Studienkreis
für Tourismus und
Entwicklung e.V.

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e. V.

Bahnhofstraße 8
82229 Seefeld

Tel. +49 8152 99901-0
Fax +49 9152 99901-66

info@studienkreis.org
www.studienkreis.org

Vorstand Hans Ulrich Schudel
GF Claudia Mitteneder

Vereinsregister Nr. 100 542
Amtsgericht München

USt-ID DE 811659075

Gemeindebasierter Tourismus

Der Trend zur Fernreise, insbesondere in Entwicklungs- und Schwellenländer, nimmt beständig zu – und mit ihm die Herausforderung, Tourismus nachhaltig zu gestalten. Dem gemeindebasierten Tourismus kommt dabei eine wichtige Vorbildfunktion zu.

Tourismus ist ein globaler Jobmotor. Jeder zehnte Arbeitsplatz weltweit entsteht in diesem Wirtschaftszweig. Insbesondere Urlaubsreisen in strukturschwache Länder tragen zu deren ökonomischen Entwicklung bei. Laut einer vom Bundesverband der Tourismuswirtschaft (BTW) in Auftrag gegebene Studie, steuerten 2012 allein 11 Millionen deutsche Touristen 19 Milliarden Euro zum Bruttoinlandsprodukt in Entwicklungs- und Schwellenländer bei und sicherten so etwa 1,8 Millionen Arbeitsplätze. Für ein Drittel aller Entwicklungsländer ist Tourismus bereits der bedeutendste Devisenbringer. Und die Besucherzahlen in diesen Ländern steigen weiter überproportional an. Bis 2030 werden laut Prognosen der Welttourismusorganisation (UNWTO) über 50 Prozent aller Reisen weltweit dorthin gehen, das sind rund eine Milliarden Ankünfte pro Jahr.

Die neuen Arbeitsplätze im Tourismus können jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Arbeitsbedingungen in diesem Sektor häufig prekär sind, viele Jobs sind im informellen Sektor angesiedelt, bei schlechter Bezahlung und ohne Rechtssicherheit. Auch die Liste von Menschenrechtsverletzungen, die durch Tourismus hervorgerufen werden können, ist oft lang: Sexuelle Ausbeutung, Kinderarbeit, Vertreibung und Enteignung der ortsansässigen Bevölkerung, weil Küstengebiete oder attraktives Agrarland Touristenanlagen weichen müssen. Und von dem Geld, dass die Reisenden ins Land bringen, profitieren längst nicht alle, oft wird vor allem die Elite eines Landes oder gar ein Unrechtsregime unterstützt. Die vorherrschende Kluft zwischen Arm und Reich bleibt bestehen, zu diesem Schluss kommt auch die Studie der BTW. Tourismus stärkt zwar die Wirtschaftskraft eines Landes, trägt aber nicht unweigerlich zu sozialen und gesellschaftlichen Entwicklungen bei.

Wie aber können die Potenziale des Tourismus sozialverträglich genutzt und Ungleichheit und Ungerechtigkeit wirkungsvoll begegnet werden? Partizipation scheint der Schlüssel zum Erfolg zu sein. „Die Bevölkerung muss in die touristische Entwicklung mit einbezogen werden und von ihr profitieren“, so

Claudia Mitteneder, Geschäftsführerin des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Dies gelinge vor allem mit dem Konzept des gemeindebasierten Tourismus, bei dem Gemeinden und Kommunen eigenverantwortlich die Planung und das Management von touristischen Angeboten übernehmen – organisiert als Genossenschaft bzw. eigenständige Unternehmer oder in Form von strategische Partnerschaften mit touristischen Anbietern. Die Einnahmen aus dem Tourismus kommen den Gemeinden auf diese Weise selbst zu Gute, ein Teil davon fließt in Fonds, die der Absicherung, Weiterbildung und Krankenversicherung der im Tourismus Beschäftigten dienen. Die Dorfgemeinschaft hat ihre touristische Entwicklung selbst in der Hand und kann organisch wachsen, ohne Diktat von außen.

Die ökonomische und gesellschaftliche Teilhabe der Bevölkerung wird in der Entwicklungszusammenarbeit auch als Bottom-up-Ansatz bezeichnet – über lokale Wirtschaftskreisläufe sollen insbesondere periphere und ländlich geprägte Räume gestärkt und so Armut und die Abwanderung in die Städte bekämpft werden. Tourismus spielt in diesem Konzept eine wichtige Rolle, er ist eng verknüpft mit Naturschutz, Landwirtschaft, dem Dienstleistungs- und Baugewerbe. Indem er die die lokale Infrastruktur inwertsetzt – von Verkehrswegen und Kommunikationsstrukturen über Energie- und Wasserversorgung bis hin zu Bildungs- und Gesundheitseinrichtungen – treibt er die Dorfentwicklung voran. Nicht alle Regionen eignen sich für eine touristische Nutzung. Um Fehlinvestitionen zu vermeiden, müssen vorab Potenzialanalysen und Machbarkeitsstudien durchgeführt werden. Ein klassisches Aufgabengebiet internationaler Geberorganisationen und NGOs, die geeignete gemeindebasierte Projekte dann oft finanziell unterstützen und mit ihrem Know How helfen, entsprechende Strukturen aufzubauen. Man spricht hier von Empowerment: Die Gemeinden werden zur eigenen Handlungskompetenz befähigt.

Im Rahmen seines Wettbewerbs für sozialverantwortlichen Tourismus, dem „TO DO Award“, gefördert vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ), zeichnet der Studienkreis seit 1995 touristische Projekte aus, durch die eine partizipative Dorfentwicklung in besonderen Maße gelungen ist. Diese muss sich an zahlreichen Kriterien messen lassen: der Ausgestaltung der Arbeitsplätze, den Weiterbildungsmöglichkeiten, der Chancengleichheit von Frauen und der Wahrung kultureller Identität. Entscheidend ist auch, ob das Projekt ressourcenschonend und institutionell nachhaltig angelegt ist. „Die Gemeinden dürfen nicht vom Tourismus allein abhängig werden, er muss in die dortige Wirtschaftsstruktur eingebettet sein“,

erläutert Studienkreis-Geschäftsführerin Claudia Mitteneder. Tourismus reagiere sehr sensibel auf unvorhersehbare Ereignisse. Wenn die Besucher plötzlich ausblieben, müsse man die Verluste durch andere Verdienstmöglichkeiten abfedern können. Generell gelte es, bei den Gemeinden das Bewusstsein zu schärfen, dass Tourismus sowohl Chancen, aber auch Risiken birgt.

Wie eng diese beieinanderliegen, zeigt eindrucksvoll das Beispiel Myanmar. Das Land befindet sich seit seiner politischen Öffnung in einer Umbruchsituation. Der Tourismus boomt und die Folgen seines ungezügelten Wachstums zeigen sich bereits an Hotspots wie dem Inle-See: Die vielen Ausflugsboote gefährden das Ökosystem und damit die Lebensgrundlage der Einbein-Fischer. Und auch deren Motivation: Als Fotomotiv verdienen sie mittlerweile oft mehr als mit dem Fischfang. Ein Gegenentwurf stellt das 2017 mit dem TO DO Award ausgezeichneten Projekt CITPAR dar. In der bäuerlich geprägten Gegend in der Nähe des Inle-Sees haben sich mehrere Dörfer zusammengeschlossen, sie beherbergen und bewirten Gäste und bieten Trekkingtouren und Führungen in der Gegend an – sanft und im Einklang mit Natur und Kultur. Die Besucher können am Dorfleben teilnehmen und erhalten tiefe Einblicke vom echten Leben – ohne aufgesetzte Folklore. Natürliche Lebensgrundlagen und vor allem auch die soziale Struktur der Dörfer und deren kulturelle Identität bleiben bewahrt.

Auch das 2017 mit dem TO DO Award ausgezeichnete Tourismusprojekt „KAFRED“ in Bigodi, einem Dorf im Norden Ugandas, ist ein wegweisendes Beispiel für die Möglichkeiten, die Tourismus eröffnen kann. Über die selbst gegründete NGO hat es das Dorf geschafft, ein angrenzendes Sumpfgebiet zu einer Touristenattraktion aufzuwerten – und das Biotop damit vor der Trockenlegung zu bewahren. Zugleich wurden mehrere soziale Projekte initiiert, darunter der Aufbau einer weiterführenden Schule im Dorf. Gerade Bildung ermöglicht Lebenschancen und hilft aus der Armutsfalle herauszukommen. Und auch die Gewinner des TO DO Award 2016, die „Pueblos Mancomunados“, ein Zusammenschluss von acht indigenen Dörfern in der mexikanischen Sierra Norte, gilt aufgrund der vorbildlichen kommunalen Selbstverwaltung und der ökotouristischen Programme als Vorzeigemodell. Geführte Wanderungen durch Flora und Fauna treffen auf nachhaltige Waldwirtschaft. Gäste bekommen ein Gefühl für die zapotekische Kultur vermittelt, sei es über einheimische Produkte, die lokale Küche oder über das traditionelle Dampf-Schwitzbad Temazcal, bei dem man viel über die Anwendung von Heilkräutern aus der Region erfahren kann. So geben Einheimische ihre Errungenschaften und ihr Wissen an die Besucher weiter.

Und gerade daran sind viele Reisende interessiert. Laut der 2013 vom

Studienkreis erstellten Studie „Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern“ schätzen insbesondere Fernziel-Reisende die Angebote eines gemeindebasierten Tourismus. Viele präferieren kleine Hotels in landestypischer Atmosphäre, möchten den Alltag der Einheimischen kennenlernen und wünschen sich authentische Begegnungen. Jenseits des touristischen Massenmarkts ist die Nachfrage also durchaus vorhanden, doch die Vermarktung bleibt eine Herausforderung. „Sich auf dem Tourismusmarkt zu positionieren, ist für solche Projekte zunächst nicht einfach“, weiß Marketingexpertin Mitteneder. Sie müssen sich im internationalen Wettbewerb behaupten. Auch eignen sich nicht alle Online-Buchungsplattformen für den Vertrieb eines Nischenprodukts, vieles läuft daher über soziale Medien und Mund-zu-Mund-Propaganda. Eigene Marketing- und Vertriebsstrukturen müssen erst längerfristig aufgebaut werden, häufig gelingt dies nur mit der Hilfe externer Beratung oder mit der Kooperation erfahrener Reiseveranstalter. „Wichtig ist, den Bekanntheitsgrad der neuen Destination zu steigern, gerade wenn sie abseits der üblichen Routen liegt“, so Mitteneder. Mit der öffentlichkeitswirksamen Verleihung des TO DO Awards auf der internationalen Tourismusbörse in Berlin ist schon ein Schritt getan.

Bei der diesjährigen Preisverleihung des TO DO Award 2019 am 7. März auf der ITB Berlin werden touristische Projekte aus Lateinamerika bzw. Asien geehrt: „Awamaki“ aus Peru, eine Vereinigung, die regionale Handwerksprodukte vermarktet sowie „Open Eyes“ aus Indien, eine Organisation, die Frauen hilft, über Jobs im Tourismus neue Lebensperspektiven zu erlangen. Darüber hinaus wird der TO DO Award Human Rights in Tourism an "Las Kellys" aus Spanien verliehen, ein Zusammenschluss von Reinigungskräften, der erfolgreich für bessere Arbeitsbedingungen in der Hotelbranche kämpft.

Text: Stephanie Arns