

Die Bedeutung des Privatsektors für eine Green Economy

Tourismus als Instrument für eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung

Die touristische Wertschöpfungskette kann langfristige Beschäftigungseffekte in Entwicklungsländern erzielen und aktiv zur Armutsbekämpfung beitragen. Dafür darf die Tourismusentwicklung nicht rein profit- und wachstumsorientiert erfolgen, sondern muss sozialen, kulturellen und ökologischen Belangen umfassend Rechnung tragen. Von Matthias Beyer

Der Tourismus entwickelte sich in den letzten 60 Jahren so rasant wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig. 2012 erreichte die Zahl der internationalen Touristenankünfte erstmals einen Wert von über einer Milliarde (1,035 Milliarden). Betrachtet man alle direkten, indirekten und induzierten Wirkungen, so hat die Tourismuswirtschaft 2012 insgesamt 6,63 Billionen US-Dollar erwirtschaftet, 9,3% zum globalen Bruttoinlandsprodukt beigetragen und 261 Millionen Menschen beschäftigt (8,7% der weltweiten Beschäftigungsverhältnisse). Damit ist der Tourismus nach der Finanzwirtschaft, der Kommunikationsbranche und dem Bildungssektor der viertwichtigste Wirtschaftszweig weltweit. Abgesehen vom Bildungssektor gibt es keine Branche, in der mehr Menschen direkt beschäftigt sind. Jeder im Tourismussektor ausgegebene US-Dollar generiert 3,2 US-Dollar. Im Vergleich zu anderen Sektoren wird dieser Wert nur von der chemischen Industrie und den Automobilherstellern übertroffen (UNWTO 2013; WTTC 2013; WTTC 2012).

In Entwicklungsländern ist der Tourismus durchschnittlich für 7% des Gesamtexports beziehungsweise für 45% des Dienstleistungsexports verantwortlich. Vor allem in den Volkswirtschaften der Least Developed Countries (LDCs) ist die Tourismusbranche eine wichtige Säule des Exports. Sie trägt dort durchschnittlich mit 9% zum Gesamtexport beziehungsweise mit 65% zum Export von Dienstleistungen bei. In gut der Hälfte der 49 LDCs ist der Reiseverkehr damit eine der drei wichtigsten Deviseneinnahmequellen und für sieben dieser Länder sogar die wichtigste Einzelbranche. Im Jahr 2015 werden Schwellen- und Entwicklungsländer erstmals mehr einreisende Touristen registrieren als die Industrienationen und es ist davon auszugehen, dass ihr Marktanteil bis 2030 auf 57% steigt. Dazu werden in erster Linie die Schwellenländer Asiens, Lateinamerikas sowie Zentral- und Osteuropas beitragen, deren Reisemärkte doppelt so schnell wachsen wie die der Industrieländer (UNWTO 2011; UNCTAD 2010).

Ansatzpunkte für eine nachhaltige Tourismusentwicklung

Ein wesentlicher Ansatzpunkt liegt in dem touristischen Potenzial, das viele Länder und Regionen hinsichtlich ihrer naturräumlichen Ausstattung und kulturellen Vielfalt aufweisen. Dieses Potenzial ist häufig nicht nur hoch, sondern auch vergleichsweise einzigartig, sodass Entwicklungsländer über wichtige Alleinstellungsmerkmale gegenüber konkurrierenden Tourismusdestinationen verfügen. Ebenso bedeutsam wie charakteristisch ist die Dienstleistungsorientierung des Tourismus, die eine Automatisierung beziehungsweise Substituierung von Arbeitskraft durch Technik nur in sehr begrenztem Umfang zulässt. Dadurch gehört der Tourismussektor, wie erwähnt, zu einer der arbeitsplatzintensivsten Wirtschaftszweigen überhaupt. Auch weist er vergleichsweise niedrige Einstiegsbarrieren auf, da viele Arbeitsplätze im Tourismus nur geringe oder mittlere Qualifikationsvoraussetzungen erfordern, womit vor allem für Menschen mit geringerem Bildungsstand realistische Chancen auf Beschäftigung eröffnet werden. Neben den direkten ökonomischen Effekten (Schaffung von Arbeitsplätzen, Einnahmen touristischer Unternehmen) sind es vor allem die indirekten und induzierten Effekte (über die Nahrungsmittelproduktion, die Bauwirtschaft, das Handwerk oder die täglichen Ausgaben der im Tourismus Beschäftigten), die dem Tourismus im Vergleich zu anderen Branchen eine volkswirtschaftlich hohe Bedeutung zukommen lassen. Gerade sie gilt es gezielt auszubauen, wobei der Etablierung eines funktionsfähigen Qualifizierungs- und Berufsbildungssystems eine Schlüsselrolle zukommt.

Speziell in peripheren Regionen kann die touristische Entwicklung auch zur Schaffung beziehungsweise Verbesserung der allgemeinen Infrastruktur (zum Beispiel Wasserversorgung, Abwasser- und Abfallentsorgung, Verkehrsanbindung) beitragen beziehungsweise diese überhaupt erst ermöglichen, da deren Existenz und qualitativer Zustand eine entscheidende Rolle für die erfolgreiche Vermarktung von Tourismusdestinationen spielt. Von einer verbesserten Infrastruktur profitieren dabei nicht nur die Touristen, sondern auch die einheimische Bevölkerung, sofern touristische und kommunale Interessen gleichermaßen Berücksichtigung finden, gut aufeinander abgestimmt sind und Bedürfnisse armer und benachteiligter Bevölkerungsgruppen nicht außer Acht gelassen werden. Zudem erhöht eine verbesserte Infrastruktur die Chancen für wirtschaftliche Entwicklung über den Tourismussektor hinaus.

Im Unterschied zu anderen klassischen Exportprodukten

wie Kaffee, Tabak, Kakao oder Mineralstoffe kann das natur- und kulturtouristische Angebot zudem nur vor Ort erlebt beziehungsweise konsumiert werden. Die mit der Erschließung des touristischen Potenzials einhergehende Inwertsetzung von Kultur trägt darüber hinaus nicht selten zu einer Wiederentdeckung beziehungsweise -belebung kultureller Werte und Gebräuche und damit zur Stärkung der kulturellen Identität in den touristischen Zielgebieten bei. Durch die touristische Inwertsetzung von Naturräumen wird zudem das Bewusstsein für den Erhalt der biologischen Vielfalt geschärft sowie die nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen gefördert. Voraussetzung ist allerdings, dass die Inwertsetzung in beiden Fällen nicht inflationär und rein profitorientiert, sondern sowohl von staatlicher wie privater Seite im Sinne des Nachhaltigkeitsanliegens maßvoll und verantwortungsbewusst erfolgt.

Die touristische Wertschöpfungskette und Green Economy

Insgesamt ist der Tourismus für viele Entwicklungsländer als Zukunftsbranche einzustufen, die mit Blick auf die Förderung einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung sowie als wirkungsvolles Instrument zur Armutsminderung weiter an Bedeutung gewinnen wird. Dennoch darf auch der Tourismus nicht als Allheilmittel angesehen werden, sondern muss hinsichtlich seiner ökonomischen Bedeutung mit anderen relevanten Wirtschaftssektoren des betreffenden Landes ins Verhältnis gesetzt werden, um eine nachhaltige und effektive Allokation von staatlichen, privaten und durch internationale Geberorganisationen eingebrachte Finanzmittel sicherzustellen. Eine einseitige Abhängigkeit vom Tourismussektor sollte ebenso vermieden werden wie die Dominanz bestimmter Tourismusformen oder eine monostrukturelle Entwicklung des Beherbergungssektors. Auch stellen sich die erwünschten breitenwirksamen Beschäftigungseffekte zugunsten armer Bevölkerungsschichten nicht von selbst ein, sondern bedürfen gezielter Maßnahmen in den Entwicklungsländern, die eine diversifizierte Wirtschaftsentwicklung sowie breitenwirksame Wertschöpfungseffekte durch den Tourismus fördern.

Primäres Ziel sollte es sein, arme und benachteiligte Bevölkerungsgruppen in die Dynamik der touristischen Wertschöpfungskette einzubinden und die Verteilung von Einkommen innerhalb der Wertschöpfungskette zu ihren Gunsten zu verbessern. Bei ihr handelt es sich streng genommen weniger um eine Kette im eigentlichen Wortsinn als vielmehr um ein komplexes Netzwerk aus horizontal und vertikal miteinander verbundenen Akteuren, zu denen touristische Dienstleistungsanbieter, Transportunternehmen, Verkäufer oder Landwirtschafts- und Handwerksbetriebe gehören. Daher bedarf es einer genauen Analyse der touristischen Wertschöpfungskette (Value Chain Analysis) in der betreffenden Tourismusdestination, um mögliche Schwächen und Potenziale einzelner Glieder zu identifizieren und daraus resultierend qualifizierte Strategien und Empfehlungen abzuleiten, an welchen Stellen am ehesten armutsmin-

dernde und nachhaltige Wirtschaftseffekte zu erzielen sind. Der Wertschöpfungskettenansatz im Tourismus ist dabei umso wirkungsvoller, je mehr touristisch relevante Waren und Dienstleistungen in der erforderlichen Qualität durch die betreffende Tourismusdestination selbst produziert werden können und je mehr Arbeitskräfte auch für qualifiziertere Tätigkeiten im Tourismus zur Verfügung stehen (GIZ 2014).

Neben der Betrachtung von ökonomischen Aspekten muss aber auch ein besonderer Fokus auf ökologische und soziale Aspekte gelegt werden, da sich touristische Wertschöpfungsketten sowohl positiv (zum Beispiel Verbesserung der Klimabilanz durch verstärkte Nutzung lokaler Konsumgüter) als auch negativ (zum Beispiel Übernutzung lokaler Ressourcen) auf die Umwelt- und Sozialbilanz einer Tourismusdestination auswirken können. Dem effizienten Einsatz natürlicher Ressourcen, dem Schutz und der nachhaltigen Inwertsetzung von Biodiversität oder dem Klimaschutz und Klimaanpassungsstrategien sind hier ebenso Beachtung zu schenken wie der Einhaltung der Menschenrechte, der Gewährleistung angemessener Arbeitsbedingungen oder dem Erhalt und der Förderung der kulturellen Identität.

Im Kern geht es somit einerseits um die Etablierung möglichst nachhaltiger Wirtschaftskreisläufe, andererseits um die Etablierung einer integrierten Produkt- und Unternehmenspolitik, die die gesamte touristische Wertschöpfungskette berücksichtigt und gleichermaßen ökonomische wie auch ökologische und soziale Verantwortung übernimmt.

Literatur

- GIZ – Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (2014): Handbuch Tourismusplanung in der Entwicklungszusammenarbeit. Herausforderungen – Beratungsansätze – Praxisbeispiele – Instrumente. Autor: Matthias Beyer. www.giz.de/fachexpertise/downloads/giz2014-de-tourismus-handbuch.pdf
- UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development (2010): The Contribution of Tourism to Trade and Development. Second Session. Item 5 of the provisional agenda.
- UNWTO – World Tourism Organization (2013): Tourism Highlights, 2013 Edition.
- UNWTO – World Tourism Organization (2011): Tourism Towards 2030. Global Overview.
- WTTC – World Travel and Tourism Council (2013): Travel & Tourism Economic Impact 2013 – World.
- WTTC – World Travel and Tourism Council (2012): Benchmarking Travel & Tourism's economic impact against other sectors. Executive Summary.

AUTOR + KONTAKT

Matthias Beyer ist geschäftsführender Gesellschafter der mascontour GmbH – Sustainable Tourism Consulting & Communication, Lehrbeauftragter an der Hochschule Bremen und Mitglied der Foundation for European Sustainable Tourism (FEST).

Dipl.-Ing. Matthias Beyer, Schwiebuser Str. 9, 10965 Berlin. Tel.: +49 30 61625747, Fax: +49 30 61202584, E-Mail: beyer@mascontour.info, Website: www.mascontour.info

