (*„Organización de Comunidades Kichwas de Loreto“*), welche erst vor drei Jahren mit dem Ziel der besseren Erreichbarkeit der Dörfer im Amazonasgebiet gegründet wurde. Ein Verwaltungs- und Ausbildungszentrum mit einem Bürogebäude entstand in Loreto, dem Sitz dieser NGO. Der Vorstand der OCKIL besteht ausschließlich aus indigenen Personen der Region. Mittlerweile gibt es 32 Mitgliedsgemeinden mit insgesamt 4.500 begünstigten Einwohnern³⁸⁸.

Beide Institutionen finanzieren sich hauptsächlich durch staatliche Fonds, ausländische Geldgeber und externe Institutionen. Der Schwerpunkt der bisherigen Projekte lag im Gesundheitsbereich. Der Vorstand der OCKIL (Marcelo Alvarado) sieht das Hauptziel der Arbeit in³⁸⁹:

„[...] die Einheit zu festigen, mit dem obersten Ziel die Lebensbedingungen zu verbessern. [...] trotz der allgemeinen Konzentration auf den Gesundheitsbereich, hat jedes der unterschiedlichen Projekte seine Berechtigung und Bedeutung [...] denn man kann nicht das Leben verbessern, wenn es keine ökonomischen Einkommen für die Familien gibt und Unterernährung herrscht.“

Eines der Projekte und gleichzeitig auch die bislang einzige Tourismusinitiative der OCKIL-FONANKIN ist das *„Proyecto de Turismo FONAKIN-RIOS“*, das bereits 2004 gegründet wurde und immer wieder mit sehr vielen Schwierigkeiten und Hindernissen zu kämpfen hatte.

³⁸⁸ vgl. GATTRINGER 2008: 59 ff.

³⁸⁹ ALVARADO 2007 zit. in GATTRINGER 2008: 62

3.5. „Proyecto de Turismo FONAKIN-RIOS“

Aufgrund der mangelnden Beschäftigungsmöglichkeiten in Loreto und der damit einhergehenden deprimierenden Situation der Kichwa entstand 2003 die Idee, nach dem Vorbild schon laufender Initiativen in Ecuador ein umweltverträgliches Tourismusprojekt im Raum Loreto zu initiieren. Die OCKIL wollte auf Gemeindebasis durch touristische Aktivitäten ein zusätzliches Einkommen für die arme Bevölkerungsschicht schaffen. Seit Mai 2004 waren fünf österreichische freiwillige Mitarbeiterinnen als Projektverantwortliche im Dienste der NGO im Einsatz. Das Projekt wurde von Frau Gattringer in vier Phasen (nach den Vor-Ort Aufenthalten der österreichischen Freiwilligen) gegliedert³⁹⁰.

3.5.1. Phase 1 – Mai 2004 bis März 2005

Mag. Ines Refenner war ab Beginn der Tourismusinitiative für die Initiierung des entsprechenden Projektes verantwortlich. Sie begann ihre Arbeit mit der Erhebung der tourismusinteressierten Gemeinden. Von möglichen zehn Dörfern zeigten fünf konkretes Interesse. Das Ziel dieser ersten Phase war es, die Kichwa auf das weitere geplante Ablaufschema vorzubereiten, sodass man so schnell wie möglich mit den Ausbildungen und Schulungen beginnen konnte. Im Mai 2005 (also erst nach einem Jahr harter Arbeit) wurde der „Startschuss“ für den aktiven Beginn der Initiative gefällt. Für die Einwohner in Loreto war es vor allem wichtig, dass die Erwartungen, Hoffnungen, Zweifel und Ängste des Projektes erhoben wurden. Die häufigste Befürchtung für die indigene Bevölkerung war: *„Schwierigkeit, zu wissen, wie man die Touristen zufrieden stellen kann“*, *„Touristen könnten Wissen der Kichwas ‚rauben‘“* und *„schlechte Verteilung der Einkommen, daher Eifersüchteleien und Neid unter den Familien“*³⁹¹.

3.5.2. Phase 2 – Juli 2005 bis Jänner 2006

Da Frau Magdalena Wagner erst im Juli 2005 nach Loreto kam, stand das Projekt fast vier Monate still – damit schwand die Motivation der Gemeinden und einige Familien

³⁹⁰ vgl. GATTRINGER 2008: 84 ff.

³⁹¹ GATTRINGER 2008: 89 ff.

waren sich über die Teilnahme an dem Projekt nicht mehr sicher. Der Fokus ihres Aufenthaltes lag neben den Ausbildungen der indigenen Bevölkerung auf der Suche nach einer möglichst langfristigen Finanzierung. Frau Wagner hielt im Oktober 2005 die erste Schulung zum Thema: „*Was ist/bedeutet Tourismus?*“. Im letzten Monat ihres Feldaufenthaltes erstellte sie schließlich ein Finanzierungsansuchen, welches erst von der dritten freiwilligen Mitarbeiterin eingereicht wurde³⁹².

3.5.3. Phase 3 – Februar 2006 bis Juli 2006

Frau Daniela Gassner sollte in der Phase drei die Kooperation mit dem möglichen Geldgeber fixieren. Die Schulungen und die monatlichen Treffen der Mitgliedsgemeinden sollten regelmäßig fortgeführt werden. Im Juli 2006 wurde schlussendlich der Projektvorschlag eingereicht; aber bereits im September des Jahres wurde er wegen institutsinterner Umstrukturierungen abgelehnt³⁹³.

3.5.4. Phase 4 – September 2006 bis Februar 2007

Am 28. September 2006 trat Julia Gattringer ihren ersten fünfmonatigen Feldaufenthalt an. Sie wurde gleich in dem ersten Monat mit den Schwierigkeiten des Projektes konfrontiert. Wegen allgemeiner Unsicherheit und Skepsis über die Tourismusinitiative war die Teilnahme der Gemeindevorstände bei Veranstaltungen und monatlichen Meetings rar. Die Ernüchterung trat ein, als bei einer geplanten Versammlung der Projektbeteiligten nur drei von zwanzig Kichwa erschienen. Weiters sprangen im Laufe der letzten zwei Jahre immer wieder Gemeinden von dem Tourismusprojekt ab. Frau Gattringer ließ sich aber nicht entmutigen und veranstaltete ein weiteres Planungstreffen. Da zu diesem nur Vertreter aus zwei Dörfern kamen, wurden die anderen Mitgliedsgemeinden vorläufig aus dem Programm genommen – bei erneutem Interesse konnten sie sich jedoch jederzeit wieder integrieren. Eine Philosophie des Projektes ist es, die indigene Bevölkerung nicht zur Teilnahme und zu „ihrem Glück“ zu zwingen. Dieses

³⁹² vgl. GATTRINGER 2008: 92 ff.

³⁹³ vgl. GATTRINGER 2008: 94

Treffen wurde genutzt, um die Idee der Möglichkeit eines Besuches einer österreichischen Touristengruppe zu besprechen³⁹⁴.

3.5.4.1. Aufenthalt von “Probetouristen”

Die Autorin motivierte zehn Freunde und Verwandte, um das neu entstandene Tourismusprojekt zu besuchen, und diese erklärten sich bereit, als „Probe-Touristengruppe“ zu fungieren. Interesse und Motivation der Kichwa stiegen unmittelbar. Mit nur einer geringen Einmischung und Unterstützung von Seiten Gattringers wurde von den Dorfbewohnern ein genau durchgeplantes All-Inclusive-Paket für drei Tage kreiert. Die Dauer der Aufenthalte der Österreicher in den beiden Nachbardörfern wurde gerecht aufgeteilt, so dass sich keine Gemeinde benachteiligt fühlen konnte. Der Schwerpunkt des Programms wurde auf das Kennenlernen der Kichwa-Kultur gelegt. Der Besuch der so genannten „Probetouristen“ vollzog sich am 11. Dezember 2006 und funktionierte im Gesamten gesehen reibungslos. Nach Angaben der Autorin war Begeisterung sowohl von Seiten der Besucher als auch der Besuchten während und nach dem Aufenthalt deutlich zu spüren. Das einzige Problem bzw. eigentlich Hindernis war die Verständigung – das Englisch der Kichwa und das Spanisch der Touristen war nicht ausreichend³⁹⁵.

Der Preis des 3-tägigen Aufenthalts der Probetouristen wurde mit 50 US \$ festgesetzt und beinhaltete Transport, Verköstigung, Nächtigung und sämtliche andere Aktivitäten (z.B. Floßfahrt, Kichwa-Unterricht, typische Tanz- und Musikaufführungen, Wanderungen im Urwald, Herstellen von traditionellen Werkzeugen). Schon bei der Planung wurde Wert darauf gelegt, dass die beiden Gemeinden ungefähr den gleichen Aufwand hatten; somit erhielten sie auch die gleiche „Aufwandsentschädigung“ von US \$ 173 für die gesamte Touristengruppe. Die direkten Kosten (z.B. für den Transport), beliefen sich auf US \$ 30. Wenn man die Einnahmen der Probereisenden von den Ausgaben der Kichwas abzieht, blieb ein Reingewinn von US \$ 125 übrig. Dieser Betrag stellte die Kichwa sehr zufrieden und sollte für die Verpflegung und den Transport zu den weiteren Ausbildungstreffen und für einen Erfahrungsaustausch-Besuch eines anderen - nahe gelegenen - CBT-Projekts aufgewendet werden³⁹⁶.

³⁹⁴ vgl. GATTRINGER 2008: 95 ff.

³⁹⁵ vgl. GATTRINGER 2008: 97 ff.

³⁹⁶ vgl. GATTRINGER 2008: 99

Die Erfahrung der indigenen Bevölkerung wurde als sehr positiv empfunden und dadurch stieg auch die Motivation für die Tourismusinitiative enorm. Es wurde mit neuen Gemeindeprojekten wie mit dem Umbau einer alten Schule zu einer kleinen Lodge begonnen. Des Weiteren kam es beim Einstudieren von traditionellen Bräuchen zu einer Revitalisierung des kulturellen Erbes – das Bewusstsein über die Bedeutung und der touristischen Relevanz ihrer Kultur stieg. Um den Besuch der österreichischen Touristen zu beurteilen und daraus einen Nutzen für die Region ziehen zu können, wurde mittels eines persönlichen Fragebogens der Kurztrip der Probetouristen in das ecuadorianische Amazonasgebiet evaluiert³⁹⁷.

3.5.4.2. Englischkurse

Durch den Besuch der Probetouristen erkannten die Dorfbewohner die Wichtigkeit der Verbesserung ihrer Englischkenntnisse. Das erste Mal traten sie aus eigener Antriebskraft an die Autorin heran. Im Jänner des vorigen Jahres wurde für alle Interessierten aus den am CBT-Projekt teilnehmenden Gemeinden regelmäßige Sprachkurse angeboten. Die Workshops wurden von den Kichwa mit Begeisterung und reger Teilnahme angenommen³⁹⁸.



Abbildung 34: Mag. Julia Gattringer beim Englischunterricht

Quelle: GATTRINGER 2008: 107

³⁹⁷ vgl. GATTRINGER 2008: 102 ff.

³⁹⁸ vgl. GATTRINGER 2008: 106 f.

3.5.4.3. Besuch eines Ökotourismusprojekts

Zum Zweck des Erfahrungsaustausches wurde ein bereits seit 15 Jahren laufendes und somit etabliertes Ökotourismusprojekt in Ecuador im Februar 2007 besucht. Jeweils zwei Personen der Mitgliedsgemeinden durften an dieser Exkursion teilnehmen. Vor Ort wurde angeregt über aufgetretene Schwierigkeiten und mögliche Lösungsvorschläge diskutiert. Die Teilnehmer wurden auf zukünftige Problemfelder vorbereitet und kehrten mit einem erneuten Motivationsschub in ihre Dörfer zurück. Da die Autorin noch in dem gleichen Monat wieder nach Österreich reiste, war dies ihre vorerst letzte Tätigkeit in Loreto³⁹⁹.

Nach der Abreise von Frau Gattringer war das Tourismusprojekt auf sich alleine gestellt und hatte somit die Förderungspriorität der OCKIL verloren – die Tourismusinitiative wurde leider nicht mehr in dieser Form weitergeführt. Da aber gerade nach der positiven Erfahrung und der neuen Impulse durch die „Probetouristen“ und des Besuches eines anderen Projektes die Motivation der indigenen Bevölkerung auf dem Höchststand war, hätte man genau an diesem Punkt unbedingt weitermachen und anknüpfen sollen⁴⁰⁰.

3.6. „Red de Turismo Comunitario Huataraco-Suno“

Wie es sich später herausstellte, war die Phase vier überhaupt die letzte Phase des CBT-Projektes der OCKIL. Es wurde kein potentieller Nachfolger von Frau Gattringer gefunden und die OCKIL ergriff keinerlei Initiative, alleine weiterzuarbeiten⁴⁰¹. Von Mai 2004 bis Juni 2007 koordinierte die OCKIL-FONAKIN das Projekt und ab Juli 2007 wurde die Verantwortlichkeit an die „Jefatura de Turismo“ des „Honorable Consejo Provincial de Orellana“ (HCPO = Tourismussektion der örtlichen Landesregierung) übergeben. Die HCPO initiierte, finanzierte und koordinierte ein größeres CBT-Projekt „Red de Turismo Comunitario Huataraco-Suno“ (kurz „red“), in welcher die beiden lokalen Gemeinden (vgl. Kapitel V – 3.5.) der OCKIL jedoch integriert werden konnten⁴⁰².

³⁹⁹ vgl. GATTRINGER 2008: 108 f.

⁴⁰⁰ vgl. Interview GATTRINGER 2008

⁴⁰¹ vgl. GATTRINGER 2008: 109

⁴⁰² vgl. GATTRINGER 2008: 69 ff.

3.6.1. Das Tourismuskonzept

Die dahinter stehende Idee des Tourismusprojektes sollte die gleiche wie die der OCKIL-FONAKIN sein, jedoch mit mehr Koordination und ständiger Betreuung von Seiten der HCPO. Die Verantwortlichkeiten innerhalb der Landesregierung und der Gemeinden wurden bereits am Anfang klar geregelt.

Zu Beginn wurde eine großflächige Bestandsaufnahme aller touristischen Attraktionen der gesamten Provinz erstellt. Diese Ergebnisse dienten dazu ausgewählte Dörfer anzusprechen, ob sie Interesse an dem CBT-Projekt haben. Jede touristische Attraktion wurde nach zehn unterschiedlichen Gesichtspunkten kategorisiert und eine Analyse des vorhandenen Potentials durchgeführt. Es wurden in der gesamten Provinz 47 „natürliche“ und 37 „kulturell“ interessante Orte als besonders bedeutsam eingestuft. Die Karte im Anhang 4 zeigt die sehenswerten Plätze des Kantons Loreto von der HCPO 2007⁴⁰³.

Die Durchführung des Projektes „red“ läuft in zwei großen Phasen⁴⁰⁴:

1. Ausbildungsphase:

Von September 2007 bis Februar 2008 liegt der Schwerpunkt auf der Ausbildung und Sensibilisierung der Teilnehmer. Unterrichtet werden neben Englisch Themen wie Gastronomie, Tourist-Guiding, Abfallwirtschaft, Hygiene- und Gesundheitsmaßnahmen, touristische Planung, Management und Administration von Unternehmen, Qualitätssicherung im Tourismus etc. Der indigenen Bevölkerung musste vor allem bewusst gemacht werden, dass es sich hierbei um eine langfristige Tourismusinitiative handelt. Leider wurde auch in diesem Projekt die regelmäßige Anwesenheit bei den Kursen von nur wenigen Teilnehmern erbracht, wodurch sich der gesamte Fortgang dieser Phase verlangsamte. Der Sinn der umfassenden Ausbildung soll sein, dass sich die Einheimischen in der Lage fühlen, die touristischen Herausforderungen weitgehend alleine meistern zu können.

2. Umsetzungsphase:

Ab März 2008 wollte man mit dem Auf- bzw. Ausbau der notwendigen Infrastruktur beginnen. Hiermit sollte den ungeduldigen Projektteilnehmern erstmals ein greifbareres Ergebnis präsentiert werden.

⁴⁰³ vgl. GATTRINGER 2008: 116 ff.

⁴⁰⁴ vgl. GATTRINGER 2008: 125 ff.

Laut Interview mit Frau Gattringer war im Juli 2008 die Ausbildungsphase noch immer nicht vollständig abgeschlossen. Um aber den Fortschritt des Projektes nicht zu gefährden wurde bereits parallel in einigen Gemeinden begonnen, die basale Infrastruktur aufzubauen⁴⁰⁵.

3.6.2. Unterschiede des „red“ zum „Proyecto de Turismo FONAKIN-RIOS“

Das regionale Tourismusprojekt „Red de Turismo Comunitario Huataraco-Suno“ wurde für einen Zeitraum von zwanzig Jahren geplant und ausgelegt. Der zeitliche Horizont des von der OCKIL initiierten Tourismusprojekts war nie geregelt. Ebenso waren die Verantwortlichkeiten nie explizit festgelegt. Der größte und wahrscheinlich wesentlichste Unterschied ist jedoch das langfristige Finanzierungsmodell des „red“. Die OCKIL-FONAKIN war weitgehend auf sich alleine gestellt. Die Kosten des Gesamtprojekts „red“ wurden mit ca. 250.000 US \$ kalkuliert. Der Großteil des veranschlagten Geldes wird von der HCPO zur Verfügung gestellt⁴⁰⁶. Marcelo Alvarado, der Präsident der OCKIL-FONAKIN, betont⁴⁰⁷:

„dass beide Initiativen ursprünglich parallel entstanden sind, nur der HCPO schneller eine Finanzierungsmöglichkeit [...] gelang. Da genug Geld da war, konnte das OCKIL-Projekt mehr oder weniger geschluckt werden und hatte somit plötzlich eine reale Chance auf eine permanente und gesicherte Abwicklung ihrer Pläne.“

3.7. Probleme und Hindernisse

Die bereits im Vorhinein entstandene Skepsis der einheimischen Bevölkerung des „Proyecto de Turismo FONAKIN-RIOS“ hat sich leider zum Teil bewahrheitet. Wie bei jedem anderen Tourismusprojekt ist die Sensibilisierung der am Projekt teilnehmenden Bevölkerung eine schwierige Angelegenheit. Es ergeben sich immer wieder Spannungsfelder, die es zu überwinden gilt. Durch Abgeschiedenheit des touristischen Standortes ist eine leichte Erreichbarkeit von Loreto nicht gegeben. Die Touristen

⁴⁰⁵ vgl. Interview GATTRINGER 2008

⁴⁰⁶ vgl. GATTRINGER 2008: 116 ff.

⁴⁰⁷ ALVARADO 2007 zit. in GATTRINGER 2008: 140

passieren den Kanton nicht auf ihrem Weg, sondern sie müssen absichtlich wegen des Projekts in das ecuadorianische Amazonasgebiet reisen.

Ein weiteres Problem, das die Umsetzung des Projektes immer wieder erschwerte, war die Tatsache, dass die Kichwas nicht sehr zuverlässig und leicht zu motivieren sind. Die fehlende Anwesenheit bei Planungstreffen bzw. die Unpünktlichkeit oder die mangelnde Selbstinitiative waren für eine produktive Arbeit nicht gerade förderlich. Das zuverlässige Erledigen von Aufgaben zählt leider nicht zu den Tugenden dieses Volkes. Da sie bislang immer ohne Zeitangaben gelebt hatten, werden diese Charaktereigenschaften auch nicht für notwendig gehalten. Aus diesem Grund musste man für sämtliche Arbeiten eine längere (für europäische Verhältnisse oft eine zu lange) Zeitspanne planen. Hinzu kommt noch die Neigung der Kichwas zu erhöhtem und exzessivem Alkoholkonsum, eine ständige Demotivation und zuwenig Durchhaltevermögen. Das Verständnis, dass sich nicht alles von alleine wieder zum Positiven wendet, fehlt der indigenen Bevölkerung. *„Oft würde schon eine kleine Veränderung in ihrer Verhaltensweise einen großen positiven Erfolg nach sich ziehen.“*⁴⁰⁸

Die Aufteilung der Arbeiten unter den Einheimischen und in weiterer Folge auch der Einnahmen ist eine Hürde, die es zu meistern gilt. Neid und Eifersucht können unter den Kichwas schnell entstehen. Weiters konnte man sich nie auf eine Zielgruppe der Touristen und daher auf keine bestimmte Art von Tourismus festlegen. Man hat sich nie wirklich über die Vermarktung der touristischen Region Gedanken gemacht. Die Einführung einer Marketingstrategie müsste der nächste Schritt für den Erfolg des Tourismusprojektes sein. Auch wenn man die Zukunft nicht bei den internationalen Touristen sondern bei einer regionalen Zielgruppe sieht, ist es unumgänglich z.B. eine Homepage oder Broschüren zu gestalten oder an Tourismusmessen teilzunehmen⁴⁰⁹.

*„Insgesamt waren und sind die starke Abhängigkeit von ausländischen Geldern, freiwilligen Projektkoordinatorinnen und deren Ideen und Initiativen, sowie die geringe Eigeninitiative der Teilnehmer nicht die optimalen Vorraussetzungen für CBT insgesamt, geschweige denn für die eigenständige Übernahme und Weiterführung sämtlicher Aufgaben durch die Gemeinden selbst.“*⁴¹⁰

⁴⁰⁸ vgl. GATTRINGER 2008: 110 ff.; vgl. Interview GATTRINGER 2008

⁴⁰⁹ vgl. GATTRINGER 2008: 110 ff.; vgl. Interview GATTRINGER 2008

⁴¹⁰ GATTRINGER 2008: 112

3.8. Ausblick

Obwohl es der Ideologie eines CBT-Projekts widerspricht, sieht Frau Gattringer die Regulierung von außen als ein notwendiges Muss für eine erfolgreiche und nachhaltige Tourismusinitiative in Ecuador. Nach der kritischen Betrachtung ihrer Feldaufenthalte musste sie sich eingestehen, dass die indigene Bevölkerung alleine nicht in der Lage ist, das Projekt aufzubauen. Die „Hilfe zur Selbsthilfe“ funktioniert ohne ausländische Finanzierung und einer Vorort-Betreuung im ecuadorianischen Loreto momentan noch nicht. Wenn man das Projekt langfristig betrachtet und die Kichwas zuverlässiger und hätten sie ein ausgeprägteres Verantwortungsbewusstsein, wäre der Erfolg der Tourismusinitiative durchaus gegeben. Das naturräumliche Potential für einen nachhaltigen Tourismus mit Fokus auf Armutsreduzierung ist auf alle Fälle vorhanden⁴¹¹.

Die Frage, die man sich stellen muss ist, ob die Durchführung des Projekts auch wirklich ausreichend gemeindebasiert und partizipativ und nicht zu sehr „von außen“ gesteuert ist. Die größte zukünftige Herausforderung sieht Frau Gattringer in der schrittweisen Übergabe aller Aufgabenbereiche an die Gemeinden mit gleichzeitiger weiterführender, stets verfügbarer Unterstützung und Beratung von Seiten beteiligter Institutionen. Insgesamt muss man anmerken, dass sich das Projekt noch in der Anfangsphase befindet. Man muss jedoch versuchen, endlich aus den Startlöchern herauszukommen, um an einer positiven Weiterentwicklung arbeiten zu können⁴¹².

„Trotzdem, vor allem mit dem Ziel der Verbesserung der Lebensbedingungen der Gemeindebewohner vor Augen, wird es den nötigen Aufwand wert sein, denn das ‚red‘ hat, mit seiner Vielzahl an einzigartigen Sehenswürdigkeiten und einer Portion Geduld und Durchhaltevermögen eine absolut reale Chance.“⁴¹³

⁴¹¹ vgl. Interview GATTRINGER 2008

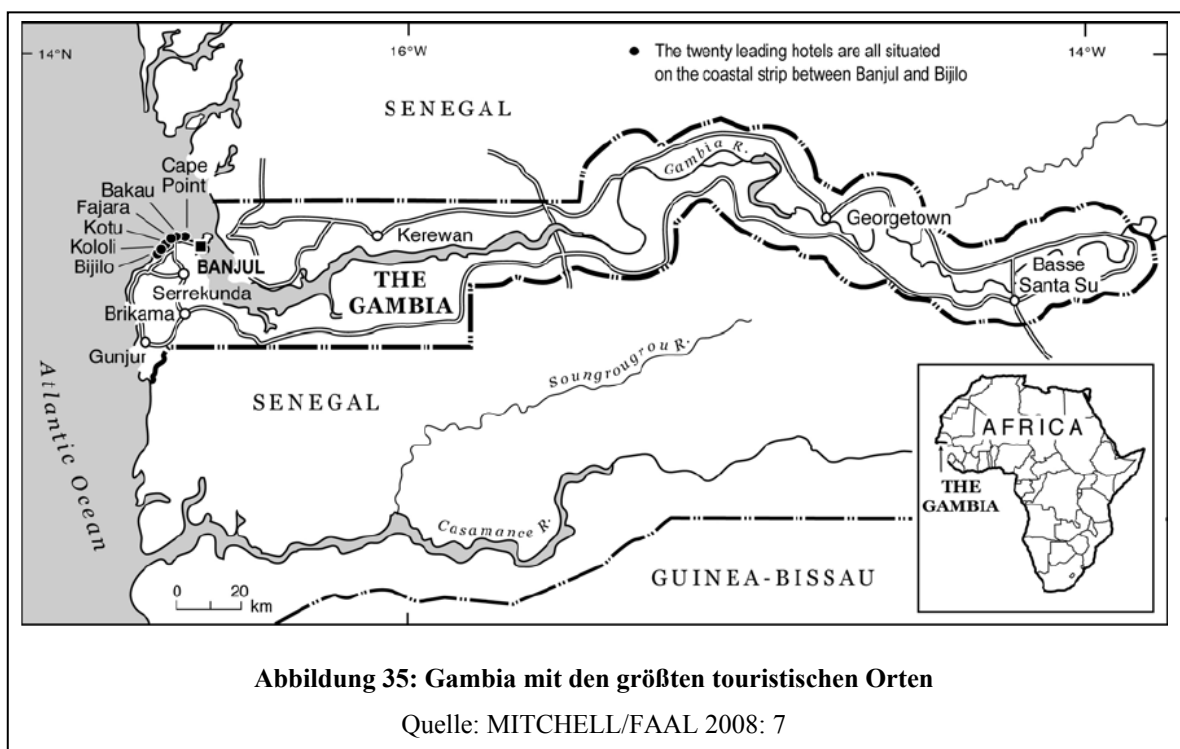
⁴¹² vgl. GATTRINGER 2008: 141 ff.

⁴¹³ GATTRINGER 2008: 144

4. Gambia

An der afrikanischen Westküste liegt der kleinste Flächenstaat des Kontinents (11.295 km²). Das Land liegt an den Ufern des Flusses Gambia und ist im Norden, Osten und Süden von Senegal umgeben. Gambia profitiert von der traditionellen Winter-Sonne und ist von Europa innerhalb von wenigen Flugstunden zu erreichen (vgl. Kapitel I-2.1.). Im Land leben zehn ethnische Gruppen mit unterschiedlichen kulturellen Traditionen und Sprachen – für die Größe und die Einwohnerzahl des Landes (ca. 1,5 Millionen) ist es eine bemerkenswert vielfältige und tolerante Gesellschaft. Mehr als ein Viertel der Bevölkerung lebt in Küstennähe rund um die Hauptstadt Banjul⁴¹⁴.

Gambia zählt zu den 50 am wenigsten entwickelten Ländern der Erde und fällt laut Klassifikation der Weltbank unter die Low Income Countries. Der Human Development Index 2007/08⁴¹⁵ beträgt 0,502 (Rang 155 von 177) und mehr als die Hälfte der Einwohner lebt unter der Armutsgrenze von weniger als einem US-Dollar pro Tag. Die Haupteinnahmequelle der Einwohner von Gambia ist die Landwirtschaft, wobei die Hauptexportgüter Erdnüsse, Baumwolle und Fisch sind⁴¹⁶.



⁴¹⁴ <http://www.respect.at/>

⁴¹⁵ <http://hdr.undp.org/en/statistics/>

⁴¹⁶ <http://www.developments.org.uk/articles>

4.1. Tourismus in Gambia

Der Tourismus startete in den 1960er Jahren, als man begann, die Hauptstadt des Landes mit Kreuzfahrtschiffen anzusteuern. Im Jahre 1965 brachte der Schwede Bertil Hardings erstmals 300 schwedische Touristen nach Gambia. Über vierzig Jahre später ist Tourismus in dem Land ein bedeutender Wirtschaftsbereich geworden. Die WTO schätzt, dass es in diesem Sektor 5.000 Direktbeschäftigte gibt und 6.000 Menschen indirekt eine Beschäftigung haben. Das Land ist stark von den Saisonzeiten abhängig und zum Teil wegen der Regenzeit und des damit verbundenen Malaria-Risikos nicht so wettbewerbsfähig wie ein Sommer-Sonnen-Ziel. Das eigentliche Problem ist aber, dass es billigere und leichter erreichbare Alternativen im Sommer gibt. Wenn die Preise der Unterkünfte im Mittleren Osten weiter fallen und sich die Touristen in diesen Ländern sicherer fühlen, dann kann Gambias Wettbewerbsposition auch in den Wintermonaten schwinden⁴¹⁷. Hinzu kommen noch die für die Touristen nervenden „beach bumsters“ – arbeitslose Afrikaner, die am Strand und auf den Straßen verschiedenste Güter z. B. Früchte, Kleidung, Andenken und Schmuck verkaufen, da ihnen oft der Zugang zum Markt fehlt. Viele Touristen fühlen sich dadurch belästigt und im schlimmsten Fall verlassen sie ihre Hotelanlage nicht⁴¹⁸.

Gambia ist fast ausschließlich von den Charterflügen der großen europäischen Reiseveranstalter abhängig. Im Jahre 2004 besuchten 90.095 Reisende mit dem Flugzeug den kleinen Staat, davon kamen 1,48 % aus Afrika, 3,60 % aus Amerika und 90,96 % aus Europa (3,96 % restliche Welt). Von den 81.955 europäischen Urlaubern stammen wiederum über 48.000 aus Großbritannien. Gerade mal 275 österreichische Gäste besuchten im Jahre 2004 das Land⁴¹⁹.

4.1.1. Die Macht der Reiseveranstalter

Die europäischen Touristen sind die Begünstigten der großen Kaufkraft der Reiseveranstalter, aber während diese von den preiswerten Reisen profitieren, sind die Einwohner von Gambia die großen „Verlierer“. Die hohe Zahl der heruntergekommenen

⁴¹⁷ <http://www.developments.org.uk/articles>;

⁴¹⁸ vgl. WTO 2002: 59

⁴¹⁹ vgl. UNWTO Yearbook of Tourism Statistics: 276

und leerstehenden Hotels zeugen von der Tatsache, dass die Gewinnspanne in der Tourismuswirtschaft sehr eng ist. Doch ohne die Global Players wäre die Zahl der internationalen Touristenankünfte noch geringer. In Gambia ist die Zahl der immer wiederkehrenden Gäste hoch. Sie bringen zum Beispiel Schulmaterialien, Medikamente oder Geschenke für die arme Bevölkerung mit. Diese Art von „person to person“-Hilfe ist erheblich und spielt somit eine wichtige Rolle in der Entwicklung der Beziehungen zwischen den Einwohnern und den Touristen.

Der Aufenthalt in den „All-Inclusive“-Anlagen nimmt in Gambia zu. Im Jahre 1999 lehnte die Regierung Reiseveranstalter mit AI-Urlaubsangeboten ab. Die Reaktion der Global Players war das Einstellen der direkten Charterflüge nach Gambia. Aufgrund des internationalen Drucks musste die Regierung diese Entscheidung schnell wieder rückgängig machen. Neben den vielen Resorthotels mit „Rund um die Uhr-Verköstigung“ gibt es aber in dem Land auch die Möglichkeit, Unterkünfte ohne Verpflegung zu buchen. Die britischen Urlauber geben durchschnittlich 25 bis 30 Pfund pro Tag in Gambia für Mahlzeiten, Souvenirs, Kunsthandwerke, Führungen und Ausflüge (vor allem Vogelbeobachtungen) aus und leisten damit einen wichtigen Beitrag für die Wirtschaft⁴²⁰ – vor allem aber für den informellen Sektor.



⁴²⁰ <http://www.developments.org.uk/articles>; <http://www.respect.at/>

Die Tourismusbranche erwirtschaftete im Jahre 2005 ungefähr 16 % des Bruttoinlandsproduktes und über 30 % der Exporterlöse (2003). Die internationalen Touristenankünfte konnten von 2001 (57.231) bis 2006 (120.000) verdoppelt werden. 84 % der Urlauber buchen schon im Vorhinein den Flug, den Transfer und die Übernachtungen über einer der sieben internationalen Reiseveranstalter. Der Tourismus in Gambia konzentriert sich auf nur wenige Hotels – fast 90 % der 7.000 Betten in Gambia sind in zwanzig großen Hotels zu finden. In der Abbildung 36 sieht man die wirtschaftliche Macht der großen Reiseveranstalter⁴²¹.

Die vier einheimischen Reiseveranstalter haben eine Monopolstellung als Anbieter von Ausflügen und Aktivitäten wie z.B. kulturellen Shows, Besuch von einheimischen Dörfern, Nationalparks und Museen. Viele lokale Guides zeigen den Reisenden ihre seltenen Vogelarten – die populärste Aktivität ist aber die Besichtigung der Felder und Ernteerträge der einheimischen Bauern⁴²².

4.1.2. Tourismuseinnahmen für die arme Bevölkerungsschicht

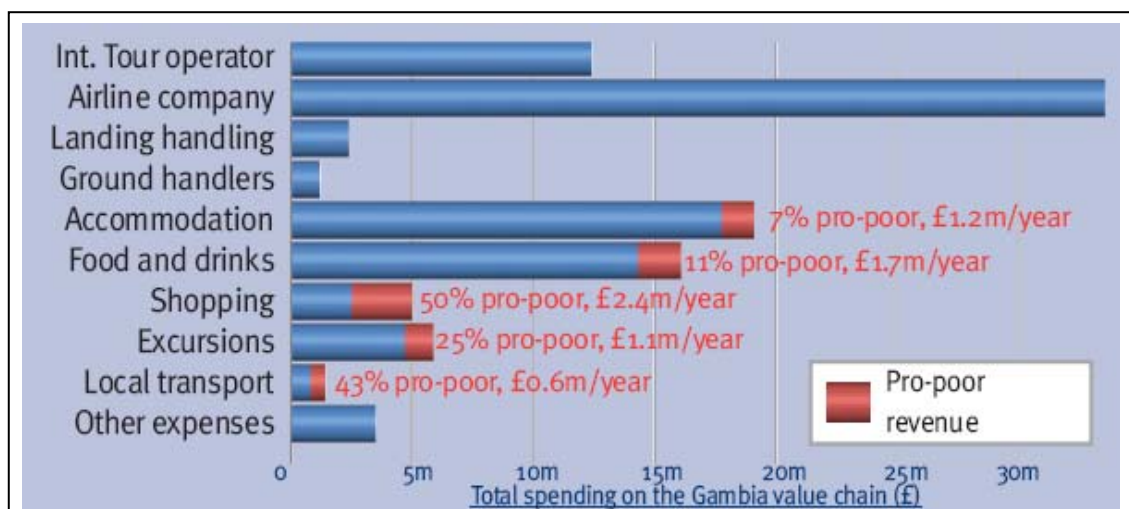


Abbildung 37: Ausgaben der Touristen in der Wertschöpfungskette

Quelle: ASHLEY/MITCHELL 2007: 3

Die zum Pauschalreisepreis zusätzlichen Touristenausgaben sind in Gambia sehr hoch – jedoch nur ein geringer Anteil davon erreicht die arme Bevölkerungsschicht. Wie

⁴²¹ vgl. MITCHELL/FAAL 2008: 3 ff.

⁴²² vgl. WTO 2002: 59

man aus voriger Abbildung sehen kann, verdienen die Armen im Verhältnis nur an den Shoppingausgaben gut. Der Prozentanteil der gesamten Tourismuseinnahmen, der den armen Menschen in Gambia zugute kommt, liegt lediglich bei 16 % (vgl. Abbildung 25). Für ein afrikanisches Land ist dieser Anteil jedoch hoch.

Die Tourismusausgaben außerhalb der All-Inclusive-Anlagen liegen im Durchschnitt bei 53 US \$ pro Tag und Reisenden – das sind 574 US \$ pro Urlaub bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer im Land von 10,8 Tagen. Dies sind hohe Werte, sowohl in der internationalen Gegenüberstellung als auch im Vergleich mit dem Pauschalpreis der Reise⁴²³.

4.2. „Gambia is Good“

4.2.1. Das „Geschäft“ mit der Landwirtschaft

Ein wichtiges Element für eine armutsreduzierende Tourismusstrategie ist der Verkauf von einheimischen landwirtschaftlichen Produkten an Hotels und Restaurants. In einem Land, wo rund drei Viertel der berufstätigen Bevölkerung (vor allem Frauen) im Agrarsektor arbeiten, ist es wichtig, dass die Branchen Tourismus und Landwirtschaft gut zusammenarbeiten. Schätzungen aus dem Jahre 1986 in Gambia ergaben, dass 65 % der Nahrungsmittel für die Hotels importiert wurden. Im Jahr 2006 wurden bereits 40 bis 50 % der frischen Früchte und des Gemüses für die Hotels und Restaurants von den Bauern in Gambia geliefert – in manchen sogar bis zu 90 %⁴²⁴.



Abbildung 38: Bauern und Bäuerinnen in Gambia

Quelle: <http://www.arthurrankcentre.org.uk/news/2006/december/Agri%20tour%20flyer2.pdf>

⁴²³ vgl. ASHLEY 2006: 9 f.

⁴²⁴ vgl. MITCHELL/FAAL 2006: 36 f.

Die NGO Concern Universal und lokale Gruppen haben festgestellt, dass die Produkte der Landwirte in Gambia nicht für den Bedarf der Touristenhotels und Restaurants abgestimmt sind. Die touristischen Unternehmen zeigen sehr wohl Interesse an den einheimischen agrarischen Produkten – das Problem liegt aber vielmehr auf der Angebotsseite. Die Bäuerinnen haben in Gambia bislang nicht das produziert, was in den Hotelküchen gebraucht würde. Sie konnten die Qualität des Gemüses und der Früchte nicht konsequent auf hohem Niveau halten und in der Hochsaison kam es immer wieder zu Lieferschwierigkeiten. In der Regenzeit bauten sie zum Beispiel Reis statt Gemüse an – somit waren die Abnehmer auf Importe angewiesen. Der Mangel an technischen Fähigkeiten führte zu geringen Erträgen und machte den Sektor wenig rentabel. Viele Güter die man auch vor Ort anbauen könnte wurden aus Europa importiert: Kartoffeln, Zwiebeln, Karotten und viele andere Gemüsesorten. Die Situation im Gambia wurde noch zusätzlich verschlimmert, da die Bauern ihre Produkte nur über Mittelsmänner, welche natürlich auch einen Teil vom Profit behielten, verkaufen konnten.

Um den Schritt von der Subsistenzwirtschaft zur kommerziellen Erzeugung zu schaffen und die Produkte direkt an die Hotels und Restaurants zu liefern, brauchen die Frauen eine Ausbildung. Der „Gambia is Good“-Initiator Adam Bah hatte festgestellt, dass nicht jede Bäuerin für den kommerziellen Markt produzieren will, doch diejenigen, die aus ihrer alten Tradition „ausbrechen“ möchten, müssen auf die Nachfrage der Hotels reagieren und sich entsprechend anpassen. Um den Zugang von kleinen landwirtschaftlichen Anbietern zur touristischen Wertschöpfungskette zu verbessern, wurde die folgende Initiative gestartet⁴²⁵.

4.2.2. Das Projekt

Damit der Tourismus stärker zur Armutsbekämpfung beitragen kann, haben sich die Nichtregierungsorganisation „Concern Universal“ mit einem führenden britischen Gartenbauunternehmen „Haygrove“ zusammengetan und das Projekt „Gambia is Good“ (GiG) initiiert. Das DFID unterstützte mit 197.000 britischen Pfund die

⁴²⁵ vgl. Tourism Watch Nr. 48 (2007): „Gambia is Good“;
<http://www.dfid.gov.uk/casestudies/files/africa/gambia-trade.asp>

Tourismusinitiative, wodurch im Jahre 2003 der Startschuss fiel, um den agrarischen Sektor zu Gunsten der armen ländlichen Bevölkerung zu modellieren⁴²⁶.

4.2.2.1. Methodik

Über die GiG-Initiative werden Trainingsprogramme angeboten in denen gezeigt wird, wie das ganze Jahr über Gemüse produziert werden kann. Die Bauern erhalten Zugang zu ausgefallenen Sorten von Saatgut, zu Pestiziden und Düngemitteln, die bisher nicht verfügbar waren. Neue Mikrobewässerungssysteme werden angelegt, somit müssen die Frauen weniger Zeit für das Sammeln von Wasser aufwenden. GiG hat Systeme zur Qualitätsverbesserung, zur Überwachung der Verkaufspreise und zum Vertrieb der Produkte eingeführt⁴²⁷.

Um eine klare Fokussierung auf die Aktivitäten und das Ergebnis des Projekts zu erhalten, wurde der Projektplan in drei Phasen eingeteilt⁴²⁸:

- Pilot Projekt: Erprobung des Konzepts durch Belieferung einer begrenzten Zahl von Kunden für ein Jahr
- Vermarktung: 25 Unternehmen (Hotels, Restaurants, Supermärkte) in Banjul sollen regelmäßig beliefert werden
- Großhandel und Export

4.2.2.2. Zielsetzung

Das Ziel der Tourismusinitiative war das Einkommen und die Nahrungsmittelsicherheit in den Dörfern von Gambia zu verbessern. In diesem Zuge wurde den Bäuerinnen geholfen, nicht nur ertragreiches Gemüse zu züchten, sondern es wurde ihnen auch der Zugang zum heimischen Absatzmarkt eröffnet, der einen angemessenen Preis für die Produkte bietet. Die Familien haben mit der Ausdehnung der Produktion insgesamt über einen längeren Zeitraum Zugang zu frischem Gemüse. Der höhere Gewinn aus der landwirtschaftlichen Produktion ermöglichte es den Familien, mehr Geld in Ausbildung zu

⁴²⁶ <http://www.dfid.gov.uk/casestudies/files/africa/gambia-trade.asp>

⁴²⁷ vgl. Tourism Watch Nr. 48 (2007): "Gambia is Good";

<http://www.dfid.gov.uk/casestudies/files/africa/gambia-trade.asp>

⁴²⁸ <http://www.haygrove.co.uk/pages/gig.html>

investieren. Durch eine bessere Ernährung profitiert auch die Gesundheitsversorgung. Des Weiteren werden zusätzlich Ausflüge für die Touristen angeboten. Dabei wird den Reisenden gezeigt, was in Gambia angebaut wird und einheimische Gerichte werden vorgestellt⁴²⁹. Gleichzeitig werden auch Verkaufsstände für die angebauten Gemüsesorten betrieben.



Abbildung 39: Verkaufsstand von „Gambia is Good“

Quelle: MITCHELL/FAAL 2006: 37

4.2.2.3. Auswirkungen

Das Beispiel einer 60-jährigen Frau vom Dorf Kambong zeigt den Erfolg des Tourismusprojektes: Jonsaba Sanyang hatte sich entschieden, süßen Pfeffer (eine schwer zu kultivierende Pflanze) anzubauen und verwendete dazu Samen, die sie für 425 Dalasi (ca.13 Euro) kaufte. Bis jetzt hatte sie traditionelle Pfefferpflanzen kultiviert, durch die sie aber nur ein geringes Einkommen erwirtschaften konnte. Damit das Gemüse richtig gedeihen konnte, wendete sie noch 45 Dalasi für Düngemittel und 200 Dalasi für Schädlingsbekämpfungsmittel auf. Noch nie zuvor hatte die Bäuerin von Gambia umgerechnet ungefähr € 200,-- mit zwei Gemüsebeeten verdient⁴³⁰:

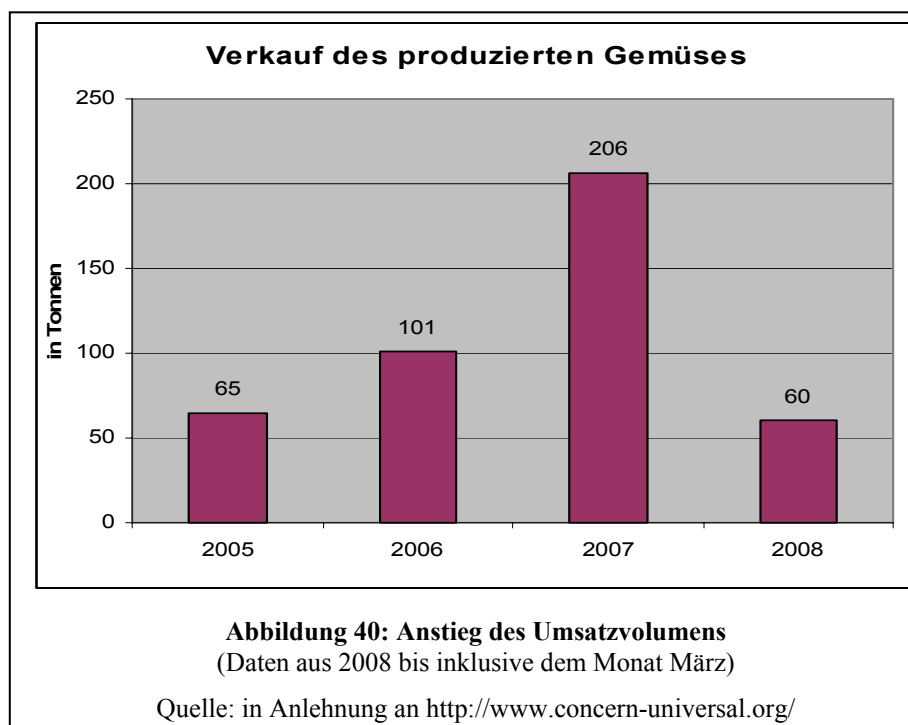
„Ich säte am 10. Juni. 2007, und hatte einen hohen Ertrag - trotz der kleinen Fläche des Beets produzierte ich 84 kg des Gemüses, die ich für einen sehr guten Preis verkaufte. Insgesamt war mein Umsatz 7320 D, ich hatte also einen Profit von 6650 D.“

⁴²⁹ vgl. Tourism Watch Nr. 48 (2007): “Gambia is Good”

⁴³⁰ SANYANG 2007 zit. in <http://www.stiftung-bruecke.de/?q=node/78>

Die Förderung kam letzten Endes nicht nur den Bäuerinnen sondern auch deren Familien zugute. Zu Beginn wurden 48 Frauen geschult – inzwischen sind über 400 Bäuerinnen und Bauern am GiG-Programm beteiligt. Davon sind 90 % Frauen, die ihre Produkte in Gemeinschaftsgärten anbauen. Das Projekt hat sich insgesamt auf 4.000 Menschen positiv ausgewirkt. Adam Bah berichtet im Juli 2007⁴³¹:

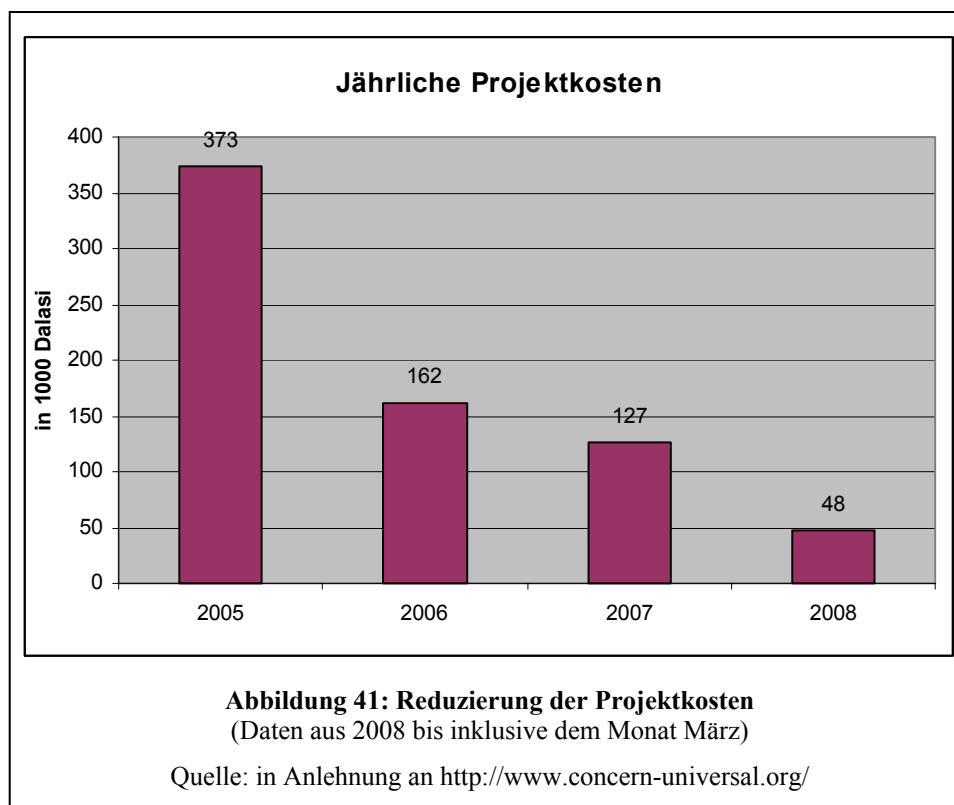
„Wir beliefern 18 Restaurants und 16 Hotels, darunter drei 5-Sterne Hotels. Dabei schauen wir immer wieder, wo die Probleme liegen. Wir können nicht alles liefern, was die Hotels brauchen, aber wir helfen den Frauen, ihre Produkte zu verkaufen.“



GiG ist auf dem besten Weg um das veranschlagte Ziel zu erreichen. Seit der Gründung ist ein stetiger Anstieg des Umsatzvolumens zu beobachten (vgl. Abbildung 40). Im Jahr 2005 wurden 65 Tonnen Gemüse produziert. Zwei Jahre später stieg die Jahresproduktion auf 206 Tonnen. Der Anteil des im Land produzierten Gemüses stieg in den letzten drei Jahren von 48 % im Jahr 2005 auf 63 % (2007)⁴³². Die Abbildung 41 zeigt die Reduzierung der Projektkosten von Jahr zu Jahr. Während 2005 noch 373.000 Dalasi für die „Gambia is Good“-Initiative aufgewendet wurden, war es 2007 um fast ein Drittel weniger.

⁴³¹ BAH 2007 zit. in Tourism Watch Nr. 48 (2007): „Gambia is Good“

⁴³² <http://www.concern-universal.org/>



Bei einer Umfrage in den beteiligten Haushalten wurde festgestellt, dass deren Einkommen sich durch das Programm von durchschnittlich 4.560 Dalasi (ca. 140 Euro) pro Jahr auf bis zu 25.746 Dalasi (ca. 800 Euro) erhöht und somit mehr als verfünffacht hat. Gebiete, die ansonst wenig oder gar nicht am Fremdenverkehr teilhaben, wie z.B. das ländliche Hinterland, profitieren vom GiG. Wenn sich der einheimische Anteil an landwirtschaftlichen Erzeugnissen in den Hotel- und Restaurantküchen noch über die derzeitigen 45 bis 50 % erhöhen würde, dann ließe sich der Nutzen aus dem Tourismus für die lokale und damit für die arme Bevölkerung weiter steigern⁴³³.

Ian Ashbridge schrieb am 18. April 2008 über „Gambia is Good“⁴³⁴:

„In February, I visited The Gambia with Concern Universal [...] By meeting customers needs directly and in person, GIG has been able to understand their needs, negotiate fair prices and prepare detailed production plans and agronomic support for farmers. Hoteliers welcomed the move and now buy more than 20t of fresh produce a month during the tourist season.“

⁴³³ vgl. Tourism Watch Nr. 48 (2007): „Gambia is Good“

⁴³⁴ ASHBRIDGE 2008 zit. in <http://www.concern-universal.org/>

5. Vergleich der Case-Studies

Anhand von drei verschiedenen Case-Studies wurden die Umsetzungsmöglichkeiten der nachhaltigen Tourismusansätze überprüft. Die Ausgangsbedingungen der Fallbeispiele konnten unterschiedlicher nicht sein. So startete das Projekt in Nepal bereits 1997, während die Initiativen in Ecuador und Gambia erst seit ungefähr fünf Jahren laufen. In den Ländern Ecuador und Gambia spielte der Tourismus bereits eine wesentliche Rolle und sollte so umgewandelt werden, dass er zur Armutsreduzierung beiträgt. Im Rolwaling Tal war der Fremdenverkehr vorher noch nicht vorhanden bzw. wurde nicht aktiv betrieben.

In allen drei Regionen war die Abhängigkeit von den ausländischen Investoren gegeben. Das RETP wurde erst nach zehn Jahren intensiver Arbeit langsam an die verantwortlichen CDCs übergeben. Der Weg in die Eigenständigkeit der Gemeinden wird durch die lang fehlende finanzielle Unterstützung vor allem in Ecuador noch dauern. Nach den vier Identitätsstufen nach PALM⁴³⁵ kann man nur beim „Rolwaling Eco Tourism Project“ von vollständiger Partizipation, Stufe vier, sprechen. Hier ist die lokale Bevölkerung selbst aktiv und bestimmt den Projektverlauf nach eigenen Vorstellungen. Das CBT-Projekt in Ecuador befindet sich nach eigener Einschätzung irgendwo zwischen der Stufe der Information und der Konsultation. Das Projekt „Gambia is Good“ würde ich zwischen der Stufe zwei und drei im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung sehen. Die völlig selbstständige Entscheidung der einheimischen Bevölkerungsschicht über touristischen Angelegenheiten und eine autonome, gemeindebasierte Steuerung des Projekts ist das oberste Ziel aller Tourismusinitiativen.

Auch wenn die Tourismusprojekte sich zeitweise nur beschwerlich vorwärts bewegen und manchmal wenig bis keine Erfolge in Sicht sind, ist es jedoch wichtig nicht aufzugeben. Erst aus Fehlern kann man lernen.

⁴³⁵ vgl. PALM 2000: 14 f.

VI. Zusammenfassung

Thailand, Jamaica, Indien, Kenia, Mexico oder die Malediven sind keine außergewöhnlichen Urlaubsziele mehr. Die Tatsache, dass der Tourismus für viele Dritte-Welt-Länder eine immer bedeutendere Rolle spielt, ist kaum zu leugnen. Einige Entwicklungsländer können jetzt schon zu den großen Gewinnern in punkto Zuwachsraten gezählt werden und der Tourismus zu den wichtigsten Ressourcen bezüglich der Überlebenssicherung in Entwicklungsländern. Viele Staaten sehen in der Tourismusbranche einen Hoffungsmarkt, einen Ausweg aus ihrer maroden wirtschaftlichen Situation und wollen somit den Aus- bzw. Aufbau dieses Sektors fördern – er stellt ein Instrument zur Überwindung der Unterentwicklung dar. Der Tourismus dient sicherlich zur Ankurbelung der Wirtschaft, er wird aber heute differenzierter betrachtet. Einige Staaten sind noch gezwungen, die negativen Folgeerscheinungen zugunsten der ökonomischen Vorteile hinzunehmen. Der Tourismus verändert und festigt die Kultur der Einheimischen, das soziale Zusammenleben und auch das bekannte und bisher eingebürgerte alltägliche Leben. Vor allem die neuen Beschäftigungsmöglichkeiten, ob versteuert oder auf informeller Basis, lindern bei vielen Menschen die größte Not. Um die touristische Entwicklung nicht dem Zufall zu überlassen, muss eine Ausgewogenheit zwischen der ökologischen, ökonomischen und sozialen Dimension angestrebt werden und negative Effekte wie soziale und kulturelle Ausbeutung und Identitätsverlust, wirtschaftliche Abhängigkeit von touristischer Monokultur, Leakage-Effekte und ungezügelter Ressourcenverbrauch ausgeschaltet bzw. auf ein akzeptables Maß vermindert werden.

Da eine touristische Region sich nur mit einer intakten Natur und Umwelt attraktiv präsentieren kann, konzentrieren sich viele Regierungen und Nichtregierungsorganisationen besonders auf eine qualitative Entwicklung des Fremdenverkehrs. Die Umsetzung nachhaltiger Tourismuskonzepte muss sozial- und umweltverträglich ablaufen und auf der regionalen, lokalen und kommunalen Ebene ansetzen. Es werden periphere Regionen zum Abbau sozialer und räumlicher Disparitäten erschlossen. Mit dem Schlagwort „Sustainability“ werden erstmals die einheimischen, indigenen Bevölkerungsgruppen miteinbezogen und deren Bedürfnisse berücksichtigt. Das Hauptziel des nachhaltigen Tourismus ist die Verbesserung der Lebensbedingungen der armen

Bevölkerungsschicht und die Bewahrung der naturräumlichen Ressourcen für spätere Generationen. Die touristische Entwicklung soll vor allem eigenbestimmt sein, dennoch werden die meisten nachhaltigen Tourismuskonzepte von Experten betreut – deren Aufgabe nur die Beratung und Begleitung der Zielgruppe ist. Gegen eine Finanzierung von außen ist, wenn sich die lokalen Gemeinden mit einem finanziellen Eigenanteil oder der körperlichen und physischen Eigenarbeit an dem Aufbau der touristischen Regionen beteiligten, ist nichts Gegenteiliges zu sagen. Das Kernkonzept der Entwicklungszusammenarbeit soll die „Hilfe zur Selbsthilfe“ sein.

Die ökologische Intaktheit des touristischen Gebietes, die verstärkte Einbindung der lokalen Bevölkerung sowie die Zusammenarbeit mit dem privaten Sektor, ein gut durchdachtes Marketingkonzept, die Beobachtung des Absatzmarktes, gezielte Ausbildungsmaßnahmen für nicht qualifiziertes Personal, Verständnis und Verzicht von Seiten der einheimischen Bevölkerung als auch der Institutionen und eine große Portion Durchhaltevermögen sind für den Erfolg eines Projektes erforderlich. Extrem wichtig ist es, das Tourismuskonzept für eine längerfristige Zeitspanne im Vorhinein zu planen. Somit müssen auch die Erfolge zugunsten der einheimischen Bevölkerung darauf abgestimmt werden. Für die Umsetzung einer nachhaltigen Tourismusinitiative ist es unumgänglich, das Eigeninteresse der einheimischen Bevölkerung zu wecken. Um auch in Zukunft die Qualität des Urlaubes zu sichern, ist eine „Politik der kleinen Schritte“ angemessen.

Es gibt keine einheitliche Strategie, wie der Tourismus gestaltet werden muss, um den größten Anteil der Einnahmen der lokalen Bevölkerung zukommen zu lassen. Die Rahmenbedingungen für die Entwicklung einer nachhaltigen Tourismusinitiative sind von Land zu Land verschieden. Dennoch wurden in den letzten Jahren viele sehr gute Tourismusprojekte initiiert, in denen der Fremdenverkehr zur Bekämpfung bzw. zur Linderung der Armut wesentlich beiträgt.

***“Tourism is like a fire, you can cook your meal with it,
or it can burn your house down.”***

(Asiatisches Sprichwort, WTO 2002: 22)

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur:

- [GEOGRAPHIE HEUTE]: Themen, Modelle, Materialien für die Unterrichtspraxis aller Schulstufen. Tourismus. Heft 239. [o.O.]. März 2006
- [KURSWECHSEL]: Zeitschrift für gesellschafts-, wirtschafts- und umweltpolitische Alternativen. Die Welt als Feriendorf. Neue Routen der Tourismuskritik. Heft 2. Wien. 2005
- ADA (Austrian Development Agency): Thematic Evaluation: The Relevance of Culture and Cultural Heritage in ADC. Field Report – Nepal. 2007
- ALLINGER, K.: Reisen in die Dritte Welt: „Fernreisen unter Berücksichtigung der soziokulturellen Aspekte“. Wien. 2000. Diplomarbeit
- ANGERER, H.: Tourismus als Massenphänomen: Entstehung Hintergründe Folgen unter besonderer Berücksichtigung des Segments Ferntourismus und seiner spezifischen Auswirkungen. Wien. 2002. Diplomarbeit
- ASHLEY, C., ROE, D., GOODWIN, H.: Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work For The Poor. A review of experience. Overseas Development Institute. Nottingham. 2001
- ASHLEY, C.: Methodology for Poor-Poor Tourism Case Studies. PPT Working Paper No. 10. Overseas Development Institute. London. 2002
- ASHLEY, C.: How Can Governments Boost the Local Economic Impacts of Tourism? Options and Tools. Overseas Development Institute. London. 2006
- ASHLEY, C., GOODWIN, H.: „Pro poor tourism“: What’s gone right and what’s gone wrong? Overseas Development Institute. London. 2007
- ASHLEY, C., MITCHELL, J.: Assessing how tourism revenues reach the poor. Overseas Development Institute. London. 2007
- ASHLEY, C., MITCHELL, J.: Doing the right thing approximately not the wrong thing precisely: Challenges of monitoring impacts of pro-poor interventions in tourism value chains. Overseas Development Institute. London. 2008
- BACKES, M.: Entgrenztes Feriengeschäft. Das GATS beschleunigt die Liberalisierung des Tourismus. Interview mit dem indischen Aktivisten K.T. Suresh. FernWeh. 2001.
- BACKES, M.: Ökotourismus ... und die Welt wird grüner? Aspekte der Umwelt(un)gerechtigkeit ökotouristischer Konzepte. In: EGNER, H. (Hrsg.): Tourismus – Lösung oder Fluch? Die Frage nach der nachhaltigen Entwicklung peripherer Regionen. Mainzer Kontaktstudium Geographie. Bd. 9. Mainz. 2003. S. 9 – 24

- BACKES, M., GOETHE, T.: Die frühe Phase: Dependenztheoretische Kritik am Modernisierungsmodell in den 70er und 80er Jahren. / Die Gegenwart (2): Treffpunkt Nachhaltigkeit. / Schlussfolgerungen: Scheinnachhaltig und umwelt(un)gerecht? FernWeh. 2004
- BAUMGARTNER, C.: Nachhaltigkeit im österreichischen Tourismus. Grundlagen und Bestandsaufnahme. Wien. 2000
- BAUMGARTNER, C.: Operationalisierbares Meßsystem für Nachhaltigkeit im Tourismus. Wien. 2001
- BAUMGARTNER, C., LEUTHOLD, M., SCHÖNHÄRL, J.: Review IYE – eine ex post Studie zum „Internationalen Jahr des Ökotourismus 2002“. Wien. 2003
- BAUMHACKL, G.: Nachhaltiger Tourismus als Entwicklung in der Dritten Welt. Am Beispiel des Ökotourismus in Mazunte/Oaxaca, Mexiko unter Berücksichtigung der einheimischen Sichtweise. Wien. 2000. Diplomarbeit
- BAUMHACKL, H., HABINGER, G., KOLLAND, F., LUGER, K. (Hrsg.): Tourismus in der „Dritten Welt“. Zur Diskussion einer Entwicklungsperspektive. Promedia Verlag & Südwind. Wien. 2006
- BECKER, Ch., JOB, H., WITZEL, A.: Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum. Wissenschaftliche Buchgesellschaft. Darmstadt. 1996
- BERTRAM, J.: „Arm, aber glücklich ...“. Wahrnehmungsmuster im Ferntourismus und ihr Beitrag zum (Miß-)Verstehen der Fremde(n). Lit Verlag. Münster, Hamburg. 1995
- BEYER, M.: Nachhaltigkeit im Tourismus: Eine Vision mit hohem Anspruch in rauer Wirklichkeit. In: WEINHÄUPL, H., WOLFSBERGER, M.: Trauminseln? Tourismus und Alltag in „Urlaubsparadiesen“. Lit Verlag GmbH. Wien. 2006. S. 127 - 152
- BMZ (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung): „Pro Poor Growth“. Das entwicklungspolitische Thema. Breitenwirksames Wachstum. BMZ Spezial 142. Bonn. 2006
- BRAMWELL, B.: Coastal Mass Tourism. Diversification and Sustainable Development in Southern Europe. Channel View Publications. Clevedon. 2003
- BROHMAN, J.: New Directions in Tourism for Third World Development. In: Annals of Tourism Research. Vol. 23. No. 1. pp 48 - 67
- CARNAFFAN, J.: Peru: Tourismus in Händen von Dorfgemeinschaften. Bis an die Graswurzeln? Tourism Watch Nr. 49. 2007

- COCCOSSIS, H., NIJKAMP, P.: Sustainable Tourism Development. Avebury. Aldershot. 1996
- CLANCY, M.J.: Tourism and Development. Evidence from Mexico. In: Annals of Tourism Research 26/1. 1999. pp 1 - 20
- COHEN, E.: Authenticity and commoditization in tourism. In: Annals of Tourism Research 15/1. 1988. pp 371 - 386
- DETTMER, H. (Hrsg.): Managementformen im Tourismus. Oldenbourg Wissenschaftsverlag. 2005
- DIAMANTIS, D.: The Concept of Ecotourism: Evolution and Trends. In: Current Issues In Tourism. Vol. 2. No. 2 & 3. 1999
- FANKHAUSER, S.: Die Motivation der Entwicklungspolitik. Eine kritische Analyse. Graz. 2005. Diplomarbeit
- FREYER, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. Oldenbourg Wissenschaftsverlag. München. Wien. 2006
- GATTRINGER, J.: Community Based Tourism und Ethnotourismus als Entwicklungsstrategien am Beispiel des Tourismusprojektes der OCKIL und des HCPO „Red de Turismo Comunitario Huataraco-Suno“ in Loreto, Amazonien, Ecuador. Wien. 2008. Diplomarbeit
- GEROSA, V.: Pro-Poor Growth Strategies in Africa. Tourism: A viable option for Pro-Poor Growth in Africa? Kampala. 2003
- GOODWIN, H., ROE, D., ASHLEY, C.: Overview of Pro-Poor Strategies. Pro-Poor Tourism Partnership. Sheet No. 2. 2004a
- GOODWIN, H., ROE, D., ASHLEY, C.: Tourism and Poverty Reduction – Making the Links. Pro-Poor Tourism Partnership. Sheet No. 3. 2004b
- GOODWIN, H., ROE, D., ASHLEY, C.: Economic data on the importance of tourism in the poorest countries. Pro-Poor Tourism Partnership. Sheet No. 7. 2004c
- GOODWIN, H., ROE, D., ASHLEY, C.: Key terms. Pro-Poor Tourism Partnership. Sheet No. 11. 2004d
- GOODWIN, H., ROE, D., ASHLEY, C.: Pro-Poor Tourism Info-Sheets. Pro-Poor Tourism Partnership. Sheet No. 6. 2004e
- GORMSEN, E.: Cancun. Entwicklung, Funktion und Probleme neuer Entwicklungszentren in Mexico. 1979. In: Der Tourismus als Entwicklungsfaktor in Tropenländern. Frankfurt. Frankfurter Wirtschafts- und Sozialgeographische Schriften- Nr. 30. S. 299 - 324

- GROSSPIETSCH, M., SCHELLER, K.: Tourism for development and poverty reduction. Projekt Finance Forum for Afrika. 2005
- GTZ (Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit): Nachhaltiger Tourismus in der nationalen Entwicklungszusammenarbeit. Stand der Diskussionen zum Thema Tourismus in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit“. 2005
- GTZ: Tourismus als Handlungsfeld der deutschen Entwicklungszusammenarbeit – Grundlagen, Handlungsbedarf und Strategieempfehlungen. Berlin. 2007a
- GTZ: Community Based und Kleinunternehmen oder Masse: Welchen Tourismus brauchen die Entwicklungsländer? 2007b
- GTZ: Anhörung Bundestagsausschuss für Tourismus. 10. Oktober. 2007c
- HADER, B.: Ökotourismus zwischen Sein und Schein. Eine ethnologische Studie über Vilcabamba (Ecuador). Wien. 2002. Diplomarbeit
- HALL, M.: Pro-Poor Tourism: Who Benefits?. Perspectives on Tourism and Poverty Reduction. Channel View Publications. 2007
- HARRISON, D.: Tourism and the Less Developed World. Issues and Case Studies. CABI Publishing. Wallingford. 2001
- HARRISON, D.: Pro-Poor Tourism. [o.J.]
- HENSCHEL, K.: Internationaler Tourismus. Oldenbourg Wissenschaftsverlag. München – Wien. 2002
- HONEY, M.: Ecotourism and Sustainable Development. Who Owns Paradise? Island Press. Washington. 1999
- ILO (International Labour Organization): The Informal Sector. 1999
- JOB, H., WEIZENEGGER, S.: Tourismus in Entwicklungsländern. In: BECKER, Ch., HOPFINGER, H., STEINECKE, A. (Hrsg): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. 2. Auflage. Oldenburg Wissenschaftsverlag GmbH. München – Wien. 2004. S. 629 – 640
- KARRASCH, H.: Umweltverträglicher Tourismus – Ökotourismus – nachhaltiger Tourismus: Ein Beitrag zum Internationalen Jahr des Ökotourismus 2002. In: HGG-Journal 17. Ferntourismus: Potentiale, Konflikte, Nachhaltigkeitsanspruch. Heidelberg. 2002. S. 1 - 30
- KEVENHÖRSTER, P.: Politikwissenschaft. Band 2: Ergebnisse und Wirkungen der Politik. Verlag für Sozialwissenschaften. 2006
- KRIPPENDORF, J.: Die Landschaftsfresser. Bern, Stuttgart. 1976

- KRIPPENDORF, J.: Alpsegen - Alptraum. Für eine Tourismus-Entwicklung im Einklang mit Mensch und Natur. Bern. 1986
- KRIPPENDORF, J., ZIMMER, P., GLAUBER, H. (Hrsg.): Für einen anderen Tourismus. Probleme - Perspektiven - Ratschläge. Fischer alternativ. 1989
- KURTE, B.: Der Ökotourismus-Begriff. Seine Interpretation im internationalen Bereich. Geographische Gesellschaft Trier. Trier. 2002
- LESER, H.: DIERCKE-Wörterbuch Allgemeine Geographie. Westermann und Deutscher Taschenbuch Verlag. München, Braunschweig. 2001
- LUEM, T.: Soziokulturelle Auswirkungen des in Tourismus in Entwicklungsländern. Ein Beitrag zur Problematik des Vergleiches der touristischen Implikationen auf verschiedenartige Kulturräume der Dritten Welt. Zürich. 1985. Dissertation
- LUGER, K., BAUMGARTNER, C., WÖHLER, K. (Hrsg.): Ferntourismus wohin? Der globale Tourismus erobert den Horizont. Studienverlag. Innsbruck. 2004
- LUGER, K.: Tourismus als Entwicklungsmodell. Nachhaltigkeitsversuche, Armutsreduzierung und Regionalentwicklung. In: BAUMHACKL, H., HABINGER, G., KOLLAND, F., LUGER, K. (Hrsg.): Tourismus in der „Dritten Welt“. Zur Diskussion einer Entwicklungsperspektive. Promedia Verlag & Südwind. Wien. 2006. S. 127 – 152
- MAIER, G., TÖDTLING, F.: Regional- und Stadtökonomik. 1. Standorttheorie und Raumstruktur. 4. Auflage. Springer-Verlag. Wien. 2006
- MATHIESON, A., WALL, G.: Tourism: economic, physical and social impacts. Longman. London, New York. 1982
- MAURER, M.: „Die Reise als Spende“. Entwicklungshilfe für den Tourismus. iz3w. 1997
- MEADOWS, D.L., MEADOWS, D.H., ZAHN, E.: Die Grenzen des Wachstums. Club of Rome. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit. Deutsche Verlags-Anstalt DVA. 1972
- MELKER, A.: Community-based tourism and socio-culture aspects relating to tourism. A case study of a Swedish student excursion to Babati (Tanzania). 2006
- MITCHELL, J., FAAL, J.: The Gambian Tourist Value Chain and Prospects for Pro Poor Tourism. Overseas Development Institute. London. 2006
- MITCHELL, J., ASHLEY, C.: Can tourism offer pro-poor pathways to prosperity? Overseas Development Institute. London. 2007
- MITCHELL, J., FAAL, J.: The Gambian Tourist Value Chain and Prospects for Pro Poor Tourism. Overseas Development Institute. London. 2008

- MOWFORTH, M., MUNT, I.: Tourism and Sustainability. Development and New Tourism in the Third World. 2. Edition. Routledge. London, New York. 2003
- MUNDT, J.W.: Einführung in den Tourismus. 2. Auflage. R. Oldenbourg Verlag. München, Wien. 2001
- NELSON, J.G., BUTLER, R., WALL, G.: Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing. Department of Geography Publication Series. University of Waterloo. 1993
- NEUDORFER, C.: Globale Diskurse, lokale Prozesse: Problemfelder im nachhaltigen Tourismus. In: REUTER, J. (Hrsg.): Strand, Bar, Internet: Neue Orte der Globalisierung. Lit-Verlag. Berlin. 2006. S. 61 - 83
- NOHLEN, D., NUSCHELER, F. (Hrsg.): Handbuch der Dritten Welt. Band 1: Grundprobleme – Theorien – Strategien. 3. Auflage. Verlag J. H. W. Dietz Nachf. GmbH. Bonn. 1993
- OPASCHOWSKI, H.W.: Tourismus. Eine systematische Einführung. Analysen und Prognosen. 3. Auflage. Leske + Budrich. Opladen. 2002
- PALM, P.: Community Based Tourism als seine Form des nachhaltigen Tourismus in kommunalen Gebieten Namibias. GTZ. 2000
- PETERMANN, T.: Folgen des Tourismus. Band 2: Tourismuspolitik im Zeitalter der Globalisierung. edition sigma. 1999
- PETERMANN, T.: Zur Globalisierung des Tourismus. In: EGGER, R. (Hrsg.): Tourismus – Herausforderung – Zukunft. Lit-Verlag. Wien. 2007. S. 7 - 24
- PETERS, H.R.: Wirtschaftspolitik. 3. Auflage. Oldenbourg Wissenschaftsverlag. München, Wien. 2000
- PLÜSS, C., BACKES, M.: Rote Karte für den Tourismus. 10 Leitsätze und Forderungen für eine zukunftsfähige Entwicklung des Tourismus im 21. Jahrhundert. AG RIO +10. Freiburg. 2002
- ROBERTSON, R.: Glokalisierung: Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit. In: BECK, U. (Hrsg): Perspektiven der Weltgesellschaft. Suhrkamp. Frankfurt. 1998. S. 192 - 219
- ROE, D., ASHLEY, C., PAGE, S., MEYER, D.: Tourism and the Poor: Analysing and Interpreting Tourism Statistics from a Poverty Perspective. PPT Working Paper No. 16. PPT Partnership. London. 2004
- ROTHFUSZ, E.: Ethnotourismus – Wahrnehmungen und Handlungsstrategien der pastoralnomadischen Himba (Namibia). Ein hermeneutischer, handlungstheoretischer und methodischer Beitrag aus sozialgeographischer Perspektive. Selbstverlag Fach Geographie der Universität Passau. Heft 20. 2004

- ROTPART, M.: Vom Alternativtourismus zum Hybridtourismus. Der postalternative Wandel im Individualtourismus und die Macht der Reisehandbücher im Dritte-Welt-Tourismus am Fallbeispiel der Philippinen. Universitätsverlag Rudolf Trauner. Linz. 1995. Dissertation
- SCHATZL, P.: Nachhaltigkeit bei organisierten Trekkingreisen. Anspruch und Wirklichkeit am Beispiel von drei Touren in Nepal. Universität Salzburg. 2004. Dissertation
- SCHNEIDER, H.: Informeller Sektor oder „real life economy“?. Überlebenssicherung in der Dritten Welt. In.: Praxis Geographie. Informeller Sektor. 04/2001
- SIMLINGER, K.: Tourismus for Development? Das Phänomen des „Tourismus“ als Instrument zur Armutsbekämpfung in der europäischen Entwicklungszusammenarbeit. Eine kritische Analyse. Wien. 2007. Diplomarbeit
- SMERAL, E.: Die Zukunft des internationalen Tourismus. Entwicklungsperspektiven für das 21. Jahrhundert. Linde Verlag. Wien. 2003
- SOFIELD, T., BAUER, J., DE LACY, T., LIPMAN, G., DAUGHERTY, S.: Sustainable Tourismus – Eliminating Poverty (ST-EP): An Overview. Summary Sheet. Sustainable Tourism CRC. University of Tasmania. 2002
- SOFIELD, T.H.B.: Empowerment for Sustainable Tourism Development. Pergamon. Amsterdam. 2003
- SPITTLER, R., ATMANAGARA, J.: Recherche und Auswertung bestehender Indikatoren zu Tourismus und Biodiversität auf nationaler und internationaler Ebene. Bonn. 2002
- SPREITZHOFFER, G.: Tourismus Dritte Welt. Brennpunkt Südostasien. Alternativtourismus als Motor für Massentourismus und soziokulturellen Wandel. Peter Lang. Frankfurt am Main. 1995
- STABLER, M.J.: Tourism and Sustainability. Principles to Practice. CABI Publishing. Wallingford. 1997
- STAPPEN, R.K.: A Sustainable World is Possible. Problemlösungen für das 21. Jahrhundert mit dem Wise-Consensus Verfahren. 2008
- STOCK, C.: Eine traumhafte Dollarkuh Die wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus. In.: STOCK, C. (Hrsg.): Trouble in Paradise. Tourismus in die Dritte Welt. Verlag Haus Altenberg GmbH. Freiburg, Breisgau. 1997. S. 32 - 45
- STOLL, W.: Nachhaltige Entwicklung durch Tourismus in Brasilien. München. 2007. Diplomarbeit
- STRADNER, M.: Interkulturelle Kommunikation im Ferntourismus: Dargestellt anhand eines Vergleiches zwischen dem „all-inklusive-Tourismus“ in der Dominikanischen Republik und dem „Ökotourismus“ in Costa Rica. Universität Wien. Wien. 2002

- STRASDAS, W.: Ökotourismus in der Praxis von Naturschutzprojekten in Mexiko und Belize. Ansätze zur Unterstützung von Schutzgebieten durch nachhaltiges, marktorientiertes Tourismusmanagement. GTZ. Eschborn. 1999
- STRASDAS, W.: Ökotourismus in der Praxis. Zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern. Ammerland. 2001. Dissertation
- SWARBROOKE, J.: Sustainable Tourism Management. CABI Publishing. Wallingford. 1999
- TEMPEL, K.: Tourismus und Umwelt. Chancen für die Entwicklung des Fremdenverkehrs. In.: KÖHN, J. (Hrsg.): Tourismus und Umwelt. Analytica. Berlin. 1997
- THE MOUNTAIN INSTITUTE: Community Based Tourism for Conservation and Development: A Resource Kit. Kathmandu, Nepal. 2000
- Tourism Watch: Informationsdienst Dritte Welt-Tourismus
- UN: The Millennium Development Goals Report. New York. 2007
- UNCTAD: Statistical Profiles of the Least Developed Countries. United Nations. New York, Geneva. 2005
- UNCTAD: Landlocked Developing Countries. Facts and Figures. United Nations. New York, Geneva. 2006
- UNDP Nepal: Annual Report 2007
- UNWTO: Tourism Market Trends. 2006 Edition
- UNWTO: Tourism Highlights. 2007
- UNWTO: Tourism can help in Poverty Alleviation. What can YOU do? 2007
- UNWTO: ST-EP Programme. 2007
- UNWTO: Yearbook of Tourism Statistics. Data 2001 – 2005. Edition 2007. Madrid. 2007
- UNWTO News: Magazine of the World Tourism Organization.
- UNWTO World Tourism Barometer: Volume 6. No. 1. January 2008
- VORLAUFER, K.: Ferntourismus und Dritte Welt. Verlag Moritz Diesterweg. Frankfurt am Main. 1984
- VORLAUFER, K.: Tourismus in Entwicklungsländern. Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Wissenschaftliche Buchgesellschaft. Darmstadt. 1996

VORLAUFER, K.: Tourismus und informeller Sektor. In: Geographische Rundschau. Informeller Sektor in der Dritten Welt. 12/1999

VORLAUFER, K., BECKER-BAUMANN, H.: Massentourismus und Umweltbelastungen in Entwicklungsländern: Umweltbewertung und –verhalten der Thai-Bevölkerung in Tourismuszentren Südthailands. In: BECKER, Ch., HOPFINGER, H., STEINECKE, A. (Hrsg): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. 2. Auflage. Oldenburg Wissenschaftsverlag GmbH. 2. München, Wien. 2004. S. 876 - 888

WEAVER, D.B.: The Encyclopedia of Ecotourism. CABI Publishing. Wallingford. 2001

WOOD, M.E.: Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability. United Nations Publication. UNEP. 2002

World Bank and United Nations.: Measuring Progress in Least Developed Countries. A statistical profile. September 2006

WTO: Tourism and Poverty Alleviation. Madrid. 2002

Internet:

<http://www.propoortourism.org.uk/>, 01.09.2008

<http://de.wikipedia.org/wiki/>, 01.09.2008

<http://www.unwto.org/index.php>, 01.09.2008

<http://www.statistik.at/>, 01.09.2008

<http://www.tourism-watch.org/>, 01.09.2008

<http://www.wttc.travel/>, 01.09.2008

<http://trouble-in-paradise.de/>, 01.09.2008

http://www.eco-tip.org/Nachhaltiger_Tourismus/nachhalt.htm,

www.wto.org, 01.09.2008

<http://www.fairunterwegs.org/>, 01.09.2008

<http://www.odi.org.uk/tourism/>, 01.09.2008

<http://www.fairtourismsa.org.za/>, 01.09.2008

http://thinkexist.com/quotation/what_an_odd_thing_tourism_is-you_fly_off_to_a/332880.html, 01.09.2008

<http://de.wikipedia.org/wiki>, 01.09.2008

<http://www.unctad.org/>, 01.09.2008

<http://www.unohrlls.org/>, 01.09.2008

<http://www.nationsonline.org/oneworld/>, 01.09.2008

http://info.worldbank.org/etools/tradesurvey/LPI_World_Classification_Tables.pdf,

01.09.2008

<http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=3620&lang=1>, 01.09.2008

<http://hdr.undp.org/en/statistics/>, 01.09.2008

http://www.geographie4u.de/studium/arbeiten/thesenpapier_entwicklungstheorien.pdf,

01.09.2008

<http://siteresources.worldbank.org/DATASTATISTICS/Resources/CLASS.XLS>,

01.09.2008

<http://www.ssg-itzehoe.de/becker/perroux/perroux-alle-ergebnisse.pdf>, 01.09.2008

http://www.wuk.at/index.php/idee/magazin/163/magazin_archiv_2007.html, 01.09.2008

<http://www.beachcomber-hotels.com/>, 01.09.2008
<http://www.elsa-abi2006.de/Tourismus-EntwicklungslaenderPowerPoint.ppt>, 01.09.2008
<http://www.nachhaltigkeit.at/monthly/2002-08/pdf/neuguinea.pdf>, 01.09.2008
http://www.omnia-verlag.de/upload_files/weit_tourism_einf.rtf, 01.09.2008
http://www.bpb.de/wissen/CD5VFR.0.0.Bedeutungszuwachs_der_informellen_%D6konomie.html, 01.09.2008
<https://www.atmosfair.de/index.php?id=58&L=3robots.txt>, 01.09.2008
<http://www.unric.org/html/german/mdg/index.html>, 01.09.2008
<http://www.nachhaltigkeit.aachener-stiftung.de/>, 01.09.2008
<http://www.untamedpath.com/Ecotourism/defining.html>, 01.09.2008
<http://www.tourismconcern.org.uk/index.php?page=community-tourism>, 01.09.2008
http://www.akte.ch/uploads/media/April_2003_02.pdf, 01.09.2008
<http://www.ecotourdirectory.com/>, 01.09.2008
http://www.cic-wildlife.org/uploads/media/Haeusler_Community_based_tourism_2005_eng.pdf,
 01.09.2008
<http://www.propoortourism.org.uk/index.html>, 01.09.2008
www.fairtourismsa.org.za, 01.09.2008
<http://www.fairunterwegs.org/>, 01.09.2008
<http://www.nepalvista.com/>, 01.09.2008
<http://www.ecohimal.org/>, 01.09.2008
<http://www.sueddeutsche.de/tt8l4/reise/artikel/156/93063/>, 01.09.2008
<http://www.respect.at/>, 01.09.2008
<http://www.jimsumrall.com/JimSumrall/Information/Rolwaling/Rolwaling%20Brochure.pdf>, 01.09.2008
<http://www.developments.org.uk/articles>, 01.09.2008
<http://www.dfid.gov.uk/casestudies/files/africa/gambia-trade.asp>, 01.09.2008
<http://www.haygrove.co.uk/pages/gig.html>, 01.09.2008
<http://www.arthurrankcentre.org.uk/news/2006/december/Agri%20tour%20flyer2.pdf>,
 01.09.2008
<http://www.concern-universal.org/>, 01.09.2008
<http://www.stiftung-bruecke.de/?q=node/78>, 01.09.2008

Interview:

GATTRINGER Julia, freiwillige Mitarbeiterin der OCKIL-FONAKIN, am 25.8.2008 in Magersdorf

Sonstige Quellen:

BAUMHACKL, H.: Informationen aus der Vorlesung „Einführung in die Tourismusökonomie“. 2005

VIELHABER, C.: Informationen aus der Vorlesung „Probleme des Massentourismus in Ländern der dritten Welt“. 2006

LUGER, K.: Informationen aus der Vorlesung „Tourismus und Entwicklung“. 2006
http://homepage.univie.ac.at/Gerald.Hoedl/seiten/tourismus/RVO_Tourismus_luger.pdf

ÖAMTC Reisen der Sparkasse Horn-Ravelsbach-Kirchberg AG.

Anhänge

Anhang 1:

Urlaub in der Dritten Welt – „Als Kunde sind Sie König!“

- | | |
|---|---|
| 1. Fragen Sie nicht, warum Sie in die Dritte Welt reisen. Es steht in den Prospekten. | 6. Fotografieren Sie hemmungslos. Schließlich ist das Ihre Kamera. |
| 2. Belästigen Sie ihren Reiseverkäufer nicht mit unnötigen Fragen. Nehmen Sie, was frei ist. | 7. Bestehen Sie auf Schnitzel und Pommes Frites. Chinesisch können Sie auch zu Hause essen. |
| 3. Beschränken Sie ihren Urlaub auf Sonne, Sand und Pyramiden. Alles Übrige könnte Sie nur beunruhigen. | 8. Im Urlaub müssen Sie nicht unbedingt fremde Menschen kennenlernen. Die sprechen sowieso kaum Deutsch. |
| 4. Lassen Sie sich nicht durch Armut den Urlaub vermiesen. Jeder ist selber seines Glückes Schmied. | 9. Vergewissern Sie sich, dass Ihr Hotel unter deutscher Leitung steht. Dann können Sie sich wie zu Hause fühlen. |
| 5. Lassen Sie sich nicht durch andere Sitten und Gebräuche verunsichern. Tragen Sie Ihre kurze Hosen. | 10. Und war der Katalog schöner als Ihre Ferien, nehmen Sie es auf die leichte Schulter. Andere haben ihn auch gelesen. |

Schöne Ferien!

Quelle: <http://www.bizme.de/Infozentrum/Ausstellung/Bilder/tourismus7.pdf>

Anhang 2:

Position	Country	Population below 1\$/day (million) ¹	International arrivals in 2000 ('000) ⁴	Growth in international arrivals 1990-2000 (%) ¹	Contribution of tourism economy to GDP in 1999 (%) ⁵	Tourism receipts as percentage of exports in 1999 ⁷
1	India	461.9	2641	54.72	4.9	8.7
2	China	237.1	31229	197.9	9.8	10.4
3	Nigeria	91.2	813	327.9	2.7	10.9
4	Pakistan	45.8	543	28.1	5.1	10.4
5	Bangladesh	38.8	200	73.9	3.4	2.1
6	Ethiopia	21.0	125	58.23	6.3	26.2
7	Brazil	20.4	5313	387	7.6	8.3
8	Mexico	16.4	20643	20.2	10.4	19.3
9	Indonesia	15.5	5064	132.5	9.8	12.9
10	Russian Federation	10.3	21169	n.a.	n.a.	n.a.
11	Nepal	9.7	451	76.9	7.3	27.8
12	Ghana	9.0	373*	144.5	6.7	10.4
13	Mali	8.2	91	106.8	6.4	19.7
14	Colombia	8.1	530	-34.8	7.1	12
15	Madagascar	8.1	160	201.9	7.8	18.6
16	Kenya	8.0	899	10.4	9.5	28.5
17	Burkina Faso	7.7	218*	194.6	5.1	3.4
18	Mozambique	7.4	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
19	Tanzania	7.4	501	227.5	10.4	13.9
20	Niger	6.5	50	138.1	3.6	11.1
21	Zambia	6.3	574	307.1	9.5	9.1
22	Venezuela	5.6	469	-10.7	7.6	12.5
23	Cameroon	5.4	n.a.	n.a.	4.2	11.6
24	South Africa	5.0	6001	483.2	6.9	5.7
25	Peru	4.3	1027	224.0	9.8	9.5
26	Zimbabwe	4.1	1868	208.8	5.6	7.3
27	Sierra Leone	3.2	10	-89.8	3.6	9.4
28	Yemen Republic	2.9	73	40.4	2.5	4.4
29	Senegal	2.8	369*	50	7.5	14.4
30	Ecuador	2.7	615	69.9	9.8	15.4
31	Central African Rep.	2.4	10*	66.7	4.1	3.1
32	Egypt	2.2	5116	112.2	10.6	26.1
33	Turkey	1.6	9587	99.8	9.5	18.5
34	Honduras	1.6	408	40.7	10.3	7.1
35	Lao PDR	1.5	300	2042.9	10.9	3.4
36	El Salvador	1.3	795	309.8	7.2	22.1
37	Sri Lanka	1.3	400	32.2	8.8	13
38	Thailand	1.2	9509	79.5	13.2	19.8
39	Bolivia	1.2	342*	34.7	8.5	13.4
40	Guatemala	1.1	823*	61.7	9.1	14.2
41	Paraguay	1.1	221	-21.1	8.5	2.6
42	Lesotho	0.9	186*	8.8	8.9	27.3
43	The Gambia	0.8	96*	-4	13.3	16.7
44	Mauritania	0.8	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
45	Algeria	0.6	866	-23.8	6.4	10.3
46	Morocco	0.6	4113	2.21	12.4	25
47	Namibia	0.6	560*	n.a.	13.2	11.7
48	Moldova	0.5	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
49	Côte d'Ivoire	0.5	n.a.	n.a.	4.1	3.2
50	Costa Rica	0.5	1106	154.3	13.2	18

* figures are for 1999 instead of 2000

Countries with the highest number of poor people

Quelle: GOODWIN et al. 2004c: 2

Anhang 3:

Position	Country	Proportion of the population below US\$1/day (%) [*]	International arrivals in 2000 ('000) ^{**}	Growth in international arrivals 1990-2000 (%) ^{***}	Contribution of tourism economy to GDP in 1999 (%) ¹²	Tourism receipts as percentage of exports in 1999 ¹³
1	Mali	72.8	91	106.8	6.4	19.7
2	Nigeria	70.2	813	327.9	2.7	10.9
3	Central African Rep.	66.6	10*	66.7	4.1	3.1
4	Zambia	63.7	574	307.1	9.5	9.1
5	Niger	61.4	50	149.48	3.6	11.1
6	Burkina Faso	61.2	218*	194.6	5.1	3.4
7	The Gambia	59.3	96*	-4	13.3	16.7
8	Sierra Leone	57	10	-89.8	3.6	9.4
9	Madagascar	49.1	160	201.9	7.8	18.6
10	Ghana	44.8	373*	155.5	6.7	10.4
11	India	44.2	2641	54.7	4.9	8.7
12	Lesotho	43.1	186*	8.8	8.9	27.3
13	Mozambique	37.9	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
14	Nepal	37.7	451	76.9	7.3	27.8
15	Zimbabwe	36	1868	208.8	5.6	7.3
16	Namibia	34.9	560*	n.a.	13.2	11.7
17	Cameroon	33.4	n.a.	n.a.	4.2	11.6
18	Ethiopia	31.3	125	58.2	6.3	26.2
19	Pakistan	31	543	28.1	5.1	10.4
20	Bangladesh	29.1	200	73.9	3.4	2.1
21	Mauritania	28.6	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
22	Kenya	26.5	899	10.4	9.5	28.5
23	Senegal	26.3	369*	50	7.5	14.4
24	Lao PDR	26.3	300	2042.9	10.9	3.4
25	Honduras	24.3	408	40.7	10.3	7.1
26	Venezuela	23	469	-10.7	7.6	12.5
27	El Salvador	21	795	309.8	7.2	22.1
28	Ecuador	20.2	615	69.9	9.8	15.4
29	Tanzania	19.9	501	227.5	10.4	13.9
30	Colombia	19.7	530	-34.8	7.1	12
31	Paraguay	19.5	221	-21.1	8.5	2.6
32	China	18.8	31229	197.9	9.8	10.4
33	Mexico	15.9	20643	20.2	10.4	19.3
34	Yemen Republic	15.7	73	40.4	2.5	4.4
35	Peru	15.5	1027	224	9.8	9.5
36	Bolivia	14.4	342*	34.7	8.5	13.4
37	Panama	14	479	123.8	15.5	7.1
38	Mongolia	13.9	158	7.5	n.a.	n.a.
39	Costa Rica	12.6	1106	154.3	13.2	18
40	Trinidad and Tobago	12.4	336*	72.3	10.7	17.5
41	Côte d'Ivoire	12.3	n.a.	n.a.	4.1	3.2
42	Turkmenistan	12.1	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
43	Brazil	11.6	5313	387	7.6	8.3
44	South Africa	11.5	6001	483.2	6.9	5.7
45	Moldova	11.3	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
46	Guatemala	10	823*	61.7	9.1	14.2
47	Armenia	7.8	30	n.a.	n.a.	n.a.
48	Indonesia	7.7	5064	132.5	9.8	12.9
49	Russian Federation	7.1	21169	n.a.	n.a.	n.a.
50	Sri Lanka	6.6	400	34.2	8.8	13

* figures are for 1999 instead of 2000

Countries with the highest proportions of poor people

Quelle: GOODWIN et al. 2004c: 3



Touristische Karte des Kantons Loreto
Quelle: GATTRINGER 2008: 191

Lebenslauf

Persönliche Angaben

Name	Manuela Toschner
Adresse	3580 Horn, Prager Straße 23/E/2
Geburtsort und -datum	Horn, 17. April 1979
Staatsbürgerschaft	Österreich
Religion	römisch-katholisch
Familienstand	ledig

Ausbildungsweg

1985 – 1989	Volksschule St. Bernhard/ Frauenhofen
1989 – 1993	Hauptschule Horn
1993 – 1998	Handelsakademie Horn
2002-2003	Lehramtsstudium an der Universität Wien Geographie und Wirtschaftskunde und Biologie und Umweltkunde
2003-2008	Lehramtsstudium an der Universität Wien Geographie und Wirtschaftskunde und Psychologie und Philosophie

Berufserfahrung

06.07.1998 – 30.09.2002	Sparkasse Horn-Ravelsbach-Kirchberg AG
01.10.2002 – 31.08.2008	Geringfügige Beschäftigung bei Sparkasse Horn-Ravelsbach- Kirchberg AG
1993 – 2008	diverse Ferialpraktika und Nebenjobs