

BMZ



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung



Zukunftsentwickler.
Wir machen Zukunft.
Machen Sie mit.



Handbuch Tourismusplanung in der Entwicklungszusammenarbeit

Herausforderungen – Beratungsansätze – Praxisbeispiele – Instrumente

Herausgegeben von:

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



Vorwort

Der Tourismus ist eine der umsatzstärksten Branchen der Welt und bietet zahlreiche Schnittstellen zu Kerninhalten der deutschen Entwicklungszusammenarbeit. Die hohe Beschäftigungsintensität im Tourismus, insbesondere auch für Frauen, bietet ein enormes Potenzial zur Armutsbekämpfung. Außerdem ist die Tourismusbranche eng mit anderen Sektoren, wie zum Beispiel dem verarbeitenden Gewerbe, der Landwirtschaft oder der Dienstleistungsbranche verzweigt, wodurch breitenwirksame Multiplikatoreffekte geschaffen werden, die die lokale Wirtschaft ankurbeln und gleichzeitig vielfältige Einkommensquellen für die lokale Bevölkerung mit sich bringen. Neben den wirtschaftlichen Perspektiven kann der Tourismus auch zum Schutz der Biodiversität beitragen, denn ohne die zahlreichen Besucher wären viele Nationalparks und Schutzgebiete heute nicht mehr finanzierbar. Ein nachhaltiger Tourismus in Entwicklungsländern bietet außerdem die Chance, Reisende für entwicklungspolitische Ziele und die Herausforderungen vor Ort zu sensibilisieren und damit das allgemeine Bewusstsein für die Notwendigkeit einer globalen, nachhaltigen Entwicklung zu schärfen.

Eine Branche dieses Ausmaßes birgt jedoch auch Risiken in sich: Kritik an negativen Auswirkungen von Tourismusaktivitäten auf die lokale Bevölkerung und ihre Umwelt wurde in den letzten Jahren nicht zu Unrecht geäußert. Um das Potenzial der Tourismusbranche für nachhaltige Entwicklung auszuschöpfen, bedarf es einer konstruktiven Zusammenarbeit von Regierungen, Privatwirtschaft und Zivilgesellschaft. Neben der Förderung der kulturellen und ökonomischen Teilhabe der Menschen in Entwicklungsländern am internationalen Tourismus gilt es auch, die Negativwirkungen für Mensch, Umwelt und Klima zu verringern.

Um dieses Ziel zu erreichen, engagiert sich das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) weltweit für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus, der in sozialer, kultureller, ökologischer und ethischer Hinsicht verträglich sowie wirtschaftlich erfolgreich ist. Das Strategiepapier des BMZ zum Beitrag des Tourismus zur nachhaltigen Entwicklung und zur Erreichung der Millenniumsentwicklungsziele spiegelt die entwicklungspolitische Bedeutung des Tourismus wider. Das GIZ-Sektorvorhaben »Nachhaltige Entwicklung durch Tourismus« entwickelt im Auftrag des BMZ Methoden, Instrumente und Ansätze, um unsere gemeinsamen Ziele zu erreichen. Das vorliegende Handbuch bündelt diese Instrumente und leistet seinen Beitrag zur Operationalisierung der im Positionspapier dargelegten Strategien und Zielsetzungen durch zahlreiche konkrete Beispiele aus der Praxis.

Mein Dank gilt allen, die zum Gelingen dieses Handbuches beigetragen haben.

Susanne Dorasil

Referatsleiterin Wirtschaftspolitik und Finanzsektor beim Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	7		
Tabellenverzeichnis	7		
Tipps für die Praxis	7		
Abkürzungsverzeichnis	8		
Teil 1:			
Einführung und Hintergründe	10		
WOZU DIENT DAS HANDBUCH?	10		
ZAHLEN UND FAKTEN ZUM TOURISMUS	12		
DIE GLOBALE TOURISMUSENTWICKLUNG	12		
DIE BEDEUTUNG DES TOURISMUS FÜR ENTWICKLUNGS- UND SCHWELLENLÄNDER	14		
TOURISMUS IN DER DEUTSCHEN ENTWICKLUNGSZUSAMMENARBEIT	16		
ENTWICKLUNGSPOLITISCHE BEDEUTUNG DES TOURISMUS	16		
Positionspapier des BMZ	17		
SYNTHESE AKTUELLER AKTIVITÄTEN UND PROZESSE	18		
Handlungsfelder und Projektvorhaben im Tourismus	18		
Internationale Prozesse und der deutsche Beitrag	18		
Teil 2:			
Herausforderungen – Beratungsansätze – Praxisbeispiele – Instrumente	21		
HANDLUNGSFELD: NACHHALTIGE WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG & BREITENWIRKSAME BESCHÄFTIGUNGSFÖRDERUNG	22		
ÜBERBLICK UND HERAUSFORDERUNGEN	22		
Tourismus als Wirtschafts- und Beschäftigungsmotor	22		
Der Wertschöpfungsketten-Ansatz (<i>Value Chain Approach</i>)	24		
<i>Corporate Social Responsibility</i> im Tourismus	25		
Aus- und Weiterbildung im Tourismus	28		
SCHLÜSSELFRAGEN UND BERATUNGSANSÄTZE	28		
Wie lassen sich die sozioökonomischen Wirkungen des Tourismus für eine Region ermitteln?	28		
Wie kann der Beitrag touristischer Unternehmen zu einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung verbessert werden?	30		
Wie kann der lokalen Bevölkerung der Zugang zu direkten und indirekten Beschäftigungsmöglichkeiten im Tourismus erleichtert werden?	35		
PRAXISBEISPIELE UND INSTRUMENTE	36		
		HANDLUNGSFELD: GEMEINDE- & KOMMUNALENTWICKLUNG	44
		ÜBERBLICK UND HERAUSFORDERUNGEN	44
		Kommunale Tourismusförderung	44
		Der »Community-Based Tourism«-Ansatz	44
		Kritische Bilanz	45
		SCHLÜSSELFRAGEN UND BERATUNGSANSÄTZE	46
		Wie kann man feststellen, ob eine Gemeinde/Kommune für eine touristische Entwicklung geeignet ist?	46
		Worauf ist bei der Tourismusentwicklung in Gemeinden/Kommunen zu achten?	47
		Wie kann den Gemeinden/Kommunen der Zugang zum (internationalen) Markt erleichtert werden?	53
		PRAXISBEISPIELE UND INSTRUMENTE	54
		HANDLUNGSFELD: SCHUTZ & INWERTSETZUNG VON BIODIVERSITÄT	58
		ÜBERBLICK UND HERAUSFORDERUNGEN	58
		Schutz und Erhalt der Biodiversität in den Kooperationsländern	58
		Bedeutung der Biodiversität für den Tourismus	59
		Ökologische Belastungen durch Tourismus	59
		Tourismusentwicklung in Schutzgebieten und naturnahen Räumen	59
		SCHLÜSSELFRAGEN UND BERATUNGSANSÄTZE	60
		Wie kann eine nachhaltige touristische Nutzung von Schutzgebieten sichergestellt werden?	60
		Welche ökonomischen Potenziale bietet der Tourismus für Schutzgebiete?	60
		Wie kann nachhaltiger Tourismus zur Eindämmung von Wilderei eingesetzt werden?	66
		PRAXISBEISPIELE UND INSTRUMENTE	69
		HANDLUNGSFELD: RESSOURCEN- UND ENERGIEEFFIZIENZ & KLIMASCHUTZ IM TOURISMUS	73
		ÜBERBLICK UND HERAUSFORDERUNGEN	73
		Umweltpolitik und Entwicklung	74
		Umweltmanagement und Tourismus	74
		SCHLÜSSELFRAGEN UND BERATUNGSANSÄTZE	77
		Wie kann die Umweltbilanz touristischer Unternehmen verbessert werden?	77
		Was können touristische Destinationen tun, um zum Ressourcenschutz beizutragen bzw. sich an den Klimawandel anzupassen?	80
		PRAXISBEISPIELE UND INSTRUMENTE	82

HANDLUNGSFELD: GOOD GOVERNANCE & POLITISCHE RAHMENBEDINGUNGEN	88
ÜBERBLICK UND HERAUSFORDERUNGEN	88
Förderung von <i>Good Governance</i> in den Kooperationsländern	88
Bedeutung von <i>Good Governance</i> für den Tourismus	89
Schnittstellen zwischen <i>Good Governance</i> und Tourismus	90
SCHLÜSSELFRAGEN UND BERATUNGSANSÄTZE	91
Welche Steuerungsinstrumente stehen dem Staat für eine nachhaltige Tourismuspolitik zur Verfügung?	91
Welche institutionellen Rahmenbedingungen sind für eine nachhaltige Tourismuspolitik erforderlich?	93
Welchen Einfluss hat der Residenzialtourismus auf eine nachhaltige Tourismusedwicklung?	94
PRAXISBEISPIELE UND INSTRUMENTE	98
Teil 3: Quellenverzeichnis	102
Literatur und Fachartikel	102
BMZ-Strategiepapiere	108
Factsheets zum Leistungsangebot	108
Unveröffentlichte Quellen	109
Internetquellen und weiterführende Links	110
Impressum	112

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

ABBILDUNG 1 → S. 12

Ankünfte und Einnahmen durch den internationalen Tourismus 1990–2012

ABBILDUNG 2 → S. 13

Beitrag und Anteil der wichtigsten Wirtschaftszweige am globalen BIP 2011

ABBILDUNG 3 → S. 13

Beitrag und Anteil der wichtigsten Wirtschaftszweige an den Arbeitsplätzen weltweit 2011

ABBILDUNG 4 → S. 14

Entwicklung der internationalen Touristenankünfte 1980–2030: Industrie- und Schwellen-/Entwicklungsländer im Vergleich

ABBILDUNG 5 → S. 25

Die touristische Wertschöpfungskette

TABELLENVERZEICHNIS

TABELLE 1 → S. 15

Tourismus als Wirtschaftsfaktor in ausgewählten Entwicklungs- und Schwellenländern

TIPPS FÜR DIE PRAXIS

TIPPS FÜR DIE PRAXIS I → S. 29

Strategische Ansatzpunkte zur Ermittlung der sozioökonomischen Wirkungen des Hotelsektors für eine Region

TIPPS FÜR DIE PRAXIS II → S. 31

Strategische Ansatzpunkte für ein nachhaltiges Management touristischer Lieferketten (*Sustainable Supply Chain Management*)

TIPPS FÜR DIE PRAXIS III → S. 32

Strategische Ansatzpunkte für breitenwirksame Beschäftigungsimpulse durch den Tourismus (*Inclusive Employment*)

TIPPS FÜR DIE PRAXIS IV → S. 48

Strategische Ansatzpunkte zur Überprüfung der Eignung von Gemeinden/Kommunen für eine touristische Entwicklung (*Rapid Destination Assessment*)

TIPPS FÜR DIE PRAXIS V → S. 50

Strategische Ansatzpunkte für die touristische Entwicklung von Gemeinden/Kommunen (*Strategic Community Tourism Development*)

TIPPS FÜR DIE PRAXIS VI → S. 52

Strategische Ansatzpunkte für die touristische Vermarktung von Gemeinden/Kommunen

TIPPS FÜR DIE PRAXIS VII → S. 61

Strategische Ansatzpunkte für Besuchermanagement in Schutzgebieten (*Visitor Management in Protected Areas*)

TIPPS FÜR DIE PRAXIS VIII → S. 62

Strategische Ansatzpunkte für die nachhaltige Inwertsetzung von Ökosystemdienstleistungen bzw. Schutzgebieten durch Tourismus

TIPPS FÜR DIE PRAXIS IX → S. 68

Strategische Ansatzpunkte zur Eindämmung von Wilderei durch nachhaltigen Tourismus

TIPPS FÜR DIE PRAXIS X → S. 78

Strategische Ansatzpunkte zur Verbesserung der Umweltbilanz touristischer Unternehmen (*Environmental Management Approaches*)

TIPPS FÜR DIE PRAXIS XI → S. 81

Strategische Ansatzpunkte zu Ressourcenschutz und Klimaanpassung in touristischen Destinationen (*Climate Change Mitigation and Adaptation*)

TIPPS FÜR DIE PRAXIS XII → S. 92

Strategische Ansatzpunkte für die staatliche Steuerung einer nachhaltigen Tourismuspolitik

TIPPS FÜR DIE PRAXIS XIII → S. 95

Strategische Ansatzpunkte für den institutionellen Aufbau einer nachhaltigen Tourismuspolitik

TIPPS FÜR DIE PRAXIS XIV → S. 97

Strategische Ansatzpunkte für eine nachhaltige Steuerung des Residenzialtourismus

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

- 10YFP** = 10-Year Framework of Programmes on Sustainable Consumption and Production Patterns
- AMUR** = La Asociación de Municipios de Rivas
- ASM** = Association de Sauvegarde de la Médina
- BIP** = Bruttoinlandsprodukt
- BMUB** = Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
- BMZ** = Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
- BTI** = Bertelsmann Transformation Index
- CAMPFIRE** = Communal Areas Management Programme for Indigenous Resources
- CBD** = Convention on Biological Diversity
- CBNRM** = Community-based Natural Resource Management
- CBT** = Community-based Tourism
- CIC** = International Council for Game and Wildlife Conservation
- CDTOS** = Chambre pour le Développement du Tourisme Oasien et Saharien
- CITES** = Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora
- CO₂** = Kohlenstoffdioxid
- CPA** = Communal Property Association
- CSD** = Commission on Sustainable Development
- CSR** = Corporate Social Responsibility
- CST** = Certificación para la Sostenibilidad Turística
- CVM** = Contingent Valuation Method
- DASTA** = Designated Areas for Sustainable Tourism Authority
- DCC** = Danube Competence Center: Donaukompetenzzentrum
- DEAT** = Department of Environmental Affairs and Tourism
- DEG** = Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft
- DGCN** = Deutsches Global Compact Netzwerk
- DMO** = Destinationsmanagementorganisation
- DoCST** = Department of Culture, Sports and Tourism
- DOT** = Department of Tourism
- DRV** = Deutscher Reiseverband e. V.
- DTI** = Department of Trade & Tourism
- DVR** = Demokratische Volksrepublik
- EconoWin** = Economic Integration of Women in the MENA Region
- ECPAT** = End Child Prostitution, Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes
- EIA** = Environmental Impact Assessment
- EMAS** = Eco-Management and Audit Scheme
- EPW** = Entwicklungspartnerschaft mit der Wirtschaft
- EU** = Europäische Union
- EZ** = Entwicklungszusammenarbeit
- F & B** = Food & beverage
- FACE** = Federation of Associations for Hunting and Conservation of the EU
- FFP** = Fund for Peace
- FTT** = Fair Trade Tourism
- FUTUROPA** = Promoting Costa Rica in Europe
- GCET** = Global Code of Ethics for Tourism
- GIS** = Geographisches Informationssystem
- GIZ** = Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH
- GPST** = Global Partnership for Sustainable Tourism
- GRI** = Global Reporting Initiative
- GSH** = Green Star Hotel
- GSHI** = Green Star Hotel Initiative
- GSTC** = Global Sustainable Tourism Criteria
- GTDA** = General Tourism Development Authority
- HCD** = Human Capacity Development
- HDI** = Human Development Index
- HRIA** = Human Rights Impact Assessment
- IBLF** = International Business Leaders Forum
- ILO** = International Labour Organization
- ISO** = International Organization for Standardization
- ITF-STD** = International Task Force on Sustainable Tourism Development
- ITP** = International Tourism Partnership
- KAZA** = Kavango-Zambezi-Naturpark
- KAZA TFCA** = Kavango-Zambezi Transfrontier Conservation Area
- KfW** = Kreditanstalt für Wiederaufbau
- KKMU** = Kleinst-, kleine und mittlere Unternehmen
- KNP** = Krüger-Nationalpark
- LAC** = Limits of Acceptable Change
- LDCs** = Least Developed Countries
- LCA** = Life Cycle Assessment
- MDGs** = Millennium Development Goals
- MENA** = Middle East & North Africa
- Mio.** = Million(en)
- Mrd.** = Milliarde(n)
- NGO** = Non-governmental organization
- ODK** = Open Development Kit
- OECD** = Organisation for Economic Cooperation and Development
- ORF** = Offene Regionalfonds für Südosteuropa
- PAEI** = Programme d'Appui à l'Entreprenariat et l'Innovation
- PAN** = Protected Area Network
- PATA** = Pacific Asia Travel Association
- PAVIM** = Protected Area Visitor Impact Management
- PBD** = Perú Biodiverso
- PES** = Payments for Ecosystem Services
- PIA** = Ex-Ante Poverty Impact Assessment
- PNKB** = Phong Nha-Ke Bang
- PoWPA** = Programme of Work on Protected Areas
- PPC** = Provincial People's Committee
- REDD** = Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation
- ROS** = The Recreation Opportunity Spectrum
- SADC** = Southern African Development Community
- SANParks** = South African National Parks Board
- SCP** = Sustainable Consumption and Production
- SEDETUR** = Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo
- SEDUMA** = Secretaría de Ecología y Medio Ambiente de Quintana Roo
- SPSS** = Superior Performing Software System
- STCAA** = Sustainable Tourism Certification Alliance Africa
- TATO** = Tajik Association of Tourism Organisations
- TCM** = Travel Cost Method
- TEEB** = The Economics of Ecosystems and Biodiversity
- TOMM** = Tourism Optimization Management Model
- TUI** = Touristik Union International
- UMTS** = Universal Mobile Telecommunications System
- UNCTAD** = United Nations Conference on Trade and Development
- UNEP** = United Nations Environment Programme
- UNESCO** = United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
- UNICEF** = United Nations International Children's Emergency Fund
- UNWTO** = United Nations World Tourism Organization
- US** = United States
- USP** = Unique Selling Proposition
- UVP** = Umweltverträglichkeitsprüfung
- VAMP** = Visitor Activity Management Process
- VERP** = Visitor Experience and Resource Protection
- VIM** = Visitor Impact Management
- WEF** = World Economic Forum
- WSK-Ansatz** = Wertschöpfungsketten-Ansatz
- WTM** = World Travel Market
- WSSD** = World Summit on Sustainable Development
- WTTC** = The World Travel & Tourism Council
- WWF** = World Wide Fund For Nature
- YCI** = Youth Career Initiative

Teil 1 Einführung und Hintergründe



Wozu dient das Handbuch?

Mehr als zwanzig Jahre sind vergangen, seit im Jahr 1992 unter großer internationaler Beteiligung die globale UN-Konferenz über Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro (»Erdgipfel«) abgehalten wurde. Im Mittelpunkt der Debatte stand dabei das Stichwort »Nachhaltige Entwicklung« (*sustainable development*), das nach Abschluss der Konferenz weltweit als Leitbild für ein verändertes Verständnis von Entwicklung Furore machen sollte. Hinter dem Leitbild stand die Erkenntnis, dass wirtschaftliche Effizienz, soziale Gerechtigkeit und die Sicherung der natürlichen Lebensgrundlagen gleichwertige überlebenswichtige Interessen sind, die sich gegenseitig ergänzen. Es gilt somit, in Anlehnung an das Leitbild eine tragfähige Balance zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Erfordernissen bei der Wirtschaftsentwicklung auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen zu finden – ein Ziel, das auch für die deutsche Entwicklungszusammenarbeit (EZ) bereits seit vielen Jahren oberste Priorität besitzt.

Blickt man auf die Entwicklung der Tourismusbranche in den letzten beiden Jahrzehnten, dann wird deutlich, dass sie sich im Lauf der Zeit zu einem der größten und umsatzstärksten Wirtschaftszweige weltweit entwickelt hat. Speziell für Entwicklungsländer ist die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor in diesem Zeitraum sprunghaft angestiegen. Wurden 1978 noch 27,3 Mio. Ankünfte in Entwicklungsländern registriert, waren es 1998 bereits 189,7 Mio. Der Marktanteil der Entwicklungsländer

am Welttourismus stieg in diesen zwanzig Jahren kontinuierlich von 11% auf 30,34%, wobei die durchschnittliche Wachstumsrate in den Entwicklungsländern zwischen 1990 und 1998 mit 4,84% deutlich über dem Weltdurchschnitt von 3,98% lag (Aderhold et al. 2000). Heute ist der Tourismus in den Entwicklungsländern für durchschnittlich 7% des Gesamtexports und gar für 45% des Dienstleistungsexports verantwortlich (UNCTAD 2010). Für jedes dritte Entwicklungsland stellt der Tourismus mittlerweile die Haupteinnahmequelle für Devisen dar. Schätzungen zufolge werden Schwellen- und Entwicklungsländer im Jahre 2015 erstmals mehr einreisende Touristen aufweisen als die Industrienationen, und bis 2030 soll ihr Marktanteil auf 57% steigen (UNWTO 2011a).

Die rasante Entwicklung des Tourismus und die globalen Impulse, die seinerzeit von der Rio-Konferenz in Fragen einer nachhaltigen Ausrichtung der Wirtschaft ausgingen, haben entscheidend dazu beigetragen, dass sich die deutsche EZ seit nunmehr zwanzig Jahren für die Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus in ihren Kooperationsländern engagiert. Der Tourismus stellt zwar keinen expliziten Handlungsschwerpunkt dar, spielt aber aufgrund seiner ökonomischen Relevanz und seiner zahlreichen Schnittstellen zu wichtigen entwicklungspolitischen Themenfeldern in vielen Kooperationsländern und Projekten immer wieder eine Rolle, beispielsweise in Vorhaben der nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung und Armutsbekämpfung,

der ländlichen Entwicklung, sowie des Schutzes von Umwelt, Klima und Biodiversität. Hervorzuheben ist, dass es bei diesem Engagement nicht um eine Förderung des Tourismussektors selbst geht, sondern darum, ökonomische, ökologische und soziale Entwicklungseffekte durch den bzw. innerhalb des Tourismus zu erzielen. Die Aktivitäten beschränken sich deshalb nicht auf Nischen-segmente, sondern betreffen sämtliche Tourismusformen, wobei bewusst auch der touristische Massenmarkt mit berücksichtigt wird.

Inzwischen sind unter Beteiligung eines breiten Akteurspektrums in diversen Entwicklungs- und Schwellenländern eine Vielzahl touristischer Projekte zu unterschiedlichen Themenfeldern und auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen durch die deutsche EZ realisiert worden. Daraus entstand die Idee, ein Handbuch zum Thema »Tourismusplanung in der Entwicklungszusammenarbeit« zu erarbeiten.

Ziel dieser Publikation ist es, die vielseitigen Erfahrungen aus den vergangenen beiden Jahrzehnten in Fragen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung zusammenzutragen, kritisch zu reflektieren und in Form eines Handbuches praxisnah aufzubereiten. In diesem Sinne bietet das Handbuch strategische, technische und methodische Empfehlungen zum Umgang mit wesentlichen Herausforderungen und Fragestellungen, die im Rahmen der Tourismusplanung

und der Umsetzung von Tourismusprojekten in Entwicklungs- und Schwellenländern immer wieder auftreten. Die Inhalte richten sich gleichermaßen an internationale wie lokale Tourismusberater, Mitarbeiter von Tourismusprojekten der EZ, staatliche Tourismusorganisationen in den Kooperationsländern sowie internationale und lokale Tourismusunternehmen und -verbände.

Die Herausgeber hoffen, dass dieses Handbuch in der Praxis dazu beiträgt, die operative Umsetzung des Nachhaltigkeitsanliegens in der Tourismusbranche voranzubringen und neue Denkanstöße für die nationale und internationale Debatte um eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus zu liefern.

Zahlen und Fakten zum Tourismus

DIE GLOBALE TOURISMUSENTWICKLUNG

Der Tourismus hat sich in den letzten 60 Jahren so rasant entwickelt wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig. Während 1950 weltweit lediglich 25 Mio. internationale Touristenankünfte zu verzeichnen waren, lag dieser Wert 1970 bereits bei 166 Mio. und 1990 sogar bei 436 Mio. (UNWTO 2009). Auch in den vergangenen zwei Jahrzehnten stieg die Zahl der internationalen Touristenankünfte kontinuierlich an und erreichte 2012 erstmals über eine Milliarde (1,035 Mrd.). Mit 534 Mio. entfielen gut die Hälfte (52%) davon auf Europa, gefolgt von Asien und der Pazifikregion mit 234 Mio. (23%), Amerika mit 163 Mio. (16%) sowie Afrika mit 53 Mio. und dem Nahen Osten mit 52 Mio. (jeweils 5%) einreisenden Touristen (jeweils 5%) (UNWTO 2013a).

Berechnungen der UNWTO zufolge wird die Zahl der internationalen Touristenankünfte in der zweiten und dritten Dekade dieses Jahrhunderts im Durchschnitt um 43 Mio. bzw. 3,3% pro Jahr ansteigen. Eine Zunahme um 3,3% pro Jahr ist im Vergleich zum Zeitraum 1980–2010, in dem die Zahl der internationalen Touristenankünfte real um 4,2% pro Jahr anstieg, eine eher verhaltene Prognose, die mit dem geringeren globalen Wirtschaftswachstum und steigenden Transportkosten zu begründen wäre. Aufgrund der hohen Ausgangszahlen würde aber selbst dieses relativ geringe Wachstum eine enorme Steigerung der Einreisenden in absoluten Zahlen bedeuten. Somit ist im Jahr 2030 weltweit mit 1,8 Mrd. Touristenankünften zu rechnen. Dies entspräche einem Anstieg um gut 800 Mio. bzw. 80% in nur zwei Jahrzehnten. Geographisch betrachtet wäre Nordostasien dann die meistbesuchte Region der Welt und würde damit die Mittelmeerländer ablösen (UNWTO 2011a).

Entsprechend dem Anstieg der Touristenankünfte sind in den letzten Jahrzehnten auch die Einnahmen aus dem internationalen Tourismus gestiegen. Wurden 1950 noch lediglich 2,1 Mrd. US-Dollar mit dem grenzüberschreitenden Tourismus weltweit umgesetzt, so lag dieser Wert 1970 bereits bei 17,9 Mrd. und 1990 bei 273 Mrd. US-Dollar (UNWTO 2009). In den letzten beiden Dekaden setzte sich diese positive Entwicklung fort, und 2012 wurden 1,075 Billionen US-Dollar Umsatz erwirtschaftet. Davon entfielen mit 458 Mrd. US-Dollar 43% auf Europa; Asien und die Pazifikregion folgten mit 324 Mrd. (30%), Amerika mit 212 Mrd. (20%), der Nahe Osten mit 47 Mrd. (4%) und Afrika mit 34 Mrd. US-Dollar (3%) (UNWTO 2013a).

Unter Berücksichtigung des Binnentourismus erwirtschaftete die gesamte Tourismuswirtschaft im Jahr 2012 rund 2 Billionen US-Dollar. Damit trug sie 2,9% zum globalen Bruttoinlandsprodukt (BIP) bei und gab 101 Mio. Menschen Arbeit (3,4% der Beschäftigungsverhältnisse weltweit) (WTTC 2013). Hierbei handelt es sich um die direkten Effekte, d.h. um die Einnahmen und Arbeitsplätze, die ausschließlich in Unternehmen der Tourismusbranche (Reiseveranstalter, Hotels etc.) erwirtschaftet bzw. generiert wurden.

Um die gesamtwirtschaftliche Bedeutung eines Wirtschaftszweigs einschätzen zu können, sind darüber hinaus indirekte und induzierte Effekte zu berücksichtigen, die in Form von Rückkopplungs- und Multiplikatoreffekten auch andere Branchen beeinflussen. Indirekte ökonomische Effekte treten bei Betrieben und Unternehmen auf,

die im Rahmen der Herstellung eines Produkts bzw. bei der Erstellung einer Dienstleistung als Zulieferer fungieren. Im Falle des Tourismus sind dies z.B. agrarwirtschaftliche Betriebe und Nahrungsmittelproduzenten, die Bauwirtschaft, Handwerksbetriebe und Versicherungen. Induzierte Effekte hingegen sind die Folge einer allgemeinen Nachfragesteigerung, deren Ursprung die Einnahmen bzw. das Einkommen im originär betrachteten Wirtschaftszweig darstellen. Somit profitiert letztendlich die gesamte Wirtschaft, auch wenn Teile von ihr weder direkt noch indirekt von der ursprünglichen Nachfrage, zum Beispiel nach touristischen Dienstleistungen, betroffen sind.

Auf diese Weise werden für jeden in der Weltwirtschaft ausgegebenen US-Dollar in vorgelagerten Zulieferbetrieben (indirekt) sowie über die allgemeine Nachfragesteigerung (induziert) durchschnittlich 2,7 US-Dollar generiert. Im Falle des Tourismus ist dieser Multiplikatoreffekt deutlich günstiger: 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. Hinsichtlich der Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt ist der Tourismus ähnlich effektiv. Pro einer Mio. US-Dollar Umsatz in der Tourismuswirtschaft werden unter Berücksichtigung direkter, indirekter und induzierter Effekte 50 Beschäftigungsverhältnisse geschaffen. Damit hat der Tourismus eine doppelt so hohe Beschäftigungswirkung wie die Automobil-, die Kommunikations- oder die Finanzbranche. Günstiger fällt die Relation lediglich im Bildungssektor aus, wo etwa 65 Arbeitsplätze pro einer Mio. US-Dollar Umsatz entstehen. Der Durchschnittswert für die gesamte Weltwirtschaft liegt hingegen bei lediglich 39 Beschäftigungsverhältnissen pro einer Mio. US-Dollar Umsatz (WTTC 2012a).

Ein vergleichende Untersuchung von Geschäftsberichten (2004–2011) der jeweils fünf größten Unternehmen aus 13 Branchen hat ergeben, dass beim Hotelsektor einer Mio. Euro Umsatz 20 Arbeitsplätze, bei anderen Branchen (z.B. Pharmaindustrie, Bankensektor, IT-Branche) hingegen nur 2-6 Arbeitsplätze gegenüberstehen (Lengefeld 2012).

Betrachtet man sämtliche 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 Mio. Arbeitnehmer beschäftigt (8,7% der Beschäftigungsverhältnisse) (WTTC 2013). 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. Im Tourismus arbeiten sechsmal so viele Beschäftigte wie in der Automobilindustrie, fünfmal so viele wie bei den Herstellern chemischer Produkte, viermal so viele wie im Bergbau, doppelt so viele wie in der Kommunikationsbranche und ein Drittel mehr als in der Finanzwirtschaft (WTTC 2012a; WTTC 2012b).

Die durch den Tourismus insgesamt generierten Einnahmen und Arbeitsplätze sollen nach Berechnungen des World Travel & Tourism Council (WTTC) bis zum Jahr 2023 jährlich um 4,4% bzw. 2,4% steigen. Im Jahr 2023 würde die Tourismuswirtschaft damit 10,51 Billionen US-Dollar erwirtschaften (10% des globalen BIP) und 338 Mio. Arbeitsplätze (9,9%) bereitstellen bzw. in den kommenden zehn Jahren 76 Mio. neue Beschäftigungsverhältnisse schaffen (WTTC 2013).

Abb. 1: Ankünfte und Einnahmen durch den internationalen Tourismus 1990–2012 (in Mio. bzw. Mrd. US-Dollar)



Abb. 2: Beitrag und Anteil der wichtigsten Wirtschaftszweige am globalen BIP 2011 (in Mrd. US-Dollar bzw. Prozent)

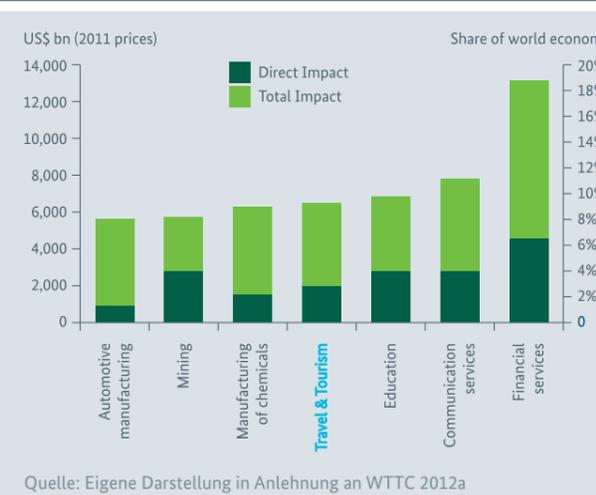
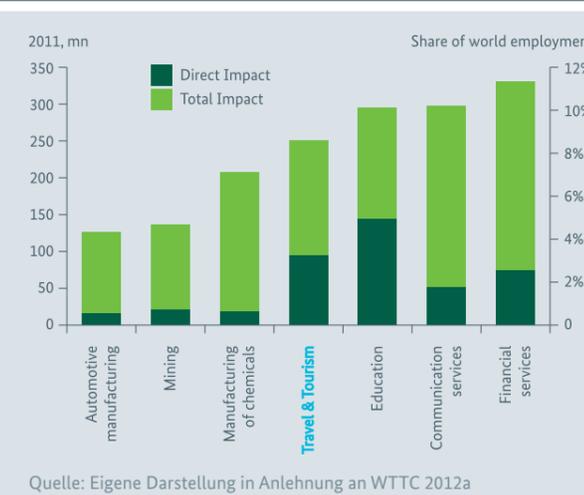


Abb. 3: Beitrag und Anteil der wichtigsten Wirtschaftszweige an den Arbeitsplätzen weltweit 2011 (in Mio. bzw. Prozent)



DIE BEDEUTUNG DES TOURISMUS FÜR ENTWICKLUNGS- UND SCHWELLENLÄNDER

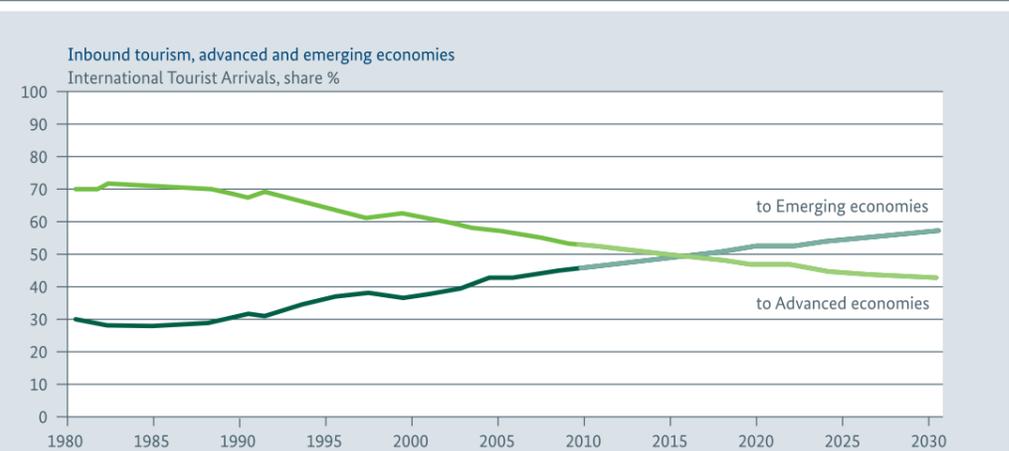
Die Verteilung der internationalen Touristenankünfte zwischen den Industrieländern auf der einen und den Entwicklungs- und Schwellenländern auf der anderen Seite weist vor allem seit Anfang des Jahrhunderts eine äußerst dynamische Entwicklung auf. Während die Industrienationen im Jahre 2000 62 % (417 Mio.) der grenzüberschreitenden Touristenankünfte verzeichneten, waren es 2010 nur noch 53 % (498 Mio.). Dementsprechend stieg der Anteil der Schwellen- und Entwicklungsländer in nur einem Jahrzehnt um 9 % von 38 % (257 Mio.) im Jahre 2000 auf 47 % (442 Mio.) im Jahre 2010 – ein Beleg für das überproportionale Wachstum der Reisemärkte in diesen Ländern. Dieser Trend wird sich auch in Zukunft fortsetzen. Im Jahre 2015 werden Schwellen- und Entwicklungsländer erstmals mehr einreisende Touristen verzeichnen als die Industrienationen, und es ist davon auszugehen, dass ihr Marktanteil bis 2030 auf 57 % (1,04 Mrd.) steigen wird. Dazu werden in erster Linie die Schwellenländer Asiens, Lateinamerikas sowie Zentral- und Osteuropas beitragen, deren Reisemärkte doppelt so schnell wachsen wie die der Industrieländer in Nordamerika und Europa. Darüber hinaus werden in den kommenden 20 Jahren vor allem der Binnentourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern und die Reisebewegungen zwischen den Staaten dieser Ländergruppen enorm zunehmen (UNWTO 2011a).

In den diversifizierten Volkswirtschaften der Industrieländer variiert der Beitrag des Tourismus zum nationalen Bruttoinlandsprodukt zwischen 2 % und 10 %, je nachdem ob der Tourismus einen vergleichsweise kleinen Sektor oder eine wichtige Säule der Wirtschaft darstellt. Für die Ökonomien der Entwicklungsländer und vor allem für

Inselstaaten kann der Tourismussektor jedoch von deutlich größerer Bedeutung sein. Ein Beitrag des Tourismus zum nationalen Bruttoinlandsprodukt von bis zu 25 % ist nicht selten. In ungefähr der Hälfte der sogenannten *Least Developed Countries (LDCs)* erwirtschaftet die Reiseindustrie sogar über 40 % des Bruttoinlandsprodukts. Für ein Drittel der Entwicklungsländer ist der Tourismus darüber hinaus die wichtigste Deviseneinnahmequelle (UNWTO 2013a; UNCTAD 2010).

Die Bedeutung des Tourismus als Deviseneinnahmequelle wird durch seinen Anteil am Export offenbart, da internationale Touristen im Gastland die Nachfrage steigern und somit zu einer Mehrproduktion von Gütern und Dienstleistungen beitragen, die sich im Rahmen der Zahlungsbilanz nicht anders auswirkt als der Export dieser Produkte. Global betrachtet rangiert der Tourismus nach der Mineralölindustrie, der Produktion chemischer Erzeugnisse und der Automobilindustrie an vierter Stelle bei den Exporteinnahmen. In über 150 Ländern ist der Tourismus eine der fünf wichtigsten Exportbranchen und in 60 Ländern sogar die für die Exporterlöse wichtigste Industrie (UNCTAD 2010). In Entwicklungsländern ist der Tourismus für durchschnittlich 7 % des Gesamtexports bzw. für 45 % des Dienstleistungsexports verantwortlich. Vor allem in den Volkswirtschaften der *LDCs* ist die Tourismusbranche eine wichtige Säule des Exports. Sie trägt dort durchschnittlich 9 % zum Gesamtexport bzw. 65 % zum Export von Dienstleistungen bei. In gut der Hälfte der 49 *LDCs* weltweit ist der internationale Reiseverkehr damit eine der drei wichtigsten Deviseneinnahmequellen und für sieben dieser Länder sogar die wichtigste Einzelbranche (UNCTAD 2010).

Abb. 4: Entwicklung der internationalen Touristenankünfte 1980–2030: Industrie- und Schwellen-/Entwicklungsländer im Vergleich



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an UNWTO 2011a

Tab. 1: Tourismus als Wirtschaftsfaktor in ausgewählten Entwicklungs- und Schwellenländern

	Ausgewählte Entwicklungs- und Schwellenländer	HDI* 2012	Internationale Touristenankünfte 2012	Bruttodeviseneinnahmen aus dem internationalen Tourismus 2012	Anteil der direkten Touris-museinnahmen am BIP 2012		Anteil der internationalen Touris-museinnahmen am Export 2012	
					in %		in %	
					Gesamt	Internat. Anteil		
			in Tausend	in Mrd. US\$				
EUROPA	Türkei	Hoch: 0,722	35.698	28,1	4,1	47,9		13,7
	Bulgarien	Hoch: 0,782	(2011) 6.328	4,2	3,8	74,7		12,2
	Albanien	Hoch: 0,749	(2011) 2.865	1,8	6,1	86,7		34,7
	Montenegro	Hoch: 0,791	1.264	1,0	9,9	78,5		51,8
	Serbien	Hoch: 0,769	810	1,0	1,6	55,2		6,5
ASIEN	China	Mittel: 0,699	57.725	52,7	2,6	10,3		2,4
	Malaysia	Hoch: 0,769	25.033	20,4	7,0	54,8		7,7
	Thailand	Mittel: 0,690	22.354	32,9	7,3	68,0		12,1
	Indonesien	Mittel: 0,629	8.044	9,6	3,0	21,1		4,4
	Indien	Mittel: 0,554	6.649	18,8	2,0	19,7		4,2
	Philippinen	Mittel: 0,654	4.273	4,4	2,0	41,7		5,8
	Sri Lanka	Hoch: 0,715	1.006	1,5	3,8	42,4		10,3
	Malediven	Mittel: 0,688	958	0,7	22,4	94,4		60,3
	Nepal	Niedrig: 0,463	(2011) 736	0,4	4,3	34,3		24,0
	Myanmar	Niedrig: 0,498	593	0,1	1,3	10,9		1,6
AFRIKA	Marokko	Mittel: 0,591	9.375	8,4	8,7	68,4		24,4
	Südafrika	Mittel: 0,629	9.188	11,2	3,2	42,4		10,1
	Tunesien	Hoch: 0,712	5.950	2,7	7,3	58,3		12,8
	Simbabwe	Niedrig: 0,397	1.794	0,4	5,2	62,4		8,9
	Kenia	Niedrig: 0,519	(2011) 1.750	2,0	5,0	54,4		19,1
	Tansania	Niedrig: 0,476	1.043	1,7	4,8	70,6		24,8
	Namibia	Mittel: 0,608	(2011) 1.027	0,7	3,0	49,1		8,8
	Senegal	Niedrig: 0,470	(2011) 1.001	0,6	5,0	46,7		15,8
	Seychellen	Sehr hoch: 0,806	208	0,4	24,7	91,2		40,6
	Gambia	Niedrig: 0,439	(2011) 106	0,1	8,2	75,5		79,4
NAHER OSTEN	Saudi-Arabien	Hoch: 0,782	13.664	9,2	2,2	42,2		2,2
	Ägypten	Mittel: 0,662	11.196	11,1	6,9	46,2		21,7
	Jordanien	Mittel: 0,700	4.162	4,4	5,9	88,8		31,9
LATEINAMERIKA	Mexiko	Hoch: 0,775	23.403	12,8	5,8	12,4		3,3
	Peru	Hoch: 0,741	2.846	3,7	3,4	28,5		7,4
	Costa Rica	Hoch: 0,773	2.343	2,5	4,8	61,1		15,3
	Kolumbien	Hoch: 0,719	2.175	3,2	1,7	24,6		4,9
	Guatemala	Mittel: 0,581	1.305	1,4	3,2	44,0		10,9
	Ecuador	Hoch: 0,724	1.272	0,9	2,0	36,0		3,6
	Nicaragua	Mittel: 0,599	1.180	0,4	4,8	44,9		11,5
	Bolivien	Mittel: 0,675	(2011) 946	0,6	2,9	39,9		4,6
Venezuela	Hoch: 0,748	710	1,2	3,1	5,6		1,3	
KARIBIK	Dom. Republik	Mittel: 0,702	4.563	4,8	4,7	73,3		33,2
	Kuba	Hoch: 0,780	(2011) 2.688	2,7	2,7	55,7		19,0
	Jamaika	Hoch: 0,730	1.986	2,3	8,4	76,4		48,9
	Bahamas	Hoch: 0,794	1.419	2,4	22,0	82,3		64,3
	Grenada	Hoch: 0,770	112	0,1	6,4	78,2		52,4
VERGLEICH	Deutschland	Sehr hoch: 0,920	30.408	45,1	1,6	36,6		2,5
	Weltweit	0,561	1.035.000	1.243,0	2,9	29,3		5,4

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an WTTC Country Reports 2013; UNWTO 2013a | * HDI = Human Development Index (UNDP 2013)

Tourismus in der deutschen Entwicklungszusammenarbeit

ENTWICKLUNGSPOLITISCHE BEDEUTUNG DES TOURISMUS

Die rasante Tourismusentwicklung hat weltweit dazu geführt, dass immer mehr Entwicklungsländer ihr touristisches Potenzial – zum Beispiel ein warmes Klima, kulturelle Reichtümer und Artenvielfalt – wirtschaftlich ausschöpfen. Tourismus bietet diesen Ländern dabei große Chancen, Infrastruktur aufzubauen, Arbeitsplätze zu schaffen, lokale Wirtschaftskreisläufe zu fördern, Naturschätze und Kultur zu bewahren sowie die Armut der Bevölkerung zu reduzieren. Allerdings kann eine unkontrollierte touristische Entwicklung auch große Risiken bergen und negative Auswirkungen auf die Gesellschaft, Kultur und Natur eines Landes haben.

Nachhaltigkeit und Verantwortung sind daher die Leitmotive der deutschen EZ im Bereich Tourismus. Eine nachhaltige Entwicklung bringt wirtschaftliches Wachstum mit ökologischer Tragfähigkeit in Einklang. Nachhaltiger Tourismus ist langfristig ausgelegt und versteht sich als ethisch und sozial gerecht sowie kulturell respektvoll. Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) hat es sich zum Ziel gesetzt, die Chancen, die der Tourismus bietet, zu nutzen und gleichzeitig die Risiken, die er birgt, zu minimieren. Es setzt sich aktiv für die Wahrung der Menschenrechte in den Destinationen sowie für die Einführung, Umsetzung und Kontrolle sozialer und ökologischer Mindeststandards ein. Damit trägt das BMZ zur Erreichung der Millenniumsentwicklungsziele (MDGs) bei, insbesondere zur Umsetzung von Ziel 1: Armutsminderung durch nachhaltige Wirtschaftsentwicklung und Ziel 7: Umwelt- und Klimaschutz und Erhalt der biologischen Vielfalt.

Am internationalen Tourismus sind zahlreiche politische und privatwirtschaftliche Akteure beteiligt. Eine nachhaltige Entwicklung des Tourismussektors kann in einem Land nur gewährleistet werden, wenn alle Beteiligten in einen intensiven Dialog treten und eng zusammenarbeiten. Zu den Aufgaben der EZ gehört es deshalb auch,

bei Interessenkonflikten zu moderieren und tragfähige Kompromisse auszuhandeln. Dies betrifft sowohl die bilaterale Kooperation als auch internationale Prozesse, an denen das BMZ beteiligt ist. Die deutsche EZ richtet sich mit ihrer Arbeit an eine Vielzahl von wirtschaftlichen und politischen Akteuren in den touristischen Entsende- und Empfängerländern. Dazu gehören die Touristen selbst, private Tourismusunternehmen, öffentliche Institutionen auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene sowie zivilgesellschaftliche Strukturen (z. B. nichtstaatliche Organisationen). Die Bundesregierung bemüht sich, einen Ausgleich zwischen öffentlichen und privaten Aufgaben und Verantwortlichkeiten zu schaffen, um das nötige Engagement des Privatsektors und der Zivilgesellschaft zu fördern. Im Rahmen seiner entwicklungspolitischen Bildungsarbeit stellt das BMZ umfassende Informationen über Entwicklungsländer zur Verfügung und sensibilisiert deutsche Touristen für sozialverantwortliches und umweltgerechtes Reisen. Um den Tourismus zukunftsfähig zu gestalten, müssen die Unternehmen ihre wirtschaftlichen Ziele und Strategien an internationalen Arbeits-, Sozial-, Umwelt- und Menschenrechtsstandards ausrichten. Deutschland fördert die Erstellung von freiwilligen Selbstverpflichtungen in der Tourismuswirtschaft. Das BMZ setzt sich dafür ein, dass Aspekte der *Corporate Social Responsibility (CSR)* in Unternehmensstrukturen und Betriebsabläufe integriert und sowohl interner als auch externer Kontrolle unterworfen werden. Auch die Zulieferbetriebe in den Entwicklungsländern sollen in diese Prozesse einbezogen werden. Zur Unterstützung der Einführung entsprechender Standards und Zertifizierungsverfahren bietet Deutschland Beratungshilfe an. Das BMZ beteiligt sich außerdem an der Umsetzung des ressortübergreifenden Aktionsplans der Bundesregierung zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sexueller Gewalt und Ausbeutung. Es unterstützt Organisationen, die sich in diesem Bereich engagieren, und fördert häufig gemeinsam mit Tourismusunternehmen geeignete Maßnahmen in den Kooperationsländern.



POSITIONSPAPIER DES BMZ

Das Positionspapier »Der Beitrag des Tourismus zur nachhaltigen Entwicklung und zur Erreichung der Millenniumsentwicklungsziele« von 2011 gilt als Referenzrahmen für die Positionierung des BMZ in internationalen Organisationen wie der *UNWTO*, der *UN-Kommission für nachhaltige Entwicklung (CSD)* und der *Biodiversitäts-Konvention (CBD)* und dient als Anregung für den Politikdialog mit touristisch relevanten Partnern. Mit dem Strategiepapier wurde erstmals das Potenzial des Tourismus in der deutschen EZ betont, insbesondere im Hinblick auf einen deutschen Beitrag zu den *MDGs*, für eine wirtschaftliche und kulturelle Entwicklung von Destinationen, der Förderung von dezentralen Wirtschaftskreisläufen und Wertschöpfungsketten sowie der Stärkung lokaler Kulturen. Tourismus ist zwar kein Schwerpunkt der deutschen EZ, wird jedoch als bedeutendes Themenfeld dargestellt, in dem das BMZ seine Vorhaben und den Dialog mit den Akteuren intensivieren wird.

Das Positionspapier benennt zwölf entwicklungspolitische Leitlinien, die der Förderung touristischer Aktivitäten zugrunde liegen:

1. **Ökonomische Lebensfähigkeit**
Leistet einen Beitrag zur Sicherung der wirtschaftlichen Überlebensfähigkeit von Destinationen und Tourismusunternehmen am Markt
2. **Lokale Wertschöpfung**
Die lokale Wertschöpfung für die Zielregion wird als integraler Bestandteil eines Förderkonzeptes gesehen
3. **Qualität der Beschäftigung**
Fokus auf der Qualität der Beschäftigung im Tourismus in Bezug auf Arbeitsbedingungen und Zugangsmöglichkeiten ohne Diskriminierung und unter Wahrung der Menschenrechte
4. **Soziale und Verteilungsaspekte**
Gleichmäßige Beteiligung der lokalen Bevölkerung an den direkten und indirekten wirtschaftlichen und sozialen Effekten des Tourismus
5. **Lokale Partizipation**
Aktive Einbindung der lokalen Gemeinden in den Destinationsplanungs- und -managementprozess
6. **Erfüllung der Wünsche der Touristen**
Streben nach einem erwartungserfüllenden Aufenthalt für die Besucher ohne Diskriminierung
7. **Förderung der Wohlfahrt vor Ort**
Beitrag zur Entwicklung eines gerechten, ausbeutungsfreien und besseren Lebensstandards in den Destinationen
8. **Kultureller Reichtum**
Beteiligung am Schutz und der Förderung von Identität und kultureller Eigenheit der Destination und ihrer Bevölkerung
9. **Integrität der Landschaft und Umwelt**
Vermeidung von Umweltschäden und Erhalt der natürlichen und kulturellen Landschaft
10. **Biologische Vielfalt**
Erhalt der Biodiversität in allen ihren Formen und Vermeidung schädlicher Eingriffe
11. **Ressourceneffizienz**
Vermeidung des Verbrauchs von knappen und nicht erneuerbaren Ressourcen bei touristischen Aktivitäten
12. **Hohe Umweltstandards**
Wahrung hoher Standards zur Vermeidung von Umweltverschmutzung, Abfall und klimaschädlichen Emissionen



SYNTHESE AKTUELLER AKTIVITÄTEN UND PROZESSE

HANDLUNGSFELDER UND PROJEKTVO RHABEN IM TOURISMUS

Die Handlungsfelder in der touristischen Entwicklungszusammenarbeit basieren auf fünf Kernbereichen, die durch bilaterale Projekte und internationale Prozesse gefördert werden (siehe ausführliche Erläuterung in Teil 2 dieser Publikation):

- Nachhaltige Wirtschaftsentwicklung & breitenwirksame Beschäftigungsförderung
- Gemeinde- & Kommunalentwicklung
- Schutz & Inwertsetzung von Biodiversität
- Ressourcen- und Energieeffizienz & Klimaschutz im Tourismus
- Good Governance & Politische Rahmenbedingungen

Das BMZ führt jedes Jahr eine Reihe von Vorhaben und Maßnahmen durch, die den Tourismussektor direkt oder indirekt betreffen. In der Regel ist der Tourismus kein Hauptthema, sondern eine Teilkomponente von bilateralen Projekten, die den entwicklungspolitischen Schwerpunkten Wirtschaftsförderung, Management natürlicher Ressourcen, Berufsbildung und Regionalentwicklung zuzuordnen sind. Aktuell (Stand 2013) führt die GIZ im Auftrag des BMZ 40 regionale und überregionale Vorhaben mit Tourismus als Hauptthema oder Teilkomponente durch. Die Projektausgaben beliefen sich 2013 auf 7,3 Mio. Euro. Die Themenschwerpunkte dieser Projekte liegen im Bereich der Wirtschaftsförderung und des Naturschutzes. Geographisch liegt der Fokus auf afrikanischen, osteuropäischen und asiatischen sowie auf den Entwicklungsländern des Nahen Ostens.

Seit 2003 wird von der GIZ im Auftrag des BMZ das Sektorvorhaben »Nachhaltige Entwicklung durch Tourismus« durchgeführt. Es berät das BMZ zu allen Fragen des Tourismus und koordiniert das Themennetzwerk »Tourismus in der deutschen EZ«. Weiterhin unterstützt das Sektorvorhaben im Zusammenwirken von deutschen und internationalen Organisationen diverse Akteure in Kooperationsländern, um die Potenziale des Tourismus für eine nachhaltige Entwicklung zu nutzen sowie ökologische und soziale Risiken des Tourismus zu vermindern. Auf internationaler Ebene bestehen zahlreiche Arbeitskontakte zu Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit und Entwicklungsbanken. Die GIZ ist im Auftrag des BMZ über das Sektorvorhaben u. a. bei der *Pacific Asia Travel Association (PATA)*, der *Sustainable Tourism Certification Alliance Africa (STCAA)*, im *Global Sustainable Tourism Council (GSTC)* und bei der *Global Partnership for Sustainable Tourism (GPST)* vertreten. Auf privatwirtschaftlicher Ebene bestehen Kooperationen mit verschiedenen größeren und kleineren deutschen und internationalen Reiseveranstaltern, Hotelketten und Verbänden. Im Auftrag des BMZ arbeitet das Sektorvorhaben außerdem mit einer

Reihe vorwiegend deutscher Hochschulen zusammen, die touristische Studiengänge anbieten. Ziel dieser Zusammenarbeit sind der Wissensaustausch und die Unterstützung entwicklungsorientierter Forschung. Darüber hinaus vertritt das Sektorvorhaben im Auftrag des BMZ die deutsche entwicklungspolitische Position zum Tourismus in internationalen Gremien und Wirtschaftsforen (*World Economic Forum – WEF, World Tourism Forum Lucerne, PATA, WTTC* etc.) sowie auf den wichtigsten internationalen Tourismusmessen (z. B. der ITB in Berlin) und begleitet auf kritische Weise die internationalen Prozesse zur (Weiter-)Entwicklung und Verbreitung von Nachhaltigkeitsstandards (*Global Sustainable Tourism Criteria, Travelife, The Code* etc.).

INTERNATIONALE PROZESSE UND DER DEUTSCHE BEITRAG

Seit der Rio-Konferenz 1992 hat das Thema Nachhaltiger Tourismus in der internationalen Umwelt- und Entwicklungspolitik von Regierungen, UN-Organisationen, Geberorganisationen und Nichtregierungsorganisationen sowie in der Tourismusindustrie zunehmend an Bedeutung gewonnen. Das BMZ hat die von der Rio-Konferenz ausgehenden Prozesse über die Jahre aktiv mitgestaltet und damit zur Erreichung bedeutender Meilensteine in der internationalen Tourismuspolitik zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung des bzw. durch Tourismus beigetragen.

Zu den wesentlichen Meilensteinen gehört der sogenannte Marrakesch-Prozess (2003–2012). Er entstand aus einer Aufforderung des Weltgipfels für nachhaltige Entwicklung (WSSD) 2002 in Johannesburg zu einer verstärkten internationalen Kooperation im Rahmen eines 10-Jahres-Programms für nachhaltigen Konsum und Produktion (*Sustainable Consumption and Production*), in dem nachhaltiger Tourismus (inkl. Ökotourismus) eine Teilkomponente bilden sollte. Als eine von sieben Arbeitsgruppen wurde deshalb im Jahre 2006 unter der Leitung von Frankreich die *International Task Force on Sustainable Tourism Development (ITF-STD)* ins Leben gerufen. Diese unterstützte eine Reihe von Initiativen zur Förderung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung (Qualifizierung, Richtlinien, Partnerschaften etc.) und wurde 2011 in Form der *Global Partnership for Sustainable Tourism (GPST)* institutionalisiert. Deutschland, vertreten durch das BMZ, ist seit 2011 Mitglied der GPST und unterstützt diese durch diverse Maßnahmen, wie die Ausrichtung der 3. Jahreshauptversammlung der GPST, die 2013 in Bonn stattfand. Die GPST ist derzeit eine der bedeutendsten internationalen Initiativen für nachhaltige Tourismusentwicklung. Ihre Koordinierung liegt in der Hand des *United Nations Environment Programme (UNEP)* sowie der *UNWTO*. Neben Deutschland ist eine Vielzahl weiterer Länder und international relevanter Tourismusorganisationen in der GPST vertreten.

AUSZUG AUS »THE FUTURE WE WANT«:

»130. We emphasize that well-designed and managed tourism can make a significant contribution to the three dimensions of sustainable development, has close linkages to other sectors and can create decent jobs and generate trade opportunities (...).

131. We encourage the promotion of investment in sustainable tourism, including ecotourism and cultural tourism, which may include creating small and medium-sized enterprises and facilitating access to finance, including through microcredit initiatives for the poor, indigenous peoples and local communities in areas with high ecotourism potential (...).

Quelle: *United Nations General Assembly 2012*

Ein zweiter wichtiger Meilenstein der internationalen Tourismuspolitik war der Rio+20-Gipfel 2012, der in seinem Abschlussdokument »The Future We Want« erstmals nachhaltigen Tourismus (inkl. Ökotourismus) offiziell als Beitrag zur grünen Wirtschaft (*Green Economy*) anerkannte. Zudem wurde offiziell die Entwicklung des bereits erwähnten 10-Jahres-Programms für Nachhaltigen Konsum und Produktion (*10-Year Framework of Programmes on Sustainable Consumption and Production Patterns, 10YFP*) für fünf Themenfelder beschlossen. Eines davon ist das Thema Nachhaltiger Tourismus (inkl. Ökotourismus), das derzeit in einem internationalen Beteiligungsverfahren erarbeitet wird und großes Potenzial für die internationale Entwicklungszusammenarbeit verspricht.

Einen dritten Meilenstein stellt der Prozess zur Entwicklung und Anwendung von Tourismusleitlinien im Rahmen der *Convention on Biological Diversity (CBD-Leitlinien)* dar, der u. a. vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) intensiv begleitet und mitgestaltet wurde. Im Hinblick auf die 12. Vertragsstaatenkonferenz in Südkorea 2014 bereitet Deutschland derzeit Initiativen für eine Diskussion über Biodiversität und nachhaltige Tourismusentwicklung vor.





HUMAN-CAPACITY-DEVELOPMENT-MASSNAHME FÜR DAS THEMENFELD »TOURISMUS UND NACHHALTIGE ENTWICKLUNG«

Aufgrund der großen Nachfrage nach Weiterbildungsangeboten im Bereich nachhaltiger Tourismus aus den Kooperationsländern sowie von internen und externen Fachexperten der deutschen Entwicklungszusammenarbeit haben das GIZ-Sektorvorhaben »Nachhaltige Entwicklung durch Tourismus« und das Landesbüro Sachsen im Auftrag des BMZ 2013 im Rahmen einer *Human-Capacity-Development*-Maßnahme (HCD) ein Rahmenkonzept für Weiterbildungsangebote in diesem Themenfeld erarbeitet.

DER HCD-MASSNAHME LIEGEN FOLGENDE DIDAKTISCHE PRINZIPIEN ZUGRUNDE:

- Kooperatives Lernen (Lernen in einer Gruppe, von anderen Personen, im Austausch und im Dialog)
- Partizipation (Lehrende und Lernende als gleichwertige Partner)
- Vielfalt (Methoden und Formate)
- Praxisorientierung (Anwendbarkeit des Erlernten)
- Teilnehmerorientierung (Berücksichtigung der Vorkenntnisse und Bedürfnisse)
- Toleranz (interkulturelle Offenheit)
- Transparenz (Offenlegung von Zielen, Inhalten und Bedingungen der Kooperation)
- Vernetztes Denken (systemische Sichtweise, interdisziplinäre Inhalte)
- Selbstgesteuerte Lernprozesse
- Coaching und Transfer (Begleitmaßnahmen zur Umsetzung in der Praxis)
- Gleichstellung der Geschlechter

DIE HCD-MASSNAHME IST AUF FOLGENDE ZIELGRUPPEN AUSGERICHTET:

- Lokale Akteure in Projekten der deutschen Entwicklungszusammenarbeit mit Tourismus als Haupt- oder Teilkomponente
- Tourismusrelevante Akteure in den Kooperationsländern (z. B. Ministerien, touristische Anbieter, NGOs)
- Tourismusfachkräfte der deutschen Entwicklungszusammenarbeit
- Deutsche und ausländische Tourismusexperten

DIE HCD-MASSNAHME UMFASST FÜNF TRAININGSMODULE ZUM THEMENFELD »TOURISMUS UND NACHHALTIGE ENTWICKLUNG«:

1. Nachhaltige Wirtschaftsentwicklung & breitenwirksame Beschäftigungsförderung
2. Gemeinde- & Kommunalentwicklung
3. Schutz & Inwertsetzung von Biodiversität
4. Ressourcen- und Energieeffizienz & Klimaschutz im Tourismus
5. *Good Governance* & Politische Rahmenbedingungen

Im Sinne eines Baukastensystems können die Module, aber auch die einzelnen Lerneinheiten bzw. Themen je nach den Wünschen und dem Bedarf der Zielgruppe inhaltlich und zeitlich flexibel zusammengestellt werden. Neben Gruppentraining und Individualcoaching umfasst die HCD-Maßnahme auch ein themenspezifisches Exkursionsprogramm in Deutschland, das sich speziell an ausländische Akteure richtet.

WEITERE INFORMATIONEN ZUR HCD-MASSNAHME:

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Sektorvorhaben »Nachhaltige Entwicklung durch Tourismus«
Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5
65760 Eschborn
Tel.: +49 (0) 6196 79-3251
Tourismus@giz.de
www.giz.de/www.giz.de/fachexpertise/html/6499.html

Teil 2 Herausforderungen – Beratungsansätze – Praxisbeispiele – Instrumente



Handlungsfeld: Nachhaltige Wirtschaftsentwicklung & breitenwirksame Beschäftigungsförderung

ÜBERBLICK UND HERAUSFORDERUNGEN

Eine prosperierende Privatwirtschaft wird allgemein als Voraussetzung für mehr Wachstum angesehen. Doch Wirtschaftswachstum allein garantiert noch keinen breitenwirksamen materiellen und immateriellen Wohlstand. Die deutsche Entwicklungspolitik setzt sich deshalb für eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung in den Kooperationsländern ein, die auf einem sozial gerechten und ökologisch verträglichen Wachstum basiert, das effektiv zu mehr Beschäftigung und zur Armutsreduzierung beiträgt. Um dieses Ziel zu erreichen, orientiert sich die deutsche EZ an den Grundsätzen der sozialen und ökologischen Marktwirtschaft, wobei die Förderung der wirtschaftlichen Potenziale armer und benachteiligter Bevölkerungsgruppen im Mittelpunkt steht. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf Kleinst-, kleinen und mittleren Unternehmen (KKMU), die den Großteil privater Unternehmen in den Kooperationsländern ausmachen und gerade ärmeren Bevölkerungsschichten Beschäftigungs- und Einkommensperspektiven bieten. Diesbezüglich werden u. a. Maßnahmen ergriffen, die

- bestehende Rahmenbedingungen für private Investitionen und Unternehmensgründungen verbessern,
- wirtschaftspolitische Weichenstellungen vornehmen,
- wettbewerbsfähige Wirtschaftsstrukturen sowie ökologisch und sozial nachhaltige Wertschöpfungsketten fördern,
- verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln stärken (z. B. Verankerung von Sozial- und Umweltstandards, Gleichstellung der Geschlechter) und
- die Beschäftigungsfähigkeit von Arbeitsuchenden und deren Orientierung und Vermittlung auf dem Arbeitsmarkt fördern.

Darüber hinaus können Entwicklungspartnerschaften mit der Wirtschaft (EPWs) als wichtiges Instrument zur Unterstützung einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung dienen. Hierzu zählen strategische Kooperationen mit Unternehmen und Wirtschaftsverbänden sowie Leistungen der Privatwirtschaft, die mit Programmen und Projekten der bilateralen EZ kombiniert werden.

TOURISMUS ALS WIRTSCHAFTS- UND BESCHÄFTIGUNGSMOTOR

Bereits in Teil 1 wurde ausgeführt, dass die Tourismusbranche für sehr viele Entwicklungs- und Schwellenländer inzwischen ein Schlüsselsektor der nationalen Wirtschaftsentwicklung ist und deshalb eine strategische Rolle bei der Erfüllung der MDGs spielt. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf die ärmsten Länder der Erde (LDCs) bzw. periphere, strukturschwache Regionen (allen voran kleine Inselstaaten), in denen der Tourismus oftmals eine vielversprechende Option für wirtschaftlichen Aufschwung und wirkungsvolle Armutsbekämpfung darstellt. Wie lässt sich diese herausragende Bedeutung des Tourismussektors erklären?

Ein wesentlicher Grund liegt in dem touristischen Potenzial, das viele Länder und Regionen dank ihrer naturräumlichen Ausstattung und kulturellen Vielfalt aufweisen. Dieses Potenzial ist häufig nicht nur hoch, sondern auch vergleichsweise einzigartig, sodass Entwicklungs- und Schwellenländer über wichtige Alleinstellungsmerkmale (*unique selling propositions, USPs*) verfügen, durch die sie sich von konkurrierenden Tourismusdestinationen abheben. Im Unterschied zu anderen klassischen Exportprodukten wie Kaffee, Tabak, Kakao und Mineralstoffen kann das natur- und kulturtouristische Angebot zudem nur vor Ort erlebt bzw. »konsumiert« werden. Die mit der Erschließung des touristischen Potenzials einhergehende Inwertsetzung von Kultur trägt darüber hinaus nicht selten zu einer Wiederentdeckung und Wiederbelebung 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 und die nachhaltige (touristische) Nutzung natürlicher Ressourcen gefördert. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass die Inwertsetzung in beiden Fällen nicht inflationär und rein profitorientiert, sondern von staatlicher wie privater Seite im Sinne des Nachhaltigkeitsanliegens maßvoll und verantwortungsbewusst erfolgt.

Ebenso bedeutsam wie charakteristisch ist die Dienstleistungsorientierung des Tourismus, die eine Automatisierung bzw. Substituierung von Arbeitskraft durch Technik nur in sehr begrenztem Umfang zulässt. Dadurch gehört der Tourismussektor zu einer der arbeitsplatzintensivsten Wirtschaftsbranchen überhaupt. Auch weist er vergleichsweise niedrige Einstiegsbarrieren auf, da viele Arbeitsplätze im Tourismus nur geringe oder mittlere Qualifikationen erfordern, wodurch vor allem Menschen mit geringerem

SERVICELLEISTUNGEN DES GIZ-SEKTORVORHABENS »NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DURCH TOURISMUS« (IM AUFTRAG DES BMZ) ZUM HANDLUNGSFELD »NACHHALTIGE WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG & BREITENWIRKSAME BESCHÄFTIGUNGSFÖRDERUNG«

- Sozioökonomische Wirkungsanalysen im Tourismus
- Analyse und Aufbau armutsorientierter Wertschöpfungsketten (*Value Chain Management*) und Lieferketten (*Supply Chain Management*) im Tourismus
- Beratung von touristischen und nicht-touristischen Kleinst-, kleinen und mittleren Unternehmen sowie von Existenzgründern
- Entwicklungspartnerschaften (EPW) mit dem touristischen Privatsektor (www.developpp.de)
- Unterstützung bei der Etablierung von Sozialstandards und der Umsetzung von *Corporate-Social-Responsibility*-Strategien
- Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen und -programme im Tourismus (*Capacity Development*)
- Qualifizierung von Frauen, Jugendlichen und indigenen Bevölkerungsgruppen für den Einstieg in touristische Berufe

(Aus-)Bildungsstand realistische Beschäftigungschancen eröffnet werden. Neben den direkten ökonomischen Effekten (Schaffung von Arbeitsplätzen im Tourismussektor, Einnahmen touristischer Unternehmen etc.) sind es vor allem die indirekten und induzierten Effekte (über die Nahrungsmittelproduktion, die Bauwirtschaft, das Handwerk, die täglichen Ausgaben der im Tourismus Beschäftigten etc.), die dem Tourismus im Vergleich zu anderen Branchen eine volkswirtschaftlich hohe Bedeutung zukommen lassen. Gerade sie gilt es daher durch entsprechende entwicklungspolitische Maßnahmen gezielt auszubauen, wobei der Etablierung eines funktionsfähigen Qualifizierungs- und Berufsbildungssystems eine Schlüsselrolle zukommt.

Speziell in peripheren Regionen kann die touristische Entwicklung auch zur Schaffung oder Verbesserung der allgemeinen Infrastruktur (z. B. Wasserversorgung, Abwasser- und Abfallentsorgung, Verkehrsanbindung) beitragen

oder 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 Einheimischen, sofern touristische und kommunale Interessen gleichermaßen Berücksichtigung finden, gut aufeinander abgestimmt sind und die Bedürfnisse armer und benachteiligter Bevölkerungsgruppen nicht außer Acht gelassen werden. Zudem erhöht eine verbesserte Infrastruktur die Chancen für wirtschaftliche Entwicklung über den Tourismussektor hinaus.

Insgesamt ist der Tourismus für viele Kooperationsländer als Zukunftsbranche einzustufen, die mit Blick auf die Förderung einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung und 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 staatlicher und durch die EZ eingebrachter Finanzmittel sicherzustellen. Eine einseitige Abhängigkeit vom Tourismussektor sollte ebenso vermieden werden wie die Dominanz bestimmter Tourismusformen oder eine monostrukturelle Entwicklung des Beherbergungssektors. Zudem stellen sich die erwünschten breitenwirksamen Beschäftigungseffekte zugunsten armer Bevölkerungsschichten nicht von selbst ein; vielmehr bedarf es gezielter Maßnahmen in den Kooperationsländern, die eine diversifizierte Wirtschaftsentwicklung und breitenwirksame Wertschöpfungseffekte durch den Tourismus fördern.

DER WERTSCHÖPFUNGSKETTEN-ANSATZ (VALUE CHAIN APPROACH)

Unter dem Begriff »Wertschöpfung« wird allgemein die Summe aller über einen bestimmten Zeitraum in einem Unternehmen, einer Branche oder einer Volkswirtschaft geschaffenen Werte verstanden. Wertschöpfungsketten beschreiben wiederum den Weg des gesamten Produktes oder einer Dienstleistung vom Lieferanten über den Hersteller bis hin zum Endkunden. Bei der touristischen Wertschöpfungskette 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 (touristische Dienstleistungsanbieter, Transportunternehmen, Verkäufer, Landwirtschafts- und Handwerksbetriebe etc.). Die horizontalen Glieder der touristischen Wertschöpfungskette verbinden alle Unternehmen, die unmittelbar an der Bereitstellung eines Tourismusproduktes von der An- bis zur Abreise des Gastes beteiligt sind (Reisebüros, Reiseveranstalter, Fluggesellschaften, Beherbergungssektor, Gastronomie etc.). Sie sind der Garant für die direkten ökonomischen Effekte des Tourismus. Auf der vertikalen Ebene hingegen befinden sich all jene Unternehmen, die mittelbar zur Bereitstellung bestimmter Komponenten eines Tourismusproduktes beitragen (z.B. Zulieferer von Lebensmitteln für Hotels oder Restaurants). Durch sie entstehen die indirekten und induzierten ökonomischen Effekte des Tourismus.

Als Bestandteil von Armutsminderungsstrategien der deutschen EZ dient der sogenannte Wertschöpfungsketten-Ansatz (WSK-Ansatz) als wichtiges Instrument zum Aufbau armutsmindernder, inklusiver und nachhaltiger Wirtschaftsstrukturen in den Tourismusdestinationen durch den bzw. im Tourismus. Primäres Ziel des WSK-Ansatzes ist es, arme und benachteiligte Bevölkerungsgruppen in die Dynamik der touristischen Wertschöpfungskette einzubinden und die Verteilung von Einkommen innerhalb der Wertschöpfungskette zu ihren Gunsten zu verbessern. Wesentliche Voraussetzung hierfür ist eine genaue Analyse der touristischen Wertschöpfungskette (Value Chain

Analysis) in der betreffenden Tourismusdestination, um mögliche Schwächen und Potenziale einzelner Glieder zu identifizieren und darauf aufbauend qualifizierte Strategien und Empfehlungen abzuleiten, in welchen Bereichen am ehesten armutsmindernde und nachhaltige Wirtschaftseffekte zu erzielen sind. Neben der Betrachtung ökonomischer Aspekte wird hier ein besonderer Fokus auf soziale, menschenrechtliche und ökologische Aspekte gelegt, da touristische Wertschöpfungsketten sich sowohl positiv (z.B. Verbesserung der Klimabilanz durch verstärkte Nutzung lokaler Konsumgüter) als auch negativ (z.B. Übernutzung lokaler Ressourcen) auf die Sozial- und Umweltbilanz einer Tourismusdestination auswirken können (vgl. auch die Ausführungen zu anderen Handlungsfeldern in diesem Handbuch). Wichtige Maßnahmen auf operativer Ebene sind:

- die aktive Anbahnung von Kontakten und die fachliche Mitwirkung beim Aufbau armutsorientierter Geschäftsbeziehungen (Sustainable Supply Chain Management),
- die Bereitstellung von Qualifizierungs- und Capacity-Development-Angeboten (z.B. über EPW-Projekte),
- die prozessorientierte Einführung von Normen und Standards,
- die organisatorische Unterstützung bei der Bildung von Netzwerk- und anderen Kooperationsstrukturen innerhalb des Privatsektors,
- Multi-Stakeholder-Ansätze und
- strategische Marketingberatung.

Im Kern geht es beim WSK-Ansatz somit einerseits um die Etablierung möglichst nachhaltiger (nationaler, regionaler bzw. lokaler) Wirtschaftskreisläufe und andererseits um die Einführung einer integrierten Produkt- und Unternehmenspolitik, welche die gesamte touristische Wertschöpfungskette berücksichtigt und ökonomische, ökologische, soziale und menschenrechtliche Verantwortung übernimmt. Die Bedeutung von Zwischenhändlern für den Vertrieb von Waren (z.B. für die Hotellerie) ist hier ebenso hervorzuheben wie die Notwendigkeit, speziell KKMU beim Aufbau von gemeinsamen Geschäfts- und Kooperationsstrukturen zu unterstützen. Der WSK-Ansatz 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. Aus diesem Grund beschränken sich die Aktivitäten der deutschen EZ im Tourismus nicht nur auf Nischensegmente, sondern richten sich an alle Tourismusformen einschließlich des Massentourismus, der für viele Entwicklungsländer sowohl die höchste Wertschöpfung generiert als auch die größten Risiken mit sich bringt.



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IM TOURISMUS

Zahlen zur absoluten Wertschöpfung durch den Tourismus allein sagen noch nichts darüber aus, wie es um die relativen Lebensverhältnisse in einer Tourismusdestination bestellt ist. Neben dem Anspruch, in den Tourismusdestinationen langfristige Wertschöpfungseffekte zu erzielen, müssen auch die Arbeits- und Lebensbedingungen der im Tourismus direkt und indirekt Beschäftigten mit in Betracht gezogen werden, um der menschenrechtlichen und sozialen Dimension einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung gerecht zu werden. Hier sind einerseits die touristischen Unternehmen selbst gefordert, im Rahmen ihrer Unternehmenspolitik und Geschäftstätigkeit den

Anforderungen an Corporate Social Responsibility (CSR) nachzukommen. Andererseits bedarf es klarer Regeln und Standards, deren Einhaltung auf Unternehmensebene entsprechend zu kontrollieren ist (Compliance).

CSR steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln, das darauf abzielt, Handlungsspielräume im Sinne nachhaltiger Entwicklung zu gestalten. Dazu gehört, dass eine dauerhafte Integration sozialer und ökologischer Aspekte in die Unternehmensstrategie eindeutig betriebswirtschaftlich motiviert sein muss. Soziale und ökologische Verbesserungen, kombiniert mit einer transparenten und partizipativen Dialogkultur mit den »Stakeholdern« (beteiligte Interessen- und Anspruchsgruppen einer

EXKURS: DAS (SCHEINBARE) PROBLEM DER SICKERRATEN (LEAKAGES)

Das Auftreten sogenannter Sickerraten gehört zu den Argumenten, die ganz oben auf der Liste stehen, wenn es in der internationalen Debatte um Kritik am Ferntourismus und die Darstellung negativer Effekte durch den Tourismus in Entwicklungsländer geht. Aber hat dieses Argument wirklich seine Berechtigung?

Zunächst ist festzuhalten: Es gibt keine allgemeingültige oder einheitliche Definition für den Begriff »Sickerraten«. Als Grundkonsens beschreiben Sickerraten den Anteil der durch den Tourismus erzielten Deviseneinnahmen, der nicht in der betreffenden Tourismusdestination verbleibt – einerseits aufgrund von Ausgaben für tourismusrelevante Importe von Gütern und Dienstleistungen, andererseits aufgrund der Rückführung von Profiten, die durch ausländische Unternehmen vor Ort erwirtschaftet wurden. Oftmals werden zu den Sickerraten aber auch jene Ausgaben der Touristen gezählt, die bereits vor Reiseantritt bei der Buchung eines touristischen Produktes im Heimatland getätigt werden (pre-leakages oder structural leakages), da sie nicht die Tourismusdestinationen erreichen, sondern an (international agierende) Tourismusunternehmen (Reisebüros, Reiseveranstalter, Fluggesellschaften, Hotelketten etc.) fließen. Je nach Auslegung können dem Begriff »Sickerraten« somit unterschiedliche Definitionen und Sichtweisen zugrunde liegen. Hinzu kommt, dass bei der Ermittlung der Sickerraten eine Vielzahl verschiedener Methoden mit voneinander abweichenden Rahmenindikatoren zur Anwendung kommen und auch der räumliche Maßstab für ihre Erfassung nicht einheitlich ist. Daher besitzen die veröffentlichten Prozentangaben zu den Sickerraten für sich genommen nur geringe Aussagekraft und sind in der Regel kaum miteinander vergleichbar. Transparenz bezüglich des begrifflichen Verständnisses von Sickerraten ist hier ebenso vonnöten wie die Offenlegung der Methodik und räumlichen Bezugsgröße, damit die Ergebnisse zur Ermittlung von Sickerraten nachvollziehbar werden und die internationale Debatte zu diesem wichtigen Thema versachlicht wird.

Die Kritik, dass bei der Buchung bestimmter (vor allem massentouristischer) Produkte der Großteil der Reiseausgaben nicht den Tourismusdestinationen zukommt, ist zwar faktisch richtig, berücksichtigt aber nicht, dass dies lediglich die strukturellen Rahmenbedingungen einer globalisierten touristischen Wertschöpfungskette widerspiegelt, in die nicht nur die Tourismusdestinationen, sondern eben auch die Quellmärkte eingebunden sind. Selbst wenn Reiseausgaben von Touristen nicht unmittelbar in die Tourismusdestinationen fließen, kann daraus nicht einfach im Umkehrschluss gefolgert werden, dass durch den Vertrieb derartiger Tourismusprodukte keine oder nur geringe ökonomische Effekte vor Ort erzielt werden. Im Gegenteil belegen zahlreiche Untersuchungen, dass gerade massentouristisch geprägte Küstenregionen in

Entwicklungsländern in hohem Maße sowohl direkt als auch indirekt von großen Hotelanlagen und Resorts profitieren, wenn der Arbeitskräftebedarf lokal gedeckt werden kann und entsprechende Produktionsmöglichkeiten für die Zulieferung (z.B. von Agrarprodukten) bestehen. Je höherwertiger und damit teurer das Angebot in diesem Segment ausfällt, desto mehr Arbeitsplätze pro Hotelzimmer werden geschaffen bzw. desto größer sind der relative und der absolute Beitrag zur Armutsminderung. Davon abgesehen gibt es zweifellos berechnete Gründe, in der globalen Tourismuswirtschaft vorherrschende Mechanismen (z.B. die Dominanz und den Marktdruck multinationaler Tourismusunternehmen) sowie Entwicklungen des Mainstream- bzw. Massentourismus (z.B. die Ausbildung touristischer Monostrukturen oder ökologische und soziale Probleme) kritisch zu hinterfragen. Ein Kausalzusammenhang zwischen massentouristischen Angeboten und geringer lokaler Wertschöpfung in den Tourismusdestinationen lässt sich indes nicht pauschal herstellen.

Ein weiterer Aspekt, der im Zusammenhang mit der Diskussion um Sickerraten nicht vernachlässigt werden darf, ist, dass der Tourismus selbst bei hohen Sickerraten in Form von Devisenabflüssen im Vergleich zu alternativen Einkommensquellen vor Ort dennoch größere Einkommenseffekte für die lokale Bevölkerung erzielen kann. Die reale ökonomische Bedeutung von Sickerraten lässt sich deshalb erst bestimmen, wenn das touristische Nettoeinkommen mit dem anderer Wirtschaftssektoren in der betreffenden Tourismusdestination ins Verhältnis gesetzt wird, was in der Regel nicht geschieht. Auch ist zu beobachten, dass die makroökonomischen Rahmenbedingungen von Tourismusdestinationen selten in Betracht gezogen werden. So liegt es beispielsweise in der Natur der Sache, dass kleine Inseldestinationen (z.B. die Malediven oder kleine Karibikinseln) im Unterschied zu Festlanddestinationen grundsätzlich auf recht umfangreiche Importe angewiesen sind, da sie mit ihren lokalen wirtschaftlichen Produktionsmöglichkeiten allein nicht in der Lage sind, die Versorgung der Touristen sicherzustellen. Solche Fakten müssen entsprechend benannt werden, um die daraus resultierenden hohen Sickerraten realistisch einordnen zu können.

Ziel sollte es immer sein, die Devisenabflüsse von Tourismusdestinationen so gering wie möglich zu halten, um ein Maximum an lokaler Wertschöpfung zu erzielen, wobei gleichzeitig auch potenzielle Negativeffekte (z.B. ein Anstieg der lokalen Preise als Folge einer erhöhten Nachfrage nach lokalen Produkten oder die Übernutzung lokaler Ressourcen u.a. durch Überfischung) und die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards mit zu berücksichtigen sind.

Firma, z.B. Mitarbeiter, Kunden, Anteilseigner, Gläubiger, Anrainer, Öffentlichkeit), sollen einen langfristigen Beitrag zum geschäftlichen Erfolg leisten. CSR bedeutet somit, dass Unternehmen intern (z.B. gegenüber Mitarbeitern) wie extern (z.B. gegenüber Geschäftspartnern) bereit sind, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, die sich auf den Standort des Unternehmens und dessen Umfeld, auf die innerbetrieblichen Prozesse und auf die Wertschöpfungskette insgesamt erstreckt. Hier steht Unternehmen eine Reihe von Dokumenten und Hilfsmitteln zur Verfügung, die sie bei der Entwicklung und Umsetzung von CSR-Strategien unterstützen. Beispielfähig erwähnt seien der ISO-26000-Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung, die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, der UN Global Compact, die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) sowie die Erklärungen und Leitsätze für multinationale Unternehmen der Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) und der International Labour Organization (ILO).

Weltweit gehören Saison-, Schicht- und Nachtarbeit, Überstunden und ein niedriges Lohnniveau zu den typischen Merkmalen der Tourismusbranche, insbesondere im Hotelsektor. Blickt man auf die Situation in den Entwicklungsländern, kommen häufig noch weitere Faktoren hinzu, die sich auf die Arbeitsbedingungen im Tourismus auswirken. Hierzu zählen u.a. unzureichende Sozialversicherungssysteme, Diskriminierung am Arbeitsplatz, fehlende politische Rahmenbedingungen (z.B. Mindestlöhne) oder auch ein geringer Organisationsgrad der Beschäftigten zur eigenen Interessenwahrung (z.B. in Form von Gewerkschaften). Ziel muss es daher sein, in den Tourismusdestinationen angemessene soziale Rahmenbedingungen und grundlegende Arbeitsrechte zugunsten der Beschäftigten sicherzustellen. Dies gilt nicht nur für große, sondern auch und gerade für kleine touristische Unternehmen, in denen prekäre Beschäftigungsverhältnisse aufgrund geringerer betriebswirtschaftlicher Spielräume in der Tendenz häufiger anzutreffen sind.

Die Kernarbeitsnormen der ILO gelten gemeinhin als Mindeststandard, der unabhängig vom Entwicklungsstand einer Tourismusdestination eingehalten werden muss. In diesem Zusammenhang wird vor allem eine faire Entlohnung der Beschäftigten durch den touristischen Privatsektor erwartet. Doch so berechtigt diese Forderung ist, so vage bleiben bisher die Antworten auf die Frage, was unter einem fairen Lohn im Tourismus konkret zu verstehen sei und vor allem wie dieser objektiv ermittelt werden könne. Allein durch ungünstige lokale Wechselkurse können schon bei der häufig anzutreffenden Lohnauszahlung in Fremdwährung erhebliche Einkommensverluste auftreten, und selbst die Einhaltung von gesetzlich festgelegten Mindestlöhnen oder Gehaltszahlungen über dem Mindestlohniveau sind nicht per se mit einer fairen Entlohnung

gleichzusetzen. Diesbezüglich besteht somit noch weiterer Klärungs- und Forschungsbedarf im Rahmen der internationalen Tourismusdebatte, um Fragen rund um eine faire Entlohnung schlüssig beantworten zu können.

Erfahrungen aus der Praxis (z.B. in der Dominikanischen Republik) haben überdies gezeigt, dass auch bei angemessenen Arbeitsbedingungen in der Hotellerie die privaten Lebensumstände der Beschäftigten schwierig sein können, wenn sie aufgrund unzureichender staatlicher Investitionen in Gesundheit, Bildung und die allgemeine Infrastruktur erhöhte Kosten tragen müssen (z.B. für den Besuch einer Privatschule ihrer Kinder aufgrund mangelnder Qualität der öffentlichen Schulen). Daraus folgt, dass neben den konkreten Arbeitsbedingungen immer auch die sozialen Lebensverhältnisse im Umfeld der Unternehmen mit in Betracht gezogen werden müssen, wie z.B. die Ausgestaltung sozialer Sicherungssysteme, die Existenz adäquater Wohnverhältnisse für die Beschäftigten und ihre Familien, die Grundversorgung mit Nahrungsmitteln, der Zugang zu Gesundheitsversorgung und Bildungseinrichtungen oder auch die sozialverträgliche Steuerung von tourismusbedingten Migrationseffekten.

Die deutsche EZ setzt sich seit Jahren aktiv für die Etablierung von Menschenrechts- und Sozialstandards sowohl im Tourismus als auch in anderen Branchen ein und unterstützt Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung von CSR-Strategien. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf dem Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung und Zwangsarbeit. Darüber hinaus spielt die Berücksichtigung von Genderaspekten eine wichtige Rolle bei der Entwicklung und Durchsetzung von Sozialstandards, da Frauen in vielen Entwicklungsländern aufgrund des dort vorherrschenden Geschlechterrollenverständnisses sozial, politisch, rechtlich und wirtschaftlich benachteiligt sind. Zwar stellen sie einen höheren Anteil an Arbeitskräften als in vielen anderen Branchen, der Zugang zu Beschäftigungsmöglichkeiten mit höherem Qualifizierungsbedarf und Führungspositionen bleiben ihnen jedoch häufig verwehrt. Um bestehende Defizite in Fragen der Gleichberechtigung abzubauen, unterstützt die deutsche EZ u.a. Maßnahmen zur Stärkung der wirtschaftlichen Teilhabe von Frauen am Tourismus (*Economic Empowerment of Women*) und zur Integration geschlechtsspezifischer Belange in Unternehmen, Gesetzesentwürfen und Verwaltungsstrukturen (vgl. auch die Ausführungen zum Handlungsfeld »Good Governance & Politische Rahmenbedingungen« in diesem Handbuch).

Neben der Etablierung branchenweiter Sozialstandards gehört auch die Zertifizierung von Unternehmen zu den gängigen Instrumenten zur Förderung nachhaltiger Wirtschaftsformen in der Praxis. Zwar gibt es im Tourismus bisher für soziale Belange – im Unterschied zum

SCHLÜSSELFRAGEN UND BERATUNGSANSÄTZE

Umweltbereich – kaum eigene Zertifizierungsprogramme, erste vielversprechende Initiativen sind in den letzten Jahren jedoch bereits gestartet worden. Eine davon ist die *Initiative Fair Trade Tourism (FTT)*. Sie ist die weltweit erste Gütesiegelorganisation für fairen Handel im Tourismus und zertifiziert in Südafrika bereits seit 2003 Anbieter touristischer Leistungen nach fairen Handelskriterien. Eine weitere bedeutsame Initiative stellt das von der deutschen Organisation TourCert entwickelte Siegel »*CSR Tourism Certified*« dar, das als erstes Zertifizierungsprogramm im Tourismus explizit CSR-Kriterien in den Mittelpunkt stellt.

AUS- UND WEITERBILDUNG IM TOURISMUS

Wenngleich der Tourismus hinsichtlich der Qualifikationsvoraussetzungen wie schon erwähnt vergleichsweise niedrige Einstiegsbarrieren aufweist und vor allem unqualifizierten Arbeitskräften über *On-the-Job*-Trainingsmaßnahmen gute Chancen auf einen Arbeitsplatz eröffnet, so ist dem Thema Aus- und Weiterbildung dennoch große Bedeutung bei der Sicherstellung einer angemessenen Produkt- und Servicequalität und der Erreichung langfristiger und breitenwirksamer Beschäftigungseffekte beizumessen. Denn als Dienstleistungsbranche ist gerade der Tourismus auf professionelle Interaktion zwischen dem Gast und dem Gastgeber bzw. lokalen Dienstleister sowie auf eine konsequente Serviceorientierung angewiesen, was eine entsprechende Qualifizierung des touristischen Personals voraussetzt. Ausbildungsqualität, Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit stehen somit in einem engen Verhältnis zueinander. Je besser das Ausbildungsniveau in der Breite ausfällt, desto qualifiziertere Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich für die lokale Bevölkerung und desto höherwertiger lässt sich das touristische Angebot gestalten, was wiederum höhere Preise rechtfertigt und damit das Lohnniveau in einer Tourismusdestination ansteigen lässt.

Dem Qualifizierungs- und Fachkräftebedarf begegnet die deutsche EZ, indem sie im Rahmen ihrer *Human-Resource-Development*-Strategie gemeinsam mit Partnern u.a. Arbeitsmarktbedarfsanalysen im Tourismussektor durchführt, sich an der Entwicklung von Berufsbildern, Standards und Curricula beteiligt und gezielt Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen in den Kooperationsländern fördert. So wurde beispielsweise über ein EPW-Projekt in Namibia ein staatlich anerkanntes Ausbildungszentrum für Köche mit einem angeschlossenen Lehrrestaurant gegründet, um eine praxisnahe und professionelle Berufsqualifizierung zu ermöglichen.

WIE LASSEN SICH DIE SOZIOÖKONOMISCHEN WIRKUNGEN DES TOURISMUS FÜR EINE REGION ERMITTELN?

Zum Tourismus existiert generell ein breites Angebot an Datengrundlagen und statistischen Erhebungen, anhand derer die Entwicklung der Branche in einer Tourismusdestination und deren ökonomische Bedeutung nachvollzogen werden können. Sie geben u.a. Auskunft über die Zahl der Touristenankünfte, die Tourismusintensität, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer, das Nachfrage- und Ausgabeverhalten, die Beherbergungskapazitäten, die Anzahl der im Tourismus direkt oder indirekt Beschäftigten sowie den Anteil des Tourismus an den Deviseneinnahmen und am Bruttoinlandsprodukt. Die verfügbaren Daten und Statistiken werden in der Regel vom Staat (z.B. Tourismusministerium, Statistikbehörden) erhoben und für die nationale, gegebenenfalls auch für die regionale und lokale Ebene ausgewertet. Auch internationale Organisationen stützen sich auf diese Daten, um auf globaler Ebene zu bestimmten Parametern vergleichende Datengrundlagen zur Tourismusbranche aufzubereiten. Hierzu zählen die von der *UNWTO* alljährlich publizierten »*Tourism Highlights*« oder auch der »*Tourism Satellite Account*« des *WTTC*, der für nahezu alle Länder vorliegt.

Betrachtet man diese Datengrundlagen jedoch aus entwicklungspolitischer Perspektive, so stellt man fest, dass sie nur sehr bedingt Rückschlüsse auf die armutsmindernden Effekte des Tourismus und dessen ökonomische Breitenwirkung für eine Tourismusdestination zulassen. Genau solche Erkenntnisse werden jedoch für armutsorientierte, inklusive Entwicklungsstrategien und Wertschöpfungsketten-Ansätze im Tourismus benötigt, um adäquate Lösungen für die betreffende Tourismusdestination zu erzielen. Das GIZ-Sektorvorhaben »Nachhaltige Entwicklung durch Tourismus« begann deshalb im Auftrag des BMZ vor Jahren mit der Entwicklung eines eigenen Instrumentariums zur Ermittlung der sozioökonomischen Wirkungen des Tourismus. Ziel dieses Instrumentariums ist es, am Beispiel der Hotellerie die armutsmindernde Bedeutung des Tourismus für eine bestimmte Region annäherungsweise zu ermitteln.

Die methodische Grundlage bildet ein differenzierter Fragebogen, der sich primär an die Geschäftsführung, die Personalabteilung sowie die *Food-and-Beverage*- bzw. die Einkaufsabteilung der Hotels richtet. Neben allgemeinen Daten und Fakten zu den Hotels werden detaillierte Betriebsdaten zum Personal, zum Einkauf von Waren und externen Dienstleistungen, zum Verkauf von Exkursionsprogrammen und Waren an Touristen sowie zu Ausgaben für philanthropische Zwecke erhoben (vgl. Tipps für die Praxis I). Komplettiert wird die Untersuchung durch die

TIPPS FÜR DIE PRAXIS I STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE ZUR ERMITTLUNG DER SOZIOÖKONOMISCHEN WIRKUNGEN DES HOTELSEKTORS FÜR EINE REGION

Siehe auch
Tipps für die Praxis
II, V, VIII, X

Inhalte der Primärdatenerhebung

ALLGEMEINE DATEN UND FAKTEN

Folgende Betriebsdaten sollten u.a. erhoben werden:

- Adresse und Kontaktdaten des Hotels
- Zimmerarten und -kapazitäten, Bettenanzahl
- Gästeangebot (z. B. Spa- /Wellnessbereich, Swimmingpool)
- Investitionssumme für den Bau des Hotels
- Investitionsausgaben (z. B. für Instandhaltung) in den letzten Jahren
- Umsatzvolumen der letzten Jahre
- Durchschnittliche Bettenbelegungsrate der letzten Jahre
- Gästeanzahl der letzten Jahre
- Anzahl der Übernachtungen der letzten Jahre
- Herkunft der Gäste nach Regionen
- Art der Gäste (Pauschal- oder Individualreisende)
- Betriebsausgaben und -mengen (Abfall, Wasser, Abwasser, Strom, Gas, Benzin/Diesel etc.) der letzten Jahre

DATEN ZUM PERSONAL

Folgende Betriebsdaten sollten u.a. erhoben werden (möglichst desaggregiert nach Geschlecht, Behinderung, ethnischer Gruppe etc.):

- Gesamtzahl der Mitarbeiter
- Anzahl der festen Mitarbeiter und Saisonkräfte
- Anzahl der Mitarbeiter mit Arbeitsverträgen
- Herkunft der Mitarbeiter nach Regionen bzw. Ländern
- Anzahl und Qualifikation der männlichen und weiblichen Mitarbeiter
- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit der Mitarbeiter
- Arbeitsbedingungen nach Abteilung und Position (Arbeitsstunden, Pausenregelung, wöchentliche Arbeitsstunden, Urlaubstage etc.)
- Summe der jährlichen Bruttogehälter nach Abteilung, Position und Herkunft der Mitarbeiter
- Summe und Art der jährlichen Sozialversicherungsbeiträge (Krankenversicherung, Rentenversicherung etc.)
- Summe und Art der jährlichen Ausgaben für die Weiterbildung der Mitarbeiter
- Summe und Art der jährlichen Ausgaben für die Qualifizierung künftiger Mitarbeiter
- Summe weiterer jährlicher Ausgaben für Mitarbeiter (z. B. freier Transport, freie Mahlzeiten, Dienstkleidung)

DATEN ZUM EINKAUF VON WAREN

Folgende Warenkategorien sollten u. a. in die Datenerhebung einbezogen werden:

- Fisch, Meeresfrüchte, Fleisch, Geflügel, Wurstwaren, Gemüse, Früchte, Trockenwaren (Nudeln, Reis etc.), Milchprodukte, Dosenprodukte, Backwaren, Eier, Gewürze, warme und kalte nichtalkoholische Getränke, alkoholische Getränke, Kosmetika, Reinigungsmittel, Einrichtungsgegenstände, Textilien, Büromaterial, elektrische Geräte etc.
- Innerhalb jeder Warenkategorie kann eine weitere Spezifizierung erfolgen, sofern die Daten vorhanden sind (z. B. Fisch: Lachs, Dorade, Barsch etc.)

Folgende Betriebsdaten pro Warenkategorie sollten u.a. erhoben werden:

- Summe der jährlichen Ausgaben für Waren
- Jährliche Warenmenge
- Prozentuale Verteilung der Waren nach Herkunft: lokal, regional, national, international (möglichst mit genauer Ortsangabe)
- Anteil der Importwaren
- Namen und Orte der Zulieferer der Waren

DATEN ZUM EINKAUF VON EXTERNEN DIENSTLEISTUNGEN

Folgende Dienstleistungen sollten u. a. in die Datenerhebung einbezogen werden:

- Musik, Animationsprogramm, Reparaturen/Instandhaltung, Transport vom und zum Flughafen, Wäschereiservice, Gartenpflege, Sicherheitsdienst etc.

Folgende Betriebsdaten sollten u. a. pro Dienstleistung erhoben werden:

- Summe der jährlichen Ausgaben für externe Dienstleistungen
- Name und Ort des externen Dienstleisters

DATEN ZUM VERKAUF VON EXKURSIONSPROGRAMMEN AN TOURISTEN

Folgende Organisations- und Vertriebswege sollten u. a. in die Datenerhebung einbezogen werden:

- Organisation und Verkauf von Exkursionsprogrammen durch das Hotel
- Organisation von Exkursionsprogrammen durch Dritte und Verkauf durch das Hotel
- Organisation und Verkauf von Exkursionsprogrammen durch Dritte im Hotel

Folgende Betriebsdaten sollten u. a. pro Exkursionsprogramm erhoben werden:

- Art des Exkursionsprogramms
- Preis pro Person
- Zahl der Teilnehmer pro Jahr
- Jährlicher Umsatz und Provisionszahlungen
- Name und Ort des Anbieters

DATEN ZUM VERKAUF VON WAREN AN TOURISTEN

Folgende Vertriebswege sollten u. a. in die Datenerhebung einbezogen werden:

- Verkauf in hoteleigenen Läden
- Verkauf in Hotelläden, die im Besitz Dritter sind
- Verkauf durch Läden im Umfeld des Hotels
- Verkauf durch fliegende Händler

Folgende Betriebsdaten zum Verkauf von Waren sollten u. a. erhoben werden:

- Art der Waren (z. B. Souvenirs, Textilien, Kosmetika)
- Herkunft der Waren
- Jährlicher Umsatz und Einnahmen aus Vermietung durch das Hotel
- Name und Ort des Zulieferers/Herstellers der Waren

UNTERSTÜTZUNG VON SOZIALEN, ÖKOLOGISCHEN ODER KULTURELLEN PROJEKTEN DURCH DAS HOTEL

Folgende Betriebsdaten sollten u. a. erhoben werden:

- Art, Zweck und Name des Projektes
- Träger des Projektes
- Begünstigter des Projektes
- Höhe der jährlichen Zuwendungen durch das Hotel

Befragung einer repräsentativen Auswahl von Mitarbeitern sowie durch ergänzende Interviews und Erhebungen bei den Zulieferern bzw. externen Dienstleistungsanbietern der Hotels, um ein möglichst vollständiges Bild der touristischen Lieferkette zu erhalten. Sowohl die Zusammenstellung der erforderlichen Daten durch die Hotels als auch die Befragungen und Interviews sind sehr zeintensiv, weshalb der Untersuchungszeitraum vor Ort großzügig bemessen sein muss. Dies ist auch deshalb von Bedeutung, weil sich die nachträgliche Abfrage von Daten in der Vergangenheit als sehr schwierig erwiesen hat. Darüber hinaus gilt es, frühzeitig Kontakt zu den Hotels aufzunehmen, damit diese sich zeitlich und personell auf die Untersuchung einstellen können. Da es sich überwiegend um betriebsinterne und also sehr sensible Daten handelt, empfiehlt sich zudem die Unterzeichnung einer Vertraulichkeitserklärung mit den Hotels bezüglich der Datenverwendung. Die Auswertung sollte möglichst mit Hilfe einer Statistiksoftware erfolgen, um leichter Querverbindungen zwischen den Einzelergebnissen ermitteln und Vergleiche zwischen den untersuchten Hotels ziehen zu können. Alternativ kann die Auswertung aber auch mit Hilfe eines einfachen Tabellenkalkulationsprogrammes erfolgen. Die Ergebnisse sind graphisch so aufzubereiten, dass die verschiedenen Geldflüsse erkennbar werden (In welche Orte/Regionen fließen die Löhne; in welche die Ausgaben für Waren?). Hieraus lassen sich dann konkrete Schlussfolgerungen und Empfehlungen für die Hotels und die betreffenden Tourismusdestinationen ableiten, wie die

sozioökonomischen Wirkungen weiter verbessert werden können. Die Methodik ist bereits in verschiedenen Tourismusdestinationen (Dominikanische Republik, Jamaika, Nicaragua, Türkei etc.) sowohl bei Einzelhotels als auch bei mehreren Hotels in einer Region erfolgreich angewandt worden. Die bisher umfassendste Untersuchung der GIZ fand im direkten Auftrag des montenegrinischen Tourismusministeriums statt. Dabei wurden anhand einer repräsentativen Auswahl von Beherbergungsbetrieben die landesweiten Geldflüsse hochgerechnet und geografisch zugeordnet. Auf Grundlage der Ergebnisse wurde dann ein Excel-basiertes Berechnungstool entwickelt, mit dem die ökonomischen Wirkungen und die ökologische Nachhaltigkeitsbilanz des montenegrinischen Beherbergungssektors annäherungsweise bestimmt werden können.

WIE KANN DER BEITRAG TOURISTISCHER UNTERNEHMEN ZU EINER NACHHALTIGEN WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG VERBESSERT WERDEN?

Eine an Nachhaltigkeitskriterien ausgerichtete Unternehmenspolitik wird für Tourismusbetriebe auf lange Sicht immer mehr an Bedeutung gewinnen, um betriebliche Effizienz, Qualitätssicherung, akzeptable Gewinnmargen sowie die Begrenzung der Umweltzerstörung und des Klimawandels in Einklang zu bringen und damit die eigene Wettbewerbsfähigkeit dauerhaft zu erhalten. Nachhaltigkeit erzeugt dann einen Mehrwert für touristische Unternehmen, wenn sie zum Leitmotiv sämtlicher Managementprozesse wird und das operative Geschäft



TIPPS FÜR DIE PRAXIS II
STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE FÜR EIN NACHHALTIGES MANAGEMENT TOURISTISCHER LIEFERKETTEN (SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT)

Siehe auch
Tipps für die Praxis I, V, VIII, X

Strategische Ansatzpunkte

WERTSCHÖPFUNGSKETTENANALYSE

Die horizontale und vertikale Analyse ausgewählter Wertschöpfungsketten von tourismusrelevanten Waren oder Dienstleistungen (= Produkte) dient dazu, Potenziale und Engpässe für die Stärkung bzw. den Aufbau inklusiver und nachhaltiger Lieferketten in einer Tourismusdestination zu identifizieren! Folgende Aspekte sind bei der Analyse u. a. zu beachten:

- **Kunden- und Marktanalyse**
 - Wer sind die Endkunden, und was erwarten sie?
 - Wer sind die Wettbewerber?
 - Wie sieht die Marktdynamik aus?
 - Was behindert die Wettbewerbsfähigkeit?
 - Welche Wachstumspotenziale gibt es?
- **Akteursanalyse**
 - Welche Akteure sind an der Erstellung des Produktes direkt oder indirekt beteiligt?
 - Wo sind die Akteure räumlich angesiedelt?
 - Welches sind die zentralen Akteure?
 - Wie arbeiten die Akteure zusammen?
 - Wie ist der Informations- und Geldfluss zwischen den Akteuren organisiert?
- **Produktanalyse**
 - Welches Produkt wird dem Endkunden geboten?
 - Welche Stufen durchläuft das Produkt bis zum Endkunden?
 - Wie ist die Umwelt- und Klimaperformance des Produktes?
- **Wertschöpfungsanalyse**
 - Wie hoch sind die Kosten und der Umsatz pro Stufe?
 - Wie ist die Wertschöpfung verteilt?

IDENTIFIZIERUNG, AUSWAHL, VORBEREITUNG UND INTEGRATION NEUER GESCHÄFTSPARTNER IN DIE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Die gezielte Einbindung lokaler/regionaler Waren- und Dienstleistungsanbieter in die Wertschöpfungskette (mit Fokus auf KKMU) unterstützt eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung und fördert breitenwirksame Beschäftigungseffekte in einer Tourismusdestination! Folgende Probleme sind bei der Anbahnung von Geschäftsbeziehungen zwischen Waren- und Dienstleistungsanbietern und dem touristischen Privatsektor u. a. zu beachten und zu beheben:

- Mangelndes Bewusstsein auf Seiten des touristischen Privatsektors hinsichtlich der Produktionsbedingungen von KKMU
- Unterschiedliche Geschäftsmentalitäten zwischen dem touristischen Privatsektor und KKMU
- Fachkenntnisse (z. B. im Bereich Marketing)
- Qualifiziertes Personal
- Existenz einer nachfragegerechten Produktpalette bzw. eines breiten Produktangebotes
- Bereitstellung der erforderlichen Produktmenge
- Produktqualität und Qualitätsmanagement
- Flexibilität
- Pünktlichkeit und Verlässlichkeit (z.B. bei der Lieferung)
- Zahlungsbedingungen und Liquidität
- Saisonalität
- Verpackung und Lagerung (z.B. geeignete Kühlung von Lebensmitteln)
- Lange Transportwege und schwierige Transportbedingungen
- Zugang zu Kapital für Investitionen
- Kommunikationsinfrastruktur (z.B. Internetanschluss) etc.

LANGFRISTIGE ETABLIERUNG UND KONTROLLE EINES INKLUSIVEN UND NACHHALTIGEN LIEFERKETTEN-MANAGEMENTS

Dauerhaft erfolgreiche Geschäftsbeziehungen zwischen lokalen/regionalen Waren- und Dienstleistungsanbietern und dem touristischen Privatsektor können nur dann erreicht werden, wenn verbindliche Standards, Regeln, Verantwortlichkeiten und Kontrollmechanismen existieren! Folgende Maßnahmen sind hierbei u. a. zu berücksichtigen:

- Sensibilisierung des touristischen Privatsektors (Geschäftsführung und Mitarbeiter) sowie der Waren- und Dienstleistungsanbieter für die Bedeutung und Herausforderungen von Geschäftsbeziehungen
- Entwicklung eines Unternehmensleitbildes für ein nachhaltigkeits- und armutsorientiertes Lieferketten-Management (Sustainable Supply Chain Policy) auf Seiten des touristischen Privatsektors
- Gemeinsame Entwicklung realistischer Zielsetzungen und Verantwortlichkeiten für die Geschäftsbeziehungen sowie Vereinbarung eines Verhaltenskodexes (Code of Conduct)
- Entwicklung und Einführung von (Mindest-)Standards bei den Waren- und Dienstleistungsanbietern:
 - Qualitätsstandards
 - Menschenrechtsstandards
 - Umweltstandards
 - Sozialstandards
- Abschluss von Geschäftsverträgen (Lieferbedingungen, Zahlungsbedingungen etc.)
- Entwicklung von Indikatoren bzw. eines Monitoringsystems zur Überprüfung der
 - Einhaltung des Verhaltenskodexes
 - Einhaltung der Standards
 - Erreichung der gemeinsamen Zielsetzungen

Instrumente

- Auswertung von Statistiken
- Empirische Analysen
- Unternehmensbefragungen und Primärdatenerhebungen
- Experteninterviews
- Workshops
- GIZ Umwelt- und Klimaprüfung – Sektorarbeitshilfe Tourismus
- GIZ Orientation Sheet »Sustainable Consumption and Production (SCP)«
- Die horizontalen und vertikalen Beziehungen in der Wertschöpfungskette sollten in Form einer Abbildung dargestellt werden (Value Chain Mapping)

- Die Auswahl neuer Geschäftspartner sollte in enger Abstimmung mit den Bedürfnissen des touristischen Privatsektors erfolgen. Hierfür empfiehlt sich die Entwicklung eines Kriterienkataloges.
- Um die Waren- und Dienstleistungsanbieter adäquat vorzubereiten bzw. bestehende Defizite zu beheben, sind intensive Trainingsmaßnahmen sowie eine prozessbegleitende Beratung erforderlich.

- Unternehmensleitbild (Sustainable Supply Chain Policy)
- Verhaltenskodex (Code of Conduct)
- Qualitäts-, Menschenrechts-, Umwelt- und Sozialstandards
- Geschäftsverträge
- Monitoringsystem

TIPPS FÜR DIE PRAXIS III STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE FÜR BREITENWIRKSAME BESCHÄFTIGUNGSPULSE DURCH DEN TOURISMUS (INCLUSIVE EMPLOYMENT)

Siehe auch
Tipps für die Praxis
I, II, V, VIII, XIII

Strategische Ansatzpunkte

FÖRDERUNG DIREKTER BESCHÄFTIGUNGSMÖGLICHKEITEN IM TOURISMUS

Die Tourismusbranche bietet zahlreiche Optionen für direkte Anstellungsverhältnisse, selbstständige Tätigkeiten oder Unternehmensgründungen entlang der horizontalen Wertschöpfungskette!

Folgende direkte Beschäftigungsmöglichkeiten im Tourismus sind u. a. zu berücksichtigen:

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Anstellung in touristischen Privatunternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Vollzeit-, Teilzeit- oder Saisonbeschäftigung in Hotellerie, Gastronomie und Inbound-Agenturen, als Bodenpersonal von Airlines etc. ➤ Anstellung in touristischen Gemeindeunternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Vollzeit-, Teilzeit- oder Saisonbeschäftigung in gemeindebasierten Unternehmen (Community Ownership) wie Ecolodges, Restaurants, Hotels etc. • Geschäftsführung des gemeindebasierten Unternehmens als Angestellter der Eigentümergemeinschaft | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Anstellung in staatlichen Tourismuseinrichtungen <ul style="list-style-type: none"> • Vollzeit-, Teilzeit- oder Saisonbeschäftigung in Touristeninformationsstellen, Destinationsmanagementorganisationen (DMOs), Museen etc. ➤ Selbstständige, direkte Tätigkeit (Freelancer) im Tourismus <ul style="list-style-type: none"> • Nachfrageabhängige Tätigkeit als lokaler Reiseleiter, Bootsfahrer, Führer in Schutzgebieten etc. ➤ Betrieb eines touristischen Privatunternehmens <ul style="list-style-type: none"> • Gründung/Erwerb und Geschäftsführung eines Hotels, Restaurants, Transportunternehmens etc. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

FÖRDERUNG INDIREKTER BESCHÄFTIGUNGSMÖGLICHKEITEN DURCH DEN TOURISMUS

Tourismusrelevante Zuliefer- und Dienstleistungsunternehmen eröffnen weitere Potenziale zur Stärkung des lokalen Arbeitsmarktes durch den Tourismus entlang der vertikalen Wertschöpfungskette!

Folgende indirekte Beschäftigungsmöglichkeiten durch den Tourismus sind u. a. zu berücksichtigen:

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Anstellung in tourismusrelevanten Zulieferunternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Vollzeit-, Teilzeit- oder Saisonbeschäftigung bei Direktverkäufern, (Groß-)Händlern, Zwischenhändlern oder Produzenten von Waren für die Tourismusbranche (Lebensmittel, Möbel, Textilien etc.) ➤ Anstellung in tourismusrelevanten Dienstleistungsunternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Vollzeit-, Teilzeit- oder Saisonbeschäftigung bei Sicherheitsdiensten, Wäschereien, Taxiunternehmen, Gärtnereien etc. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Betrieb eines tourismusrelevanten Zuliefer- oder Dienstleistungsunternehmens <ul style="list-style-type: none"> • Gründung/Erwerb und Geschäftsführung von Agrarbetrieben, Wartungsunternehmen, Internetcafés, Souvenirläden etc. ➤ Selbstständige, indirekte Tätigkeit (Freelancer) im Tourismus <ul style="list-style-type: none"> • Nachfrageabhängige Tätigkeit als lokaler Musiker, Sänger, Tänzer, Dolmetscher etc. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

inner- wie außerbetrieblich in das soziale, kulturelle, ökonomische und politische Umfeld einer Tourismusdestination eingebettet ist. Voraussetzungen hierfür sind eine möglichst weitreichende Umsetzung von Qualitäts-, Menschenrechts-, Sozial- und Umweltstandards sowie der Aufbau und die Pflege langfristiger Geschäftsbeziehungen zu externen Dienstleistern und Zulieferbetrieben. Aus entwicklungspolitischer Sicht ist zudem der aus den Unternehmenstätigkeiten resultierende Beitrag zur Armutsreduzierung von hoher Relevanz. Ziel muss es daher sein, touristische Unternehmen in den Kooperationsländern verstärkt bei der Etablierung inklusiver und nachhaltiger Lieferketten-Managementsysteme (Sustainable Supply Chain Management) zu unterstützen.

In Anlehnung an den bereits beschriebenen WSK-Ansatz sollte als erster Schritt eine Analyse ausgewählter horizontaler und vertikaler Wertschöpfungsketten von tourismusrelevanten Waren und Dienstleistungen erfolgen, um Potenziale und bestehende Engpässe für den Aufbau inklusiver und nachhaltiger Lieferketten zu identifizieren. Je nach Art der Wertschöpfungskette und Umfang der Analyse kann

dabei auf verschiedene methodische Ansätze zurückgegriffen werden – angefangen vom »Mapping« der gesamten Kette und der an ihr beteiligten Akteure (Value Chain Mapping) über Marktrecherchen bis hin zur Erhebung eigener quantitativer Daten. Die Untersuchung sollte eine Kunden-, eine Markt- und eine Produktanalyse beinhalten, welche die Beziehungen der Akteure zueinander aufzeigen und Aufschluss über den Umfang und die Verteilung der Wertschöpfung liefern.

Auf Grundlage der Analyseergebnisse können dann Maßnahmen zur Verbesserung der touristischen Wertschöpfungskette ergriffen werden, wobei es nicht allein um deren organisatorische und technische Optimierung geht, sondern auch um die Förderung der sozialen Beziehungen zwischen den Akteuren, um Know-how-Bildung und um die Erreichung von Lerneffekten. Ein wesentliches Element stellt in diesem Zusammenhang die Identifizierung und gezielte Einbindung neuer, vor Ort ansässiger Waren- und Dienstleistungsanbieter (mit Fokus auf KKMU) in die Wertschöpfungskette dar. Speziell der Wareneinkauf der Hotellerie bietet diesbezüglich große Potenziale für

BERÜCKSICHTIGUNG INFORMELLER EINKOMMENS-MÖGLICHKEITEN DURCH DEN TOURISMUS

Neben den direkten und indirekten Beschäftigungsoptionen dürfen auch die informellen durch den Tourismus geschaffenen Einkommensmöglichkeiten nicht vernachlässigt werden, da sie für viele (vor allem für arme und benachteiligte) Menschen in den Tourismusdestinationen eine entscheidende Rolle bei der Bestreitung ihres Lebensunterhalts spielen!

Folgende informelle Einkommensmöglichkeiten durch den Tourismus sind u. a. zu berücksichtigen:

- | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Direktverkauf von Waren an Touristen durch Einzelpersonen oder Kleinunternehmer <ul style="list-style-type: none"> • Verkauf von Souvenirs, (selbst hergestellten) Lebensmitteln, Getränken, Schmuck und anderen Waren in eigenen Läden, auf der Straße, an Stränden oder in der Nähe von Sehenswürdigkeiten | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Direktverkauf von Dienstleistungen an Touristen durch Einzelpersonen oder Kleinunternehmer <ul style="list-style-type: none"> • Angebot an Massagen, Maniküre, Pediküre, Haar-Styling, Führungen und anderen Dienstleistungen in eigenen Läden, auf der Straße, an Stränden oder in der Nähe von Sehenswürdigkeiten |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

UNTERSTÜTZUNG VON QUALIFIZIERUNGSMASSNAHMEN (AUS- UND WEITERBILDUNG) IM TOURISMUSSEKTOR

Berufliche Bildung ist der Schlüssel zur Schaffung qualifizierter und breitenwirksamer Beschäftigungsperspektiven in der Tourismusbranche für die lokale Bevölkerung und zur Anpassung des Niveaus der Servicequalität einer Tourismusdestination an die internationalen Marktanforderungen!

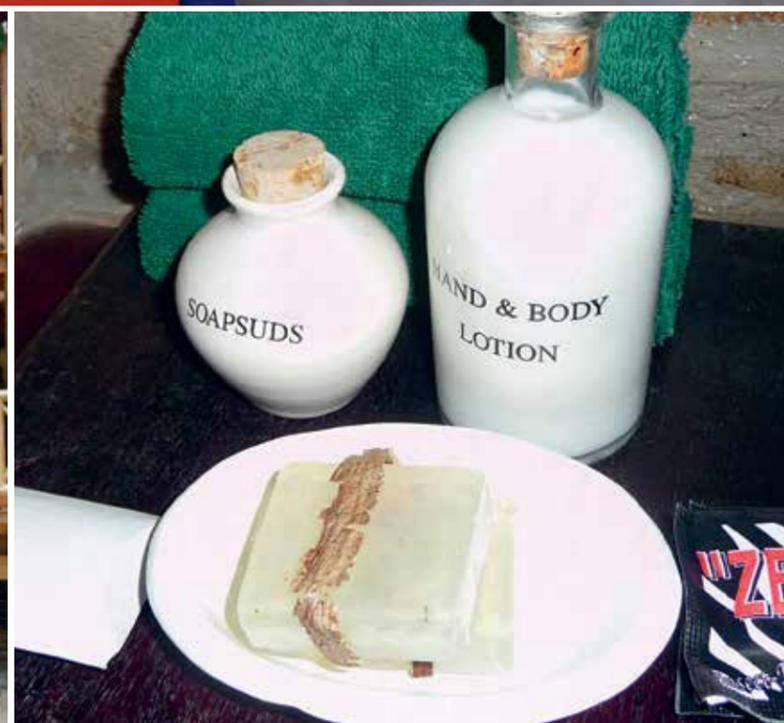
Auswahl an wichtigen Maßnahmen zur Unterstützung der beruflichen Bildung/Qualifizierung im Tourismus:

- | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Analyse der Aus- und Weiterbildungsbedingungen und des Arbeitsmarktbedarfs in der Tourismusdestination <ul style="list-style-type: none"> • Analyse des Ausbildungsniveaus (im Vergleich zu Konkurrenzdestinationen) • Identifizierung und Analyse bestehender Aus- und Weiterbildungsangebote und -institutionen • Arbeitsmarktbedarfsanalysen ➤ Förderung von Lehrberufen im Tourismus <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Berufsbildern und Tätigkeitsprofilen (Hotelfachleute, Restaurantfachkräfte, Köche, Reiseverkehrskaufleute, Reiseleiter etc.) • Entwicklung von Standards und Curricula • Entwicklung von Lehr- und Lernmitteln • Prüfungswesen und Zertifizierung • Qualifizierung von Lehrpersonal ➤ Förderung der universitären Ausbildung im Tourismus <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Berufsbildern und Tätigkeitsprofilen (Tourismusmanagement, Destinationsmanagement, Hotelmanagement etc.) • Entwicklung von Standards und Curricula • Entwicklung von Lehr- und Lernmitteln • Prüfungswesen und Zertifizierung • Qualifizierung von Lehrpersonal ➤ Qualifizierung von Unternehmensgründern und KKMU im Tourismus <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von lokal angepassten Trainingsmodulen und -seminaren, In-House-Training, Mentoring-Programme, Lerngruppen, Besuch von Best-Practice-Unternehmen, KKMU-Beratungsprogramme ➤ Berufsbegleitende Weiterbildung von Tourismusbeschäftigten <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von lokal angepassten Modulen und Seminaren für formelles und informelles Training, In-House-Training, Train-the-Trainer-Programme, On-the-Job-Training, Besuch von Best-Practice-Unternehmen |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

breitenwirksame Beschäftigungseffekte und die Stärkung lokaler und regionaler Wirtschaftskreisläufe. Die Hotelkette Sandals z. B. beschäftigt auf Jamaika einen eigenen Agrarberater, der gemeinsam mit staatlichen Organisationen fünf Agrarkooperativen zu Fragen des Anbaus von Agrarprodukten (Saatgut, Dünger etc.) und der Diversifizierung ihres Angebotes unterstützt. Über den direkten Verkauf ihrer Waren an Sandals erzielen die Kooperativen inzwischen einen jährlichen Umsatz von rund 3 Mio. US-Dollar. Neben Agrargütern sind aber auch weitere Produkte wie Möbel, Dekorationsgegenstände, Blumen, Textilien, Kosmetika und Souvenirs in Betracht zu ziehen. Wichtig ist, dass die Auswahl der Waren- und Dienstleistungsanbieter in enger Kooperation mit dem touristischen Privatsektor erfolgt und sie – vor allem bei der Zulieferung von (frischen) Lebensmitteln – durch intensive

Trainingsmaßnahmen und prozessbegleitende Beratung adäquat auf die Erwartungen und Rahmenbedingungen der Tourismusbranche vorbereitet werden.

Zur langfristigen Etablierung und Kontrolle eines armuts- und nachhaltigkeitsorientierten Lieferketten-Managements bedarf es darüber hinaus verbindlicher Standards, Regeln, Verantwortlichkeiten und Kontrollmechanismen. Hierzu empfehlen sich die partizipative Entwicklung von Unternehmensleitbildern (Sustainable Supply Chain Policy) sowie die Vereinbarung eines Verhaltenskodexes (Code of Conduct) zwischen den an der Lieferkette beteiligten Akteuren, der in Ergänzung zu bilateralen Geschäftsverträgen gemeinsame Zielsetzungen und Normen festlegt. Der Verhaltenskodex sollte u. a. (Mindest-)Qualitäts-, Menschenrechts-, Sozial- und Umweltstandards definieren,



die für alle Partner verbindlich sind, und konkrete Sanktionsmaßnahmen für den Fall vorsehen, dass die Standards nicht eingehalten werden. Die Einführung eines inklusiven und nachhaltigen Lieferkettenmanagements ist ein Prozess, der Vertrauen, Geduld und ein schrittweises Vorgehen erfordert. Deshalb ist es wichtig, dass die Akteure die Erreichung ihrer gemeinsamen Ziele regelmäßig und in transparenter Form mit Hilfe von Indikatoren bzw. durch ein Monitoringsystem überprüfen, um stabile und langfristig ausgerichtete Geschäftspartnerschaften zu erreichen.

WIE KANN DER LOKALEN BEVÖLKERUNG DER ZUGANG ZU DIREKTEN UND INDIREKTEN BESCHÄFTIGUNGSMÖGLICHKEITEN IM TOURISMUS ERLEICHTERT WERDEN?

Je nach Größe einer Tourismusdestination und je nach Umfang ihrer touristischen Entwicklung bietet die Branche grundsätzlich zahlreiche Optionen für direkte Anstellungsverhältnisse, selbstständige Tätigkeiten und Unternehmensgründungen entlang der horizontalen Wertschöpfungskette. Allen voran die touristischen Privat- oder im Gemeindebesitz (*Community Ownership*) befindlichen Unternehmen, aber auch die staatlichen Tourismuseinrichtungen (z.B. Touristeninformationsstellen, Destinationsmanagementorganisationen) sind wichtige Arbeitgeber, die der lokalen Bevölkerung Vollzeit-, Teilzeit- oder Saisonbeschäftigungsmöglichkeiten im Tourismus eröffnen. Hinzu kommen selbstständige Tätigkeiten für Freiberufler (z.B. als Reiseleiter, Bootsfahrer) sowie für Gründer und Betreiber eigener Unternehmen (z.B. von Hotels oder Restaurants). Darüber hinaus leisten die tourismusrelevanten Zuliefer- und Dienstleistungsunternehmen einen wesentlichen indirekten Beitrag zur Stärkung des lokalen Arbeitsmarktes entlang der vertikalen Wertschöpfungskette, sei es durch Tätigkeiten im Angestelltenverhältnis oder durch selbstständige Beschäftigung.

Um diese im und durch den Tourismus geschaffenen Beschäftigungs- und Einkommenspotenziale bestmöglich zugunsten der Arbeitssuchenden zu erschließen, bedarf es genauer Analysen des touristischen Arbeitsmarktbedarfs sowie der Aus- und Weiterbildungsbedingungen in der betreffenden Tourismusdestination. Berufliche Bildung ist der Schlüssel zur Eröffnung qualifizierter und breitenwirksamer Beschäftigungsperspektiven in der Tourismusbranche für die lokale Bevölkerung und zur Anpassung des Niveaus der Servicequalität einer Tourismusdestination an die internationalen Marktanforderungen. Vielen Kooperationsländern mangelt es in dieser Hinsicht vor allem an geeigneten Berufsausbildungsmöglichkeiten für Tourismusfachkräfte mit mittlerem Ausbildungsniveau (z.B. Hotelfachleute, Restaurantfachkräfte, Köche). In der Regel werden die Beschäftigten lediglich angelernt oder erhalten *On-the-Job-Training*, und nur große Unternehmen verfügen über eigene Qualifizierungssysteme und Ausbildungsstätten. Auch fehlt es häufig an der Marktorientierung

bzw. einer quantitativen und qualitativen Abstimmung des Qualifizierungsangebots mit dem lokalen Bedarf der Tourismuswirtschaft. Zur Lösung dieser Probleme bedarf es einer nachfrageorientierten Förderung von Lehrberufen und universitären Ausbildungsangeboten im Tourismus, einhergehend mit der Entwicklung von Standards, Curricula und Lehr- und Lernmitteln, dem Aufbau eines Prüfungswesens und einer adäquaten Qualifizierung des Lehrpersonals. Jenseits der beruflichen Bildung sollten darüber hinaus berufsbegleitende Weiterbildungsprogramme ausgearbeitet und systematisch in das Arbeitsleben integriert werden, um eine kontinuierliche Weiterqualifizierung der im Tourismus Beschäftigten zu garantieren (*Lifelong Learning*).

Aber nicht nur abhängig Beschäftigte, sondern auch Unternehmer und Unternehmensgründer sind auf Qualifizierung angewiesen. Der Zugang zu speziellen Beratungsprogrammen für KKMU, *In-House-Training*-Angeboten und *Mentoring*-Programmen (d.h. Wissenstransfer von etablierten Unternehmern an Kleinunternehmer) stellen sinnvolle Maßnahmen zur fachlichen und strategischen Unterstützung von Selbstständigen und Führungskräften in der Tourismusbranche dar.

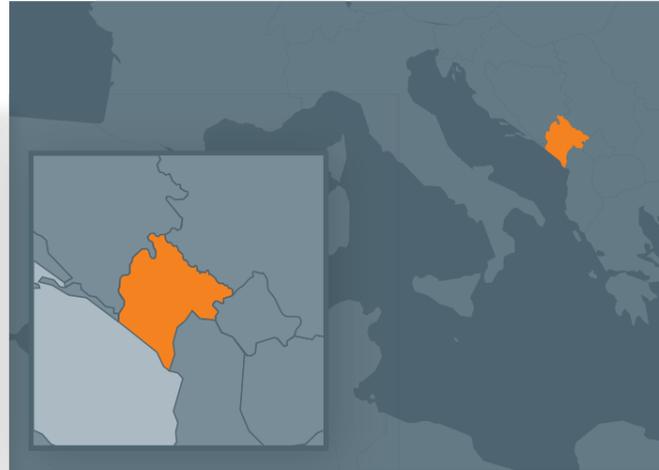
Sämtliche Aus- und Weiterbildungsangebote sind dahingehend auszugestalten, dass sie sowohl theoretisches Wissen als auch praktisches Know-how vermitteln und neben fachlichen Kompetenzen auch individuelle und soziale Fähigkeiten fördern, wie z.B. Kommunikations- und Entscheidungsfähigkeit, Führungskompetenz, kritisches und kreatives Denken sowie den Umgang mit Emotionen, Stress und Konflikten. Denn gerade in einer Dienstleistungsbranche wie dem Tourismus, in der persönlicher Service und professioneller Umgang mit den Kunden bzw. Touristen zum Arbeitsalltag gehören, sind diese sogenannten *Life Skills* unerlässlich.

Nicht zu vernachlässigen sind zudem die informellen Beschäftigungs- und Einkommensmöglichkeiten durch den Tourismus. Sie spielen für viele (vor allem für arme und benachteiligte) Menschen in den Tourismusdestinationen eine entscheidende Rolle bei der Bestreitung ihres Lebensunterhaltes. Typische, nicht formalisierte Tätigkeiten sind etwa der direkte Verkauf von Waren (z.B. Souvenirs, Schmuck, Lebensmittel) oder Dienstleistungen (z.B. Massagen, Maniküre, Haar-Styling) an die Touristen. Hier gilt es, nichtformale Qualifizierungsangebote bereitzustellen, die den Menschen wichtige Grundkenntnisse (Lesen, Schreiben, Rechnen, Fremdsprachen, Marketing) vermitteln, um ihnen neue geschäftliche Handlungsspielräume zu eröffnen und nach Möglichkeit den Weg in den regulären Arbeitsmarkt zu ebneten.

PRAXISBEISPIELE UND INSTRUMENTE

UNTERSUCHUNG TOURISMUSINDUZIERTER GELDSTRÖME IN MONTENEGRO

- LAND:** Montenegro
PROJEKTTITEL: Programm »Entwicklung von touristischen Standorten im Hinterland« (2006–2013)
PARTNER: Ministerium für nachhaltige Entwicklung und Tourismus der Republik Montenegro
INFORMATION: www.giz.de/de/weltweit/21182.html



HINTERGRUND UND ZIELE

Seit der Unabhängigkeit Montenegros 2006 verzeichnet der Küstenstaat auf dem westlichen Balkan enorme Zuwächse im Tourismus. Im Jahre 2011 wurden in dem 625.000 Einwohner zählenden Land 1,37 Mio. Touristenankünfte und über 8,7 Mio. Übernachtungen registriert. Damit erwirtschaftete der Tourismus (inkl. indirekter und induzierter Effekte) 510 Mio. Euro (15% des BIP) und stellte 23.000 Arbeitsplätze (14%) zur Verfügung. Für die kommenden zehn Jahre geht der WTTC von einem Anstieg der Tourismuseinnahmen von 12% pro Jahr aus.

Bislang konzentriert sich der Tourismus vor allem auf die Küste des Landes. Im Jahre 2008 waren neun von zehn Hotelbetten in den Küstengemeinden zu finden, die 95% der landesweiten Hotelübernachtungen verzeichneten. Dementsprechend gering ist die ökonomische Teilhabe am Tourismus bei den im Hinterland beheimateten Unternehmen und Bevölkerungsteilen. Eine derartige Konzentration auf den Badetourismus an der Küste hat darüber hinaus eine stark ausgeprägte Saisonalität zur Folge. 90% der Übernachtungen finden in den Sommermonaten Juni bis September statt und führten in der Vergangenheit immer wieder zu infrastrukturellen Kapazitätsproblemen in den Bereichen Strom- und Frischwasserversorgung, Abfall- und Abwasserentsorgung sowie Verkehr.

Das Programm der GIZ, das im Auftrag des BMZ und in Kooperation mit dem montenegrinischen Tourismusministerium durchgeführt wird, verfolgte deshalb das Ziel, im Hinterland Montenegros Alternativen zum Badetourismus zu schaffen. Das touristische Potenzial dieser Regionen ist enorm und beruht auf zahlreichen naturräumlichen Attraktionen, wie dem Skutarisee mit seiner großen Bedeutung als Vogelschutzgebiet, dem Durmitor-Nationalpark mit seinen bis zu 2.500 m hohen Gipfeln und der Schlucht des Flusses Tara, dem größten Canyon Europas. Die Inwertsetzung dieses Potenzials soll durch die Entwicklung neuer Produkte im Bereich des Natur- und Abenteuerismus realisiert werden und zu einem Anstieg der tourismusbedingten Beschäftigungsverhältnisse und Einkommen führen. Dementsprechend verfolgte der Projektansatz das

Ziel, nachhaltige Strukturen für das Management der touristischen Regionen zu schaffen, marktfähige touristische Produkte zu entwickeln und die Regionen professionell zu vermarkten.

In diesem Zusammenhang sind Kenntnisse der ökonomischen Effekte und insbesondere der durch den Tourismus ausgelösten Geldströme eine wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Tourismusplanung. Die Untersuchung der tourismusinduzierten Geldströme stellte daher eine bedeutende Teilaufgabe im Rahmen dieses Programms dar.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Zwar waren zu Beginn des Programms bereits verschiedene Erhebungsinstrumente zur statistischen Erfassung des Tourismus in Montenegro implementiert, detaillierte Informationen zu den ökonomischen Effekten und vor allem zur Verteilung der Tourismuseinnahmen im Land fehlten jedoch. Die Untersuchung berücksichtigte deshalb folgende Leitfragen:

- ❶ Wie hoch sind die Einnahmen aus verschiedenen Tourismusformen?
- ❷ Wie verteilen sich diese Einnahmen im Land?
- ❸ Wie lassen sich derartige Kenntnisse nutzen, um Aussagen über zukünftige Tourismuseinnahmen zu treffen?

Zur Beantwortung dieser Fragen wurden mehrere angebotsseitige Befragungen unter den Tourismusbetrieben und eine groß angelegte Gästebefragung durchgeführt. Im Rahmen der angebotsseitigen Befragungen wurden 119 Tourismusbetriebe unterschiedlicher Qualitätskategorien an der Küste und im Landesinnern berücksichtigt, die dem Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe sowie der Reiseveranstalterbranche angehören. Zusätzlich wurden landesweit 270 Angestellte der Hotellerie interviewt, um vertiefende Erkenntnisse über ihre persönliche Einkommenssituation und ihre Lebensverhältnisse zu erlangen. Die Gästebefragung wurde in allen Teilprovinzen des Landes durchgeführt und umfasste 1.500 persönliche Interviews. Da die Erhebungsinstrumente nach Abschluss des Projekts

Eingang in die montenegrinischen Institutionen finden sollten, wurde von Anfang an auf anwendungsfreundliche Verfahren geachtet. So wurden zum Beispiel in Ergänzung zu den Fragebögen onlinebasierte Eingabemasken entwickelt, die zukünftig eine standardisierte Datensammlung nicht nur durch Fachpersonal, sondern auch durch die Tourismusbetriebe selbst ermöglichen und dank diverser Plausibilitätskontrollen das Risiko von Dateneingabefehlern minimieren.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Hochgerechnet auf die Gesamtzahl der montenegrinischen Tourismusbetriebe und Reisegäste konnten auf diesem Wege für das Jahr 2007 ein touristisches Umsatzvolumen von 591,5 Mio. Euro und eine Beschäftigungswirkung von insgesamt 25.300 Arbeitsplätzen (davon 16.600 permanent) ermittelt werden. Hinsichtlich der räumlichen Verteilung ließ sich feststellen, dass das Hinterland zu 12% an den Einnahmen aus dem Tourismus beteiligt ist, obwohl nur 5% der Übernachtungen in diesen Landesteilen stattfinden. Insgesamt wurden 58,8 Mio. Euro in Form von Löhnen an die Bevölkerung ausgezahlt, und allein die Zahlungen für Lebensmittelzulieferungen summierten sich auf 36,1 Mio. Euro.

Die Löhne der Hotellerie an der Küste verblieben zu 81% in der Region, in der die touristische Wertschöpfung stattfand. Aufgrund der persönlichen Lebensumstände der Angestellten (verwandtschaftliche Beziehungen, arbeitsbedingte Migration etc.) flossen 11% ins Hinterland und 8% ins Ausland ab. Bei den Hotelbetrieben im Hinterland fiel die Sickerrate deutlich geringer aus. 93% verblieben in der Region, und nur 4% emittierten ins Ausland und 3% an die Küste. Hinsichtlich der Lebensmittelzulieferungen ist das Hinterland deutlich besser in die touristische Wertschöpfung integriert. 27% der Zahlungen für Lebensmittel von den Küstenhotels fließen dem Hinterland zu, der Rest verbleibt in den Küstengemeinden. Umgekehrt beziehen die Hotelbetriebe des Hinterlandes kaum Lebensmittel von der Küste. Nur 3% der entsprechenden Zahlungen fließen

dorthin ab. Die Zulieferung von Lebensmitteln weist also im Vergleich zu den Einkommen ein größeres Potenzial zur Einbindung des Hinterlandes in die touristische Wertschöpfung an der Küste auf.

Darüber hinaus ließen sich folgende interessante Beobachtungen machen: Sowohl in der Hotellerie als auch bei Appartementanlagen und Privatzimmern fiel die Arbeitsplatz-Zimmer-Relation im Hinterland deutlich positiver aus als an der Küste. Zudem waren permanente Beschäftigungsverhältnisse deutlich häufiger im Hinterland zu finden. Differenziert nach Sternekategorien konnte außerdem festgestellt werden, dass permanente Arbeitsverträge in 2- und 3-Sterne-Hotels deutlich häufiger sind als in den Häusern des 4- und 5-Sterne-Segments. Hotelbetriebe niedrigerer Qualitätsstufen und solche im Hinterland stellen zudem deutlich häufiger lokales und weniger Personal ausländischer Herkunft ein. Somit lieferte die Untersuchung die Erkenntnis, dass die Beschäftigungswirkung von Unterkünften im Hinterland und solchen mit niedrigerem Standard vorteilhafter ist als erwartet.

Zusammenfassend konnten darauf aufbauend die beiden folgenden Kernempfehlungen gegeben werden:

- ❶ Ausbau der Einbindung des Hinterlandes in die Lebensmittelzulieferungen an die Hotels der Küste.
- ❷ Touristische Entwicklung des Hinterlandes ohne Fokussierung auf den gehobenen Standard.

Abschließend wurden auf der Grundlage der im Verlauf der Befragung gewonnenen Daten zwei Berechnungstools entwickelt. Das erste errechnet die ökonomischen Wirkungen und die ökologische Nachhaltigkeitsbilanz verschiedener Beherbergungseinrichtungen in Abhängigkeit von der Art des Betriebs (Hotel oder Appartementanlage/Privatzimmer), dem Qualitätsstandard (Sternekategorie) und der Region, in der sich der Betrieb befindet. Damit ermöglicht es den Vergleich der ökonomischen Performance verschiedener Beherbergungseinrichtungen und zeigt die entsprechenden Auswirkungen auf die verschiedenen Regionen des Landes auf. Dem zweiten Tool liegen Daten der Gästebefragung zugrunde, die eine Typisierung der Reisenden erlauben. Es gibt Auskunft über die bevorzugten Aktivitäten, die Soziodemographie sowie das Reise- und Ausgabeverhalten der Touristen. Mit Hilfe dieses Tools können verschiedene Besuchergruppen bzw. Tourismusformen gegenübergestellt und verglichen werden. Beide Tools dienen Montenegro als Instrument zur Unterstützung nachhaltiger Investitionsentscheidungen im Tourismus.

FÖRDERUNG NACHHALTIGER WERTSCHÖPFUNGSKETTEN IM TOURISMUS AUF DER INSEL BOHOL

LAND: Philippinen
PROJEKTTITEL: Programm »Förderung der Privatwirtschaft« (2003–2012)
PARTNER: Department of Trade and Industry (DTI), Department of Tourism (DOT)
INFORMATION: www.giz.de/de/weltweit/18299.html



HINTERGRUND UND ZIELE

Mehr als 99% aller Wirtschaftsbetriebe auf den Philippinen sind kleinste, kleine oder mittlere Unternehmen (KKMU). Diese Unternehmen sind in ihrer Gesamtheit für die wirtschaftliche Entwicklung der Philippinen und insbesondere der ländlichen Gebiete von entscheidender Bedeutung. KKMU bieten zahlreiche Beschäftigungsmöglichkeiten und damit ein großes Armutsminderungspotenzial. Derzeit werden die kleinen Unternehmen jedoch durch ein ungünstiges Geschäfts- und Investitionsklima in ihrem Wachstum und ihrer Wettbewerbsfähigkeit behindert. Die Betriebe müssen zahllose Gesetze und Vorschriften beachten und werden nicht zuletzt durch das Fehlen koordinierter, nachfrageorientierter staatlicher Dienstleistungen und Finanzierungsmöglichkeiten in ihrer Entwicklung gehemmt. Im Rahmen des Programms »Förderung der Privatwirtschaft« arbeitete die deutsche EZ mit ihren nationalen, regionalen und lokalen Partnern an der Beseitigung dieser Hindernisse und der Nutzung bislang brachliegender Potenziale, um das Rückgrat der philippinischen Volkswirtschaft zu stärken. Das Programm verfolgte das Ziel, lokale Behörden, KKMU und Sektorverbände verstärkt für die Anwendung wertschöpfungsorientierter Strategien zu gewinnen, um einerseits den Betrieben in den priorisierten Wirtschaftssektoren einen besseren Marktzugang zu verschaffen und andererseits die Gewinne zwischen den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungsketten gerechter aufzuteilen. Zu den priorisierten Wirtschaftssektoren, auf die sich das Programm konzentrierte, gehörte u. a. der Tourismus. Hier wurden auf der Insel Bohol zahlreiche Aktivitäten entfaltet, um die horizontalen und vertikalen touristischen Wertschöpfungsketten nachhaltiger zu gestalten. Ein Ansatz bestand darin, das Umweltmanagement touristischer Betriebe und Zulieferer zu verbessern. Ein zweiter Ansatz war darauf ausgerichtet, die lokalen und regionalen Potenziale besser zu erschließen, um ein Maximum an touristischer Wertschöpfung vor Ort zu erreichen. Die nachfolgenden Ausführungen konzentrieren sich auf den zweiten Ansatz.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Bevor konkrete Maßnahmen zur Förderung der Wertschöpfung durch den Tourismus auf der Insel Bohol ergriffen werden konnten, galt es zunächst, die touristische Ausgangssituation der Insel und die bestehenden Wertschöpfungsketten im Tourismus zu erfassen und zu analysieren. Diesbezüglich wurden umfassende Erhebungen zu den touristischen Attraktionen und den vorhandenen touristischen Anbietern durchgeführt. Ergänzt wurden diese Erhebungen durch eine Befragung von 270 Touristen. Im Verlauf der Recherche stellte sich heraus, dass vor Ort zwar auf eine Reihe von bereits bestehenden Daten und Erhebungen zurückgegriffen werden konnte, diese aber weder vollständig noch hinsichtlich ihrer Aufbereitung vergleichbar waren. Im Auftrag des BMZ entwickelte die GIZ deshalb zusammen mit einer lokalen Universität ein einheitliches digitales System, das mit Hilfe von Tabletcomputern, GPS und einer *Open-Development-Kit*-Software eine effiziente und kostengünstige Datenerhebung und -inventarisierung ermöglichte. Auf diesem Wege wurden einerseits Basisdaten erhoben, die für die Beurteilung der ökonomischen Wirkungen bestehender Wertschöpfungsketten notwendig waren, andererseits konnten hierdurch touristische Unternehmen und Attraktionen fotografisch dokumentiert und in digitalen Karten verortet und dargestellt werden. In strategischer Hinsicht wurde zur Erhöhung der touristischen Wertschöpfung gezielt darauf hingearbeitet, eine verstärkte Verknüpfung und Verflechtung des Hotelsektors mit kleinen und mittleren lokalen Unternehmen zu erreichen, die für die Hotels entsprechende Waren und Dienstleistungen bereitstellen. Mit Hilfe des beschriebenen digitalen Systems wurden eine systematische Erfassung und eine Analyse der Angebotsseite durchgeführt, die Aufschluss über das Waren- und Dienstleistungsangebot und die bestehenden Wertschöpfungsketten lieferten. Zudem wurde die Nachfrageseite, d. h. der Hotelsektor, untersucht, indem über persönliche Interviews die Kooperationsbereitschaft und das Interesse an lokalen Waren und Dienstleistungen abgefragt wurden.



ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Die angebotsseitige Analyse ergab, dass es eine Vielzahl lokaler KKMU auf Bohol gibt, die hochwertige Güter (aus Naturmaterialien) produzieren. Hierzu zählen Möbelfabrikanten, Hersteller von Wohnaccessoires (Lampenschirme, Vasen etc.) und Produzenten von Alltagsgegenständen (Handtaschen, Portemonnaies, Handtücher etc.). Allen gemein ist, dass sie bisher kaum Geschäftskontakte zur lokalen Hotelindustrie haben. Der Absatz konzentriert sich vornehmlich auf den Export oder die lokalen Verbraucher. Mit Blick auf das hohe Qualitätsniveau der Güter ergeben sich hier zahlreiche Möglichkeiten, um lokale KKMU verstärkt in die touristische Wertschöpfungskette zu integrieren. Seitens des Hotelsektors wurde vielfach Bereitschaft signalisiert, lokale Produzenten in Zukunft stärker in Betracht zu ziehen, beispielsweise wenn Hotelzimmer neu möbliert oder öffentliche Bereiche der Hotels neu dekoriert werden. Weitere Absatzoptionen für lokale KKMU bieten auch die in vielen Hotels vorhandenen Minimärkte und Souvenirshops. Schwieriger gestaltet sich hingegen die Verknüpfung des Hotelsektors mit Produzenten von Agrarprodukten und Lebensmitteln. Hier kooperieren die Hotels vorzugsweise mit Großhändlern, da diese den hohen Anforderungen an Warenumfang und -lagerung, Qualität, Preis, Flexibilität sowie Logistik und Transport am besten gerecht werden. Direkte Kooperationen mit kleinen Produzenten sind seitens des Hotelsektors nur im Einzelfall denkbar und setzen eine intensive Vorbereitung der Produzenten voraus. Im Dienstleistungsbereich bestehen bereits zahlreiche Geschäftskontakte zu lokalen Anbietern, insbesondere in den Bereichen Sicherheitsservice, Gartenpflege, Wäsche-reiservice, Gästetransport und handwerkliche Dienstleistungen. Viele Hotels kooperieren zudem mit lokalen Tourismusagenturen, die Ausflugsprogramme für die Hotelgäste anbieten. Ausgehend von den Analyseergebnissen wurde eine Reihe von Maßnahmen und Aktivitäten in die Wege geleitet, um die touristischen Wertschöpfungsketten auf Bohol zu stärken und die lokale Wertschöpfung zu erhöhen:

- ➊ Dem *Department of Trade and Tourism (DTI)* konnte eine umfangreiche Datenbank mit Basisinformationen zu lokalen Anbietern (einschließlich deren digitaler Verortung) übergeben werden, die für den Hotelsektor interessante Waren, Agrarprodukte, Lebensmittel und Dienstleistungen bereitstellen können.
- ➋ Im Zuge einer speziellen Veranstaltung wurden *Speed-Datings* zwischen den Einkaufsleitern interessierter Hotels/Resorts und lokalen KKMU organisiert, die bereits während der Veranstaltung zu spontanen Geschäftsabschlüssen im Wert von mehreren Tausend US-Dollar führten.
- ➌ Das *DTI* nutzt das alljährlich stattfindende Sandugo Festival auf Bohol, um dort eine Warenmesse zu etablieren, auf der lokale Anbieter die Möglichkeit haben, handgefertigte Qualitätsprodukte zu präsentieren, die sich auch für den Souvenirverkauf an Touristen eignen.
- ➍ Mit Unterstützung des *DTI* wurde auf der Nachbarinsel Cebu in der gleichnamigen Hauptstadt ein permanenter Showroom eröffnet, in dem eine große Anzahl hochwertiger und einzigartiger Dekorationsgegenstände sowie Haushaltswaren lokaler Produzenten ausgestellt sind, die sowohl für den Hotelsektor als auch für Touristen von Interesse sind.
- ➎ Weiterhin wurde dem *DTI* empfohlen, einen Verkaufskatalog mit lokalen Waren zu erstellen, um die KKMU beim Absatz ihrer Produkte zu unterstützen und neue Vertriebswege zu erschließen.

ANALYSE DER SOZIOÖKONOMISCHEN WIRKUNGEN VON ALL-INCLUSIVE-RESORTS

- LAND:** Dominikanische Republik, Jamaika, Nicaragua
- PROJEKTTITEL:** Untersuchungen zu »Sustainable All Inclusive« (2004–2008)
- PARTNER:** Verschiedene Hotelketten
- INFORMATION:** www.giz.de/fachexpertise/html/6499.html



HINTERGRUND UND ZIELE

Der Begriff »All-Inclusive« bezeichnet eine von Hotels und Resorts angebotene Verpflegungsform, bei welcher der Konsum sämtlicher Speisen und (lokal produzierter) Getränke bereits im Preis inbegriffen ist. Je nach Unterkunfts- und Preiskategorie können weitere Leistungen in einem All-Inclusive-Paket enthalten sein, wie z.B. importierte alkoholische Getränke, die Nutzung von Wellnessangeboten und Fitnessseinrichtungen oder die Teilnahme an Sport- und Freizeitaktivitäten.

All-Inclusive-Angebote erfreuen sich generell großer Beliebtheit und wiesen in der Vergangenheit große Wachstumsraten auf. Speziell im Segment Bade- und Strandurlaub sind All-Inclusive-Hotels und -Resorts gängige Bestandteile von Reiseangeboten, beispielsweise für Pauschalreisen an die Mittelmeerküsten Europas und Nordafrikas, in die Karibik oder nach Südostasien. Nicht zu Unrecht werden All-Inclusive-Pauschalreisen deshalb auch häufig mit Massentourismus gleichgesetzt, der sich in der kilometerlangen Agglomeration von großen Hotel- und Resortanlagen entlang zahlreicher Küsten widerspiegelt.

Trotz oder vielleicht gerade wegen des enormen Booms der All-Inclusive-Reisen spielte dieses Segment für die EZ nie eine besondere Rolle. Im Gegenteil, man grenzt sich bewusst von diesem massentouristischen Phänomen ab, da man ihm weder eine armutsmindernde Wirkung noch ökologische Verträglichkeit zuschrieb. Angesichts des zunehmenden Wachstums des All-Inclusive-Tourismus in vielen entwicklungspolitisch relevanten Ländern und Regionen (insbesondere in kleinen Inselstaaten) stellt sich jedoch die Frage, ob diese Haltung langfristig zielführend ist. Hinzu kommt, dass die negativen ökonomischen, sozialen und ökologischen Wirkungen, die gemeinhin mit All-Inclusive-Tourismus assoziiert werden, bisher weder umfassend untersucht wurden noch überzeugend belegt werden konnten. Deshalb besteht nach wie vor ein großer Bedarf, die sozioökonomischen Wirkungen von All-Inclusive-Resorts anhand von Fallbeispielen systematisch zu erfassen und zu analysieren.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Als Grundlage für die Untersuchung wurde ein Fragebogen entwickelt, mit dessen Hilfe die für die sozioökonomische Analyse benötigten Daten und Fakten erhoben werden konnten. Dieser richtet sich primär an die Geschäftsführung und die einzelnen Abteilungen (Personalwesen, Food & Beverage, Buchhaltung etc.) der jeweiligen All-Inclusive-Resorts. Neben allgemeinen Informationen zu den untersuchten Betrieben (Anzahl der Zimmer, Belegungsrate etc.) werden über den Fragebogen detaillierte Informationen zu den Beschäftigten, zum Einkauf von Waren und Dienstleistungen, zum Serviceangebot sowie zum sozialen und ökologischen Engagement in der Destination abgefragt. Der Fragebogen selbst wurde modular angelegt, damit die betreffenden Abteilungen jeweils die für sie relevanten Informationen zusammentragen und nach einem standardisierten Schema aufbereiten konnten. Die Auswertung der Daten erfolgte überwiegend in Form von Tabellen und Graphiken sowie anhand von Schlüsselindikatoren (Festangestellte pro Hotelzimmer, Verhältnis zwischen Gehalt und gesetzlichem Mindestlohn, Ausgaben für Qualifizierung pro Beschäftigtem, Verhältnis zwischen lokal produzierten Wareneinkäufen und Importwaren etc.).

Zur Ergänzung wurde ein zweiter Fragebogen entwickelt, der sich an die Beschäftigten richtet und Aufschluss über deren sozioökonomische Arbeits- und Lebensbedingungen geben sollte. Dieser Fragebogen wurde bei persönlichen Interviews eingesetzt, die im Verlauf der Untersuchung mit einer repräsentativen Auswahl von Beschäftigten in den unteren Lohngruppen durchgeführt wurden. Die Mitarbeiterbefragung diente gleichzeitig zur Prüfung der Plausibilität der mit Hilfe des erstgenannten Fragebogens erzielten Ergebnisse. Die Untersuchung begann mit einem Pilot-Resort, an dem die Methodik getestet wurde. In der Folge konnten dann weitere All-Inclusive-Resorts unterschiedlicher internationaler Hotelketten für die Teilnahme an der Untersuchung gewonnen werden, sodass insgesamt acht Betriebe in drei Destinationen (Dominikanische Republik, Jamaika, Nicaragua) analysiert wurden.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Die wesentlichen Ergebnisse der sozioökonomischen Analyse von All-Inclusive-Resorts lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Die untersuchten All-Inclusive-Resorts schafften zwischen 0,5 und 1,9 Arbeitsplätze pro Hotelzimmer. Die Beschäftigten stammen nahezu alle aus dem Land, in dem sich das Resort befindet. Nur wenige Führungspositionen sind mit Ausländern besetzt. Mit Ausnahme des Fallbeispiels in Nicaragua beschäftigen die Betriebe ausschließlich Festangestellte.
- Die Gehälter setzen sich aus einem Basislohn und Sozialversicherungsbeiträgen zusammen. Hinzu kommt in der Dominikanischen Republik eine gesetzlich festgelegte Trinkgeldpauschale sowie in Jamaika eine Umsatzbeteiligung. In sämtlichen All-Inclusive-Resorts liegen die Gehälter in den untersten Lohngruppen über den zum Zeitpunkt der Untersuchung in den jeweiligen Ländern geltenden gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlöhnen für den Tourismussektor.
- Alle Beschäftigten erhalten zusätzliche Leistungen wie kostenlosen Transport zum Arbeitsplatz/Wohnort, kostenlose Mahlzeiten während der Arbeitszeit und kostenlose Unterkunft (sofern erforderlich). Die Gehälter einschließlich Zusatzleistungen sind etwa 2,1–4,7-mal so hoch wie der vorgeschriebene Mindestlohn. Für Beschäftigte mit direktem Gästekontakt sind zudem die Trinkgeldeinnahmen von großer Bedeutung, die sich bei guter Bettenbelegung auf monatlich 100 US-Dollar und mehr belaufen können.
- Je luxuriöser und höherpreisig die All-Inclusive-Resorts sind, desto mehr Arbeitsplätze pro Hotelzimmer schaffen sie und desto höher sind auch die Gehälter in den untersten Lohngruppen.
- Eine Mehrheit der Beschäftigten, die vorher in anderen Branchen tätig gewesen waren, bewerteten das Lohnniveau und die Arbeitsbedingungen in den Resorts als vergleichsweise besser bzw. deutlich besser. Entgegen der

weitverbreiteten Ansicht werden 70–90% der Waren von den All-Inclusive-Resorts im Land selbst bezogen. Besonders hoch waren die Importquoten vor allem bei Produkten, die entweder gar nicht oder nicht in der erforderlichen Qualität in den Ländern erzeugt werden können (z.B. Käse, Butter, Markenspirituosen) oder für deren Produktion nicht genügend Anbaufläche zur Verfügung steht (z.B. in Inselstaaten in der Karibik).

Für eine Reihe von Dienstleistungen haben die Resorts Serviceverträge mit lokalen Unternehmen oder Einzelpersonen abgeschlossen. Dies betrifft etwa die Bereiche Sicherheitservice, Gartenpflege, Personaltransport und Unterhaltung. Die Ausflugsprogramme werden von den Reiseveranstaltern organisiert, die wiederum mit lokalen Agenturen, Reiseleitern und Transportunternehmen zusammenarbeiten.

Insgesamt haben die Analysen ergeben, dass All-Inclusive-Resorts einen substantiellen Beitrag zur Schaffung von Arbeitsplätzen sowie zur direkten und indirekten Förderung der lokalen Wirtschaft leisten können. Nicht die Betriebsform All-Inclusive ist somit ausschlaggebend für die Erreichung von armutsmindernden Effekten, sondern die Frage, inwieweit ein Land möglichst viele der von den Hotels/Resorts und deren Gästen gekauften Waren und Dienstleistungen in der erforderlichen Qualität selbst produzieren und Arbeitskräfte auch für qualifizierte Tätigkeiten bereitstellen kann. Genau hier kann die Entwicklungszusammenarbeit wertvolle Unterstützung leisten (z. B. durch Capacity Development und den Aufbau lokaler Wertschöpfungsketten). Eine Konzentration auf All-Inclusive-Tourismus ist jedoch zu vermeiden, da diese zahlreiche Probleme mit sich bringen kann, wie die starke Abhängigkeit von internationalen Reiseveranstaltern, die Übernutzung lokaler Ressourcen und Migrationsprobleme. Wichtig ist vielmehr die Existenz eines breiten touristischen Angebotes, das auch anderen lokalen Tourismusanbietern Marktperspektiven eröffnet.

Analyse der sozioökonomischen Wirkungen von All-Inclusive-Hotels und -Resorts (Teilergebnisse)						
Untersuchte Länder und Resorts	Festangestellte pro Hotelzimmer	Anteil der Saisonkräfte (%)	Monatlicher gesetzlicher Mindestlohn im Tourismussektor	Gehalt der untersten Lohngruppe ¹	Gehalt der untersten Lohngruppe + Zusatzleistungen ²	Verhältnis des Gehalts inkl. Zusatzleistungen zum Mindestlohn
Nicaragua 1 Vier-Sterne-Resort	0,5	42%	88 US\$ (2002)	114 US\$	182 US\$	2,1 : 1
Dominikanische Republik 5 Vier-Sterne-Resorts	1,1	0%	110 US\$ (2003)	182 US\$	272 US\$	2,5 : 1
Jamaika 2 Fünf-Sterne-Resorts	1,9	0%	139 US\$ (2004)	456 US\$	656 US\$	4,7 : 1

1) Basislohn + Sozialversicherungen + gesetzlich festgelegte Trinkgeldpauschale (Dominikanische Republik) bzw. Umsatzbeteiligung (Jamaika)
2) Kostenloser Transport zum Arbeitsplatz/Wohnort, kostenlose Unterkunft, kostenlose Mahlzeiten während der Arbeitszeit

DIVERSIFIZIERUNG DES TOURISTISCHEN ANGEBOTES IN TUNESIEN

- LAND:** Tunesien
- PROJEKTTITEL:** Entwicklung nachhaltiger Konzepte für den Saharatourismus in der Region Tozeur (seit 2012)
- PARTNER:** Chambre pour le Développement du Tourisme Oasien et Saharien (CDTOS)
- INFORMATION:** www.giz.de/de/weltweit/19742.html



HINTERGRUND UND ZIELE

Tourismus hat sich in Tunesien in den letzten Jahrzehnten zu einem der wichtigsten Wirtschaftszweige des Landes entwickelt. 2010 wurden knapp 7 Mio. internationale Ankünfte und über 35 Mio. Übernachtungen verzeichnet. Damit erwirtschaftete der Tourismus 8,5 % des Bruttoinlandsproduktes und 17 % der Devisen. Im Januar 2011 begann in Tunesien der Arabische Frühling mit der Vertreibung des autoritären Regimes unter Ben Ali. Heute ist das Land das einzige in Nordafrika, in dem der Demokratisierungsprozess trotz einiger Rückschläge noch voranschreitet. Für die damit verbundene politische Instabilität zahlte das Land jedoch einen hohen Preis: Die Wirtschaft schrumpfte und der Tourismus brach im Jahr 2011 um etwa ein Drittel ein. Noch dramatischer stellt sich die Situation im Landesinnern und im Süden dar. Im Regierungsbezirk Tozeur betrug die Verluste um die 70 %. Viele Hotels und Reiseagenturen mussten schließen und ihre Angestellten entlassen. Im Auftrag des BMZ ist die GIZ in mehreren Programmen tätig, die eine Stabilisierung und Erneuerung der Wirtschaft und die Schaffung von Arbeitsplätzen zum Ziel haben, darunter auch im Tourismus. Das PAEI (Programme d'Appui à l'Entreprenariat et l'Innovation = Programm zur Unternehmensförderung und Innovation) unterstützt seit Dezember 2012 den Regierungsbezirk Tozeur bei der Neupositionierung seiner Tourismuswirtschaft.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Das Projekt besteht bisher aus vier Komponenten:

- Analyse der Ausgangssituation und Identifizierung von Potenzialen
- Durchführung eines zweitägigen *Stakeholder-Workshops* um zukünftige Entwicklungsziele der Region zu diskutieren
- Begleitung einer neu entstandenen DMO
- Unterstützung von innovativen touristischen Leistungsträgern bei der Entwicklung eines Nachhaltigkeits-Zertifizierungssystems

Die Analyse ergab, dass der Tourismus in Tozeur schon vor der 'Jasmin-Revolution' mit strukturellen Schwierigkeiten zu kämpfen hatte, die vor allem daher rührten, dass das *All-Inclusive-Modell* des Küstentourismus von auswärtigen Investoren ohne Bedenken auf diese Wüsten- und Oasenregion übertragen wurde. In Zukunft soll ein besser integrierter Tourismus entwickelt werden, wie beispielsweise Boutique-Hotels und private Gästezimmer in historischen Gebäuden oder geführte Wanderungen und Agro-Tourismus. Solche alternativen Angebote sind ansatzweise vorhanden, aber sie werden staatlicherseits kaum gefördert und vielen Akteuren im Tourismus fehlt ein grundlegendes Verständnis dafür.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- Gründung einer regionalen DMO, der CDTOS (Chambre pour le Développement du Tourisme Oasien et Saharien = Kammer für die Entwicklung des Oasen- und Saharatourismus), der sowohl NGOs, wie z.B. die ASM (Association de Sauvegarde de la Médina = Verband zur Bewahrung der Altstadt), als auch Touristiker angehören.
- In Kooperation mit der CDTOS, der ASM und dem Unternehmensverband Dar Tunisia werden außerdem Möglichkeiten untersucht, Boutique-Hotels (*hôtels de charme*) und private Gästezimmer (*chambres d'hôte*) als nachhaltige Tourismusunternehmen zu zertifizieren. Ziel ist es, diese meist kleinen und innovativen Unternehmen darin zu unterstützen, sich als Marke zu etablieren. Ökologische und soziale Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil dieser für Tunesien neuartigen Tourismusformen und Bestandteil des Leitbildes von Dar Tunisia.



VERBESSERUNG DER ARBEITSMARKTFÄHIGKEIT BENACHTEILIGTER JUGENDLICHER

- LÄNDER:** Costa Rica, Ägypten, Äthiopien, Kenia, Vietnam
- PROJEKTTITEL:** Förderung der Armutsminderung durch die Einführung eines Programms zur Steigerung der jugendlichen Beschäftigungsfähigkeit
- PARTNER:** *International Tourism Partnership (ITP)*/
International Business Leaders Forum (IBLF)
- INFORMATION:** www.youthcareerinitiative.org



HINTERGRUND UND ZIELE

Der Tourismus und insbesondere die Hotellerie zählen weltweit zu den arbeitsintensivsten Wachstumsbranchen. Dabei spielen die global tätigen großen Hotelgruppen eine führende Rolle, indem sie nicht nur Einstiegschancen, sondern auch gute Karriereperspektiven für geringer qualifizierte Menschen bieten. Gerade Jugendlichen aus armen Verhältnissen ist der Zugang zu Dienstleistungsarbeitsplätzen oft aufgrund mangelnder Grundqualifizierung verwehrt. Dieser Herausforderung hat sich die sogenannte *»Youth Career Initiative« (YCI)* 1995 mit einem Pilotprojekt in Thailand unter dem Namen *»Youth Career Development Program«* angenommen, in dem Jugendliche aus armen ländlichen Regionen nach ihrem Sekundarschulabschluss in einem von UNICEF Thailand finanzierten 20-wöchigen *»Lebens- und Arbeitskompetenz«* Ausbildungsprogramm (später wurde dieses auf 24 Wochen erweitert) in internationalen Hotels für den Einstieg ins Berufsleben vorbereitet werden. Dieser Einstieg ist dort weit mehr als 1.200 jungen Menschen nach Absolvierung des Trainings gelungen – nicht nur im Tourismus, sondern auch in anderen Dienstleistungsbranchen wie Gesundheit, Finanzen, IT etc.

Die *International Tourism Partnership (ITP)*, eine der wichtigsten Kooperationsplattformen führender Hotelunternehmen im Bereich Umwelt und soziale Verantwortung, hat die YCI als eine ihrer weltweiten Programme positioniert und setzt gemeinsam mit Entwicklungsorganisationen, Regierungen, NGOs und lokal operierenden Hotels in Entwicklungs- und Schwellenländern nationale YCI-Initiativen um.

Im Auftrag des BMZ unterstützte die GIZ im Rahmen einer Entwicklungspartnerschaft mit dem Privatsektor die Ausweitung der YCI in fünf Ländern mit Schwerpunkt auf Afrika (Ägypten, Äthiopien, Kenia, Costa Rica und Vietnam).

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Voraussetzung für die YCI-Implementierung in einem neuen Land ist die Bereitschaft dortiger internationaler Hotels, die Qualifizierung mit ihren Ressourcen durchzuführen: vor allem mit Management-Personal, Zugang zu Schulungsräumen und Unterrichtsmaterialien, Uniformen, Verpflegung und Fahrtkostenzulagen. Zudem ist die Partnerschaft mit lokalen NGOs, welche Zugang zu Jugendlichen aus benachteiligten Verhältnissen mit Sekundarschulabschluss haben, unabdingbar. Wenn diese Voraussetzungen gegeben sind, wird das Programm in den Hotels eingeleitet und ein qualifizierter lokaler YCI-Koordinationspartner ausgewählt, um die Kooperation zwischen diesen Akteuren und den relevanten öffentlichen Stellen aus dem Bereich Ausbildung, Jugendförderung und Tourismus zu organisieren und zu betreuen.

Kern des YCI-Programms ist ein 6-monatiges Training der Jugendlichen unter der Verantwortung des Management-Teams der Hotels, wobei die grundlegenden Arbeits- und Lebenskompetenzen der Teilnehmer, wie persönliches Auftreten, Finanzmanagement, Serviceorientierung, Sprachkenntnisse etc., verbessert und damit ihre Chancen am Arbeitsmarkt, insbesondere im touristischen und sonstigen Dienstleistungssektor, erhöht werden. Die Absolventen werden nach dem YCI-Training weiter betreut, bis sie ihren Berufseinstieg gefunden haben.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- 10 Hotels haben das Ausbildungsprogramm in diesen Märkten durchgeführt, mindestens 10 weitere Hotels sollen 2014–2015 folgen.
- 105 Jugendliche haben das Programm absolviert, für 2014 wird mit 58 neuen Absolventen gerechnet. Mehr als 85 % der Absolventen erhielten eine Festanstellung oder haben ihre Ausbildung fortgesetzt.
- Das Programm wird in Costa Rica, Äthiopien und Vietnam weitergeführt. Ägypten strebt eine Neuauflage der YCI für 2015 an und Kenia hat für 2014 ein Pilotprojekt geplant.

Handlungsfeld: Gemeinde- & Kommunalentwicklung

ÜBERBLICK UND HERAUSFORDERUNGEN

Infolge der Dezentralisierungsreformen, die in vielen Kooperationsländern stattgefunden haben, spielen die lokalen Regierungen eine immer wichtigere Rolle bei der Gestaltung eines förderlichen Umfeldes für die Wirtschaftsentwicklung. Die Gemeinde- und Kommunalentwicklung gehört daher zu den Kernaufgaben der deutschen EZ. Ziel ist es, über die Verbesserung der regionalen Standortbedingungen eine solide Basis für die wirtschaftliche Entfaltung von Gemeinden und Kommunen zu schaffen. In der Praxis bedeutet dies, den Zugang zu Märkten, beruflicher Qualifizierung und Finanzdienstleistungen zu erleichtern, Investitionen in die lokale Infrastruktur (Transport, Kommunikation, Energie, Gesundheit) zu fördern und geeignete Maßnahmen zur Ernährungssicherung, zur nachhaltigen Landbewirtschaftung und zum Schutz der natürlichen Ressourcen zu ergreifen.

KOMMUNALE TOURISMUSFÖRDERUNG

In den letzten zwei Jahrzehnten hat sich gezeigt, dass auch der Tourismus von internationalen Geberorganisationen zunehmend als wichtiges Element zur Förderung einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung auf kommunaler Ebene eingestuft wird. Denn viele periphere, ländlich geprägte Räume, Schutzgebiete sowie Küsten- und Gebirgsregionen der Kooperationsländer zeichnen sich durch eine sehr attraktive, oftmals einzigartige naturräumliche Ausstattung und ein reiches Kulturerbe aus, die eine touristische Förderung sinnvoll und erfolgsversprechend erscheinen lassen.

In der Vergangenheit ist deshalb weltweit eine Vielzahl kommunaler Tourismusprojekte im Auftrag des BMZ sowie weiterer deutscher und internationaler

Geberorganisationen und NGOs initiiert worden. Allen Projekten gemein ist das Bestreben, den Tourismus als Instrument zur Armutsminderung zu nutzen, indem alternative oder neue Einkommensquellen für die lokale Bevölkerung erschlossen und Synergien zu anderen entwicklungspolitischen Zielen der Gemeinde- und Kommunalentwicklung (*Capacity Development*, Infrastrukturverbesserung, nachhaltiges Ressourcenmanagement etc.) hergestellt werden. Unter Berücksichtigung der lokalen Rahmenbedingungen und Tourismuspotenziale konzentrieren sich die kommunalen Tourismusprojekte hauptsächlich auf Nischenmärkte und deren Produkte (Ökotourismus, Agrotourismus, Ethnotourismus etc.) und grenzen sich damit bewusst vom touristischen Massenmarkt ab. Das Angebotsspektrum im Beherbergungsbereich reicht von *Homestay*-Angeboten über Unterkünfte einfachen und mittleren Standards bis hin zu luxuriösen *Ecolodges*. Über den Tourismus soll letztlich eine Diversifizierung der lokalen Ökonomie erreicht werden, die speziell jungen Menschen und Frauen Beschäftigungs- und Entwicklungsperspektiven eröffnet.

DER »COMMUNITY-BASED TOURISM«-ANSATZ

In konzeptioneller und strategischer Hinsicht hat sich bei der Umsetzung kommunaler Tourismusprojekte durch internationale Geberorganisationen und NGOs vornehmlich der »Community-Based Tourism«-Ansatz (*CBT*) durchgesetzt. Zwar existiert für diesen Ansatz bzw. Begriff keine allgemeingültige Definition. *CBT* spiegelt jedoch in jedem Fall den Anspruch wider, dass ein signifikanter Anteil der lokalen Bevölkerung in großem Maße kontrollierenden Einfluss auf die Entwicklung und das Management des Tourismus nimmt, wobei die touristischen Einnahmen und sonstige durch den Tourismus entstehende Vorteile überwiegend der betreffenden Gemeinde oder Kommune zugutekommen sollen. Es geht somit um eine weitreichende politische und ökonomische Teilhabe der lokalen Bevölkerung an der Tourismusentwicklung (*Bottom-up*-Ansatz), die ihr eine aktive gestaltende Rolle sichert (*Ownership*) und ihre Handlungskompetenzen stärkt (*Empowerment*). In welcher Form dem Partizipationsanliegen Rechnung getragen wird, hängt dabei von den jeweiligen lokalen Rahmenbedingungen ab. So können entweder die gesamte *Community* oder Teile einer *Community* (z. B. einige Familien) an der Planung, Steuerung und Umsetzung eines Tourismusprojektes beteiligt sein; ebenso ist auch ein *Joint Venture* zwischen der *Community* oder einzelnen Mitgliedern und anderen Geschäftspartnern denkbar.

KRITISCHE BILANZ

Bei einer Vielzahl bereits durchgeführter Tourismusprojekte hat der Tourismus unter aktiver Partizipation der lokalen Bevölkerung bereits erfolgreich zur Förderung der Gemeinde- und Kommunalentwicklung beigetragen. Ein Beispiel ist das *CBT*-Projekt »*Ecolodge Chalalan*« (www.chalalan.com) im bolivianischen Nationalpark Madidi. Durch den Bau und den profitablen Betrieb einer Ökolodge konnte erreicht werden, dass 50% der Einnahmen direkt an die benachbarte Gemeinde fließen, wovon einerseits die 70 am Projekt beteiligten Familien profitieren und andererseits Dorfentwicklungsprojekte (z. B. der Bau einer Krankenstation) finanziert werden.

Solche und ähnliche Beispiele können und dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass in der Gesamtbetrachtung viele Projekte erhebliche Defizite und Probleme aufweisen und nicht die gewünschten Erfolge erzielen. Dies wird nicht zuletzt durch zahlreiche Projektevaluierungen seitens der internationalen Geberorganisationen dokumentiert. Wo liegen die Hauptprobleme?

SERVICELISTUNGEN DES GIZ-SEKTORVORHABENS »NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DURCH TOURISMUS« (IM AUFTRAG DES BMZ) ZUM HANDLUNGSFELD »GEMEINDE- & KOMMUNALENTWICKLUNG«

- Touristische Machbarkeitsstudien und kommunale Tourismusleitbilder und -konzepte (mit *CBT*-Ansatz)
- *Stakeholder*- und Netzwerkanalysen
- Touristische Marketingkonzepte, Marketingberatung und Aufbau wettbewerbsfähiger Vertriebsstrukturen
- Organisationsberatung und -entwicklung zur Etablierung leistungsfähiger Managementstrukturen im Tourismus
- *Capacity-Development*-Programme im Tourismus für Gemeinden und Kommunen
- Aufbau strategischer Partnerschaften zwischen *Communities* und Akteuren des touristischen Privatsektors
- Initiierung und Durchführung kommunaler EPW-Projekte
- Entwicklung von Monitoringsystemen

Tourismusförderung ist oftmals nur eine Teilkomponente umfassender Projekte zur Gemeinde- und Kommunalentwicklung oder wird erst im Verlauf eines Projektes als sinnvoller Beitrag erkannt. So gibt es vor Ort zwar erfahrene Experten im Bereich *Community Development*, die für die Durchführung des jeweiligen Projektes Verantwortung tragen, Tourismusfachleute jedoch sind in der Regel nicht beteiligt. Aus diesem Grund mangelt es vielen Projekten und Maßnahmen zur kommunalen Tourismusförderung

grundsätzlich an der notwendigen Professionalität bei der Vorbereitung, Planung und Umsetzung, was zu unrealistischen Einschätzungen und letztlich zu Fehlentscheidungen führt.

Bereits bei der Auswahl der Projektregionen zeigt sich vielfach, dass diese nicht die Mindestanforderungen an touristische Destinationen erfüllen, etwa wenn es um Fragen der Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit, des touristischen Potenzials oder der notwendigen lokalen Infrastrukturmaßnahmenbedingungen geht, sodass Tourismusentwicklung von vornherein sehr schwierig, wenn nicht gar unmöglich ist.

Der Anspruch, die gesamte oder zumindest große Teile der *Community* am Projekt bzw. an der Tourismusentwicklung teilhaben zu lassen, ist zwar aus entwicklungspolitischer Perspektive nachvollziehbar, hat sich in der praktischen Umsetzung jedoch häufig als schwer realisierbar erwiesen. Zum einen sind *Communities* keine homogenen Gebilde, sondern durch unterschiedliche Interessenlagen, ungleiche Machtverhältnisse und eine vielfältige ethnische Zusammensetzung geprägt. Zum anderen verfügt die lokale Bevölkerung in der Regel über keinerlei Erfahrung mit dem Tourismus, sodass sie mit ihrer neuen Rolle als individueller oder kollektiver Tourismusunternehmer – zumal unter internationalen Wettbewerbsbedingungen – überfordert ist. Auch zeigen die Erfahrungen vieler Projekte, dass die aktive und umfassende Beteiligung der *Community* an Entscheidungen zur künftigen Tourismusentwicklung nur dann zu mehr *Ownership* und *Empowerment* auf Seiten der lokalen Akteure führen, wenn keine unrealistischen Erwartungen geweckt werden und wenn aus der politischen Partizipation auch materielle Vorteile resultieren.

Ein weiteres, ebenfalls sehr häufig anzutreffendes Problem sind die unzureichende Marktforschung und -kenntnis sowie fachliche Defizite beim Tourismusmarketing. Das Marktpotenzial der jeweiligen Destination und ihrer Produkte wird vielfach überschätzt. Zudem besteht generell die Tendenz, sich vornehmlich auf die internationalen Quellmärkte zu konzentrieren, ohne genauer zu analysieren, welche Chancen etwa auch die regionale und nationale Nachfrage bieten. Darüber hinaus werden Tourismusprodukte oftmals zu sehr aus dem lokalen Blickwinkel heraus entwickelt, ohne dabei deren Marktfähigkeit im Auge zu haben. Die daraus resultierende mangelhafte Zielgruppenorientierung sowie die fehlende Attraktivität und Qualität vieler Tourismusprodukte führen letztlich dazu, dass sie nicht in ausreichendem Maße wettbewerbsfähig sind. Hinzu kommt, dass im Verlauf der Projekte selten professionelle Vertriebsstrukturen aufgebaut werden. Diese sind aber zwingend erforderlich, um eine Destination und ihre touristischen Produkte langfristig erfolgreich zu vermarkten.



Trotz der beschriebenen Probleme und Defizite wäre es jedoch voreilig, eine auf dem *Bottom-up*-Ansatz basierende kommunale Tourismusförderung für gescheitert oder für nicht zielführend zu erklären. Vielmehr gilt es, kommunale Tourismusprojekte künftig in allen Phasen professioneller zu gestalten sowie methodisch und strategisch neu auszurichten.

SCHLÜSSELFRAGEN UND BERATUNGSANSÄTZE

WIE KANN MAN FESTSTELLEN, OB EINE GEMEINDE/KOMMUNE FÜR EINE TOURISTISCHE ENTWICKLUNG GEEIGNET IST?

Das ländliche Ambiente und die subjektiv empfundene Schönheit von Landschaften und kulturellen Reizen verleiten dazu, Gemeinden und Kommunen allzu schnell touristisches Entwicklungspotenzial zuzuschreiben, ohne dass dies aus fachlicher Sicht immer gerechtfertigt wäre. Eine unzureichende Analyse und die damit einhergehende Überschätzung des Tourismus als Instrument zur Kommunalentwicklung und Armutsminderung weckt letztlich unrealistische Erwartungen und führt zu falschen Planungen sowie zu Fehlinvestitionen. Diese gilt es in Zukunft zu vermeiden.

Bevor man entscheidet, ob Tourismus gefördert wird, sollte die betreffende Gemeinde/Kommune zunächst hinsichtlich ihrer Eignung für eine touristische Entwicklung überprüft werden (*Rapid Destination Assessment*). Zwar bedeutet eine solche Eignungsprüfung einen höheren zeitlichen und finanziellen Aufwand, dieser lässt sich jedoch rechtfertigen, wenn dadurch eine fundierte Situationsanalyse und realistische Entscheidungen ermöglicht bzw. Fehlentwicklungen vermieden werden. Hierbei sollten nicht nur Gemeinden und Kommunen in Betracht gezogen werden, die am Anfang einer möglichen Tourismusentwicklung stehen, sondern auch solche, die bereits touristisch aktiv sind. Denn ein bereits existierendes touristisches Engagement allein gibt nicht zwangsläufig Aufschluss darüber, ob eine technische und finanzielle Unterstützung dieses Sektors auch wirklich zielführend ist. Vielmehr muss grundsätzlich zwischen der Förderung des Tourismus und der Förderung anderer (vorhandener oder denkbarer) Wirtschaftssektoren und Landnutzungsformen (z.B. Waldbewirtschaftung, Landwirtschaft, Fischerei) abgewogen werden, um die lokale Wirtschaft bestmöglich voranzubringen und zu entwickeln.

Ein *Rapid Destination Assessment* dient somit dazu, in möglichst kurzer Zeit relevante Schlüsselaspekte zu erfassen, um die Sinnhaftigkeit einer touristischen Förderung aus entwicklungspolitischer Perspektive einzuschätzen.

Diesbezüglich sind sechs wesentliche Untersuchungsfelder zu betrachten: das touristische Potenzial, das touristische Angebot, die tourismusrelevante Infrastruktur, die lokalen Rahmenbedingungen, die Konkurrenzsituation und eine Reihe weiterer tourismusrelevanter Einflussfaktoren. Für alle Untersuchungsfelder müssen entsprechende Kriterien und Indikatoren entwickelt werden, die dann im Zuge einer Vor-Ort-Untersuchung zu überprüfen und zu bewerten sind.

Bei der Einschätzung des touristischen Potenzials steht die Frage im Vordergrund, ob die jeweilige Gemeinde/Kommune ausreichende Attraktivität für nationale und/oder internationale Touristen besitzt. Neben einer Beurteilung der Attraktivität vorhandener natürlicher und kultureller Ressourcen sollte hierbei u.a. auch untersucht werden, ob die Gemeinde/Kommune über ein touristisches Alleinstellungsmerkmal (*unique selling proposition*) verfügt, durch das es sich von anderen Destinationen abhebt (z.B. Thermalquellen). Weiterhin ist das (vorhandene oder mögliche) touristische Angebot zu betrachten, und im Rahmen der Untersuchung muss geklärt werden, ob die betreffende Gemeinde/Kommune (perspektivisch) in der Lage ist, touristische Dienstleistungen und/oder Waren in der erforderlichen Qualität anzubieten. Bei der touristischen Infrastruktur muss vor Ort geprüft werden, inwieweit eine Basisinfrastruktur (z.B. Energieversorgung, Trinkwasserverfügbarkeit, Kommunikationsinfrastruktur, Gesundheitsversorgung) vorhanden ist, die eine touristische Entwicklung möglich macht. Besondere Aufmerksamkeit ist dabei auf die verkehrsinfrastrukturelle Anbindung sowie die Entfernung zu wichtigen Tourismuszentren (z.B. größere Städte) zu richten. Mit Blick auf die lokalen Rahmenbedingungen gilt es der Frage nachzugehen, ob die Gemeinde/Kommune ein veritables Interesse an einer touristischen Entwicklung hat und ob im Falle einer touristischen Entwicklung ein ausreichender Schutz der kulturellen Identität und anderer relevanter Menschenrechte der Bevölkerung bestünde. Aufschluss hierüber können eine *Stakeholder*-Analyse und persönliche Gespräche mit wichtigen lokalen Akteuren (darunter auch Angehörige armer und benachteiligter Bevölkerungsgruppen wie z.B. indigene Völker) geben. Zur besseren Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit müssen zudem mögliche Konkurrenzdestinationen identifiziert und u.a. deren Marktpositionierung sowie mögliche Synergien und Kooperationspotenziale zur gemeinsamen Vermarktung beurteilt werden. Zu guter Letzt sind weitere tourismusrelevante Einflussfaktoren in Betracht zu ziehen, die eine erfolgreiche touristische Entwicklung der Gemeinde/Kommune behindern könnten. Hierzu zählen etwa Sicherheitsprobleme, Gesundheitsrisiken oder auch der Mangel an lokalen Arbeitskräften.

Auf Basis der Untersuchungsergebnisse und unter Berücksichtigung weiterer Wirtschaftssektoren kann dann entschieden werden, ob ein kommunales Tourismus-



projekt initiiert werden soll, und wenn ja, in welcher Form.

WORAUF IST BEI DER TOURISMUSENTWICKLUNG IN GEMEINDEN/KOMMUNEN ZU ACHTEN?

Bevor mit der eigentlichen Tourismusplanung begonnen werden kann, muss zunächst eine detaillierte Analyse der Ausgangssituation (Status-quo-Analyse) in der betreffenden Gemeinde/Kommune durchgeführt werden. Als wichtige Grundlage sollten hierfür die Ergebnisse des *Rapid Destination Assessments* herangezogen werden, die durch weitere Vor-Ort-Untersuchungen zu ergänzen sind (z.B. durch eine *Livelihood*- und eine Wertschöpfungskettenanalyse).

Hinsichtlich der sich anschließenden Planungsphase ist zu beachten, dass ein nachhaltiges und partizipativ angelegtes Tourismus- bzw. Destinationsmanagement eine gemeinsame touristische Vision für die Gemeinde/Kommune und professionelle Organisationsstrukturen erfordert. Die lokalen Akteure sind dabei frühzeitig an Planungs- und Entscheidungsprozessen zu beteiligen, damit sie selbstständig ihre Interessen und Bedürfnisse vertreten können

und sich stärker mit dem Tourismusprojekt identifizieren. Ein uneingeschränkter, absoluter Partizipationsansatz ist allerdings weder realistisch noch praxistauglich. Nicht jeder kann und muss an allem politisch partizipieren, damit ein substanzieller lokaler Einfluss auf die Tourismusentwicklung gewahrt ist. Vielmehr sollte das Ziel verfolgt werden, leistungsfähige Organisations- und Entscheidungsstrukturen aufzubauen, die unter Berücksichtigung der spezifischen Rahmenbedingungen vor Ort eine faire und zugleich praktikable politische Teilhabe auch armer und benachteiligter oder vom Tourismusprojekt besonders betroffener Bevölkerungsgruppen (z.B. indigene Völker) ermöglichen. Die Durchführung von *Stakeholder*- und Netzwerkanalysen ist hierbei ein ebenso wichtiges Instrument wie die partizipative Entwicklung eines kommunalen Tourismusleitbildes oder die gemeinsame Erarbeitung von Verhaltenskodizes. Darüber hinaus wird dringend empfohlen, beim Aufbau und Betrieb einer kommunalen Destinationsmanagementorganisation oder vergleichbarer lokaler Organisationseinheiten (z.B. eines kommunalen Tourismuskomitees) neben Vertretern der Zivilgesellschaft

TIPPS FÜR DIE PRAXIS IV
STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE ZUR ÜBERPRÜFUNG DER EIGNUNG VON GEMEINDEN/
KOMMUNEN FÜR EINE TOURISTISCHE ENTWICKLUNG (RAPID DESTINATION ASSESSMENT)

Siehe auch
Tipps für die Praxis
V, VI

Strategische Ansatzpunkte	Instrumente	Strategische Ansatzpunkte	Instrumente
<p>TOURISTISCHES POTENZIAL Die Kernfrage: Besitzt die Gemeinde/Kommune ausreichende Attraktivität für nationale und/oder internationale Touristen? Auswahl an wichtigen Kriterien:</p> <ul style="list-style-type: none"> Attraktivität natürlicher Ressourcen (Artenvielfalt der Flora und Fauna, unterschiedliche Ökosysteme, attraktives Landschaftsbild, spezielle Attraktionen wie Wasserfälle oder seltene Tierarten) Gastfreundschaft der lokalen Bevölkerung Attraktivität kultureller Ressourcen (historische Denkmäler, Museen, lokale Traditionen und Feste, typische lokale Gerichte, lokale Handarbeit und Souvenirs) Touristisches Alleinstellungsmerkmal (z. B. Thermalquellen) Saisonalität (z. B. Regenzeiten) 	<ul style="list-style-type: none"> Checkliste mit Kriterien und Indikatoren Vor-Ort-Untersuchung (Besuch tourismusrelevanter Einrichtungen, Orte und Highlights) 	<p>KONKURRENZ Kernfrage: Kann die Gemeinde/Kommune allein bzw. gemeinsam mit anderen Destinationen im touristischen Wettbewerb bestehen? Auswahl an wichtigen Kriterien:</p> <ul style="list-style-type: none"> Marktpotenzial und -positionierung der Konkurrenzdestinationen im Vergleich zur Gemeinde/Kommune Differenzierungspotenzial der Gemeinde/Kommune gegenüber Konkurrenzdestinationen bzgl. des touristischen Angebots Allgemeines Geschäfts- und Investitionsklima in der Gemeinde/Kommune im Vergleich zu Konkurrenzdestinationen Synergien und Kooperationspotenzial der Gemeinde/Kommune bzgl. der gemeinsamen Vermarktung mit anderen Destinationen 	<ul style="list-style-type: none"> Checkliste mit Kriterien und Indikatoren Identifizierung von Konkurrenzdestinationen Vor-Ort-Untersuchung (Besuch von relevanten Konkurrenzdestinationen in der Umgebung) Sofern vorhanden: Cursorische Auswertung von Sekundärquellen (Statistiken, Marktstudien etc.)
<p>TOURISTISCHES ANGEBOT Kernfrage: Ist die Gemeinde/Kommune (perspektivisch) in der Lage, touristische Dienstleistungen und/oder Waren für den Tourismussektor in der erforderlichen Qualität anzubieten? Auswahl an wichtigen Kriterien:</p> <ul style="list-style-type: none"> Art, Qualität, Umfang und Preisniveau des (möglichen) Beherbergungsangebots Art, Qualität, Umfang und Preisniveau des (möglichen) gastronomischen Angebots Art, Qualität, Umfang von (möglichen) Informationsangeboten für Touristen (z.B. Broschüren, Ausstellungen, Besucherzentrum) Art, Qualität, Umfang und Preisniveau von (möglichen) buchbaren Tourismusangeboten (z.B. geführte Touren, kulturelle Darbietungen) Art, Qualität, Umfang und Preisniveau von (möglichen) tourismusrelevanten Waren (z.B. Souvenirs, Zulieferung landwirtschaftlicher Produkte an touristische Betriebe) 	<ul style="list-style-type: none"> Checkliste mit Kriterien und Indikatoren Vor-Ort-Untersuchung (Überprüfung des touristischen Angebots an Dienstleistungen und Waren bzw. Einschätzung des möglichen Angebots) Sofern vorhanden: Cursorische Auswertung von Sekundärquellen (Prospekte, Internetseiten etc.) 	<p>TOURISMUSRELEVANTE EINFLUSSFAKTOREN Kernfrage: Gibt es sonstige Einflussfaktoren, die eine erfolgreiche touristische Entwicklung der Gemeinde/Kommune behindern könnten? Auswahl an wichtigen Kriterien:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sicherheitsprobleme Hygieneprobleme und/oder Gesundheitsrisiken (z. B. Malaria) Ressourcenverbrauch durch Tourismus und mögliche Umweltauswirkungen Fehlende Finanzmittel (z. B. Zugang zu Mikrokrediten) Mangel an lokalen Arbeitskräften für den Tourismus Mangelndes Interesse an einer Kooperation mit der Community im Umfeld (z. B. Hotels, Inbound-Agenturen) 	<ul style="list-style-type: none"> Checkliste mit Kriterien und Indikatoren Vor-Ort-Untersuchung (Überprüfung relevanter Einflussfaktoren)
<p>TOURISMUSRELEVANTE INFRASTRUKTUR Kernfrage: Verfügt die Gemeinde/Kommune über eine Basisinfrastruktur, die eine touristische Entwicklung möglich macht? Auswahl an wichtigen Kriterien:</p> <ul style="list-style-type: none"> Verkehrliche Anbindung und Entfernung Energieversorgung Versorgung mit Trinkwasser Gesundheitsversorgung Kommunikationsinfrastruktur (Telefon, Internet, Mobilfunk etc.) Sanitärinfrastruktur Existenz von Umweltproblemen (Abwasser, Abfall etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Checkliste mit Kriterien und Indikatoren Vor-Ort-Untersuchung (Überprüfung der tourismusrelevanten Infrastruktur) 		
<p>LOKALE RAHMENBEDINGUNGEN Kernfrage: Gibt es seitens der Gemeinde/Kommune und der lokalen Bevölkerung ein veritables Interesse an einer touristischen Entwicklung? Auswahl an wichtigen Kriterien:</p> <ul style="list-style-type: none"> Funktionsfähige politische Verwaltungs- und Organisationsstruktur Bereitschaft der Community oder bei Teilen der Community, sich aktiv an der Tourismusentwicklung zu beteiligen Lokale Interessenlagen und -konflikte bzgl. des Tourismus Ethnische Zusammensetzung und daraus resultierendes Konfliktpotenzial bzgl. des Tourismus 	<ul style="list-style-type: none"> Semistrukturierter Gesprächsleitfaden Cursorische Stakeholder-Analyse Vor-Ort-Gespräche mit wichtigen lokalen Akteuren (individuell und/oder in Gruppen) Berücksichtigung der Belange armer und benachteiligter Bevölkerungsgruppen wie z. B. indigener Völker; Befolgen eines Do-no-harm-Ansatzes 		

und gewählten kommunalen Entscheidungsträgern auch private Akteure aus der Tourismuswirtschaft intensiv zu beteiligen (*Public-Private Dialogue*), da sie über das notwendige tourismusfachliche Know-how verfügen (z. B. Administration, Management, Marketing).

Grundsätzlich existieren im Tourismussektor auf kommunaler Ebene vielfältige direkte und indirekte Einkommensmöglichkeiten für die lokale Bevölkerung, etwa in den Bereichen Beherbergung, Verpflegung/Gastronomie, Transport, Produktion und Verkauf von Gütern (Souvenirs, Agrarprodukte etc.), touristische Führungen und kulturelle Darbietungen (Musik, Tänze, Theater etc.). Die Integration der lokalen Bevölkerung in vertikale und horizontale touristische Wertschöpfungsketten ist dabei der entscheidende Schlüssel zu einer breitenwirksamen Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung durch den Tourismus in der jeweiligen Gemeinde/Kommune. Inwieweit die Community als Ganzes oder Teile der Community selbst als eigenständige touristische Unternehmer agieren sollten, muss im Einzelfall geprüft werden. Die Praxis zeigt hier, dass Geschäftskooperationen zwischen einer Community (oder einzelnen Mitgliedern) und verantwortungsvoll agierenden touristischen Unternehmen (z. B. über *Joint Ventures* und EPWs) deutlich bessere Aussichten auf Erfolg haben, da dann die Hauptverantwortung der unternehmerischen Tätigkeit bei erfahrenen und professionellen Akteuren liegt. Zwar resultiert daraus ein partieller Verlust an ökonomischer Teilhabe für die Gemeinde/Kommune, dafür verringern sich aber auch deren unternehmerisches Risiko und ihr Bedarf an eigenen Finanzmitteln.

Nicht vernachlässigt werden darf zudem, dass die Gemeinden/Kommunen nur durch intensive und gezielte Ausbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen (*Capacity Development*) in die Lage versetzt werden können, sich im Tourismussektor zu behaupten. Vor allem touristischen Basisausbildungsprogrammen (z. B. in den Bereichen Service, *Housekeeping*, Küche) sowie Schulungen in den Bereichen Servicequalität und Qualitätsmanagement kommt eine herausragende Rolle bei der Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit des touristischen Angebots zu. Darüber hinaus sollten bereits während des laufenden Projektes weitere Finanzierungsoptionen erschlossen und Investitionsanreize geschaffen werden, damit die Gemeinden/Kommunen die Tourismusentwicklung langfristig eigenständig vorantreiben können. Auch der Aufbau eines lokal angepassten Monitoringsystems zur Steuerung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung stellt einen wichtigen Beitrag im Rahmen der Projektarbeit dar, da ein solches System den lokalen Akteuren gestattet, die Wirkungen des Tourismus selbst zu analysieren und negativen Effekten vorzubeugen.

Abschließend wird empfohlen, sämtliche Analysen, Planungen und Maßnahmen in Form eines kommunalen Tourismuskonzeptes zu dokumentieren, das fortan als strategische Richtschnur für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus dient.

TIPPS FÜR DIE PRAXIS V
STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE FÜR DIE TOURISTISCHE ENTWICKLUNG VON GEMEINDEN/
KOMMUNEN (STRATEGIC COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT)

Siehe auch
Tipps für die Praxis
I, II, III, IV, VI

Strategische Ansatzpunkte	Instrumente	Strategische Ansatzpunkte	Instrumente
<p>STATUS-QUO-ANALYSE Eine detaillierte Analyse der Ausgangssituation bildet die Grundlage für eine nachhaltige und erfolgreiche Tourismusentwicklung in der Gemeinde/Kommune! Folgende Aspekte sollten bei der Analyse u. a. beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> Identifizierung der touristischen und tourismusrelevanten Akteure (einschließlich armer und besonders benachteiligter Bevölkerungsgruppen) Livelihood-Analyse (Erfassung der direkten und indirekten Einkommens- und Beschäftigungsstruktur) Analyse der vorhandenen Wertschöpfungsketten Touristisches Potenzial Touristisches Angebot und Saisonalität Tourismusrelevante Infrastruktur Lokale Rahmenbedingungen (z. B. Interesse der Community an der Tourismusentwicklung, politische Organisationsstruktur) Konkurrenz Tourismusrelevante Einflussfaktoren (z. B. Sicherheitsprobleme, Ressourcenverbrauch durch Tourismus) 	<ul style="list-style-type: none"> Checkliste mit Kriterien und Indikatoren sowie semistrukturierte Gesprächsleitfäden Stakeholder- und Netzwerkanalyse Vor-Ort-Untersuchungen und -Gespräche mit wichtigen lokalen Akteuren (individuell und/oder in Gruppen) Sofern vorhanden: Auswertung von Sekundärquellen 	<p>AUFBAU UND ETABLIERUNG TOURISTISCHER WERTSCHÖPFUNGSKETTEN Die Existenz lokaler/regionaler Wertschöpfungsketten ist der Schlüssel zu einer breitenwirksamen Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung durch den Tourismus in der Gemeinde/Kommune! Folgende Maßnahmen zur Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung sollten u. a. geprüft werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> Touristische Unternehmen, die von der Community geführt werden Touristische Unternehmen, die von einzelnen lokalen Akteuren geführt werden Bereitstellung von touristischen Dienstleistungen durch lokale Akteure (z. B. Tour Guides) Produktion und Zulieferung von Waren durch lokale Akteure an touristische Unternehmen (z. B. Gemüse an Hotels) Produktion und Verkauf von Waren durch lokale Akteure an Touristen (z. B. Souvenirs) Beschäftigung der lokalen Bevölkerung in touristischen Unternehmen oder Zulieferbetrieben Joint Ventures oder EPWs zwischen der Community und touristischen Unternehmen (z. B. Hotels, Inbound-Agenturen) Touristische Unternehmen, die von Außenstehenden geführt werden 	<ul style="list-style-type: none"> Vertikale und horizontale Integration der lokalen Bevölkerung in die touristische Wertschöpfungskette Entwicklung von Verhaltenskodizes und Beratung bei Vertragsabschlüssen (z. B. bei Joint Ventures oder EPWs)
<p>ORGANISATIONSENTWICKLUNG Nachhaltiges und partizipativ angelegtes Tourismus- bzw. Destinationsmanagement erfordert eine gemeinsame touristische Vision und professionelle Organisationsstrukturen! Folgende Aspekte sollten bei der Organisationsentwicklung u. a. beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> Entwicklung eines touristischen Leitbilds Aufbau einer leistungsfähigen Destinationsmanagementorganisation (DMO) oder einer vergleichbaren lokalen Organisationseinheit Integration der touristischen und tourismusrelevanten Akteure in die lokale DMO-Struktur Verknüpfung lokaler und überregionaler DMO-Strukturen 	<ul style="list-style-type: none"> Partizipative Entwicklung eines gemeinsamen touristischen Leitbildes für die Gemeinde/Kommune Entwicklung von Verhaltenskodizes für die DMO und die Touristen Prozessorientierte Organisationsberatung (Aufbau partizipativer Entscheidungsstrukturen) 	<p>AUSBILDUNG UND QUALIFIZIERUNG (CAPACITY DEVELOPMENT) Nur durch intensive und gezielte Ausbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen wird die Gemeinde/Kommune in die Lage versetzt, sich im Tourismussektor zu behaupten! Folgende Themen und Qualifizierungsbereiche sollten u. a. beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> Basisausbildung im Bereich Beherbergung/ Gastronomie Spezialausbildungen (z. B. Tour Guide) Servicequalität/Qualitätsmanagement Tourismusplanung und -management Tourismusmarketing (Produktentwicklung, Kommunikation, Preispolitik, Vertrieb) Nachhaltigkeitsmanagement Sprachtraining Kundenbetreuung 	<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung lokal angepasster Trainingsmodule Trainingsseminare Train-the-Trainer-Programme In-House-Training On-the-Job-Training Besuch von Best-Practice-Unternehmen/-Destinationen
	<p>FINANZIERUNG Bereits während des Projektes müssen Finanzierungsoptionen erschlossen und Investitionsanreize geschaffen werden, damit die Gemeinde/Kommune die Tourismusentwicklung langfristig eigenständig vorantreiben kann! Folgende Aspekte sollten bei Finanzierungs- und Investitionsfragen u. a. beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> Stärkung des lokalen Geschäfts- und Investitionsklimas Zugang zu Mikrokrediten Investorensuche Fördermittelakquise Kommunale Einnahmen durch den Tourismus 	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung lokal relevanter Finanzierungsinstrumente 	
	<p>WIRKUNGSKONTROLLE (MONITORING) Durch ein Monitoringsystem soll die Gemeinde/Kommune dabei unterstützt werden, die Wirkungen des Tourismus selbst zu analysieren und negativen Effekten frühzeitig vorzubeugen! Folgende Aspekte sollten u. a. beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tourismusrelevante Kennzahlen Ökonomische Kriterien/Indikatoren Ökologische und soziokulturelle Kriterien/Indikatoren Qualitätskriterien/-indikatoren 	<ul style="list-style-type: none"> Festlegung ökonomischer, ökologischer, sozialer und kultureller Tragfähigkeitsgrenzen (Carrying Capacity) Aufbau eines lokal angepassten Monitoringsystems zur Steuerung der Tourismusentwicklung 	

TIPPS FÜR DIE PRAXIS VI
STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE FÜR DIE TOURISTISCHE VERMARKTUNG
VON GEMEINDEN/KOMMUNEN

Siehe auch
Tipps für die Praxis V

Strategische Ansatzpunkte	Instrumente
<p>PRODUKTENTWICKLUNG Die touristischen Produkte müssen zielgruppenorientiert entwickelt werden und Qualitätsmindeststandards erfüllen! Folgende Aspekte sollten bei der Produktentwicklung u. a. beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Festlegung geeigneter Zielgruppen als Grundlage für die Produktentwicklung ➤ Reizvolle Aktionsräume aussuchen ➤ Berücksichtigung verschiedener Programmbereiche bei der Produktentwicklung (z. B. Abenteuer, kreatives Tun, Bildung/Entdeckung/Erleben, Bewegung, Geselligkeit, Gesundheit/Wellness, Ruhe/innere Einkehr) ➤ Jedem Produkt sollte ein Thema/Motto oder eine Leitidee zugrunde liegen ➤ Erlebnisse inszenieren (z. B. in und mit der Natur) ➤ Ansprechender, kreativer Produkttitel ➤ Keine fixen, sondern modulare Pauschalangebote anbieten (Baukasten-Prinzip) ➤ Nach Möglichkeit die Produkte vor Markteinführung testen 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Definition von Themensäulen/Produktlinien und Zuordnung der einzelnen touristischen Produkte ➤ Marktforschung (Primärdatenerhebung über Gästebefragungen, Auswertung von Marktstudien) ➤ Entwicklung von Qualitätsmindeststandards ➤ Entwicklung eines Leitfadens zum Thema »Wie entwickelt man innovative und marktgerechte Tourismusprodukte?«
<p>PREISPOLITIK Die touristischen Produkte müssen ein angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten! Folgende Aspekte sollten bei der Preisbildung u. a. beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Genaue Kalkulation der fixen und variablen Kosten, die bei der Bereitstellung anfallen ➤ Preise von Konkurrenzprodukten bei der Preisbildung berücksichtigen ➤ Zahlungsbereitschaft (Preissensibilität) der Zielgruppen bei der Preisbildung berücksichtigen ➤ Preisdifferenzierung, um Nachfrageschwankungen (z. B. in der Nebensaison) auszugleichen 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fachliche und methodische Unterstützung bei der professionellen Kalkulation von Kosten und Preisen touristischer Produkte
<p>AUSSENKOMMUNIKATION Die Außenkommunikation muss professionell geplant werden und eine klare Werbebotschaft transportieren! Folgende Bereiche sollten bei der Außenkommunikation u. a. beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Positionierung der Destination (Markenbildung und -botschaft), Kommunikation des Alleinstellungsmerkmals ➤ Entwicklung eines <i>Corporate Designs</i> für Printmedien und digitale Medien ➤ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Aufbau einer Pressedatenbank, Versand von Pressemitteilungen, Durchführung von Pressereisen, Medienkooperationen) ➤ Information und Werbung (z. B. Internetpräsenz der Destination bzw. einzelner Leistungsträger, Nutzung sozialer Online-Netzwerke, Broschüren und Flyer, Anzeigenschaltung, Events, Imagefilme, Apps) ➤ Verkaufsförderung (z. B. Messeauftritte, Promotionsreisen für Reiseveranstalter/Fam-Trips, Souvenirmarketing) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Entwicklung einer Kommunikationsstrategie ➤ Entwicklung eines kommunalen Tourismusmarketingplans (Darstellung von Marketingzielen, Marketingmaßnahmen, Verantwortlichkeiten, Zeitplan und Kosten)
<p>VERTRIEB Der Absatz touristischer Produkte erfordert den frühzeitigen Aufbau eines breiten Netzes an direkten und indirekten Vertriebskanälen! Folgende Vertriebskanäle sollten u. a. beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Direkter, zentraler Vertrieb über die Anbieter der touristischen Produkte ➤ Direkter, dezentraler Vertrieb (z. B. über touristische Buchungsplattformen im Internet, Tourismusbörsen, Touristeninformationsstellen) ➤ Indirekter, brancheneigener Vertrieb (z. B. über lokale <i>Inbound</i>-Agenturen, Reiseveranstalter in den Quelländern) ➤ Indirekter, branchenfremder Vertrieb (z. B. über Umweltverbände, eBay) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aufbau strategischer Allianzen für den indirekten Vertrieb
<p>INNENMARKETING Erfolgreiches Außenmarketing setzt professionelles Innenmarketing voraus! Folgende Aspekte sollten beim Innenmarketing u. a. beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Optimierung des Informationsaustausches ➤ Förderung der lokalen Identifikation mit dem Tourismus ➤ Stärkung des Wir-Gefühls ➤ Verminderung des lokalen Konkurrenzdenkens ➤ Entwicklung des lokalen Kreativpotenzials ➤ Steigerung der Investitionsbereitschaft privater und öffentlicher Akteure 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aufbau und Förderung von formellen und informellen Netzwerkstrukturen

WIE KANN DEN GEMEINDEN/KOMMUNEN DER ZUGANG ZUM (INTERNATIONALEN) MARKT ERLEICHTERT WERDEN?

Dem Thema Vermarktung wurde bei der kommunalen Tourismusentwicklung in der Vergangenheit oftmals nicht die Bedeutung beigemessen, die ihm im Hinblick auf die Erreichung langfristiger ökonomischer Wirkungen von Tourismusprojekten in den Kooperationsländern gebührt. Eine partizipative Tourismusplanung ist zwar wichtig, reicht allein jedoch nicht aus, um Gemeinden und Kommunen auf dem nationalen und internationalen Tourismusmarkt aussichtsreich zu positionieren. Dies ist einer der Hauptgründe dafür, dass viele Tourismusprojekte in der Vergangenheit letztlich nicht den gewünschten Erfolg erbracht haben. Deshalb müssen bereits frühzeitig entsprechende Marketingstrategien entwickelt und Maßnahmen ergriffen werden, um die betreffende Destination bekannt zu machen und den Vertrieb ihrer touristischen Produkte strukturell in die Wege zu leiten. Dies kann beispielsweise in Form eines kommunalen Marketingkonzeptes erfolgen.

Betrachtet man die strategische Entwicklung bei der Vermarktung touristischer Regionen in der Vergangenheit, so lassen sich verschiedene Phasen erkennen. Zunächst stand lange Zeit die Destination selbst im Vordergrund der Marketingbemühungen. Bedingt durch den zunehmenden globalen Wettbewerb zwischen den Destinationen wurde im vergangenen Jahrzehnt das reine Destinationsmarketing nach und nach durch ein Themenmarketing abgelöst, da sich dadurch eine bessere Profilierung, Wahrnehmbarkeit und damit Wettbewerbsfähigkeit erreichen lässt. Durch die Definition von Themensäulen bzw. Produktlinien (z. B. Aktiv in der Natur, Gesundheit und Wellness) gelingt es, die unterschiedlichen touristischen Produkte zu bündeln und themenbezogen zu vermarkten. Zieht man die aktuellen und künftig zu erwartenden Herausforderungen beim Tourismusmarketing mit in Betracht, zeichnet sich bereits jetzt eine weitere Entwicklungsphase ab, die auch für die kommunale (bzw. regionale) Tourismusentwicklung in den Kooperationsländern richtungs- und zukunftsweisend sein wird. Aufgrund der Vielzahl unterschiedlicher touristischer Zielgruppen und der Tatsache, dass die Wünsche, Bedürfnisse und Aktivitäten der Reisenden immer vielfältiger und heterogener werden, gerät der Gast zwangsläufig immer mehr in den Fokus strategischer Marketingüberlegungen von Destinationen. In Zukunft werden die Zielgruppenbedürfnisse den Ausgangspunkt von Marketing- und Produktentwicklungsstrategien darstellen, wobei eine differenzierte Zielgruppenansprache zum eigentlichen Erfolgsfaktor bei der Markenbildung und Positionierung von Tourismusdestinationen werden wird. Statt einer pauschalen Ansprache themeninteressierter Gäste muss daher das Themenmarketing mit einem Zielgruppenmarketing verknüpft werden, um den rationalen und emotionalen Bedürfnissen, den Lebensstiltypen sowie den verschiedenen sozio- und psychographischen Charakteristika

der Touristen umfassend Rechnung tragen zu können. Marktforschung (z. B. Primärdatenerhebung über Gästebefragungen, Auswertung von Marktstudien) ist daher unerlässlich. Bei der Produktentwicklung muss zudem auf die Einhaltung von Qualitätsmindeststandards und auf ein angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis geachtet werden.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Pressemitteilungen, Pressereisen), Information und Werbung (z. B. Internetpräsenz, Nutzung sozialer Netzwerke, Broschüren) und verkaufsfördernde Maßnahmen (z. B. Messeauftritte, Promotionsreisen für Reiseveranstalter/Fam-Trips) sind die wesentlichen Ansatzpunkte, mit deren Hilfe die betreffende Gemeinde/Kommune und ihre touristischen Produkte nach außen zu kommunizieren sind. Wichtig ist hierbei die Vermittlung einer klaren Werbebotschaft zur Image- und Markenbildung sowie zur marktgerechten Positionierung. Anstatt punktuell einzelne Maßnahmen durchzuführen, wie dies häufig zu beobachten ist, muss die Außenkommunikation langfristig und strategisch geplant werden, wobei die Gemeinde/Kommune und die lokalen und sonstigen Tourismusakteure die anfallenden Kosten möglichst eigenständig oder zumindest anteilig tragen sollten.

Eine herausragende Bedeutung bei der Vermarktung kommt dem Vertrieb zu, denn der erfolgreiche Absatz touristischer Produkte erfordert einen frühzeitigen Aufbau geeigneter Vertriebskanäle. Hierbei sind sowohl direkte (zentrale und dezentrale) als auch indirekte (brancheneigene und -fremde) Vertriebskanäle in Betracht zu ziehen. Speziell beim indirekten Vertrieb empfiehlt sich zum gegenseitigen Vorteil der Aufbau strategischer Allianzen mit touristischen Unternehmen, die über die entsprechende Vertriebserfahrung verfügen (z. B. mit lokalen *Inbound*-Agenturen oder Reiseveranstaltern in den Quelländern).

Sämtliche Maßnahmen zum Außenmarketing werden jedoch nur dann von Erfolg gekrönt sein, wenn auch das Innenmarketing professionell betrieben wird. Hier sind formelle und informelle Netzwerkstrukturen aufzubauen, die u. a. zur Optimierung des Informationsaustausches, zur Förderung der lokalen Identifikation mit dem Tourismus, zur Verminderung des lokalen Konkurrenzdenkens und zur Entwicklung des lokalen Kreativpotenzials beitragen.

PRAXISBEISPIELE UND INSTRUMENTE

NACHHALTIGER TOURISMUS UND GEMEINDE-BASIERTES RESSOURCENMANAGEMENT IN SÜDAFRIKA

- LAND:** Südafrika
PROJEKTTITEL: Programm »Training and Support for Resource Management (Transform)« (1996–2008)
PARTNER: Department of Environmental Affairs and Tourism (DEAT), South African National Parks Board (SANParks)
INFORMATION: www.sanparks.org/parks/kruger



HINTERGRUND UND ZIELE

Im Jahre 1969 wurden über 3.000 Bewohner der Pafuri-Region, dem heutigen nördlichen Gebiet des Krüger-Nationalparks (KNP), enteignet und mit Waffengewalt aus ihrer Heimat vertrieben. Erst nach der Verabschiedung eines Landrückgabegesetzes im Jahre 1996 und Verhandlungen mit der südafrikanischen Regierung und der Nationalparkbehörde SANParks bekamen die ehemaligen Bewohner vom Volk der Makuleke dieses Gebiet zurück. Die Verhandlungen brachten vier Ergebnisse:

- Die Makuleke erhalten vollen Besitz und Titel von 24.000 Hektar Land zurück.
- Dieses Gebiet zeichnet sich durch die größte Vielfalt an wilden Tier- und Pflanzenarten sowie Landschaftsformen im KNP aus. Die Makuleke verpflichteten sich, das Land ausschließlich unter Berücksichtigung des Artenschutzes und nach den Prinzipien der Nachhaltigkeit zu nutzen.
- Die Makuleke erhalten das Verfügungsrecht, das Gebiet innerhalb des Parks wirtschaftlich und in Kooperation mit der Privatwirtschaft zu nutzen.
- Ein gemeinsamer Ausschuss aus Vertretern der anliegenden Dörfer und Repräsentanten von Umweltschutzorganisationen wird eingerichtet. Er bestimmt über die Art und Weise des Gebietsschutzes.

Das Land wurde vertraglich als Teil des KNP wiedererlangt, dem die Makuleke im Gegenzug zusätzliche 5.000 Hektar ihres Gemeindelandes hinzufügten. Aufgrund der Naturschutzauflagen im Makuleke-Gebiet wurde die Entwicklung alternativer Konzepte für die Landnutzung und die nachhaltige Bewirtschaftung der natürlichen Ressourcen der Region obligatorisch.

Zwischen 1996 und 2008 unterstützten die deutsche EZ und ihre südafrikanischen Partner, das *Department of Environmental Affairs and Tourism (DEAT)* und die Nationalparkbehörde SANParks, im Rahmen des Programms »Training and Support for Resource Management (Transform)« die Makuleke dabei, ihre Lebensverhältnisse durch einen nachhaltigen und verantwortungsvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen zu verbessern.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Das Makuleke-Projekt beinhaltete folgende Schritte:

- Um Eigentum zurückzufordern, gründeten die Makuleke eine *Communal Property Association (CPA)*. Dieser Verband basiert auf traditionellen Formen lokaler Selbstverwaltung, wie sie vor den Landansprüchen bestanden. Die CPA besitzt den alleinigen Rechtsanspruch auf das Gebiet, ihr exekutiver Ausschuss wird alle zwei Jahre demokratisch gewählt.
- Die Makuleke richteten ein Entwicklungsforum ein, um die Bedürfnisse und Ansichten der lokalen Bevölkerung zu berücksichtigen und somit eine transparente und nachhaltige Dorfentwicklung zu sichern.
- Der gemeinsame Ausschuss übernahm folgende Aufgaben: Eindämmung von Wilderei, Straßen- und Zauninstandhaltung sowie Ressourcenmanagement. Die Verantwortlichkeiten werden gemeinsam von der CPA als Vertretung der Dörfer und von SANParks als staatliche Behörde getragen.
- Die Makuleke bildeten 15 Parkwächter aus, um gezielt gegen Wilderei vorzugehen und Daten zum Gebiet zu sammeln.

Im Rahmen des »Transform«-Programms nahm die deutsche EZ während und nach den Verhandlungen eine vermittelnde Rolle zwischen der CPA und dem öffentlichen Sektor ein und leistete konsequent finanzielle und technische Unterstützung für das gemeinsame Management. So unterstützte sie die CPA beim Schutzgebietsmanagement und bei der Organisationsentwicklung (z. B. in Fragen guter lokaler Regierungsführung oder bei der Überprüfung und Gestaltung neuer Institutionen für einen fairen Vorteilsausgleich). Zudem förderte sie EPWs zwischen der CPA und dem Privatsektor, um die Tourismusentwicklung voranzubringen und Einkommen in der Makuleke-Region zu generieren.



ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Das »Transform«-Programm zielte darauf ab, durch ein *Community-Based Natural Resource Management (CBNRM)* die finanziellen Einnahmen der ländlichen Bevölkerung aus dem Management der geschützten Gebiete zu steigern und eine nachhaltige Nutzung der natürlichen Ressourcen zu gewährleisten. Die Ergebnisse des Makuleke-Projekts sind ein wegweisender und entscheidender Beitrag zur Akzeptanz der CBNRM als Instrument für nachhaltigen Naturschutz in Südafrika. Obwohl die lokale Armutsbekämpfung auch in Zukunft eine zentrale Herausforderung für die Makuleke darstellen wird, dient das Projekt als Musterbeispiel für eine erfolgreiche EPW, in der ein Naturschutzgebiet durch die Gemeinde zurückgefordert und ein gemeindebasiertes Ressourcenschutzmanagement eingeführt wurde. Die Makuleke wurden befähigt, in Zusammenarbeit mit dem öffentlichen Sektor einen integrierten Naturschutzansatz zu implementieren. Dies zog bereits mittelfristig Investitionen des Privatsektors in Höhe von fast 8 Mio. US-Dollar nach sich. Folgende Ergebnisse konnten innerhalb des Projekts erreicht werden:

- Während SANParks für das tägliche Management des Parks verantwortlich ist, besitzen die Makuleke die kommerziellen Rechte an dem Gebiet. Sie allein sind berechtigt, Gewinne aus der Tourismusentwicklung zu ziehen und über die Mittelverwendung zu entscheiden.
- Die Makuleke haben ein umfassendes Programm zur Förderung von Schlüsselqualifikationen entwickelt, das sich auf die Bereiche Führungstraining, Natur- und Ressourcenschutzmanagement, Gastgewerbe und Tourismus sowie Erwerb kaufmännischer Fähigkeiten erstreckt.
- Zur Schaffung von Arbeitsplätzen unterstützt die CPA die Gründung neuer Kleinunternehmen (z. B. in den Bereichen Textil- und Kunsthandwerk) sowie kultureller Einrichtungen und fördert deren Niederlassung in Dörfern außerhalb des Parks.

- Ein Nachbau der Hütte des ehemaligen Makuleke-Anführers dient der CPA heute als Gästehaus und erzeugt, neben dem lokalen Museum, zusätzliche Einnahmen bzw. Einkommen für die lokale Bevölkerung.

Erfolgreiche Partnerschaften mit dem Privatsektor haben eine bedeutende Rolle in der Ausrichtung des »Transform«-Programms gespielt und waren entscheidend für die Entwicklung des Makuleke-Gebiets. Diesbezüglich konnten folgende Ergebnisse erzielt werden:

- Durch verschiedene EPWs wurden einige *Top-of-the-range*-Safarilodges in der Makuleke-Region des KNP eröffnet. In den Unterkünften werden ausschließlich lokale Anwohner beschäftigt, und auch für deren Bau sind ausschließlich lokale Unternehmen unter Vertrag genommen worden. Rund 900 Makuleke Familien verdienen heute ein sicheres Einkommen durch die Tourismusaktivitäten.
- Neben ihrer regelmäßigen Miete zahlen alle Lodges zusätzlich einen Anteil ihres Umsatzes an die CPA. Allein die regulären Mieteinnahmen einer Sechssternen-Lodge mit 36 Betten, die aus einer Partnerschaft mit dem Privatsektor entstand, betragen schätzungsweise 10% des jährlichen Gesamtumsatzes der CPA.
- Die EPW mit dem im südlichen Afrika tätigen Touristikunternehmen Wilderness Safaris führte neben Investitionen in den Bau von drei Lodges auch dazu, dass ein touristisches Kulturerbezentrum und eine Hydrokulturanlage für Frischwaren im Makuleke-Dorf angesiedelt wurden.

GEMEINDEBASIERTER ÖKOTOURISMUS IN LAOS – THE AKHA EXPERIENCE

LAND: Demokratische Volksrepublik Laos
PROJEKTTITEL: »Gemeindebasierter Tourismus in der nördlichen Bergregion Laos – *The Akha Experience*« (2005–2006)
PARTNER: Exotissimo Travel Laos
INFORMATION: www.giz.de/fachexpertise/html/6499.html



HINTERGRUND UND ZIELE

In Laos lebt ein großer Teil der ländlichen Bergbevölkerung in Armut, so auch das Bergvolk der Akha. Ihr Zugang zu sozialen Dienstleistungen und die Teilnahme an der wirtschaftlichen Entwicklung des Landes sind durch die strukturbedingte Armut sehr eingeschränkt. Das Projekt war Bestandteil des übergeordneten Programms »Integrierte ländliche Entwicklung von Bergregionen im Norden der DVR Laos«, das zum Ziel hatte, die Lebensbedingungen der indigenen Bergvölker in Kooperation mit den Provinz- und Distriktbehörden dauerhaft zu verbessern. Da der Tourismus sich zunehmend zu einem Standbein der laotischen Wirtschaft entwickelt hat, wurde mit diesem Unterprojekt das Ziel verfolgt, Kooperationsmöglichkeiten mit der Privatwirtschaft zu nutzen, um gemeindebasierte Tourismusinitiativen zu etablieren und der lokalen Bevölkerung neue Einnahmequellen zu erschließen.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Die vertraglich geregelte Kooperation zwischen acht Akha-Dörfern und dem Reiseveranstalter Exotissimo garantiert im Rahmen einer EPW eine langfristige Zusammenarbeit, bei der Rechte und Pflichten für alle Partner gleichwertig festgelegt wurden. Gemeinsam wurde die Durchführung und Vermarktung des Ökotourismusprodukts »*The Akha Experience*« geplant. Neben dem Bau von *Ecolodges* wurden Schulungen für lokale Akha-Guides und Sensibilisierungsmaßnahmen zum Thema Gemeindebasierter Tourismus durchgeführt. Das staatliche Tourismusbüro wurde in die Projektplanung mit eingebunden und in den Bereichen Vermarktung, Infrastruktur und Management unterstützt.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- Die erworbenen Kenntnisse in der zukunftssträchtigen Branche Tourismus bieten den Akha eine langfristige Verbesserung ihrer Lebensbedingungen.
- Die Tour »*The Akha Experience*« wurde bis Dezember 2006 bereits von 64 Gruppen gebucht.
- Die EPW dient als Modellprojekt und liefert wichtige Anregungen für ähnliche EPW-Maßnahmen im Tourismus.

GRENZÜBERSCHREITENDE ENTWICKLUNG DES WANDERTOURISMUS – »PEAKS OF THE BALKANS«

LAND: Albanien, Kosovo, Montenegro
PROJEKTTITEL: »*The Peaks of the Balkans Trail*« im Rahmen der »Offenen Regionalfonds für Südosteuropa (ORF) – Außenwirtschaftsberatung« (2010–2012)
PARTNER: Ministerium für Tourismus, Kultur, Jugend und Sport Albanien; Ministerium für Wirtschaft und Handel Kosovo; Tourismusministerium Montenegro
INFORMATION: www.peaksofthebalkans.com



HINTERGRUND UND ZIELE

Die Bergbewohner der Drei-Länder-Region in den »Verwunschenen Bergen« gehören zu den Ärmsten in ihren jeweiligen Ländern. Die nahezu unberührte Region besitzt jedoch dank ihrer biologischen Vielfalt und den reizvollen Bergzügen großes touristisches Potenzial. Dieses kann insbesondere dann erfolgreich genutzt werden, wenn die Tourismusentwicklung in strategischer Hinsicht grenzüberschreitend ausgerichtet wird. Die grundlegenden Ziele des Projekts bestanden einerseits darin, durch den Tourismus neue Einkommensmöglichkeiten für die lokale Bevölkerung zu schaffen, um der Landflucht dauerhaft entgegenzuwirken. Andererseits sollten die grenznahen Gebiete touristisch miteinander verbunden werden, um die gesamte Region unter dem Slogan »*Peaks of the Balkans*« als Tourismusdestination zu vermarkten.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Die zentrale Maßnahme des Projektes bestand in der gemeinsamen Entwicklung eines transnationalen Wanderwegs, mit dem ein sozial- und umweltverträglicher Tourismus in der Destination etabliert werden sollte. Gemeinsam mit den zuständigen Behörden wurden Möglichkeiten erarbeitet, den Grenzverkehr von Bergwanderern zu regeln, ein Konzept zur Bergsicherheit abzustimmen und grenzübergreifende Mindeststandards zur Sicherung der Servicequalität touristischer Angebote zu etablieren. Für die Marktpositionierung wurde eine zielgruppenspezifische Vermarktungsstrategie erarbeitet und nationalen wie internationalen Reiseveranstaltern vorgestellt. In Kooperation mit dem deutschen Alpenverein wurden zudem lokale Bergführer aus den drei Ländern ausgebildet.



ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- Seit 2012 ist der 192 Kilometer lange grenzüberschreitende Wanderweg beschildert. Touristen steht eine Wanderkarte zur Verfügung; Informationen zur Destination werden über eine eigene Internetplattform und die Fremdenverkehrsämter in den drei Ländern bereitgestellt.
- Es wurde ein Abkommen geschlossen, das den vereinfachten Grenzübergang gewährleistet.

Handlungsfeld: Schutz & Inwertsetzung von Biodiversität

ÜBERBLICK UND HERAUSFORDERUNGEN

In Anlehnung an das Übereinkommen über die Biologische Vielfalt (engl. *Convention on Biological Diversity, CBD*) umfasst der Begriff »Biodiversität« die Vielfalt an Ökosystemen, die Artenvielfalt und die genetische Vielfalt innerhalb von Arten. Biodiversität garantiert dem Menschen lebenswichtige Güter und Ökosystemdienstleistungen (*ecosystem services*) wie sauberes Wasser, nährstoffreiche Böden, Arzneimittel, Nahrung und Rohstoffe. Sie ist der Garant für Gesundheit und eine stabile Umwelt. Zudem hat Biodiversität eine ethische, kulturelle und ästhetische Bedeutung für den Menschen, wobei gerade der Tourismus immer stärker auf die kulturellen Leistungen und ästhetischen Werte der Natur baut. Die stetig wachsende Nachfrage nach Nahrung, Energie und Wasser hat jedoch zu einem enormen und in der Regel irreversiblen Verlust an Biodiversität auf der Erde geführt. Die Trockenlegung von Feuchtgebieten, die Bewässerung von Trockenregionen, die Abholzung von Wäldern und die Überdüngung von Küstengewässern gehören zu den Hauptursachen für die Verluste an Biodiversität weltweit. Auch der Klimawandel spielt hierbei eine entscheidende Rolle, da Veränderungen in den Temperatur- und Niederschlagsverhältnissen sowie in der Häufigkeit von Extremereignissen einen direkten Einfluss auf die Lebensbedingungen von Arten haben, wodurch starke Verschiebungen in deren Verbreitungsgebieten und in der Artenzusammensetzung und Struktur ganzer Ökosysteme hervorgerufen werden. Umgekehrt fungieren speziell die artenreichen Tropenwälder als regionale Klimaregulatoren und sind in der Lage, große Mengen an CO₂ zu speichern. Die Erhaltung der biologischen Vielfalt und ein konsequenter Klimaschutz sind somit nicht als Gegensätze zu verstehen, sondern bedingen sich gegenseitig.

SCHUTZ UND ERHALT DER BIODIVERSITÄT IN DEN KOOPERATIONSLÄNDERN

Rund 80% der heute auf der Erde vorhandenen biologischen und genetischen Ressourcen befinden sich in Entwicklungsländern. Sie sind für viele der dort lebenden Menschen eine direkte Grundlage für Einkommen, Ernährung und medizinische Versorgung. Die vorherrschende Armut zwingt sie allerdings häufig dazu, die natürlichen Ressourcen übermäßig zu beanspruchen. Dies führt zu Umweltproblemen, einem beschleunigten Verlust an Biodiversität und einer Störung des ökologischen Gleichgewichts. Speziell für indigene Bevölkerungsgruppen, die ihr Leben von jeher an die natürliche Umgebung angepasst haben, bedeutet der fortschreitende Rückgang an biologischer Vielfalt eine unmittelbare Bedrohung ihrer Existenz.

SERVICELLEISTUNGEN DES GIZ-SEKTORVORHABENS »NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DURCH TOURISMUS« (IM AUFTRAG DES BMZ) ZUM HANDLUNGSFELD »SCHUTZ & INWERTSETZUNG VON BIODIVERSITÄT«

- ◊ Aufbau von (überregionalen und transnationalen) Schutzgebieten inkl. Strategien zur nachhaltigen Nutzung der natürlichen Ressourcen und zur Inwertsetzung von Ökosystemdienstleistungen
- ◊ Zonierungskonzepte für Schutzgebiete
- ◊ Tourismusentwicklungskonzepte für Schutzgebiete
- ◊ Besuchermanagement und -monitoring in Schutzgebieten
- ◊ Partizipative Strategien zur Lösung von Konflikten zwischen Tourismus und Naturschutz
- ◊ Maßnahmen zur aktiven Beteiligung der lokalen/indigenen Bevölkerung am Naturschutz sowie an Einkommens- und Beschäftigungsmöglichkeiten durch den Tourismus

Die verminderte Leistungsfähigkeit der Ökosysteme, das zunehmende Risiko unkontrollierbarer und unvorhersehbarer Veränderungen von Ökosystemen (»Kippunkte«) und die wachsende Bevölkerungsarmut haben letztlich steigende gesellschaftliche und wirtschaftliche Kosten zur Konsequenz. Der langfristige Erhalt der Biodiversität, ihre nachhaltige Nutzung und die gerechte Verteilung der aus ihrer Nutzung resultierenden Vorteile gehören daher heutzutage – neben dem Klimawandel – zu den wesentlichen globalen Herausforderungen, die Industrie- und Entwicklungsländer gleichermaßen in die Pflicht nehmen.

Die deutsche EZ engagiert sich in vielerlei Hinsicht aktiv für die Bewahrung der biologischen Vielfalt. Basierend auf dem *TEEB*-Ansatz (*The Economics of Ecosystems and Biodiversity*) zur ökonomischen Bewertung von Ökosystemdienstleistungen und Biodiversität wurde im Auftrag des BMZ ein stufenweises Konzept entwickelt, das schildert, wie Ökosystemdienstleistungen in die Entwicklungsplanung integriert werden können.

BEDEUTUNG DER BIODIVERSITÄT FÜR DEN TOURISMUS

Betrachtet man das Angebotsspektrum des Tourismus, so zeigt sich, dass die Erlebarkeit von Naturvielfalt und intakter Landschaft zu den wichtigsten Komponenten eines touristischen Produktes gehören. Dies gilt für den Mainstreamtourismus (charakterisiert durch die drei S: Sonne, Strand und See) wie für Nischenprodukte (z. B. Trekkingtourismus) gleichermaßen und betrifft je nach touristischer Zielgruppe nahezu die gesamte Spannweite terrestrischer und aquatischer Ökosysteme in den verschiedenen Klimazonen. Natur und Landschaft fungieren im Rahmen touristischer Produkte als Kulissenräume (z. B. für Sonnenbaden am Strand), Erlebnisräume (z. B. für Vogelbeobachtung) und/oder Aktivitätsräume (z. B. bei der Ausübung naturnaher Sportarten wie Wandern, Reiten und Kanufahren). Zwar ist es schwierig, den Grad der direkten Abhängigkeit des Tourismus von der Biodiversität genau zu beziffern, es ist jedoch offensichtlich, dass in vielen Biodiversitätshotspotländern (z. B. Australien, Belize, Brasilien, Costa Rica, Mexiko, Kenia, Madagaskar, Tansania und Südafrika) ein signifikanter Anteil des touristischen Beitrags am Bruttoinlandsprodukt unmittelbar von der Biodiversität abhängt, insbesondere in den Ländern, in denen biologische Vielfalt die wichtigste Tourismusattraktion darstellt.

Kaum eine andere Branche ist deshalb so sehr auf die Vielfalt von Ökosystemen und Arten angewiesen wie die Tourismusindustrie. Hinzu kommt, dass diese Vielfalt langfristig nur dann gesichert ist, wenn Maßnahmen zu deren Erhalt ergriffen werden und eine nachhaltige Nutzung ihrer Bestandteile sichergestellt ist. Hier kommt der Tourismusbranche sowohl die Rolle des potenziellen Verursachers möglicher Beeinträchtigungen der biologischen Vielfalt zu als auch die des durch diese Beeinträchtigungen potenziell Betroffenen. So gesehen spielt das Thema Biodiversität gleich in doppelter Hinsicht eine herausragende Bedeutung für die Tourismusbranche.

ÖKOLOGISCHE BELASTUNGEN DURCH TOURISMUS

Die ökologischen Belastungen, die in Schutz- bzw. naturnahen Gebieten durch den Tourismus hervorgerufen werden können, sind vielschichtig und im Einzelfall sogar erheblich. Sie reichen von der Inaktivierung biologischer Flächen (Flächenversiegelung) durch Überbauung und Trassierung über den Verbrauch und die Verunreinigung natürlicher Ressourcen wie Wasser und Luft bis hin zur Zerstörung der Tier- und Pflanzenwelt durch Entzug von Lebensräumen oder direkte Einwirkungen auf Tiere und Pflanzen. Besonders häufig betroffen sind Küstenökosysteme. Beispiele dafür, wie verheerend die Konsequenzen eines massiven und oftmals ungelentkten Tourismuswachstums für den Erhalt der Biodiversität sein können, gibt es bereits zur Genüge. Exemplarisch sei hier Cancún in Mexiko erwähnt, das in den 1970er-Jahren noch rund 45.000 Einwohner zählte und über nahezu unberührte



Regenwälder und Strände verfügte. Heute leben dort mehr als 300.000 Menschen, die Zahl der Touristenankünfte beläuft sich auf ca. 3 Mio. im Jahr und die Region verfügt inzwischen über rund 30.000 Hotelbetten. Zugunsten der Tourismusentwicklung wurden in der Vergangenheit Mangroven- und ganze Waldbestände abgeholzt, Moore und Lagunen umfangreich trockengelegt sowie Dünen versetzt. In der Folge verschwanden zahlreiche Tierarten (z. B. Wasservögel) aus der Region. Tourismusentwicklung ist letztlich immer mit ökologischen Eingriffen verbunden, die Frage ist nur, welchen Umfang und welche Intensität diese Eingriffe haben. Ziel muss es sein, entweder die potenziellen ökologischen Belastungen des Tourismus von vornherein auf ein Minimum zu reduzieren oder nachträglich (möglichst deutliche) Verbesserungen einzuleiten.

TOURISMUSENTWICKLUNG IN SCHUTZGEBIETEN UND NATURNAHEN RÄUMEN

Unter dem Motto »Schutz durch nachhaltige Nutzung« setzt sich die deutsche EZ dafür ein, dass auch in Schutz- bzw. naturnahen Räumen, die touristisch erschlossen werden, der umfassende Schutz der natürlichen Ressourcen gewährleistet wird und mögliche Konflikte zwischen Naturschutz und Tourismus (z. B. Zerstörung von Pflanzen, Störung von Tieren, Trittschäden, Erosionen) verhindert werden. Hierbei konzentrieren sich die Maßnahmen in erster Linie auf die Unterstützung eines kooperativen und nachhaltigen Schutzgebietsmanagements (touristische Zonierung, Besucherlenkung und -information, adäquate Infrastruktur, Besuchermonitoring). Des Weiteren wird der Tourismus als Instrument zur Erschließung neuer Einnahmequellen genutzt, die der lokalen/indigenen Bevölkerung zugutekommen und den finanziellen Spielraum für ein nachhaltiges Schutzgebietsmanagement erweitern sollen.

SCHLÜSSELFRAGEN UND BERATUNGSANSÄTZE

WIE KANN EINE NACHHALTIGE TOURISTISCHE NUTZUNG VON SCHUTZGEBIETEN SICHERGESTELLT WERDEN?

Der Naturtourismus gehörte in der Vergangenheit zu den am schnellsten wachsenden Segmenten des internationalen Tourismusmarktes. Insbesondere Entwicklungsländer haben sich als wichtige Zielgebiete des Naturtourismus etabliert. Auch für die Zukunft ist davon auszugehen, dass die globale Nachfrage nach naturnahen Erholungsformen bzw. Naturerlebnisprodukten weiter zunehmen wird. Ein aktives Engagement des Tourismussektors und touristischer Destinationen zum Erhalt der Biodiversität sowie zur langfristigen Sicherung einer intakten Umwelt und naturnaher Landschaften ist deshalb unerlässlich und liegt auch im Interesse der Branche. Dies gilt vor allem für Gebiete, die wegen ihrer ökologischen Bedeutung unter Schutz gestellt und daher auch besonders nachgefragt sind (z. B. Nationalparks und Biosphärenreservate).

Bereits seit Mitte der 1990er-Jahre hat sich im Rahmen der internationalen Nachhaltigkeitsdebatte um naturnahe Tourismusformen der Begriff »Ökotourismus« etabliert. Wesentlich hierbei ist, dass dieser Terminus nicht als synonyme Begriff für »Naturtourismus« verstanden wird, sondern inhaltlich der Definition eines nachhaltigen Tourismus folgt und somit den Anspruch impliziert, speziell in naturnahen Gebieten nachhaltige Tourismusformen umzusetzen. So gesehen ist mit »Ökotourismus« kein touristisches Produkt gemeint, sondern vielmehr ein konzeptioneller Ansatz für verantwortungsbewusstes Reisen in naturnahen Gebieten. Im Mittelpunkt der Debatte um den Ökotourismus steht die Frage, unter welchen Rahmenbedingungen und mit welchen Maßnahmen Tourismus in naturnahen Gebieten bzw. (Groß-)Schutzgebieten ökologisch und sozialverträglich gestaltet werden kann.

Als ein wesentlicher Meilenstein in der Ökotourismusedebatte sind hierbei die *Guidelines on Biodiversity and Tourism Development* zu nennen, die mit maßgeblicher Unterstützung Deutschlands im Rahmen der *Convention on Biological Diversity (CBD)* erarbeitet und 2004 veröffentlicht wurden. Diese internationalen Richtlinien (kurz: *CBD-Guidelines*) beziehen sich auf alle Formen und Aktivitäten des Tourismus und sind als konkreter (wiewohl unverbindlicher) Handlungsrahmen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in sensiblen Ökosystemen konzipiert. Ein wichtiges internationales Instrument zur Umsetzung der in den *CBD-Guidelines* verankerten Prinzipien stellt darüber hinaus die »Europäische Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten« dar. Hierbei handelt es sich um eine von der *EUROPARC Federation* vergebene Auszeichnung für europäische Schutzgebiete, die sich für einen nachhaltigen Tourismus engagieren. Im Unterschied zu herkömmlichen

Gütesiegeln setzt die *Europäische Charta* nicht auf die Einhaltung festgeschriebener Mindeststandards, sondern stellt einen integrativen Prozess dar, bei dem unter Einbindung aller relevanten Akteure langfristige Strategien und Maßnahmen für die künftige touristische Entwicklung eines Schutzgebietes erarbeitet werden. Ebenfalls von großer Bedeutung ist die *PAN Park Foundation*, die sich europaweit als einzige Organisation dem Schutz von Wildnisflächen und der Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus in Wildnisgebieten verschrieben hat. Für die Aufnahme eines Gebietes in das *Protected Area Network (PAN)* ist die Erfüllung strenger *PAN-Park-Grundsätze* und -Kriterien erforderlich (z. B. Mindestgröße von 20.000 Hektar, keine wirtschaftliche Nutzung der Kernzone).

Mit Blick auf die Praxis besteht die eigentliche Herausforderung darin, einerseits die Natur vor Beeinträchtigungen zu schützen, andererseits aber auch der Allgemeinheit den Wert der Natur durch direkten Kontakt erlebbar zu machen und qualitativ hochwertige Erholung zu gewährleisten. Dies gelingt dann, wenn die lokale Bevölkerung aktiv einbezogen wird und auf Basis eines integrierten Schutzgebietsmanagements von vornherein geeignete Ansätze zur Lösung von Konflikten zwischen den divergierenden Interessen des Naturschutzes und landschaftsbezogener Erholungsformen gesucht werden. Grundsätzlich gilt: Je kleiner und schutzbedürftiger eine Fläche ist, desto geringer sollte die touristische Inanspruchnahme ausfallen bzw. desto notwendiger sind Maßnahmen, die ein professionelles Besuchermanagement sicherstellen. Die Zonierung von Schutzgebieten, konkrete Maßnahmen zur Besucherlenkung (z. B. Zugangsbeschränkungen, gezielte Wegeführung), eine adäquate Basisinfrastruktur und kontinuierliches Besuchermonitoring zählen hier zu den wesentlichen strategischen Ansatzpunkten zur Verhinderung von ökologischen Schäden und Belastungen durch den Tourismus. Auf operativer Ebene kann dabei auf zahlreiche Instrumente zum Besuchermanagement zurückgegriffen werden, darunter *Limits of Acceptable Change (LAC)*, *Visitor Impact Management (VIM)* und *Visitor Experience and Resource Protection (VERP)*.

WELCHE ÖKONOMISCHEN POTENZIALE BIETET DER TOURISMUS FÜR SCHUTZGEBIETE?

Die Schönheit und Vielfalt von Arten und Ökosystemen sowie die genetische Vielfalt sind Werte an sich. Der langfristige Erhalt der biologischen Vielfalt ist deshalb ein ethisches Grundanliegen. Allerdings resultiert aus der ethischen Wertschätzung von Biodiversität nicht zwangsläufig auch die Bereitschaft, zu deren langfristiger Sicherung beizutragen und sich an der Finanzierung von Schutzmaßnahmen zu beteiligen, da private Nutzungsinteressen und/oder armutsbedingte Nutzungsansprüche oftmals schwerer wiegen. Erst wenn Ökosystemdienstleistungen einen ökonomischen Wert erhalten, das Verursacherprinzip konsequent zur Anwendung kommt, Folgekosten

TIPPS FÜR DIE PRAXIS VII STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE FÜR BESUCHERMANAGEMENT IN SCHUTZGEBIETEN (VISITOR MANAGEMENT IN PROTECTED AREAS)

Siehe auch **Tipps für die Praxis V, VI, VIII, IX**

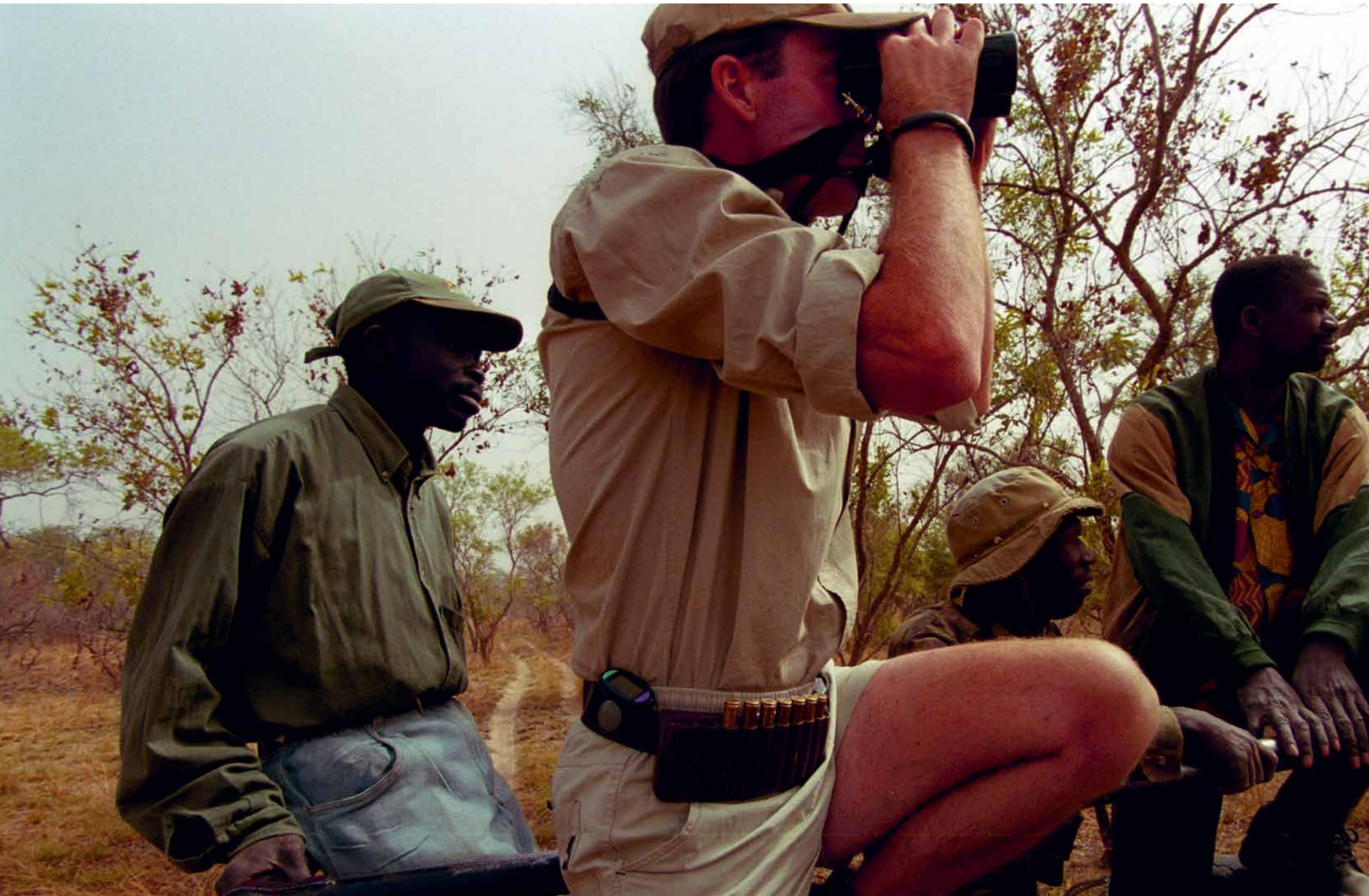
Strategische Ansatzpunkte	Instrumente
<p>ZONIERUNG DES SCHUTZGEBIETES Mit Hilfe eines Zonierungskonzeptes können in Schutzgebieten Räume nach ihrer Schutzbedürftigkeit bzw. -empfindlichkeit gegenüber einer touristischen Nutzung unterschieden und gegliedert werden! Folgenden Zonen sind u. a. denkbar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taburäume Bereiche, deren Schutzzweck nur dann erreicht wird, wenn eine touristische Nutzung ausgeschlossen ist. • Naturerholungsgebiete Bereiche, in denen der Naturschutz Vorrang hat, eine eingeschränkte touristische Nutzung aber möglich ist (z. B. Naturbeobachtung, Wandern, Radfahren, Baden). • Kulissenräume Bereiche, die landschaftlich reizvoll sind und gleichzeitig eine hohe ökologische Belastbarkeit aufweisen. Naturschutzbelange haben hier keinen Vorrang, sondern sind gegen touristische Nutzungsansprüche abzuwägen, die auch bauliche Maßnahmen beinhalten können (z. B. Beherbergungseinrichtung, Mountainbikeparcours). 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Guidelines on Biodiversity and Tourism Development (CBD-Guidelines)</i> • <i>IUCN Best Practice Guidelines for Sustainable Tourism in Protected Areas</i> • Auszeichnung »Europäische Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten« der <i>EUROPARC Federation</i> • <i>Protected Area Network (PAN)</i> der <i>PAN Park Foundation</i> • Instrumente zum Besuchermanagement: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Limits of Acceptable Change (LAC)</i> • <i>Visitor Impact Management (VIM)</i> • <i>Visitor Experience and Resource Protection (VERP)</i> • <i>Visitor Activity Management Process (VAMP)</i> • <i>The Recreation Opportunity Spectrum (ROS)</i> • <i>Tourism Optimization Management Model (TOMM)</i> • <i>Protected Area Visitor Impact Management (PAVIM)</i> • Einsatz von GIS (Geographisches Informationssystem), z. B. zur Bestandsanalyse- und -bewertung des Wegenetzes
<p>BESUCHERLENKUNG IM SCHUTZGEBIET Die Umsetzung geeigneter Maßnahmen zur Besucherlenkung stellt eine wesentliche Voraussetzung für die nachhaltige touristische Nutzung von Schutzgebieten dar! Auswahl an wichtigen Besucherlenkungsmaßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschränkung des Zugangs zum Schutzgebiet <ul style="list-style-type: none"> • Erhebung von Eintrittsgeldern • Reservierungspflicht • Eintritt über Losverfahren • <i>First-Come-First-Serve</i>-Prinzip • Beschränkte Gruppengröße • Beschränkte Aufenthaltsdauer • Steuerung der Besucher im Schutzgebiet <ul style="list-style-type: none"> • Gezielte Wegeführung • Einsatz natürlicher Barrieren (z. B. Baumstämme, Bepflanzung) • Einsatz psychologischer Barrieren (z. B. unterschiedliche Wegebeläge oder -gefälle) • Gezielter Infrastrukturausbau (Lage, Qualität und Kapazität der infrastrukturellen Einrichtungen) • Beschilderung • Patrouillen durch Personal • Zugang nur mit <i>Tour Guide</i> • Information und Umweltbildung <ul style="list-style-type: none"> • Besucherzentrum • Informationsmaterial • Ausstellungen und Informationstafeln • Seminare und Vorträge • Führungen • Lehrpfade • Regeln/Ge- und Verbote <ul style="list-style-type: none"> • Verhaltensregeln für Besucher • Einschränkungen/Verbot von Aktivitäten • Einschränkungen/Verbot von Transportmitteln • Saisonale oder temporäre Sperrung von Gebieten • Sanktionen bei Regelverstößen • Auflagen für touristische Anbieter (Tour Guides, Reiseveranstalter, Transportunternehmen etc.) <ul style="list-style-type: none"> • Einhaltung eines Verhaltenskodexes (<i>Code of Conduct</i>) • Zertifizierung • Nutzungsgebühr 	
<p>BASIS-INFRASTRUKTUR Eine Basis-Infrastruktur erhöht die Aufenthaltsqualität und unterstützt die gezielte Besucherlenkung! Folgende Basisinfrastruktureinrichtungen sollten vorhanden sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zugangswege für motorisierten Verkehr • Eingangsbereich mit Rezeption, Informationsmöglichkeiten und Parkplätzen • Land- und wasserseitiges Wegenetz für Natursportaktivitäten (z. B. Rundwege, Themenwege, Kanuwanderstrecken) • Aussichtspunkte und -plattformen • Rastplätze • Beschilderungssystem, Informationstafeln • Sanitäre Einrichtungen • Elektrizitäts- und Trinkwasserangebot • Abfall- und Abwasserentsorgung • Wenn möglich: Einkaufsgelegenheit, Gastronomie, Beherbergung (z. B. Campingplatz, Lodges) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Environmental Impact Assessment (EIA)</i>
<p>BESUCHERMONITORING Ein effektives Besuchermanagement erfordert eine kontinuierliche Analyse der Besucher und ihres Verhaltens! Auswahl an wichtigen Maßnahmen zum Besuchermonitoring:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erfassung der Besucherstruktur und der Besucherbedürfnisse • Erfassung des Ausgabeverhaltens der Besucher • Erfassung der Besucherzahlen • Erfassung der räumlichen Verteilung der Besucher (Besucherdichte) 	<ul style="list-style-type: none"> • Experteninterviews • Qualitative Besucherbefragungen anhand von Fragebögen • Handzählungen • Einsatz von Langzeitmessgeräten (z. B. Lichtschranken, Druckmatten, magnetische oder wärmeempfindliche Sensoren) • Datenübertragung über UMTS

TIPPS FÜR DIE PRAXIS VIII
STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE FÜR DIE NACHHALTIGE INWERTSETZUNG VON ÖKOSYSTEM-DIENSTLEISTUNGEN BZW. SCHUTZGEBIETEN DURCH TOURISMUS

Siehe auch
Tipps für die Praxis
 II, III, V, VI

Strategische Ansatzpunkte	Instrumente	Strategische Ansatzpunkte	Instrumente
<p>ERHEBUNG VON GEBÜHREN Schutzgebiete können durch die Erhebung von Gebühren direkt kontinuierliche Einnahmen über die Touristen generieren! Folgende Arten von Gebühren sind hierbei vornehmlich zu berücksichtigen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eintrittsgebühren Gebühr für den Eintritt oder die Zufahrt in ein Schutzgebiet (pro Person und/oder Fahrzeug) • Nutzungsgebühren Gebühr für die Nutzung von Infrastruktureinrichtungen in einem Schutzgebiet (z. B. Zeltplatz, Parkplatz, Besucherzentrum) • Gebühr für die Ausübung von Freizeitaktivitäten (recreation fee) Gebühr für die Durchführung bestimmter Freizeitaktivitäten in einem Schutzgebiet (z. B. Jagen, Fischen, Tauchen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumente zur Messung der ökonomischen Wirkungen von Maßnahmen zur nachhaltigen Inwertsetzung von Ökosystemdienstleistungen bzw. Schutzgebieten durch Tourismus: <ul style="list-style-type: none"> • Kosten-Nutzen-Analyse (Cost-Benefit Analysis) • Input-Output-Rechnung • Wertschöpfungskettenanalyse (Value Chain Analysis) • Instrumente zur Messung der nicht quantifizierbaren immateriellen Wirkungen von Maßnahmen zur nachhaltigen Inwertsetzung von Ökosystemdienstleistungen bzw. Schutzgebieten durch Tourismus: <ul style="list-style-type: none"> • Travel Cost Method (TCM) • Contingent Valuation Method (CVM) • Adaptierung der IUCN Protected Area Matrix auf den Tourismussektor <ul style="list-style-type: none"> • Moderation von Multi-Stakeholder- und Bürgerbeteiligungs-Prozessen in Schutzgebietsrandzonen • Vermittlung zwischen Unternehmen, Lokalbevölkerung und öffentlichem Sektor • Beratung und Begleitung öffentlicher Konzessionsausschreibungen • Rechtsberatung bei der Gestaltung von Konzessionsverträgen • Förderung von Investitionen durch verantwortungsvoll agierende Unternehmen • Kapazitätsaufbau in der Finanzverwaltung von Schutzgebieten und Schutzgebietsbehörden • Aufbau partizipativer Monitoringmechanismen und eines unabhängigen Berichtswesens 	<p>ANGEBOT UND VERKAUF VON TOURISTISCHEN DIENSTLEISTUNGEN UND WAREN Neben Gebühren sind eigene Dienstleistungs- und Warenangebote für Touristen eine weitere wichtige Einnahmequelle für Schutzgebiete! Folgende Dienstleistungen und Waren sind hierbei u. a. zu berücksichtigen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dienstleistungen <ul style="list-style-type: none"> • Beherbergung, Gastronomie, Führungen, Verleih von Ausrüstungsgegenständen etc. • Waren <ul style="list-style-type: none"> • Souvenirs, Merchandising-Produkte, Lebensmittel, Informationsmaterial etc. <p>STAATLICHE LEISTUNGEN Trotz knapper öffentlicher Kassen steht der Staat in der Pflicht, eine kontinuierliche Basisfinanzierung für das Management und die (touristische) Infrastruktur von Schutzgebieten sicherzustellen! Folgende staatliche Finanzierungsquellen und -maßnahmen sind hierbei u. a. zu berücksichtigen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erhebung von tourismus- bzw. naturschutzbezogenen Steuern (z.B. Eco-Tax, zweckgebundene Flughafensteuer) zur Finanzierung von Schutzgebieten • Staatliche Investitionen (z.B. in die touristische Infrastruktur) • Direkte staatliche Zahlungen (z.B. Personal, Miete von Gebäuden) • Förderung von tourismus- bzw. naturschutzbezogenen Projekten (z.B. Erarbeitung eines Tourismuskonzeptes) <p>FREIWILLIGE ZUWENDUNGEN Freiwillige Zuwendungen in Form von Geld, Gütern oder Dienstleistungen dienen Schutzgebieten als ergänzende Unterstützung! Folgende freiwillige Leistungen sind hierbei vornehmlich zu berücksichtigen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geldspenden <ul style="list-style-type: none"> • Freiwillige Geldspenden von Touristen, NGOs oder Privatunternehmen • Sachspenden <ul style="list-style-type: none"> • Technische Ausstattung, Fahrzeuge etc. • Freiwilligenarbeit <ul style="list-style-type: none"> • Ehrenamtliche Helfer in Schutzgebieten, Volunteer-Tourismus • Unterstützung durch internationale Geber <ul style="list-style-type: none"> • Projektförderung durch die EZ 	<p>Siehe Seite 62</p>
<p>ABSCHLUSS VON KONZESSIONS-/PACHT-/LIZENZVERTRÄGEN Vertragliche Nutzungsvereinbarungen zwischen einem Schutzgebiet und dem Privatsektor stärken das Schutzgebietsmanagement und ermöglichen Gebühreneinnahmen!</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzessionen bedeuten die Vergabe eines Nutzungsrechtes an einer öffentlichen Sache (z. B. einer Beherbergungseinrichtung) an Dritte. Als Entschädigung wird entweder eine Gebühr fällig oder das Schutzgebiet wird am Umsatz beteiligt. • Bei der Pacht erhalten Dritte das Recht, ein Grundstück (Land oder Gebäude) für einen definierten Zweck zeitlich begrenzt zu nutzen. Das Schutzgebiet bleibt Eigentümer des Grundstücks, während der Pächter die Nutzungsrechte am Eigentum erhält. • Lizenzen berechtigen Dritte langfristig zur Ausübung bestimmter Aktivitäten im Schutzgebiet (z. B. Führungen), die ohne Genehmigung einen Rechtsverstoß darstellen würden. Landbesitz kann nicht durch eine Lizenz übertragen bzw. erworben werden. • Folgende Aspekte sollten bei Vertragsabschlüssen berücksichtigt werden: <ul style="list-style-type: none"> • Transparente und marktorientierte Auswahl der privaten Partner • Klare Zuständigkeit bei der Vergabe und Überwachung der vertraglichen Vereinbarungen • Genaue Festlegung des Nutzungsrechts inkl. Nutzungs- und Verhaltensregeln • Vertraglich garantierte Beteiligung der lokalen Bevölkerung • Festlegung der Höhe der zu entrichtenden Gebühr, klare Zahlungsmodalitäten • Transparenz bei der Gebührenverwendung (z. B. über eine Stiftung oder einen Fonds) • Durchführung von Qualitätskontrollen beim privaten Partner • Sanktionsmaßnahmen bei Vertragsverstößen 			







durch die Übernutzung oder Zerstörung natürlicher Ressourcen eingepreist und Opportunitätskosten der lokalen Bevölkerung (z. B. für verminderte Ernteerträge aufgrund des Schutzstatus) durch alternative und ökologisch verträgliche Einnahmequellen überkompensiert werden (*Payments for Ecosystem Services, PES*), besteht auf lokaler Ebene ein realer Anreiz für ein aktives Engagement für den Erhalt der biologischen Vielfalt.

Aufgrund der chronisch angespannten Kassenlage der öffentlichen Hand stellen der Mangel an Finanzmitteln und, damit einhergehend, die unzureichende finanzielle Ausstattung von Schutzgebietsverwaltungen ein Kernproblem beim Schutz der Biodiversität in Entwicklungsländern dar. Zwar steht der Staat grundsätzlich in der Pflicht, z. B. über die Erhebung von Naturschutz- oder tourismusbezogenen Steuern eine kontinuierliche Basisfinanzierung für das Management und die Infrastruktur von Schutzgebieten sicherzustellen. Eine langfristige und wirkungsvolle Sicherung der biologischen Vielfalt wird sich allerdings nur dann gewährleisten lassen, wenn verstärkt auch privates Kapital in den Naturschutz fließt. Der Tourismusbranche und nicht zuletzt den Touristen selbst kommt hier eine Schlüsselrolle zu, da sie zu den Hauptprofiteuren von Biodiversität gehören und deshalb schon aus eigenem strategischem Interesse gehalten sind, sich angemessen an der Finanzierung von Schutzgebieten zu beteiligen. Die Erfahrungen in vielen Kooperationsländern zeigen hier, dass der touristische Privatsektor sich zunehmend zu dieser Verantwortung bekennt, indem er statt einer auf kurzfristige Vermarktung und rein auf den betrieblichen Mehrwert ausgerichteten Unternehmensphilosophie verstärkt die dauerhafte Inwertsetzung natürlicher Ressourcen und eine nachhaltige Wertschöpfung in den Vordergrund stellt. In Marokko beispielsweise konnte mit Hilfe der deutschen EZ erreicht werden, dass der Nationalpark Souss Massa durch den Tourismus Einnahmen in Höhe von 1,2 Mio. Euro pro Jahr generiert und für 400 lokale Familien ein direktes Einkommen erzielt. Der Tourismus eröffnet somit zahlreiche Chancen, um ein breites Portfolio lokal angepasster und strategisch ausgerichteter Finanzierungsquellen zu erschließen, die sowohl dem Schutzgebietsmanagement als auch der lokalen Bevölkerung zugutekommen.

Sowohl die Erhebung von Gebühren (z. B. Eintrittsgebühren, Nutzungsgebühren, Gebühren für Freizeitaktivitäten) als auch der eigenständige Verkauf von touristischen Dienstleistungen (z. B. Beherbergung, Führungen) und Waren (z. B. Souvenirs, Lebensmittel) stellen hierbei wichtige Finanzierungsinstrumente für Schutzgebiete dar.

Ebenfalls bewährt haben sich vertragliche Nutzungsvereinbarungen in Form von Konzessions-, Pacht- und Lizenzverträgen, die überwiegend zwischen dem öffentlichen Sektor und privaten Unternehmern aus dem Tourismussektor geschlossen werden. Das Madikwe Game Reserve in Südafrika etwa nimmt jährlich 95.000 US-Dollar an Konzessionsgebühren aus dem privaten Betrieb von Lodges ein. Zu beachten ist, dass derartige Nutzungsvereinbarungen seriös und professionell ausgestaltet werden müssen: Eine transparente und marktorientierte Auswahl der privaten Partner ist dabei ebenso von Bedeutung wie klare Zuständigkeiten bei der Vergabe, die Überwachung der vertraglichen Vereinbarungen und die genaue Festlegung des Nutzungsrechts einschließlich Nutzungs- und Verhaltensregeln. Zudem sollte die Beteiligung der lokalen Bevölkerung vertraglich garantiert sein, und es sollte Klarheit hinsichtlich der Gebührenhöhe, der Zahlungsmodalitäten und der Gebührenverwendung bestehen. Weiterhin sind die Durchführung von Qualitätskontrollen bei den privaten Partnern und die Festlegung von Sanktionsmaßnahmen bei Vertragsverstößen zu empfehlen.

Eine weitere Finanzierungsquelle, die sich durch den Tourismus ergibt, sind freiwillige Zuwendungen in Form von Geldspenden (z. B. durch Touristen), Sachspenden, Freiwilligenarbeit und von internationalen Gebern finanzierten Projekten, die den Schutzgebieten als ergänzende Unterstützung dienen.

WIE KANN NACHHALTIGER TOURISMUS ZUR EINDÄMMUNG VON WILDEREI EINGESETZT WERDEN?

Die übermäßige oder auch illegale Bejagung von Wildtieren (Wilderei) ist vor allem im afrikanischen und asiatischen Raum ein häufig anzutreffendes Problem, das viele Länder vor enorme Herausforderungen stellt, denn die Ursachen sind sehr komplex und deshalb nicht mit

einfachen Lösungen zu beheben. Zudem wächst der Problemdruck, da die Wilderei in manchen Regionen kontinuierlich zunimmt. Allein in Südafrika stieg die Wilderei nach Angaben des *World Wide Fund For Nature (WWF)* in den letzten fünf Jahren um mindestens 3.000%. Eine kürzlich durchgeführte Elefantenzählung im Selous-Mikumi-Gebiet in Tansania ergab, dass in diesem Gebiet, in dem es in den 1970er-Jahren noch etwa 100.000 Tiere gab, inzwischen nur noch etwa 13.000 Elefanten leben.

Eine wesentliche Ursache ist die oftmals extreme Armut der lokalen Bevölkerung, die zum Überleben auf die Jagd als Einnahme- und Nahrungsmittelquelle angewiesen ist. Hinzu kommt, dass dem Fleisch von Wildtieren in vielen Kulturkreisen von jeher eine große Bedeutung als Nahrungsmittel zukommt und die Jagd ein wesentliches Element traditioneller Subsistenzwirtschaft darstellt. Eine weitere Ursache ist, dass Wildtiere häufig nicht als schützenswerte Ressource, sondern als Nahrungs-, Wasser- und Lebensraumkonkurrenten wahrgenommen werden. Darüber hinaus sind die Wilderei und der damit verbundene illegale Verkauf bzw. Schmuggel von Trophäen (z. B. von Elfenbein und Hörnern) ein sehr lukratives Geschäft, von dem insbesondere international agierende kriminelle Organisationen profitieren. Der Gesamtwert des illegalen Handels mit Wildarten wird auf mindestens 8 Mrd. Euro pro Jahr geschätzt. Die Absatzmärkte für Rhino-Horn, Elefantenzähne und Knochen von Großkatzen befinden sich zumeist in Asien. Bei Teilen der rasant wachsenden Oberschicht in Fernost gelten Nashornpulver und Löwenknochen als Heilmittel sowie als Statussymbol. Auch die bereits seit 1973 bestehende *Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora (CITES)* ist trotz ihrer großen Bedeutung als Instrument zur Kontrolle des internationalen Handels mit Wildtieren nur bedingt in der Lage, dem gut organisierten Schmuggel Einhalt zu gebieten.

Tourismus ist zwar keine Patentlösung für diese Problemfelder, die Erfahrungen aus der Praxis zeigen aber, dass eine nachhaltige, an den Bedürfnissen der lokalen Bevölkerung ausgerichtete Tourismusentwicklung im Einzelfall sehr effektiv zum Erhalt der Biodiversität, zur Stabilisierung von Ökosystemen, zur Bekämpfung der lokalen Armut und zur Eindämmung der Wilderei beitragen kann. Wesentliche Voraussetzungen hierfür sind:

- ➔ die umfassende Beteiligung der lokalen Bevölkerung in Fragen des Schutzgebiets- und Wildtiermanagements,
- ➔ die Schaffung und gerechte Verteilung direkter oder indirekter ökonomischer Vorteile durch den Tourismus für die vor Ort lebenden Menschen,
- ➔ die Harmonisierung der Interessen des Tourismussektors und der lokalen Bevölkerung sowie
- ➔ klar geregelte Landnutzungsrechte und Eigentumsverhältnisse.

Gelingt es, durch Tourismus einen unmittelbaren Mehrwert für die vor Ort lebenden Menschen zu schaffen, lässt sich die notwendige Wertschätzung für Wildtiere bzw. die Akzeptanz für Maßnahmen zu deren Schutz erreichen, und es besteht ein konkreter Anreiz, aktiv an der touristischen Wertschöpfungskette zu partizipieren, statt der Wilderei nachzugehen. Ausländische Touristen sind eine sehr zahlungskräftige Klientel, die bereit ist, für das unmittelbare Erleben von Wildtierarten in Schutzgebieten oder Wildtierreservaten (*game reserves*) hohe Gebühren zu bezahlen. Der Tourismus eröffnet somit die Chance, mit einer vergleichsweise geringen Anzahl von Touristen hohe Einnahmen zu erzielen, die sowohl der lokalen Bevölkerung zugutekommen als auch in Natur- und Wildschutzmaßnahmen investiert werden können. Dies gilt auch für einen im Rahmen des Wildtiermanagements kontrollierten bzw. nachhaltigen Jagdtourismus (Bejagung z. B. von Elefanten, Nashörnern, Büffeln und Löwen, aber auch von Antilopen, Zebras, Krokodilen oder Nilpferden). Der besondere Reiz der Jagd liegt für die Touristen nicht zuletzt darin, an die Trophäen der Wildtiere zu gelangen.

Zur Verhinderung negativer Einflüsse auf die Wildtierpopulationen und das ökologische Gleichgewicht müssen (jagd-)touristische Aktivitäten adäquat gesteuert werden, etwa durch geeignete Besucherlenkungsmaßnahmen, Verhaltensregeln für Touristen oder die Festlegung von Abschussquoten. Weiterhin sind entsprechende organisatorische, rechtliche und konzeptionelle Rahmenbedingungen erforderlich, damit der Tourismus nachhaltig und professionell betrieben werden kann. Hierzu zählen u. a. rechtsverbindliche Regelungen für die Vergabe von Konzessionen und Jagdlizenzen an touristische Anbieter, die Erhebung von Gebühren oder auch Strategien zur Vermarktung von Wildfleisch, Fellen und Trophäen aus dem kontrollierten Jagdtourismus.

Zu den bekanntesten internationalen Projekten gehört das in Simbabwe entwickelte *CAMPFIRE-Modell (Communal Areas Management Programme for Indigenous Resources)*, das Dorfbewohnern das Recht einräumt, eigenständig über die Nutzung der Wildtiere auf ihren Ländereien zu entscheiden und durch die geregelte Vergabe von Jagdgenehmigungen an Safariveranstalter oder den Verkauf von Tierprodukten finanzielle Gewinne zu erzielen. Auch die deutsche EZ setzt sich aktiv für die Bekämpfung der Wilderei und des illegalen Handels mit Wildtierprodukten in Asien und Afrika ein. Zudem wurde über viele Jahre das Wildreservat Selous in Tansania in Fragen des Wildtiermanagements und der Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus erfolgreich unterstützt.

TIPPS FÜR DIE PRAXIS IX: STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE ZUR EINDÄMMUNG VON WILDEREI DURCH NACHHALTIGEN TOURISMUS

Siehe auch **Tipps für die Praxis VII, VIII**

Strategische Ansatzpunkte

Instrumente

ORGANISATORISCHE, RECHTLICHE UND KONZEPTIONELLE RAHMENBEDINGUNGEN

Es müssen sowohl in organisatorischer und rechtlicher als auch in konzeptioneller Hinsicht geeignete Rahmenbedingungen vorhanden sein, um Tourismus wirkungsvoll und professionell zur Eindämmung von Wilderei nutzen zu können! Folgende Maßnahmen sind hierbei u. a. zu beachten:

- **Organisatorische Rahmenbedingungen**
 - Geeignete Organisationsstrukturen für ein professionelles Wildtiermanagement
 - Geeignete Organisationsstrukturen zur Steuerung des Tourismus im Schutzgebiet
- **Rechtliche Rahmenbedingungen**
 - Klar geregelte Landnutzungsrechte und Eigentumsverhältnisse
 - Rechtsverbindliche Regelungen für die Vergabe von Konzessionen oder Jagdlizenzen an touristische Anbieter
- **Konzeptionelle Rahmenbedingungen**
 - Erhebung von Gebühren (Eintrittsgelder, Jagdabschussgebühren, Jagdreviergebühren, Trophäenbearbeitungsgebühren etc.)
 - Strafzahlungen bei Missachtung von Ge- und Verboten, Strafverfolgung bei Gesetzesverstößen
 - Feststellung und planerische Darstellung wichtiger Migrationsachsen, Wildkorridore und Zwangswechsel
 - Besucherlenkungskonzepte
 - Touristische Zonierung
 - Zeitliche und räumliche Bejagungsstrategie
 - Existenz revierübergreifender Bejagungsrichtlinien
 - Strategie zur Abstimmung der Bejagung mit anderen Landnutzungsformen (z. B. Land- und Forstwirtschaft)
 - Vermarktungsstrategie für Wildfleisch, Felle und Trophäen

- Anpassbare Wildtiermanagementpläne (*Adaptive Wildlife Management*)
- Wildökologische Raumplanungskonzepte
- Aufbau eines Monitoringsystems zur Steuerung des Tourismus
- Integration des Jagdtourismus in die ländliche Entwicklungsplanung

STEUERUNG DER TOURISTISCHEN AKTIVITÄTEN

Touristische Aktivitäten müssen adäquat gesteuert werden, um negative Einflüsse auf die Wildtierpopulationen und das ökologische Gleichgewicht zu verhindern! Auswahl an wichtigen Steuerungsmaßnahmen:

- Verbot der Ansiedlung nichteinheimischer Arten oder Populationen
- Verhaltensregeln für Touristen
- Festlegung konkreter Beobachtungs- und Jagdzeiten
- Nachtbeobachtungs- und Nachtjagdverbot
- Kontinuierliche Patrouillen im Gelände zur Verhinderung/Eindämmung der Wilderei
- Berücksichtigung bestehender Fragmentierungen des Wildlebensraumes bei der Jagd
- Jagdverbot an Wasserlöchern
- Verbot bestimmter Jagdformen (z. B. vom Auto oder Flugzeug aus)
- Wildtiere, die verwundet wurden, müssen verfolgt und erlegt werden
- Festlegung von Abschussquoten pro Jagdblock/-revier, um einer Übernutzung bzw. unkontrollierten Entnahme von Wildtieren vorzubeugen
 - Die Quoten müssen auf Grundlage wissenschaftlicher Untersuchungen und Daten festgelegt werden
 - Existenz von Abschussplänen und -listen zur Dokumentation und Kontrolle jagdlicher Eingriffe in die Wildbestände
- Verbot der Jagd auf natürliche Feinde von Trophäentieren, um eine künstliche Vergrößerung ihres Bestandes zu verhindern

- Empfehlungen und Leitlinien des *International Council for Game and Wildlife Conservation (CIC)* sowie der *Federation of Associations for Hunting and Conservation of the EU (FACE)*
- Aufbau von zertifizierten Jagdangeboten und Wildtierprodukten:
 - Standardentwicklung zu Qualität sowie ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit
 - Branding und Labelling

EINBEZIEHUNG DER LOKALEN AKTEURE

Die aktive Einbeziehung der lokalen Akteure ist die wesentliche Voraussetzung für eine kooperative Zusammenarbeit, die Akzeptanz von Schutzmaßnahmen und die Eindämmung der Wilderei! Folgende Akteure und Maßnahmen sind hierbei u. a. zu berücksichtigen:

- **Lokale Bevölkerung**
 - Aufklärung und Bewusstseinsbildung hinsichtlich der Bedeutung des Biodiversitäts- und Ressourcenschutzes sowie der Chancen, die sich aus einer nachhaltigen Inwertsetzung von Ökosystemdienstleistungen über den Tourismus ergeben
 - Aktive Einbeziehung und Übernahme von Verantwortung beim Schutzgebiets- und Wildtiermanagement sowie der Steuerung des Tourismus
 - Qualifizierung und Weiterbildung
 - Direkte und indirekte Integration in die touristische Wertschöpfungskette (inkl. Festlegung klarer Regeln zur Beteiligung der lokalen Bevölkerung an den Einnahmen aus dem Tourismus)
- **Lokale touristische Anbieter und Reiseveranstalter**
 - Vertragliche Vereinbarungen und Auflagen
 - Erarbeitung von Standards und Verhaltenskodizes (*Codes of Conduct*)
 - Unterstützung bei der Bekämpfung von Wilderei
 - Qualifizierung und Weiterbildung
- **Personal des Schutzgebietes (z. B. Wildtiermanager)**
 - Verhaltensregeln
 - Qualifizierung und Weiterbildung

- Aufbau lokaler und regionaler Wertschöpfungsketten für den Tourismus
- Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen (*Capacity Development*)

PRAXISBEISPIELE UND INSTRUMENTE

TOURISMUS ALS TEIL EINER INTEGRIERTEN ENTWICKLUNGS- UND NATURSCHUTZPLANUNG IM NATIONALPARK PHONG NHA-KE BANG

- LAND:** Vietnam
- PROJEKTTITEL:** Programm »Integrierter Naturschutz und nachhaltige Bewirtschaftung Phong Nha-Ke Bang« (2007–2015)
- PARTNER:** PNKB National Park, Tourism Administration Office of Quang Binh DoCST, Provincial People's Committee
- INFORMATION:** www.giz.de/de/weltweit/18650.html



HINTERGRUND UND ZIELE

Der Nationalpark Phong Nha-Ke Bang (PNKB) im Westen der Provinz Quang Binh in Zentralvietnam wurde im Jahre 2003 von der UNESCO wegen der einzigartigen geomorphologischen Eigenschaften seiner Karstformationen zum Weltkulturerbe erklärt. Der Park zeichnet sich zudem durch eine besonders reiche Biodiversität mit einer großen Anzahl endemischer Arten aus, die zum Teil durch illegale Nutzung der natürlichen Ressourcen stark gefährdet sind. Der Druck auf die Parkressourcen nimmt stetig zu, zumal auch die Überwachung des Schutzgebietes durch die Parkbehörde bisher wenig effizient war.

Die Provinz Quang Binh gehört zu den ärmsten Regionen in Vietnam. Im Umfeld des Nationalparks leben etwa 65.000 Einwohner in 13 ländlich geprägten Gemeinden, die kaum die Chance haben, ihre landwirtschaftlichen Produktionsmöglichkeiten zu verbessern. Außerhalb der Landwirtschaft gibt es nahezu keine Arbeitsplätze für die lokale Bevölkerung, und auch der legale Zugang zu Forstressourcen ist sehr begrenzt.

Die rasante und bislang ungesteuerte Entwicklung des Tourismus ist ein weiterer Einflussfaktor, der sich negativ auf das fragile Ökosystem auswirkt. Die Besucherzahlen in der Region sind in den letzten zehn Jahren stetig gestiegen. Im Jahre 2012 verzeichnete man mehr als 400.000 Besucher. Die zunehmende Beliebtheit der Provinz Quang Binh als Reiseziel ist vor allem auf den Weltkulturerbestatus des Nationalparks zurückzuführen, der als wichtiger Faktor für die lokale Wirtschaftsförderung eingestuft wird.

Allerdings existierte noch kein abgestimmtes Konzept für den Nationalpark und sein Umfeld, das Naturschutzziele und lokale Entwicklungsbedürfnisse miteinander verknüpft hätte. Im Jahre 2007 begannen die deutsche EZ und das *Provincial People's Committee (PPC)* von Quang Binh damit, sich für den Schutz des PNKB-Nationalparks zu engagieren. Das Projekt verfolgte dabei einen integrierten Ansatz, der Nationalparkmanagement, eine nachhaltige sozio-

ökonomische Entwicklung der Pufferzone und eine nachhaltige Ausrichtung der touristischen Aktivitäten in der Nationalparkregion miteinander verband.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Das Projekt förderte die Entwicklung und Verbreitung von sektorübergreifenden Konzepten und Methoden für eine nachhaltige Ressourcennutzung und die Integration von Naturschutz- und Nachhaltigkeitsaspekten in die sozioökonomische Entwicklungsplanung und in Sektorpläne der Region Phong Nha-Ke Bang. Hier wurde das Projekt hauptsächlich auf zwei Ebenen aktiv: Einerseits beriet man Provinzbehörden bei der Optimierung von strategischen Planungsprozessen, andererseits wurden Akteure auf der Mittelebene bei Fragen der Koordination und Umsetzung unterstützt.

Institutionelle Strukturen und Know-how, Wissensmanagement und Kommunikation sind wesentliche Voraussetzungen für ein erfolgreiches Management nachhaltiger Tourismusaktivitäten in einer Region. Die deutsche EZ führte diesbezüglich u. a. folgende Maßnahmen durch:

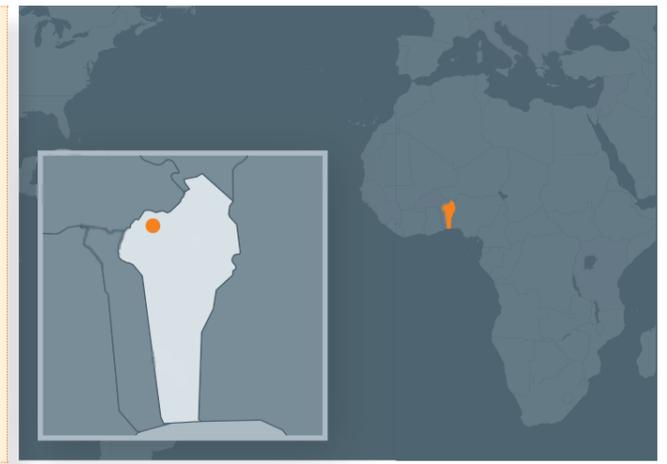
- Institutionelle Stärkung und Fortbildung der Naturschutz-, Tourismus- und Forstbehörden (insbesondere bei Planung und Management),
- Bildung und Förderung von Koordinierungsgremien,
- Wirksame Umsetzung von Konzessionsverträgen zwischen der Verwaltungsbehörde des Nationalparks und Unternehmen, die kommerzielle touristische Aktivitäten im Nationalpark oder in den anliegenden Gemeinden anbieten,
- Erarbeitung und Implementierung eines Entwicklungsplans für nachhaltigen Tourismus.

Der kontinuierliche Druck auf den Nationalpark durch illegalen Handel mit Wildtieren, Abholzung sowie hohe Armutsraten und unnachhaltige Existenzgrundlagen der



JAGDTOURISMUS IM BIOSPHÄRENRESERVAT PENDJARI

LAND: Benin
PROJEKTTITEL: »Schutz und Management der natürlichen Ressourcen – Programmkomponente: Management des Biosphärenreservats Pendjari« (2003–2007)
PARTNER: Ministerium für Bildung und Wissenschaft
INFORMATION: www.pendjari.net



HINTERGRUND UND ZIELE

Das Biosphärenreservat Pendjari im Norden Benins wurde 1954 als Tierreservat unter Schutz gestellt. Dies war mit der unfreiwilligen Umsiedlung der lokalen Bevölkerung verbunden, was dazu führte, dass die Bevölkerung die Schutzauflagen für den Park nur zögerlich akzeptierte und die natürlichen Ressourcen in den nun dicht besiedelten Randgebieten des Schutzgebietes übernutzt wurden. Die Programmkomponente hatte zum Ziel, das Schutzgebiet dauerhaft zu erhalten, ein effizientes Parkmanagement zu installieren und die lokale Bevölkerung aktiv in diesen Prozess einzubeziehen sowie an den Ergebnissen zu beteiligen.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Die GIZ beriet die lokalen Akteure im Auftrag des BMZ beim Aufbau einer effektiven Trägerstruktur und beim Management des Schutzgebietes und der Jagdzonen. Zudem wurde ein ökologisches Monitoringsystem eingerichtet; im Zentrum stand dabei die aktive Einbeziehung der Bevölkerung, z.B. bei der Förderung des Tourismus als zusätzliche Einnahmequelle. Um das Tourismuspotenzial weiter auszubauen, unterstützte die deutsche EZ die lokalen Partner bei der Öffentlichkeitsarbeit in der Region und bei der touristischen Vermarktung auf internationaler Ebene.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- In ausgewiesenen Jagdzonen findet heute in limitierter Form Trophäenjagd statt. Der Abschuss einzelner Tiere trägt finanziell erheblich zur Erhaltung der anderen Tiere im Schutzgebiet bei. Die Anzahl der Jagdtouristen pro Jahr liegt bei etwa 65.
- 30 % der Einnahmen aus der Trophäenjagd werden für lokale Entwicklungsmaßnahmen an die umliegenden Dörfer ausgezahlt (2004: 34.500 Euro). Das bei der Trophäenjagd anfallende Wildfleisch wird den Dorfgruppen zum Eigenverzehr oder Verkauf überlassen.
- Es wurden 130 Vollzeitstellen für die lokalen Anrainer geschaffen. Die Einnahmen aus dem Öko- und Jagdtourismus konnten sukzessiv gesteigert werden.

Leider ist das touristische Schutz-durch-Nutzung-Modell in Pendjari nach Projektende von den beninischen Partnern nicht konsequent fortgesetzt worden, und durch einen erhöhten Wildereidruck kam es zu einer Dezimierung des Wildbestandes, wodurch die touristische Nutzung heute stark beeinträchtigt ist.

Menschen im Nationalparkumfeld machten zudem den Aufbau neuer bzw. alternativer Einkommensmöglichkeiten sowie nachhaltiger Finanzierungsmechanismen notwendig. Hier unterstützte die GIZ im Auftrag des BMZ die Entwicklung nachhaltiger Finanzierungsmodelle für den Nationalpark, u.a. durch die Entwicklung von Tourismusprodukten, an denen die lokale Bevölkerung ökonomisch beteiligt wird.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Ende 2010 wurde in einem partizipativen Prozess der Entwicklungsplan für nachhaltigen Tourismus entwickelt und vom PPC verabschiedet. Während der Erarbeitungsphase fanden zahlreiche Abstimmungsgespräche zwischen den lokalen Interessenvertretern, Beratungsworkshops und weitere Treffen statt, an denen wichtige Entscheidungsträger der Region teilnahmen. Der Entwicklungsplan selbst macht Aussagen zum touristischen Potenzial des Nationalparks und seiner Umgebung, beschreibt die Zukunftsvision für die Tourismusentwicklung der Region bis 2025, definiert Management- und Entwicklungsrichtlinien für den Tourismus und beinhaltet einen Umsetzungsplan für den Zeitraum bis 2020. Für die Zukunft soll der Entwicklungsplan als Hauptplanungsinstrument für Behörden auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene sowie für potenzielle Tourismusplaner und Investoren in der PNKB-Region dienen. Zu den ersten praktischen Umsetzungsmaßnahmen, die von der deutschen EZ gefördert wurden, gehörten die Anlegung eines Ökopfades und die Ausbildung von Fremdenführern, die Touristen auf dem Ökopfad begleiten sollen. Darüber hinaus wurden erste Vorschläge entwickelt und umgesetzt, um die lokale Bevölkerung an Aktivitäten im Tourismus zu beteiligen sowie den Menschen vor Ort Fähigkeiten im Servicebereich zu vermitteln und Verantwortung bei der Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus zu übertragen. Zudem unterstützte die GIZ im Auftrag des BMZ die Erarbeitung eines Managementplans für die infrastrukturelle Entwicklung der Phong-Nha- und Tien-Son-Höhlen, zweier sehr beliebter Touristenattraktionen in der Region.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Erarbeitung nachhaltiger und alternativer Einkommensmöglichkeiten für die Bevölkerung in der Region Quang Binh zur Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Situation und zum Schutz des Nationalparks. Diesbezüglich wurden Maßnahmen zur Verbesserung der Qualität bereits bestehender traditioneller Produkte und zur Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen lokaler Gemeinden und Erzeuger ergriffen. Im Zuge dessen setzte sich die deutsche EZ dafür ein, dass Verbesserungen beim Besuchermanagement und beim Monitoring vorgenommen und Servicestandards angehoben wurden. Bestehende Tourismusprodukte wurden weiterentwickelt und diversifiziert. Zur Unterstützung der Entwicklung neuer Produkte wurden die lokalen Akteure befähigt, mögliche touristische Aktivitäten zu identifizieren, Partnerschaften mit dem Privatsektor einzugehen und die Potenziale der touristischen Wertschöpfungskette zu nutzen. In diesem Zusammenhang wurden Kenntnisse über die lokal verfügbaren Materialien vermittelt, und es wurde aufgezeigt, welche Kunsthandwerksprodukte und Souvenirs daraus entwickelt werden können. Um die Bekanntheit dieser Produkte zu fördern und deren Vertrieb zu erleichtern, wurden die lokalen Akteure zudem für die Schaffung einer eigenen Produktmarke sensibilisiert.



TOURISMUSFÖRDERUNG IM TRANSNATIONALEN KAVANGO-ZAMBEZI-NATURPARK (KAZA)

LAND: Angola, Botswana, Namibia, Sambia, Simbabwe

PROJEKTTITEL: »Kavango–Zambezi Transfrontier Conservation Area – KAZA TFCA« (seit 2010)

PARTNER: Southern African Development Community (SADC)

INFORMATION: www.kavangozambezi.org



HINTERGRUND UND ZIELE

Der transnationale Kavango-Zambezi-Naturpark (KAZA) umfasst 36 Schutzgebiete in fünf südafrikanischen Staaten, die zum weltgrößten Naturpark zusammengeschlossen werden sollen. Auf einer Fläche von der Größe Schwedens bietet der Naturpark nicht nur eine artenreiche Tier- und Pflanzenwelt (z. B. die größte Population afrikanischer Elefanten), sondern auch hochkarätige touristische Attraktionen, wie die weltberühmten Victoriafälle. Das BMZ stellt als größter Geber über die KfW 35,5 Mio. Euro für Investitionen in den Aufbau der Parkinfrastruktur, für ökologische Korridore, Wildlife-Management und die aktive Einbindung der lokalen Bevölkerung in das Management der natürlichen Ressourcen sowie die Tourismusentwicklung zur Verfügung.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Bei der Einrichtung des transnationalen Naturparks wird gezielt darauf hingewirkt, den Schutz der Biodiversität mit wirtschaftlicher Entwicklung zu verknüpfen. Über die Schaffung ökonomischer Perspektiven soll die Bevölkerung für den Natur- und Artenschutz gewonnen werden. Der Tourismus spielt hierbei eine Schlüsselrolle, da er eine wirksame Strategie zur Förderung von Wachstum und Beschäftigung sowie zur Minderung der Armut der ländlichen Bevölkerung darstellt.

ERWARTETE ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- Schaffung neuer Arbeitsplätze und Einkommensmöglichkeiten für Aktivitäten im Tourismussektor in den meist strukturschwachen Gebieten der beteiligten Staaten. Als Faustformel gilt, dass im südlichen Afrika pro acht Touristen ein Arbeitsplatz entsteht.
- Aktive Beteiligung der lokalen Bevölkerung an der Tourismusentwicklung über die Durchführung touristischer Gemeinschaftsinitiativen zwischen Dorfgemeinschaften und Privatinvestoren im Tourismus.
- Erhalt von Biodiversität und Ökosystemen als Lebensgrundlage auch für zukünftige Generationen.
- Aufbau von Parkinfrastruktur (z. B. neuer Parkverwaltungen).

Handlungsfeld: Ressourcen- und Energieeffizienz & Klimaschutz im Tourismus



SERVICELEISTUNGEN DES GIZ-SEKTORVORHABENS »NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DURCH TOURISMUS« (IM AUFTRAG DES BMZ) ZUM HANDLUNGSFELD »RESSOURCEN- UND ENERGIEEFFIZIENZ & KLIMASCHUTZ IM TOURISMUS«

- Durchführung von Machbarkeitsstudien zu ressourcen- und klimarelevanten Themen im Tourismus
- Systematische Beratung zur Berücksichtigung von Ressourcen- und Klimaaspekten bei Projekten sowie bei Politik- und Investitionsprogrammen im Tourismus
- Umweltmanagementberatung für touristische Unternehmen
- Entwicklung und Umsetzung von Strategien und Maßnahmen zur Reduzierung von Emissionen im Tourismussektor und zur Anpassung von Destinationen an den Klimawandel
- Organisation und Durchführung ressourcen- und klimapolitischer Dialogprozesse im Tourismus
- Erhöhung der Sichtbarkeit und Relevanz des Ressourcen- und Klimathemas in der öffentlichen Wahrnehmung der Kooperationsländer

ÜBERBLICK UND HERAUSFORDERUNGEN

Seit jeher spielt für Erholungsreisende die Frage, welches Wetter zu erwarten ist, eine sehr wichtige Rolle bei der Entscheidung für eine Urlaubsregion oder auch bei der Ausübung bestimmter Urlaubsaktivitäten. Während das Wetter den kurzfristigen Zustand der Atmosphäre an einem bestimmten Ort beschreibt und Aufschluss darüber gibt, ob in der nächsten Zeit mit Sonnenschein, Bewölkung, Regen oder Wind zu rechnen ist, geht es beim Klima um die langfristige und vollständige Beschreibung aller meteorologischen Vorgänge samt ihren möglichen Auswirkungen (z. B. extremen Wetterereignissen). So gesehen ist die im Tourismus häufig verwendete Werbeaussage vom »prima Klima« weder inhaltlich korrekt, noch spiegelt sie die reale Klimaentwicklung der letzten Jahrzehnte wider. Denn die Wissenschaft beobachtet schon seit Langem einschneidende Veränderungen beim Klima. Dieser Klimawandel offenbart sich durch einen stetigen Anstieg der CO₂-Konzentration in der Atmosphäre, der mit einem schleichenden Anstieg der Globaltemperatur, dem sogenannten Treibhauseffekt, einhergeht. Seit Beginn der Industrialisierung hat sich die Konzentration von CO₂ und anderen Treibhausgasen um ca. 35% erhöht, gleichzeitig ist die Globaltemperatur in den letzten hundert Jahren um ca. 0,8°C gestiegen, wobei die Erwärmung allein in den letzten

30 Jahren um 0,6°C zunahm. Neben natürlichen Faktoren ist in den vergangenen Jahrzehnten vor allem der Mensch als Hauptursache für den fortschreitenden Klimawandel anzusehen – sei es durch die Abholzung von Wäldern, die intensiv betriebene Landwirtschaft oder die Verbrennung fossiler Brennstoffe, die allesamt zur Steigerung klimawirksamer Treibhausgase beitragen. Zu den wichtigsten Folgen des Klimawandels gehören Gletscherschmelzen (und damit ein Anstieg des Meeresspiegels), die Verschiebung von Klima- und Vegetationszonen, die Zunahme von Wetterextremen und die Versauerung der Ozeane. Der Klimawandel ist somit zu einer der größten Herausforderungen für die Menschheit geworden.

Inzwischen ist klar, dass, gemessen an den weitreichenden Folgen des Klimawandels, der Verzicht auf Klimaschutz deutlich teurer ausfallen wird als die Kosten für den Klimaschutz selbst. Vordergründiges Ziel der internationalen Staatengemeinschaft ist es deshalb, über die Minderung der Treibhausgase die globale Temperaturerhöhung auf maximal 2°C zu begrenzen. Während in Europa der Klimawandel für die meisten noch ein eher abstrakter Begriff ist, sehen viele Entwicklungsländer (insbesondere kleine Inselstaaten) sich bereits heute mit den realen Konsequenzen

der Klimaveränderungen konfrontiert. Sie sind zwar nur zu einem geringen Prozentsatz Verursacher dieser Problematik, werden mittel- und langfristig jedoch die Hauptleidtragenden des Klimawandels sein. Im Sinne einer globalen Klimagerechtigkeit müssen darum speziell Entwicklungsländer sowohl bei Strategien zur Emissionsminderung (*Mitigation*) als auch bei Anpassungsmaßnahmen (*Adaptation*) unterstützt werden, um die sich abzeichnenden Schäden so gering wie möglich zu halten.

UMWELTPOLITIK UND ENTWICKLUNG

Der Klimawandel spielt eine entscheidende Rolle bei der weltweiten Zunahme von Armut und der Verschärfung sozialer Spannungen. Die deutsche EZ hat deshalb den Klimawandel als Querschnittsthema in ihre bilaterale Zusammenarbeit integriert und in den letzten Jahren das Engagement für den Klimaschutz in Entwicklungsländern systematisch ausgebaut. Ziel ist es, erforderliche Maßnahmen zur Emissionsminderung (Ausbau der erneuerbaren Energien, Steigerung der Energieeffizienz etc.) und zur Anpassung an den Klimawandel einzuleiten, ohne dabei die soziale und wirtschaftliche Entwicklung der Kooperationsländer zu gefährden. In dieser Hinsicht setzt sich die deutsche EZ für die Transformation zu einer *Green Economy* ein, bei der die Wechselwirkungen zwischen Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt im Vordergrund stehen und dem Nachhaltigkeitsprinzip folgend eine Balance dieser drei Dimensionen angestrebt wird. Wirtschaftswachstum soll qualitativ bzw. inklusiv ausgestaltet werden, indem ökologisches Wirtschaften ins Zentrum gestellt und gleichzeitig Armut reduziert sowie zusätzliche Beschäftigungs- und Einkommensmöglichkeiten in grünen Sektoren geschaffen werden (*Inclusive Green Growth*). Hierzu bedarf es u. a. einer sukzessiven Entkoppelung des Wirtschaftswachstums von den Treibhausgasemissionen. Dies stellt ein ambitioniertes Ziel und eine große Herausforderung für die Zukunft dar, da sich der weltweite Ressourcenverbrauch aufgrund steigender Bevölkerungszahlen und bei stetigem Wachstum des BIP voraussichtlich eher noch erhöhen wird. Allein zwischen 1980 und 2005 stieg die Ressourcenextraktion um ca. 45 % (von 40 auf 58 Mrd. Tonnen), und bereits heute steigt der globale Primärenergieverbrauch um 1,4 % pro Jahr.

UMWELTMANAGEMENT UND TOURISMUS

Die Auswirkungen des Klimawandels auf die Tourismusbranche sind an vielen Orten längst unverkennbar. Bei einer Reihe von Destinationen (insbesondere in Entwicklungsländern) haben extreme Regenschauer, Wirbelstürme und Überschwemmungen in der Vergangenheit bereits zu enormen Schäden an der touristischen Infrastruktur geführt, die zumindest temporär einen Einbruch der Nachfrage sowie hohe ökonomische Einbußen und Folgekosten nach sich zogen. Im Jahre 2005 verursachte allein der Hurrikan Wilma im mexikanischen Bundesstaat Quintana Roo Millionenschäden an der touristischen Infrastruktur, die aufgrund der Nichtnutzbarkeit von

Hotelanlagen und anderen touristischen Einrichtungen zu Verlusten von 8–9 Mio. US-Dollar pro Tag führten. Natürlich kann nicht jede extreme Wettersituation auf den Klimawandel zurückgeführt werden. Die nachweisliche Häufung solcher Ereignisse legt jedoch den Schluss nahe, dass hier ein unmittelbarer Zusammenhang mit den sich abzeichnenden Veränderungen des Klimas besteht. Für die Zukunft ist zu erwarten, dass die globale Erwärmung, einhergehend mit einem sukzessiven Anstieg des Meeresspiegels, zunächst vor allem kleine, nur knapp über dem Meeresspiegel liegende Inseln in Mitleidenschaft ziehen wird. Mögliche Konsequenzen sind u. a. Ernteausfälle aufgrund extremer Wetterlagen, Küstenerosion, das Ausbleichen von Korallenriffen, Trinkwasserversalzung und der Verlust von Lebensraum und wirtschaftlich nutzbaren Flächen. Hiervon werden auch beliebte Urlaubsregionen wie die Malediven und andere Inselstaaten (insbesondere im Südpazifik) betroffen sein, wo mittelfristig die aus Tourismus, Landwirtschaft und Fischerei bestehende Existenzgrundlage der lokalen Bevölkerung unmittelbar gefährdet ist.

Darüber hinaus ist absehbar, dass es künftig je nach Region zu vermehrten Hitzewellen oder Schneemangel, einer Zunahme extremer Wetterereignisse, Veränderungen bei der Artenzusammensetzung und -vielfalt von Flora und Fauna sowie zur Ausbreitung von Infektionskrankheiten kommen wird, mit Auswirkungen auf alle Tourismusformen, einschließlich Kultur- und Städtetourismus, Naturtourismus, Badetourismus sowie Sommer- und Wintertourismus. Somit hat der Klimawandel perspektivisch auch einen direkten oder indirekten Einfluss auf das persönliche Sicherheitsempfinden und auf die Zufriedenheit und das Reiseverhalten von Touristen. Während manche Destinationen die Konsequenzen des Klimawandels kaum zu spüren bekommen werden, wird es andere besonders hart treffen, und wiederum andere können vielleicht sogar vom Klimawandel profitieren (z. B. dank angenehmer Temperaturbedingungen oder Schneesicherheit).

Der Tourismus trägt aber auch selbst zum Anstieg der Treibhauskonzentration in der Atmosphäre und damit zum Klimawandel bei. Global entfallen rund 5 % der CO₂-Emissionen auf den Tourismus. Der größte Anteil davon, nämlich 75 %, entfällt auf den Transport, davon allein 40 % auf den Flugverkehr. Neben der An- und Abreise beeinflussen zudem Beherbergung, Verpflegung, Mobilität vor Ort sowie Freizeiteinrichtungen und -aktivitäten den touristischen Klimafußabdruck. Der UNWTO zufolge verursacht eine Reise im Mittel etwa 0,25 Tonnen CO₂. Der Ressourcen- und Energieverbrauch ist in diesem Zusammenhang der Schlüsselfaktor bei der Klimawirkung des Tourismus, nicht zuletzt weil mit der Bevorzugung energieintensiver Transportmittel durch den Verbraucher, dem anhaltenden Trend zu mehr Fern- und Kurzzeitreisen und einem generellen Zuwachs der globalen Reisetätigkeit der Energiebedarf weiter steigen wird.

(FERN-)FLUGREISEN – DIE ACHILLESFERSE EINER NACHHALTIGEN TOURISMUSENTWICKLUNG

Allein der Flugverkehr ist für 40 % der tourismusbedingten CO₂-Emissionen verantwortlich. Urlaub in Entwicklungsländer setzt nahezu immer die Nutzung des Flugzeugs für die An- und Abreise voraus. Durch die große Distanz zwischen Quell- und Zielgebiet handelt es sich häufig um Fernreisen und damit um Langstreckenflüge, die sich durch eine besonders hohe Emissionsintensität auszeichnen. Stehen solche Reisen noch im Einklang mit dem postulierten Nachhaltigkeitsanspruch an den Tourismus? Die ehrliche Antwort lautet: Nein! Nirgendwo sonst lässt sich ein so großer Widerspruch und Zielkonflikt bei der Nachhaltigkeitsdebatte im Tourismus ausmachen wie in dieser Frage. (Fern-)Flugreisen sind daher die Achillesferse einer nachhaltigen Tourismusedwicklung, nicht zuletzt weil die Prognosen in den kommenden Jahren und Jahrzehnten weitere Zuwächse erwarten lassen.

Während die einen die Umwelt- und Klimafolgen des internationalen Flugverkehrs in den Vordergrund stellen und eine Erhöhung der Flugpreise, die Erhebung von Abgaben oder gar eine Reglementierung von (Fern-)Flugreisen fordern, argumentieren die anderen mit den sozioökonomischen Vorteilen und armutsreduzierenden Effekten des Tourismus in Entwicklungsländer für die lokalen Bevölkerungen, die es ohne ihn nicht in dem Umfang gäbe. Beide Argumentationslinien haben je für sich betrachtet ihre Berechtigung, und genau darin liegt auch das Dilemma. Eine eindimensionale und polarisierte Betrachtung führt jedoch nicht weiter. Anstatt positive und negative ökonomische, soziale und ökologische Wirkungen gegen- und untereinander auszuspielen, müssen vielmehr alle Akteure offen bekennen, dass Fernreisen in Entwicklungsländer sowohl Licht- als auch Schattenseiten haben. Erst dann gibt es eine tragfähige Grundlage, um die Debatte zu versachlichen und gegenüber der Öffentlichkeit die notwendige Glaubwürdigkeit herzustellen.

Letztlich geht es nicht darum, den Flugverkehr an den Pranger zu stellen, sondern darum, eine Lösung für ein globales Problem zu finden, nämlich die signifikante Reduktion der CO₂-Emissionen. Hierzu bedarf es (wenn es nicht auf freiwilliger Basis geschieht) einer gesellschaftspolitischen Entscheidung darüber, welchen Beitrag die Hauptemittenten jeweils leisten müssen, um das Ziel zu erreichen. Zwar wäre es theoretisch denkbar, dass man den Flugverkehr davon ausnimmt. Dies hätte aber zur Folge, dass die anderen Emittenten nicht nur ihren eigenen absoluten CO₂-Anteil, sondern auch den des Flugverkehrs mit reduzieren müssten – ein doch eher unwahrscheinliches Szenario.

Eine langfristige Weigerung seitens der Tourismusbranche bzw. der Fluggesellschaften, aktiv und weitreichend Verantwortung zu übernehmen, erscheint deshalb kontraproduktiv, zumal sie bisher im Unterschied zu anderen Emittenten vom EU-Emissionshandel ausgenommen sind, was ihre Verhandlungsposition zusätzlich schwächt. Über kurz oder lang wird daher auch der Flugverkehr seinen Beitrag in Form von Abgaben, durch Integration in den Emissionshandel oder durch andere Kompensationszahlungen leisten müssen, wobei im Einzelfall über Sonderregelungen nachzudenken wäre (z. B. geringere Kostenbelastung für Flüge in Destinationen, die besonders vom Tourismus abhängig sind). Die auf diese Weise eingenommenen Gelder könnten dann u. a. dafür verwendet werden, Entwicklungsländer bei der Reduktion von CO₂-Emissionen zu unterstützen oder notwendige Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel zu finanzieren. Darüber hinaus sollten weitere Maßnahmen ergriffen werden, um (Fern-)Flugreisen klimaverträglicher zu gestalten, z. B. über eine Diversifizierung touristischer Produkte hin zu klimafreundlicheren Angeboten, den Aufbau emissionsarmer Verkehrssysteme in den Destinationen oder indem bei der touristischen Planung in Entwicklungsländern Qualität Vorrang vor Quantität gegeben wird.



Gerade Entwicklungsländern mangelt es häufig an einer ausreichenden Energieversorgung in der Breite, sodass bei Knappheit der Zugang zu Energie schnell auch zu einer Verteilungs- und damit einer Gerechtigkeitsfrage wird. Ähnliche Herausforderungen lassen sich bezüglich des Wasserverbrauchs und der Landnutzung durch den Tourismus beobachten. Zwar ist der Wasserbedarf der Tourismusbranche global gesehen deutlich geringer als der anderer Wirtschaftssektoren wie der Landwirtschaft und der Industrie. Dennoch kann es in Regionen mit Wasserknappheit bei gleichzeitig hohem Wasserverbrauch durch den Tourismus schnell zu Engpässen und damit zu Konkurrenz um die kostbare Ressource Wasser kommen. Der Tourismus braucht zudem Land bzw. Boden zur Errichtung der touristischen Infrastruktur, was u. a. zur Beeinträchtigung des Landschaftsbildes, zur Zerstörung von Flora und Fauna und zu Landnutzungskonflikten führen kann. Je intensiver die Ressourcennutzung durch den Tourismus ausfällt, desto größer ist dessen direkter und indirekter Beitrag zum Klimawandel und desto eher sind Ressourcenkonflikte mit der lokalen Bevölkerung zu erwarten. Dies betrifft insbesondere massentouristische Destinationen, die durch eine hohe Agglomeration der touristischen Infrastruktur, ein hohes Touristenaufkommen auf engem Raum und somit auch durch einen hohen Energie-, Wasser- und Landverbrauch sowie ein hohes Abfall- und Abwasseraufkommen charakterisiert sind.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass der Tourismus sowohl Betroffener als auch Mitverursacher von negativen Auswirkungen auf Umwelt und Klima und damit Opfer und Täter zugleich ist. Gerade für die Tourismusbranche ist deshalb die Frage, mit welcher Intensität und mit welchen Maßnahmen dem Klimawandel und den negativen Auswirkungen auf die Umwelt begegnet werden soll, von essenzieller Bedeutung. Die Verantwortung hierfür liegt nicht nur in den Händen der Politik und des Verbrauchers, sondern auch bei den Destinationen und den Tourismusunternehmen selbst. Je nach Grad der Betroffenheit müssen Klimawandel und Ressourcenverbrauch zunehmend als Teil der nationalen Katastrophenvorsorge sowie des betrieblichen Qualitäts- und Risikomanagements begriffen werden. Immer mehr Destinationen und Tourismusunternehmen sind sich dieser Tatsache bewusst und stellen sich den Herausforderungen des Klimawandels und der negativen Umweltwirkungen durch die Entwicklung und Umsetzung nachhaltiger Tourismusmasterpläne (z. B. in Marokko, Myanmar und Belize) und eigener Klimaschutz- und Klimaanpassungsstrategien (z. B. Berechnung des CO₂-Klimafußabdrucks, effiziente Energienutzung, Energieeinsparprogramme, Einsatz erneuerbarer Energiequellen), aber auch durch Änderung der politischen Rahmenbedingungen (z. B. Förderprogramme, steuerliche Anreize, ordnungsrechtliche Vorgaben). Trotz dieser positiven Signale ist es aber noch ein langer Weg, bis die Tourismusbranche ihrer Verantwortung

im Sinne eines wirkungsvollen und glaubhaften Handelns umfassend gerecht werden kann.

SCHLÜSSELFRAGEN UND BERATUNGSANSÄTZE

Die deutsche EZ unterstützt deshalb sowohl Destinationen als auch touristische Unternehmen in den Kooperationsländern bei der Einführung von Umweltmanagementsystemen, der Entwicklung von Umweltstandards und der Zertifizierung. So wurde etwa in Ägypten über ein EPW-Projekt die *Green Star Hotel Initiative* ins Leben gerufen, ein Zertifizierungssystem, das zur Verbesserung von Umwelleistungen in der ägyptischen Hotellerie sowie zur verstärkten Sensibilisierung der Hotelgäste und -mitarbeiter für Umweltthemen beiträgt. Des Weiteren umfasst das Leistungsangebot der deutschen EZ die systematische Beratung zur Berücksichtigung von Klimaaspekten bei Projekten, Politik- und Investitionsprogrammen, die Organisation und Durchführung klimapolitischer Dialogprozesse im Tourismus sowie Klimaschutz- und Klimaanpassungsstrategien (z. B. in Marokko, Thailand, Indien und kleinen Inselstaaten im Südpazifik wie Samoa und Vanuatu).

WIE KANN DIE UMWELTBILANZ TOURISTISCHER UNTERNEHMEN VERBESSERT WERDEN?

Wer kennt nicht die Hinweisschilder in Hotelbadezimmern, die uns anregen, aus Umweltschutzgründen die Handtücher mehrmals zu benutzen. Es handelt sich hierbei vermutlich um eine der ältesten Umweltschutzmaßnahmen im Tourismus überhaupt, die in der Hotellerie weltweit schon seit rund dreißig Jahren zur Anwendung kommt. Ohne große Eigeninvestitionen zum Umweltschutz beitragen und dabei durch vermindertes Aufkommen an Schmutzwäsche auch noch Geld sparen zu können mag der entscheidende Grund dafür gewesen sein, dass so viele Hotels sich dieser Maßnahme angeschlossen haben. Es wäre jedoch voreilig, daraus den Schluss zu ziehen, dass touristische Unternehmen im Allgemeinen und die Hotellerie im Speziellen eine Art Vorreiterrolle in Umweltschutzfragen eingenommen hätten.

Ähnlich wie auch in anderen Branchen haben sich die Einsicht in die Notwendigkeit von Umweltmanagementmaßnahmen sowie in deren langfristigen Mehrwert für den eigenen Betrieb und die Destination erst im letzten Jahrzehnt zunehmend durchgesetzt. Umweltmanagement vermindert den Ressourcenverbrauch und senkt damit die

TIPPS FÜR DIE PRAXIS X STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE ZUR VERBESSERUNG DER UMWELTBILANZ TOURISTISCHER UNTERNEHMEN (ENVIRONMENTAL MANAGEMENT APPROACHES)

Siehe auch
Tipps für die Praxis
I, II, XI

Strategische Ansatzpunkte

AUFBAU EINES BETRIEBSINTERNEN UMWELTMANAGEMENTSYSTEMS

Erfolgreicher Umweltschutz in touristischen Betrieben erfordert die Existenz eines eigenen Umweltmanagementsystems, um die Vielzahl an Maßnahmen adäquat steuern sowie Mitarbeiter und Kunden aktiv in diesen Prozess zu integrieren!
Folgende Aspekte sind hierbei u. a. zu beachten:

- **Betriebliche Umweltpolitik**
 - Umwelt- und Ressourcenmanagement als Unternehmensziel verankern
 - Entwicklung eines Nachhaltigkeitsleitbildes inkl. Ziele und Standards
 - Bestimmung von betriebsinternen Nachhaltigkeitsbeauftragten
 - Entwicklung eines Maßnahmenplans (inkl. Zeitplan und Verantwortlichkeiten)
- **Einbeziehung der Mitarbeiter**
 - Sensibilisierung der Mitarbeiter für Umweltfragen
 - Regelmäßige Durchführung von Mitarbeiterschulungen und ggf. Einrichtung betriebsinterner Umweltarbeitsgruppen
 - Aktive Beteiligung an der Umsetzung von Umweltmanagementmaßnahmen
- **Einbeziehung der Touristen**
 - Bewusstseinsbildung, aktive Beteiligung der Touristen an der Umsetzung von Umweltschutzmaßnahmen
 - Betriebsführungen, Kommunikation mit den Touristen (z. B. Befragungen, Blogs)
- **Umweltmonitoringsystem**
 - Regelmäßige Überprüfung des Verbrauchs von Wasser, Strom, Gas etc. pro Gast und Übernachtung sowie Kontrolle sonstiger Maßnahmen
 - Systematische Erfassung aller Daten
 - Überprüfung der Zielerreichung und ggf. Einleiten von Verbesserungsmaßnahmen
- **Umweltkooperation**
 - Aufbau von Kooperationen mit anderen touristischen Betrieben in der Region zum Erfahrungsaustausch und zur Festlegung von Umweltmindeststandards
 - Sensibilisierung und Einbeziehung lokaler Gemeinden in Umweltmaßnahmen (z. B. gemeinsame Nutzung einer Pflanzenkläranlage)
 - Unterstützung von lokalen Umweltprojekten
- **Umweltberichterstattung**
 - Regelmäßige Dokumentation und Veröffentlichung der Umweltmaßnahmen und der erzielten Ergebnisse

DURCHFÜHRUNG VON UMWELTMASSNAHMEN

Umweltschutzmaßnahmen müssen sich auf alle betriebsinternen und -externen Bereiche beziehen, die Einfluss auf die Umweltqualität und die Intensität der Ressourcennutzung haben!
Folgende Bereiche sind hierbei u. a. zu beachten:

- **Geeignete Standortwahl und umweltverträgliche Architektur**
 - Umweltverträglichkeitsprüfung (UVP) des Standortes, umweltverträgliche Baumaterialien, Dachbegrünung
- **Energiesparmaßnahmen**
 - Energiesparlampen, Nutzung regenerativer Energien, Wärmerückgewinnung
- **Wassersparmaßnahmen**
 - Durchflussbegrenzer, WC-Wasserspartasten, Nutzung von Brauch- und Regenwasser, Bewässerungsanlagen mit Schaltzeituhr
- **Geregeltes Abfallmanagement**
 - Abfallvermeidung, Abfalltrennung, Recycling, Entsorgung von Sondermüll
- **Umweltverträgliche Abwasserbehandlung**
 - Ordnungsgemäße Entsorgung über kommunale Kläranlage, eigene Pflanzenkläranlage, Sickergrube
- **Umweltverträgliche Einkaufspolitik**
 - Regionale Produkte, energieeffiziente Produkte, FCKW-freie Produkte, biologisch abbaubare Reinigungsmittel, biologische Schädlingsbekämpfungsmittel
- **Schutz von Tier- und Pflanzenarten**
 - Kein Verkauf von Produkten, die aus bedrohten Tierarten hergestellt wurden
 - Verwendung einheimischer Pflanzenarten für Gartenanlagen

Instrumente

- Umweltmanagementsystem nach ISO 14001
- Umweltmanagementsystem nach dem *Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)*
- Ökobilanz bzw. *Life Cycle Assessment (LCA)* nach ISO 14040 und ISO 14044
- CO₂-Bilanzen und ökologischer Fußabdruck
- Globale Umweltgütesiegel im Tourismus (z. B. *Green Globe*, *Travelife*, *Green Key*, *TourCert*)
- Regionale Umweltgütesiegel im Tourismus (z. B. *EU Ecolabel*, *Green Star* in Ägypten, *Fair Trade Tourism* in Afrika, *CST* in Costa Rica)
- *Global Sustainable Tourism Criteria* des *Global Sustainable Tourism Council (GSTC)*, www.gstccouncil.org
- Verifizierungsprogramm der *Rainforest Alliance* (Fokus: KKMU), www.rainforest-alliance.org/tourism/verification
- GIZ Umwelt- und Klimaprüfung – Sektorarbeitshilfe Tourismus
- GIZ *Orientation Sheet »Sustainable Consumption and Production (SCP)«*
- Zahlreiche öffentlich zugängliche Handbücher, Checklisten und *Best-Practice*-Beispiele für Umweltmanagement in touristischen Betrieben (z. B. www.destinet.eu)



operativen Kosten, was für viele Unternehmen und Destinationen aufgrund steigender Ressourcenpreise (z. B. für Energie) bzw. lokaler Ressourcenengpässe (z. B. von Wasser) immer wichtiger wird. Hinzu kommt, dass die Kunden vermehrt auf Umweltaspekte achten und ein entsprechendes Engagement der Branche erwarten, wodurch Umweltmanagement auch zu einem Imagefaktor wird. Waren es zunächst einzelne Aktivitäten, wie das zu Beginn angeführte Beispiel, umfasst betriebliches Umweltmanagement heutzutage ein ganzes Bündel unterschiedlichster Maßnahmen. Insbesondere in großen touristischen Unternehmen wird der Umweltschutz inzwischen als ein Teil des Qualitätsmanagements begriffen, der aus dem operativen Alltag nicht mehr wegzudenken ist. In KKMU hingegen – im Hotelsektor sind dies rund 80–90% aller Unternehmen – besteht noch enormer Handlungsbedarf hinsichtlich der Bewusstseinsbildung und der Umsetzung von Umweltschutzmaßnahmen. Zu den wesentlichen Hemmnissen zählen hier (speziell in Entwicklungsländern) der erschwerte Zugang zu Kapital und der Mangel an Mechanismen zur Stimulierung nachhaltiger Investitionen.

Erfolgreicher Umweltschutz in touristischen Betrieben erfordert ein eigenes Umweltmanagementsystem, um die diversen Maßnahmen adäquat steuern sowie Mitarbeiter und Kunden aktiv in diesen Prozess integrieren zu können. Diesbezüglich kann bereits auf eine Vielzahl bestehender Instrumente zurückgegriffen werden, wie z. B. die Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 oder das *Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)*. Darüber hinaus gibt es inzwischen auf globaler und regionaler Ebene über hundert touristische Nachhaltigkeitsiegel (z. B. *Green Globe*, *Green Key*, *TourCert*, *Travelife* und *TourCert*), die Unternehmen bei der Einführung adäquater Umweltmanagementsysteme unterstützen. Die enorme Vielfalt erschwert es jedoch den Unternehmen, sich in diesem Labeldschungel zurechtzufinden. Um die Überprüfbarkeit und Glaubwürdigkeit bestehender Nachhaltigkeitsiegel zu verbessern, wurde vom *Global Sustainable Tourism Council (GSTC)* ein Akkreditierungsverfahren für bestehende Labels entwickelt, dem globale Mindeststandards für nachhaltigen Tourismus zugrunde liegen. Wichtig ist, dass der Umweltschutz als Unternehmensziel verankert wird, ein verbindliches Umweltleitbild (inkl. Zielen und Standards) existiert und betriebsintern klare Verantwortlichkeiten für die Steuerung und Umsetzung von Maßnahmen benannt sind.

Was die Durchführung von konkreten Umweltmanagementmaßnahmen angeht, so müssen sich diese auf all jene betriebsinternen und -externen Bereiche beziehen, die Einfluss auf die Umweltqualität und Intensität der Ressourcennutzung haben. Hierzu gehören vor allem die Wahl eines geeigneten Standorts und eine umweltverträgliche Architektur für Hotels und ähnliche Einrichtungen. Darüber hinaus sind betriebsinterne Maßnahmen in den Bereichen Energie (z. B. Nutzung regenerativer Energien, Wärmerückgewinnung), Wasser (z. B. Durchflussbegrenzer, Nutzung von Brauch- und Regenwasser), Abfall (z. B. Abfallvermeidung, Abfalltrennung, Recycling) und Abwasser (z. B. ordnungsgemäße Entsorgung über kommunale Kläranlagen, eigene Pflanzenkläranlage) einzuleiten. Betriebsextern gilt es, für eine umweltverträgliche Einkaufspolitik Sorge zu tragen (z. B. durch Bevorzugung regionaler, möglichst energieeffizienter und FCKW-freier Produkte) und sich für den Schutz von Tier- und Pflanzenarten einzusetzen (z. B. Verzicht auf den Verkauf von Produkten bedrohter Tierarten). Zur regelmäßigen Überprüfung des Ressourcenverbrauchs und zur systematischen Erfassung von Daten muss zudem ein Umweltmonitoringsystem eingerichtet werden. Dies sollte zur Wahrung der Transparenz nach außen mit einer regelmäßigen Dokumentation und Veröffentlichung der eingeleiteten Umweltmaßnahmen und der erzielten Ergebnisse einhergehen (z. B. in Form eines Nachhaltigkeitsberichts).

WAS KÖNNEN TOURISTISCHE DESTINATIONEN TUN, UM ZUM RESSOURCENSCHUTZ BEIZUTRAGEN BZW. SICH AN DEN KLIMAWANDEL ANZUPASSEN?

Neben der Armutsbekämpfung und dem Erhalt der Biodiversität gehört der Klimawandel zu den zentralen Zukunftsthemen, wenn es um Fragen der globalen Gerechtigkeit und des langfristigen Erhalts unserer Lebensgrundlagen geht. Der Klimawandel und mit ihm der Ressourcen- und Klimaschutz sind zwar inzwischen feste Bestandteile der politischen Agenda und der Handlungsbedarf wird auch weitestgehend anerkannt, konkrete und vor allem verbindliche Maßnahmen, um dem Klimawandel global Einhalt zu gebieten, existieren bisher jedoch nicht. In der Tourismusbranche gab es in der Vergangenheit bereits zahlreiche Debatten, Studien und globale Konferenzen, die sich mit Strategien und Instrumenten zum Klimaschutz und zur Anpassung von Destinationen an den Klimawandel auseinandersetzen und internationale Erklärungen hervorbrachten (z.B. die *Djerba Declaration* und die *Davos Declaration for Tourism*). Auch auf regionaler (z.B. in Zentralamerika und der Pazifikregion) und nationaler Ebene (mit Unterstützung der deutschen EZ z.B. in Südafrika, Samoa und Thailand) wurde eine Reihe von Initiativen ins Leben gerufen, die sich explizit dem Thema Klimawandel und Tourismus widmen und nach geeigneten Lösungen für die Zukunft suchen.

Gemessen an der globalen Bedeutung des Klimawandels und dessen Einfluss auf die Tourismusbranche muss für die Zukunft gelten, dass alle Destinationen – unabhängig davon, wie stark sie vom Klimawandel betroffen sein mögen – in der Pflicht stehen, über die Reduzierung des Energieverbrauchs, die Steigerung der Energieeffizienz und die Substitution emissionsintensiver Energiequellen aktiv zum Klimaschutz beizutragen. Dazu bedarf es des systematischen Aufbaus einer Klimastrategie für den Tourismus auf Destinationsebene. Dabei müssen wichtige staatliche und private (Tourismus-)Akteure für die Thematik sensibilisiert und eine aktive Klimapolitik eingeleitet werden, die u. a. die Integration des Klimaschutzes als Querschnittsaufgabe in allen Politikbereichen voranbringt, eine konsequente Einbeziehung des Klimawandels in touristische Entwicklungskonzepte und Masterpläne gewährleistet, Umweltstandards für die Tourismusbranche festlegt und einen Aktionsplan zur konsequenten Reduzierung der tourismusbedingten CO₂-Emissionen sowie des fossilen Energieverbrauchs vorlegt. Darüber hinaus müssen geeignete Rahmenbedingungen geschaffen werden, damit eine Klimastrategie für den Tourismus zum Erfolg führt. Hierzu zählen einerseits die Bereitstellung und Erschließung von Finanzmitteln (z. B. über Mikrokredite und Klimaabgaben) und die gezielte Förderung nachhaltiger Investitionen (z. B. durch befristete Steuernachlässe und zinsgünstige Kredite), andererseits die notwendige Know-how-Vermittlung – von gezielten Weiterbildungsmaßnahmen über die Bekanntmachung umweltfreundlicher Technologien und

Maßnahmen bis hin zur Förderung des allgemeinen Wissensmanagements zum Thema Klimawandel.

Auf der operativen Ebene steht den Destinationen eine Reihe von Instrumenten zur Verfügung, mit deren Hilfe sie aktiv zum Klimaschutz bzw. zur Reduzierung tourismusbedingter CO₂-Emissionen beitragen können. Hierzu zählen etwa planerische und ordnungsrechtliche Instrumente wie die Etablierung eines integrierten Küstenzonenmanagements, die Entwicklung von Raumordnungs- und Flächennutzungsplänen, baurechtliche Vorgaben sowie die Durchführung von Umweltverträglichkeitsprüfungen. Des Weiteren sind die Destinationen gehalten, den Ausbau des Umweltmanagements in touristischen Betrieben zu forcieren, verstärkt klimaverträgliche Tourismusprodukte zu entwickeln, lokale bzw. nationale Güter- und Dienstleistungslieferketten im Tourismus aufzubauen oder zu stärken sowie den Schutz gefährdeter Ökosysteme zu gewährleisten (insbesondere der für den Küstenschutz bedeutsamen Korallenriffe und Mangroven). Mit Hilfe eines Monitoringsystems (Treibhausgasbilanzen, Ermittlung des Klimafußabdrucks) kann dann regelmäßig die Zielerreichung überprüft werden.

Destinationen, die bereits besonders vom Klimawandel betroffen sind oder es in Zukunft sein werden, müssen darüber hinaus weitere Anpassungsmaßnahmen in die Wege leiten. Dies betrifft insbesondere die Karibik, den Mittelmeerraum, kleine Inselstaaten im Indischen und Pazifischen Ozean sowie Australien und Neuseeland, wo laut bisherigen Prognosen am ehesten negative Auswirkungen des Klimawandels zu erwarten sind. In diesen Destinationen und Regionen bedarf es detaillierter Analysen der zu erwartenden Folgen des Klimawandels und der daraus resultierenden Konsequenzen für den Tourismus (z. B. Infrastrukturschäden, Gesundheitsrisiken) sowie spezieller Risiko- und Kosten-Nutzen-Analysen zur Festlegung notwendiger Anpassungsmaßnahmen. Des Weiteren müssen im Sinne des Risikomanagements und der Katastrophenvorsorge sowie in Anlehnung an die lokalen Gegebenheiten u. a. Hochwasserfrühwarnsysteme und Hochwasserschutzmaßnahmen eingerichtet, Evakuierungspläne erarbeitet, Evakuierungsübungen durchgeführt und Touristen entsprechend aufgeklärt und vorbereitet werden.

TIPPS FÜR DIE PRAXIS XI STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE ZU RESSOURCENSCHUTZ UND KLIMAAANPASSUNG IN TOURISTISCHEN DESTINATIONEN (CLIMATE CHANGE MITIGATION AND ADAPTATION)

Siehe auch
Tipps für die Praxis
I, II, V, X, XII

Strategische Ansatzpunkte

SYSTEMATISCHER AUFBAU EINER KLIMASTRATEGIE FÜR DEN TOURISMUS

Unabhängig davon, wie stark sie vom Klimawandel betroffen sein mögen, stehen alle Destinationen in der Pflicht, über die Reduzierung des Energieverbrauchs, die Steigerung der Energieeffizienz und die Substitution emissionsintensiver Energiequellen aktiv zum Klimaschutz beizutragen! Folgende Maßnahmen sind u. a. zu berücksichtigen:

- **Sensibilisierung wichtiger Akteure**
 - Aufklärung staatlicher und privater (Tourismus-)Akteure und der lokalen Bevölkerung zu Fragen des Klimawandels
 - Bewusstseinsbildung und aktive Beteiligung der Touristen an der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen
- **Klimaverträgliche Angebotsentwicklung und Vermarktung**
 - Verzicht auf besonders klimaschädliche Angebote bzw. Substituierung solcher Angebote
 - Entwicklung qualitativ hochwertiger klimaverträglicher Angebote
 - Förderung neuer Mobilitätskonzepte und emissionsarmer Transportmöglichkeiten
 - Gezielte Vermarktung von klimaverträglichen Angeboten
- **Aktive Klimapolitik**
 - Integration des Klimaschutzes als Querschnittsaufgabe in alle Politikbereiche
 - Konsequente Einbeziehung des Klimawandels in touristische Entwicklungskonzepte und Masterpläne
 - Festlegung von Umweltstandards für die Tourismusbranche (und über diese hinaus)
 - Aktionsplan zur Senkung der tourismusbedingten CO₂-Emissionen und des fossilen Energieverbrauchs, ggf. Schaffung einer (weitestgehend) klimaneutralen Destination
 - Staatliche Investitionen in Klimaschutzmaßnahmen
- **Nachhaltiges Management touristischer Lieferketten (Sustainable Supply Chain Management)**
 - Aufbau bzw. Stärkung lokaler/nationaler Lieferketten von Gütern und Dienstleistungen im Tourismus zur Reduzierung von CO₂-Emissionen und *Leakage*-Effekten
- **Bereitstellung bzw. Erschließung von Finanzmitteln**
 - Zugang zu Finanzmitteln und (Mikro-)Krediten für touristische Unternehmen (insbesondere KKMU) für notwendige Investitionen in den Klimaschutz
 - Bei Bedarf Erschließung neuer staatlicher Einnahmequellen für zweckgebundene Investitionen in den Klimaschutz (z. B. über Klimaabgaben für Touristen, Kompensationszahlungen)
- **Schutz gefährdeter Ökosysteme**
 - Speziell Korallenriffe und Mangroven sind nicht nur eine wichtige Einnahmequelle für den Tourismus, sondern haben auch eine bedeutende Schutzfunktion für die Küsten (z. B. beim Schutz vor Tsunamis)
- **Förderung nachhaltiger Investitionen**
 - Staatliche Anreize (befristeter Steuernachlass, Subventionen etc.) und zinsgünstige Kredite für klimaverträgliche Investitionen in die touristische Infrastruktur (z. B. erneuerbare Energien)
- **Anwendung planerischer und ordnungsrechtlicher Instrumente**
 - Einführung eines integrierten Küstenzonenmanagements zur Vermeidung von Interessenkonflikten bei der Landnutzung und zum Schutz der natürlichen Ressourcen
 - Entwicklung von Raumordnungs- und Flächennutzungsplänen zur Steuerung der touristischen Entwicklung
 - Baurechtliche Vorgaben (z. B. Einhaltung eines Mindestabstandes von der Küste, Gebäudedämmung)
 - Durchführung von Umweltverträglichkeitsprüfungen (UVP)
- **Know-how-Vermittlung (Wissenstransfer)**
 - Gezielte Weiterbildung staatlicher und privater (Tourismus-)Akteure zum wirkungsvollen und lokal angepassten Umgang mit dem Klimawandel
 - Bekanntmachung umweltfreundlicher Technologien und Maßnahmen (Solarenergie, Windenergie, effiziente Biomassenutzung, Geothermie, Wasserkraft) über (Fach-)Messen oder Konferenzen
 - Förderung des allgemeinen Wissensmanagements im Bereich Klimawandel
- **Aufbau eines Monitoringsystems**
 - Systematische Erfassung und Dokumentation der CO₂-Emissionen (Treibhausgasbilanzen)
 - Ermittlung des Klimafußabdrucks zur Überprüfung der Zielerreichung und ggf. Einleitung von Verbesserungsmaßnahmen
- **Ausbau des Umweltmanagements in touristischen Betrieben**
 - Siehe Tipps für die Praxis X
- **Regionale Kooperationen**
 - Aufbau regionaler Kooperationen zur Entwicklung und Umsetzung grenzüberschreitender Klimaschutz- bzw. Klimaanpassungsstrategien

Destinationen, die besonders vom Klimawandel betroffen sind oder es in Zukunft sein werden, müssen darüber hinaus weitere Anpassungsmaßnahmen in die Wege leiten! Folgende Maßnahmen sind u. a. zu berücksichtigen:

- **Gefährdungsanalysen**
 - Detaillierte Analyse der zu erwartenden Folgen des Klimawandels (z. B. extreme Wetterereignisse, Hitzewellen, Anstieg des Meeresspiegels) und der daraus resultierenden Konsequenzen für den Tourismus (z. B. Infrastrukturschäden, Gesundheitsrisiken, Verlust an Attraktivität)
 - Risikoanalysen und Kosten-Nutzen-Analysen zur Festlegung notwendiger Anpassungsmaßnahmen
- **Risikomanagement und Katastrophenvorsorge**
 - Einrichtung von Hochwasserfrühwarnsystemen und Hochwasserschutzmaßnahmen
 - Erarbeitung von Evakuierungsplänen und Durchführung von Evakuierungsübungen
 - Meidung gefährdeter Gebiete
 - Aufklärung und Vorbereitung der Touristen

PRAXISBEISPIELE UND INSTRUMENTE

DIE GREEN STAR HOTEL INITIATIVE IN ÄGYPTEN

- LAND:** Ägypten
- PROJEKTTITEL:** »Improvement of the environmental performance and competitiveness of the Egyptian hotel industry« (EPW) (2007–2012)
- PARTNER:** Orascom Hotels & Development, ägyptisches Tourismusministerium, Travco Group, TUI AG und andere
- INFORMATION:** www.greenstarhotel.org

**HINTERGRUND UND ZIELE**

Ägyptens Tourismusindustrie zählt zu den wichtigsten Wirtschaftsbranchen des Landes. Gleichzeitig birgt diese Entwicklung jedoch auch Risiken für die Umwelt. Durch den Tourismus verursachte Umweltschäden wie Wasserverschmutzung oder die ineffiziente Entsorgung von Abfällen und Abwässern wirken sich in einer Region, die für karge Landschaften und Wasserknappheit bekannt ist, besonders negativ aus. Das Fehlen regionalspezifischer Standards für Hotelanlagen und der allgemeine Mangel an Umweltbewusstsein bei Hotelmanagement und -personal verstärken das Problem.

Vor diesem Hintergrund haben sich im Rahmen einer EPW verschiedene private (u.a. Orascom Hotels & Development) und öffentliche Partner (GIZ im Auftrag des BMZ, ägyptisches Tourismusministerium) aus Ägypten und Deutschland zur *Green Star Hotel Initiative (GSHI)* zusammengeschlossen. Im weiteren Verlauf kamen mit der TUI AG und ihrer Tochtergesellschaft Travco Group weitere private Tourismusakteure hinzu. Das gemeinsame Anliegen war, durch die Einführung eines Ökozertifizierungssystems und eines Trainingsprogramms für die ägyptische Hotelindustrie – *Green Star Hotel (GSH)* – den gesamten Sektor zu nachhaltigem Wirtschaften zu bewegen. Diesbezüglich wurde das Ziel verfolgt, die Umweltleistungen in der ägyptischen Hotellerie zu verbessern sowie Hotelgäste und -mitarbeiter verstärkt für Umweltthemen zu sensibilisieren. Um die *GSH-Zertifizierung* zu erhalten, müssen Hotels ein Umweltmanagementsystem einführen und einen umfassenden Kriterienkatalog erfüllen. So müssen sie z. B.:

- ☛ Ihren Energie- und Wasserverbrauch um 20 bis 30% senken,
- ☛ verstärkt erneuerbare Energien nutzen,
- ☛ Abfälle ordnungsgemäß entsorgen bzw. wiederverwerten und Abwässer richtig behandeln,
- ☛ für umweltgerechten Gebrauch von Chemikalien sorgen,
- ☛ ihre Mitarbeiter schulen und das Umweltbewusstsein bei Mitarbeitern und Gästen steigern,

- ☛ aktiv die natürlichen Ressourcen und die Biodiversität schützen und
- ☛ durch gezielte Maßnahmen die lokale Bevölkerung unterstützen.

Das *GSH*-System, das bereits in zahlreichen ägyptischen Destinationen eingeführt worden ist, soll dauerhaft auf nationaler Ebene verankert, standardisiert als EPW fortgeführt und auf andere Destinationen in Ägypten und im Nahen Osten übertragen werden.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Durch die Vergabe des *Green-Star-Hotel-Zertifikats* werden besonders umweltfreundliche Häuser ausgezeichnet. Die *Green-Star-Hotel-Kriterien* orientieren sich an den *Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC)* und den Richtlinien verschiedener Umweltorganisationen. Sie wurden unter Berücksichtigung der lokalen klimatischen Gegebenheiten, der in Ägypten vorhandenen Infrastruktur und der Erfahrungen der Hotelwirtschaft vor Ort entwickelt und mit messbaren Indikatoren und *Benchmarks* für Strom- und Wasserverbrauch unterlegt. Berücksichtigt wurde von den Initiatoren des Projektes auch, dass im Land noch relativ wenige umweltfreundliche Produkte zum Kauf oder zur weiteren Verarbeitung zur Verfügung stehen und nur geringes Fachwissen zu Themen wie Nachhaltigkeit beim Bau und Betrieb von Ferienanlagen vorhanden ist.

Der *GSH-Katalog* umfasst insgesamt 151 Nachhaltigkeitskriterien, wobei sowohl das Hotelmanagement als auch die Mitarbeiter, Gäste und Zulieferer sowie sämtliche Bereiche des Hotelbetriebs einbezogen wurden. Dazu gehören neben Umweltmanagement und Ausbildung die Bereiche Wasser, Energie, Müll, Gästeeinformation, *Housekeeping*, Küche, Restaurant, Garten- und Strandbereich sowie das innere und äußere Erscheinungsbild der Anlage.

Bei der Einführung des Labels bietet die *GSHI* praktische Hilfestellungen und ein Ausbildungspaket für die Hotels in Form von Richtlinien, *Best-Practice*-Beispielen, praktischen Dokumentationen, Monitoring- und Marketinginstrumenten sowie auf die einzelnen Hotelbereiche zugeschnittenen Ausbildungsprogrammen an. Das Audit- und Zertifizierungssystem wurde nach dem Vorbild von und in Kooperation mit führenden Umweltlabels auf nationaler Ebene entwickelt und umfasst persönliche Audits vor Ort durch eine entsprechende Kommission. So ist sichergestellt, dass der Zertifizierungsprozess transparent durchgeführt wird. Die *GSHI* unterstützt zudem den Institutionalisierungsprozess auf nationaler Ebene und bietet ein *Capacity-Building*-Programm für junge lokale Fachkräfte sowie speziell entwickelte *Train-the-Trainer*-Programme an.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Die *Green Star Hotel Initiative* hat sich zum Ziel gesetzt, Hotels in ganz Ägypten dabei zu unterstützen, umweltfreundlicher zu werden und nachhaltiger zu wirtschaften. Folgende Ergebnisse konnten bzgl. der Umsetzung der Initiative bereits erreicht werden:

- ☛ Das Baderesort El Gouna am Roten Meer war 2007 die erste Pilotanlage für das *GSH*-Label. Im Jahre 2012 gab es bereits sieben weitere Pilotdestinationen in Ägypten, in denen 46 Hotels der Projektpartner Orascom Hotels & Development und Travco Group/Jaz Hotels and Resorts ein Trainingsprogramm durchliefen und nach erfolgreicher Einführung und Auditierung das *GSH-Zertifikat* erhielten.
- ☛ Insgesamt beteiligten sich bis Dezember 2012 65 Hotels in 14 Destinationen (El Gouna, Taba Heights, Madinat Coraya, Madinat Makadi, Sharm el Sheikh, Hurghada, Marsa Alam, Ain el Sokhna, Luxor, Taba, Dahab, Alexandria und Mersa Matruh) aktiv an der *GSHI*.
- ☛ Die teilnehmenden Hotels entwickeln u. a. Umweltkampagnen mit Informationsmaterialien zu Artenvielfalt und Umweltschutz, sparen Energie und Wasser und setzen sich für Abfallrecycling ein. Darüber hinaus wurden bereits mehr als 2.000 Hotelmitarbeiter geschult.
- ☛ Die touristischen Partner schärfen das Bewusstsein der Gäste und Reiseveranstalter und informieren über die Initiative und die Aktivitäten der Hotels in ihren Kommunikationsmedien.
- ☛ Im Februar 2012 unterzeichnete der ägyptische Minister für Tourismus im Beisein der wichtigsten Akteure der Initiative ein weiteres Kooperationsabkommen mit der GIZ (im Auftrag des BMZ), das die Einführung des *GSH-Zertifizierungssystems* auf nationaler Ebene garantiert.



- ☛ Durch die intensive Zusammenarbeit mit dem ägyptischen Tourismusministerium wurde eine eigene Umweltautorität innerhalb des Ministeriums gegründet. Zudem wurde an einer Förderpolitik für nachhaltigen Tourismus gearbeitet.

Bisher nehmen die Hotels noch eine Vorreiterrolle ein und stoßen aufgrund ungünstiger Rahmenbedingungen vor Ort gelegentlich an ihre Grenzen. So ist etwa umweltgerechte Müllentsorgung nur bedingt möglich, wenn die Stadtverwaltungen z. B. Mülltrennung nicht unterstützen. Die Schaffung und Verankerung besserer Rahmenbedingungen für den ägyptischen Tourismussektor auf nationaler Ebene stellt deshalb eines der wesentlichen Ziele der *Green Star Hotel Initiative* für die Zukunft dar.

NACHHALTIGES ABFALLMANAGEMENT IM HOTELSEKTOR DER MEXIKANISCHEN KARIBIK

LAND: Mexiko
PROJEKTTITEL: »Nachhaltiges Abfallmanagement im Privatsektor in der mexikanischen Karibik« (2008–2010)
PARTNER: Kuoni Travel Holding, Amigos de Sian Ka'an, The Travel Foundation Netherlands, Umweltministerium von Quintana Roo (SEDUMA), Tourismusministerium von Quintana Roo (SEDETUR)
INFORMATION: www.giz.de/fachexpertise/html/6499.html



HINTERGRUND UND ZIELE

Der Tourismus in der mexikanischen Karibik boomt. Im Jahre 2007 überschritt die Zahl der Besucher in Cancún, Cozumel und der Riviera Maya erstmals 7 Mio. Ein Drittel des gesamten Müllaufkommens der Region ist auf den Tourismus zurückzuführen (400 Tonnen pro Tag). Unsachgemäße Entsorgung kann vor Ort zu erheblichen Umweltbelastungen führen, denn die Böden in der Region (stark poröse Karstböden) begünstigen den unmittelbaren Schadstoffeintrag in das Grundwasser. Dies hat nicht nur zur Folge, dass die Trinkwasserversorgung gefährdet wird, auch das äußerst sensible Ökosystem der unterirdischen Wasserläufe und nahegelegene Korallenriffe können dadurch stark beeinträchtigt werden. Das Ziel des Projektes bestand darin, ein nachhaltiges Abfallmanagementsystem für die Hotels zu etablieren und die Touristen bezüglich der Müllproblematik zu sensibilisieren.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Mit den Partnerorganisationen und -institutionen wurde 2008 eine integrierte EPW-Maßnahme zur Förderung der integrierten Abfallwirtschaft in der Region vereinbart. Die GIZ unterstützte im Auftrag des BMZ Sensibilisierungsmaßnahmen und fungierte als Berater bei der Erstellung und Umsetzung von nachhaltigen Abfallmanagementplänen. Mit der finanziellen Unterstützung von Kuoni wurden hierzu Workshops durchgeführt. SEDUMA und SEDETUR stellten die rechtlichen und normativen Rahmenbedingungen sicher. Auf lokaler Ebene förderte die deutsche EZ die Schaffung von Mechanismen für das Sammeln und das Recycling von Abfällen. Mit Hilfe von Kampagnen wurde die Sensibilisierung von Hoteliers und Touristen vorangetrieben.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- Die Abfallmanagementpläne konnten dank der Schaffung entsprechender rechtlicher Rahmenbedingungen flächendeckend eingeführt werden.
- Mit einer Marktanalyse zum Recyclingpotenzial in der Region konnten Empfehlungen entwickelt werden, wie der Staat durch Anreize den Privatsektor stärker einbinden kann. Diese wurden auch in die Landesumweltpolitik integriert.



VERBESSERUNG DES UMWELTMANAGEMENTS TOURISTISCHER BETRIEBE UND PRODUKTE IN UTTARAKHAND

LAND: Indien
PROJEKTTITEL: »Regionale Wirtschaftsförderung Uttarakhand« (seit 2007)
PARTNER: Abteilung für ländliche Entwicklung, Regierung von Uttarakhand
INFORMATION: <http://www.giz.de/fachexpertise/html/6499.html>



HINTERGRUND UND ZIELE

Die deutsche EZ unterstützt den indischen Bundesstaat Uttarakhand dabei, die bestehende wirtschaftliche und soziale Kluft zwischen Stadt und Land durch inklusives Wachstum (*inclusive growth*) und andere Maßnahmen zur Armutsbekämpfung zu verringern. Einen Schwerpunkt stellt hierbei der Tourismus dar. Neben der Entwicklung von Wertschöpfungsketten und der Förderung des Marktzugangs für kleine und mittlere Unternehmen soll auch eine Verbesserung des Umweltmanagements touristischer Betriebe und Produkte in Uttarakhand erreicht werden. Hier lag der Fokus einerseits auf der Hotellerie, andererseits auf Trekkingtouren.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Mit Unterstützung externer Partner wurde zunächst eine Vor-Ort-Analyse des Status quo hinsichtlich des Umweltmanagements bei ausgewählten Hotels und Trekkingtouren durchgeführt. Sie basierte auf eigens für die Untersuchung entwickelten Fragebögen, Checklisten und Interviewleitfäden. Aus den Analyseergebnissen wurden dann konkrete Maßnahmen und Aktivitäten abgeleitet, die sowohl Hoteliers und Anbieter von Trekkingtouren als auch die Destination Uttarakhand dabei unterstützen sollen, ihre Umweltbilanz prozessorientiert zu verbessern.

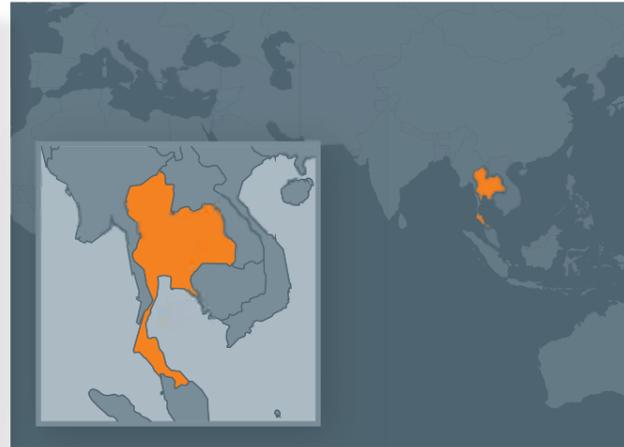


ERWARTETE ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- Entwicklung von zwei Handbüchern für die Hotellerie und für Anbieter von Trekkingtouren, die konkrete technische Empfehlungen, praktische Tipps und Fallbeispiele zu verschiedenen Handlungsfeldern (Wasser, Abwasser, Abfall, Energie etc.) enthalten und erläutern, wie das betriebliche bzw. produktbezogene Umweltmanagement optimiert werden kann.
- Konzeption und Durchführung von Trainingsseminaren für politische Entscheidungsträger zum Thema Nachhaltiges Destinationsmanagement.
- Initiierung eines *Multi-Stakeholder*-Dialogs zwischen öffentlichen und privaten Tourismusakteuren mit dem Ziel, einen Aktionsplan für eine umweltverträgliche und ökonomisch nachhaltige Tourismusentwicklung Uttarakhands zu erarbeiten.

KLIMASCHUTZ UND TOURISMUS IN THAILAND

- LAND:** Thailand
- PROJEKTTITEL:** »Verbreitung von Erfahrungen bei der Umsetzung der Klimaschutzpolitik im naturbezogenen Tourismus« (2009–2011)
- PARTNER:** Designated Areas for Sustainable Tourism Authority (DASTA)
- INFORMATION:** www.international-climate-initiative.com/de



HINTERGRUND UND ZIELE

Der Tourismus stellt für Thailand einen bedeutenden Wirtschaftszweig und die wichtigste Devisenquelle dar. Die rasante touristische Entwicklung ging jedoch bisher vielerorts mit einem hohen Ressourcen- und Energieverbrauch sowie der Beeinträchtigung wertvoller Naturräume einher, womit die Nachhaltigkeit des Tourismussektors in Frage gestellt war. Ungeachtet dessen kann der Tourismus bei entsprechender Steuerung einen wichtigen Beitrag zum Schutz und zur Inwertsetzung naturnaher Gebiete und damit zum Klimaschutz leisten. Das Ziel des Projektes bestand darin, innerhalb der Pilotregion Sea of Trat im Osten Thailands Aspekte des Klimawandels und Naturschutzes in die Tourismusplanung zu integrieren, um einen klimafreundlichen Tourismus zu fördern.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Auf Basis eines partizipativen *Multi-Stakeholder*-Ansatzes wurden in der Pilotregion CO₂-Fußabdrücke in touristische Planungs- und Managementinstrumente integriert, das fachliche Know-how von relevanten Behörden gestärkt und durch Workshops und Trainingsprogramme das Bewusstsein bzgl. der Bedeutung des Klimawandels für den Tourismus bei verschiedenen Akteuren geschärft. Auf nationaler Ebene wurden die thailändischen Partner dabei unterstützt, die Rahmenbedingungen für einen klimafreundlichen Tourismus zu verbessern. Darüber hinaus soll das Engagement für Klimaschutz in Thailand als Vorbild für andere wirtschaftlich aufstrebende Schwellenländer dienen.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- Der CO₂-Fußabdruck ist Bestandteil der Tourismusplanung geworden.
- Bau des ersten CO₂-armen Hotels in Thailand.
- Verschiedene Trainings- und Pilotprojekte zur Treibhausgasenkung und zum Energieverbrauch haben Unternehmen dabei unterstützt, ihre Betriebskosten zu senken.
- Agrotourismusprojekte wurden durch ein effektives Ressourcenmanagement gestärkt.
- Thailand hat sich in Klimaschutzfragen profiliert und die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit erworben.

TOURISMUS ALS INSTRUMENT FÜR NATURSCHUTZ UND WÜSTENBEKÄMPFUNG IN MAROKKO

- LAND:** Marokko
- PROJEKTTITEL:** »Naturschutz und Wüstenbekämpfung« (2006–2011)
- PARTNER:** Hochkommissariat für Wasser, Wald und Desertifikationsbekämpfung in Marokko
- INFORMATION:** www.giz.de/de/weltweit/20177.html



HINTERGRUND UND ZIELE

Infolge der zunehmenden Wüstenneubildung steht das Land vor der Herausforderung, seine für den Mittelmeerraum einzigartige biologische Vielfalt zu erhalten und nachhaltig zu nutzen. Die Grundlage dafür bilden zehn Nationalparks, mit deren Bewirtschaftung ein Ausgleich zwischen den Interessen der traditionellen Nutzer und den Erfordernissen des Naturschutzes erreicht werden soll. Das Projekt verfolgte das Ziel, sowohl das Schutzgebietsmanagement als auch die Bekämpfung der Wüstenneubildung nachhaltig zu verbessern.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Neben der Entwicklung dezentralisierter Abstimmungs- und Entscheidungsstrukturen unterstützte das Programm auch die Zusammenarbeit von Staat und Zivilgesellschaft. Durch autonome Parkdirektionen wurden dezentrale Strukturen gefördert. Zudem wurde Nutzungskonflikten entgegen gewirkt. Der Einsatz innovativer Bewirtschaftungsverfahren und attraktiver Ökotourismusprojekte trug einerseits zur Ressourcenschonung bei und generierte andererseits Einnahmequellen für die lokale Bevölkerung sowie für Maßnahmen zur Wüstenbekämpfung. Auf nationaler Ebene wurden darüber hinaus die Neuausrichtung institutioneller und gesetzlicher Rahmenbedingungen, die Zusammenarbeit der jeweiligen Fachministerien und fachübergreifende Themen (z. B. nationale Strategien zum Ökotourismus) unterstützt.



ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- Der Ansatz des partizipativen Landnutzungskonzepts zur Wüstenbekämpfung dient als Grundlage für kommunale Finanzierungsprogramme.
- Durch die Umstellung auf eine nachhaltige Bewirtschaftung der Naturressourcen konnten Einkommensverbesserungen erzielt werden. Die Besucherzahl in den Nationalparks stieg um ein Fünftel.
- Durch die Erarbeitung eines Handbuchs wurde ein einheitlicher Orientierungsrahmen für die Nationalparkverwaltungen geschaffen.
- Konzepte und Maßnahmen neu gegründeter Koordinierungsgremien zeigten national und regional positive Wirkungen in Bezug auf die Anpassung an den Klimawandel.

Handlungsfeld: *Good Governance* & Politische Rahmenbedingungen

SERVICELLEISTUNGEN DES GIZ-SEKTORVORHABENS »NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DURCH TOURISMUS« (IM AUFTRAG DES BMZ) ZUM HANDLUNGSFELD »GOOD GOVERNANCE & POLITISCHE RAHMENBEDINGUNGEN«

- Durchführung von *Ex-Ante Poverty Impact Assessments* (PIA) zur frühzeitigen Abschätzung der Armutswirkungen touristischer Entwicklungsvorhaben
- Entwicklung nationaler Leitlinien und Masterpläne für eine nachhaltige Tourismuspolitik
- Unterstützung bei der Planung von Reformen und Programmen für eine armuts- und nachhaltigkeitsorientierte Tourismuspolitik und Regierungsführung
- Entwicklung geeigneter politischer Instrumente zur nachhaltigen Steuerung der Tourismusentwicklung
- Politikfeldberatung und Organisationsentwicklung auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene zum Aufbau leistungsfähiger institutioneller Strukturen im Tourismus
- Förderung von Partizipations- und Planungsmechanismen

ÜBERBLICK UND HERAUSFORDERUNGEN

In den 1990er-Jahren setzte sich zunehmend die Erkenntnis durch, dass Fortschritt in Entwicklungsländern nicht nur von deren wirtschaftlicher Prosperität, sondern auch von einem funktionsfähigen Regierungs-, Rechts- und Justizsystem abhängt. Insbesondere in Afrika, aber auch andernorts gab es eine Reihe von Ländern, die sich aufgrund unzureichender Regierungsführung, willkürlicher Rechtssprechung, ineffektiver Verwaltungsapparate und korrupter Strukturen in einer *Governance*-Krise befanden. Diese behinderte nicht nur maßgeblich die wirtschaftliche Entwicklung der betreffenden Länder, sondern stellte auch den langfristigen Erfolg entwicklungspolitischer Aktivitäten in Frage. Fortan wurde im Rahmen der EZ der Begriff »*Good Governance*« zu einer Art Synonym für entwicklungsfördernde Rahmenbedingungen. *Good Governance* lässt sich mit »verantwortungsvolle Regierungsführung« übersetzen. Sie orientiert sich an den Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung und gehört seit Mitte der 1990er-Jahre zu den entwicklungspolitischen Schlüsselstrategien.

FÖRDERUNG VON *GOOD GOVERNANCE* IN DEN KOOPERATIONSLÄNDERN

Die deutsche EZ verfolgt das Ziel, über die Förderung von *Good Governance* adäquate politische Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche ökonomische, soziale und ökologische Entwicklung in den Kooperationsländern zu schaffen. Für die Praxis bedeutet dies, die Kooperationsländer bei einer armutsorientierten und nachhaltigen Politikgestaltung zu unterstützen, die auf der Achtung, dem Schutz und der Gewährleistung der Menschenrechte, der Demokratie und der Rechtstaatlichkeit sowie einem kooperativen Verhalten in der Staatengemeinschaft beruht. Diese Prinzipien umfassen die politische Beteiligung der Bevölkerung, die verantwortliche Rolle des Parlaments, die Gesetzmäßigkeit staatlichen Handelns sowie die Gewaltenteilung. Weitere Elemente sind die Leistungsfähigkeit und Transparenz der staatlichen Administration, transparente und leistungsfähige öffentliche Finanzsysteme auf zentraler und lokaler Ebene sowie inklusive Rechenschaftslegung gegenüber der Zivilgesellschaft.

Menschenrechte sind die universelle Grundlage für ein Leben in Würde, Gleichberechtigung und Freiheit. Sie gelten für alle Menschen gleichermaßen und sind ein Leitprinzip deutscher Entwicklungspolitik. Die deutsche EZ setzt sich auf der Grundlage des verbindlichen Konzepts »Menschenrechte in der deutschen Entwicklungspolitik« für die Erreichung eines angemessenen Lebensstandards in den Partnerländern ein, der u. a. die Umsetzung der Rechte auf Nahrung, Gesundheit, Bildung, Wasser- und Sanitärversorgung, angemessene Unterkunft, soziale Sicherung und menschenwürdige Arbeit voraussetzt. Diesbezüglich werden Reformpolitiken zur Umsetzung internationaler Menschenrechtsverpflichtungen und zur Sicherung sozialer Grunddienste unterstützt. Des Weiteren werden nationale Menschenrechtsinstitutionen und Organisationen der Zivilgesellschaft gestärkt.

Bei der Demokratieförderung steht für die deutsche EZ die Stärkung der Leistungsfähigkeit des Staates und seines politischen Systems im Vordergrund. Die institutionalisierte Beteiligung der Zivilgesellschaft an Entscheidungs- und Umsetzungsprozessen, die Gleichberechtigung der Geschlechter (z. B. über die Anpassung bestehender Rechtsnormen) und die Unabhängigkeit der Medien stellen dabei ebenso wichtige strategische *Good-Governance*-Ansätze dar wie Reformen der Verwaltungsorganisation oder die Förderung eines unabhängigen Justizwesens. Außerdem werden Maßnahmen unterstützt, die – einhergehend mit



gezielten Aktivitäten zur Korruptionsbekämpfung – eine Stärkung des öffentlichen Haushalts als zentrales Instrument der Politiksteuerung sowie eine Verbesserung der staatlichen Eigenfinanzierungskapazitäten bewirken (*Good Financial Governance*).

Um dem Anspruch an eine *Good Governance* umfassend gerecht zu werden, verfolgt die deutsche EZ einen Mehr-Ebenen-Ansatz, der die Förderung und konsequente Umsetzung von Maßnahmen auf allen räumlichen Ebenen und die Einbindung aller relevanten staatlichen und nicht-staatlichen Akteure (Regierungen, staatliche Behörden, Zivilgesellschaft, Medien etc.) vorsieht. Insgesamt stellt die Messbarkeit von *Good Governance* eine Herausforderung dar. Verschiedene internationale Organisationen haben deshalb Instrumente entwickelt, mit denen das *Governance*-Niveau eines Landes näherungsweise erfasst werden kann. Zu den wesentlichen *Governance*-Indizes gehören:

- die *Worldwide Governance Indicators* der Weltbank,
- der *Bertelsmann Transformation Index* (BTI),
- der Korruptionswahrnehmungsindex von *Transparency International*,
- der *Failed States Index* des *Foreign Policy Magazin* und des *Fund for Peace* (FFP) sowie
- der erst 2013 von dem internationalen Netzwerk CIVICUS entwickelte »*Enabling Environment for Civil Society*« Indikator, der u. a. Aspekte von Transparenz, Legitimität und Rechenschaftspflicht zivilgesellschaftlicher Gruppen, deren rechtliche Rahmenbedingungen sowie deren Einbindung als politische Akteure in Entscheidungsprozessen abdeckt.

BEDEUTUNG VON *GOOD GOVERNANCE* FÜR DEN TOURISMUS

Die Existenz politischer Rahmenbedingungen und Institutionen, die den Anforderungen an eine *Good Governance* gerecht werden, ist in vielfacher Hinsicht sowohl für den Tourismus im Allgemeinen als auch für das touristische Engagement der EZ im Speziellen von großer Bedeutung. Zwar hängen Image und Nachfrage einer Tourismusdestination nicht unmittelbar von guter Regierungsführung ab. Allzu große Defizite bei Menschenrechts-, Demokratie-, Sicherheits- oder Gesundheitsfragen können jedoch durchaus einen Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit haben. Denn im Unterschied zu anderen Wirtschaftssektoren wird beim Tourismus das Produkt durch den Kunden unmittelbar am Ursprungs- bzw. Urlaubsort in Anspruch genommen, sodass die Branche weit mehr als andere auf ein in politischer, ökonomischer und rechtlicher Hinsicht verlässliches Umfeld angewiesen ist, damit Investoren, touristische Anbieter und Touristen Vertrauen in das betreffende Land haben.

Darüber hinaus lässt sich gerade das von der deutschen EZ angestrebte Ziel einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in den Partnerländern nur dann umfassend verwirklichen, wenn auch rechtsstaatliche und demokratische Strukturen vor Ort weitestgehend vorhanden sind sowie Menschenrechte geachtet, geschützt und gewährleistet werden. Ist dies nicht der Fall, kommt es im Tourismus sehr häufig zu Fehlentwicklungen, mit negativen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung und die Umwelt, die in keiner vertretbaren Relation zu möglichen ökonomischen Entwicklungsfortschritten stehen. Zu den negativen Effekten

zählen etwa Landtitelvergaben zugunsten touristischer Entwicklungsvorhaben unter Missachtung von Land- und Nutzungsrechten der lokalen Bevölkerung (z. B. indigener Völker), häufig in Verbindung mit deren rechtswidriger Enteignung und Zwangsumsiedlung. Auch das Fehlen gesetzlich geregelter Arbeitnehmerrechte für die im Tourismus Beschäftigten haben negative Auswirkungen. Es gibt bereits einige Bestrebungen größerer Tourismusunternehmen, entsprechende Vorkehrungen zu treffen, um menschenrechtliche Risiken zu erkennen und zu minimieren, und im Falle bereits eingetretener Menschenrechtsverletzungen, wirksam für Abhilfe zu sorgen. In Deutschland geschieht dies unter anderem im Rahmen des Runden Tisches »Menschenrechte im Tourismus«, der aus dem Deutschen Global Compact Netzwerk (DGCN) entstanden ist. Anlässlich einer Fachtagung des Runden Tisches haben im Oktober 2013 acht Unternehmen aus der deutschen und schweizerischen Reisebranche ein *Commitment* zu Menschenrechten im Tourismus unterzeichnet und sich damit u. a. verpflichtet, eine Menschenrechtsstrategie zu entwickeln und diese konsequent in ihre Unternehmensabläufe sowie in die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern und Lieferanten einzubinden. Das *Commitment* hält zudem fest, dass die Unternehmen die Auswirkungen ihres Handelns auf die Menschenrechte systematisch erfassen wollen. Des Weiteren soll ein Beschwerdemechanismus entwickelt werden, um Verstöße angemessen und zeitnah beheben zu können.

Im Zusammenhang mit *Good Governance* ist darüber hinaus zu beachten, dass viele touristisch relevante Kooperationsländer der EZ komplexe politische oder wirtschaftliche Transformationsprozesse durchlaufen. Dies gilt u. a. für einige Tourismusdestinationen in Nordafrika (insbesondere in Tunesien und Ägypten), in Myanmar, wo sich ein langwieriger gesellschaftspolitischer Umbruch abzeichnet, und für die Länder des Balkans, die sich zu einem marktwirtschaftlich organisierten System hin entwickeln. Gerade in diesen Ländern wird es in Zukunft darauf ankommen, mit internationaler Unterstützung ein Gleichgewicht zwischen den Reformprozessen und daraus resultierenden Veränderungen einerseits und dem Erhalt stabiler politischer, ökonomischer und sozialer Verhältnisse andererseits herzustellen, damit die bestehende bzw. sich abzeichnende Tourismusentwicklung keinen Schaden nimmt und Weichenstellungen in Richtung Nachhaltigkeit möglich sind.

SCHNITTSTELLEN ZWISCHEN GOOD GOVERNANCE UND TOURISMUS

Bei Fragen der Menschenrechte steht in den Kooperationsländern vor allem der Schutz benachteiligter und marginalisierter Bevölkerungsgruppen vor negativen Auswirkungen des Tourismus im Fokus. Dies betrifft die Rechte von Frauen (Geschlechtergerechtigkeit) und Kindern (Schutz vor sexueller und wirtschaftlicher Ausbeutung),

aber auch die von Arbeitsmigranten (Rechtsstatus und Integration), indigenen Völkern (Recht auf Selbstbestimmung) und Menschen mit Behinderungen, deren Möglichkeiten zur Eingliederung in den touristischen Arbeitsmarkt derzeit Gegenstand einer vom BMZ in Auftrag gegebenen GIZ-Studie sind. Arbeitnehmerrechte und verbindliche Sozialstandards, die politische Partizipation der lokalen Bevölkerung und Landnutzungsrechte stellen ebenfalls wichtige Schnittstellen zwischen *Good Governance* und Tourismus dar. Diesbezüglich wird das GIZ-Sektorvorhaben »Nachhaltige Entwicklung durch Tourismus« 2014 im Auftrag des BMZ eine umfassende internationale Untersuchung zum Thema Menschenrechte und Tourismus durchführen, die eine Systematisierung der komplexen Problematik zum Ziel hat und Lösungsansätze zur Verhinderung von Menschenrechtsverletzungen aufzeigen soll.

Die deutsche EZ arbeitet zudem gemeinsam mit ECPAT Deutschland e.V. an Sensibilisierungs- und Trainingsmaßnahmen innerhalb der Branche zum Themenfeld Sextourismus, HIV/Aids und Kinderprostitution. Auch der Deutsche Reiseverband e.V. (DRV) hat ein Zeichen gesetzt und 2001 den gemeinsam von ECPAT, der UNWTO und dem touristischen Privatsektor entwickelten *Code of Conduct for the Protection of Children from Sexual Exploitation in Travel and Tourism (The Code)* sowie 2012 den von der UNWTO entwickelten *Global Code of Ethics for Tourism (GCET)* unterzeichnet. Speziell *The Code* stellt mit seinem *Multi-Stakeholder-Ansatz* ein wichtiges Instrument zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung dar, das auch den touristischen Privatsektor und die Destinationen in die Verantwortung nimmt. In den nächsten Jahren soll das Engagement von *The Code* konsequent ausgebaut und dessen Wirkungsgrad erhöht werden. So ist u. a. geplant, die Zahl der derzeit 50 Mitglieder in den kommenden fünf Jahren deutlich zu steigern.

Good Governance und nachhaltiger Tourismus sind letztlich zwei Seiten derselben Medaille, die sich gegenseitig bedingen und neben branchenweiten transnationalen (Makroebene) auch spezifische lokale Lösungsansätze in den Tourismusdestinationen (Mikroebene) erfordern. Zwar können Veränderungen oder Verbesserungen nicht von außen induziert werden. Dennoch bestehen für die Zukunft vielfältige Ansatzpunkte für die deutsche EZ, um die Tourismuspolitik der Kooperationsländer gezielt in Fragen der *Good Governance* zu beraten und das eigene Engagement in diesem Bereich weiter auszubauen. Dies betrifft insbesondere die Entwicklung wirkungsvoller politischer Steuerungsinstrumente in Tourismusdestinationen und den Aufbau geeigneter institutioneller Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung.

SCHLÜSSELFRAGEN UND BERATUNGSANSÄTZE

WELCHE STEUERUNGSMITTEL STEHEN DEM STAAT FÜR EINE NACHHALTIGE TOURISMUSPOLITIK ZUR VERFÜGUNG?

Der Tourismus ist ein komplexes und globales System, in dessen Angebotskette eine Reihe unterschiedlicher international agierender Akteure eingebunden sind, die alle das Ziel verfolgen, über den Vertrieb von touristischen Produkten zu bzw. in bestimmten Zielgebieten Profite zu generieren. Die Situation in den Tourismusdestinationen ist für die touristischen Anbieter insofern von Bedeutung, als sie vor Ort bestimmte Rahmenbedingungen erwarten, die einen erfolgreichen Vertrieb begünstigen. Hierzu gehören Aspekte wie ein positives Image, attraktive Zielgebiete, ein angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis oder auch eine gute Infrastrukturausstattung. Sind diese Voraussetzungen nicht erfüllt, kann sich dies auf die Nachfrage und damit auf das Interesse der touristischen Anbieter und letztlich auf die Marktposition der betreffenden Tourismusdestination innerhalb der touristischen Angebotskette auswirken. Bedingt durch die große Auswahl an Tourismusdestinationen und die Vielzahl substituierbarer Tourismusangebote, die den touristischen Anbietern weltweit zur Verfügung stehen, ist deren spezifisches Interesse an einzelnen Tourismusdestinationen jenseits von Markterfordernissen allerdings sehr begrenzt. Zwar tragen auch sie eine Verantwortung für das touristische Geschehen vor Ort, der sie teils weniger, teils mehr gerecht werden, doch die Art und Intensität ihres Engagements werden zuallererst von marktstrategischen Überlegungen geleitet.

Für die Tourismusdestinationen selbst geht es jedoch um weit mehr als nur um die kurzfristige Befriedigung der Bedürfnisse des internationalen Marktes. Sie müssen dafür Sorge tragen, dass der Tourismus auf lange Sicht eine ökonomische Perspektive für das Land bietet, und dementsprechend weitsichtige Entscheidungen mit Blick auf die strategische Ausrichtung der Tourismusentwicklung treffen, die neben ökonomischen auch menschenrechtliche, soziale und ökologische Belange einschließen. Darüber hinaus gilt es, die vielschichtigen Bedürfnisse der Zivilbevölkerung angemessen zu berücksichtigen, die unterschiedlichen Nutzungs- und Entwicklungsinteressen des Tourismussektors und anderer Wirtschaftsbranchen aufeinander abzustimmen und klare Prioritäten zu setzen. Der Staat steht somit unmittelbar in der Pflicht, gesellschaftliches und wirtschaftliches Handeln so zu beeinflussen und zu steuern, dass positive Effekte durch den Tourismus erhalten bzw. ausgebaut und negative Effekte verhindert bzw. minimiert werden. Dies erfordert nicht nur ein in strategischer und methodischer Hinsicht professionelles Vorgehen, sondern auch den Mut, im Einzelfall Maßnahmen zu ergreifen, die kurzfristigen

Markterfordernissen zuwiderlaufen, sich aber langfristig positiv auf die Tourismusentwicklung des betreffenden Landes auswirken.

Tourismuspolitik ist als Querschnittspolitik zu begreifen, da auch Belange anderer Politikbereiche einen direkten oder indirekten Einfluss auf den Tourismus haben und entsprechend berücksichtigt werden müssen. Dies betrifft vor allem Aspekte der Wirtschafts- und Währungspolitik, der Landwirtschafts- und Verbraucherpolitik, der Verkehrs- und Raumordnungspolitik, der Natur- und Umweltschutzpolitik, der Gesundheits- und Sozialpolitik sowie der Außenpolitik. Der Staat übernimmt dabei die Rolle eines Koordinators (Arbeitsmarkt, Infrastruktur etc.), eines Katalysators (Wettbewerb, Wachstum etc.), eines Planers (Tourismusplanung, Raumordnung etc.) und eines Produzenten (Sicherheit, Verkehrssystem etc.), wobei er auf eine Kombination unterschiedlicher Instrumente zurückgreifen muss, um im Sinne einer *Good Governance* die Ansprüche an eine nachhaltige und querschnittsorientierte Tourismuspolitik erfüllen zu können. Hierzu zählen rechtliche Instrumente (Gesetze, Verordnungen etc.), Eingriffs-, Durchsetzungs- und Vollzugsinstrumente (Energieversorgung, Abfallbeseitigung etc.), ökonomische und fiskalische Instrumente (Steuern, Abgaben etc.), Planungs- und Prüfungsinstrumente (Raumplanung, Landschaftsplanung etc.) sowie kommunikative (Bürgerversammlungen, runde Tische etc.) und freiwillige Instrumente (Selbstverpflichtungen, Verhandlungslösungen etc.). Sämtliche Instrumente müssen institutionell gut verankert sein und auf allen räumlichen Ebenen zur Anwendung kommen, damit sie die erwünschten Steuerungseffekte entfalten.

Vielen Ländern dienen touristische Masterpläne als übergeordnete Richtschnur für ihre Tourismusentwicklung. Sie sind dann ein wirkungsvolles Instrument, wenn sie – entgegen der üblichen Praxis – nicht nur politische und wirtschaftliche Partikularinteressen widerspiegeln, sondern auch auf einem partizipativen Ansatz beruhen. Zudem sollten sie die Grenzen des touristischen Wachstums aufzeigen und klare Richtlinien für eine nachhaltige Ausrichtung der Tourismusentwicklung enthalten.

TIPPS FÜR DIE PRAXIS XII
STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE FÜR DIE STAATLICHE STEUERUNG
EINER NACHHALTIGEN TOURISMUSPOLITIK

Siehe auch
Tipps für die Praxis
V, XIII, XIV

Strategische Ansatzpunkte

RECHTLICHE INSTRUMENTE
 Mit Hilfe von Gesetzen bzw. Ge- und Verboten kann der Staat unmittelbar in die Handlungsautonomie von touristischen Akteuren eingreifen und einen rechtlichen Rahmen zur Verhinderung bzw. Lösung von Konflikten schaffen!
 Folgende rechtliche Instrumente sind hierbei u. a. zu berücksichtigen:

- Steuerrecht
- Wettbewerbsrecht
- Umweltrecht
- Naturschutzrecht
- Gesetz zur Umweltverträglichkeitsprüfung
- Raumordnungsrecht
- Arbeitsrecht
- Baurecht
- Verkehrsrecht
- Öko-Audit-Verordnung
- Lebensmittel- und Hygieneverordnung

EINGRIFFS-, DURCHSETZUNGS- UND VOLLZUGSINSTRUMENTE
 Dem Staat steht eine Reihe von Eingriffs-, Durchsetzungs- und Vollzugsinstrumenten zur Verfügung, mit denen er direkt oder indirekt die Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit der Tourismusentwicklung steuern kann!
 Folgende Eingriffs-, Durchsetzungs- und Vollzugsinstrumente sind hierbei u. a. zu berücksichtigen:

- Verkehrslenkung und -beschränkung
- Bauaufsicht
- Ordnungsbehördliche Maßnahmen (z. B. in den Bereichen Abwasser, Abfall, Wasser)
- Schutzgebietsausweisung
- Straßenbau
- Abwasserbehandlung
- Abfallbeseitigung
- Energieversorgung
- Trinkwasserversorgung
- Telekommunikationsversorgung
- Arbeitssicherheits- und Arbeitsschutzvorschriften, Tarifbestimmungen, Mindestlohnverordnungen

ÖKONOMISCHE/FISKALISCHE INSTRUMENTE
 Über die Erhebung oder Entlastung von Steuern, Abgaben etc. sowie den gezielten Einsatz von Finanzmitteln kann der Staat Einfluss auf Angebot und Nachfrage nehmen, benachteiligte Gruppen oder Regionen stärken und in nachhaltige Technologien investieren!
 Folgende ökonomische/fiskalische Instrumente sind hierbei u. a. zu berücksichtigen:

- Steuern
- Abgaben, Gebühren
- Subventionen, Zuschüsse
- Kredite, Darlehen, Bürgschaften
- Investitionen (z. B. in die tourismusrelevante öffentliche Infrastruktur, vorsorgender Flächenkauf)
- Fördermittel (z. B. für Tourismusprojekte, Forschungsvorhaben)

PLANUNGS- UND PRÜFUNGSINSTRUMENTE
 Mit Hilfe von Planungs- und Prüfungsinstrumenten wird der Staat in die Lage versetzt, divergierende Raumnutzungsansprüche zu steuern, Eckpunkte der Tourismusentwicklung zu definieren und/oder negativen Auswirkungen (zuungunsten) des Tourismus vorzubeugen!
 Folgende Planungs- und Prüfungsinstrumente sind hierbei u. a. zu berücksichtigen:

- Raumplanung (z. B. Flächennutzungspläne)
- Landschaftsplanung (z. B. Landschaftspläne)
- Tourismusplanung (z. B. nationaler Tourismusmasterplan)
- Umweltverträglichkeitsprüfungen (Environmental Impact Assessment, EIA)
- Öko-Audits
- Menschenrechtliche Folgenabschätzungen (Human Rights Impact Assessments – HRIA) etc.

Akteure

- **Nationale staatliche Akteure**
 - Regierung
 - Parlament
 - Politische Parteien und Gremien
 - Ministerien in den Bereichen Tourismus, Wirtschaft, Umwelt- und Naturschutz, Raumordnung, Verkehr, Gesundheit, Bildung, Landwirtschaft, Sozialpolitik, Verbraucherschutz, Außenpolitik
 - Nachgelagerte Behörden
- **Regionale staatliche Akteure** (sofern vorhanden)
 - Regionale Regierung und Entscheidungsträger/-gremien
 - Regionale Verwaltung
- **Lokale staatliche Akteure** (sofern vorhanden)
 - Lokale Regierung und Entscheidungsträger/-gremien
 - Lokale Verwaltung
- **Zivilgesellschaftliche Akteure (NGOs und andere lokale Interessenvertreter)**
 - ECPAT
 - *The Code* gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus (www.thecode.org)
- **Touristische Unternehmen und Unternehmensverbände**
 - DRV etc.

Strategische Ansatzpunkte

KOMMUNIKATIVE INSTRUMENTE
 Kommunikative Instrumente unterstützen den Staat dabei, die politische Partizipation der lokalen Bevölkerung sicherzustellen, Planungsabläufe zu koordinieren und/oder Aufklärungsarbeit zu betreiben!
 Folgende kommunikative Instrumente sind hierbei u. a. zu berücksichtigen:

- Bürgerversammlungen
- Runde Tische mit Interessengruppen
- Steuerungs- oder Arbeitsgruppen
- Öffentliche Informationen für Bürger/ Touristen
- Öffentlichkeitskampagnen
- Zwingende Konsultationsverfahren (etwa bei Maßnahmen, die indigene Völker betreffen) etc.

FREIWILLIGE INSTRUMENTE
 Freiwillige Instrumente dienen dem Staat dazu, die Eigenverantwortung touristischer Akteure zu stärken, Innovationsimpulse zu setzen, Vorreiter zu gewinnen und/oder Konflikte zu lösen!
 Folgende freiwillige Instrumente sind hierbei u. a. zu berücksichtigen:

- Selbstverpflichtungen (z. B. Verhaltenskodizes/Codes of Conduct)
- Freiwillige Vereinbarungen (z. B. Mindeststandards)
- Verhandlungslösungen
- Gütesiegel
- Wettbewerbe

Akteure

Siehe Seite 92

WELCHE INSTITUTIONELLEN RAHMENBEDINGUNGEN SIND FÜR EINE NACHHALTIGE TOURISMUSPOLITIK ERFORDERLICH?

Je bedeutsamer der Tourismus für ein Land ist bzw. je mehr touristisch attraktive Zielgebiete ein Land aufweist, desto komplexer ist die tourismuspolitische Steuerung und desto höher sind die institutionellen Anforderungen, um eine auf Effektivität, Effizienz, Transparenz und Bürgernähe beruhende Tourismusentwicklung sicherzustellen. Nachhaltige Tourismuspolitik erfordert deshalb neben geeigneten Steuerungsinstrumenten auch funktions- und leistungsfähige institutionelle Rahmenbedingungen, die sich idealerweise von der nationalen über die regionale bis hin zur lokalen Ebene erstrecken. Dem Subsidiaritätsprinzip folgend geht es somit um den Aufbau dezentraler Strukturen für die Tourismuspolitik, die sowohl eine administrative (Übertragung von Kompetenzen) als auch eine fiskalische (Ausstattung mit finanziellen Ressourcen) und materielle Dezentralisierung (Bereitstellung öffentlicher/privater Dienstleistungen) umfassen. Da finanzielle Ressourcen per se einen Engpass darstellen, dürfen Finanzmittel nicht gleichmäßig nach dem »Gießkannenprinzip« auf alle für die Tourismuspolitik bedeutsamen Institutionen verteilt werden. Vielmehr muss sich die Verteilung auf Grundlage einer Bedarfsprüfung an Prioritäten und Dringlichkeiten orientieren. Darüber hinaus sollte jede institutionelle Einheit in die Lage versetzt werden, auch eigenständig Finanzmittel einzunehmen (z. B. über Steuern, Abgaben, Gebühren und Fördermittelakquise).

Die Etablierung demokratischer Entscheidungs-, Planungs- und Partizipationsstrukturen auf den unterschiedlichen räumlichen Ebenen macht es zudem erforderlich, dass die jeweils untere Ebene Mitsprache- und Beteiligungsrechte bei Entscheidungen und Planungen auf der übergeordneten Ebene besitzt, sich aber im Gegenzug auch an deren Rahmenvorgaben hält. Hierbei ist unbedingt zu berücksichtigen, dass sich speziell in Ländern mit hierarchischen Politikstrukturen diese auf dem Gegenstromprinzip basierende Kombination aus *Top-down-* und *Bottom-up-*Ansatz nur bedingt oder nur langfristig umsetzen lässt. Um der notwendigen Querschnittsorientierung bei der Tourismuspolitik Rechnung zu tragen, muss darüber hinaus neben einer vertikalen Institutionsstruktur (auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene) auch eine horizontale Verflechtung mit anderen Politikbereichen gewährleistet werden (z. B. zwischen Tourismus-, Raum- und Landschaftsplanung oder zwischen Tourismus und der Umwelt- und Naturschutzpolitik). Nur auf diesem Wege kann eine ganzheitlich orientierte Tourismuspolitik erreicht und die tourismuspolitische Steuerung professionell umgesetzt werden.

Die Trägerschaft der Tourismuspolitik obliegt sowohl staatlichen als auch privaten Organen oder einer Mischform aus beiden. Sie sind gemeinschaftlich für die formalen Rahmenbedingungen (*polity*), die Ziele und Aufgaben (*policy*) sowie die politische Gestaltung und den Prozess (*politics*) der Tourismusentwicklung verantwortlich. Im Wesentlichen lassen sich vier Träger unterscheiden: der Staat (Politik und Verwaltung), Destinationsmanagementorganisationen (DMOs), Organisationen der Tourismuswirtschaft und nichtstaatliche Organisationen (NGOs).

Speziell den DMOs kommt in tourismus- und entwicklungs-politischer Hinsicht eine entscheidende Bedeutung zu, da sie für das Management und Marketing der Tourismusdestinationen auf nationaler und möglichst auch regionaler und lokaler Ebene verantwortlich sind (z. B. Image- und Markenbildung, Marktforschung, Koordination und Vertrieb touristischer Produkte, Aufbau strategischer Allianzen). Sie bedürfen daher der besonderen Aufmerksamkeit und Stärkung durch die EZ, vor allem in Fragen der Organisationsentwicklung, der strategischen Ausrichtung sowie der Finanzierung und Personalqualifizierung (*Capacity Development*). In einer Reihe von Ländern übernimmt der Staat (z. B. durch das Tourismusministerium) neben seinen originären tourismuspolitischen Aufgaben auch die Funktion einer DMO wahr. Diese Doppelrolle hat sich in der Praxis jedoch häufig als ineffektiv erwiesen und sollte vermieden bzw. institutionell entkoppelt werden.

Bei Organisationen der Tourismuswirtschaft handelt es sich in der Regel um Zusammenschlüsse von touristischen Privatunternehmen mit dem Ziel der gemeinsamen Interessenvertretung gegenüber der Politik und anderen Branchenakteuren. Die Errichtung derartiger Verbandsstrukturen ist eine wichtige Maßnahme, um gegenseitiges Vertrauen innerhalb des Privatsektors zu schaffen und die oftmals unzureichende Bereitschaft zu kooperativer Zusammenarbeit zu erhöhen. Die deutsche EZ hat etwa in Costa Rica zur Konsolidierung von FUTUROPA beigetragen, einem marktorientierten Verband zur Förderung des Destinationsmarketings in Europa, der in Zentralamerika in dieser Form einzigartig ist.

NGOs wiederum stellen ein notwendiges Korrektiv dar, das auf nationaler, regionaler und/oder lokaler Ebene Missstände und Fehlentwicklungen im Tourismus aufzeigt und den Interessen der betroffenen Bevölkerung eine Stimme gegenüber der Politik und Tourismuswirtschaft leiht.

WELCHEN EINFLUSS HAT DER RESIDENZIAL-TOURISMUS AUF EINE NACHHALTIGE TOURISMUSENTWICKLUNG?

Weder in der internationalen Debatte um einen nachhaltigen Tourismus noch im entwicklungs-politischen Diskurs spielte der Residenzialtourismus bisher eine herausragende Rolle. Dies ist umso erstaunlicher, wenn man sich die weltweite Ausdehnung und die enormen Zuwächse dieser Tourismusform sowie die mit ihr einhergehenden, zum Teil gravierenden ökologischen und sozioökonomischen Auswirkungen vergegenwärtigt. Bereits jetzt ist absehbar, dass sich diese Tendenzen speziell in Entwicklungsländern weiter verschärfen werden, sodass in Zukunft eine deutlich intensivere Auseinandersetzung mit dem Residenzialtourismus auf internationaler Ebene erforderlich sein wird, um Fehlentwicklungen vorzubeugen und nachhaltige Entwicklungsstrategien für diese Tourismusform in die Wege zu leiten. Dies gilt auch für tourismusrelevante

Projektaktivitäten der deutschen EZ in den Kooperationsländern, wo der Residenzialtourismus und dessen Auswirkungen bisher nur eine untergeordnete Rolle gespielt haben.

Was aber ist unter »Residenzialtourismus« genau zu verstehen? Diese Tourismusform beschreibt den Bau, den Kauf und die Inwertsetzung von Ferien- und Apartmenthäusern (Para-Hotellerie), die sich vorzugsweise an attraktiven Küstenabschnitten befinden und ihren vornehmlich ausländischen Nutzern als (Mit-)Eigentümern oder Mietern für einen temporären Aufenthalt zu Urlaubszwecken oder als Zweitwohnsitz dienen. Als komplementäre, wertschöpfende Infrastruktur sind in ihrer Umgebung zudem häufig Marinas und Golfplätze zu finden. Der Residenzialtourismus ist kein neues Phänomen. Bereits in den 1970er-Jahren erfuhr er einen enormen Boom an den europäischen Mittelmeerküsten, der bis heute anhält. Aber auch in Küstenregionen Asiens, Lateinamerikas, der Karibik und Afrikas nimmt der Residenzialtourismus inzwischen stetig zu. Allein in Mexiko wird die Zahl der Residenzialanlagen auf 600.000 geschätzt, in Brasilien sind es sogar ca. 2,6 Mio. Diese große Nachfrage führt dazu, dass sich bereits jetzt schon zahlreiche Küstenzonen zu einem großen Teil in der Hand (überwiegend ausländischer) Immobilienfirmen und Investoren befinden, die im Verlauf der Jahre hektarweise Land aufgekauft haben. Ihr vornehmliches Interesse besteht darin, attraktive Küstengrundstücke billig aufzukaufen und diese dann möglichst teuer (bebaut oder un bebaut) zu veräußern. Nicht zuletzt wegen der oftmals in küstennahen Gebieten vorherrschenden Armut verkaufen allerdings viele lokale Grundstückseigentümer in Unkenntnis des eigentlichen Marktwertes weit unter Preis. Landspekulation, Landnutzungskonflikte und die Verdrängung der lokalen Bevölkerung sind die negativen Auswirkungen, die durch korrupte Geschäftspraktiken, Rechtsunsicherheit in Eigentumsfragen (z. B. aufgrund mangelhafter Kataster) und unzureichende raumplanerische Steuerung noch verschärft werden.

Die Wirtschafts- und Beschäftigungseffekte des Residenzialtourismus fallen vergleichsweise bescheiden aus. Jenseits der Bauphase ist der Arbeitskräftebedarf in Residenzialanlagen im Verhältnis zu anderen Beherbergungsformen sehr gering. Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass Residenzialanlagen häufig über Monate unbenutzt bleiben und damit keine ökonomische Wirkung entfalten. Hinsichtlich der täglichen Ausgaben und des Reiseverhaltens bestehen darüber hinaus deutliche Unterschiede zwischen Residenzialtouristen und konventionellen Touristen; erstere weisen geringere Tagesausgaben pro Kopf auf und nehmen deutlich weniger touristische Dienstleistungen vor Ort in Anspruch als konventionelle Touristen, da sie regelmäßig in die Tourismusdestination reisen und somit bereits mit ihr vertraut sind.

**TIPPS FÜR DIE PRAXIS XIII
STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE FÜR DEN INSTITUTIONELLEN
AUFBAU EINER NACHHALTIGEN TOURISMUSPOLITIK**

Siehe auch
Tipps für die Praxis
XII, XIV

Akteure	Aufgaben
<p>POLITIK UND VERWALTUNG Die staatlichen Institutionen und Akteure haben auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene dafür Sorge zu tragen, dass günstige Rahmenbedingungen für die Tourismusentwicklung bestehen und negative Effekte für oder durch den Tourismus möglichst verhindert bzw. zumindest minimiert werden!</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Staatliche Institutionen und Akteure auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene: <ul style="list-style-type: none"> Regierung Parlament Politische Parteien und Gremien Verwaltung (Ministerien und Behörden) 	<ul style="list-style-type: none"> Diversifizierung der Wirtschaft durch Tourismus Förderung der regionalen und lokalen Entwicklung durch Tourismus (Aufbau von Wertschöpfungsketten) sowie Unterstützung von KKMU Verbesserung der Zahlungsbilanz ausländischer Touristen Steigerung der staatlichen Einnahmen durch den Tourismus Aus- und Weiterbildung im Tourismus Schaffung neuer Arbeitsplätze und Armutsbekämpfung durch den Tourismus Steuerung des Tourismus im Sinne der Nachhaltigkeit durch geeignete Instrumente (rechtliche Instrumente, Eingriffs- Durchsetzungs- und Vollzugsinstrumente, ökonomische/fiskalische Instrumente, Planungs- und Prüfungsinstrumente, kommunikative Instrumente, freiwillige Instrumente) Abstimmung von Maßnahmen zwischen den räumlichen Ebenen etc.
<p>DESTINATIONS-MANAGEMENT-ORGANISATIONEN (DMO) Die Existenz bzw. Kompetenz und Funktionsfähigkeit von Destinationsmanagementorganisationen sind von entscheidender Bedeutung, um Destinationen auf nationaler, regionaler und/oder lokaler Ebene professionell und wettbewerbsfähig managen und vermarkten zu können!</p>	
<ul style="list-style-type: none"> DMOs sind in der Regel entweder als staatliche Eigenbetriebe organisiert und in die öffentliche Verwaltung integriert oder haben eine privatrechtliche Organisationsform (<i>limited company</i>), wobei hier der Staat häufig Mehrheitseigner ist und somit ebenfalls großen Einfluss ausübt. Im Idealfall sollten DMO-Strukturen nicht nur auf nationaler, sondern auch auf regionaler und lokaler Ebene existieren. 	<ul style="list-style-type: none"> Image- und Markenbildung, Positionierung der Destination (Vergabe von Markenlizenzen) Tourismusplanung und Marketingstrategien Marktforschung Öffentlichkeitsarbeit und Werbung (Online- und Printwerbung, Messeauftritte etc.) Pressearbeit Koordination und Vertrieb touristischer Produkte (z. B. über ein Informations- und Reservierungssystem) Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement (Standards, Zertifizierungen) Gästedienst/Touristeninformation Aufbau strategischer Allianzen und Partnerschaften (z. B. mit Fluggesellschaften) Schaffung von Synergien durch Kooperationen mit touristischen Leistungsträgern und Abstimmung von Maßnahmen zwischen den räumlichen Ebenen etc.
<p>ORGANISATIONEN DER TOURISMUSWIRTSCHAFT Der Zusammenschluss touristischer Privatunternehmen fördert eine kooperative Zusammenarbeit sowie gegenseitiges Vertrauen und stärkt die gemeinsame Interessenvertretung gegenüber der Politik und anderen Branchenakteuren!</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Organisationen der Tourismuswirtschaft sind Zusammenschlüsse touristischer Privatunternehmen zu einem nationalen Interessenverband. Ähnliche Strukturen können auch auf regionaler oder lokaler Ebene existieren bzw. aufgebaut werden: <ul style="list-style-type: none"> Hotelverband Restaurantverband Verband der Reiseveranstalter Verband mit unterschiedlichen touristischen Akteuren des Privatsektors (z. B. FUTUROPA in Costa Rica) 	<ul style="list-style-type: none"> Interessenvertretung und Lobbyarbeit gegenüber der Politik und anderen Branchenakteuren (Verbesserung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen) Beteiligung an der Tourismusplanung Aus- und Weiterbildung Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement (Standards, Zertifizierungen) Förderung gewerbepolitischer, wirtschaftlicher und rechtlicher Belange der Mitglieder Spezielle Serviceangebote für die Mitglieder (z. B. Rechtsberatung, Musterverträge, Steuerberatung, Versicherungsangebote) Vermittlertätigkeit in Streitfällen etc.
<p>NICHTREGIERUNGSORGANISATIONEN (NGOs) Die Existenz und Arbeit zivilgesellschaftlicher Interessengruppen sind ein notwendiges Korrektiv, um auf nationaler, regionaler und/oder lokaler Ebene Missstände und Fehlentwicklungen im Tourismus aufzuzeigen. Zudem leihen sie den Interessen der betroffenen Bevölkerung eine Stimme gegenüber Politik und Tourismuswirtschaft!</p>	
<ul style="list-style-type: none"> NGOs sind nichtstaatliche Interessenverbände, die sich aus zivilgesellschaftlichen Vertretern zusammensetzen. Sie agieren auf nationaler, regionaler und/oder lokaler Ebene: <ul style="list-style-type: none"> Umwelt- und Naturschutzverbände Sozialverbände und Menschenrechtsaktivisten Lokale Bürgerinitiativen (<i>Grassroots</i>-Bewegungen) 	<ul style="list-style-type: none"> Interessenvertretung und Lobbyarbeit gegenüber der Politik und der Tourismuswirtschaft Beteiligung an der Tourismusplanung Aufzeigen von Missständen und Fehlentwicklungen im Tourismus Aufklärungs- und Informationsarbeit gegenüber der Öffentlichkeit

TIPPS FÜR DIE PRAXIS XIV
STRATEGISCHE ANSATZPUNKTE FÜR EINE NACHHALTIGE STEUERUNG
DES RESIDENZIALTOURISMUS

Siehe auch
Tipps für die Praxis
 V, XII, XIII



Hinzu kommt, dass der Residenzialtourismus eine hochgradig landschaftsverändernde und ökologisch nachteilige Form des Tourismus mit sehr hohem Flächenbedarf darstellt, der einen erheblichen Eingriff in die Landschaft und das Landschaftsbild bedeutet. Neben dem Flächenverbrauch ist vor allem der enorme Wasserkonsum als bedenklich einzustufen. Die meisten Residenzialanlagen verfügen über eigene Swimmingpools und Gartenanlagen, was zusammen mit der Bewässerung von Golfplätzen zu einem Pro-Kopf-Verbrauch führt, der weit über dem Wasserbedarf konventioneller Touristen liegt (pro Kopf und Tag ca. 400 Liter und mehr). Die intensive Nutzung des Grundwassers kann letztlich eine Absenkung des Grundwasserspiegels sowie eine Einsickerung von salzigem Meerwasser ins Grundwasser zur Folge haben.

Die dargestellten Problemfelder zeigen, dass die Entwicklung des Residenzialtourismus auf Normen und Regeln sowie auf einer vorausschauenden Planung beruhen muss, wobei Raum- und Tourismusplanung eng miteinander zu verknüpfen sind und eine einseitige Ausrichtung auf den Residenzialtourismus vermieden werden sollte. Die Hauptverantwortung hierfür tragen die Kommunen. Deren Kompetenzen müssen zur Steuerung des Residenzialtourismus entsprechend gestärkt werden.

Strategische Ansatzpunkte	Instrumente
<p>RAUM- UND TOURISMUSPLANUNG Die nachhaltige Steuerung des Residenzialtourismus erfordert eine umfassende Verknüpfung von Raum- und Tourismusplanung! Folgende Aspekte im Bereich der Raum- und Tourismusplanung sind u. a. zu beachten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☉ Raumplanung <ul style="list-style-type: none"> • Abschätzung der ökologischen Tragfähigkeitsgrenzen (insbesondere der verfügbaren Wasserressourcen) • Entwicklung eines Raumnutzungs- bzw. Zonierungskonzeptes: <ul style="list-style-type: none"> - In welchen Gebieten darf - in welchem Umfang - zu welchem Zweck - was gebaut bzw. entwickelt werden? • Sicherung des öffentlichen Zugangs von Stränden ☉ Tourismusplanung <ul style="list-style-type: none"> • Abschätzung der potenziellen Nachfrage für den Residenzialtourismus • Sozioökonomische und ökologische Wirkungsanalyse zum Residenzialtourismus (im Vergleich zu anderen Tourismusformen) • Begrenzung des Residenzialtourismus (z. B. Festlegung einer Maximal-Bettenzahl) • Diversifizierung des touristischen Produktes in der betreffenden Region • Harmonisierung unterschiedlicher Tourismusformen in der betreffenden Region 	
<p>NORMEN UND REGELN Die Existenz bzw. Entwicklung von Regeln und Normen ist eine wichtige Rahmenbedingung für eine erfolgreiche und langfristige Steuerung des Residenzialtourismus! Folgende Normen und Regeln sind hierbei u. a. zu beachten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☉ Vorschriften zur verkehrlichen Erschließung von Residenzialanlagen ☉ Vorschriften zur Bauweise (Ziele: Energieeinsparung, Erhalt des Orts- und Landschaftsbildes, Schutz des lokalen Architekturstils etc.) ☉ Vorschriften zum Einsatz von Baumaterialien mit dem Ziel der Energieeinsparung ☉ Vorschriften und technische Lösungen zur Einsparung von Wasser ☉ Vorschriften und technische Lösungen zur umweltverträglichen Wasserentsorgung ☉ Vorschriften bzw. Empfehlungen zur Verwendung autochthoner Pflanzenarten (z. B. in Gärten von Residenzialanlagen) ☉ Vorschriften zur Kennzeichnung von Baustellen (z. B. Bauschilder mit Nennung des Bauherren und der beteiligten Baufirmen) 	<ul style="list-style-type: none"> ☉ Liegenschaftskataster ☉ Raumordnungsrecht und -pläne ☉ Landschaftsplanung ☉ Baurecht (z. B. Erteilung von Baugenehmigungen) ☉ Umwelt- und Naturschutzrecht ☉ Landnutzungsrecht ☉ Umweltverträglichkeitsprüfung (<i>Environmental Impact Assessment, EIA</i>) ☉ Verbindlicher Strafenkatalog für Bau- bzw. Umweltdelikte inkl. regelmäßiger (unangemeldeter) Kontrollen ☉ Fiskalische Instrumente (z. B. Steuern, Abgaben) und Gebührenverordnung (z. B. für Wasserverbrauch, Baugenehmigungen) ☉ Sonstige Gesetze und behördliche Verordnungen ☉ Kommunale/regionale Tourismusentwicklungspläne
<p>STÄRKUNG DER KOMMUNALEN VERWALTUNG Die Kommunen und ihre Verwaltungseinheiten sind der Garant für eine kontrollierte und nachhaltige Entwicklung des Residenzialtourismus und müssen entsprechend vorbereitet und gestärkt werden! Folgende Maßnahmen zur Stärkung der kommunalen Verwaltung sind u. a. zu berücksichtigen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☉ Sensibilisierung und Qualifizierung der Verwaltungsmitarbeiter (z. B. hinsichtlich der Wirkungen des Residenzialtourismus und kommunaler Instrumente zu dessen Steuerung) ☉ Gewährleistung von Rechtssicherheit in Eigentumsfragen über die Einrichtung bzw. ordnungsgemäße Führung eines Katasters ☉ Unterstützung bei der Korruptionsbekämpfung ☉ Schaffung von Rahmenbedingungen für eine konsequente Strafverfolgung bei Verstößen gegen Gesetze und behördliche Verordnungen durch Dritte ☉ Schaffung fiskalischer Anreize für die ressourcenschonende, nachhaltige Entwicklung des Residenzialtourismus ☉ Förderung der interkommunalen Zusammenarbeit zur Entwicklung und Steuerung des Residenzialtourismus ☉ Entwicklung von Beratungsangeboten für die lokale Bevölkerung in Eigentums-, Landrechts- und Immobilienfragen (z. B. Abschluss von Pachtverträgen anstelle von Kaufverträgen für Grundbesitz) ☉ Einrichtung eines Monitoringsystems zur Steuerung und Überwachung des Residenzialtourismus ☉ Sensibilisierung der Eigentümer von Residenzialanlagen bzgl. einer <i>Corporate Social Responsibility</i> durch Kampagnen und Aufklärungsarbeit 	

PRAXISBEISPIELE UND INSTRUMENTE

**SCHAFFUNG EINES STRATEGISCHEN
HANDLUNGSRAHMENS FÜR EINE
NACHHALTIGE TOURISMUSENTWICKLUNG
IN TADSCHIKISTAN**

- LAND:** Tadschikistan
PROJEKTTITEL: »Schaffung eines strategischen Handlungsrahmens für eine nachhaltige Tourismusentwicklung« (2010–2013)
PARTNER: Komitee für Jugend, Sport und Tourismus unter der Regierung der Republik Tadschikistan
INFORMATION: www.giz.de/fachexpertise/html/6499.html


HINTERGRUND UND ZIELE

Diverse internationale Studien der letzten zehn Jahre weisen auf das große touristische Entwicklungspotenzial Tadschikistans hin. Bisher sind jedoch nur wenige Organisationen im Tourismusbereich tätig. Darüber hinaus ist der Tourismussektor in administrativer und ökonomischer Hinsicht kaum entwickelt. Dies zeigt sich insbesondere im direkten Vergleich mit Nachbarstaaten (z. B. Kirgistan, Usbekistan) und anderen Mitbewerbern (z. B. Nepal, Pakistan).

Die tadschikische Regierung hat aber die Bedeutung des Tourismus für die gesamte Wirtschaft des Landes erkannt und damit begonnen, den Tourismussektor aktiv zu unterstützen. Die Förderung des Sektors ist sowohl ein fester Bestandteil der nationalen Entwicklungsstrategie als auch des aktuellen *Poverty Reduction Strategy Paper*.

Das Engagement der deutschen EZ hat zum Ziel, die Ansätze und Aktivitäten zur Tourismusentwicklung speziell auf der Makroebene weiter zu stärken. Dabei sollen rechtliche Rahmenbedingungen reformiert werden, um insgesamt die wirtschaftlichen Chancen für staatliche und private Akteure in Tadschikistan zu verbessern. Weitere Ziele des Projektes sind die Förderung adäquat ausgebildeten Personals und eine zielgruppengerechte Vermarktung des Landes als Tourismusdestination. Den Rahmen des Vorhabens bildet die Schaffung eines Netzwerkes, das unter Einbeziehung eines breiten Akteurspektrums die partizipative Ausgestaltung des Prozesses sowie die wirtschaftliche, soziale und ökologische Nachhaltigkeit der Tourismusentwicklung gewährleisten soll.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Die angestrebte Lobby- und Netzwerkarbeit wurde durch die deutsche EZ mit dem Einsatz eines Entwicklungshelfers vor Ort unterstützt. Im Vordergrund stand zunächst, das allgemeine Image des Tourismussektors aufzuwerten und das Ansehen der Tourismusabteilung des Komitees für Jugend, Sport und Tourismus bei den lokalen Akteuren zu steigern, um eine allgemein akzeptierte, zentrale Ansprechstelle zu schaffen.



Neben der nationalen Bewusstseins- und Imageförderung bezüglich des Tourismus beinhaltet die Beratertätigkeit auch die Forcierung der internationalen Vermarktung Tadschikistans. Gemeinsam mit der Tourismusabteilung des Komitees wurde dazu an einer besseren, international ausgerichteten Vermarktungsstrategie gearbeitet. Hier konnte auf frühere Aktivitäten der GIZ (im Auftrag des BMZ) und anderer Organisationen in Tadschikistan aufgebaut werden:

- Definition erster Qualitätsstandards für Tourismusprodukte,
- Entwicklung regionaler »Marken« (Serawschan-Tal, Pamir),
- Entwurf eines Destinationslogos und eines Destinationslogos,
- Entwicklung eines nationalen Internetauftritts.

BISHERIGE UND ERWARTETE ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Die nationale Lobby- und Netzwerkarbeit hat in den letzten Jahren bereits erste Erfolge gezeigt. Der Wirtschaftszweig Tourismus gewinnt zunehmend an Bedeutung. Dies lässt sich zum einen daran messen, dass sich immer mehr staatliche und nichtstaatliche Organisationen dem Thema Tourismusentwicklung widmen. Zum anderen werden erste tourismusrelevante Großprojekte nationaler und internationaler Investoren umgesetzt.

Das Ansehen der Tourismusabteilung des Komitees konnte sowohl bei einheimischen Reiseveranstaltern und -agenturen als auch bei staatlichen Stellen und internationalen Geberorganisationen erheblich gesteigert werden. So wird die Tourismusabteilung heute als seriöser Gesprächs- und Verhandlungspartner in Tourismusfragen wahrgenommen. Inzwischen haben sich formelle und informelle Netzwerke gebildet, die verschiedensten Interessenvertretern in der Diskussion um die Tourismusentwicklung eine Stimme verleihen. Zudem ist als Erfolg zu werten, dass 2012 bereits zum dritten Mal eine nationale Tourismuskonferenz stattfand.

Sie bietet den Tourismusakteuren eine Plattform für einen intensiven Austausch über relevante Fragen zum Tourismus im Land und gilt als ein erfolgreiches Beispiel für eine EPW, da sie gemeinsam von der Tourismusabteilung des Komitees und dem nationalen Verband der Reiseveranstalter (TATO) organisiert wird.

Fortschritte zeichnen sich außerdem bei der internationalen Vermarktung ab. Tadschikistan wird zwar noch immer von Geberorganisationen unterstützt, entwickelt jedoch zunehmend Eigeninitiative hinsichtlich der Präsenz auf internationalen Tourismusmessen, wobei auch die Privatwirtschaft immer stärker beteiligt ist. So trat das Land bereits auf großen europäischen Messen wie dem *World Travel Market (WTM)* in London und der ITB in Berlin auf, womit ein erster wichtiger Schritt zur Erschließung neuer Märkte gemacht wurde. Darüber hinaus hat man erstmals weltweite Pressearbeit durchgeführt, international ausgerichtetes Werbematerial produziert sowie ausländische Journalisten eingeladen und betreut.

Der Tourismussektor spielt eine wichtige Rolle für die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung des Landes. Er kann dazu beitragen, ländlichen Regionen neue Einkommensperspektiven zu eröffnen und die Armut des Landes aktiv zu bekämpfen. Auch die berufliche Situation von Frauen und geringqualifizierten Arbeitskräften lässt sich durch den Tourismus verbessern. Für die weitere Tourismusentwicklung liegen bereits eine Reihe von Projektideen und Ansätzen anderer Ministerien und internationaler Organisationen vor.

RESIDENZIALTOURISMUS AN DER PAZIFIK-KÜSTE DER REGION RIVAS

LAND: Nicaragua
PROJEKTTITEL: »Nachhaltiges Ressourcenmanagement und Förderung unternehmerischer Kompetenzen – MASRENACE« (2006–2012)
PARTNER: Kommunalverband Rivas (AMUR)
INFORMATION: www.masrenace.wikispaces.com



HINTERGRUND UND ZIELE

Das Projekt MASRENACE unterstützte die ländliche Bevölkerung in ausgewählten Regionen Nicaraguas dabei, die natürlichen Ressourcen nachhaltig zu bewirtschaften. Eine Teilkomponente des Projektes bestand darin, die planerischen Kompetenzen regionaler und lokaler Entscheidungsträger und Institutionen bei der Erarbeitung von Raumordnungs- und Entwicklungsplänen zu stärken. Vor allem der schnell wachsende Residenzialtourismus an der Pazifikküste der Region Rivas erwies sich in raumplanerischer Hinsicht zunehmend als ein Problem, das einer raumordnerischen Intervention bedurfte. Denn in den vergangenen Jahren wurden an ökologisch sensiblen Küstenabschnitten immer mehr neue Einfamilienhäuser und Apartmentanlagen für touristische und nicht-touristische Zwecke gebaut, deren Realisierung nahezu keiner Steuerung und Planung seitens der Raumordnung unterlag.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Das Projekt ließ in einem ersten Schritt zunächst die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen untersuchen, die aus der rasanten Entwicklung des Residenzialtourismus zu erwarten sind. Hierbei wurde auch auf Erfahrungen aus anderen Destinationen (z.B. Spanien) zurückgegriffen. In einem zweiten Schritt wurden die Ergebnisse mit den regionalen Akteuren diskutiert, und es wurden alternative Entwicklungsszenarien für den Tourismus entworfen, die politischen Entscheidungsträgern für die Zukunft als Planungshilfe dienen sollen.



ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- Die Analyse des Residenzialtourismus hat ergeben, dass dessen ökonomische Wirkungen im Vergleich zu anderen existierenden oder denkbaren Tourismusformen gering sind. Zudem sind bei einer weiteren ungesteuerten Entwicklung ökologische Belastungen zu erwarten (Beeinträchtigung des Landschaftsbildes, Wasserknappheit, Verlust an Biodiversität etc.).
- Im Rahmen eines *Multi-Stakeholder*-Ansatzes wurde ein Leitbild für eine nachhaltige Tourismusentwicklung der Region Rivas erarbeitet, das anderen Tourismusformen Vorrang vor dem Residenzialtourismus einräumt.

AUFBAU EINES DONAUKOMPETENZZENTRUMS ZUR STÄRKUNG DES TOURISMUS IN DER MITTLEREN UND UNTEREN DONAUREGION

LAND: Serbien, Kroatien, Rumänien, Bulgarien, Moldau, Ukraine
PROJEKTTITEL: »Regionalvorhaben zur Stärkung des grenzüberschreitenden Tourismus an der mittleren und unteren Donau durch das Donaukompetenzzentrum« (seit 2009)
PARTNER: Ministerium für Wirtschaft und regionale Entwicklung der Republik Serbien
INFORMATION: www.danubecc.org



HINTERGRUND UND ZIELE

Die Länder der mittleren und unteren Donauregion durchlaufen einen tiefgreifenden Transformationsprozess hin zu einer marktwirtschaftlichen Ordnung. Die internationale Zusammenarbeit bleibt jedoch auch nach dem Ende der Konflikte in der Region hinter dem Bedarf zurück. Speziell der Tourismus als gewichtige Zukunftsbranche leidet unter diesen Bedingungen. Im Rahmen der Donaustategie bemühen sich die mittleren und unteren Donauländer deshalb um eine neue, der EU zugewandte Ausrichtung ihrer Tourismuspotenziale. Ziel ist es, die Rahmenbedingungen zur Förderung des regionalen grenzüberschreitenden Tourismus in der mittleren und unteren Donauregion zu verbessern.

METHODISCHES VORGEHEN UND INSTRUMENTE

Zentrales und innovatives Element des Projektansatzes ist der Aufbau und die Einrichtung eines Donaukompetenzzentrums (*Danube Competence Center, DCC*) als regionale Institution zur Förderung der Tourismusentwicklung. Es soll insbesondere die wirtschaftlich relevante Förderung kleiner und mittlerer Unternehmen sowie die transnationale Zusammenarbeit öffentlicher und privater Tourismusinstitutionen in der Region entlang der mittleren und unteren Donau stärken.

BISHERIGE ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

- Auf politischer Ebene hat das DCC erstmals Prozesse zur Abstimmung zwischen den nationalen Tourismusstrategien angeregt und sich aktiv in den EU-Donaustategieprozess eingebracht. Das DCC wurde als Vermittler zwischen öffentlichen und privaten Tourismusinstitutionen anerkannt und ist mittlerweile für Mitglieder aus sieben Donauländern zuständig.
- Das DCC hat schnell eine wirkungsvolle Dynamik entwickelt, die vor allem für kleinere und mittlere Unternehmer von Bedeutung ist. Die Mitglieder des DCC haben bereits eigene Marketing- und Pilotprojekte entwickelt und erste Investitionen zur Vergrößerung des regionalen Tourismusangebotes getätigt. Mittelfristig wird die Entwicklung einer gemeinsamen Tourismusmarke für die gesamte Donauregion angestrebt.



Teil 3 Quellenverzeichnis

LITERATUR UND FACHARTIKEL

- Aderhold, Peter/Kösterke, Astrid/v. Laßberg, Dietlind/Steck, Birgit/Vielhaber, Armin (2013): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Seefeld.
- Aderhold, Peter/Kösterke, Astrid/v. Laßberg, Dietlind/Vielhaber, Armin (2006): Tourismus in Entwicklungsländer. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.
- Aderhold, Peter/Von Lassberg, Dietlind/Staebler, Martin/Vielhaber, Armin (2000): Tourismus in Entwicklungsländer. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.
- Amend, Thora/Ruth, Petra/Eißing, Stefanie/Amend, Stephan (2007): Bodenrecht ist Menschenrecht. Win-Win Strategien für einen langfristigen Naturerhalt – Anregungen aus Südafrika. In: Nachhaltigkeit hat viele Gesichter. Nr. 4. GTZ (Hrsg.). Eschborn. Download: www.conservation-development.net/Projekte/Nachhaltigkeit/CD1/Suedafrika/Broschuere/Suedafrika.pdf
- Anderson, Dorothy H./Lime, David W./Wang, Theresa L. (1998): Maintaining the Quality of Park Resources and Visitor Experiences. A Handbook for Managers. Cooperative Park Studies Unit. University of Minnesota. St. Paul, Minnesota. Download: http://planning.nps.gov/document/Maintaining_Quality%20of%20Park_Resources.pdf
- Arbeitsgruppe Ökotourismus (1995): Ökotourismus als Instrument des Naturschutzes? Möglichkeiten zur Erhöhung der Attraktivität von Naturschutzvorhaben. Forschungsbericht des BMZ. Band 116. Weltforum Verlag. Köln.
- Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung/ Brot für die Welt – Tourism Watch/ kate – Umwelt und Entwicklung/ Naturfreunde Internationale (Hrsg.) (2013): Menschenrechte im Tourismus – Ein Umsetzungsleitfaden für Reiseveranstalter. Download: www.menschenrechte-im-tourismus.net/fileadmin/user_upload/Menschenrechte/Umsetzungsleitfaden-Menschenrechte_Web1.pdf
- Arnegger, Julius/Woltering, Manuel/Job, Hubert (2010): Toward a product-based typology for nature-based tourism: a conceptual framework, Journal of Sustainable Tourism, 18: 7, 915–928. Institute of Geography, Julius-Maximilians-University Würzburg, Würzburg.
- Ashley, Caroline (2006): How can governments boost the local economic impacts of tourism? Options and tools. SNV und Overseas Development Institute. The Hague, London.
- Backhouse, Maria/Boldemann, Hanka/Große-Rüschkamp, Alois/Hausotter, Kristin/Lutsyk, Tetyana/Pfeiffer, Antje/Ramesh, Kirthi/Rischewski, Dorothea/Schmidt, Julia/Schüttler, Kirsten/Simke, Katja/Weidnitzer, Eva (2010): Produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle. Handbuch »Beschäftigungsförderung in der Entwicklungszusammenarbeit« zur Umsetzung der Millenniumszielvorgabe. GTZ (Hrsg.). Eschborn.
- Becker, Christoph/Job, Hubert/Witzel, Anke (1996): Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum. Wissenschaftliche Buchgesellschaft. Darmstadt.
- Bertucci, Guido (2002): Strengthening Local Governance in Tourism-Driven Economies. Statement prepared for the International Colloquium on Regional Governance and Sustainable Development in Tourism-Driven Economies. Cancun, Mexico. Download: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan002859.pdf>
- Beyer, Matthias (2003a): Partizipation als Herausforderung für Tourismusprojekte in der Entwicklungszusammenarbeit. Handlungsempfehlungen für eine partizipative Projektarbeit. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland, Starnberger See.
- Beyer, Matthias (2003b): Tourismus und Entwicklungszusammenarbeit – wi(e)der besseren Wissens?! In: Dialog. Issue 79, pp. 4–9. Zeitschrift für das Planen und Bauen in der Dritten Welt. Vereinigung zur wissenschaftlichen Erforschung des Planens und Bauens in Entwicklungsländern e.V. (Hrsg.). Frankfurt a. M.
- Beyer, Matthias/Häusler, Nicole/Strasdas, Wolfgang (2007): Tourism as a Field of Activity in German Development Cooperation. A Basic Overview, Priority Areas for Action and Strategic Recommendations. GTZ (Ed.). Eschborn. Download: www.giz.de/fachexpertise/downloads/giz2012-en-tourism-field-of-activity.pdf
- Beyer, Matthias/Häusler, Nicole (2004): Der Ferntourismus in Entwicklungsländer wächst – auch der Nutzen für die lokale Bevölkerung? Fachpressebeitrag für die Internationale Tourismusbörse Berlin 2004.
- Biosphärenreservat Vessertal-Thüringer Wald (Hrsg.) (2007): Besuchermonitoring und ökonomische Effekte in Nationalen Naturlandschaften. Tagungsband 2006. Schmiedefeld am Rennsteig. Download: www.biosphaerenreservat-vessertal.de/dateien/6service/10ftagung/2006/taband06-screen.pdf
- Caribbean Tourism Organization (2007): Caribbean Regional Sustainable Tourism Development Programme. Draft Regional Policy Framework for a More Sustainable Tourism Development in the Caribbean. St. Michael, Barbados. Download: www.onecaribbean.org/content/files/draftregionalpolicyframework.pdf
- Ceballos-Lascurain, Hector (2001): Integrating Biodiversity into the Tourism Sector: Best Practice Guidelines. Study for UNEP/UNDP/GEF/BPSP. Mexico DF, Mexico. Download: www.cbd.int/doc/case-studies/tour/cs-tour-unesp.pdf
- DED – Deutscher Entwicklungsdienst gGmbH (2010): Nachhaltiger Tourismus. Schutz der Naturressourcen, Schaffung von Arbeitsplätzen, Wahrung kultureller Identität. Bonn.
- DED – Deutscher Entwicklungsdienst gGmbH (2006): Ökotourismus. DED Forum. Bonn.
- Demtschück, Elke (2005): Strategische Allianzen zwischen Wirtschaft und Entwicklungszusammenarbeit. Studies 5. Deutsches Institut für Entwicklungspolitik. Bonn. Download: http://edoc.vifapol.de/opus/volltexte/2012/3793/pdf/Studies_5.pdf
- Dittrich, Monika/Eißing Stefanie (2007): Use it or Lose it: Jagdtourismus und Wildtierzucht für Naturschutz und Entwicklung – Anregungen aus Benin. In: Nachhaltigkeit hat viele Gesichter. GTZ (Hrsg.). Eschborn. Download: www.conservation-development.net/Projekte/Nachhaltigkeit/CD1/Benin/Broschuere/Benin.pdf
- D’Mello, Caesar/McKeown, Jonathan/Minninger, Sabine (2009): Disaster Prevention in Tourism. Perspectives on Climate Justice. ECOT and EED, Tourism Watch. Chiang Mai, Thailand.
- Eagles, Paul F.J./Baycetch, Cynthia M./Chen, Xiaoye/Dong, Lina/Halpenny, Elizabeth/Kwan, Pia B./Lenuzzi, Jasminka J./Wang, Xiye/Xiao, Honggen/Zhang, Yubing (2009): Guidelines for Planning and Management of Concessions, Licenses and Permits for Tourism in Protected Areas. University of Waterloo. Ontario, Canada. Download: www.areasprotegidas.net/sites/default/files/documentos/Park%20Tourism%20Concession%20Guidelines.pdf
- Emerton, Lucy/Bishop, Joshua/Thomas, Lee (2006): Sustainable Financing of Protected Areas: A global review of challenges and options. IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge, UK.
- Eagles, Paul F.J./Legault, Maria K. (2012): Guidelines for the Planning and Management of Concessions, Leases, Licenses, and Permits in Parks and Protected Areas. University of Waterloo Waterloo, Ontario Canada.
- Eagles, Paul F.J./McCool, Stephen F./Haynes, Christopher D.A. (2002): Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management. IUCN Gland, Switzerland and Cambridge, UK.
- EQUATIONS (2008): Sustainability In Tourism. A Rural Tourism Model. A Review Report. Ministry of Tourism, Government of India/UNDP India. Bangalore. Download: www.indiaenvironmentportal.org.in/files/sustainability%20in%20tourism.pdf
- Evangelischer Entwicklungsdienst (EED), Tourism Watch (Hrsg.) (2011): Alles was Recht ist – Menschenrechte und Tourismus. Impulse für eine menschenrechtlich orientierte Tourismusentwicklung. Bonn. Download: www.tourism-watch.de/files/Alles_was_Recht_ist.pdf
- Finkel, Thomas (2011): Greening the Tourism Value Chain in Bohol. Strategy Paper. GIZ Private Sector Promotion (SMESEPP) Program (Ed.). Makati City. Philippines. Download: www.enterprise-development.org/download.ashx?id=2041
- Font, Xavier/Cochrane, Janet/Tapper, Richard (2004): Tourism for Protected Area Financing: Understanding tourism revenues for effective management plans. Leeds Metropolitan University. Leeds, UK. Download: http://assets.wnf.nl/downloads/pay_per_nature_view.pdf

Forstner, Martin/Reimoser, Friedrich/Lexer, Wolfgang/Heckl, Felix/Hackl, Josef (2006): Nachhaltige Jagd. Prinzipien, Kriterien und Indikatoren. Umweltbundesamt GmbH (Hrsg.). Wien.

Download: www.umweltbundesamt.at/fileadmin/site/umweltthemen/nachhaltigkeit/Nachhaltige_Jagd.pdf

GIZ (2012a): Ressourceneffizienz als Zukunftsstrategie. develoPPP Report – Das Magazin für Entwicklungspartnerschaften, Nr. 32. Eschborn.

GIZ (2012b): eDossier. Nachhaltiger Tourismus/Sustainable Tourism. Stand: Juli 2012. – Informations- und Didaktikzentrum. Bonn.

GIZ (2011): Wirtschaft stärken – Armut reduzieren. Erfahrungen mit dem Wertschöpfungsketten-Ansatz im Entwicklungsdienst der GIZ. Bonn.

Download: www.giz.de/de/downloads/giz2011-0461de-wertschoepfung-wirtschaft.pdf

GIZ (2009–2012): Verschiedene Factsheets zu Tourismusprojekten der GIZ. Eschborn.

Gössling, Stefan (2011): Carbon Management in Tourism. Mitigating the Impacts on Climate Change.

Golder Associates Afrika (Pty) Ltd. (2012): Baseline Assessment. Vulnerability and Impact of Climate Change on Major Tourism Attractions and Activities. GIZ (Ed.). Hatfield, South Africa.

Download: www.sustainabletourismnetwork.co.za/wp-content/uploads/2009/11/Annexure-10_Climate-Change-and-Tourism-Baseline-Assessment-Report.pdf

Große, Christine/Boye, Peter/Grimm, Ute/Haupt, Heiko/Martens, Harald/Weinfurter, Monika (2001): Trophäenjagd auf gefährdete Arten im Ausland. BfN-Skript 40. Bundesamt für Naturschutz (Hrsg.). Bonn.

Download: www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/troph1.pdf

GTZ (2006): Rural Development in Mountainous Areas of Northern Lao PDR. Lao-German Cooperation.

Download: www.microfinancegateway.org/gm/document-1.9.31194/14.pdf

Günther, Wolfgang/Grimm, Bente/Havers, Kirsten (2013): Gute Aussichten! Machbarkeitsstudie zum klimafreundlichen Tourismus in der Wattenmeer-Region. Erstellt im Auftrag des WWF Deutschland (Hrsg.). Berlin

Download: www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Machbarkeitsstudie_klimafreundlicher_Tourismus_Wattenmeer-Region.pdf

Gutierrez, Eileen/Lamoureux, Kristin/Matus, Seleni/Sebunya, Kaddu (2005): Linking Communities, Tourism & Conservation. A Tourism Assessment Process. Conservation International and The George Washington University (Hrsg.). Washington, DC.

Download: www.gwu.edu/~iits/Sustainable_Tourism_Online_Learning/Gutierrez/Tourism_Assessment_Process_Manual.pdf

Hagen, Markéta von/Willems, Johanna (2012): Women's Participation in Green Growth – A Potential Fully Realised?

A scoping study for the Green Growth Working Group (GGWG) of the Donor Committee for Enterprise Development (DCED).

GIZ (Ed.). Eschborn.

Hartmann, Jörg/Lunkenheimer, Bernd/Villar, Andreas/Weikert, Jochen (2010): Corporate Social Responsibility und Entwicklungszusammenarbeit. Der Beitrag der GTZ. GTZ (Hrsg.). Eschborn.

Download: <http://www2.gtz.de/dokumente/bib-2010/gtz2010-3054de-csr-entwicklungszusammenarbeit-beitrag.pdf>

Häusler, Nicole (2004): Auf Reisen gegen Armut. In: E+Z – Entwicklung und Zusammenarbeit 8/9, pp. 340–341.

Download: www.mascontour.info/Media/Veroeffentlichungen/Armut.pdf

Häusler, Nicole/Munz, Achim/Daw Kyi Aye/U Phyto Wai /Yar Zar/Kasüske, Dörte/Goodwin, Harold (2012): Myanmar Responsible Tourism Policy. Hanns-Seidel-Foundation. Yangon.

Download: www.hss.de/fileadmin/media/downloads/Berichte/121015_Myanmar_Tourism_English.pdf

Häusler, Nicole/Strasdas, Wolfgang (2003): Training Manual for Community-based Tourism. InWEnt-Internationale Weiterbildung und Entwicklung gGmbH. Zschortau.

Hübner, A. Phong / L.T., Chau / T.S.H. (2014): Good governance and tourism development in protected areas:

The case of Phong Nha-Ke Bang National Park, Central Vietnam. Koedoe 56 (2).

Junck, Manuel (2011): Pro-poor tourism needs sustainable land use. In: Rural 21, Vol. 4, pp. 26–27. Frankfurt a. M.

Download: www.rural21.com/uploads/media/rural_2011_4_26-27_01.pdf

Junck, Manuel (2010): Securing longterm Tenure Agreements over designated Tourism Sites. International NVAS Conference

»Africa for Sale: Analysing and Theorizing Foreign Land Claims and Acquisitions«. Groningen, The Netherlands.

Kahlenborn, Walter/Kraack, Michael/Carius, Alexander (1999): Tourismus- und Umweltpolitik. Ein politisches Spannungsfeld. Springer Verlag. Berlin. Heidelberg. New York.

Kasperek, Max/Mack, Rolf/Mayer, Claudia/Riha, Klemens (2010): Biodiversity in German Development Cooperation.

GTZ (Ed.). Eschborn.

Download: <http://www2.gtz.de/dokumente/bib-2010/gtz2010-0421en-biodiversity-german-dc.pdf>

Keller, Peter/Bieger, Thomas (2008): Real Estate and Destination Development in Tourism. Successful Strategies and Instruments. International Tourism Research and Concepts 3. International Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST). Berlin.

Klajumlang, Churaipon C. (2011): Climate-friendly tourism in Thailand: the example of Trat. In: Rural 21, Vol. 4, p. 31. Frankfurt a. M.

Download: www.rural21.com/uploads/media/rural_2011_4_02.pdf

Korn, Horst/Eppe, Cordula (2006): Biologische Vielfalt und Klimawandel – Gefahren, Chancen, Handlungsoptionen.

BfN-Skript 148. Bundesamt für Naturschutz (Hrsg.). Bonn.

Download: www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/service/skript148.pdf

Kosmus, Marina/Renner, Isabel/Ullrich, Silvia (2012): Integrating Ecosystem Services into Development Planning.

A stepwise approach for practitioners based on the TEEB approach. GIZ (Ed.). Eschborn.

Kreutzmann, Hermann/Beg, Ghulam Amin/Zhaohui, Lu/Richter, Jürgen (2009): Proceedings of the Regional Workshop. Integrated Tourism Concepts to Contribute to Sustainable Development in Mountain Regions. Gilgit/Pakistan-Kashgar/P.R. China, Oct 8–14, 2008.

InWEnt (Ed.). Bonn.

Lange, Lea (2011): Exploring the leakage effect in tourism in developing countries. Issues and implications. Diploma Thesis at the International University of Applied Sciences Bad Honnef.

Latif, Mojib (Hrsg.) (2007): Bringen wir das Klima aus dem Takt? Hintergründe und Prognosen. Fischer Taschenbuch Verlag GmbH. Frankfurt a. M.

Lengefeld, Klaus (2011): Benefits for rural areas. In: Rural 21, Vol. 4, pp. 12–15. Frankfurt a. M.

Download: www.rural21.com/uploads/media/rural_2011_4_12-15_01.pdf

Linkenbach, Renate (Hrsg.) (2003): Innenmarketing im Tourismus. Ein Leitfaden für die Praxis. Gmeiner-Verlag GmbH. Meßkirch.

Luger, Kurt/Baumgartner, Christian/Wöhler, Karlheinz (2004): Ferntourismus wohin? Der globale Tourismus erobert den Horizont. Studienverlag. Reihe »tourismus – transkulturell & transdisziplinär«. Innsbruck.

Matteucci, Xavier/Lund-Durlacher, Dagmar/Beyer, Matthias (2008): The socio-economic and environmental impacts of second home tourism: The South Pacific Coast of Nicaragua Example. In: Keller, Peter/Bieger, Thomas (Ed.) (2008): Real Estate and Destination Development in Tourism – Successful Strategies and Instruments. International Tourism Research and Concepts No. 3. S. 149–161. Erich Schmidt Verlag

Mazón, Tomás/Aledo, Antonio (Ed.) (2005): Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas. Alicante.

Mazón, Tomás/Huete, Raquel/Mantecón, Alejandro (Ed.) (2011): Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial. Barcelona.

Mazón, Tomás/Huete, Raquel/Mantecón, Alejandro (Ed.) (2009): Turismo, urbanización y estilos de vida. Las nuevas formas de movilidad residencial. Barcelona.

Mitchell, Jonathan/Ashley, Caroline (2010): Tourism and Poverty Reduction: Pathways to Prosperity. Overseas Development Institute and Earthscan. London.

Nováková, Eva (2003): Tourismuspolitik in Transformation am Beispiel der Tschechischen Republik. Dissertation der Universität St. Gallen.

Download: [http://www1.unisg.ch/www/edis.nsf/SysLkpByIdentifier/2824/\\$FILE/dis2824.pdf](http://www1.unisg.ch/www/edis.nsf/SysLkpByIdentifier/2824/$FILE/dis2824.pdf)

Nuscheler, Franz (Hrsg.) (2004): Lern- und Arbeitsbuch Entwicklungspolitik. Verlag J.H.W. Dietz.

OECD/UNEP (o.J.): Climate Change and Tourism Policy in OECD Countries.

Download: www.oecd.org/cfe/tourism/48681944.pdf

Pannicke, Adina (o.J.): Glücksbringer All-inclusive-Tourismus? Angebot und Nachfrage auf dem deutschen Quellmarkt und ökonomische Wirkungen in den Zielregionen. Im Auftrag von Evangelischer Entwicklungsdienst. Arbeitsstelle Tourism Watch. Bonn.

Download: http://tourism-watch.de/files/ai-studie_adina_pannicke_web.pdf

People's Committee of Quang Binh Province (2010): Sustainable Tourism Development Plan 2010 to 2020.

Phong Nha –Ke Bang National Park Region. Tourism Resource Consultants and GTZ.

Petermann, Thomas/Wennrich, Christine (1999): Folgen des Tourismus. Tourismuspolitik im Zeitalter der Globalisierung. Bd. 2. Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag. Bd. 7. Berlin.

Peters, Anna (2011): Partners in Development. How Donors Can Better Engage the Private Sector for Development in LDCs. UN Global Compact/UNDP/Bertelsmann Stiftung. New York, Gütersloh.

Download: www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/development/Partners_in_Development.pdf

Plüss, Christine/Zotz, Andreas/Hamele, Herbert (2012): Nachhaltigkeit im Tourismus: Wegweiser durch den Labeldschungel. NFI, akte, ECOTRANS, EED (Hrsg.).

Download: http://tourism-watch.de/files/nfi_tourismus_labelguide_web.pdf

PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (2006): Sustainable Investments for Conservation. Neue Potenziale für die internationale Naturschutzfinanzierung. Eine Studie im Auftrag des WWF Deutschland. Executive Summary. Frankfurt a.M.
Download: www.globalnature.org/bausteine.net/file/showfile.aspx?downaid=6647&domid=1011&fd=2

Rauschelbach, Burghard/Schäfer, Annette/Steck, Birgit (Eds.) (2002): Cooperating for Sustainable Tourism. Proceedings of the Forum International at the Reise pavillon 2002. Heidelberg.

Reichholf, Josef H. (2009): The Demise of Diversity. Loss and Extinction. London.

Rural 21 (2011): Sustainable tourism Vol. 45, Nr. 4/2011. Frankfurt a. M.

Secretariat of the Convention on Biological Diversity (2004): Guidelines on Biodiversity and Tourism Development. International guidelines for activities related to sustainable tourism development in vulnerable terrestrial, marine and coastal ecosystems and habitats of major importance for biological diversity and protected areas, including fragile riparian and mountain ecosystems. Montreal, Canada.
Download: www.cbd.int/doc/publications/tou-gdl-en.pdf

Spenceley, Anna (2008): Responsible Tourism. Critical Issues for Conservation and Development. Earthscan. London.

Statistical Office of Montenegro - MONSTAT (2012): Statistical Yearbook 2012. Podgorica.

Steck, Birgit/Strasdas, Wolfgang/Gustedt, Evelyn (1999): Tourismus in der Technischen Zusammenarbeit. Ein Leitfaden zur Konzeption, Planung und Durchführung von projektbegleitenden Maßnahmen in der ländlichen Entwicklung und im Naturschutz. GTZ (Hrsg.). Eschborn, Roßdorf.

Strasdas, Wolfgang (2002): The Ecotourism Training Manual for Protected Area Managers. Deutsche Stiftung für Internationale Entwicklung (DSE). Fachzentrum für Ernährung, Ländliche Entwicklung und Umwelt (ZEL). Zschortau.

Strasdas, Wolfgang (2001): Ökotourismus in der Praxis. Zur Umsetzung der sozioökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland, Starnberger See.

Snyman, Susan (2012a): The impact of land management systems on community attitudes towards tourism and conservation in six southern African countries. PARKS Vol. 18.2.

Snyman, Susan (2012b): The role of tourism employment in poverty reduction and community perceptions of conservation and tourism in southern Africa. Journal of Sustainable Tourism, 20:3, 395-416.

Snyman, Susan / Spenceley, Anna (2012): Key sustainable tourism mechanisms for poverty reduction and local socioeconomic development in Africa. AFRICA INSIGHT Vol. 42 (2).

Tapper, Richard (2007): Managing Tourism & Biodiversity. User's Manual on the CBD Guidelines on Biodiversity and Tourism Development. CBD and UNEP. Montreal, Canada.
Download: www.cbd.int/doc/programmes/tourism/tourism-manual-en.pdf

Tapper, Richard/Font, Xavier (2004): Tourism Supply Chains. Report of a Desk Research Project for The Travel Foundation. Final Report. Leeds Metropolitan University and Environment Business & Development Group. Leeds, West Yorkshire.
Download: <http://icrtourism.com.au/wp-content/uploads/2012/09/TourismSupplyChains.pdf>

Tourism Department. Republic of South Africa (2012): Final National Tourism and Climate Change Response Programme and Action Plan.

UNCTAD (2012): Dominican Republic. Sector-specific investment strategy and action plan. G20 Indicators for Measuring and Maximizing Economic Value Added and Job Creation from Private Investment in Specific Value Chains. Pilot Study Results.
Download: http://unctad.org/Sections/diae_dir/docs/diae_G20_DominicanRep_en.pdf

UNCTAD (2010): The Contribution of Tourism to Trade and Development. Second Session. Item 5 of the provisional agenda. Geneva, Switzerland.
Download: <http://t20.UNWTO.org/sites/all/files/docpdf/tourism-note-trade-commission-05-2010.pdf>

UNDP (2013): Human Development Report 2013. The Rise of the South: Human Progress in a Diverse World. New York.
Download: www.undp.org/content/dam/undp/library/corporate/HDR/2013GlobalHDR/English/HDR2013%20Report%20English.pdf

UNEP (2012a): Global Outlook on Sustainable Consumption and Production Policies – Taking Action Together. Paris.
Download: www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx1498xPA-GlobalOutlookonSCPPolicies.pdf

UNEP (2012b): Increasing Access to and Demand for Energy Efficiency in a Perspective of Sustainable Energy for All. Paris
Download: www.unep.org/gc/gcss-xii/docs/EE_SCPreport_160212_FF.pdf

UNEP (2012c): Sustainable Consumption and Production for Poverty Alleviation. Paris.
Download: www.unep.org/pdf/SCP_Poverty_full_final.pdf

UNEP (2012d): The Business Case for the Green Economy. Sustainable Return on Investment. Paris.
Download: www.unep.org/greeneconomy/Portals/88/documents/partnerships/UNEP%20BCGE%20A4.pdf

UNEP/CBD/COP/11/35 (2012): Report of the Eleventh Meeting of the Conference of the Parties to the Convention on Biological Diversity. Hyderabad, India.
Download: www.cbd.int/doc/meetings/cop/cop-11/official/cop-11-35-en.pdf

UNEP (2011): Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication. Paris.
Download: www.unep.org/greeneconomy/Portals/88/documents/ger/ger_final_dec_2011/Green%20EconomyReport_Final_Dec2011.pdf

UNEP (2005): Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers. Paris.
Download: www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf

UNWTO (2013a): Tourism Highlights, 2013 Edition. Madrid.
Download: http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_lr_0.pdf

UNWTO (2013b): Sustainable Tourism for Development Guidebook (2013). Madrid.
Download: <http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/devcoengfinal.pdf>

UNWTO (2012): Tourism Highlights, 2012 Edition. Madrid.
Download: <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr.pdf>

UNWTO (2011a): Tourism Towards 2030. Global Overview. Madrid.

UNWTO (2011b): Global Report on Women in Tourism 2010. Preliminary Findings. Madrid.
Download: http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/folletto_global_report_on_women_in_tourism-corregido.pdf

UNWTO (2011c): Global Report on Women in Tourism 2010. Madrid.
Download: http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/folletto_global_report.pdf

UNWTO (2010): Joining Forces. Collaborative Processes for Sustainable and Competitive Tourism. Madrid.

UNWTO (2009): Tourism Highlights, 2009 Edition. Madrid.

UNWTO (2005): Report of the World Tourism Organization to the United Nations Secretary-General in preparation for the High Level Meeting on the Mid-Term Comprehensive Global Review of the Programme of Action for the Least Developed Countries for the Decade 2001-2010. Madrid.
Download: www.unohrlls.org/UserFiles/File/MTR/Agency_inputs/worldtourisminput.pdf

UNWTO Algarve Forum (2011): Tourism and Science: Bridging Theory and Practice. Governance for Sustainable Tourism Development. Vilamoura, Portugal.
Download: http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/governance_executive_conclusions.pdf

Vorlaufer, Karl (1996): Tourismus in Entwicklungsländern. Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Darmstadt.

Wagner, Hermann-Josef (2008): Energy. The World's Race for Resources in the 21st Century. Haus Publishing Ltd. London.

Waibel, Michael/Thimm, Tanja/Kreisel, Werner (2005): Fragile Inselwelten. Tourismus, Umwelt und indigene Kulturen. Schriftenreihe PAZIFIK FORUM der Arbeitsgemeinschaft für Pazifische Studien e.V. Volume 9. Horlemannverlag. Bad Honnef.

Walder, Bibiana/Weiermair, Klaus/Sancho Pérez, Amparo (Hrsg.) (2006): Innovation and Product Development in Tourism. Creating Sustainable Competitive Advantage. Erich Schmidt Verlag. Berlin.

World Ecotourism Summit (2002): Québec Declaration on Ecotourism. Québec City. Canada.
Download: www.gdrc.org/uem/eco-tour/quebec-declaration.pdf

WTTC (2013): Travel & Tourism Economic Impact 2013 – World. London.
Download: www.WTTC.org/site_media/uploads/downloads/world2013_1.pdf

WTTC (2012a): Benchmarking Travel & Tourism's economic impact against other sectors. Executive Summary. London.
Download: www.WTTC.org/site_media/uploads/downloads/WTTC_Sector_Summary_v6_1.pdf

WTTC (2012b): Benchmarking Travel & Tourism. How does Travel & Tourism compare to other sectors? Global Summary. London.
Download: www.WTTC.org/site_media/uploads/downloads/WTTC_Sectors_Summary_Global.pdf

WTTC (2012c): Travel & Tourism Economic Impact 2012: Montenegro. London.
Download: www.montenegroadriaticproject.com/media/95155/world%20travel%20and%20tourism%20economic%20impact%202012.pdf

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt Energie GmbH/Stiftung Forum für Verantwortung, ASKO EUROPA-STIFTUNG, Europäische Akademie Otzenhausen gGmbH (Hrsg.) (2007): Mut zur Nachhaltigkeit! Zwölf Bücher zur Zukunft der Erde. Vom Wissen zum Handeln. Merziger Druckerei und Verlag GmbH & Co.KG. Merzig/Saar.

Wyman, Miriam/Barborak, James R./Inamdar, Neel/Stein, Taylor (2011): Best Practices for Tourism Concessions in Protected Areas: A Review of the Field. In: forests, Vol. 2 (4), pp. 913-928.
Download: www.mdpi.com/1999-4907/2/4/913/pdf

BMZ-STRATEGIEPAPIERE

BMZ (2012): Zehn Ziele für mehr Bildung. BMZ-Bildungsstrategie 2010-2013. Informationsbroschüre 1. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/reihen/strategiepapiere/Strategiepapier315_1_2012.pdf

BMZ (2011a): Der Beitrag des Tourismus zur nachhaltigen Entwicklung und zur Erreichung der Millenniumsentwicklungsziele.

Ein Positionspapier des BMZ. Strategiepapier 2. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/reihen/strategiepapiere/Strategiepapier301_02_2011.pdf

BMZ (2011b): Gleichberechtigung konkret. Fact Sheets zur Gleichberechtigung in der entwicklungspolitischen Zusammenarbeit. Informationsbroschüre 3. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/themen/menschenrechte/Materialie210_Informationsbroschuere_03_2011.pdf

BMZ (2011c): Klimawandel und Entwicklung. Informationsbroschüre 1. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/themen/klimaschutz/BMZ_Informationsbroschuere_01_2011.pdf

BMZ (2011d): Märkte entwickeln, Wohlstand schaffen, Armut reduzieren, Verantwortung übernehmen – Die Wirtschaft als Partner der Entwicklungspolitik. Politisches Eckpunkte-Papier zur Kooperation mit der Wirtschaft. Strategiepapier 3. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/reihen/strategiepapiere/Strategiepapier302_03_2011.pdf

BMZ (2011e): Ökologisches Wirtschaften. Green Economy. Informationsbroschüre 2. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/themen/wirtschaft/BMZ_Informationsbroschuere_02_2011.pdf

BMZ (2011f): Menschenrechte in der deutschen Entwicklungspolitik. Strategiepapier 4. Bonn

Download: www.bmz.de/de/publikationen/reihen/strategiepapiere/Strategiepapier303_04_2011.pdf

BMZ (2010a): Biodiversität. Schützen, nachhaltig nutzen, Gewinne gerecht verteilen. Bilanz des deutschen entwicklungspolitischen Engagements für biologische Vielfalt. Berlin.

Download: www.bmz.de/de/zentrales_downloadarchiv/themen_und_schwerpunkte/biodiversitaet/bilanz_biodiversitaet.pdf

BMZ (2010b): Entwicklung ländlicher Räume und ihr Beitrag zur Ernährungssicherung. Informationsbroschüre 6. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/themen/laendliche_entwicklung/BMZ_Informationsbroschuere_06_2010.pdf

BMZ (2009): Förderung von Good Governance in der deutschen Entwicklungspolitik. Konzept 172. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/reihen/strategiepapiere/konzept172.pdf

BMZ (2008): Biologische Vielfalt. Konzept 164. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/reihen/strategiepapiere/konzept164.pdf

BMZ (2007a): Grundsätze der sozialen und ökologischen Marktwirtschaft in der deutschen Entwicklungspolitik. Konzepte 157. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/themen/wirtschaft/konzept157.pdf

BMZ (2007b): Sektorkonzept Nachhaltige Energie für Entwicklung. Strategiepapier des BMZ. Konzept 145. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/reihen/strategiepapiere/konzept145.pdf

BMZ (2006): »Pro Poor Growth« – Das entwicklungspolitische Thema Breitenwirksames Wachstum. Spezial 142. Bonn.

Download: www.bmz.de/de/publikationen/reihen/strategiepapiere/spezial142pdf.pdf

FACTSHEETS ZUM LEISTUNGSANGEBOT

Methoden und Instrumente. Entwicklungspartnerschaften mit der Wirtschaft.

Download: www.giz.de/de/downloads/giz2011-de-entwicklungspartnerschaften-wirtschaftpdf.pdf

Staat und Demokratie. Armutsorientierte Regierungsführung.

Download: www.giz.de/en/downloads/giz2011-de-armutsorientierte-regierungsfuehrung.pdf

Staat und Demokratie. Demokratieförderung.

Download: www.giz.de/en/downloads/giz2011-de-demokratiefoerderung.pdf

Staat und Demokratie. Förderung politischer Teilhabe.

Download: www.giz.de/en/downloads/giz2011-de-foerderung-politischer-teilhabe.pdf

Staat und Demokratie. Gender.

Download: www.giz.de/de/downloads/giz2011-de-gender.pdf

Staat und Demokratie. Korruptionsprävention.

Download: www.giz.de/de/downloads/giz2011-de-korruptionspraevention.pdf

Staat und Demokratie. Menschenrechte.

Download: www.giz.de/de/downloads/giz2011-de-menschenrechte.pdf

Staat und Demokratie. Recht und Justiz.

Download: www.giz.de/en/downloads/giz2011-de-recht-justiz.pdf

Wirtschaft und Beschäftigung. Arbeitsmarktorientierte Berufsbildungssysteme.

Download: www.giz.de/de/downloads/giz2011-de-arbeitsmarktorientierte-berufsbildungssysteme.pdf

Wirtschaft und Beschäftigung. KMU-Förderung.

Download: www.giz.de/de/downloads/giz2011-de-kmu-foerderung.pdf

Wirtschaft und Beschäftigung. Lokale und regionale Wirtschaftsentwicklung.

Download: www.giz.de/en/downloads/gtz2009-de-lokale-regionale-wirtschaftsentwicklung.pdf

Wirtschaft und Beschäftigung. Migration gestalten für eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung.

Download: www.giz.de/en/downloads/gtz2009-de-migration-gestalten.pdf

Wirtschaft und Beschäftigung. Produktive und menschenwürdige Beschäftigung.

Download: www.giz.de/de/downloads/giz2011-de-produktive-menschenwuerdige-beschaeftigung.pdf

Wirtschaft und Beschäftigung. Qualifizierung für existenzsichernde Beschäftigung.

Download: www.giz.de/de/downloads/giz2011-de-qualifizierung-existenzsichernde-beschaeftigung.pdf

Wirtschaft und Beschäftigung. Wirtschaftspolitische Reformberatung.

Download: www.giz.de/de/downloads/giz2011-de-wirtschaftspolitische-reformberatung.pdf

UNVERÖFFENTLICHTE QUELLEN

Baldus, Dr. Rolf D. (o.J.): Wildschutz und Nationalparks in Tansania: der deutsche Beitrag. (in Vorbereitung).

GIZ (2012): Orientation Sheet »Sustainable Consumption and Production (SCP)«. Eschborn.

GIZ (2011): GIZ Umwelt- und Klimaprüfung – Sektorarbeitshilfe Tourismus. Stand: 11.02.2011. Eschborn.

Hartmann, Ann-Marie (2010): Tourismus und Biodiversität. Analyse der Inwertsetzung touristisch genutzter Flagship Species als Beitrag zum Erhalt der Biodiversität anhand des jagdtouristisch genutzten Afrikanischen Elefanten (*Loxodonta africana*) im Selous Game Reservat in Tansania, Afrika. Masterarbeit an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde.

Lengefeld, Klaus (2012): Revenues, investments and employment in the tourism industry compared to other sectors for the years 2004–2011.

Mann, Daniel (2012): Infrastrukturausbau und Naturschutz – Eine Konfliktanalyse am Beispiel des Serengeti Highway Projekts in Tansania. Diplomarbeit am Institut für Geographie und Geologie der Universität Würzburg.

Springer-Heinze, Andreas & Finkel, Thomas (2012): GIZ – Concept Note: Greening value chains. A conceptual and methodological framework for integrating climate change and other environmental concerns into value chain development strategies

Sturmann, Uwe (2012): Tourism value chain promotion & destination development in Bohol, the Philippines. A conceptual approach developed and implemented by the GIZ Private Sector Promotion Program in the Philippines (draft version October 2012).

Wolf, Alexandra (2012): »Continuing the sustainability debate« – An account of environmental and social initiatives in the tourism sector. Project Report within the Master Course Sustainable Tourism Management at Eberswalde University for Sustainable Development.

INTERNETQUELLEN UND WEITERFÜHRENDE LINKS

(SEPTEMBER 2012 – FEBRUAR 2014)

Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung (AKTE)
www.akte.ch

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und
 Entwicklung (BMZ)
www.bmz.de

Danube Competence Center (DCC)
www.danubecc.org

Department for International Development, UK (DFID)
www.dfid.gov.uk

Deutsche Gesellschaft für
 Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
www.giz.de

Gender Responsible Tourism
www.genderresponsibletourism.org

Global Environment Facility (GEF)
www.thegef.org

Global Partnership for Sustainable Tourism
www.globalsustainabletourism.com

Green Star Hotel Initiative
www.greenstarhotel.org

Global Sustainable Tourism Council (GSTC)
www.gstccouncil.org

International Tourism Partnership (ITP)
www.tourismpartnership.org

Kavango Zambezi Transfrontier Conservation Area
www.kavangozambezi.org

Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW)
www.kfw.de

mascontour GmbH –
 Sustainable Tourism Consulting & Communication
www.mascontour.info

Overseas Development Institute (ODI)
www.odi.org.uk

Parc National de la Pendjari
www.pendjari.net

Peaks of the Balkans
www.peaksofthebalkans.com

Pro-Poor-Tourism (PPT)
www.propoortourism.info

Roundtable Menschenrechte im Tourismus
www.menschenrechte-im-tourismus.net/de/startseite.html

South African National Parks Board – Kruger National Park
www.sanparks.org/parks/kruger

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e. V.
www.studienkreis.org

Tourism Concern
www.tourismconcern.org.uk

United Nations Development Programme (UNDP)
www.undp.org

United Nations Development Programme (UNDP)/
 Human Development Index (HDI) 2013
www.hdr.undp.org/en/data

United Nations World Tourism Organization (UNWTO)
<http://www2.UNWTO.org>

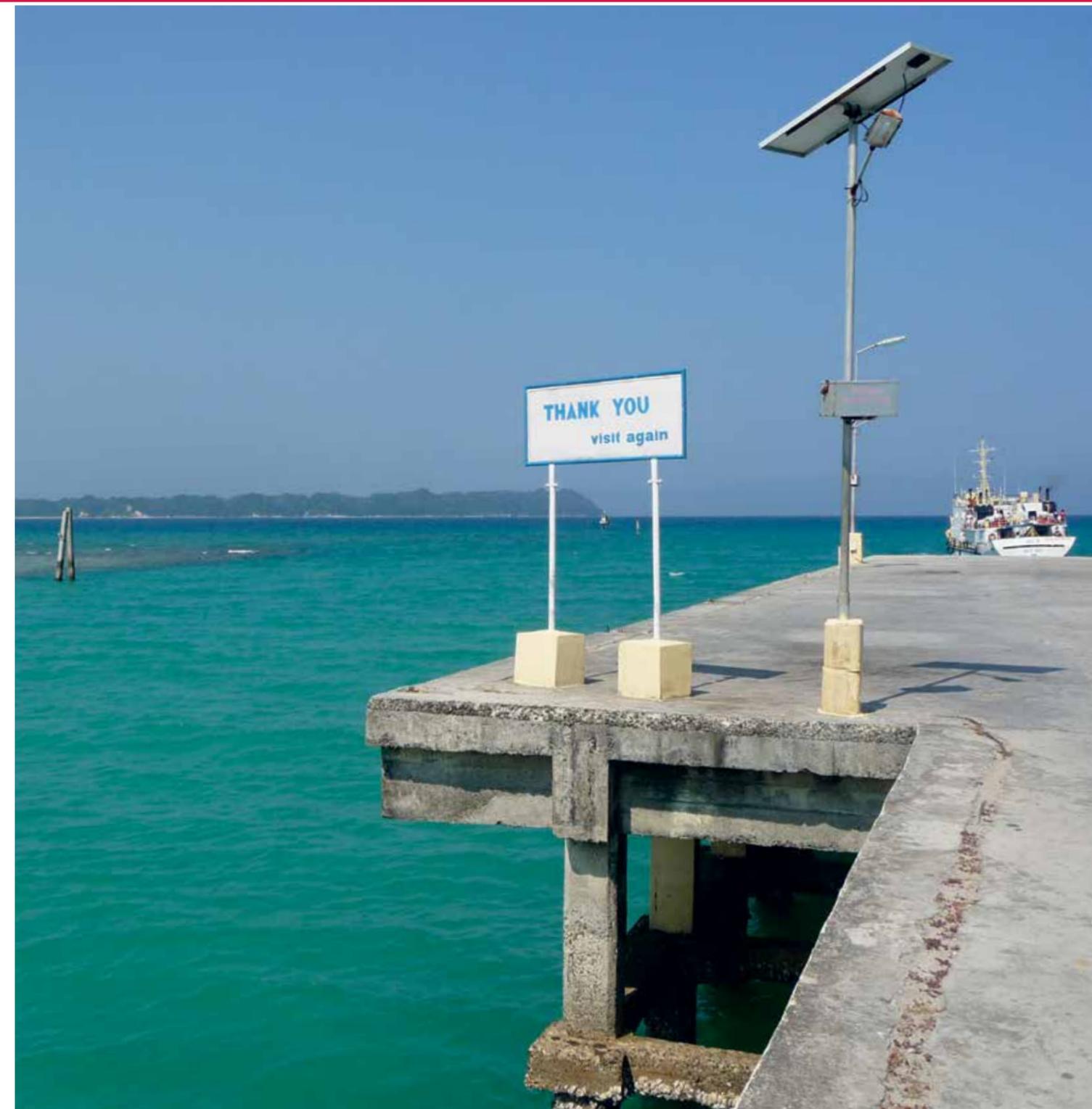
United Nations World Tourism Organization (UNWTO) –
 Sustainable Tourism Eliminating Poverty Initiative (ST-EP)
<http://step.UNWTO.org>

Wenchi Eco Tourism Association (WETA)
www.wenchi-crater-lake.com

World Travel & Tourism Council (WTTC)
www.WTTC.org

World Travel & Tourism Council (WTTC)/Data Search Tool
www.WTTC.org/research/economic-data-search-tool/

World Travel & Tourism Council (WTTC)/Research –
 Country Reports 2013
www.WTTC.org/research/economic-impact-research/country-reports/



Impressum

Herausgeber

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Sitz der Gesellschaft

Bonn und Eschborn

Sektorvorhaben Nachhaltige Entwicklung durch Tourismus

Klaus Lengefeld & Manuel Bollmann

Dag-Hammarskjöld-Weg 1–5

65760 Eschborn

Tel. +49 (0) 6196 79-3251

Tourismus@giz.de

www.giz.de/tourismus

Autor

Matthias Beyer/mascontour GmbH – Sustainable Tourism Consulting & Communication

Design und Layout

die basis | Wiesbaden

Bildnachweis

Matthias Beyer: S. 16 mittig und rechts, S. 21, S. 23 links und rechts, S. 30 rechts, S. 34 oben und links unten, S. 39 links und rechts, S. 50, S. 73, S. 76, S. 79 oben, S. 84 oben und unten, S. 85, S. 100; Miodrag Bogdanovic: S. 101; Manuel Bollmann: S. 2 oben, S. 16 links, S. 19, S. 30 links, S. 34 rechts unten, S. 44, S. 47, S. 55 links und rechts, S. 57, S. 63, S. 66 rechts oben, S. 77, S. 79 unten, S. 87, S. 96, S. 111; Alberto Canovas: S. 43; Heike Dickhut: S. 20 rechts; Patrick Essex: S. 17; Sebastian Falck: S. 98 oben und unten, S. 99; Barbara Fritz: S. 83 oben und unten; Thomas Frommhold: S. 20 links oben und unten, S. 37; Guenay/ Ulutunçok/ Laif: S. 59, S. 64–65, S. 66 links oben, S. 89; Nicole Häusler: S. 11; Niklas Jedowski: Titelseite; Li Migura: S. 70 links oben; Wolfgang Strasdas: S. 42; Bui Quang Thinh: S. 70 rechts oben; Jonas Van de Voorde: S. 71 rechts; Wegmann: S. 71 links; Zerafshan Tourism Board: S. 2 unten.

Stand

März 2014

Die GIZ ist für den Inhalt der vorliegenden Publikation verantwortlich.

Im Auftrag des

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ);
Referat 112 Wirtschaftspolitik und Finanzsektor

Postanschriften der BMZ-Dienste

BMZ Bonn

Dahlmannstraße 4

53113 Bonn

Tel. +49 (0) 228 99 535-0

Fax +49 (0) 228 99 535-3500

BMZ Berlin | im Europahaus

Stresemannstraße 94

10963 Berlin

Tel. +49 (0) 30 18 535-0

Fax +49 (0) 30 18 535-2501

poststelle@bmz.bund.de

www.bmz.de