



Studienkreis
für Tourismus und
Entwicklung e.V.

Schriftenreihe
für Tourismus
und Entwicklung

2021

Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer

Susanne Egermeier
Dietlind von Laßberg
Claudia Mitteneder
Gökhan Tuncer
Armin Vielhaber



Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer

**Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze beim
Tourismus in Länder des Globalen Südens – unter besonderer Berücksichtigung
des deutschen Urlaubsreisemarktes vor der Corona-Pandemie**

durchgeführt vom

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

mit Unterstützung von:

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit

Susanne Egermeier
Dietlind von Laßberg
Claudia Mitteneder
Gökhan Tuncer
Armin Vielhaber

Für die finanzielle und begleitende Unterstützung bei der Herausgabe dieser Studie bedankt sich der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. bei:

Gefördert durch



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Für die Mitarbeit dankt der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. den Autorinnen und Autoren der 17 Einzelbeiträge in Teil III der Studie.

Der Dank gilt ebenso jenen 46 Reiseunternehmen, die sich an der Reiseveranstalter-Befragung beteiligt haben (Teil II, Kapitel 3).

Unser besonderer Dank geht an Dr. Peter Aderhold für seine hilfreichen Hinweise und Anregungen. Er war zusammen mit Armin Vielhaber Autor der 1981 erschienenen ersten Studie „Tourismus in Entwicklungsländer“ und Mitautor weiterer Folgestudien bis 2013.

ISBN 978-3-945969-79-3

© Copyright 2021 by

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.
Bahnhofstr. 8, 82229 Seefeld-Hechendorf, Deutschland
Tel. +49 8152 99901-0, Fax +49 8152 99901-66
E-Mail: info@studienkreis.org
Internet: www.studienkreis.org

Umschlagsgestaltung: Intermar Corporate
Herstellung: Franzis´print & media GmbH, München
Layout: Eva Hundhammer

Alle Rechte vorbehalten
Printed in Germany



Vorwort des Bundesministers für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung	VIII
Vorwort des Vorstandsvorsitzenden des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.	X
Zusammenfassung und ausgewählte Anregungen	XIII
Teil I Dimensionen und Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer	1
1 Dimensionen des internationalen Tourismus	2
1.1 Entwicklung und Struktur des internationalen Tourismus	3
1.2 Tourismus als Wirtschaftsfaktor	11
1.3 Entwicklung und wirtschaftl. Bedeutung des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern . .	16
1.4 Entwicklung der deutschen Touristenankünfte in Entwicklungs- und Schwellenländern	26
1.5 <i>Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte</i>	34
2 Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer	36
2.1 Ökonomische Wirkungen	37
2.2 Soziale Wirkungen	41
2.3 Ökologische Wirkungen	45
2.4 <i>Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte</i>	50
Teil II Der Deutsche Urlaubsreisemarkt für Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer vor der Corona-Pandemie.	51
1 Analyse von Volumen und Struktur der touristischen Nachfrage in Deutschland	51
1.1 Methodik und Darstellung der Untersuchungsergebnisse	51
1.2 Entwicklung von Volumen und Struktur des deutschen Urlaubsreisemarktes	54
1.2.1 Urlaubsreiseintensität	54
1.2.2 Inlands- und Auslands-Reisende	55
1.2.3 Reisende in Entwicklungs- und Schwellenländer nach Destinationen	57
1.3 Soziodemografische Struktur der Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden 2019	61
1.3.1 Allgemeine soziodemografische Merkmale	61
1.3.2 Merkmale der Lebenswelten (Sinus-Milieus)	63

1.3.3	Nationalität und Migrationshintergrund	66
1.4	Merkmale des allgemeinen Urlaubsreiseverhaltens der Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden 2019	67
1.4.1	Reiseregelmäßigkeit, Erfahrung mit und Interesse an Reisezielen	67
1.4.2	Allgemeine Urlaubsmotive	70
1.4.3	Erfahrung mit Urlaubsformen 2017-2019	72
1.4.4	Internetnutzung	74
1.5	Merkmale der Haupturlaubsreise 2019	75
1.6	Marktpotenziale für Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer	78
1.7	Urlaubsreise-Gesamterfahrung in Entwicklungs- und Schwellenländern nach bereisten Destinationen/Regionen	86
1.8	<i>Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte</i>	95
2	Meinungen, Ansprechbarkeiten und Erwartungen von Entwicklungsländer-Erfahrenen in Deutschland	96
2.1	Meinungen zu Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer	105
2.1.1	Meinungen von Entwicklungsländer-Erfahrenen und -Unerfahrenen	106
2.1.2	Meinungen von Urlaubern mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung 2016-2018	108
2.1.2.1	Meinungen nach ausgewählten soziodemografischen Merkmalen und Sinus-Milieus	111
2.1.2.2	Meinungen nach ausgewählten praktizierten Urlaubsformen	113
2.1.2.3	Meinungen nach bereisten Destinationen/Regionen	115
2.1.2.4	Meinungen nach Anzahl bisher bereister Destinationen/Regionen	118
2.1.3	<i>Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte</i>	122
2.2	Ansprechbarkeit auf das Kennenlernen von Land und Leuten und interkulturelle Begegnung bei Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer	123
2.2.1	Ansprechbarkeit von Entwicklungsländer-Erfahrenen und -Unerfahrenen	124
2.2.2	Ansprechbarkeit von Urlaubern mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung 2016-2018	126
2.2.2.1	Ansprechbarkeit nach ausgewählten soziodemografischen Merkmalen und Sinus-Milieus	129
2.2.2.2	Ansprechbarkeit nach ausgewählten praktizierten Urlaubsformen	133
2.2.2.3	Ansprechbarkeit nach bereisten Destinationen/Regionen	134
2.2.2.4	Ansprechbarkeit der Fernziel-Erfahrenen nach bereisten Regionen	136



2.2.2.5	Ansprechbarkeits-Typen in Bezug auf das Kennenlernen von Land und Leuten und die Begegnung mit Einheimischen	138
2.2.2.6	Ansprechbarkeit nach Anzahl bisher bereister Destinationen/Regionen	149
2.2.3	<i>Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte</i>	154
2.3	Erwartungen von Urlaubern an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung in Ländern des Globalen Südens	155
2.3.1	Erwartungen an Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort	156
2.3.2	Erwartungen nach ausgewählten soziodemografischen Merkmalen und Sinus-Milieus	157
2.3.3	Erwartungen nach ausgewählten praktizierten Urlaubsformen	160
2.3.3.1	Erwartungen nach bereisten Destinationen/Regionen	162
2.3.3.2	Erwartungs-Typen in Bezug auf Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort	165
2.3.4	<i>Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte</i>	173
2.4	Ansprechbarkeit auf eine nachhaltige Urlaubsgestaltung	174
2.4.1	Einstellung zur umweltverträglichen und sozialverträglichen Gestaltung von Urlaubsreisen – unabhängig vom Reiseziel.	175
2.4.2	Bedeutung von Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung zur Haupturlaubsreise 2019.	183
2.4.3	Nutzung nachhaltiger Verhaltensoptionen bei der Haupturlaubsreise 2019 bzw. bei zukünftigen Urlaubsreisen.	188
2.4.3.1	Nutzung nachhaltiger Verhaltensoptionen bei der Haupturlaubsreise 2019	189
2.4.3.2	Nutzung nachhaltiger Verhaltensoptionen bei zukünftigen Urlaubsreisen	194
2.4.4	<i>Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte</i>	203
3	Meinungen und Einschätzungen von Reiseveranstaltern in Deutschland	204
3.1	Hintergrund und Methodik der Befragung	204
3.2	Einschätzung der Entwicklung deutscher Urlauberzahlen in Entwicklungs- und Schwellenländern bis 2030	204
3.3	Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer	208
3.4	Beeinträchtigungen des Interesses der Deutschen an Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer bis 2030	210
3.5	Einschätzung der Bedeutung verschiedener Urlaubs- und Angebotsformen bei Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer bis 2030	212
3.6	Einschätzung der Bedeutung verschiedener Angebots- und Leistungsaspekte bei Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer bis 2030	214

3.7	Einschätzung der Entwicklung des Informations- und Buchungsverhaltens im Internet bei Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer bis 2030	216
3.8	Wichtigkeit und Einschätzung von Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung bei Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer	218
3.9	Festgestellte Veränderungen im Entwicklungsländer-Tourismus während der letzten fünf Jahre. .	223
3.10	Herausforderungen für die Tourismuswirtschaft im Bereich des Entwicklungsländer-Tourismus	225
3.11	Wichtigkeit von Förderinstrumenten für einen nachhaltigen Tourismus.	226
3.12	<i>Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte</i>	228
4	Perspektiven für den Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer im deutschen Urlaubsreisemarkt	230
4.1	Quantitative Perspektiven seit Beginn der Corona-Pandemie.	230
4.2	Generelle Einflussfaktoren auf die Nachfrage-Entwicklung für Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens	235
4.2.1	Demografische Faktoren im deutschen Entsendemarkt	235
4.2.2	Ökonomische und soziale Faktoren im deutschen Entsendemarkt.	236
4.2.3	Polit-ökonomische Faktoren in Destinationen des Globalen Südens	239
4.2.4	Globale ökologische Faktoren	242
4.2.5	Umwelt- und Gesundheitsfaktoren in Destinationen	243
4.2.6	Faktoren des individuellen Urlaubsreiseverhaltens.	243
4.2.7	Faktoren im Angebotsbereich.	245
4.2.8	Bewusstsein für unterschiedliche Wirkungen touristischer Entwicklung und für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus	249
Teil III	Ansätze von Kooperationspartnern für mehr Nachhaltigkeit im Entwicklungsländer-Tourismus	254
1	Entwicklungsbezogene Informations- und Bildungsarbeit im Tourismus Claudia Mitteneder – Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.	254
2	Nicht „auf Kurs“: Tourismus und die Ziele für nachhaltige Entwicklung Christina Kamp – freie Journalistin	260
3	Tourismus und Menschenrechte Jara Schreiber – Roundtable Human Rights in Tourism e.V	265



4	Kinderschutz als Teil menschenrechtlicher Sorgfaltspflicht – Das Engagement der Tourismusbranche gegen sexuelle Ausbeutung von Minderjährigen Josephine Hamann, Jana Schrempp – ECPAT Deutschland e.V.	270
5	Die tropische Urlaubsinsel Phu Quoc versinkt in Plastikmüll – WWF Projekt Phu Quoc, Vietnam Martina von Münchhausen, Dr. Stefan Ziegler – WWF Deutschland.....	274
6	Nachhaltiger Tourismus in Zentralasien am Beispiel von Kirgistan Dagmar Schreiber – freie Journalistin	278
7	LGBT+ Tourismus und Menschenrechte mit besonderem Augenmerk auf Länder des Globalen Südens. Ein Überblick Rika Jean-François – Messe Berlin.....	283
8	Mehr qualifizierte Beschäftigung im Tourismus und Gastgewerbe in Ruanda Nico Beunders (MA), Dr. Carmen Nibigira – GIZ International Services	292
9	Die Digitalisierung des Reisemarktes Antje Monshausen – Tourism Watch, Brot für die Welt, Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e.V.	300
10	Tourismus neu denken! Cornelia Kühhas – respect_NFI Naturfreunde Internationale	304
11	Gesucht: Ein kluger Neuanfang Klaus Betz – freier Journalist.	307
12	Nachhaltige Destinationsentwicklung als Gemeinschaftswerk Angela Giraldo – TourCert - Training & Beratung.....	311
13	Kommunikationsstrategien zur Förderung eines nachhaltigeren Tourismus Jon Andrea Florin – fairunterwegs.	315
14	Mehr Einkommen und Beschäftigung im ländlichen Raum (MIERA) Tourismus-Komponente Elizabeth Bailie – GIZ.	321
15	Tourismusförderung palästinensischer Gebiete Sebastian Plötzgen – GIZ.	324
16	Resilienz im Tourismus: Warum „zurück zum Normalzustand“ nicht wünschenswert ist Christina Kamp – freie Journalistin	331
17	Corona und Urlaubsreisen Prof. Dr. Martin Lohmann – Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) GmbH	334
	Verwendete Literatur (zu Teil I und II).....	340
	Zu den Autorinnen und Autoren	348



Copyright: Michael Gottschalk/photothek.net



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Vorwort

des Bundesministers für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung zur BMZ-finanzierten Studie „Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer“ des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

Jedes Jahr verbringen Millionen Deutsche ihren Urlaub in einem Entwicklungsland. Dabei leisten sie einen unverzichtbaren Beitrag zur lokalen Wertschöpfung. Wir leben heute in einer Welt, die mobiler ist denn je. Vor der COVID-19-Pandemie wurden weltweit mehr als 1,5 Milliarden internationale touristische Ankünfte pro Jahr verzeichnet. Der Tourismus ist global gesehen längst einer der bedeutendsten Wirtschaftszweige: Jeder zehnte Arbeitsplatz hängt am Tourismus. Die wirtschaftliche Bedeutung der Branche ist somit höher als beispielsweise die der Automobilindustrie.

Entwicklungs- und Schwellenländer nehmen dabei eine besondere Rolle ein: Zum einen wuchs der Sektor hier überproportional schnell und ist nicht selten die wichtigste Quelle für Deviseneinnahmen. Zum anderen kamen Reisende längst nicht mehr nur aus reichen Industrienationen – sowohl im internationalen als auch im Binnentourismus stieg die Zahl von Gästen aus wirtschaftlich weniger entwickelten Ländern zuletzt stark an.

Als größte Dienstleistungsbranche der Welt bietet der Tourismus große Chancen für kleinste und kleine Unternehmen, aber auch für Frauen, für gering Qualifizierte, für das Handwerk und die örtliche Landwirtschaft. Tourismus kann Einkommen aus dem Erhalt von Natur- und Kulturdenkmälern erwirtschaften und in wirtschaftlich und sozial schwachen Regionen Entwicklungsperspektiven eröffnen.

Die Klimakrise führt uns aber auch die Schattenseiten vor Augen: Der Tourismus ist für rund 8 Prozent der globalen Treibhausgase verantwortlich. Viele kleine Inselstaaten, darunter beliebte Urlaubsparadiese wie die Malediven, drohen infolge des ansteigenden Meeresspiegels wortwörtlich im Meer zu versinken. Es ist klar: Um ein starker Motor für nachhaltige Entwicklung zu bleiben, muss der Tourismus selbst nachhaltiger werden.



Mit der Agenda 2030 haben wir uns im Jahr 2015 als Weltgemeinschaft einen Zukunftsvertrag gegeben, den wir nur gemeinsam umsetzen können. Die 17 Nachhaltigen Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) weisen den Weg in die Zukunft. Sie setzen den Rahmen für die Arbeit des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) – auch im Tourismus. Das BMZ fördert Tourismusprojekte als Instrument für eine nachhaltige Entwicklung in unseren Partnerländern. Damit leisten wir einen Beitrag zur fairen Beschäftigung, zur nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung sowie zur verantwortungsvollen Nutzung natürlicher Ressourcen.

Kaum eine Branche ist global so vernetzt wie der Tourismus. Die Ziele für eine nachhaltige Entwicklung können wir deswegen nur gemeinsam erreichen. Deshalb legen wir den Fokus immer auf eine enge Zusammenarbeit mit der deutschen, europäischen und auch lokalen Tourismuswirtschaft.

Die globale COVID-19-Pandemie hat die Tourismusbranche in eine nie dagewesene Krise gestürzt. Viele Entwicklungs- und Schwellenländer wurden von den Folgen der Pandemie ungleich härter getroffen, gerade im Tourismussektor. Aus dieser Situation zu lernen und die richtigen Rückschlüsse für einen resilienten und nachhaltigen Tourismus der Zukunft zu ziehen, ist eine große Aufgabe. Je mehr wir wissen, je besser wir den Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern verstehen, desto besser können wir uns tatkräftig und mutig den Herausforderungen auf dem Weg in eine gute Zukunft stellen. Diese Studie mit ihren vielfältigen Erkenntnissen ist daher von großer Bedeutung und ich danke dem Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. und allen, die dazu beigetragen haben, sehr für ihre Arbeit.

Dr. Gerd Müller



Copyright: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

Vorwort

des Vorstandsvorsitzenden des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

Tourismus nach COVID-19: Zurück zum „Normalzustand“?

Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. forscht und arbeitet seit Jahrzehnten zum Thema Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seit seiner Gründung setzt er sich für eine nachhaltige, sozial- und umweltverantwortliche Tourismusentwicklung ein, die auch interkulturelle Begegnungen und interkulturelles Lernen fördert. In periodischen Abständen werden aktuelle Forschungsergebnisse zum deutschen Urlaubsreisemarkt für Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer publiziert. Die neueste Studie 2021 liegt nun vor und erscheint mitten in einer globalen Pandemie, die den Tourismus weltweit ins Mark getroffen hat. Vielleicht ist dies ein passender Moment, um etwas innezuhalten und sich zu fragen, an welchen Werten und Inhalten sich ein künftiger Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer orientieren soll. Die vorliegende Studie liefert dazu überraschende, erfreuliche, aber auch nachdenklich stimmende Erkenntnisse.

Die Zukunft des Tourismus soll nachhaltig sein – das ist seit 2017 die Losung der Welttourismusorganisation UNWTO. Die Studie zeigt, dass diesbezüglich nach wie vor deutlicher Handlungsbedarf besteht, nicht nur in den Ländern des Globalen Südens, sondern auch bei den Haltungen der Reisenden hierzulande und bei manchen Reiseanbietern. Von den Entwicklungszielen der UNO – bis 2030 sollen weltweit Konzepte eines nachhaltigen Tourismus umgesetzt sein – sind wir noch weit entfernt.

Die Klimakrise wird massive Auswirkungen auf den Tourismus haben. Klimaveränderungen und Naturkatastrophen können – ebenso wie politische Krisen – erhebliche Risiken für eine Destination bedeuten. Der beschleunigte Klimawandel stellt die Branche vor zusätzliche Herausforderungen, die Sensibilität in der öffentlichen Wahrnehmung etwa bezüglich Flugverkehr oder Kreuzfahrten steigt. Ein Teil der Tourismuswirtschaft hat ihre Hausaufgaben bei weitem noch nicht gemacht.

Ebenso bleibt zur Sozialverantwortlichkeit im Tourismus noch viel zu tun. Die wirtschaftliche Entwicklung begünstigt in den touristischen Empfängerländern des Globalen Südens längst nicht alle und schafft oft neue Abhängigkeiten. Hier ist es umso wichtiger, bei den Reisenden aus dem reichen Norden ein vermehrtes Bewusstsein dafür zu schaffen, dass sie mit ihrem Reiseverhalten eine Mitverantwortung an der Entwicklung tragen. Auch die unkontrollierten Auswirkungen von Overtourism werden mit dem Wiedereinsetzen des weltweiten Tourismus nach der Pandemie nicht einfach weg und vorbei sein.

Schließlich ist es auch mit den Menschenrechten im Tourismus mancherorts noch schlecht bestellt. Dass Menschenrechtsverletzungen in Entwicklungs- und Schwellenländern als Folge oder im Zusammenhang mit Tourismus



oder touristischen Aktivitäten auftreten können, ist längst anerkannt. Die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte von 2011 halten fest, dass Unternehmen nicht nur eine moralische, sondern auch eine völkerrechtliche Verantwortung tragen, die Menschenrechte zu schützen. Dies gilt selbstredend auch für die Reisebranche, und zwar entlang der ganzen Wertschöpfungs- und Dienstleistungskette. Neue Aspekte kommen dazu, wie der spezifische Schutz von LGBT+ Belangen, denn auch die Diskriminierung aufgrund von sexueller Orientierung und/oder Genderidentität verletzt Menschenrechte. Die Veranstalter stehen diesbezüglich in der Pflicht.

Speziell im Fokus des Studienkreis stehen die Themen Land und Leute sowie interkulturelle Begegnung. Die Studie liefert dazu neue Daten. So sind für mehr als zwei Drittel der Urlaubsreisenden mit Erfahrung in Ländern des Globalen Südens vertiefte Informationen zu Land und Leuten im Vorfeld der Reise wichtig, viele wünschen sich Begegnungen mit Einheimischen. Knapp drei Viertel erwarten von ihrer Reiseleitung/Urlaubsbetreuung eine objektive, glaubwürdige Information über Land und Leute und zwei Fünftel möchten bei einem sozialverantwortlichen Reiseunternehmen buchen, das im Urlaubsland Einfluss nimmt auf die Sicherstellung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten. Selbst Informationen zu anspruchsvollen Themen wie Menschenrechten, Geschlechterrollen, Umweltprobleme, Politik, Wirtschaft, Religion, Gesellschaft und Entwicklungsprobleme werden von einer Mehrheit als wichtig angesehen.

In dieser Situation scheint klar, dass es bei abnehmender oder überwundener Pandemie nicht einfach so weitergehen darf wie vorher. Zu offensichtlich sind die Defizite der bisherigen Tourismusentwicklung gegenüber den Zielen und Ansprüchen, die für eine nachhaltige, sozial- und umweltverantwortliche Entwicklung formuliert worden sind. „Building back better“ lautet die entsprechende Vorgabe der Vereinten Nationen. Die derzeitige Tourismuskrise ist eine Chance, die weitere Entwicklung des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer in eine nachhaltigere, umwelt- und sozialverträglichere sowie wirtschaftlich gerechtere Richtung zu lenken.

Nur ein nachhaltiger und sozialverantwortlicher Tourismus in Entwicklungsländer ist zukunftsfähig!

Die vorliegende Publikation ist eine Erweiterung und Neufassung der zuletzt im Jahr 2013 erschienenen Studie „Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer“, die – ebenso wie ihre Vorläufer – in der Fachöffentlichkeit von Politik, Tourismuswirtschaft, Medien, entwicklungsbezogener Informations- und Bildungsarbeit und Hochschulen auf breites Interesse stieß. Sie basiert auf aktuellen Forschungsdaten, die vor der Corona-Pandemie erhoben wurden. Der Schwerpunkt liegt auf der Analyse und der Darstellung der touristischen Nachfrage in Deutschland nach Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer. Ergänzend dazu wurden (vor Beginn der Corona-Pandemie) die Einschätzungen der Leitungsebene namhafter Reiseveranstalter in Deutschland erhoben. Es wird spannend sein zu sehen, wann und ob dieser Ausblick in die Zukunft Realität werden wird.

Die Studie soll dazu anregen, sich weiter und vertieft mit dem Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer auseinander zu setzen. Ihre Erkenntnisse wenden sich an alle, die im Entwicklungsländer-Tourismus Mitverantwortung tragen und zu einer nachhaltigeren, sozialverantwortlichen und umweltverträglichen Tourismusentwicklung beitragen sollen: Dies sind neben Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit – hier bei uns wie in den Urlaubsdestinationen – auch die Urlaubsreisenden selbst und ihre Gastgeber.

Wir danken dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung herzlich für die wertvolle Unterstützung unserer Projektarbeit.

Hans Ulrich Schudel



Zusammenfassung und ausgewählte Anregungen

Die 2021 vorgelegte Studie „Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer“ ist eine Fortschreibung der im Jahr 2013 erschienenen Vorgängeruntersuchung. Sie wendet sich an jene, die Beiträge zu mehr Nachhaltigkeit im Entwicklungsländer-Tourismus leisten wollen bzw. können – sei es durch Aufklärungs-, Informations- und Bildungsarbeit, durch Verbesserung der touristischen Angebote im deutschen Quellmarkt und in den Zielgebieten oder durch persönliches Reiseverhalten und Engagement.

Die nachfolgende Zusammenfassung konzentriert sich auf **ausgewählte repräsentative Forschungsdaten zum deutschen Urlaubsreisemarkt für Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer im Vorfeld der Corona-Pandemie**. Sie wurden maßgeblich gewonnen durch Nutzung diverser Exklusivfragen des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. im Rahmen verschiedener Reiseanalysen der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.) mit jeweils ca. 7.500 face-to-face-Interviews. Die Daten vermitteln ein Bild von Entwicklung und Struktur des Marktsegments der Urlauberinnen und Urlauber, die Länder des Globalen Südens bereisen oder sich dafür interessieren. **Sie zeigen, wie dieses Segment bis Januar 2020 „getickt“ hat.**

Außerdem werden Ergebnisse einer im Herbst/Winter 2019 (vor Einsetzen der Corona-Pandemie) vom Studienkreis durchgeführten **Befragung der Leitungsebene von 46 Reiseveranstaltern in Deutschland** berücksichtigt – sowie im Erstellungszeitraum der Studie verfügbare statistische **Eckdaten der UNWTO zum internationalen Tourismus**.

Die Zusammenfassung ausgewählter Ergebnisse wird ergänzt durch **ausgewählte Anregungen**.

Der Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer hat weiter zugenommen. Seit 2010 stagniert jedoch sein prozentualer Anteil an den weltweiten Touristenankünften.

- Der internationale Tourismus erlebte seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts im Hinblick auf sein Volumen und seine sozio-ökonomische Bedeutung ein rasantes Wachstum. Während 1950 die Zahl der internationalen Touristenankünfte lediglich 25 Mio. betrug, stieg sie bis 1975 etwa auf das Zehnfache an, um 2011 die magische Marke von 1,0 Mrd. zu erreichen. 2019 – zwei Jahre vor den Prognosen der UNWTO – lag die Zahl der Touristenankünfte bei 1,5 Mrd. Die Tourismusbranche wurde damit weltweit zu einer der am schnellsten wachsenden Wirtschaftszweige.
- Der Anteil der Entwicklungs- und Schwellenländer an den internationalen Touristenankünften stieg zwischen 1995 und 2010 von 26% auf 38%. Seit 2010 konnten die Entwicklungs- und Schwellenländer ihren Marktanteil jedoch nicht, in dem Maße wie von der UNWTO prognostiziert, weiter steigern. Er stagnierte in den folgenden Jahren und lag im Jahr 2018 bei 39%.
- Bis in die sechziger Jahre fand Tourismus im Wesentlichen innerhalb Europas und in Nordamerika statt, erst danach entwickelte sich ein zunehmender Tourismus zwischen den Kontinenten. Seither wurden auch Entwicklungs- und Schwellenländer als Reiseziele für Urlauber aus westlichen Industrieländern immer interessanter. Im Zeitraum von 1995 bis 2018 konnten die Länder des Globalen Südens ihre internationalen Touristenankünfte mehr als vervierfachen. China, die Türkei, Thailand oder Mexiko gehören seit mehreren Jahren zu den „Top 10“-Ländern mit der höchsten Zahl von Touristenankünften.
- Schließlich nehmen Entwicklungs- und Schwellenländer seit der Jahrtausendwende zunehmend auch als neue Entsendemärkte strukturbildend am internationalen Tourismus teil. Diese Wachstumsdynamik verstärkte sich ab 2010. 2013 überstieg die Zahl von Auslandsreisen aus den Entwicklungs- und Schwellenländern (Entsendemärkte) erstmals die Zahl der internationalen Touristenankünfte in dieser Ländergruppe (Empfängermärkte).
- Aufgrund von Reisebeschränkungen im Zuge der Corona-Pandemie verzeichneten die internationalen Touristenankünfte im Jahr 2020 und in der ersten Hälfte des Jahres 2021 beispiellose Rückgänge. Bei Redaktionsschluss lagen noch keine detaillierten Zahlen für den internationalen Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer im Jahr 2020 vor. Der unregelmäßige Verlauf der Corona-Pandemie stellt den Tourismus weltweit und insbesondere in Ländern des Globalen Südens vor die bisher größte Herausforderung. Das UNWTO World Tourism Barometer geht nicht von einer Rückkehr des Tourismus zum Vor-Corona-Niveau vor 2023 aus.

Mehr als die Hälfte der deutschsprachigen Wohnbevölkerung verfügt bereits über Urlaubsreise-Erfahrung in Ländern des Globalen Südens.

- Anfang 2019 hatte mehr als die Hälfte (52%; 36,5 Mio.) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung (ab 14 Jahre) einmal oder mehrfach Urlaub in Entwicklungs- oder Schwellenländern gemacht. Die meisten hatten das Schwellenland Türkei bereist (22,7 Mio.; 62%), in nordafrikanischen Ländern waren bereits 16,2 Mio. – darunter 10,0 Mio. in Ägypten. Unter den diversen Fernziel-Regionen des Globalen Südens wurde die Karibik am häufigsten besucht (6,1 Mio.), gefolgt von Südostasien (4,7 Mio.).
- Von den Entwicklungsländer-Erfahrenen zeigten drei Fünftel (62%; 22,8 Mio.) Interesse, auch im Zeitraum 2019-2021 Länder des Globalen Südens zu bereisen. Von jenen 34 Mio., die noch nie Urlaub in solchen Ländern gemacht hatten, planten 8,5 Mio. (25%) dies in den kommenden drei Jahren (2019-2021) ziemlich sicher zu tun oder konnten es sich generell vorstellen.

Im Vor-Corona-Jahr 2019 besuchte fast jeder vierte Auslandsurlauber ein Entwicklungs- oder Schwellenland. Am häufigsten wurden islamisch geprägte Reiseziele im außereuropäischen Mittelmeerraum bereist.

- 2019 hatten – laut Reiseanalyse – 9,9 Mio. oder 14% der deutschsprachigen Wohnbevölkerung bei ihrer Haupturlaubsreise (Mindestdauer 5 Tage) ein Entwicklungs- oder Schwellenland besucht (2018 waren es 8,9 Mio.). Knapp drei Fünftel (5,7 Mio.) hielten sich dabei in außereuropäischen islamisch geprägten Ländern des Mittelmeerraums auf. Hiervon entfielen 4,0 Mio. auf das Schwellenland Türkei; weitere 1,7 Mio. bereisten Urlaubsziele in Nordafrika (Ägypten, Tunesien, Marokko). 0,7 Mio. waren in Nah-/Mittelost bzw. in Russland/ehem. GUS-Staaten. 3,6 Mio. besuchten fernegelegene Destinationen in Asien, Lateinamerika/Karibik oder Afrika südlich der Sahara.
- Im deutschen Quellmarkt hatte der Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer im Jahr 2019 auf Basis der Haupturlaubsreise einen Marktanteil von 18% (2018: 16%). Von allen Auslandsurlaubern reiste fast jeder Vierte in ein sogenanntes Land des Globalen Südens.
- Die Zahl der Entwicklungsländer-Urlauber:innen aus Deutschland bewegt sich seit 2012 auf einem ziemlich stabilen Niveau von jährlich ca. 9 Mio. bis 10 Mio. Der Rückgang 2016 auf 8,2 Mio. war maßgeblich verursacht durch den drastischen Einbruch der Zahl von Türkei-Reisenden aufgrund von skeptischen Einschätzungen der Gewährleistung persönlicher Sicherheit im Urlaub sowie negativen politischen Rahmenbedingungen.

Beim Urlaubmachen in Ländern des Globalen Südens dominierten auch 2019 Pauschalreisen und Badeurlaub/Strandurlaub. Die Erfahrung mit All-Inclusive-Reisen war beachtlich – ebenso die Internet-Nutzung zur Reiseinformation und Reisebuchung.

- Auch 2019 war die Haupturlaubsreise in Entwicklungs- und Schwellenländer überwiegend eine Pauschalreise (71%). 72% bezeichneten ihre Reise als Badeurlaub/Strandurlaub. Für fast alle (95%) war das Flugzeug das Hauptverkehrsmittel.
- Die meisten Länder dürften mehrheitlich zum ersten Mal besucht worden sein. Selbst bei einer vergleichsweise näher gelegenen Destination wie Ägypten lag der Erstbesucheranteil bei 53%. Dagegen waren Türkei-Reisende mehrheitlich „Wiederholer“ (74%).
- Entwicklungsländer-Reisende verfügten über eine beachtliche aktuelle Erfahrung mit All-Inclusive-Reisen während der letzten drei Jahre, unabhängig vom Reiseziel (61%).
- Im Zusammenhang mit der Urlaubsreise 2019 nutzten knapp drei Fünftel (78%) zur Informationsbeschaffung das Internet – 45% nutzten es zur Buchung von Urlaubsreisen bzw. Teil-Leistungen.
- Im Durchschnitt wurde für die Urlaubsreise in den Globalen Süden pro Person 1.586 Euro für Fahrt, Unterkunft, Verpflegung und Nebenkosten ausgegeben. Bei Fernziel-Reisenden waren es 2.429 Euro. Die durchschnittliche Reisedauer betrug 16,2 Tage (bei Fernziel-Reisenden 18,6 Tage).



Fernziel-Reisende waren formal höher gebildet und häufiger an Welterfahrung, Erlebnis, Natur und Bildung interessiert.

- Im Jahr 2019 rekrutierten sich im deutschen Urlaubsreisemarkt Türkei-Reisende ohne türkischen Migrationshintergrund sowie Nordafrika-Reisende am stärksten aus der Mittel- bzw. oberen Mittelschicht – bei den Fernziel-Reisenden waren es Angehörige der beiden obersten (von insgesamt sieben) sozialen Schichten. Fernziel-Reisende zeigten häufiger einen höheren Grad formaler Bildung, verfügten häufiger über ein Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro oder mehr. Sie gehörten mit 21% überdurchschnittlich häufig dem Sinus-Milieu der „Performer“ an (Bevölkerung 8%), zu deren generellen Merkmalen u.a. ein ausgeprägtes global-ökonomisches Denken zählt sowie eine sehr hohe Urlaubsreiseintensität.
- Bei der Art der Urlaubsreise 2019 stand zwar auch bei Fernziel-Reisenden der Badeurlaub/Strandurlaub im Vordergrund – wenngleich deutlich weniger als bei Türkei- und Nordafrika-Reisenden. Fernziel-Reisende bezeichneten ihre Reise vergleichsweise häufiger auch als Erlebnis-/Entdeckungsreise, Natururlaub, Rundreise, Sightseeing-Urlaub, Kulturreise oder Aktivurlaub.
- Wenn es um Urlaubsreisen allgemein geht, spielten bei Fernziel-Reisenden Welterfahrungs-, Erlebnis- und Bildungsmotive eine größere Rolle als bei Türkei- und Nordafrika-Urlauber:innen.

Im Vorfeld der Corona-Pandemie erwarteten Reiseveranstalter im deutschen Urlaubsreisemarkt bis 2030 eher geringe Zunahmen bei der Zahl von Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden – Ereignisse in Zielgebieten wurden als Gründe für mögliche Beeinträchtigungen des Urlauber-Interesses gesehen.

- Die vom Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. im Herbst/Winter 2019 befragten 46 Reiseveranstalter in Deutschland erwarteten bis zum Jahr 2030 für die Mehrzahl der Destinationen eher geringe bis sehr geringe Zunahmen. Den deutlichsten Zuwachs sahen die Veranstalter für Georgien. Bei den volumenstarken Zielmärkten im Mittelmeerraum wird für Marokko die positivste Entwicklung gesehen. Ägypten und Tunesien weisen auf eine Stagnation bzw. geringen Zuwachs hin, während für die Türkei ein leichter Rückgang erwartet wird. Unter den Fernzieldestinationen geht man bei China von einer Stagnation aus.
- Aus Sicht der Reiseveranstalter wurden vor allem Natur- und Umweltkatastrophen, terroristische Anschläge, Krankheiten und Seuchen, politische Umbrüche und gewalttätige Auseinandersetzungen in Zielgebieten als Ursachen angesehen für mögliche „starke“ Beeinträchtigungen des Interesses bis 2030 Destinationen des Globalen Südens zu bereisen. Mehrheitlich wurden „geringe“/„mittlere“ Beeinträchtigungen erwartet, vor allem wegen steigender Flugkosten und des Bewusstseins der Urlauberinnen und Urlauber für die Klimabelastung durch Flugreisen, wegen zunehmender Landschaftsverbauung und Umweltbelastungen, wegen touristischer Überlastung durch hohe Besucherzahlen in Zielgebieten – aber auch wegen dortiger Menschenrechtsverletzungen und Widerstand der Einheimischen gegen den Tourismus.

Bei Urlauberinnen und Urlaubern sowie bei Reiseveranstaltern ist ein Bewusstsein für unterschiedliche Wirkungen des Tourismus in Länder des Globalen Südens vorhanden.

- Eine große Mehrheit der 16,6 Mio. **Urlauberinnen und Urlauber mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung** im Zeitraum 2016-2018 sieht im Januar 2019 die tourismusbedingte Schaffung guter Arbeitsplätze für die Einheimischen dieser Länder (73%) sowie die Erbringung dringend benötigter Devisen (67%).
- Gut zwei Fünftel sehen durch den Tourismus einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung, eine langfristige Erhöhung der wirtschaftlichen und politischen Stabilität der Länder sowie die Förderung des Erhalts von Kulturdenkmälern. Man geht ferner davon aus, dass der Tourismus das Verständnis für die Probleme der Länder fördert und Urlaubern ermöglicht, sich zu Hause differenzierter über Land und Leute zu äußern.

- Ein Drittel teilt die Meinung, dass der Urlaubstourismus in den Ländern des Globalen Südens den Einheimischen die Möglichkeit gibt, Urlauber:innen über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren. 17% sehen bei Urlauber:innen eine Förderung des Verständnisses für Flüchtlinge und Asylbewerber:innen in Deutschland.
- Gleichzeitig sieht ein gutes Drittel der aktuell Entwicklungsländer-Erfahrenen, dass der Urlaubstourismus die natürliche Umwelt in den Zielländern belastet oder zerstört.
- Ein Viertel bis fast ein Drittel vertritt die Auffassung, dass Deviseneinnahmen auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen beitragen, vor allem wohlhabende Einheimische profitieren, Neid gegenüber den Tourist:innen entsteht, der Tourismus auch zu Prostitution von Frauen und Kindern führt sowie zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Tourist:innen und dass die ortsansässige Bevölkerung zu wenig Möglichkeiten hat, an Entscheidungen über die touristische Entwicklung mitzuwirken.
- Entwicklungsländer-Reisende mit Studienreise-Erfahrung zeigen im Vergleich zu All-Inclusive-Erfahrenen und Kreuzfahrt-Erfahrenen eine deutlich höhere Zustimmung zu fast allen abgefragten positiven und negativen Wirkungsaspekten des Tourismus.
- **Reiseveranstalter** sehen im Herbst/Winter 2019 überwiegend und deutlich mehrheitlich **positive Wirkungen** des Tourismus – nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht (z.B. Stärkung der Wirtschaft, Deviseneinnahmen, Verbesserung der allgemeinen Infrastruktur, Zugang zu menschenwürdigen Arbeitsmöglichkeiten, Armutsbekämpfung), sondern auch hinsichtlich der Förderung des interkulturellen Verständnisses bei Reisenden und Einheimischen, der Chance für Einheimische, Urlauber:innen über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren, der Förderung des Verständnisses der Reisenden für die Probleme dieser Länder und der Möglichkeiten, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern.
- Es werden aber auch **negative Wirkungen** gesehen – mehrheitlich bei der tourismusbedingten Schaffung neuer regionaler Ungleichheiten in den Zielländern.
- Zwei Fünftel der Reiseveranstalter sind der Auffassung, dass Deviseneinnahmen aus dem Tourismus auch zur Stabilisierung von Unrechtsregimen beitragen, und dass der ortsansässigen Bevölkerung zu wenig Möglichkeiten geboten werden, an Entscheidungen über touristische Entwicklungen mitzuwirken.
- Ein Drittel sieht tourismusbedingte Prostitution von Frauen und Ausbeutung von Kindern.
- Ein knappes Drittel teilt die Meinung, dass der Urlaubstourismus in den Ländern des Globalen Südens die natürliche Umwelt belastet oder zerstört und dazu beiträgt, dass die Kluft zwischen Arm und Reich zunimmt.

Urlauberinnen und Urlauber mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung zeigen eine beachtliche Ansprechbarkeit für das Kennenlernen von Land und Leuten und für interkulturelle Begegnung im Urlaub, ebenso für die Buchung ihrer Reise bei einem sozialverantwortlichen Reiseunternehmen.

- Für mehr als zwei Drittel bzw. gut die Hälfte der Urlauberinnen und Urlauber mit aktueller Reiseerfahrung in Ländern des Globalen Südens sind vor Antritt einer solchen Reise sehr gute Vorinformationen über Land und Leute wichtig bzw. während der Reise entsprechende Informationen seitens der Reiseleitung bei Ausflügen.
- Knapp die Hälfte möchte während des Urlaubsaufenthalts viel über die soziale und politische Situation im Land erfahren und vertritt die Auffassung, dass man Land und Leute ohnehin nur richtig kennenlernen kann, wenn man die Möglichkeit hat, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen. Ebenso viele möchten sich mit ihnen im Urlaub sehr gerne über Land und Leute unterhalten.
- Zwei Fünftel möchten Einheimische sehr gerne in ihrem Alltag abseits der touristischen Zentren erleben. Knapp ein Drittel interessiert sich für Begegnungen mit Einheimischen auf Basis eines ähnlichen Berufs oder Hobbies.
- Ein gutes Drittel will das Land vor allem auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben.



- Zwei Fünftel möchten bei einem Reiseunternehmen buchen, das im Urlaubsland nachweislich Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten.
- Ein gutes Viertel würde sehr gerne einmal ein Entwicklungsprojekt besuchen, das aus Deutschland unterstützt wird.
- Unter Entwicklungsländer-Reisenden mit All-Inclusive-Erfahrung haben drei Fünftel Interesse an Land-und-Leute-Informationen vor und während der Reise, zwei Fünftel interessieren sich für Informationen zu den Lebensbedingungen und zur sozialen/politischen Situation im Land sowie für Begegnungen mit Einheimischen. Bei Studienreise-Erfahrenen ist das Informations- und Begegnungsinteresse durchweg signifikant größer.

Es zeigen sich klare Marktsegmente mit Ansprechbarkeits-Typen in Bezug auf das Interesse an interkultureller Begegnung und an Information(-svermittlung) über Land und Leute.

- Anfang 2019 finden sich unter jenen 16,6 Mio. Urlauberinnen und Urlaubern, die 2016-2018 Entwicklungs- und Schwellenländer bereist haben, drei Ansprechbarkeits-Typen, die interessiert sind an interkultureller Begegnung und an Informationen zum Kennenlernen von Land und Leuten:
 - ◇ **Begegnungs-interessierter, organisiert reisender Urlauber** mit großem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute sowie an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land (Anteil: 16%; 2,6 Mio.)
 - ◇ **Stark Begegnungs-interessierter, „Auf eigene Faust“-reisender Urlauber** mit vergleichsweise eingeschränktem Interesse an Vorinformationen über Land und Leute – und sehr geringem Interesse an Reiseleiter-Informationen (Anteil: 22%; 3,5 Mio.)
 - ◇ **Extrem Begegnungs-interessierter Urlauber** mit großem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute und sehr großem Interesse an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land (Anteil: 14%; 2,1 Mio.)
- Daneben gibt es einen weiteren Typ mit eingeschränkter Ansprechbarkeit:
 - ◇ **Begegnungs-unentschiedener/distanzierter Urlauber** mit deutlichem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute – und begrenztem Interesse an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land (Anteil: 15%; 2,4 Mio.)
- Ein fünfter Ansprechbarkeits-Typ will mehrheitlich einfach nur Urlaub machen, faulenzen und seine Ruhe haben:
 - ◇ **Begegnungs-desinteressierter Urlauber** mit begrenztem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute – und klarem Desinteresse an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land (Anteil: 32%; 5,1 Mio.).
- Die fünf Typen lassen sich zusätzlich u.a. durch ihre soziodemografischen und Reiseverhaltensmerkmale beschreiben.

Zunehmende Urlaubsreiseerfahrung in Ländern des Globalen Südens dürfte sich sowohl auf die persönliche Einschätzung der Wirkungen des Tourismus auswirken als auch auf das Interesse an Land und Leuten.

- Mit zunehmender Zahl bisher bereister Länder/Regionen des Globalen Südens werden positive und negative Wirkungen des Tourismus tendenziell häufiger gesehen – gleichzeitig nimmt das Interesse an Land-und-Leute-Informationen und an Begegnungen mit Einheimischen tendenziell zu. Andererseits sinkt das Interesse, einfach nur Urlaub zu machen, zu faulenzen und seine Ruhe zu haben.

- Im Rahmen von persönlichen Interviews mit 4.005 aktuell Entwicklungsländer-erfahrenen Urlauberinnen und Urlaubern war es nicht möglich, neben der Zahl bisher bereister Länder/Regionen des Globalen Südens noch weitere destinationsbezogene Reiseerfahrungsmerkmale zu ermitteln (wie z.B. die Häufigkeit, mit der die Urlaubsländer besucht wurden, die Zeit, die man dort verbracht hat, der Stellenwert zugrunde liegender Urlaubsmotive und -erwartungen, praktizierter Urlaubsformen und Urlaubsaktivitäten). Deshalb können die festgestellten Veränderungen von Meinungen und Interessen zunächst nur mit gebotener Vorsicht als eine eigenständige Funktion zunehmender Reiseerfahrung angesehen werden. Es zeigte sich jedoch, dass auch in den einzelnen Bildungsgruppen mit zunehmender Zahl bisher bereister Länder/Regionen des Globalen Südens z.B. tendenziell die Auffassung zunimmt,
 - ◊ dass der Urlaubstourismus in den Ländern des Globalen Südens die dortige Umwelt belastet,
 - ◊ dass er bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder fördert,
 - ◊ dass man ein Entwicklungs- oder Schwellenland nur richtig kennenlernen kann, wenn man die Möglichkeit hat, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen,
 - ◊ und dass das Interesse an Reiseleiter-Informationen über Land und Leute steigt.

Urlauberinnen und Urlauber sowie Reiseveranstalter haben hohe Erwartungen an die Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort – auch an die Vermittlung von Alltagsrealitäten des Gastlandes.

- Die Erwartungen von **aktuell Entwicklungsländer-erfahrenen Reisenden** sind nicht nur in sehr hohem Maße auf wesentliche Serviceleistungen wie Problemlösungs-, Organisations- und persönliche Betreuungskompetenz der Reiseleitung gerichtet. 84% erwarten auch eine objektive, glaubwürdige Information über Land und Leute; 75% eine kreative und lebendige Informationsvermittlung und 72% eine einfühlsame Vermittlung der Alltagsrealität des Gastlandes.
- Es besteht ein großes Interesse an Informationen über angemessenes Verhalten im Gastland und über die Geschichte des Landes. Durchweg mehrheitlich werden Informationen zu anspruchsvollen Themen wie Menschenrechte, Rolle der Frau, Umweltprobleme, Politik, Wirtschaft, Religion, Gesellschaft und Entwicklungsprobleme als besonders wichtig oder wichtig angesehen.
- Auch die Hälfte der Entwicklungsländer-Reisenden mit All-Inclusive-Erfahrung hat Erwartungen an die Vermittlung gesellschaftspolitischer Themen. Bei Studienreise-Erfahrenen sind die Erwartungen signifikant größer.

Es zeigen sich drei Erwartungs-Typen an die Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort

- ◊ **Urlauber mit geringen Erwartungen bezüglich Land- und Leute-Informationen** bei vergleichsweise höheren Serviceerwartungen (Anteil: 27%; 3,7 Mio.)
- ◊ **Urlauber mit mittelhohen Erwartungen bezüglich Land- und Leute-Informationen** bei gleichzeitig hoher Serviceerwartung (Anteil: 63%; 8,8 Mio.)
- ◊ **Urlauber mit sehr hohen Erwartungen bezüglich Land- und Leute-Informationen** sowie an Service (Anteil: 10%; 1,4 Mio.)
- Die drei Erwartungs-Typen lassen sich zusätzlich u.a. durch ihre soziodemografischen und Reiseverhaltensmerkmale beschreiben.
- Auch die befragten **Reiseveranstalter** in Deutschland haben eine hohe Erwartung an die Reiseleitung/Urlaubsbetreuung in den von ihren Gästen bereisten Urlaubsländern des Globalen Südens. Sie ist durchweg höher als bei Urlauberinnen und Urlaubern. Dies gilt nicht nur für Serviceleistungen wie Problemlösungs-, Organisations- und Betreuungskompetenz sowie Qualität und Art der Informationsvermittlung, sondern auch für die Fähigkeit der Reiseleitung, den Urlauber:innen gesellschaftspolitische Themen/Informationen zu Land und Leuten zu vermitteln (wie etwa Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme etc.). Drei Viertel der Reiseveranstalter erachten dies für „besonders wichtig“ oder „wichtig“.



- Die **Reiseveranstalter** sprechen einer **deutschen Reiseleitung sowie einer deutschsprachenden einheimischen Reiseleitung** mehrheitlich oder knapp mehrheitlich **gleichermaßen** die Problemlösungs-, Organisations- und Betreuungskompetenz zu sowie eine Informationsvermittlung in kreativer, lebendiger Form – ebenso die Fähigkeit, über touristische Attraktionen und über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes zu informieren.
- Einer **deutschsprachenden einheimischen Reiseleitung** traut man eher die Vermittlung gesellschaftspolitischer Themen zu Land und Leuten zu sowie eine einfühlsame Vermittlung von Alltagsrealitäten.
- Einer **deutschen Reiseleitung** wird eher die Fähigkeit zugesprochen, auf Aspekte der Nachhaltigkeit einzugehen.

Entwicklungsländer-Reisende 2019 zeigen vor Beginn der Corona-Pandemie Ansprechbarkeiten auf umwelt- und sozialverantwortliches Reisen. Zwischen Ansprechbarkeit und Verhalten klafft eine deutliche Lücke.

- Im Januar 2020 sind 34% jener 9,9 Mio. Urlauberinnen und Urlauber, die 2019 bei ihrer Haupturlaubsreise ein Land des Globalen Südens bereist hatten, der Meinung, dass ihr Urlaub unabhängig von einem konkreten Reiseziel **möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich** sein soll. Deutlich mehr (52%) wollen ihre Urlaubsreisen **möglichst sozialverträglich** gestalten (d.h. faire Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einheimischen Bevölkerung berücksichtigen). 40% bzw. 35% sind unentschlossen, 25% bzw. 12% zeigen Ablehnung.
- Entwicklungsländer-Reisende 2017-2019 mit Studienreise-Erfahrung sprechen sich in signifikant höherem Maße für eine nachhaltige (ökologisch verträgliche bzw. sozialverträgliche) Gestaltung ihrer Urlaubsreisen aus als All-Inclusive-Reisende und Kreuzfahrt-Reisende.
- Im Gegensatz zur Ansprechbarkeit für eine ökologisch verträgliche und sozialverträgliche Gestaltung der eigenen Urlaubsreise steht jedoch das tatsächliche Verhalten. Bei den Entwicklungsländer-Reisenden 2019 hatte z.B. für die große Mehrheit (65%) das Thema Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung keine Bedeutung. Nur 3% hatten bei der Urlaubsunterkunft oder beim Reiseveranstalter ein besonderes Umweltzeichen oder eine besondere Nachhaltigkeitskennzeichnung wahrgenommen. Eine CO₂-Kompensationszahlung für An- und Abreise oder Aufenthalt tätigten lediglich 2%.
- Bei zukünftigen Urlaubsreisen wollen 69% jener, die 2019 Urlaub in Ländern des Globalen Südens gemacht hatten, mindestens eine der abgefragten nachhaltigen Verhaltensoptionen nutzen. Die zukünftige Nutzungsbereitschaft einzelner Optionen liegt im Vergleich zur bisherigen überwiegend leicht über +5 Prozentpunkte. Einzige Ausnahme: 14% hatten bei ihrer Reise überfüllte Orte gemieden, zukünftig wollen dies 25% tun. Bei den Fernziel-Reisenden steigt dieser Wert von 18% auf 31%. Die bisher sehr geringe Bereitschaft zur Zahlung einer CO₂-Kompensation verbessert sich durchweg nur marginal.
- Die größten positiven Differenzen zwischen tatsächlichem und zukünftig beabsichtigtem Verhalten ergeben sich bei jenen Entwicklungsländer-Reisenden 2019, die eine generell positive Einstellung zur ökologisch verträglichen und sozialverträglichen Gestaltung ihrer Urlaubreise haben. Sie liegen überwiegend auf dem +10 Prozentpunkte-Niveau und betreffen Aspekte aus den Bereichen **Reisevorbereitung** (Einholung von Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote, Wahl eines Reiseanbieters, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat und Einbeziehung des CO₂-Ausstoßes der Reise in die Reiseentscheidung), **Reisezielwahl** (überfüllte Orte meiden, Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat), **An- und Abreise** (klimafreundlich) und **Unterkunftswahl** (mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen).
- Bei Entwicklungsländer-Reisenden mit einer generell indifferenten oder generell negativen Einstellung zur ökologisch verträglichen und sozialverträglichen Gestaltung ihrer Urlaubreise zeigen sich zwischen ihrem tatsächlichen und zukünftig beabsichtigten Verhalten kaum signifikante Veränderungen.

Reiseveranstalter haben in den vergangenen fünf Jahren im Entwicklungsländer-Tourismus Veränderungen wahrgenommen.

- Knapp drei Fünftel sahen **Verbesserungen im wirtschaftlichen Bereich**: bei der Qualität der touristischen Infrastruktur, der Qualifizierung des einheimischen Personals sowie bei der Wertschöpfung einheimischer Leistungsträger.
- Die Hälfte bis gut drei Fünftel sahen Verbesserungen **bei der Nachhaltigkeit**: etwa beim Bewusstsein der deutschen und einheimischen Reisebranche in Bezug auf die Notwendigkeit einer nachhaltigen Tourismusentwicklung, bei der Erweiterung nachhaltiger Reiseangebote seitens deutscher Reiseveranstalter und seitens der Empfängerländer, beim Schutz der biologischen Vielfalt, bei der Beachtung von Umweltstandards in den Zielgebieten, bei der Vermeidung von Plastikmüll. Knapp die Hälfte sah eine Zunahme der Besucherlenkung in überlasteten oder sensiblen Regionen/Orten.
- Knapp zwei Drittel hatten Verbesserungen **bei sozialen und interkulturellen Aspekten** wahrgenommen – etwa bei der Bekämpfung der Ausbeutung von Kindern durch Prostitution. Aus Sicht von ca. drei Fünftel der Reiseveranstalter ergaben sich in den Destinationen Verbesserungen bei der Schaffung von fairen Arbeitsbedingungen für die im Tourismus Beschäftigten sowie beim Einsatz qualifizierter Reiseleiter:innen, die den Urlauber:innen interkulturelles Lernen ermöglichen – ebenso bei Urlaubsangeboten zum besseren Kennenlernen der Alltagskultur, Religion und des sozialen Lebens in den Ländern des Globalen Südens.
- Knapp zwei Fünftel sahen Verbesserungen bei der Partizipation der einheimischen Bevölkerung, bei der Gestaltung von Tourismusentwicklung und beim respektvollen, angepassten Verhalten der Urlauber:innen im Gastland.
- Durchschnittlich hatten 15% der Reiseveranstalter **Verschlechterungen** wahrgenommen – am häufigsten u.a. bei der Vermeidung von Plastikmüll, beim Schutz der biologischen Vielfalt, der Beachtung von Umweltstandards in Zielgebieten sowie bei der Qualifizierung, Ausbildung des einheimischen Personals und dem Einsatz qualifizierter Reiseleiter:innen, die den Reisenden interkulturelles Lernen ermöglichen.

Vor Beginn der Corona-Pandemie erwarten Reiseveranstalter in den nächsten zehn Jahren Bedeutungszunahmen bei Urlaubs- und Angebotsformen sowie Leistungsaspekten.

- Im Rahmen der **Reiseorganisation** erwarten drei Fünftel der Reiseveranstalter eine Bedeutungszunahme beim individualisierten Pauschalurlaub und bei der Nutzung von Bausteinangeboten (Dynamic Packaging).
- Knapp die Hälfte bzw. zwei Fünftel sehen Zunahmen bei selbstorganisierten Reisen (z.B. direkt bei Anbietern in den Destinationen sowie bei Self-Packaging (z.B. bei Low-Cost-Airlines).
- Von einem guten Viertel wird eine Bedeutungszunahme der Vollpauschalreise erwartet – ein Fünftel rechnet mit einer Abnahme.
- Drei Viertel der befragten Reiseveranstalter sehen bei der **Urlaubsunterkunft** Bedeutungszunahmen von kleineren/mittelgroßen, komfortablen/luxuriösen Hotels mit landestypischer Atmosphäre – drei Fünftel sehen dies auch bei kleinen und mittelgroßen einfachen landestypischen Hotels. Bei großen Hotels mit internationalem Standard sieht dies nur ein Viertel – ein Drittel geht hier von einer Abnahme aus. Knapp zwei Fünftel erwarten Zunahmen bei erlebnisorientierten Unterkunftsangeboten, ebenso viele sehen dies bei Ferienwohnungen.
- Mehr als drei Fünftel der Reiseveranstalter sehen bei den **Urlaubsformen** bis 2030 eine Bedeutungszunahme von Natururlaub, Studien-/Kulturreise und Wanderreise. Gut die Hälfte erwartet Zunahmen bei Abenteuerreisen, bei der Kombination von Bade- und Studien-/Kulturreisen sowie bei Kreuzfahrten. Ca. zwei Fünftel sehen Zunahmen beim Wellnessurlaub und bei Städtereisen.
- Fast zwei Fünftel gehen von einer Bedeutungszunahme der All-Inclusive-Reise aus. Für Strand-/Bade-/Sonnenurlaub und Cluburlaub sieht dies ein Drittel bzw. ein Viertel – ca. zwei Fünftel erwarten hier eine abnehmende Bedeutung.



- Im Bereich von **Angebotsformen** erwarten knapp drei Fünftel der Reiseveranstalter Zunahmen bei Luxusreisen. Ein Viertel erwartet dies für Billigreisen – knapp ein Drittel geht hier von einer Abnahme aus. Ein Fünftel sieht Zuwächse bei der Entwicklungsländerreise als Kurzreise – hier sehen zwei Fünftel eine Abnahme.

Reiseveranstalter erwarten in den nächsten zehn Jahren Bedeutungszunahmen für nachhaltige Reiseangebote sowie für Informationen zum Reiseland.

- Zwischen drei Fünftel und drei Viertel rechnen mit Zunahmen bei der Bedeutung von **sozial- und umweltverträglicheren sowie begegnungsorientierten Urlaubs- und Reiseangeboten** und bei solchen, die eine **klima-neutrale Anreise** ermöglichen (knapp drei Fünftel sehen zunehmende Diskussionen zum Thema Flugscham). Zwei Drittel der Reiseveranstalter gehen von einer zunehmenden Bedeutung von Reisen unter Berücksichtigung von ökosozialen Nachhaltigkeitszertifikaten aus. Ca. zwei Fünftel erwarten Bedeutungszunahmen für gemeinde-basierten (Community-based) Tourismus.
- Die Hälfte bis drei Fünftel der Reiseveranstalter erwarten auf der Anbieterseite eine zunehmende Bedeutung von **sehr guten Informationen** über angemessenes Verhalten im Gastland und über die dortigen aktuellen politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Gegebenheiten einschließlich der Initiativen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung. Ebenso viele gehen von einer Zunahme der Möglichkeiten zum Besuch von Natur-/und Nationalparks und kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten aus.

Reiseveranstalter erwarten mehrheitlich Zunahmen beim Informations- und Buchungsverhalten im Internet.

- Mehrheitlich werden für die meisten der 16 abgefragten **Informationsarten** Bedeutungszunahmen erwartet – insbesondere bei der Nutzung von Applikationen für Smartphones, von Preisvergleichsportalen für Flüge/Pauschalreisen, von professionellen Bloggerbeiträgen sowie Blogs von Reisenden. Beim **Buchungsverhalten** werden Zunahmen erwartet bei der Buchung von Einzelleistungen im Zielland (Mietwagen/Ausflüge/Erlebnisangebote etc.) und im Rahmen der Bausteinreise, ebenso bei der Buchung von Reiseverkehrsmitteln für An- und Abreise und Unterkunft.

Aus Sicht der Reiseveranstalter gibt es wichtige Herausforderungen für die Tourismuswirtschaft in Deutschland und in den Empfängerländern.

- Als Strategie zur Vermeidung von Overtourismus müssen neue, auf den Nachfragemarkt angepasste und nachhaltige Produkte mit gutem Preis-Leistungsverhältnis entwickelt werden – dies gilt sowohl für die Tourismuswirtschaft in Deutschland als auch in den Empfängerländern.
- Sowohl Entsende- als auch Empfängerländer stehen vor der Herausforderung, auf allen Ebenen gleichberechtigte Kommunikations- und faire Kooperationsformen sicher zu stellen. Zudem kommt den Empfängerländern die Aufgabe zu, Sozialstandards und faire Arbeitsbedingungen zu etablieren, touristisches Fachpersonal auszubilden und die lokale Bevölkerung an tourismuspolitischen Entscheidungen zu beteiligen.
- Die hiesige Tourismuswirtschaft steht vor der Herausforderung, dass eine differenzierte Informations- und Aufklärungsstrategie etabliert wird. Eine aktive Image-Pflege wird erwünscht, wenn es um kritische Themen der Zielgebiete des Globalen Südens geht, wie z.B. politische Unruhen, Naturkatastrophen oder Seuchen und die damit verbundenen Sicherheitsrisiken.
- Mit dem fortschreitenden Klimawandel gehen Herausforderungen bezüglich einer nachhaltigen Tourismusentwicklung einher. Der Gestaltung von ressourcenschonenden und ökologisch verträglicheren Angeboten kommt dabei eine ebenso große Bedeutung zu wie der Implementierung allgemeiner Prinzipien einer nachhaltigen Tourismusentwicklung und dem fairen Ausgleich zwischen Erfordernissen der touristischen Infrastruktur und Interessen der einheimischen Bevölkerung.

Reiseveranstalter halten die Förderung von nachhaltigem Tourismus mehrheitlich für wichtig.

- Die acht abgefragten Förderbereiche für nachhaltigen Tourismus werden von einer großen Mehrheit der befragten Reiseveranstalter in Deutschland für „besonders wichtig“ oder „wichtig“ erachtet. „Besonders wichtig“ halten ca. zwei Fünftel die Förderung bzw. Kooperation bei Aus- und Weiterbildung von Tourismusfachkräften sowie die Entwicklung und Verbreitung von Sozial- und Umweltstandards in der Tourismuswirtschaft.

* * * * *

Anfang 2020 – am Vorabend der Corona-Pandemie – lag das Interessenten-Potenzial für Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer für den Zeitraum 2020-2022 auf einem insgesamt historischen Höchstniveau. Eine Realisierung des Potenzials im bisherigen Umfang ist inzwischen ausgeschlossen.

- Im Januar 2020 interessierten sich im deutschen Urlaubsreisemarkt 33,7 Mio. dafür, im Zeitraum 2020-2022 Länder des Globalen Südens zu besuchen. Das waren 8% mehr als im Vorjahr. Am größten war das Interesse am Schwellenland Türkei (19,8 Mio.) sowie an Entwicklungsländer-Fernzielen (18,4 Mio.), darunter vor allem an der Karibik (10,6 Mio.). 15,7 Mio. interessierten sich für nordafrikanische Destinationen, am häufigsten für Ägypten (12,5 Mio.). Bei den weiteren Destinationen war das Interesse an den Vereinigten Arabischen Emiraten am größten (8,8 Mio.). Für nahezu alle Fernziel-Regionen ergab sich 2020 das höchste Interesse seit 2011.
- Dass sich das im Januar 2020 ermittelte Dreijahres-Potenzial für Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens im Zeitraum 2020-2022 im bisherigen Umfang realisieren könnte (auf Basis deutscher Urlauber waren das seit 2005 durchschnittlich 57%), ist vor dem Hintergrund der im März 2020 einsetzenden und bei Redaktionsschluss dieser Studie anhaltenden Corona-bedingten Beeinträchtigungen der Reisetätigkeit auszuschließen.
- Schlussendlich waren im ersten Corona-Jahr 2020 auf Basis der Haupturlaubsreise nur noch 4,8 Mio. deutschsprachige Urlauberinnen und Urlauber in Entwicklungs- und Schwellenländern unterwegs. Im Vergleich zu 2019 ergab sich damit ein Rückgang von -52% (-5,1 Mio.)
- Ab wann und wie im deutschen Urlaubsreisemarkt die Reisetätigkeit in Länder/Regionen des Globalen Südens (Türkei, Nordafrika und Fernziele) wieder deutlich in Richtung Normalisierung einsetzen wird, bleibt momentan offen. Eine signifikante Wiederaufnahme der Urlaubsreisetätigkeit dürfte vor allem von den Möglichkeiten und Erfolgen abhängen, die sich vor dem Hintergrund der Maßnahmen gegen die Corona-Pandemie hier bei uns sowie in den weltweiten touristischen Destinationen ergeben.
- Möglicherweise werden zunächst die im Vergleich zu Fernzielen schneller erreichbaren und kostengünstigeren außereuropäischen Destinationen im nahegelegten Mittelmeerraum (Türkei, Nordafrika) eher in Frage kommen, sofern sie den Urlaubern überzeugende Rahmenbedingungen und Konzepte zur Minimierung gesundheitlicher Risiken bieten können.

Volumen und Struktur der Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden werden sich im deutschen Urlaubsreisemarkt auch Ende 2021 (voraussichtlich auch 2022 und 2023) noch deutlich von dem bis 2019 bestehenden Normalzustand unterscheiden.

Siehe auch „Perspektiven für den Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer im deutschen Urlaubsreisemarkt“ Seite 230 ff.



Ausgewählte Anregungen

Die nachfolgenden Anregungen orientieren sich schwerpunktmäßig an Erkenntnissen, die im Rahmen der hier vorgelegten Studie zum Reiseverhalten im deutschen Urlaubsreisemarkt gewonnen wurden. Sie erheben keinen Anspruch auf eine umfassende Berücksichtigung sämtlicher in der Studie dargestellten Aspekte und basieren ausschließlich auf Forschungsergebnissen, die vor Beginn der Corona-Pandemie ermittelt wurden.

1. Bewusstsein der Urlauberinnen und Urlauber über Wirkungen des Tourismus fördern und differenzieren

Bewusstsein und Meinungen zu positiven und negativen Wirkungen des Entwicklungsländer-Tourismus können zum einen die Inhalte der Medienberichterstattung und öffentlichen Meinungsbildung widerspiegeln zum anderen in persönlichen Urlaubsreise-Erfahrungen in Ländern des Globalen Südens begründet sein.

In der Urlaubssituation bestehen nicht immer direkte Zugänge zu einzelnen Wirkungsbereichen des Tourismus. Manche sind (je nach Urlaubsform, bereister Destination und Interessen der Reisenden) zu fern, um ausreichend wahrgenommen und bewertet werden zu können. Hinzu kommt, dass es in der Regel um **komplexe Sachverhalte** mit vielfältigen Bedingungsfaktoren geht, deren Gewicht die Meinungsbildung in die eine oder andere Richtung beeinflussen.

Ein **Beispiel** dafür ist etwa die Frage, ob bzw. in welchem Maße der Urlaubstourismus in Länder des Globalen Südens einen **Beitrag zur Armutsbekämpfung** leistet. Fast die Hälfte der 16,6 Mio. Urlauberinnen und Urlauber aus Deutschland mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung im Zeitraum 2017-2019 sieht einen solchen (wichtigen) Beitrag – ebenso mehr als die Hälfte der befragten Reiseveranstalter in Deutschland. Unter den aktuell Entwicklungsländer-erfahrenen Reisenden wird diese Einschätzung mit zunehmender Zahl bereister Länder/Regionen des Globalen Südens tendenziell häufiger geteilt.

Welches Wissen, welche Fakten, welche persönlichen Erfahrungen und Reflexionen zugrunde liegen, bleibt offen. Wie wird Armut definiert? Bei welchen Arten von Armut sollte/könnte welcher Tourismus helfen, diese nachhaltig zu reduzieren? Durch welche Maßnahmen?

Wenn Armutsbekämpfung zu Recht zu den wesentlichen Zielen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in Entwicklungs- und Schwellenländern zählt, sollten tourismusinduzierte Effekte bei der Armutsbekämpfung an Einzelbeispielen häufiger untersucht und kommuniziert werden: Was ist da oder dort unter welchen Rahmenbedingungen gut gelaufen, was weniger gut? Was kann man daraus lernen, worauf ist bei touristischer Entwicklung bezüglich der Armutsbekämpfung zu achten? Dies würde die Komplexität von Zusammenhängen (die auch für andere Wirkungen des Tourismus gelten, wie etwa die **Schaffung von Arbeitsplätzen** oder die **Erbringung von Deviseneinnahmen**) verdeutlichen, eine differenzierende Meinungsbildung stärken und letztlich Pauschalurteilen entgegenwirken.¹

Von jenen zwei Dritteln der Reisenden mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung, welche die Auffassung vertreten, dass der Tourismus dringend benötigte Devisen in die Länder des Globalen Südens bringt, gehen nicht wenige gleichzeitig davon aus, dass von diesem Geld überwiegend wohlhabende Einheimische profitieren, oder dass Deviseneinnahmen auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen beitragen. Dies macht **relativierende Sichtweisen** deutlich.

Es wird auch weiterhin Aufgabe entwicklungspolitischer und zivilgesellschaftlicher Organisationen sowie der Medien sein, diesbezügliches Wissen zu fördern, zu differenzieren und nachfrageseitig Mut zu machen für das **Einfordern von Verbesserungsmaßnahmen**, die geeignet sind, positive wirtschaftliche Effekte des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer zu verstärken und negative zu minimieren.

Wenn hiesige Reiseveranstalter, Touristikunternehmen in den Zielgebieten oder Tourismuspolitik hier wie dort konkrete und erfolgreiche Beiträge leisten – etwa bei der Armutsbekämpfung, bei der Schaffung guter Arbeitsplätze, beim Abbau tourismusbedingter Belastungen der natürlichen Umwelt oder bei der Bekämpfung von Kinderprostitution – spricht alles dafür, dies stärker zu kommunizieren.

¹ Siehe dazu Teil I, Seite 38f. Ebenso Teil III, Beunders, Nico (MA) / Carmen Nibigira: Mehr qualifizierte Beschäftigung im Tourismus und Gastgewerbe in Ruanda. Seite 292ff. – Bailie, Elizabeth: Mehr Einkommen und Beschäftigung im ländlichen Raum (MIERA) Tourismus-Komponente. Seite 321ff. – Plötzgen, Sebastian: Tourismusförderung palästinensischer Gebiete. Seite 324ff.

2. Urteilsvermögen der Urlauberinnen und Urlauber über Destinationen stärken, Verhaltenssicherheit fördern

Es ist zu erwarten, dass Entwicklungsländer-Reisende auch weiterhin durch politische Umbrüche, Gewalt und Terror in Zielgebieten zumindest temporär in ihrem Reiseentscheidungsverhalten verunsichert werden. Grundsätzlich stellt das Auswärtige Amt auf seiner Website destinationsbezogene tagesaktuelle Einschätzungen zur Verfügung, auf die auch Touristikunternehmen und Medien hinweisen bzw. sie durch eigene Einschätzungen ergänzen.

Das Urteilsvermögen der Reisenden zu stärken, bleibt weiterhin eine zunehmend wichtige Aufgabe der Reiseindustrie in den Entsende- und Empfängerländern, denn die Urlaubsparadiese können dem Alltag der Destinationen nicht entkommen. Von ihnen wissen Urlauberinnen und Urlauber nicht selten wenig. Entsprechendes Wissen kann aber nicht nur mehr Sicherheit bei der Reiseentscheidung bringen (gerade in Phasen der Verunsicherung). Es kann auch während des Urlaubs die Augen öffnen für Erfahrungen, die geeignet sind, **differenzierte und realistische Einstellungen zur Destination** und den dort lebenden Menschen zu gewinnen: zu ihrem ganz normalen Alltag. Der macht schließlich die Realität eines Reiselandes aus – zwischen jener der Urlaubskataloge und jener der Medienberichterstattung, die häufig fokussiert ist auf außerordentliche Ereignisse wie Krisen, Konflikte, Katastrophen etc.

Zum Alltag eines Landes und seiner Menschen zählt auch die **Religion**. Das gilt nicht nur für islamisch geprägte Länder im außereuropäischen Mittelmeerraum, in welchen vor Beginn der Corona-Pandemie jährlich durchschnittlich mehr als die Hälfte aller Entwicklungsländer-Reisenden aus Deutschland Urlaub machten. Sich mit den Weltreligionen und ihren höchst unterschiedlichen Ausprägungen in einzelnen Ländern zu beschäftigen, bleibt Aufgabe und Chance zugleich, gerade wenn man im Urlaub unterwegs ist. Dies kann geschehen durch geeignete Informationen sowie durch persönliche Erfahrungen und Begegnungen mit Menschen, die ihrer Religion mehr oder weniger nahestehen. Mehr Wissen erzeugt nicht nur mehr Durchblick, sondern auch **Respekt und Verhaltenssicherheit**. Die „Gastgeber“ werden dies wahrnehmen und zu schätzen wissen. Im Zeitalter der Globalisierung wird es ohnehin wichtiger, dass sich Menschen über ihre Werte – auch die religiösen – verständigen, über Gemeinsamkeiten und Unterschiede gleichermaßen, im Urlaub wie zu Hause.

Fast drei Viertel der befragten Reiseveranstalter in Deutschland und mehr als die Hälfte der Urlauberinnen und Urlauber mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung halten Informationen der Reiseleitung zur Bedeutung der Religion im Alltag der Menschen für „besonders wichtig“ oder „wichtig“. Für nahezu alle gilt dies auch hinsichtlich Informationen zum angemessenen Verhalten im Urlaubsland.

3. Informationsinteresse der Urlauberinnen und Urlauber an Land und Leuten sowie Begegnungsinteresse aufgreifen

Das Interesse an Informationen über Land und Leute ist unter Reisenden mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung stark ausgeprägt. Es richtet sich sowohl auf sehr gute **Land-und-Leute-Informationen vor Reiseantritt**, als auch auf entsprechende **Informationen durch die Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort** – etwa im Rahmen von organisierten Ausflügen. Viele Urlauberinnen und Urlauber erwarten von der Reiseleitung **objektive und glaubwürdige Informationen** sowie eine einfühlsame **Vermittlung der Alltagsrealität** des Gastlandes. Dazu zählen z.T. auch **Informationen über eher schwierige (aber spannende) Spezialthemen** wie politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Situation, Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme oder Ursachen für Entwicklungsprobleme des Landes (für diese Themen zeigen durchschnittlich mehr als die Hälfte Interesse).

Knapp die Hälfte der Reisenden mit aktueller Urlaubserfahrung in Ländern des Globalen Südens ist der Auffassung, dass man ein Entwicklungs- oder Schwellenland nur durch Gespräche mit Einheimischen richtig kennenlernen kann. Diese Auffassung wird mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung, gemessen an der Zahl bereister Länder/Regionen, tendenziell häufiger geteilt.

Daraus ergibt sich ein **beachtliches Interesse** an mehr oder weniger intensiven **Begegnungen mit Einheimischen** im Urlaub, welches mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung tendenziell steigt.

Die Herausforderung wird auch weiterhin darin bestehen, den Urlauberinteressen und -erwartungen bezüglich der Dimension „Land-und-Leute“ auf der Angebotsseite zu entsprechen. Eine deutliche Mehrheit der befragten Reiseveranstalter in Deutschland vertritt die Auffassung, dass bis 2030 mit einer Zunahme solcher Angebote zu rechnen



ist. Hier sind Innovation und Kreativität gefragt. Vor allem die Veranstalterreise im großen Segment des Bade- und Erholungsurlaubs kann hier zusätzliches Profil gewinnen, um mehr zu sein als ein perfekt organisierter Ferientrip. Es wird um die Identifizierung und kreative Nutzung von Gestaltungsspielräumen gehen – um die Fragen: Wie kann in der Urlaubssituation mehr Dialog, Begegnung und Verstehen jenseits von Oberflächlichkeit ermöglicht werden? Wie kann die angebotsseitige Fokussierung auf perfekte Abwicklung des Urlaubs durch inhaltlich anspruchsvolle, durchdachte Urlaubsgestaltung mit **Extras für das Land-und-Leute-Wohlfühl** ergänzt werden?

In diesem Zusammenhang ist die Rolle der **Reiseleitung/Urlaubsbetreuung** vor Ort **als Brückenbauer** zwischen der Kultur der Urlauber:innen und der des Gastlandes kaum zu überschätzen. Es wird darum gehen, Reisende anzuregen, neugierig und offen zu sein für Begegnungserfahrungen (sowohl beim Bade- oder All-Inclusive-Urlaub als auch bei Gruppenreisen in Form von Studien-, Kultur- oder Erlebnisreisen), Fragen zu stellen, mit schnellen Antworten zögerlicher umzugehen, eigene Vorurteile und Verhaltensweisen zu überdenken, Unterschiede zu akzeptieren, Widersprüchliches und Verunsicherndes zu ertragen. Für eine große Mehrheit der befragten Reiseveranstalter in Deutschland ist bei Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer die Vermittlung anspruchsvoller landeskundlicher Themen durch die Reiseleitung/Urlaubsbetreuung „besonders wichtig“ oder „wichtig“. Dazu zählt u.a. die Fähigkeit, unterschiedliche Interessen und Meinungen der Einheimischen zu verdeutlichen und zu vermitteln, wie das jeweilige Land in Bezug auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft „tickt“. Gefragt sind erlebnisreiche (ggf. themenorientierte) Land-und-Leute-Ausflugsprogramme und Rundreisen, die auch Begegnung ermöglichen – auf Augenhöhe und in einer für beide Seiten verträglichen Form.

Auf Seiten der Reiseveranstalter wird es darum gehen, den Gästen **inhaltlich anspruchsvolle Informationen über Land und Leute** verfügbar zu machen – etwa zusammen mit den Reiseunterlagen. Ebenso wichtig ist die **interkulturelle Aus- und Fortbildung der Reiseleitung**, die in der Lage und motiviert ist, kompetent, einfühlsam und methodisch fundiert eine spannende Kulturvermittlung zu betreiben – zur Beförderung von Land-und-Leute-Erlebnissen und -Erfahrungen, die über die Urlaubssituation hinaus zu Hause im Alltag nachhaltig fortwirken.

Bei jungen Leuten ergibt sich für die Anbieterseite eine besondere Chance, daran mitzuwirken, dass im Urlaub durch interkulturelle Begegnungen Innenansichten vom Gastland gewonnen werden – um Kompetenzen zu gewinnen auf der Basis von persönlichen Erfahrungen. Junge Leute sind zunehmend internationaler orientiert – auch durch bereits früh erworbene Auslands-Reiseerfahrungen – und weisen **günstige Voraussetzungen auf für interkulturelle Begegnung**. Dazu zählen die vergleichsweise guten Fremdsprachenkenntnisse. Dass ihr stärker ausgeprägtes Urlaubsinteresse an „Spaß und Action“ durchaus einhergehen kann mit einem Interesse am Kennenlernen von Land und Leuten und intensiveren Begegnungen mit Einheimischen, hat die Studie gezeigt.

Eine sehr konkrete Form intensiver Begegnungs- und Kennenlern-Programme kann im Rahmen von **Community-based tourism (CBT)** stattfinden, wo Begegnungen in einem authentischen Rahmen einer (kleinen) Dorfgemeinschaft möglich sind.² Gut zwei Fünftel der befragten Reiseveranstalter in Deutschland erwarteten vor Beginn der Corona-Pandemie bis 2030 eine Zunahme von Urlaubsangeboten für gemeindebasierten Tourismus in Ländern des Globalen Südens.

4. Ansprechbarkeit der Urlauberinnen und Urlauber auf Umwelt- und Sozialverantwortlichkeit aufgreifen – Nachhaltigkeit weiter voranbringen

Aktuell vertritt ein Drittel jener 9,9 Mio. Urlauber, die 2019 ihre Haupturlaubsreise in ein Land des Globalen Südens gemacht hatten, die Auffassung, dass ihr Urlaub möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein soll. Mehr als die Hälfte wollen ihre Urlaubsreisen möglichst sozialverträglich gestalten (d.h. Berücksichtigung fairer Arbeitsbedingungen für das Personal und Respektieren der einheimischen Bevölkerung). Zwei Fünftel bzw. ein Drittel sind unentschlossen.

Im Gegensatz zur Ansprechbarkeit für eine ökologisch verträgliche und sozialverträgliche Gestaltung der eigenen Urlaubsreise steht jedoch das tatsächliche Verhalten. Bei den Entwicklungsländer-Reisenden 2019 hatte z.B. für die große Mehrheit das Thema Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung keine Bedeutung. Nur sehr wenige hatten bei der Urlaubsunterkunft oder beim Reiseveranstalter ein besonderes Umweltzeichen oder eine besondere Nachhaltigkeitskennzeichnung wahrgenommen. Eine CO₂-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt tätigte kaum jemand.

² Siehe dazu Teil III, Kamp, Christina: Resilienz im Tourismus: Warum „zurück zum Normalzustand“ nicht wünschenswert ist. Seite 331ff.

Es ist nicht ungewöhnlich, dass eine positive Einstellung in Bezug auf die Themen Umweltverträglichkeit und Sozialverantwortlichkeit nicht eins zu eins in das zur Einstellung passende Verhalten umgesetzt wird. Diese Diskrepanz kann unterschiedliche Gründe haben³:

- Urlaubsreisen sind meist mit dem Wunsch nach einem unbeschwerten Lebensgefühl verbunden. Man möchte sich „in den schönsten Wochen des Jahres“ nicht einschränken, die Vernunft einmal ausschalten. Man nimmt sozusagen eine Art „Auszeit“ von der eventuell zuhause praktizierten Nachhaltigkeitsdisziplin.
- Nicht selten orientiert sich die Urlaubsplanung auch stark am Preis. Zusätzliche Kosten lässt das Budget oft nicht zu. Deshalb versucht man Zusatzkosten, die durch mehr Umweltverträglichkeit oder Sozialverantwortlichkeit ggf. entstehen könnten, zu vermeiden.
- Vielleicht befürchtet man durch umwelt- und sozialverträgliches Reiseverhalten auch Abstriche an Komfort oder einen höheren Aufwand bei der Reiseorganisation – oder man kann sich die praktische Umsetzung einer umweltverträglichen oder sozialverträglichen Urlaubsreise einfach nicht ausreichend vorstellen.
- Nicht zuletzt hat die Diskrepanz zwischen Einstellung und tatsächlichem Verhalten auch mit dem seit Jahrzehnten praktizierten „Henne und Ei“-Spiel zu tun: Die Reiseanbieter sagen: „Wir würden ja mehr umwelt- und sozialverantwortliche Reisen anbieten, wenn die Nachfrage vorhanden wäre“. Die Verbraucher antworteten: „Wir würden ja umwelt- und sozialverträglich verreisen, wenn es Angebote dafür gäbe.“

Die Zukunft des Tourismus wird aber nicht zuletzt davon abhängen, dass er sich in einer umweltverträglicheren, sozialverantwortlichen, nachhaltigen Form entwickelt. Die Lücke zwischen Einstellung und tatsächlichem Verhalten muss also weiter geschlossen werden – von allen Beteiligten. Ob die Corona-Pandemie und die durch sie ausgelöste globale Tourismuskrise mit der Chance für einen „Neustart“, auf ein „building back better“, mit mehr Nachhaltigkeit im Tourismus verbunden ist, bleibt abzuwarten.⁴

Um diese Lücke besser zu schließen, sind alle gefordert: Regierungen, politische und touristische Entscheidungsträger in Entsende- und Empfängerländern, Reiseveranstalter, Hotellerie, Gastronomie, Transportunternehmen, Reisebüros, Reiseagenturen. Die erfolgreiche Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards bedarf daher auch einer Verstärkung des Dialogs und der Zusammenarbeit zwischen allen Beteiligten. Hierbei wird es um tatsächliche oder vordergründige Interessenskonflikte gehen, die einen Ausgleich erfordern. Ausgleich setzt Transparenz über unterschiedliche Interessen voraus und den Willen, ihn herbeizuführen. Es besteht Aussicht, dass bei einem Ausgleich der Interessen langfristig alle gewinnen können.

Politische und touristische Entscheidungsträger in den Entsende- und Empfängerländern sind gefordert, ihr Denken und Handeln in Richtung Nachhaltigkeit voranzubringen und in politische sowie unternehmerische Praxis umsetzen.⁵

Die Entscheidungsträger der touristischen Empfängerländer müssen realisieren, dass Tourismus mittel- und langfristig nur dann für die Entwicklung ihres Landes sinnvoll und von nachhaltigem Nutzen ist, wenn er von der Bevölkerung nicht nur akzeptiert, sondern auch **partizipativ mitgestaltet** wird. Ca. ein Drittel der Reisenden mit aktueller Urlaubserfahrung in Ländern des Globalen Südens und zwei Fünftel der befragten Reiseveranstalter teilen die Auffassung, dass der Tourismus in den Ländern des Globalen Südens der ortsansässigen Bevölkerung zu wenig Möglichkeiten gibt, an Entscheidungen über touristische Entwicklung mitzuwirken. Unter den Reisenden wird diese Einschätzung mit zunehmender Zahl bereister Länder/Regionen des Globalen Südens tendenziell häufiger geteilt.

3 Siehe dazu Teil III, Betz, Klaus: Gesucht: Ein kluger Neuanfang. Seite 307ff.

4 Siehe dazu Teil III, Kamp, Christina: Nicht auf Kurs: Tourismus und die Ziele für nachhaltige Entwicklung. Seite 260ff. – Monshausen, Antje: Die Digitalisierung des Reisemarktes. Seite 300ff. – Kühhas, Cornelia: Tourismus neu denken! Seite 304ff.

5 „Eine nachhaltige Entwicklung bringt wirtschaftliches Wachstum mit ökologischer Tragfähigkeit in Einklang. Nachhaltiger Tourismus ist langfristig ausgelegt, folgt ethischen Grundsätzen, ist sozial gerecht, kulturell respektvoll und umweltverträglich. Gleichzeitig sollte eine nachhaltige Tourismusentwicklung ökonomisch ergiebig und beschäftigungsintensiv sein und dadurch die lokale Wirtschaft und Entwicklung absichern.“ BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2021): Eine Chance für nachhaltige Entwicklung. URL: <https://www.bmz.de/de/entwicklungspolitik/tourismus>, letzter Zugriff: 26.07.2021.



Die **Destinationen** müssen erkennen, dass es nicht nur darum gehen kann, möglichst viele Gäste in ihr Land zu holen, sondern dass es auch um qualitative Aspekte nachhaltiger Destinationsentwicklung gehen muss. Die touristische Entwicklung in den Ländern des Globalen Südens bedarf einer konsequenten Einbindung in übergeordnete staatliche, regionale Entwicklungsplanung, d.h. einer sorgfältigen Abstimmung mit der Entwicklung anderer Wirtschaftsbereiche. Sie soll der Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur dienen und keine neuen einseitigen Abhängigkeiten schaffen. Linkage-Effekte zu anderen Wirtschaftsbereichen müssen von vornherein angestrebt werden (z.B. zur Stärkung der Landwirtschaft, des Kleingewerbes etc.). Touristische Entwicklung bedarf einer langfristigen **Planung mit klaren (nachhaltigen) Zielsetzungen** in Bezug auf die Angebotsstruktur sowie auf den breiten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Nutzen unter Einschluss benachteiligter (armer) Bevölkerungsteile.⁶

Dazu gehört auch, nachhaltige Ansätze zu entwickeln für Regionen/Hotspots, an denen sich **Overtourism** entwickelt. Neben der Mengenproblematik gilt es hier, sich mit Fragen der sozialen Tragfähigkeit auseinanderzusetzen. Die Destinationen benötigen Governance-Konzepte und eine führende Governance-Instanz, die im Zusammenspiel mit unterschiedlichen Akteuren, wie global tätigen Reiseveranstaltern, lokalen Reiseagenturen, Hotelverbänden und lokalen Gemeindevertretern die strategische Planung übernehmen. Gemeinsam muss eine nachhaltige Tourismusstrategie entwickelt, implementiert und ständig überprüft werden. Dabei muss es um Fragen der Besucherbegrenzung, der Besucherlenkung und -entzerrung, der Einführung von Touristenabgaben und Bettensteuern, der Schaffung von attraktiven Alternativangeboten etc. gehen. Der Erfolg solcher Konzepte hängt nicht zuletzt davon ab, ob es gelingt, die einheimische Bevölkerung in die Maßnahmen einzubinden und sie auch ökonomisch daran teilhaben zu lassen.

Auch **Touristikunternehmen** sind in Bezug auf ihre Angebotsentwicklung gefordert. Unter den befragten Reiseveranstaltern in Deutschland ist eine große Mehrheit der Meinung, dass sozialverträgliche und umweltverträgliche Reiseangebote bis 2030 an Bedeutung gewinnen.

Beim vergleichsweise kleinen **Marktsegment der Studien- und Kulturreisen** wird man in Deutschland davon ausgehen können, dass die zahlreichen dort agierenden, eher kleinen und mittelgroßen Unternehmen zum Teil beachtliches Engagement und hohe Innovationsbereitschaft zeigen. Viele versuchen, im Rahmen ihrer wirtschaftlichen Möglichkeiten den hohen Ansprüchen ihrer Gäste auf Nachhaltigkeits-Aspekte im Zusammenhang mit Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer sowie auf ein besseres und vertieftes Kennenlernen derselben weitgehend gerecht zu werden. Im Interesse der eigenen Unternehmensprofilierung wird man hier zukünftig weiterarbeiten: z.B. am Angebotsprofil, an der Kommunikationsstrategie, an der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit Dienstleistern in den Zielgebieten.

Beim **Strand- und Badetourismus**, der den Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer dominiert, stehen Touristikunternehmen in starkem Konkurrenz- und Verdrängungswettbewerb und orientieren sich an kostenreduzierender Serienfertigung ihrer Urlaubsprodukte. Die sich daraus ergebende Begrenzung von Spielräumen für unternehmerisches Engagement und Innovation in Sachen Nachhaltigkeit findet eine zusätzliche Begründung im (öffentlichen) Klischee vom Desinteresse der Badeurlauber an Aspekten, die außerhalb der Fokussierung auf (mehr oder weniger) passive Erholung liegen. Aber auch hier gibt es auf der Anbieterseite Anzeichen und Beispiele für unternehmerisches Engagement in Richtung Nachhaltigkeit.

Insbesondere in den großen Destinationen des südöstlichen Mittelmeerraumes, aber auch in der Karibik, dominieren **All-Inclusive-Anlagen** den Strand- und Badetourismus. Gerade deshalb erscheint es wichtig, All-Inclusive-Konzepte unter den Kriterien von Nachhaltigkeits- sowie CSR-Kriterien weiterzuentwickeln. Außerdem sollte im Rahmen einer planvollen Tourismus-Entwicklung auf ein **ausgewogenes Verhältnis von All-Inclusive und anderen Urlaubsformen** geachtet werden, um „All-Inclusive-Monostrukturen“ und damit verbundene Abhängigkeiten in Quellmärkten zu vermeiden.

Zunehmend werden sich Reiseunternehmen der Mitverantwortung bewusst, die sie für die Auswirkungen des Tourismus auf Gesellschaft und Umwelt in den Zielländern haben. Es geht um Corporate Social Responsibility (CSR). So unterziehen sich beispielsweise Unternehmen freiwilligen **Zertifizierungsprozessen**, die ihr Engagement in den

6 Siehe dazu Teil III, Münchhausen von, Martina / Stefan Ziegler: Die tropische Urlaubsinsel Phu Quoc versinkt in Plastikmüll – WWF Projekt Phu Quoc, Vietnam. Seite 274ff. – Schreiber, Dagmar: Nachhaltiger Tourismus in Zentralasien am Beispiel von Kirgistan. Seite 278ff.

Bereichen Gesellschaft und Umwelt auch vor Ort in den Gastländern nachweisen. Reiseveranstalter sind dabei aufgefordert, CO₂-Emissionen zu ermitteln, nicht nur für An- und Abreise, sondern auch für den Transport und die Unterkunft im Gastland. Sie sind angehalten, mit den Leistungspartnern vor Ort in aktiven Dialog zu treten, es werden Nachhaltigkeitsindizes ermittelt für Partneragenturen, Unterkünfte und Reiseleitung. Von den in Deutschland befragten Reiseveranstaltern erwarten 68% bis 2030 eine Bedeutungszunahme von Reisen unter Berücksichtigung von ökosozialen Nachhaltigkeitszertifikaten.

Weltweit gibt es derzeit mehr als 100 Siegel und Zertifikate für touristische Unternehmen, Regionen, Leistungen oder einzelne Produkte, die diese als besonders nachhaltig ausweisen. Die Labels können eine **sinnvolle Orientierungshilfe** bei der Entscheidung für eine Reisedestination, Unterkunft oder Tour sein, denn sie zeigen an, inwiefern sich ein Anbieter über die gesetzlichen Vorgaben hinaus für Nachhaltigkeit einsetzt. Generell gilt: Durch eine transparente Darstellung der Zertifizierungskriterien, die sowohl ökologische als auch soziale Indikatoren und eine unabhängige Überprüfung beinhaltet, gewinnt ein Label an Glaubwürdigkeit.⁷

Woran es noch fehlt, ist die Bereitschaft mancher Unternehmen, der reisenden Öffentlichkeit **aktiv zu vermitteln**, wo es seine Mitverantwortung sieht, und deutlich zu machen, was man konkret zur Schadensminimierung beiträgt und was man diesbezüglich von seinen Kunden erwartet (z.B. Akzeptanz eines entsprechend angemessenen Reisepreises). Damit Urlauber vorhandene umweltverträgliche oder sozialverantwortliche Angebote mehr als bisher annehmen, braucht es adäquate **Kommunikationskonzepte** – beispielsweise in Veranstalterkatalogen, auf Internetseiten sowie in Richtung Reisebüros. Dabei muss es gelingen, Urlauberinnen und Urlauber bei ihren persönlichen Befindlichkeiten und Bedürfnissen abzuholen und ihnen das Gefühl zu vermitteln, dass sie der Umwelt etwas Gutes tun, aber auch sich selbst.⁸

Es spricht insgesamt also einiges dafür, dass man einen leichten qualitativen Strukturwandel bei Nachfrage und Angebot erwarten kann: Soziodemografische Faktoren, Veränderungen im Problembewusstsein und individuelles Reiseverhalten der Urlauberinnen und Urlauber werden mittelfristig zu veränderten und neuen Leistungs- und Angebotsmodulen führen. Unabhängig davon werden anhaltende Konzentrations- und Verdrängungsprozesse auf der Anbieterseite ihre Spuren hinterlassen. Dass nachhaltiges Denken bei Urlaubern, in der Touristikbranche und Tourismuspolitik nach der Corona-Pandemie weiter ins Bewusstsein rücken wird und entsprechend Eingang findet in persönliches Reiseverhalten, unternehmerisches und politisches nachhaltiges Handeln, bleibt zu hoffen. Es würde die Voraussetzungen verbessern für eine anzustrebende „win-win-win“-Situation – für Reisende, für Menschen in den Destinationen sowie für Urlaubsanbieter dort wie hier.

5. Herausforderung Klimawandel

Etwa acht Prozent der globalen Treibhausgasemissionen entstehen im Tourismus. Der größte Teil dieser Emissionen davon geht auf die An- und Abreise zurück, vor allem auf das besonders klimaschädliche Fliegen. Der Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer ist fast ausschließlich mit Flugreisen verbunden.

Um internationalen Klimaschutzziele gerecht zu werden und eine umweltschonende Transformation des Luftverkehrs herbeizuführen, werden in Industrieländern zwar Strategien entwickelt, allerdings hängt ihre Realisierung von sehr vielen Maßnahmen und Instrumenten ab (u.a. Innovationen, technische Möglichkeiten, ordnungsrechtliche Eingriffe), die nur in ihrer Gesamtheit und durch ein Zusammenwirken von einer Vielzahl von Akteuren auf der internationalen, nationalen und lokalen Ebene Erfolg versprechen.

In Deutschland haben sich Bund, Länder und die Luftfahrtbranche nun verpflichtet, ihren CO₂-Ausstoß bis 2050 zu halbieren. Das soll durch den verstärkten Einsatz sogenannter Power-to-Liquid-Kraftstoffe (PtL-Kraftstoffe) gelingen. Bei den PtL-Treibstoffen handelt es sich um flüssige Treibstoffe, die mithilfe von Strom aus erneuerbarer Energie hergestellt werden. Sie sind derzeit nur in sehr geringen Mengen vorhanden und teuer. Für Langstreckenflüge gelten sie allerdings als alternativlos.

Bis es soweit ist, besteht derzeit die einzige Möglichkeit, bei Flugreisen den jeweiligen Flug klimaneutral zu stellen, in der freiwilligen Kompensation des CO₂-Ausstoßes, so wie ihn Unternehmen wie atmosfair oder myclimate an-

⁷ Siehe dazu Teil III, Giraldo, Angela: Nachhaltige Destinationsentwicklung als Gemeinschaftswerk. Seite 311ff.

⁸ Siehe dazu Teil III, Florin, Jon Andrea: Kommunikationsstrategien zur Förderung eines nachhaltigeren Tourismus. Seite 315ff.



bieten. Einige kleinere und mittelgroße Veranstalter haben eine solche **CO₂-Kompensation** bereits in die Reisepreise „eingepreist“, andere Veranstalter weisen ihre Reisegäste bei der Reisebuchung zumindest auf die Möglichkeit hin, ihre Flüge freiwillig zu kompensieren – mit überschaubarem Erfolg. Solange die Kompensationszahlungen auf Freiwilligkeit seitens der Veranstalter oder der Urlauberinnen und Urlauber basieren, sind sie ein Tropfen auf den heißen Stein. Politische Weichen, die diesen Prozess befördern und Kompensationszahlungen im internationalen Flugverkehr für alle gesetzlich vorschreiben könnten, sind bislang (noch) nicht gestellt worden.⁹ Ein Ansatz, von staatlicher Seite etwas zu bewirken, hat sich während der Corona-Pandemie in Frankreich ergeben: Die Gewährung staatlicher Nothilfen könnte an Investitionen in nachhaltige Treibstoffe gebunden werden oder an andere auf wissenschaftlichen Erkenntnissen basierende Zielvorgaben im Flugverkehr.¹⁰

Andere Möglichkeiten, den CO₂-Austoß von Flugreisen zu verringern, gehen einher mit Appellen an die Vernunft, mit Aufrufen zu einer Veränderung des Reiseverhaltens: weniger Fernreisen, dafür länger – oder aus Flugscham auf eine oder generell auf alle Fernreisen zu verzichten. Genau hier fängt das Dilemma an: Viele Urlaubsdestinationen leben (auch) vom Tourismus, von den Deviseneinnahmen, den Arbeitsplätzen etc. Die härtesten Auswirkungen hätten bei einem Reiseverzicht jene zu ertragen, welche die Klimaproblematik am wenigsten mitverursacht haben: die Menschen in den Ländern des Globalen Südens. Klimaschutz versus soziale Verantwortung – ein Dilemma, das Herausforderungen mit sich bringt, für die Lösungen gefunden werden müssen.

Der Flugverkehr ist sicherlich das wichtigste, aber nicht das einzige Problem, das der Klimawandel für den Tourismus mit sich bringt. Insbesondere der Anstieg des Meeresspiegels dürfte für einige Destinationen/Regionen bereits mittelfristig fatale Auswirkungen haben: Fluten, Überschwemmungen, Menschen, die ihre Heimat verlassen müssen. Aber auch die Zunahme von Starkwetterereignissen, wie u.a. Dürren, Stürme oder Überflutungen haben Auswirkungen auf die Lebensgrundlagen einzelner Menschen aber auch ganzer Ökonomien. Hier sind langfristige nationale oder regionale touristische Entwicklungsstrategien gefragt.

6. Menschenrechtsverletzungen und Auswüchse touristischer Entwicklung verhindern und bekämpfen

Das Thema Menschenrechte im Tourismus hat in den letzten Jahren auch die Reisebranche erreicht. Heute gibt es kaum mehr einen Reiseveranstalter der das Thema Menschenrechte nicht aufgreift.

Die Kritik richtet sich vor allem gegen **Menschenrechtsverletzungen als Folge touristischer Entwicklung**. Dies können zum Beispiel Enteignungen, Vertreibungen oder Zwangsräumungen der (indigenen) einheimischen Bevölkerung im Zusammenhang mit der Errichtung von Hotelanlagen und Resorts oder bei der Einrichtung eines Nationalparks sein (was darüber hinaus zu landwirtschaftlicher Übernutzung oder Überweidung benachbarter Gebiete führen kann). Außer Acht gelassen werden nicht selten weitere Aspekte wie der Zugang zu sauberem Wasser, Ernährungssicherheit, aber auch faire Arbeitsbedingungen, berufliche Bildung und qualifizierte Aus- und Weiterbildung (Entlohnung, Arbeitszeiten, freie Meinungsäußerung).¹¹

Wenn touristische Projekte ohne Einbeziehung der lokalen Bevölkerung beschlossen werden, wird diese häufig in ihren Grundrechten und natürlichen Lebensräumen eingeschränkt. Kinderarbeit ist in armen Ländern keine Seltenheit, sie beeinträchtigt das Recht auf Bildung, wenn die Kinder aufgrund ihrer Arbeit nicht die Chance haben, eine Schule zu besuchen.

Analog zur Bekleidungsindustrie müssen auch im Tourismus die Unternehmen Verantwortung übernehmen für Menschenrechtsverletzungen entlang ihrer Lieferkette. Sie müssen klare Positionen beziehen, wenn es um Kinderarbeit und menschenunwürdige Arbeitsbedingungen geht, Standards festlegen und diese mit geeigneten Prozessen überprüfen. Die unternehmerische Sorgfaltspflicht erstreckt sich über die gesamte Wertschöpfungskette, nur so ist nachhaltiger Tourismus möglich. Auch Urlaubsreisende sind gefordert, Verantwortung zu übernehmen und beobachtete Missstände ihrem jeweiligen Reiseveranstalter zu melden oder anderen geeigneten Stellen, wie etwa der Internetseite „nicht-wegsehen.net“.

9 Siehe dazu Teil III, Betz, Klaus: Gesucht: Ein kluger Neuanfang. Seite 307ff.

10 Siehe dazu Teil III, Kamp, Christina: Nicht auf Kurs: Tourismus und die Ziele für nachhaltige Entwicklung. Seite 260ff.

11 Siehe dazu Teil III, Schreiber, Jara: Tourismus und Menschenrechte. Seite 265ff.

In dem Bewusstsein, dass die Achtung der Menschenrechte nicht zum Wettbewerbsnachteil im hochkompetitiven Reiseveranstaltergeschäft werden darf, haben 2012 in Deutschland verschiedene Tourismusakteure den Roundtable Human Rights in Tourism als internationale Multi-Stakeholder-Initiative ins Leben gerufen, um das Thema menschenrechtliche Sorgfalt im Tourismus strukturiert zu bearbeiten. Der Austausch zwischen Reiseveranstaltern, Reiseverbänden, zivilgesellschaftlichen Organisationen, Multiplikatoren sowie Zertifizierern hat den Startpunkt gegeben, sich auf hohem Niveau und in vertrauensvoller Zusammenarbeit auszutauschen.

Eine eklatante Menschenrechtsverletzung und einen Straftatbestand stellt der **sexuelle Missbrauch von Kindern** dar. Die Problematik wurde mit Bekanntwerden des Ausmaßes von sexuellem Missbrauch durch Prostitutions-Touristen in Asien zu Beginn der 90er Jahre thematisiert. Vor allem durch die Gründung von ECPAT (steht seit 1999 für „End Child Prostitution, Pornographie and Trafficking for Sexual Purposes“) wurde internationale Kampagnenarbeit möglich. In Deutschland wurde ECPAT – Arbeitsgemeinschaft zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung gegründet.¹²

Ein wichtiger Schritt wurde durch die **Unterzeichnung des Kinderschutzkodexes** durch den DRV und den BTW getan (2001 und 2005). Auch die **Sustainable Development Goals (SDGs)**, die bis 2030 umgesetzt werden müssen, befassen sich mit konkreten Maßnahmen, die die Mitgliedsstaaten ergreifen müssen, um Kinder vor sexueller Ausbeutung zu schützen. Durch Schulung und Sensibilisierung von Mitarbeitern in Hotels, Reisebüros, aber auch im Rahmen der Ausbildung, kann das Thema noch stärker ins Bewusstsein derer kommen, die in ihrem beruflichen Umfeld damit konfrontiert werden. Das internationale Netzwerk von ECPAT setzt sich auch dafür ein, dass immer mehr Länder nationale Aktionspläne entwickeln und Maßnahmen gegen die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern und Frauen ergreifen.

Ca. je ein Drittel der Entwicklungsländer-erfahrenen Urlauber:innen und der befragten Reiseveranstalter in Deutschland vertreten die Auffassung, dass der Urlaubstourismus in Länder des Globalen Südens auch zu Prostitution von Frauen und Ausbeutung von Kindern durch Prostitution führt. Unter letzteren sind ca. ein Drittel diesbezüglich unentschieden. Ein weiteres Drittel stimmt dem eher nicht oder ganz und gar nicht zu. Zwei Drittel haben in den letzten fünf Jahren bei der Bekämpfung der Ausbeutung von Kindern durch Prostitution Verbesserungen wahrgenommen.

Nach Einschätzung von Reiseveranstaltern, die sich bei diesem Problem engagieren, wird dies von Seiten der Urlauberinnen und Urlauber positiv bewertet. Das besondere Engagement einzelner Touristikunternehmen kann jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass Unternehmen ihre Kunden über Kinderprostitution und Kinderhandel noch nicht ausreichend informieren. Ein Zuviel an Information und Aufklärung kann es fast nicht geben – egal auf welcher Ebene. Wünschenswert wäre auch eine stärkere Unterstützung von Seiten der Politik, eine konsequente (rechtlich international mögliche) Strafverfolgung entsprechender Vergehen und in diesem Zusammenhang eine Intensivierung der Fortbildung auch von Polizei und Justiz. Eklatante Fälle von tourismusbedingten Menschenrechtsverletzungen – egal welcher Art – könnten auch durch Medien und eine sensibilisierte Öffentlichkeit besser bekämpft werden.

Als Reisender, als Reiseveranstalter oder als Reiseagentur hat man im Zweifelsfall die Möglichkeit, entsprechende Urlaubsorte oder -gebiete, in denen Missbrauch von Kindern geschieht, nicht zu bereisen oder nicht anzubieten. Jedoch ist den Betroffenen mit einer solchen Vermeidungsstrategie nicht geholfen.

In der Debatte um **Human Rights im Tourismus** werden Menschenrechtsverletzungen aufgrund sexueller Orientierung oft vernachlässigt. Trotz gesellschaftlicher, sozialer Fortschritte und gesetzlicher Regelungen werden Angehörige der LGBT+ Community aufgrund ihrer sexuellen Orientierung oder Gender Identität immer noch diskriminiert.¹³

Um ihrer Verantwortung gerecht zu werden, müssen Unternehmen „due diligence“ – die erforderliche Sorgfalt – walten lassen. Laut John Ruggie, dem Sonderbeauftragten der Vereinten Nationen für Menschenrechte und multi-

¹² Siehe dazu Teil III, Hamann, Josephine / Jana Schrempp: Kinderschutz als Teil menschenrechtlicher Sorgfaltspflicht. Das Engagement der Tourismusbranche gegen sexuelle Ausbeutung von Minderjährigen. Seite 270ff.

¹³ Siehe dazu Teil III, Jean-Francois, Rika: LGBT+ Tourismus und Menschenrechte mit besonderem Augenmerk auf Länder des Globalen Südens. Ein Überblick. Seite 283ff.



nationale Unternehmen, heißt das: Unternehmen müssen nicht nur sicherstellen, dass sie nationale Gesetze achten, sondern auch Risikomanagement betreiben, um Menschenrechtsverletzungen zu vermeiden. Die erforderliche Sorgfalt erstreckt sich über die gesamte Wertschöpfungskette.

Nicht nur direkt, auch indirekt kann es durch Tourismus zu Menschenrechtsverletzungen kommen. So gefährdet z.B. der durch Flugverkehr wesentlich mitverursachte Klimawandel die Ernährungssicherheit, Gesundheit und das Überleben von Millionen Menschen. „Falsche Lösungen“ im Klimaschutz – Biokraftstoffe – auf die auch die Luftfahrtindustrie setzt und deren Anbau in direkter Konkurrenz zum Anbau von Nahrungsmitteln steht – tragen zusätzlich dazu bei. Das Recht auf Nahrung von ohnehin schon benachteiligten Bevölkerungsgruppen kann dadurch erheblich beeinträchtigt werden.

7. Tourismusforschung thematisch ausweiten

Forschung, insbesondere Marktforschung, ist auch im Tourismus eine wichtige Informationsquelle, um Tourismusentwicklung sinnvoll und nachhaltig zu gestalten. Untersuchungen und Studien sollten sich dabei nicht auf quantitative Ansätze beschränken – etwa auf die Beobachtung von Zu- oder Abnahmen der Besucherzahlen. Über **qualitative Aspekte** wie etwa Reisemotive, Reiseerwartungen, -einstellungen und -verhaltensweisen weiß man in Bezug auf den deutschen Urlaubsreisemarkt bereits Einiges – auch über Einstellungen und Meinungen zu Spezialthemen wie etwa den Wirkungen des Tourismus. Die Ansprechbarkeiten, die sich hier für umwelt- und sozialverantwortliches Reisen nachweisen lassen, für Interesse an Informationen über Land und Leute und an Begegnungen, sollten auch in anderen Entsendemärkten untersucht werden. Dies würde die Entscheidung einzelner Empfängerländer erleichtern, nachhaltige Angebotsformen weiter auszubauen.

Wichtige Untersuchungsthemen gäbe es auch in den Destinationen selbst – etwa in Sachen **touristischer Wertschöpfungsketten** oder **Armutsreduzierung durch Tourismus**, über Zahl und **Qualität von Arbeitsplätzen** und **Entwicklung der Einkommen**.

Die **Evaluation nachhaltig angelegter Tourismusprojekte** könnte zum besseren Verständnis der Faktoren, Voraussetzungen, Bedingungen und Merkmale von Erfolg und Misserfolg beitragen.

Ohne freie, unabhängige Forschung ist vernünftiges, planvolles Handeln von Entscheidungsträgern im Tourismus nicht möglich. Forschungsansätze im Bereich des Entwicklungs-/Schwellenländertourismus müssen ausgerichtet sein an der wünschenswerten Entwicklungsstrategie für das jeweilige Land. In den Destinationen fehlt es häufig an Einsicht, Know-how und finanziellen Mitteln, fundierte wissenschaftliche Analysen durchzuführen oder in Auftrag zu geben.

8. Informations- und Bildungsarbeit im Tourismus fortführen und stärken

Durch eine Fortführung und Stärkung der entwicklungsbezogenen Informations- und Bildungsarbeit im Bereich des Entwicklungsländer-Tourismus sowie den Einsatz und Ausbau bereits vorhandener bewährter Instrumente kann auch zukünftig ein wichtiger Beitrag geleistet werden, um Touristen weiter für die Chancen und Risiken des Tourismus zu sensibilisieren.¹⁴

Gut zwei Fünftel der Urlauberinnen und Urlauber mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung vertreten die Auffassung, dass der Urlaubstourismus in die „Länder des Südens“ bei uns das **Verständnis für die Probleme dieser Länder** fördert. Ein gutes Drittel ist der Überzeugung, dass die Einheimischen vor Ort die Chance haben, Urlauber auch über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren. Reiseveranstalter sehen beides noch häufiger. Fast die Hälfte der aktuell Entwicklungsländer-erfahrenen Reisenden geht davon aus, dass der Urlaubstourismus in Länder des Globalen Südens es den Reisenden ermöglicht, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern. Dies sieht auch eine große Mehrheit der befragten Reiseveranstalter in Deutschland.

14 Siehe dazu Teil III, Mitteneder, Claudia: Entwicklungsbezogenen Informations- und Bildungsarbeit im Tourismus. Seite 254ff.

In Zeiten der Globalisierung geht es zunehmend darum, globale Zusammenhänge zu verstehen, interkulturell zu lernen, Distanzen, Klischees und Vorurteile gegenüber Ländern und Menschen anderer Kulturen abzubauen. Das Wecken und Verstärken von Neugier und Offenheit für den **Blick hinter die „touristische Kulisse“ auf den Alltag** der Länder und Menschen wird ein wichtiges Anliegen bleiben.

Persönliche touristische Erfahrungen in Entwicklungs- und Schwellenländern haben nach wie vor einen wesentlichen Einfluss auf die Urteilsbildung in Sachen Entwicklungs- und Schwellenländer sowie zur Entwicklungszusammenarbeit. Sie beeinflussen auch die Meinungsbildung des sozialen Umfelds zu Hause.

Entwicklungsländer-Reisende berichten nach ihrer Rückkehr von ihren Reiseerfahrungen. Sie sind eine ständig **wachsende Zielgruppe für die Informations- und Bildungsarbeit**. Inzwischen hat mehr als die Hälfte der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre bereits Urlaubsreisen in Entwicklungs- oder Schwellenländer unternommen. Durch Informationsmaterial, das nachweislich geeignet ist, Verständnis und Toleranz gegenüber dem Fremden und Andersartigen zu fördern, Klischees und Vorurteile über Land und Leute abzubauen und Anregungen zu geben für ein respektvolles Verhalten im Reiseland, kann hier eine **wichtige Multiplikatorengruppe in Sachen Weltverständnis, globale Verantwortung und Entwicklungszusammenarbeit** gefördert werden. Solche Informationen sind auch geeignet für andere Zielgruppen: Einrichtungen der Jugend- und Erwachsenenbildung, Mitarbeiter:innen von im Globalen Süden tätigen Wirtschaftsunternehmen etc.

Gut ein Viertel der Urlauberinnen und Urlauber mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung zeigt **Interesse am Besuch eines Entwicklungsprojekts**, das aus Deutschland unterstützt wird. Bei jungen Leuten (14-29 Jahre) sind es ebenso viele – unter Studienreisenden mehr als die Hälfte. Mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung, gemessen an der Anzahl bereister Länder/Regionen, nimmt das Interesse ein Entwicklungsprojekt zu besuchen, tendenziell zu.

Die Anzahl der in Sachen besseres Kennenlernen von Land und Leuten sowie in interkultureller Begegnung engagierten Touristikunternehmen hat in den letzten Jahren weiter zugenommen. Sie bedienen das diesbezügliche Interesse ihrer Gäste konsequent und kreativ und bilden ihre Urlaubsbetreuung/Reiseleitung in den Zielgebieten entsprechend aus – auch unter Nutzung jener Angebote und Instrumente, die der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. mit Unterstützung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung sowie anderen Förderorganisationen im Rahmen seiner entwicklungsbezogenen Informations- und Bildungsarbeit zur Verfügung stellt. Zu den Nutzern in den Zielgebieten des Globalen Südens zählen staatliche Tourismusbehörden, Touristikagenturen und Reiseleiterverbände.



Teil I

Dimensionen und Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer

Der internationale Tourismus erlebte seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts im Hinblick auf sein Volumen und seine sozio-ökonomische Bedeutung ein rasantes Wachstum. Während 1950 die Zahl der internationalen Touristenankünfte lediglich 25 Millionen betrug, stieg sie bis 1975 etwa auf das Zehnfache an, um 2011 die magische Marke von einer Milliarde zu erreichen. 2019 – zwei Jahre vor den Prognosen der UNWTO – lag die Zahl der Touristenankünfte bereits bei 1,5 Milliarden. Die Tourismusbranche wurde damit weltweit zu einem der am schnellsten wachsenden Wirtschaftszweige und befand sich 2019 laut UNWTO als Exportsektor im globalen Vergleich noch vor der Automobilindustrie auf Platz 3 (hinter der Chemie- und Ölindustrie).

Bis in die sechziger Jahre fand Tourismus im Wesentlichen innerhalb Europas und in Nordamerika statt, erst danach entwickelte sich ein zunehmender Tourismus zwischen den Kontinenten. Seither wurden auch Entwicklungs- und Schwellenländer¹ als Reiseziele für Urlauber aus westlichen Industrieländern immer interessanter. Der Tourismus entwickelte sich dort von einem Nischensektor zu einer der Haupteinnahmequellen für Devisen und damit zu einem Motor des wirtschaftlichen Wachstums für diese Ländergruppe. In den vergangenen 25 Jahren konnte er seinen Anteil am weltweiten Reiseverkehr mehr als vervierfachen. China, die Türkei, Thailand oder Mexiko gehören seit mehreren Jahren zu den „Top 10“-Ländern mit der höchsten Zahl von Touristenankünften. Schließlich nehmen Entwicklungs- und Schwellenländer seit der Jahrtausendwende zunehmend auch als neue Entsendemärkte strukturbildend am internationalen Tourismus teil.

Vor diesem Hintergrund hatte die UN-Generalversammlung bereits das Jahr 2017 zum „Internationalen Jahr des Nachhaltigen Tourismus für Entwicklung“ erklärt. Damit sollte einerseits auf die Wichtigkeit hingewiesen werden, den Tourismus nachhaltiger zu gestalten und andererseits auf die mit der Tourismusentwicklung in den Ländern des Südens² verbundenen Chancen und Risiken.

In Teil I der vorliegenden Studie werden ausgewählte quantitative und qualitative Aspekte und Veränderungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer, insbesondere seit der Jahrtausendwende bis zum Beginn der Corona-Pandemie, beschrieben.

Die internationalen Touristenankünfte erlebten aufgrund von Reisebeschränkungen im Zuge der Corona-Pandemie beispiellose Rückgänge im Jahr 2020 und in der ersten Hälfte des Jahres 2021. Zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses lagen noch keine detaillierten Zahlen für den internationalen Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer im Jahr 2020 vor. Der schwer abschätzbare Verlauf der Corona-Pandemie stellt den Tourismus weltweit und insbesondere in Ländern des Globalen Südens vor die bisher größte Herausforderung. Das UNWTO World Tourism Barometer geht nicht von einer Rückkehr des Tourismus zum Niveau vor Corona vor 2023 aus.³

1 Es gibt keine exakte, international gültige Definition oder eine verbindliche Liste für „entwickelte Länder“ bzw. „Entwicklungsländer“ – ebenso wenig wie für „Schwellenländer“. In diesem Kapitel werden die aktuellen Definitionen und Länderlisten der Weltbank zugrunde gelegt. Demzufolge werden hier Länder, die von der Weltbank als Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen (low and middle income economies) bezeichnet werden, als „Entwicklungs- und Schwellenländer“ betrachtet – im Gegensatz zu Ländern, die als Länder mit hohem Einkommen (high income economies) kategorisiert werden. Für die Einteilung der Länder in Einkommensgruppen und Regionen. Vgl. The World Bank (2020): URL: <https://data.worldbank.org/country>, letzter Zugriff: 31.12.2020.

2 In dieser Studie wird der Begriff „Globaler Süden“ alternativ zu „Entwicklungs- und Schwellenländern“ benutzt. Er ist nicht rein geografisch zu verstehen. Im Gegensatz zum „Globalen Norden“ bezeichnet er eine in der aktuellen Weltordnung gesellschaftlich, politisch und ökonomisch benachteiligte Position. Vgl. Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e.V. (2017): Nachhaltiger Tourismus. In: Eine-Welt-Presse 34. Jahrgang, Februar 2017. URL: https://dgvn.de/fileadmin/publications/PDFs/Eine_Welt_Presse/EWP_Nachhaltiger_Tourismus_web_ohne_Beschnittzugaben.pdf, letzter Zugriff: 21.02.2021.

3 Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2021 a): UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2021. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng>. 2021.19.1.1. Letzter Zugriff: 19.07.2021.

1 Dimensionen des internationalen Tourismus

Vorbemerkungen zur Datenbasis der UNWTO:

Die nachfolgenden Angaben über internationale Touristenströme basieren auf Daten der UNWTO (World Tourism Organization) in Madrid, die seit 2003 eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen/UN ist. Sie errechnen sich aus den von den einzelnen Ländern gemeldeten internationalen Touristenankünften⁴. Registriert werden dabei Grenzübertritte bzw. Ankünfte von Personen (Ausländer, teilweise auch im Ausland arbeitende Staatsangehörige), die sich länger als 24 Stunden in einem Land aufhalten (in einigen Ländern werden auch grenzüberschreitende Tagesausflügler mitgezählt).⁵

Beim Umgang mit den Daten aus dieser weltweit angewandten Methode zur Erfassung von internationalen Reiseströmen ist außerdem Folgendes zu beachten:

- Wenn eine Person während eines Jahres dasselbe Land mehrmals besucht, sei es im Rahmen von verschiedenen Reisen oder während einer (Rund-)Reise durch mehrere Länder, wird sie jedes Mal neu als „Ankunft“ erfasst.
- Urlaubs- und Geschäftsreisende können nicht getrennt ausgewiesen werden.
- Es werden Personen jeden Alters erfasst, d.h. Kinder werden mitgerechnet.
- Bei Angaben über Regionen oder Erdteile werden gegebenenfalls fehlende Angaben aus einzelnen Ländern durch Hochrechnungen ergänzt.
- Daten zur Herkunft der „tourist arrivals“ (Quellregion) werden aus Angaben der in den Zielregionen registrierten Ankünfte generiert bzw. hochgerechnet.

Bei der Zuordnung bzw. Einteilung von Ländern und Regionen der UNWTO⁶ gilt außerdem Folgendes:

- Europa umfasst hier auch Länder auf dem Staatsgebiet der ehemaligen UdSSR und Israel.
- Ägypten wird der Region Mittlerer Osten zugerechnet.
- Die Subregion Nordafrika besteht aus den Ländern Algerien, Marokko, Tunesien und Sudan/Südsudan.
- Die Subregion Südasien umfasst u.a. die Länder Iran und Indien.
- Mexiko wird zur Region Nordamerika gerechnet.

Den internationalen Empfehlungen für die Tourismusstatistik von 2008 folgend und aus Gründen der Vergleichbarkeit ermittelt die UNWTO in ihrer statistischen Datenbank die internationalen Tourismuseinnahmen bzw. -ausgaben aus der Summe zweier Zahlungsbilanzposten, nämlich „Reisen“ und „Personenbeförderungsdienste“. Demnach beziehen sich die Angaben in der statistischen Datenbank der UNWTO zu internationalen Tourismuseinnahmen auf Ausgaben der einreisenden Tourist:innen im jeweiligen Land („travel“ receipts) zuzüglich der Zahlungen, die sie für den internationalen Transport an inländische Unternehmen („passenger transport“ receipts) leisten. In der Summe stellen diese zwei Beträge die Gesamtexporterlöse aus dem Tourismus dar. Folglich sind internationale Tourismusaufgaben Ausgaben, die Einheimische im Ausreiseverkehr in anderen Ländern tätigen, zuzüglich der Zahlungen, die sie für den internationalen Transport an ausländische Unternehmen leisten.⁷

Traditionell wurden die internationalen Tourismuseinnahmen jedoch ohne die Ausgaben der Tourist:innen für den Passagiertransport an inländische Unternehmen erfasst. So werden sie auch gegenwärtig in den einschlägigen Publikationen der UNWTO dargestellt (z.B. International Tourism Highlights) und finden im öffentlichen Diskurs als Deviseneinnahmen aus Tourismus Eingang. Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die internationalen Tourismuseinnahmen in dieser Studie demzufolge auf die Reiseausgaben von internationalen Besuchern im jeweiligen Land („travel“ receipts).⁸

4 Nicht betrachtet wird hier „domestic tourism“, also Tourismus innerhalb eines Landes ohne Grenzübertritt.

5 In den Original-Statistiken der UNWTO sind jeweils die bei einem Staat zu Grunde liegenden Daten bzw. Zählweisen benannt.

6 Die vollständige weltweite Zuordnung der Länder nach UNWTO findet sich auf Seite 32f.

7 Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2021 c): URL: <https://www.unwto.org/Statistics-FAQ>, letzter Zugriff: 21.02.2021 – UNWTO World Tourism Organization (2019 a): Methodological Notes to the Tourism Statistics Database. In: 2019 Edition. Februar 2019. Madrid. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284420476>, letzter Zugriff: 01.08.2021.

8 Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2019 c): International Tourism Highlights. In: 2019 Edition. August 2019. Madrid. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284421152>, letzter Zugriff: 01.08.2021.



Da die UNWTO bereits veröffentlichte Daten auch rückwirkend korrigiert, sind für identische Zeiträume gelegentlich geringfügig abweichende Angaben (z.B. Ankünfte nach Regionen) zu finden.

1.1 Entwicklung und Struktur des internationalen Tourismus

Die Entwicklung des internationalen Tourismus, die zu einer neuen Mobilität der Menschen führte, geht einher mit wirtschaftlichen, technischen, sozialen und politischen Veränderungen – zunächst vor allem in den Industrienationen, zunehmend aber auch in einigen Entwicklungs- und Schwellenländern. Dazu gehören:

- verstärkte Liberalisierung des grenzüberschreitenden Verkehrs (z.B. Visaerleichterungen, vereinfachte Grenzverwaltungsverfahren und Luftverkehrsliberalisierung)
- starke globale Wirtschaftsentwicklung, allgemeine Kaufkraftsteigerung und die Herausbildung einer Mittelschicht in den Schwellenländern sowie wachsende Freizeit
- technische Entwicklungen v.a. im Bereich Luftverkehr (niedrige Flugpreise, verbesserte Luftverkehrsverbindungen u.a. durch Ausbau der Infrastruktur)
- Entstehung einer speziellen Reiseindustrie (z.B. neue Business-Modelle)
- regionale Erweiterung des touristischen Angebots und touristische Erschließung neuer Zielgebiete

Betrachtet man die Entwicklung der **internationalen Touristenankünfte** aus einer historischen Perspektive (siehe Grafik 1), wird deutlich, dass zwischen 1980 und 2000 ihre Zahl stetig gestiegen ist. Rückgänge blieben auf einzelne Regionen beschränkt, trotz einschneidender Ereignisse, wie u.a. die wirtschaftliche Stagnation/Rezession zu Beginn der 1980er Jahre, der Golfkrieg 1991 oder die Wirtschaftskrise in Asien 1997/1998.

Im Jahr 2001 war als Folge der Terroranschläge vom 11. September ein leichter Rückgang der internationalen Touristenankünfte zu verzeichnen. Nach einem erneuten Rückgang 2003, verursacht insbesondere durch die SARS-Epidemie in Asien und den Irak-Krieg, stieg die Zahl der Ankünfte im Jahr 2004 um über 10% auf einen neuen Höchstwert (757 Mio.), gefolgt von weiteren Zunahmen bis 2008. Im Jahr 2009 sank die Zahl der Ankünfte um 4% (von 934 Mio. auf 897 Mio.), was im Zusammenhang mit der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise zu sehen ist. Der Tourismussektor konnte sich allerdings unerwartet schnell von der Wirtschaftskrise erholen und erreichte 2010 nach einem Anstieg der Zahl der Ankünfte um fast 7% ein neues Rekordniveau von 956 Mio. Damit wurde nicht nur der Rückgang im Jahr 2009 wettgemacht, sondern auch die bisherige Höchstmarke aus dem Jahr 2008 deutlich übertroffen.

Zwischen 2010 und 2019 zeigten die internationalen Touristenankünfte zehn Jahre in Folge klare Zuwächse. 2012 wurde die lang prognostizierte Milliarde erreicht (Touristenankünfte am Jahresende 1,05 Mrd.). Die höchste Zuwachsrate wurde in diesem Zeitraum mit 7% im Jahr 2017 gemessen. Dabei spielte sowohl die Erholung jener Zielmärkte, die zuvor unter Sicherheitsbedenken gelitten hatten, eine wesentliche Rolle, als auch die wirtschaftliche Erholung und die gestiegene Nachfrage nach Auslandsreisen in aufstrebenden Quellmärkten wie China, Brasilien und der Russischen Föderation. 2018 betrug die Zahl der Touristenankünfte 1,4 Mrd. – zwei Jahre vor den Prognosen der UNWTO – und erreichte 2019 fast die 1,5 Mrd. Marke.

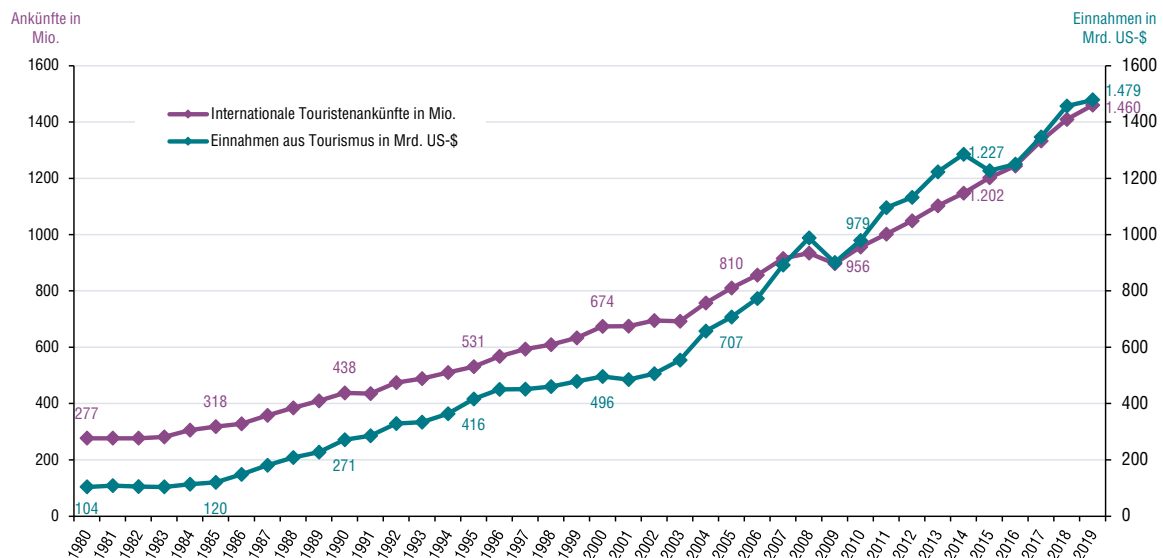
Auch die **Einnahmen aus dem grenzüberschreitenden Tourismus** haben sich seit 1980 vervielfacht. Zur Jahrtausendwende lagen sie bei rund 500 Mrd. US-\$. Betrachtet man ihre Entwicklung seit 2000 (gemessen in US-\$), so stiegen die weltweiten Tourismuseinnahmen insgesamt von 496 Mrd. US-\$ auf 1.479 Mrd. US-\$ im Jahre 2019. Allerdings kam es in dieser Periode zu einem leichten und zwei größeren Einbrüchen des insgesamt positiven Trends. Im Jahr 2001 war ein leichter Rückgang zu verzeichnen – der erste seit 1982/83. Ihm folgten zwei Jahre mit leichten Zuwächsen. Erst im Jahr 2004 wurde mit 657 Mrd. US-\$ ein neuer Höchstwert erreicht. Darauf folgten bis 2008 weiter steigende Einnahmen (auf 988 Mrd. US-\$).

In Folge der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise kam es im Jahr 2009 zum ersten großen Einbruch. Die Einnahmen verringerten sich signifikant um 9%. Das Niveau von 2008 konnte erst 2011 mit der erstmaligen Überwindung der 1-Bio.-Marke übertroffen werden (2011: 1.096 Mrd. US-\$). In der Grafik ist 2015 ein weiterer Einbruch der Einnahmen aus dem internationalen Tourismus zu erkennen. Dieser kann mit starken Wechselkursschwankungen und vor allem mit der starken Aufwertung des US-\$ gegenüber anderen Währungen erklärt werden. So stiegen zwar die realen Einnahmen (d.h. in lokaler Währung) aus dem internationalen Tourismus 2015 gegenüber 2014 um 4%,

ausgedrückt in US-\$ kam es allerdings zu einem Rückgang in einzelnen Ländern und Regionen. Das Niveau der Einnahmen aus dem internationalen Tourismus von 2014 (berechnet in US-\$) konnte erst im Jahr 2017 mit 1.347 Mrd. US-\$ überschritten werden. Danach erfolgte 2018 ein signifikanter weiterer Anstieg von 8% auf 1.457 Mrd. US-\$. 2019 fiel er etwas schwächer aus.

Wenn man die Entwicklung der **realen Einnahmen** (d.h. in lokaler Währung) aus dem internationalen Tourismus zwischen 2010 und 2019 betrachtet (nicht in Grafik 1 dargestellt), so wuchsen diese kontinuierlich und lagen, mit Ausnahme des Jahres 2016, stets über den Wachstumsraten der Weltwirtschaft.

Gr. 1: Internationale Touristenankünfte und Einnahmen aus dem Tourismus 1980-2019



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourism in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: UNWTO Global Tourism Dashboard Regional Profile, letzte Aktualisierung: 20.06.2020, www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance, letzter Zugriff: 30.06.2020.

Entwicklung der internationalen Touristenankünfte nach Regionen

Ein Blick auf die Entwicklung der fünf großen UNWTO-Regionen verdeutlicht die unterschiedlichen Dimensionen der Zunahme der internationalen Touristenankünfte bzw. die prozentualen Veränderungen der Touristenströme seit den 1980er Jahren (siehe Grafik 2 und Grafik 3):

Die Touristenankünfte in der **Region Europa** haben nach wie vor mit deutlichem Abstand den größten Anteil der internationalen Ankünfte (2019: 745 Mio., entspricht 51%). Obwohl sich die Zahl der internationalen Ankünfte in Europa zwischen 1980 und 2000 mehr als verdoppelte (von 177 Mio. auf 393 Mio.), reduzierte sich aufgrund des unterdurchschnittlichen Wachstums der Anteil dieser Region von 64% auf 58%. Der rückläufige Trend verstärkte sich noch bis 2010, als mit 491 Mio. nur noch 51% der weltweiten Ankünfte auf Europa entfielen. Dieser Anteil hat sich seitdem stabilisiert.

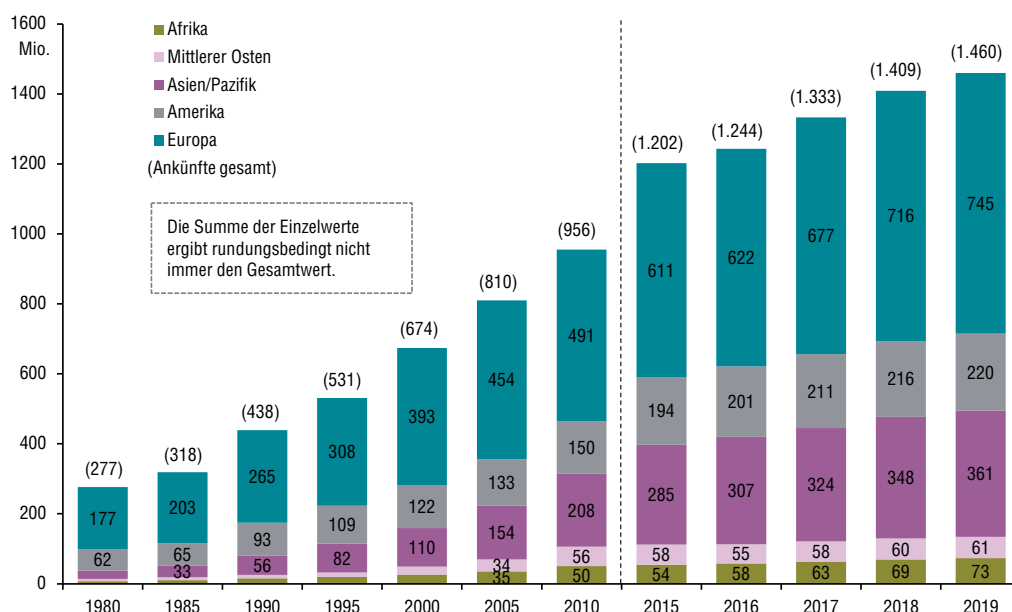
In der **Region Asien/Pazifik** werden 2019 etwa die Hälfte der Ankünfte Europas registriert. Sie nimmt damit seit 2001 den zweiten Rang ein. Die Region konnte seit 1980 mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten ihren Anteil an den internationalen Touristenankünften am stärksten steigern: Betrug im Jahr 1980 die Zahl der internationalen Ankünfte in der Region Asien/Pazifik nur 23 Mio. – was einem Anteil von 8% entsprach –, so stiegen die Ankünfte bis 2000 um mehr als das Vierfache auf 110 Mio. Damit verdoppelte die Region ihren Anteil auf 16%. Auch nach der Jahrtausendwende hielt diese starke Dynamik an: 2010 erreichte die Region Asien/Pazifik mit 208 Mio. Ankünften einen Anteil von 22%. Bis 2019 wuchs die Zahl der internationalen Ankünfte in dieser Region auf 361 Mio. Ihr Anteil lag damit bei 25%.

Die **Region Amerika** kommt 2019 mit 220 Mio. internationalen Ankünften auf einen Anteil von 15%. Damit nimmt sie den dritten Rang ein. Zwar verdoppelte sich die Zahl der Ankünfte zwischen 1980 und 2000 (von 62 Mio. auf 122 Mio.), ihr Anteil sank jedoch im gleichen Zeitraum von 23% auf 18%. Zwischen 2010 und 2019 wurde ein Zuwachs der internationalen Ankünfte um etwa 47% von 150 Mio. auf 220 Mio. erreicht. Der Anteil der Region Amerika stabilisierte sich seit 2004 bei 15%-16%.



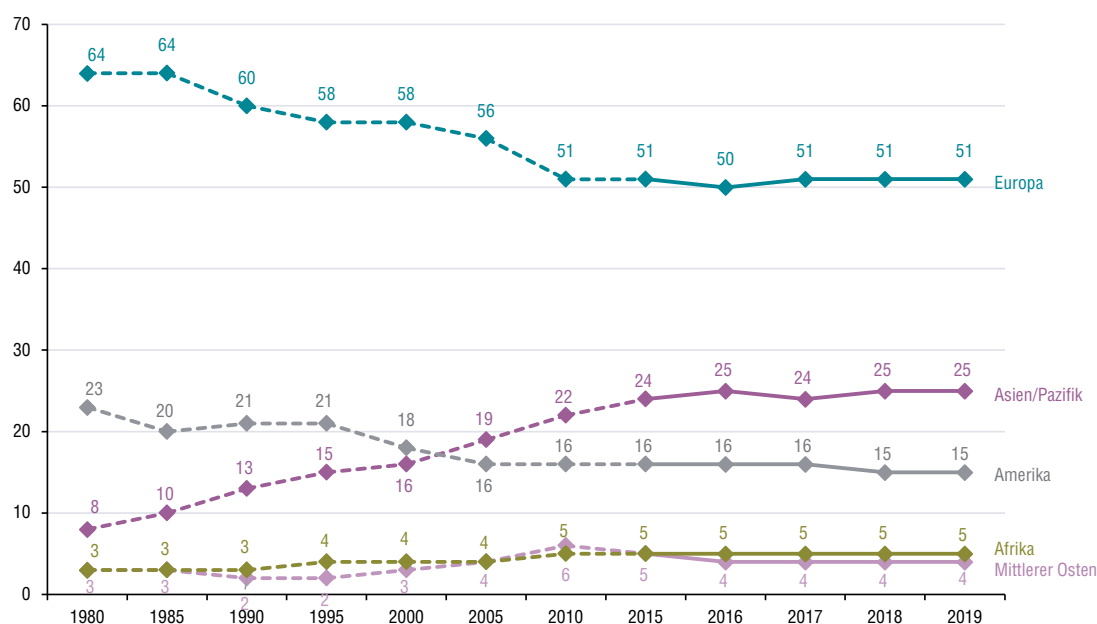
Die beiden **Regionen Afrika** und **Mittlerer Osten** erreichen 2019 mit 73 Mio. bzw. 61 Mio. Touristenankünften einen kleinen Anteil von 5% bzw. 4%. Zwischen 1980 und 2000 stieg die Zahl der internationalen Ankünfte in Afrika und im Mittleren Osten zwar von jeweils 7 Mio. auf 26 Mio. bzw. 23 Mio. Damit steigerte Afrika seinen Anteil minimal von 3% auf 4%, während der Anteil des Mittleren Ostens stabil bei 3% blieb. Dort änderte sich die Situation zwischen 2000 und 2010: In diesem Zeitraum verzeichnete die Region Mittlerer Osten weltweit das höchste Wachstum der internationalen Touristenankünfte. Sie stiegen um 144% auf 56 Mio. und ihr Anteil verdoppelte sich auf 6%. Im gleichen Zeitraum stieg der Anteil Afrikas weniger stark auf 5%. Seit 2010 blieb das Wachstum der Touristenankünfte im Mittleren Osten jedoch mit 9% hinter allen anderen Regionen zurück (in Folge der Ereignisse und Folgen des Arabischen Frühlings), während Afrika ein Wachstum von 46% erzielen konnte. Betrachtet man die Anteile der beiden Regionen seit 2010, so ist festzustellen, dass Afrikas Anteil bei etwa 5% stabil blieb, während der Anteil der Region Mittlerer Osten auf 4% schrumpfte.

Gr. 2: Internationale Touristenankünfte 1980-2019 nach Regionen (in Mio.)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: UNWTO Global Tourism Dashboard Regional Profile, letzte Aktualisierung: 20.06.2020, www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance, letzter Zugriff: 30.06.2020.

Gr. 3: Internationale Touristenankünfte 1980-2019 nach Regionen (Anteile in %)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: UNWTO Global Tourism Dashboard Regional Profile, letzte Aktualisierung: 14.09.2020, www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance, letzter Zugriff: 21.09.2020.

Entwicklung der „Top 10“ Tourismusdestinationen

Die beschriebenen Veränderungen der internationalen Touristenankünfte in den Regionen finden sich auch bei den Ländern mit den meisten Touristenankünften („Top 10“) (vgl. Tabelle 1): Beinhaltete die „Top 10“-Liste im Jahr 1990 ausschließlich Länder aus den Regionen Europa und Amerika, waren 2019 mit China und Thailand zwei Länder aus der Region Asien/Pazifik vertreten.

Betrachtet man die „Top 10“ jedoch mit Blick auf Entwicklungs- und Schwellenländer, so hatte es 1990 nur Mexiko in die Liste geschafft. 2019 sind es bereits vier Länder: neben Mexiko auch China, Türkei und Thailand.

China gehört seit 1991 zu den zehn am meisten besuchten Ländern (1990 noch auf Platz 12), Mexiko im Betrachtungszeitraum seit 1990 (außer 2012 und 2013), die Türkei seit 2007 und Thailand seit 2013 (mit der Ausnahme von 2014). Seit einigen Jahren nicht mehr zu den „Top 10“ gehören Kanada, Österreich, die Russische Föderation und Malaysia.

Mit dieser Entwicklung ist eine abnehmende Konzentration der internationalen Touristenankünfte auf einige wenige etablierte Destinationen in den Regionen Europa und Amerika verbunden. Das drückt sich auch darin aus, dass sich unter den „Top 10“ der Tourismusdestinationen der Gesamtanteil der jeweils fünf größten Empfängerländer stark verändert hat (tabellarisch nicht dargestellt): Entfielen 1950 noch 71% aller internationalen Touristenankünfte auf die fünf größten Empfängerländer (damals USA, Kanada, Italien, Frankreich, Schweiz) waren es im Jahr 2000 nur noch 51% (Frankreich, USA, Spanien, Italien, China) und 2019 sogar nur 27% (Länder identisch mit 2000).

Tab. 1: „Top 10“ bei internationalen Touristenankünften 1990 – 2000 – 2010 – 2019

1990	2000	2010	2019	Ankünfte 2019 (in Mio.)
Frankreich	Frankreich	Frankreich	Frankreich	(18) 89,4
USA	USA	USA	Spanien	83,7
Spanien	Spanien	China	USA	79,3
Italien	Italien	Spanien	China	65,7
Ungarn	China	Italien	Italien	64,5
Österreich	Großbritannien	Türkei	Türkei	51,2
Großbritannien	Russland	Großbritannien	Mexiko	45,0
Mexiko	Mexiko	Deutschland*	Thailand	39,8
Deutschland*	Kanada	Malaysia	Deutschland*	39,6
Kanada	Deutschland*	Mexiko	Großbritannien	39,4

* Die Angaben für Deutschland basieren auf internationalen Ankünften in Unterkünften (TCE), während bei allen anderen Ländern die Grenzübertritte (ohne Tagestouristen) gezählt werden (TF).

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: UNWTO Global Tourism Dashboard Country Profile – Inbound Tourism, letzte Aktualisierung: 27.10.2020, www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism, letzter Zugriff: 03.12.2020.

Internationale Touristenankünfte nach Subregionen

In Grafik 4 sind für die Jahre 1980, 1990, 2000, 2010 und 2019 die Anteile der jeweiligen **UNWTO-Subregionen** am Welttourismusaufkommen dargestellt.

Es wird deutlich, dass insbesondere die Länder in den asiatischen Subregionen überdurchschnittlich zugelegt und damit Marktanteile gewonnen haben. So stieg der Anteil **Nordostasiens**, zu dem auch China gehört, zwischen 1980 und 2000 von ca. 4% auf ca. 9% und bis 2010 weiter auf ca. 12%. Seitdem liegt er stabil auf diesem Niveau. Seit 2006 werden in dieser Subregion bereits mehr Ankünfte registriert als in Nordamerika (inklusive Mexiko). Damit stieg die Subregion Nordostasien auf Platz drei in der Rangliste der 15 Subregionen mit den meisten Ankünften nach Süd- und Westeuropa auf. Betrachtet man die Periode nach 2000, so wird deutlich, dass die überdurchschnittliche Wachstumsdynamik der Subregion Nordostasien seit 2010 abflaut. Dies liegt vor allem am schwachen

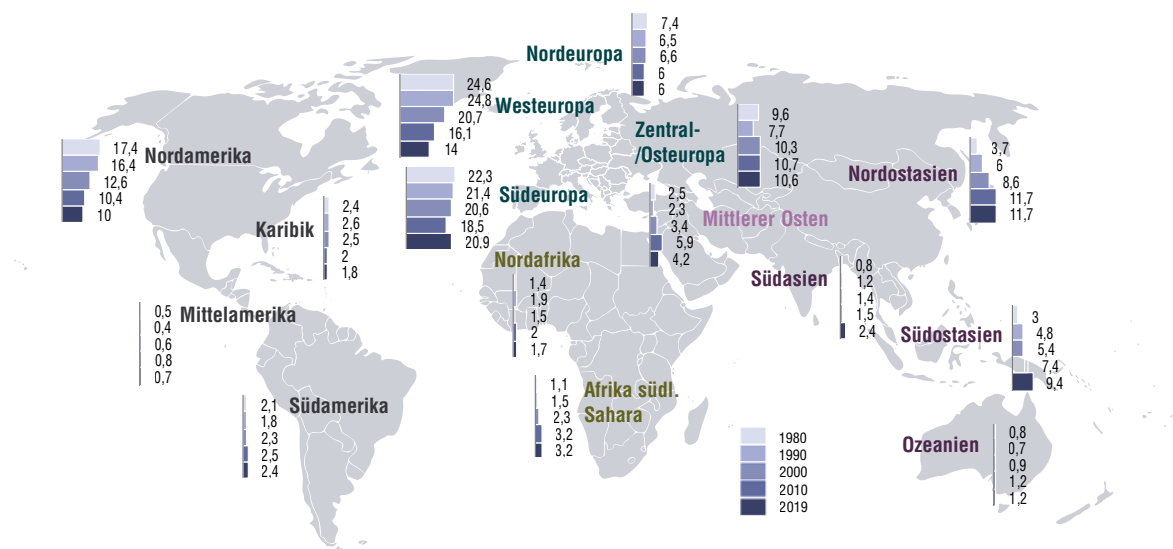


Wachstum der Ankünfte in China, die in diesem Zeitraum lediglich mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von ca. 2% angestiegen sind – im Vergleich zum globalen Wert von ca. 5%.⁹

Die Subregion **Südostasien**, u.a. mit den Ländern Thailand, Malaysia, Indonesien und Vietnam, steigerte im Zeitraum 1980-2000 ihren Anteil von 3% auf ca. 5%. Seit 2000 – und insbesondere seit 2009 – erlebte sie eine starke Entwicklung und erreichte im Jahr 2019 einen Anteil von 9%. Die Anteile der Subregionen **Südasiens** und **Ozeanien** blieben zwischen 1980 und 2000 relativ unverändert bei etwa 1%. Allerdings konnte die Region Südasiens, zu der u.a. die Länder Indien, Sri Lanka und Nepal gehören, insbesondere nach 2010 Anteile gewinnen (von 1,5% in 2010 auf 2,4% in 2019).

In den europäischen Subregionen ist die Entwicklung sehr unterschiedlich verlaufen. Am auffälligsten ist der Rückgang des Anteils von **Westeuropa** von 24,6% weltweit 1980 auf 14% 2019. Vor allem zwischen 1990 und 2010 war dieser von 24,8% auf 16,1% besonders stark ausgeprägt. Die Subregion **Südeuropa**, die zwischen 1980 und 2010 ebenfalls kontinuierlich Anteile verlor, wies dagegen ab 2010 eine starke Dynamik auf und konnte ihren weltweiten Anteil zwischen 2010 und 2019 von 18,5% auf 20,9% steigern. Sie war bereits seit 2001 innerhalb Europas – und auch weltweit – zur meistbesuchten Subregion aufgestiegen. Der Anteil der Länder **Zentral- und Osteuropas** stabilisierte sich – nach einem Rückgang 1990 auf etwa 8% – seit den 2000er Jahren auf einem Niveau von 10%-11%. Die Subregion **Nordeuropa** verzeichnet seit den 1990er Jahren einen stabilen Anteil von 6%-7% der weltweiten Touristenankünfte mit leicht rückläufiger Tendenz. Obwohl Nordeuropa die kleinste europäische Subregion ist, liegt ihr Anteil 2019 immer noch doppelt so hoch wie der Afrikas südlich der Sahara bzw. höher als die Anteile von Südasiens und Afrika südlich der Sahara zusammen.

Gr. 4: Veränderungen der Anteile internationaler Touristenankünfte in UNWTO-Subregionen 1980-2019 (in %)



Die Summen der Anteile der Subregionen für die einzelnen Jahre ergibt rundungsbedingt nicht immer 100 Prozent.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: UNWTO Global Tourism Dashboard Regional Profile, letzte Aktualisierung: 14.09.2020, www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance, letzter Zugriff: 21.09.2020, eigene Berechnungen.

Bei den Ankünften in **Nordamerika** (USA, Kanada und Mexiko) ist zwischen 1980 und 2010 ein stark rückläufiger Marktanteil von 17,4% auf 10,4% festzustellen, der jedoch seit 2010 auf dem Niveau von etwa 10% stabil geblieben ist. Die Marktanteile der **Karibik** zeigen seit 1990 eine leicht abnehmende Tendenz und gingen von 2,6% im Jahr 1990 auf 1,8% im Jahr 2019 zurück, während sie in **Mittelamerika** von 1990 bis 2010 leicht anstiegen (von 0,4% auf 0,8%) und 2019 etwa auf diesem Niveau verharrten (0,7%). In **Südamerika** schwanken die Werte um 2%, wobei 2010 der höchste Anteil erreicht wurde (2,5%) und seitdem wieder ein sehr leichter Rückgang auf 2,4% (2019) zu verzeichnen ist.

⁹ In dieser Periode (2010-2019) stiegen die internationalen Touristenankünfte im volumenmäßig schwächeren Japan überdurchschnittlich stark an, sodass der Anteil der Subregion trotz des unterdurchschnittlichen Wachstums von China stabil blieb. Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2021 b): URL: <https://www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism>, letzter Zugriff: 21.02.2021.

Innerhalb Afrikas erlebte die Subregion **Afrika südlich der Sahara** seit 1990 eine stärkere Entwicklung als die Subregion Nordafrika. Erstere verzeichnete zum ersten Mal 1994 mehr Ankünfte als Nordafrika. Der Anteil von Afrika südlich der Sahara steigerte sich von einem niedrigen Wert von nur 1,1% im Jahr 1980 auf 3,2% im Jahr 2010. Seit 2010 wird allerdings auch hier eine nachlassende Dynamik festgestellt. Trotzdem lag der Anteil 2019 immerhin noch stabil auf dem Niveau von 3,2%. Der Anteil der Subregion **Nordafrika** (bestehend aus den Ländern Algerien, Marokko, Sudan und Tunesien) an den weltweiten Ankünften schwankte im Zeitraum von 1990 bis 2019 um 2,0%. Während die Subregion zwischen 2000 und 2010 leichte Zuwächse verzeichnete (von 1,5% in 2000 auf 2,0% in 2010), ist ihr Anteil seit 2010 wieder rückläufig und lag 2019 bei 1,7%.

Anders als die Regionen Afrikas verzeichneten die Länder des **Mittleren Ostens** eine hohe Dynamik. Nach einer relativ schwachen Entwicklung zwischen 1980-1990 (Rückgang des Anteils von 2,5% auf 2,3%) konnte die Region ihren Marktanteil im Zeitraum 1990-2010 von 2,3% auf 5,9% mehr als verdoppeln – in absoluten Zahlen stieg die Anzahl der internationalen Touristenankünfte von 10 Mio. auf 56 Mio. Jedoch hatten die meisten Länder der Region seit 2010 Einbrüche der Touristenankünfte zu verzeichnen, die in Zusammenhang mit den politischen Umbrüchen in einigen Ländern und der damit verbundenen schwierigen Sicherheitslage zu sehen sind. Aufgrund des schwachen Wachstums reduzierte sich der Anteil der Region Mittlerer Osten und lag 2019 nur noch bei 4,2%.

Intraregionaler Tourismus

Weltweit waren 2018 75,5% aller internationalen Ankünfte **intraregional**. Das sind Ankünfte von Personen, die innerhalb derselben Region gereist sind, in der sie auch leben – also beispielsweise innerhalb Europas. Der Anteil der **intraregionalen** Ankünfte betrug 1990 noch 81% und 2010 79,3% – damit unterliegt er langfristig einer rückläufigen Tendenz.¹⁰

Grafik 5 zeigt, dass der intraregionale Anteil in **Europa** und im **Mittleren Osten** im Zeitraum von 2005-2018 deutlich gesunken ist – in Europa von 85% auf 80% und im Mittleren Osten von 46% auf 39%. Dies zeigt, dass in beiden Regionen die Zahl der Ankünfte aus anderen Regionen stärker gestiegen ist als die der intraregionalen Ankünfte.

In Europa waren die Ankünfte aus allen anderen vier Regionen im Vergleich zu den intraregionalen Ankünften überproportional stark gestiegen (grafisch nicht dargestellt), wobei der Anteil aus der Region Asien/Pazifik den höchsten Zuwachs verzeichnete (von 3,9% 2005 auf 6,5% 2018).

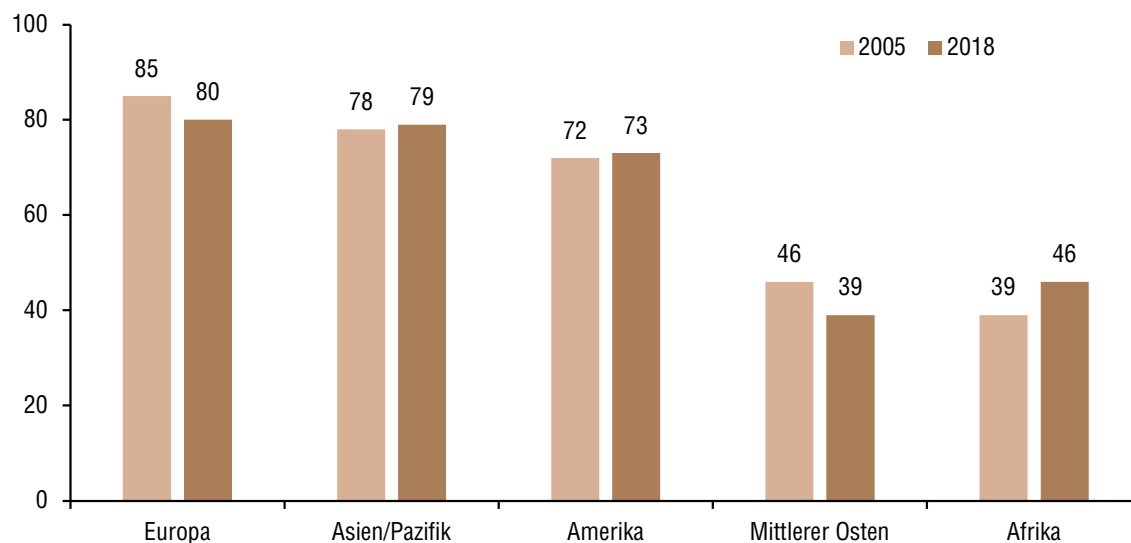
Im Mittleren Osten stiegen zunächst bis 2010 die Ankünfte aus Europa überproportional stark (grafisch nicht dargestellt). Allerdings geht der Anteil von Ankünften aus Europa an den Gesamtankünften im Mittleren Osten seit 2010 stark zurück (von 32,4% 2010 auf 23,7% 2018), während auch hier die Ankünfte aus der Region Asien/Pazifik mit einem Zuwachs von fast 15% ihren Anteil massiv erhöht haben. Auch die Ankünfte aus Afrika im Mittleren Osten entwickelten sich im gleichen Zeitraum stark überproportional (von 2,9% 2010 auf 6,8% Anteil 2018).

In den Regionen **Asien/Pazifik** sowie **Amerika** blieb zwischen 2005 und 2018 der Anteil der intraregionalen Ankünfte hingegen relativ stabil – in Asien/Pazifik bei 78%-79% und in Amerika bei 72%-73%. Nur in **Afrika** wurde in diesem Zeitraum ein deutlicher Zuwachs des Anteils der intraregionalen Ankünfte von 39% auf 46% registriert, der sich insbesondere durch abnehmende Ankünfte aus Europa überproportional stark entwickelte – so ging Europas Anteil an Ankünften in Afrika von 37% in 2005 auf 24,2% in 2018 stark zurück (grafisch nicht dargestellt).

¹⁰ Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2019 c): a.a.O. Seite 8.



Gr. 5: Anteil der intraregionalen Touristenankünfte 2005 und 2018 (in%)

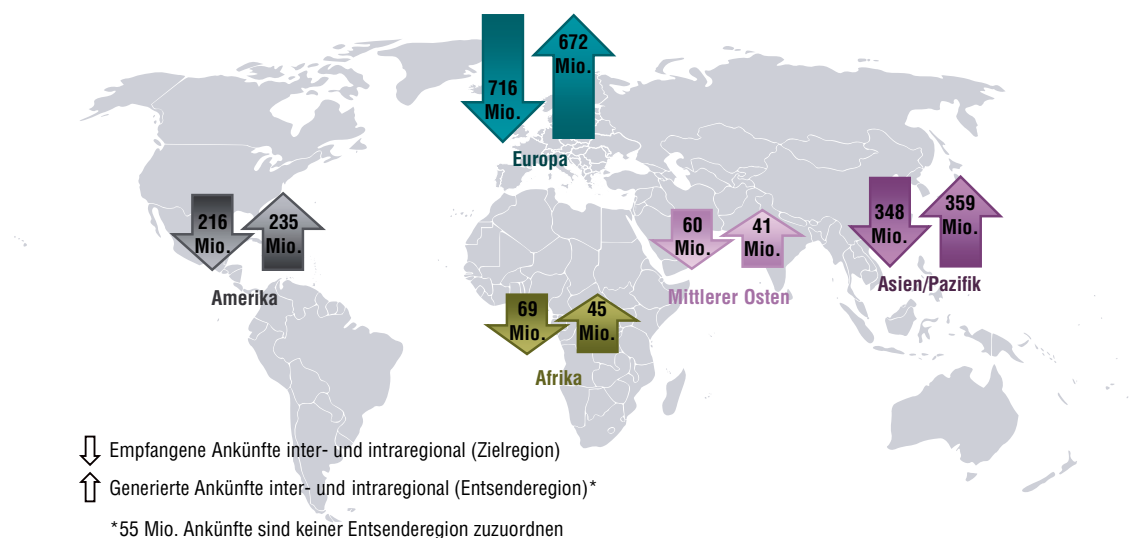


Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: UNWTO Global Tourism Dashboard Regional Profile, letzte Aktualisierung: 14.09.2020, www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance, letzter Zugriff: 21.09.2020.

Internationale Touristenankünfte nach Zielregion und Entsenderegion

Jede Region ist gleichzeitig Zielregion und Entsenderegion für internationale Tourismusankünfte. Grafik 6 zeigt, dass **Asien/Pazifik** sowie **Amerika** etwas mehr Ankünfte in anderen Regionen „generieren“ als sie von dort empfangen. Dagegen erhält die Region **Europa** etwas mehr internationale Ankünfte als sie generiert – seit 2011 mit steigender Tendenz (in 2011 +1,4%, in 2018 +6,5%) (grafisch nicht dargestellt). Auch die Regionen **Mittlerer Osten** und **Afrika** erhalten deutlich mehr Ankünfte als sie selbst generieren.

Gr. 6: Internationale Touristenankünfte 2018 Basis: 1,4 Mrd. Touristenankünfte weltweit



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: UNWTO Global Tourism Dashboard Regional Profile, letzte Aktualisierung: 14.09.2020, www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance, letzter Zugriff: 21.09.2020.

Unterwirft man die Bedeutung der Region Europa als Entsende- und Zielregion seit 2010 einer detaillierten Analyse, so stellt man Folgendes fest:

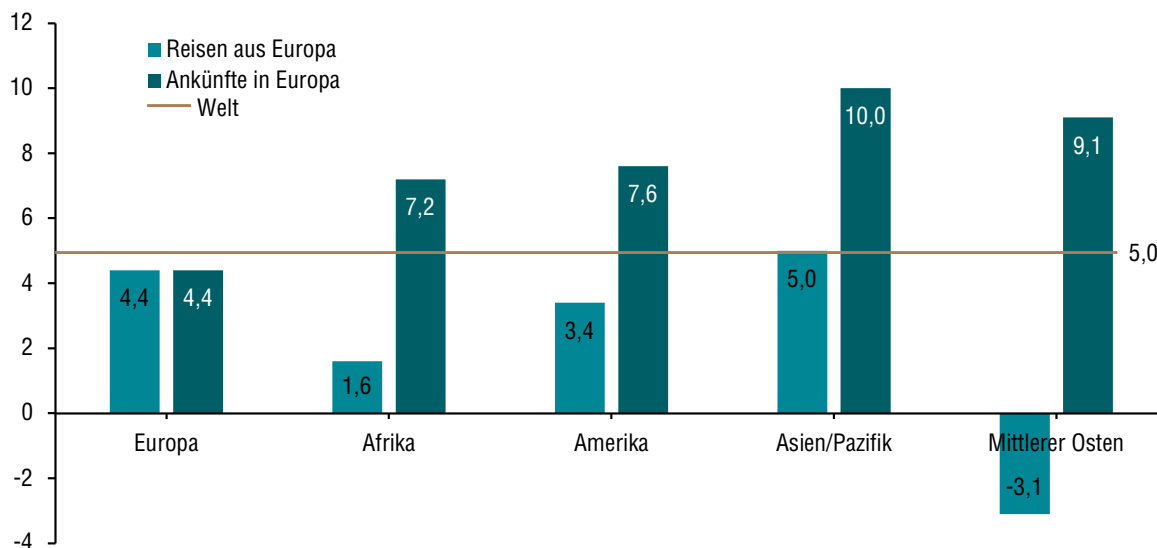
Europa stellt 2018 global die wichtigste Entsenderegion dar. 2010 betrug der Anteil der Ankünfte aus Europa ca. 51%. Allerdings sind Ankünfte aus Europa im Zeitraum 2010-2018 (sowohl intra- als auch interregional) unterdurchschnittlich gestiegen. So lag ihr Anteil 2018 nur noch bei ca. 48%.¹¹

Grafik 7 verdeutlicht das unterdurchschnittliche Wachstum der Entsenderegion Europa im Vergleich zum globalen Wert von 5% in der Periode 2010-2018 anhand verschiedener Empfangsregionen. So stiegen die Ankünfte aus Europa in den Regionen Afrika und Amerika nur mit durchschnittlichen jährlichen Wachstumsraten von 1,6% bzw. 3,4%. Im Mittleren Osten sanken die Ankünfte aus Europa sogar um 3,1%. Nur in der Region Asien/Pazifik lag der Anstieg der Ankünfte aus Europa auf dem Durchschnittsniveau.

Europa stellt auch – wie oben bereits erwähnt – mit einem Anteil von ca. 51% die wichtigste Zielregion dar. Dieser Wert ist seit 2010 relativ stabil – d.h. der etablierte europäische Markt hat aufgehört, Marktanteile an aufstrebende Regionen zu verlieren. Wie Grafik 7 zeigt, profitiert Europa überdurchschnittlich von Ankünften aus anderen Regionen. So stiegen die Ankünfte aus Asien/Pazifik nach Europa mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 10% und die aus dem Mittleren Osten mit 9,1%. Auch die Werte aus Amerika (7,6%) und Afrika (7,2%) lagen über dem Durchschnitt.

Die internationalen Touristenankünfte erlauben bereits erste Rückschlüsse auf die Bedeutung des Tourismussektors in einzelnen Ländern bzw. Regionen. Darauf aufbauend soll in den beiden folgenden Abschnitten der Stellenwert des Tourismus als Wirtschaftsfaktor allgemein und für die Entwicklungs- und Schwellenländer im Besonderen untersucht werden.

Gr. 7: Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der Reisen aus Europa bzw. Ankünfte in Europa 2010-2018 (in %)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: UNWTO Global Tourism Dashboard Regional Profile, letzte Aktualisierung: 14.09.2020, www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance, letzter Zugriff: 21.09.2020.

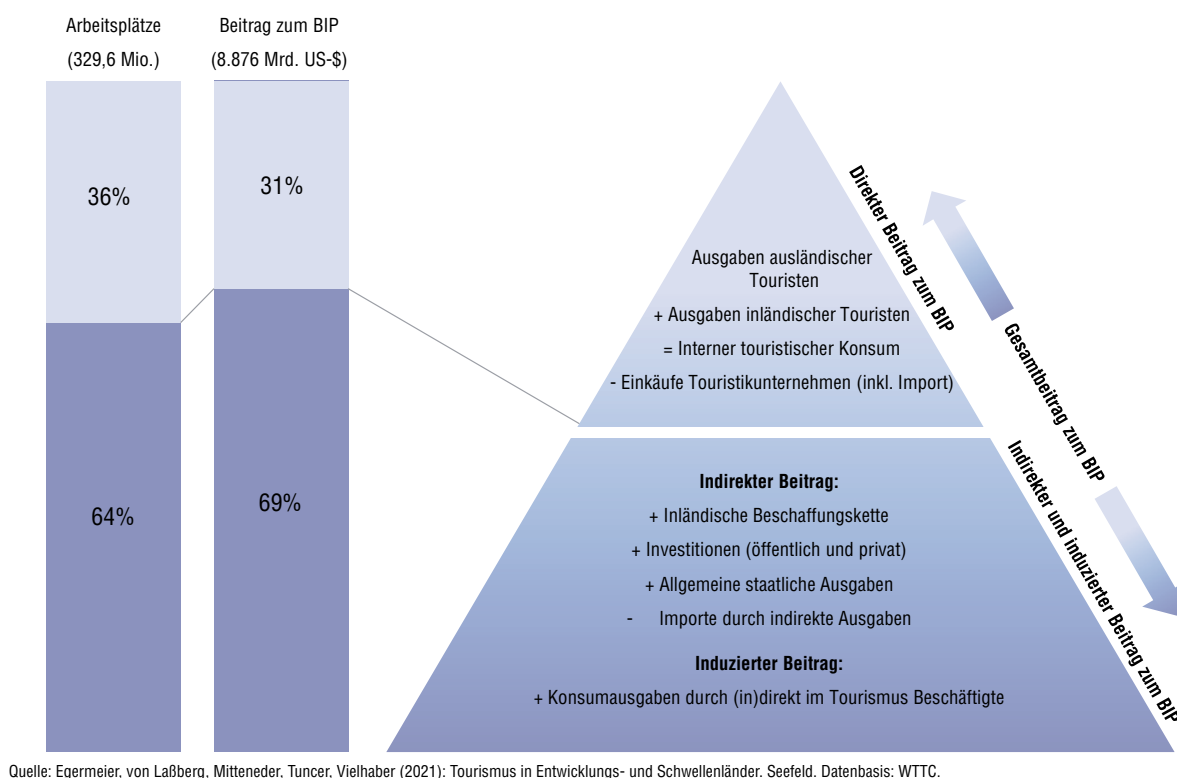
¹¹ Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2020 b): Global Tourism Dashboard Regional Profile. URL: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>, letzter Zugriff: 21.09.2020.



1.2 Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus kann man am Anteil der Erwerbstätigen im Tourismus und an dessen Anteil am Bruttoinlandsprodukt (BIP) eines Landes beurteilen (siehe Grafik 8; hier einschließlich Inlandstourismus). Darüber hinaus gehören die aus dem internationalen Tourismus generierten Exporterlöse¹² und deren Anteil an den Gesamtexporten eines Landes insbesondere für die Entwicklungs- und Schwellenländer zu den wichtigen Indikatoren für die Bestimmung der ökonomischen Bedeutung des Tourismus.

Gr. 8: Weltweite wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus 2019 (in %; hier einschließlich Inlandstourismus)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: WTTC.

Tabelle 2 zeigt, dass nach Angaben des World Travel & Tourism Council (WTTC) 2019 weltweit etwa 120 Millionen Erwerbstätige unmittelbar mit der Produktion der touristisch nachgefragten Güter und Dienstleistungen befasst waren, das sind 3,8% der weltweiten Gesamtbeschäftigung. Einschließlich der indirekten und induzierten Effekte entfielen im Jahr 2019 weltweit knapp 330 Mio. Arbeitsplätze auf den Tourismus. Der entsprechende Anteil von 10,4% an der weltweiten Gesamtbeschäftigung verdeutlicht, dass die Tourismuswirtschaft eine sehr beschäftigungsintensive Branche ist. So war 2019 etwa jeder zehnte Arbeitsplatz mit Tourismus verbunden, und im Zeitraum von 2014 bis 2019 wurde einer von vier neuen Nettoarbeitsplätzen durch den Tourismus geschaffen.¹³

Der direkte Beitrag des Tourismussektors zum globalen Bruttoinlandsprodukt (BIP) beläuft sich nach Angaben des WTTC für das Jahr 2019 auf 2.767 Mrd. US-\$. Das entspricht 3,2% des globalen BIP. Betrachtet man auch die indirekten und induzierten Wertschöpfungsketten, so ergibt sich ein Wert von 8.876 Mrd. US-\$ bzw. ein Anteil von 10,3% des globalen BIP für das Jahr 2019.¹⁴ Damit ist der Gesamtbeitrag des Tourismussektors zur weltweiten Gesamtwertschöpfung dreimal so hoch wie sein direkter Beitrag. Die Wachstumsrate des Tourismussektors betrug 2019 3,5% und liegt seit 2011 über der Wachstumsrate der globalen Gesamtwirtschaft.¹⁵

¹² Die Einnahmen aus dem internationalen Tourismus stellen für das Empfängerland Exporterlöse dar, da für die Bezahlung von touristischen Dienstleistungen Mittel aus dem Ausland ins Inland fließen.

¹³ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2020): URL: <https://tool.wttc.org/>, letzter Zugriff: 21.09.2020.

¹⁴ Die globale Betrachtung muss allerdings regional/länderspezifisch differenziert werden: Die USA, China, Japan, Deutschland und Italien waren 2019 die fünf wichtigsten Märkte, auf die zusammen 49% des weltweiten BIP für Reisen und Tourismus entfielen.

¹⁵ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2020): a.a.O.

Tab. 2: Weltweite wirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche (Beitrag zur Beschäftigung, Beitrag zum BIP; hier einschließlich Inlandtourismus)

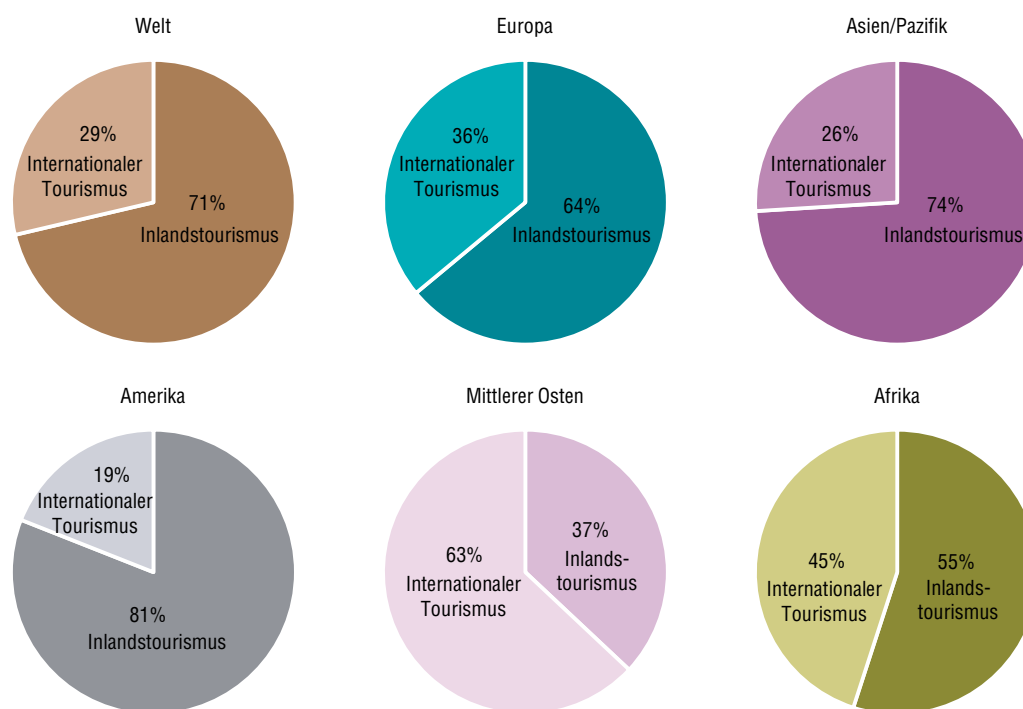
	Beitrag zur Beschäftigung		Beitrag zum BIP	
	in Mio.	in %	in Mrd. US-\$	in %
2000				
direkt	83.793	3,3	1.733,30	3,5
gesamt	249.048	9,9	5.388,40	10,5
2010				
direkt	93.272	3,2	1.909,80	2,9
gesamt	262.808	9,1	6.101,30	9,1
2019				
direkt	119.223	3,8	2.766,74	3,2
gesamt	329.578	10,4	8.875,50	10,3

Alle Angaben in festen Preisen und entsprechend den Wechselkursen 2019.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld.
Datenbasis: WTTC (2020): Travel & Tourism – Economic Impact 2020.

Der größte Teil der **Tourismusaussgaben** stammte 2019 global betrachtet vom Inlandtourismus (d.h. von Gebietsinländern) (71%), während nur 29% aus grenzüberschreitenden Ankünften resultierten.¹⁶ Wie aus der Grafik 9 hervorgeht, kommt dem Inlandtourismus in den Regionen Amerika, Asien/Pazifik eine überproportionale Bedeutung zu (81% und 74%). In den Regionen Europa und Afrika ist er weniger stark ausgeprägt (64% und 55%). Nur in der Region Mittlerer Osten liegt er unter dem des Auslandstourismus (37%).

Gr. 9: Anteil des Inlandtourismus und des internationalen Tourismus an den Tourismusaussgaben 2019



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld.
Datenbasis: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>.

¹⁶ Der Anteil des Inlandtourismus an den Tourismusaussgaben übertrifft den des internationalen Tourismus. Beispielsweise betrug der Anteil des Inlandtourismus 2019 in Brasilien über 90%, in China, Deutschland, Mexiko, den USA, Indien und Großbritannien über 80%, in Italien über 70% und in Frankreich über 60%, während er in Spanien und der Türkei unter 50% und in Thailand unter 30% lag. Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2021): URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>, letzter Zugriff: 14.06.2021



Im Jahr 2019 lagen die **Einnahmen aus dem internationalen Tourismus** laut UNWTO bei knapp 1.500 Mrd. US-\$ (vgl. Tabelle 3 – 1.487 Mrd. US-\$). Die Region **Europa** erwirtschaftete 2019 mit etwa 578 Mrd. US-\$ den größten Anteil an Einnahmen aus dem internationalen Tourismus (entspricht 39%). Obwohl Europas Anteil an Ankünften im Zeitraum 2010-2019 auf dem gleichen Niveau (etwa 51%) geblieben ist, reduzierte sich der Anteil Europas an den Einnahmen aus dem internationalen Tourismus gemessen in US-\$ (auch aufgrund von Wechselkurseffekten) von ca. 44% auf ca. 39%.

In der Region **Asien/Pazifik** wurde 2019 mit 445 Mrd. US-\$ fast ein Drittel aller Einnahmen erwirtschaftet (entspricht 30%). Seit 2009 nimmt sie vor der Region Amerika den zweiten Rang ein. Wie bei den Ankünften verzeichnete die Region Asien/Pazifik seit 2010 auch bei den Einnahmen überdurchschnittliche Wachstumsraten und konnte ihre Einnahmen von ca. 254 Mrd. US-\$ auf 445 Mrd. US-\$ steigern. Ihr Anteil erhöhte sich damit um etwa 4 Prozentpunkte (PP) – fast ausschließlich waren dafür mit 3 bzw. 1 PP die Subregionen Südostasien und Südasien verantwortlich (tabellarisch nicht dargestellt).

Die Region **Amerika** kam 2019 mit etwa 344 Mrd. US-\$ Einnahmen auf einen Anteil von ca. 23% und nahm damit den dritten Rang ein. Die Region konnte bei geringfügig rückläufigem Anteil an Ankünften (von 15,8% auf 15,1%) ihren Anteil an Einnahmen zwischen 2010 und 2019 um einen PP steigern (von 22% auf 23%).

Die Region **Afrika** erreichte im selben Jahr mit etwa 39 Mrd. US-\$ Einnahmen aus dem internationalen Tourismus einen Anteil von lediglich 3%. Zwischen 2010 und 2019 konnte die Region ihre internationalen Tourismuseinnahmen lediglich von 30 Mrd. US-\$ auf 39. Mrd. US-\$ steigern, obwohl sie in der Dekade 2000-2010 mit einer Steigerung von 10 Mrd. US-\$ auf 30 Mrd. US-\$ ihren Anteil um einen PP erhöhen konnte.

Die Region **Mittlerer Osten** erwirtschaftete 2019 81 Mrd. US-\$. Ihr Anteil lag bei 5%. Verglichen mit den internationalen Tourismuseinnahmen im Jahr 2010 von nur 52 Mrd. US-\$ bei einem Anteil von 5% wird deutlich, dass die Region ihre Einnahmen (trotz leichten Rückgangs ihres Anteils bei den Ankünften) stabil halten konnte. Allerdings gelang es ihr nicht – wie auch der Region Afrika – bei der Steigerung ihres Anteils an Deviseneinnahmen an die starke Dynamik der Dekade 2000-2010 (Anstieg von 3% auf 5%) anzuknüpfen.

Tab. 3: Einnahmen aus internationalem Tourismus 1980-2019

	1980		1990		2000		2010		2019	
	in Mrd. US-\$	in %	in Mrd. US-\$	in %	in Mrd. US-\$	in %	in Mrd. US-\$	in %	in Mrd. US-\$	in %
Welt	104	100	271	100	496	100	981	100	1.487	100
Europa	61	59	142	52	234	47	429	44	578	39
Amerika	25	24	77	28	149	30	215	22	344	23
Asien und Pazifik	10	10	41	15	86	17	254	26	445	30
Afrika	3	3	6	2	10	2	30	3	39	3
Mittlerer Osten	4	3	5	2	17	3	52	5	81	5

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: UNWTO, unwto.org/global-and-regional-performance, Last Update: 17.12.2020, Letzter Zugriff: 05.01.2021.

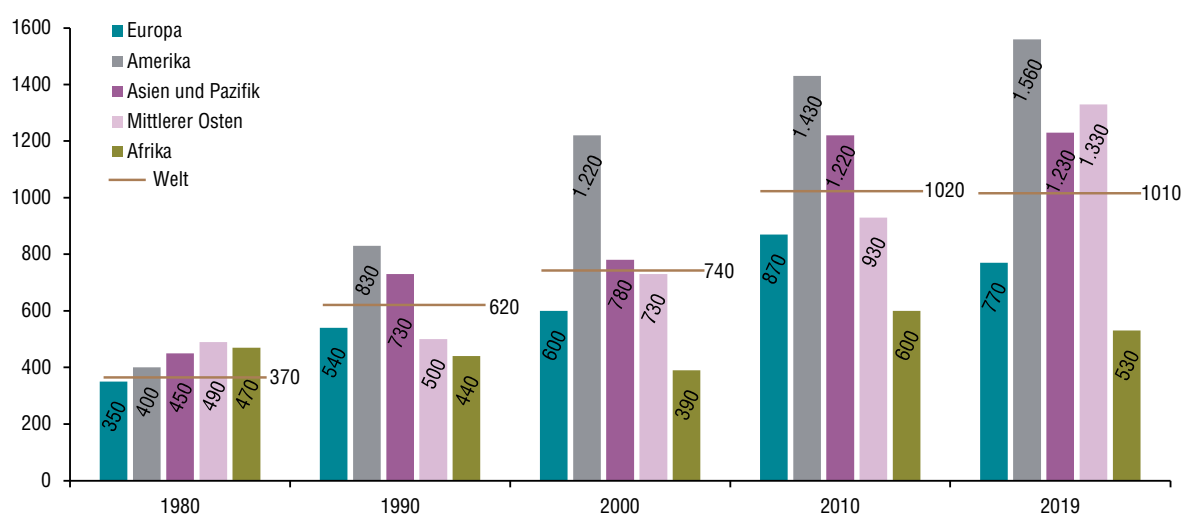
Grafik 10 zeigt die historische Entwicklung der **internationalen Tourismuseinnahmen pro Ankunft** in den fünf UNWTO-Regionen. Es wird deutlich, dass in allen Regionen – bis auf Afrika – zwischen 1980 und 2010, parallel zu den bereits dargestellten Steigerungen der Touristenankünfte (Grafik 2) und der Einnahmen aus dem Tourismus (Tabelle 4), auch die **Einnahmen pro Ankunft** kontinuierlich und teilweise signifikant gestiegen sind.

Bei den Regionen **Asien/Pazifik, Amerika und Mittlerer Osten** setzte sich der positive Trend sogar bis 2019 fort. So erwirtschafteten diese drei Regionen 2019 deutlich über dem globalen Durchschnitt liegende Einnahmen pro Ankunft.

Die Region **Europa** zeigte zum ersten Mal in der Dekade nach 2010 einen Rückgang bei den Einnahmen pro Ankunft von 870 US-\$ auf 770 US-\$, was sich in dem hohen Rückgang des Anteils Europas an den Gesamteinnahmen aus dem internationalen Tourismus widerspiegelt (Tabelle 3).

Die Region **Afrika** konnte hingegen nicht signifikant von der positiven globalen Entwicklung des Sektors profitieren. Nachdem die dortigen Einnahmen pro Ankunft 1980 noch mit 470 US-\$ an zweithöchster Stelle lagen, sanken diese 1990 auf 440 US-\$ und im Jahr 2000 auf 390 US-\$. Damit waren sie mit hohem Abstand zu den anderen Regionen auf die letzte Stelle gerutscht. In dieser Phase wurde die Region Afrika regelrecht vom Trend abgekoppelt. Zwar konnte die Region bis 2010 die Einnahmen pro Ankunft bis auf 600 US-\$ steigern, dieser positive Trend setzte sich allerdings nicht fort. Die Region erreichte 2019 lediglich Einnahmen pro Ankunft in der Höhe von 530 US-\$, – und damit weniger als die Hälfte des Betrags der Regionen Asien/Pazifik sowie Mittlerer Osten und etwa ein Drittel der Einnahmen der Region Amerika.

Gr. 10: Veränderung der internationalen Tourismuseinnahmen pro Ankunft 1980-2019 (in US-\$)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: UNWTO Global Tourism Dashboard Regional Profile, letzte Aktualisierung: 14.09.2020, [www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance](https://unwto.org/global-and-regional-tourism-performance), letzter Zugriff: 18.10.2020.

Die Exporterlöse aus dem internationalen Tourismus beliefen sich 2019 auf 1.733 Mrd. US-\$. Diese Summe setzt sich zusammen aus den Einnahmen aus dem internationalen Tourismus, die 1.479 Mrd. US-\$ betrugen, und den Einnahmen aus dem internationalen Passagiertransport die sich auf 254 Mrd. US-\$ beliefen. Damit erhält der Tourismussektor einen Anteil von 7% an den weltweiten Gesamtexporten und 28% an den weltweiten Dienstleistungsexporten (grafisch nicht dargestellt).¹⁷ Nach den Angaben der UNWTO wuchsen zwischen 2012 und 2018, zum siebten Mal in Folge, die Gesamtexporterlöse aus dem internationalen Tourismus schneller als die Warenexporte.¹⁸

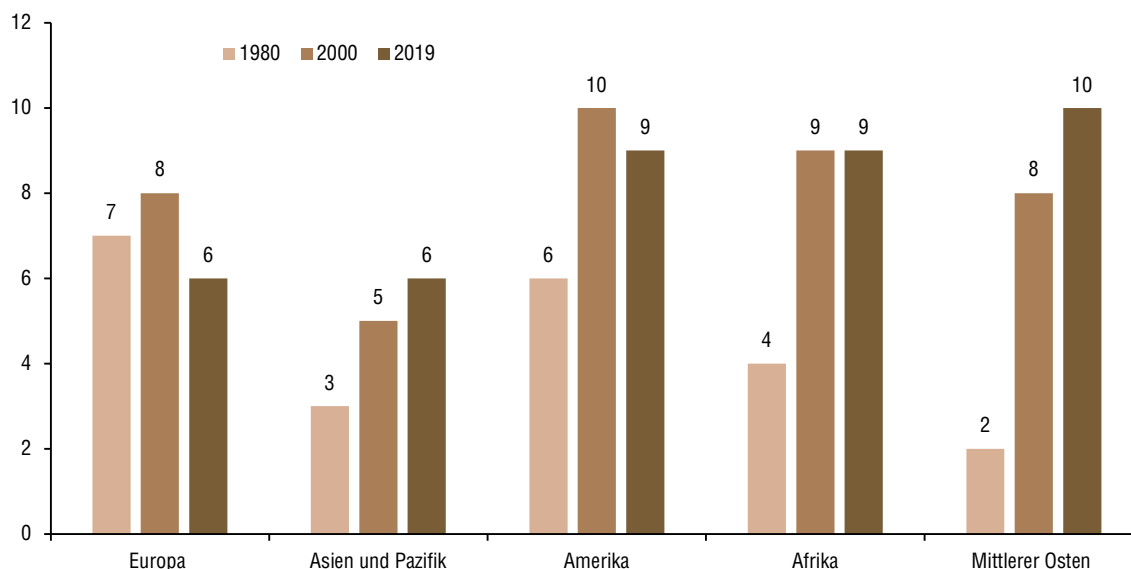
¹⁷ Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2020 a): Global Tourism Dashboard Regional Profile. URL: <https://unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>, letzter Zugriff: 17.10.2020

¹⁸ Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2019 c): a.a.O. Seite 8.



Wie Grafik 11 zeigt, ist der Anteil der **Exporterlöse aus dem internationalen Tourismus** an den Gesamtexporterlösen außer in der Region Europa in allen anderen Regionen seit 1980 stark gestiegen. Er betrug 2019 für die Region Mittlerer Osten 10% und für die Regionen Afrika und Amerika jeweils 9%. Dabei wird auch ersichtlich, dass die Bedeutung der Exporterlöse aus dem Tourismus im Zeitraum 1980-2000 besonders bei den Regionen, in denen sich viele der Entwicklungs- und Schwellenländer befinden, im Vergleich zu anderen Exporterlösen zugenommen hat.

Gr. 11: Anteil der Exporterlöse aus dem internationalen Tourismus an Gesamtexporten 1980-2019 (in%)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: UNWTO Global Tourism Dashboard Regional Profile, letzte Aktualisierung: 17.12.2020, www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance, letzter Zugriff: 20.02.2021.

1.3 Entwicklung und wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern

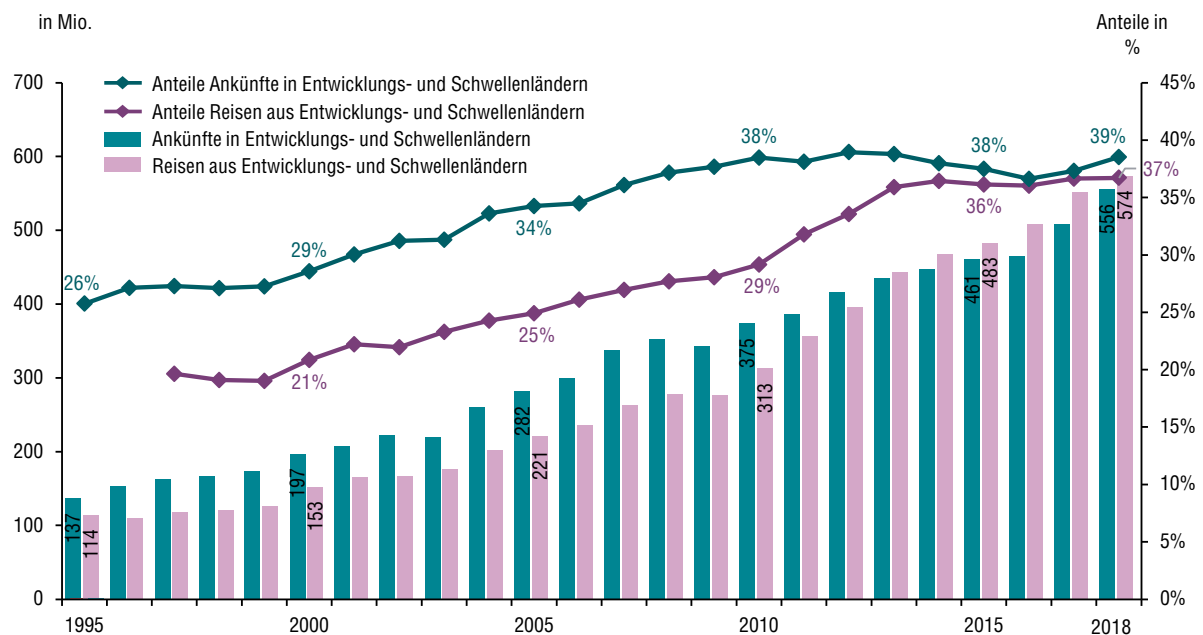
Wie die Betrachtung der internationalen Touristenankünfte nach Subregionen (siehe Grafik 4) bereits zeigte, ist seit den 1980er Jahren besonders bei den Ankünften im Globalen Süden ein sehr dynamisches Wachstum zu verzeichnen – trotz der unterschiedlichen (regionalen) Einbrüche seit dem 11. September 2001, dem Irak-Krieg, der Tsunami-Katastrophe im Dezember 2004 oder den politischen Umbrüchen in Nordafrika und einigen Ländern des Mittleren Ostens (seit Januar 2011).

In Grafik 12 ist die Entwicklung der internationalen Touristenankünfte (Incoming-Tourismus) in Entwicklungs- und Schwellenländern (EL/SL) sowie des Ausreisetourismus aus den EL/SL (Outgoing-Tourismus) seit 1995 bzw. 1997 bis 2018 dargestellt.¹⁹

Es wird deutlich, dass der Anteil der EL/SL an den internationalen Ankünften seit 1995 von 26% auf 38% im Jahr 2010 gestiegen ist. Dieses Wachstum resultiert nicht nur aus der Zunahme von Ankünften aus Industrieländern, sondern auch aus den Ankünften aus EL/SL selbst, die zunehmend zu Entsendemärkten geworden sind. Allerdings verharrte von 2010 bis 2018 der Anteil der internationalen Ankünfte in den EL/SL auf gleichbleibendem Niveau. Damit konnten die EL/SL ab 2010 ihren Marktanteil nicht mehr, wie von der UNWTO prognostiziert, weiter steigern.

Grafik 12 veranschaulicht ferner die wachsende Bedeutung der EL/SL als Entsendemärkte im internationalen Tourismus. So stieg der Anteil der Reisen aus den EL/SL von 1997 von 20% auf 29% 2010. Diese Wachstumsdynamik verstärkte sich ab 2010 sogar noch, und 2018 lag der Anteil bei 37%. Erstmals überstieg 2013 die Zahl von Auslandsreisen aus den EL/SL (Entsendemärkte) die Zahl der internationalen Touristenankünfte in dieser Ländergruppe (Ziellmärkte). Daraus ergab sich ein Trend in den folgenden Jahren.

Gr. 12: Internationale Touristenankünfte in und Reisen aus Entwicklungs- und Schwellenländern*



*Entwicklungs- und Schwellenländer hier: Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen (low & middle income economies) nach der Einstufung der Weltbank

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Worldbank, <https://www.worldbank.org/>, letzter Zugriff: 29.10.2020.

¹⁹ Die aggregierten Summen in diesem Unterkapitel wurden durch die Weltbank auf der Basis der Daten der UNWTO (Yearbook of Tourism Statistics, Compendium of Tourism Statistics and data files) gebildet. Vgl. The World Bank (2021 a): URL: <https://data.worldbank.org/>, letzter Zugriff: 14.06.2021. Zur Definition der Entwicklungs- und Schwellenländer siehe Fußnote 1.

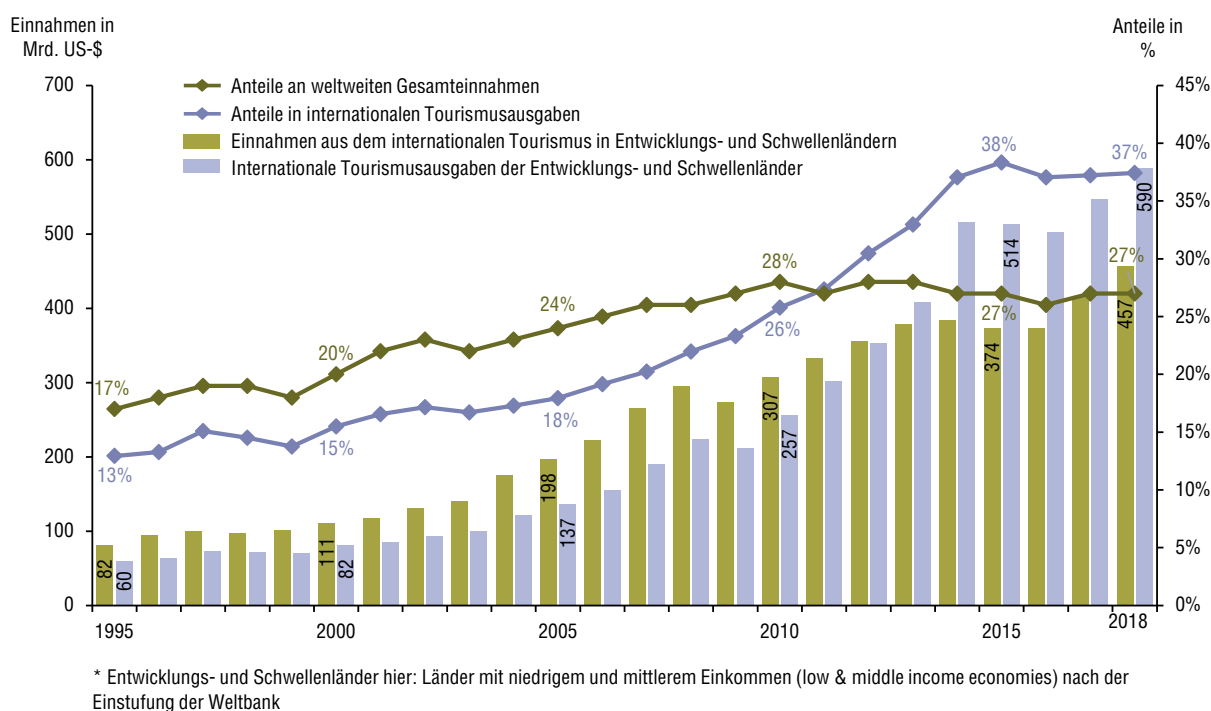


In Grafik 13 werden die Einnahmen der EL/SL aus dem internationalen Tourismus sowie die internationalen Tourismusaussgaben der EL/SL von 1995 bis 2018 dargestellt.²⁰ Betrachtet man die Entwicklung der Einnahmen, so stiegen sie von 82 Mrd. US-\$ im Jahr 1995 auf 307 Mrd. US-\$ in 2010. Ihr Anteil wuchs in dieser Periode von 17% auf 28%. Damit profitierten sie überdurchschnittlich vom Wachstum des internationalen Tourismus. Lediglich in den Jahren 1999 und 2003 kam es zu leichten Rückgängen um jeweils einen Prozentpunkt.

Zwischen 2010 und 2018 wuchsen die Einnahmen der EL/SL aus dem internationalen Tourismus zwar weiter auf 457 Mrd. US-\$ an, ihr Anteil blieb allerdings in etwa auf dem Niveau von 2010.

Wie Grafik 13 weiterhin zeigt, stiegen im Zeitraum von 1995 bis 2010 – fast parallel zu den Einnahmen – auch die internationalen Tourismusaussgaben der EL/SL kontinuierlich, von 60 Mrd. US-\$ auf 257 Mrd. US-\$ im Jahre 2010. Die Bedeutung der EL/SL als touristische Entsendemärkte nahm damit stetig zu. So wuchs ihr Anteil von 13% 1995 auf 26% 2010. Lediglich im Jahr 1999 kam es zu einem Rückgang von einem Prozentpunkt. Im Gegensatz zu ihrem seit 2010 stagnierenden Anteil an den internationalen Tourismuseinnahmen verzeichneten die internationalen Tourismusaussgaben der EL/SL von 2010 bis 2015 ein erhebliches Wachstum. Ihr Anteil an den internationalen Tourismusaussgaben stieg bis 2015 auf 38% an und hielt sich bis 2018 etwa auf diesem Niveau (2018: 37%). Seit 2013 liegen die Ausgaben der EL/SL für den internationalen Tourismus damit über ihren Einnahmen. Im Jahr 2018 erreichten die internationalen Tourismusaussgaben der EL/SL etwa 590 Mrd. US-\$ und übertrafen damit ihre Einnahmen aus dem internationalen Tourismus um 133 Mrd. US-\$. Zwischen 1995 und 2018, d.h. innerhalb von 23 Jahren, haben sich die Ausgaben der EL/SL für den internationalen Tourismus verzehnfacht, während ihre internationalen Tourismuseinnahmen im gleichen Zeitraum nur um das 5,5-fache gestiegen sind.

Gr. 13: Einnahmen und Ausgaben für internationalen Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern*



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Worldbank, <https://www.worldbank.org>, letzter Zugriff: 29.10.2020.

In der folgenden Analyse der Entwicklung des internationalen Tourismus in den EL/SL wird die Einteilung in Regionen der Weltbank zugrunde gelegt, da nur sie regional aggregierte Daten unter Ausschluss der Länder mit hohem Einkommen vorlegt (siehe Liste der Weltbank am Ende des Kapitels). In den regional aggregierten Daten der UNWTO sind Länder mit hohem Einkommen eingeschlossen, so dass eine EL/SL spezifische regionale Analyse nicht möglich ist.

²⁰ Hier: Internationale Tourismuseinnahmen einschließlich Einnahmen aus dem Passagiertransport bzw. internationale Tourismusaussgaben einschließlich Ausgaben für den Passagiertransport.

Tabelle 4 macht deutlich, dass 2018 lediglich bei den Regionen Europa und Zentralasien sowie Mittlerer Osten und Nordafrika der Anteil an internationalen Tourismuseinnahmen im Vergleich zum Anteil an den Ausgaben für Aus-landstourismus leicht überwiegt, während die Region Ostasien/Pazifik einen deutlich höheren Anteil an internationalen Tourismusaussgaben im Vergleich zu den Einnahmen aufweist.²¹ Diese Ländergruppe trägt mit einem Anteil von 22% zu den weltweiten Tourismusaussgaben bei, während sie nur einen Anteil von 10% an den internationalen Tourismuseinnahmen hat. Wie aus Tabelle 4 hervorgeht, besteht eine vorteilhafte Relation aus den Einnahmen und Ausgaben nur für die Länder mit höherem Einkommen. Diese hatten 2018 einen Anteil von 72% an den internationalen Tourismuseinnahmen, während sie nur 63% der internationalen Tourismusaussgaben trugen.

Tab. 4: Internationaler Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern* nach Regionen

	Ankünfte		Auslandsreisen		Einnahmen		Ausgaben	
	2018	Anteil	2018	Anteil	2018	Anteil	2018	Anteil
	in Mio.	in %	in Mio.	in %	in Mrd. US-\$	in %	in Mrd. US-\$	in %
Ostasien und Pazifik (ohne HIE**)	183,2	13%	207,8	13%	173,0	10%	339,6	22%
Europa und Zentralasien (ohne HIE)	143,5	10%	139,7	9%	84,2	5%	70,6	4%
Lateinamerika und Karibik (ohne HIE)	93,1	6%	62,0	4%	76,4	5%	71,7	5%
Südasien	26,7	2%	36,0	2%	39,9	2%	34,0	2%
Afrika südlich der Sahara (ohne HIE)	(17) 45,8	3%	k.A.	k.A.	32,7	2%	33,2	2%
Mittlerer Osten und Nordafrika (ohne HIE)	57,7	4%	k.A.	k.A.	49,9	3%	(17) 36,8	2%
Länder mit hohem Einkommen (High income economies, HIE)	879,7	61%	814,3	52%	1.192,7	72%	987,6	63%
Welt	1.442,0		1.563,6		1.649,3		1.575,0	

* Entwicklungs- und Schwellenländer hier: Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen (low & middle income economies) nach der Einstufung der Weltbank

** HIE: Länder mit hohem Einkommen (high income economies) nach der Einstufung der Weltbank
Angaben in Klammern: abweichende Jahresangaben

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Worldbank, <https://www.data.worldbank.org>, letzter Zugriff: 29.10.2020.

Grafik 14 zeigt die durchschnittlichen jährlichen **Wachstumsraten der internationalen Tourismusankünfte** in den EL/SL nach Regionen im Vergleich zur Gruppe der Länder mit hohem Einkommen sowie zur globalen Entwicklung in den Perioden 2000-2010 und 2010-2018. Dabei wird deutlich, dass im **Zeitraum 2000-2010** die EL/SL regional betrachtet insgesamt höhere durchschnittliche jährliche Wachstumsraten aufwiesen als die Länder mit hohem Einkommen (2%). Die EL/SL in den Regionen Ostasien/Pazifik, Europa und Zentralasien, Naher Osten und Nordafrika sowie Afrika südlich der Sahara wuchsen im Zeitraum 2000-2010 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 6% bis 8%. Nur die EL/SL in der Region Lateinamerika und Karibik zeigen eine relativ schwache Wachstumsdynamik mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 3%. Damit stellten die EL/SL in der Periode von 2000 bis 2010 den Motor der internationalen Tourismusentwicklung dar und konnten kräftig Marktanteile gewinnen.

Wie Grafik 14 ebenfalls verdeutlicht, nahm in der **Periode 2010-2018** die relative Stärke des Wachstums der internationalen Tourismusankünfte in den meisten EL/SL deutlich ab. Zum einen beschleunigte sich das Wachstum in den Ländern mit höherem Einkommen. So stieg ihre durchschnittliche jährliche Wachstumsrate in dieser Periode von 2% auf 5%. Zum anderen gingen die Wachstumsraten in den volumenstarken Regionen Ostasien/Pazifik sowie Europa und Zentralasien im Vergleich zur Periode 2000-2010 merklich zurück (von 7% auf 5% bzw. von 8% auf 5%) und lagen nur noch etwa beim Welt-Durchschnitt.²² In den EL/SL der Region Afrika südlich der Sahara hat sich die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate sogar mehr als halbiert (von 7% auf 3%) und sank in dieser Periode erheblich unter den des Welt-Durchschnitts. Damit konnten diese Länder vom starken Wachstum des internationalen Tourismus seit 2010 relativ wenig profitieren. Sie büßten Marktanteile ein. Lediglich die EL/SL in den

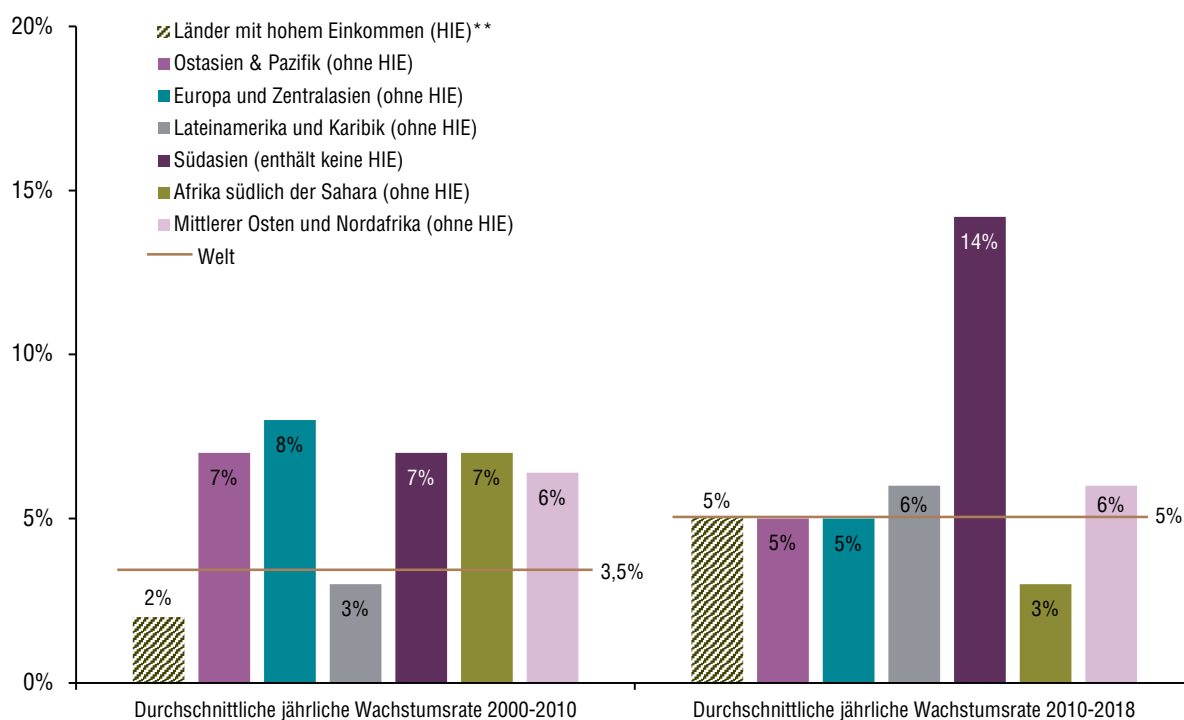
21 Hier: Internationale Tourismuseinnahmen einschließlich Einnahmen aus dem Passagiertransport bzw. internationale Tourismusaussgaben einschließlich Ausgaben für den Passagiertransport.

22 Das lag hauptsächlich daran, dass es in der Periode 2010-2018 in volumenstarken Destinationen in diesen beiden Regionen, nämlich in China und Russland, eine sehr unterdurchschnittliche Zunahme von Touristenankünften gab, bzw. ein starker Rückgang, wie im Fall der Ukraine (vgl. Tabelle 5).



Regionen Lateinamerika und Karibik sowie Südasien zeigten eine relative Stärke. Beide Regionen verzeichneten eine Verdopplung ihrer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate.

Gr. 14: Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der internationalen Touristenankünfte in Entwicklungs- und Schwellenländern* nach Regionen (in %)



* Entwicklungs- und Schwellenländer hier: Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen (low & middle income economies) nach der Einstufung der Weltbank

** HIE: Länder mit hohem Einkommen (high income economies) nach der Einstufung der Weltbank

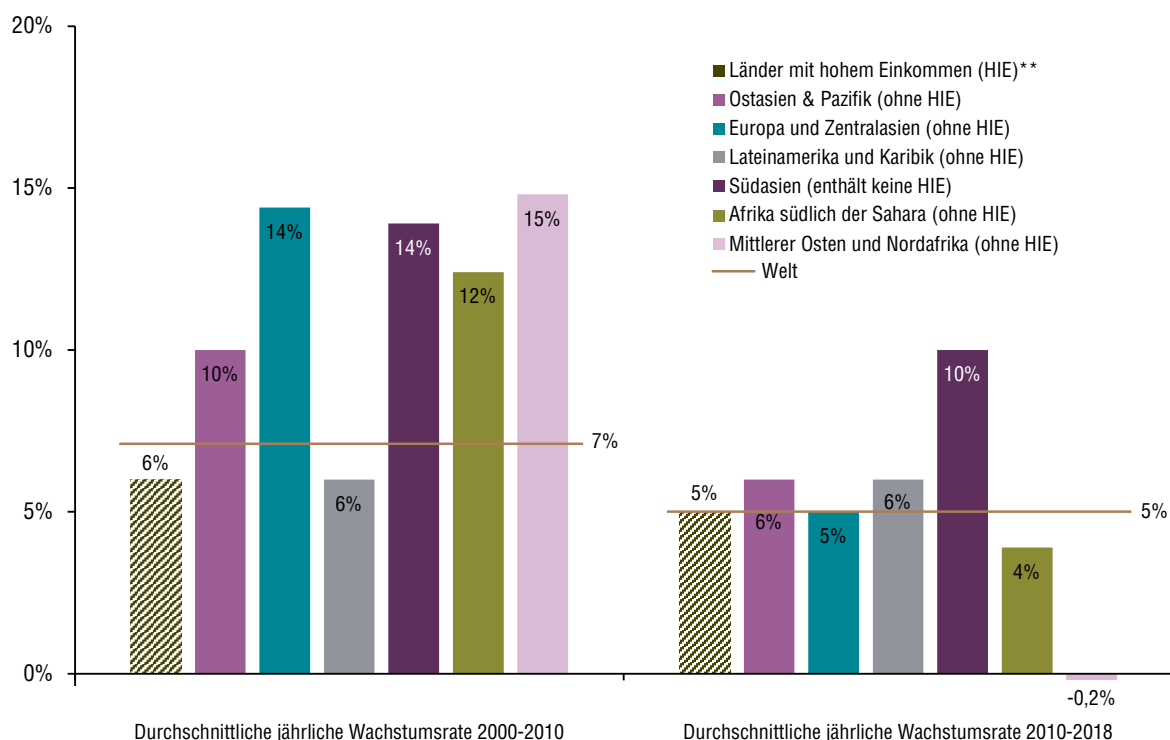
Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Worldbank, <https://www.data.worldbank.org>, letzter Zugriff: 29.10.2020.

Grafik 15 zeigt die **Wachstumsdynamik der Einnahmen aus dem internationalen Tourismus** unter Berücksichtigung der regionalen Eingruppierung der EL/SL durch die Weltbank in den Perioden 2000-2010 und 2010-2018.²³ Im **Zeitraum 2000-2010** lagen die durchschnittlichen jährlichen Wachstumsraten der internationalen Tourismuseinnahmen in allen regionalen EL/SL-Subgruppen außer Lateinamerika und Karibik in einer Spanne zwischen 10% bis 15%, während die Länder mit höherem Einkommen auf 6% kamen. Die EL/SL der Region Lateinamerika und Karibik weisen mit 6% im globalen Vergleich (7%) eine unterdurchschnittliche Wachstumsrate auf. Im Vergleich zu Grafik 14 zeigt Grafik 15, dass die Einnahmen aus dem internationalen Tourismus 2000-2010 in allen regionalen Subgruppen der EL/SL einen stärkeren Anstieg erlebten als die Zahl der internationalen Tourismusankünfte, d.h. die internationalen Tourismuseinnahmen pro Ankunft sind in dieser Dekade gestiegen.

In der **Periode 2010-2018** wird deutlich, dass alle regionalen Subgruppen der EL/SL unter einer stark nachlassenden Dynamik des Wachstums der Einnahmen litten, mit Ausnahme der Region Lateinamerika und Karibik. Trotz eines Rückgangs blieb die Wachstumsdynamik der Einnahmen in diesem Zeitraum nur in den EL/SL der Region Südasien mit einer jährlichen durchschnittlichen Wachstumsrate von 10% relativ stark. In den EL/SL der Regionen Lateinamerika und Karibik und Ostasien/Pazifik lag sie mit 6% leicht über dem (insgesamt niedrigeren) globalen Durchschnitt von 5%. Die regionalen Subgruppen Europa und Zentralasien sowie Afrika südlich der Sahara blieben hingegen mit Wachstumsraten von 5% und 4% sowohl hinter dem globalen Wert als auch hinter dem der Länder mit höherem Einkommen zurück (jeweils 5%). In der Subgruppe Mittlerer Osten und Nordafrika kam es in dieser Periode sogar zu einer negativen durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate der Einnahmen von -0,2%.

23 Hier: Internationale Tourismuseinnahmen einschließlich Einnahmen aus dem Passagiertransport.

Gr. 15: Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der Einnahmen aus internationalem Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern* nach Regionen (in %)



* Entwicklungs- und Schwellenländer hier: Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen (low & middle income economies) nach der Einstufung der Weltbank

** HIE: Länder mit hohem Einkommen (high income economies) nach der Einstufung der Weltbank

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Worldbank, <https://www.data.worldbank.org>, letzter Zugriff: 29.10.2020.

Aus einem Vergleich der Grafiken 14 und 15 folgt weiterhin, dass in der **Periode 2010-2018** die Wachstumsdynamik der internationalen Tourismusankünfte nur in den regionalen Subgruppen der EL/SL Ostasien/Pazifik und Afrika südlich der Sahara durch eine noch höhere Wachstumsrate der Einnahmen begleitet wurde. In der Subgruppe Lateinamerika und Karibik beträgt die entsprechende Wachstumsrate für die Ankünfte und Einnahmen gleichermaßen 6%. In allen übrigen regionalen Subgruppen schlug sich das Mengenwachstum nicht im gleichen Umfang im Wachstum der Einnahmen nieder. Im schlechtesten Fall stand einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate der Ankünfte von 6% in der Subgruppe Mittlerer Osten und Nordafrika die bereits erwähnte Verringerung der Einnahmen um durchschnittlich jährlich 0,2% gegenüber.

Betrachtet man in Grafik 16 hingegen die Ausgaben für den internationalen Tourismus im Zeitraum 2000-2010 nach Regionen, so weisen fast alle regionalen Subgruppen, für die aggregierte Daten existieren, eine signifikant überdurchschnittlich starke Wachstumsrate vor. Bei Ländern mit höherem Einkommen blieb sie mit 5% unter dem globalen Durchschnittswert von 7%.

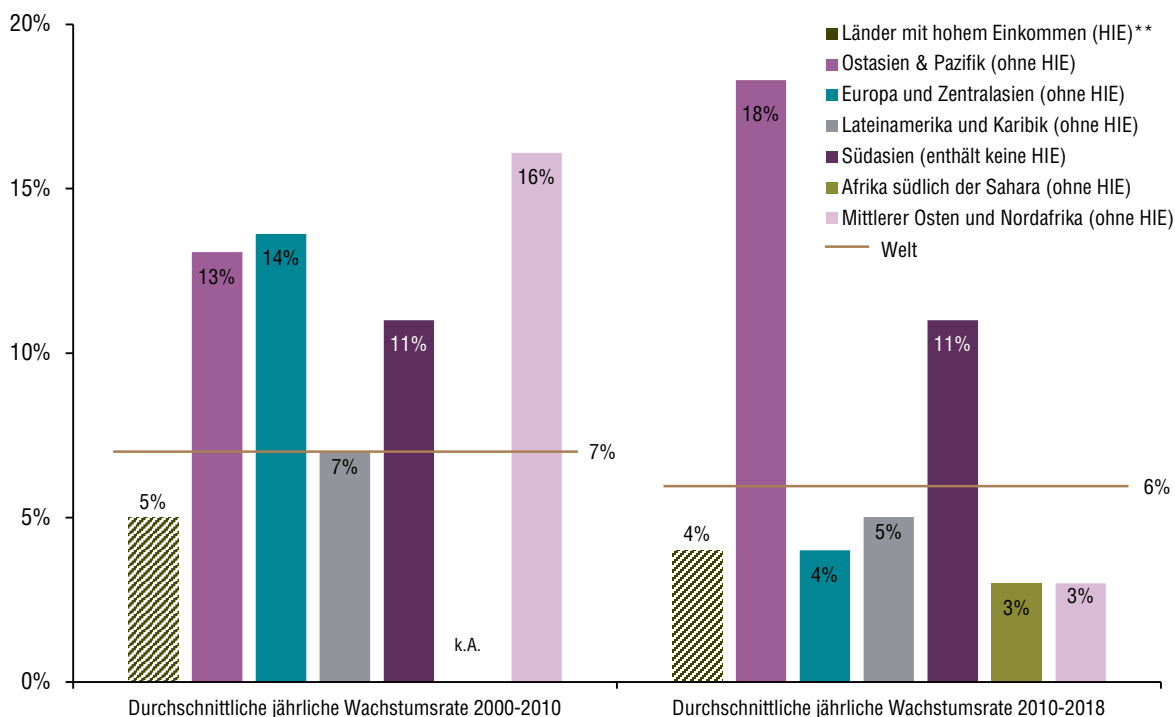
In der **Periode 2010-2018** nahm die Wachstumsdynamik der Tourismusausgaben in den meisten regionalen Subgruppen der EL/SL jedoch deutlich ab: In Europa und Zentralasien betrug die Wachstumsrate 4%, in Lateinamerika und Karibik 5%, in Afrika südlich der Sahara und in der Region Mittlerer Osten und Nordafrika jeweils 3%. In der Region Südasien stabilisierte sich die Ausgabendynamik auf hohem Niveau bei konstant 11%. Lediglich in den EL/SL der Region Ostasien/Pazifik legte die Ausgabendynamik zu. Die Ausgaben wuchsen dort mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 18%.

Ein besonders hoher Anteil dieser starken Wachstumsdynamik ist in der rasanten Entwicklung Chinas zum führenden touristischen Entsendemarkt begründet (grafisch nicht dargestellt): So stieg nicht nur die Zahl der Auslandsreisen aus China von 57,4 Mio. im Jahr 2010 auf 149,7 Mio. in 2018 und damit etwa auf das 2,5-fache, sondern es verdoppelten sich auch die Ausgaben pro Auslandsreise von 960 US-\$ in 2010 auf 1.850 US-\$ in 2018. Damit erhöhten sich die internationalen Tourismusausgaben Chinas zwischen 2010 und 2018 insgesamt von 54,9 Mrd.



US-\$ auf 277,3 Mrd. US-\$ und wuchsen innerhalb eines Zeitraums von weniger als einer Dekade um das Fünffache. China hatte bereits 2012 Deutschland und 2014 auch die USA bei den internationalen Tourismusausgaben überholt und war zum wichtigsten touristischen Entsendemarkt weltweit geworden (grafisch nicht dargestellt).

Gr. 16: Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der Ausgaben für internationalen Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern* nach Regionen (in %)



* Entwicklungs- und Schwellenländer hier: Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen (low & middle income economies) nach der Einstufung der Weltbank

** HIE: Länder mit hohem Einkommen (high income economies) nach der Einstufung der Weltbank

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Worldbank, <https://www.data.worldbank.org>, letzter Zugriff: 29.10.2020.

Vergleicht man die Wachstumsdynamik der internationalen Tourismuseinnahmen (Grafik 15) mit den Ausgaben (Grafik 16), so wird ersichtlich, dass die Ausgaben in den EL/SL der Regionen Ostasien/Pazifik sowie Mittlerer Osten und Nordafrika sowohl in der Periode 2000-2010 als auch in der Periode 2010-2018 schneller gestiegen sind als die Einnahmen. Dagegen lag bei den Ländern mit hohem Einkommen die Wachstumsrate der Einnahmen etwas höher als die der Ausgaben. Die Region Südasien besaß von 2000-2010 eine stärkere Dynamik der Einnahmen, von 2010-2018 dagegen eine stärkere Dynamik der Ausgaben. Nur die EL/SL der Regionen Lateinamerika und Karibik und Afrika südlich der Sahara zeigten in der Periode 2010-2018 geringfügig höhere Wachstumsraten bei den Einnahmen als bei den Ausgaben.

Betrachtet man innerhalb der Gruppe der EL/SL nun einzelne Länder, so haben 2019 von den insgesamt 134 EL/SL (Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen nach der aktuellen Liste der Weltbank, außer Bulgarien) 47 Länder – und damit etwa ein Drittel – sowohl mehr als 1 Mio. internationale Ankünfte registriert als auch mehr als 1 Mrd. US-\$ Einnahmen aus dem internationalen Tourismus erwirtschaftet (grafisch nicht dargestellt).

Tabelle 5 zeigt diese wichtigsten 47 touristischen Destinationen in den EL/SL-Regionen, die sich in den Jahren von 2010 bis 2019 durchaus unterschiedlich entwickelten:

In **Europa und Zentralasien** haben unter den aufgelisteten Ländern die südeuropäischen Länder, die Länder des Südkaukasus (insbesondere Georgien) und die zentralasiatischen Länder (insbesondere Usbekistan) sowohl bei den Ankünften als auch bei den internationalen Tourismuseinnahmen eine überdurchschnittliche Entwicklung registriert, während in Russland nur ein unterdurchschnittliches Wachstum und in der Ukraine sogar ein starker Rückgang in beiden Kategorien (insbesondere bei den internationalen Tourismuseinnahmen) verzeichnet wurde. Die etablierte Massendestination Türkei (mit 51,2 Mio. Ankünften und einem Anteil von 38% an dieser Region) konnte über die gesamte Periode betrachtet zwar eine im globalen Vergleich leicht über dem Durchschnitt liegende Wachstumsrate bei den internationalen Ankünften erreichen, allerdings wuchsen auch hier die Einnahmen aus dem internationalen Tourismus unterdurchschnittlich.

In der Region **Lateinamerika und Karibik** zeigte Mexiko, wo mit 45 Mio. internationalen Ankünften etwas weniger als die Hälfte aller Ankünfte dieser Region (96 Mio.) registriert wurde, eine robuste Wachstumsdynamik sowohl bei den Ankünften als auch bei den internationalen Tourismuseinnahmen. Auch Ecuador und Peru erreichten in beiden Kategorien überdurchschnittliche Wachstumsraten. Für Costa Rica, die Dominikanische Republik, El Salvador und Kolumbien gilt dasselbe nur in der Kategorie der internationalen Tourismuseinnahmen, wobei in der Kategorie der Ankünfte die Wachstumsdynamik eher im durchschnittlichen Bereich liegt (4% bzw. 6%). Kuba erlebte einen stärkeren Anstieg der internationalen Ankünfte als der Einnahmen. Das bevölkerungsreichste Land der Region Brasilien erzielte jedoch weder bei den internationalen Touristenankünften noch bei den internationalen Tourismuseinnahmen ein nennenswertes Wachstum. Auch Argentinien weist eine unterdurchschnittliche Entwicklung sowohl im regionalen als auch im globalen Vergleich auf.

In der Region **Afrika** entfallen etwa ein Viertel der internationalen Ankünfte und fast die Hälfte der Einnahmen aus dem internationalen Tourismus auf Südafrika. Das Land registrierte jedoch in der Periode 2010-2019 nur eine schwache Dynamik bei den Ankünften und eine rückläufige Entwicklung bei den Einnahmen. Ein im regionalen und globalen Vergleich starkes Wachstum in beiden Kategorien zeigen jedoch die Länder Uganda und Tansania. Überdurchschnittlich hohe Wachstumsraten bei den Einnahmen aus dem internationalen Tourismus erreichen auch die Länder Nigeria und Ghana, obwohl sie lediglich einen leichten Anstieg der Ankünfte registrierten.

In der Region **Ostasien/Pazifik** registriert China mit etwa 66 Mio. Ankünften etwa ein Drittel der internationalen Ankünfte in der Region (191 Mio.), erzielt jedoch nur etwa ein Fünftel der Einnahmen (36 Mrd. US-\$ vs. 165 Mrd. US-\$). Während China bei den Ankünften eher eine Stagnation und bei den Einnahmen einen Rückgang erlebte, profitierte Thailand in der Periode 2010-2019 überproportional von der starken Dynamik des internationalen Tourismus. Mit knapp 61 Mrd. US-\$ Einnahmen aus internationalem Tourismus steht Thailand nun weltweit an erster Stelle unter den EL/SL. Eine außerordentlich starke Dynamik mit jährlichen durchschnittlichen Wachstumsraten von 21% bei den Ankünften und 43% bei den Einnahmen erlebte – jedoch von einem niedrigen Niveau aus – Myanmar. Überproportional entwickelten sich in beiden Kategorien auch die Länder Vietnam, Indonesien, Philippinen und Kambodscha, während Malaysia auf hohem Niveau ein sehr geringes Wachstum der internationalen Ankünfte und Einnahmen registrierte.

In der Region **Südasiens** fallen alle wichtigen Destinationen, nämlich Indien, Sri Lanka und Malediven mit einer außerordentlich dynamischen Entwicklung ihrer internationalen Touristenankünfte und Einnahmen in der Periode 2010-2019 auf. Indien erlebte einen Anstieg der internationalen Touristenankünfte von etwa 6 Mio. auf 18 Mio. und damit eine Verdreifachung. Sri Lanka erreichte bei den Einnahmen aus internationalem Tourismus über die Gesamtperiode eine signifikant überdurchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 22%.

Im **Mittleren Osten und Nordafrika** weisen dagegen – außer Iran – alle Destinationen eine schwache Dynamik auf. Die wichtigste Destination der Region, Ägypten, erlebte sogar einen Rückgang der internationalen Ankünfte (von etwa 15 Mio. auf 13 Mio.).

Ein wichtiger Indikator für den Stellenwert der **internationalen Tourismuseinnahmen** eines Landes ist deren Größe in **Relation zum Bruttoinlandsprodukt** bzw. deren **Anteil am Export von Gütern und Dienstleistungen**. Wenn es um die positiven Wirkungen von Tourismusentwicklung geht, sind „Tourismus induzierte Deviseneinnahmen“ immer ein Hauptargument. Diese sind umso wichtiger, je weniger Deviseneinnahmen ein Land über den Export



aus anderen Wirtschaftszweigen oder Branchen erzielen kann. Gleichzeitig ist die Höhe der Einnahmen aus dem Tourismus im Vergleich zum BIP ein Indikator für die wirtschaftliche Diversifizierung eines Landes: Je höher die Einnahmen sind, desto größer ist die Abhängigkeit von diesem Wirtschaftssektor bzw. von internationalen Touristenankünften. Bei einem Rückgang der Einnahmen – sei es durch politische Umbrüche, terroristische Anschläge, Naturkatastrophen oder Seuchen – beeinträchtigen sie entsprechend die sozioökonomische Situation eines Landes weniger oder mehr.

Wie Tabelle 5 zeigt, kommt den Einnahmen aus dem internationalen Tourismus²⁴ (dargestellt in % des BIP) in der Region **Europa und Zentralasien** vor allem in Albanien (16%), Montenegro (23%) sowie in Georgien (20%) und Armenien (11%) eine sehr hohe Bedeutung zu. Auch in der Türkei liegt diese Quote mit etwa 6% relativ hoch. In der Region **Lateinamerika und Karibik** ist dieser Anteil besonders in den kleinen Inselstaaten in der Karibik wie Jamaika (20%) und der Dominikanischen Republik (8%), aber auch in einigen mittelamerikanischen Ländern wie Costa Rica (7%) und El Salvador (6%) hoch. In Mexiko machen die Tourismuseinnahmen dagegen nur etwa 2% des BIPs aus – in Argentinien und Brasilien ist ihre Bedeutung noch geringer. In **Afrika** liegen die internationalen Tourismuseinnahmen in Relation zum BIP unter den betrachteten Destinationen zwischen 4% in Tansania und <1% in Nigeria. In der Region **Ostasien** weisen vor allem Kambodscha (20%) und Thailand (12%) eine besonders hohe Quote auf. In China machen sie dagegen weniger als 1% des BIP aus. Unter den etablierten Destinationen in **Südasiens** weist der kleine Inselstaat Malediven mit 55% einen extrem hohen Wert auf, bei Sri Lanka liegt die Quote bei 5,6%. In der Region **Mittlerer Osten und Nordafrika** ist der Anteil der internationalen Tourismuseinnahmen in Relation zum BIP besonders hoch im Libanon (16%), Jordanien (15%), Marokko (8%) und Tunesien (7%). In Ägypten liegt er bei 5%.

Ein Blick auf die **Anteile der Tourismuseinnahmen an den Gesamtexporteinnahmen** zeigt, dass diese bei den Inselstaaten in der Karibik wie Jamaika (54%), der Dominikanischen Republik (36%) und den Malediven (83%), aber auch in Montenegro (54%), in Libanon (43%), Georgien (42%), Albanien (38%), Jordanien (36%) und Armenien (31%) besonders hoch sind. Hohe Werte weisen auch die Länder Ägypten (26%), Marokko (21%), Sri Lanka (24%), Kambodscha (26%), Tansania (29%) und Uganda (27%) auf. In Thailand und der Türkei liegt der Anteil der Tourismuseinnahmen an den Exporteinnahmen mit 20% bzw. 17% auch relativ hoch. Dagegen verfügen in Lateinamerika Brasilien (2%), Mexiko (5%) und Argentinien (7%) über einen niedrigen Anteil der Tourismuseinnahmen an den Exporterlösen. In diesen Ländern werden die Exporteinnahmen vor allem über den Export von Sachgütern (Bodenschätze, landwirtschaftliche Produkte) erzielt. Trotz ihrer starken Position als Zielländer für den internationalen Tourismus spielen Tourismuseinnahmen als Quelle von Exporterlösen für China (1%) und Indien (6%) ebenfalls eine untergeordnete Rolle.

Schließlich ist in der rechten Spalte von Tabelle 5 dargestellt, in welchem **Verhältnis** die **Einnahmen** aus internationalem Tourismus zu den **Ausgaben** für Outgoing-Tourismus stehen. Bei den meisten hier aufgelisteten Ländern liegt dieser Wert über 100%, d.h. es werden in einem Land mehr Deviseneinnahmen durch internationale Touristenankünfte erzielt als Devisenausgaben für internationale Reisen der eigenen Bevölkerung getätigt werden. Sehr hohe Werte ergeben sich dabei unter den führenden Destinationen wie der Türkei (864%, d.h. die Einnahmen erreichen fast das 9-fache der Ausgaben) und Thailand (386%). Extrem hohe Werte weisen Montenegro (1.772%), Myanmar (1.169%), Kenia (899%), Malediven (755%), die Dominikanische Republik (690%), Jamaika (616%) und Kambodscha (458%) sowie Jordanien (417%) auf. Bei weiteren Destinationen, wie z.B. Georgien im Kaukasus, Ägypten, Marokko, Tunesien, Jordanien, Tansania und Uganda ergeben sich hohe Werte zwischen 300% und 400%. Dagegen sind die Werte bei bevölkerungsstarken EL/SL wie den Philippinen (89%), Brasilien (29%), Russland (44%), China (14%) und Nigeria (9%) niedrig bis extrem niedrig – d.h. diese Länder geben wesentlich mehr für internationale Reisen ihrer Einwohner aus als sie Einnahmen aus dem internationalen Incoming-Tourismus erzielen.

24 Hier: Internationale Tourismuseinnahmen einschließlich Einnahmen aus dem Passagiertransport.

Tab. 5: Tourismus als Wirtschaftsfaktor in Entwicklungs- und Schwellenländern 2019

Serie*		Ausgewählte Entwicklungs- und Schwellenländer (EL und SL)**	2019 Internationale Touristenankünfte			Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate 2010-2019***	Internationale Tourismuseinnahmen 2019			Internationale Tourismuseinnahmen 2010	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate 2010-2019***	Anteil der Tourismuseinnahmen am Export****	Internationale Tourismuseinnahmen im Vergleich zum BIP****	Verhältnis Einnahmen zu Ausgaben aus internationalem Tourismus****
			in Mio.	in Mio.	in %		in Mrd. US-\$	in Mrd. US-\$	in %					
Europa und Zentralasien														
TF	Türkei		51,2	31,4	6		29,8	22,6	3		17		5,6	864
VF	Russische Föderation		24,4	22,3	1		11,0	8,8	3		4		1	44
TF	Ukraine	(18)	14,2	21,2	-4		1,6	3,8	-9		4		1,7	29
TF	Albanien		5,9	2,2	12		2,3	1,6	4		38		16,1	133
TF	Georgien		5,1	1,1	19		3,3	0,7	19		42		20,0	316
VF	Usbekistan		6,7	1,0	24		1,5	0,1	35		9		2,9	61
TF	Kasachstan	(14)	4,6	3,0	5		2,5	1,0	11		4		1,6	99
TF	Aserbaidschen		2,9	1,3	9		1,8	0,7	11		8		4,2	109
TF	Montenegro		2,5	1,1	10		1,2	0,7	6		54		23,2	1.772
TCE	Armenien		1,9	0,7	12		1,5	0,6	11		31		11,4	101
TCE	Serbien		1,8	0,7	11		1,6	0,8	8		7		3,9	100
TCE	Bosnien und Herzegowina		1,2	0,4	13		1,2	0,6	8		14		5,9	318
Σ EL/ SL dieser Region (ohne Bulgarien)			133,8	88,6	5		61,6	43,0	4					
Lateinamerika und Karibik														
TF	Mexiko		45,0	23,3	8		24,6	12,0	8		5		2,1	211
TF	Argentinien		7,4	5,3	4		5,2	4,9	1		7		1,3	58
TF	Dominikanische Republik		6,4	4,1	5		7,5	4,2	7		36		8,4	690
TF	Brasilien		6,4	5,2	2		6,0	5,3	1		2		0,3	29
TF	Kuba		4,3	2,5	6	(18)	2,9	2,2	3	(18)	20		k.A.	k.A.
TF	Peru		4,4	2,3	7		3,8	2,0	7		9	(18)	2,2	(18) 143
TF	Kolumbien		4,2	2,4	6		5,7	2,8	8		14		2,1	118
TF	Costa Rica		3,1	2,1	4		4,0	2,2	7		19		6,6	295
TF	Jamaika		2,7	1,9	4	(18)	3,1	2,0	5	(18)	54	(18)	19,9	(18) 616
VF	Ecuador		2,1	1,0	9		2,3	0,8	12		9		2,1	139
TF	El Salvador		1,8	1,1	6		1,3	0,4	14		18		6,2	310
TF	Guatemala		1,8	1,1	6		1,2	1,1	1		8		1,6	109
Σ EL/SL dieser Region			95,9	57,4	6		72,3	43,9	6					
Afrika														
TF	Südafrika		10,2	8,1	3		8,4	9,1	-1		9		2,6	155
TF	Kenia	(18)	1,9	1,5	3	(18)	1,1	0,8	4	(18)	9		1,8	899
TF	Nigeria	(16)	1,9	1,6	3		1,4	0,6	10		2		0,3	9
TF	Uganda	(18)	1,5	0,9	7		1,5	0,8	7		27		3,5	331
TF	Tansania	(18)	1,4	0,8	7		2,6	1,3	8		29	(18)	4,3	301
TF	Ghana		1,1	0,9	2		1,4	0,6	10		6	(18)	1,5	(18) 75
Σ EL/ SL dieser Region			40,4	29,5	4		17,7	14,1	3					



Tab. 5 Fortsetzung: Tourismus als Wirtschaftsfaktor in Entwicklungs- und Schwellenländern 2019

Serie*		Ausgewählte Entwicklungs- und Schwellenländer (EL und SL)**		2019 Internationale Touristenankünfte			2010 Internationale Touristenankünfte			Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate 2010-2019***			Internationale Tourismuseinnahmen 2019			Internationale Tourismuseinnahmen 2010			Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate 2010-2019***			Anteil der Tourismus-einnahmen am Export****		Internationale Tourismuseinnahmen im Vergleich zum BIP****		Verhältnis Einnahmen zu Ausgaben aus internationalem Tourismus****	
				in Mio.	in Mio.	in %	in Mrd. US-\$	in Mrd. US-\$	in %	in %	in %	in %	in %	in %	in %	in %	in %										
Ostasien und Pazifik																											
TF	China	65,7	55,7	2	35,8	45,8	-3	1	0,2	14																	
TF	Thailand	39,8	15,9	11	60,5	20,1	13	20	12,1	386																	
TF	Malaysia	26,1	24,6	1	19,8	18,1	1	7	(18) 6,1	(18) 164																	
VF	Vietnam	18,0	5,0	15	11,8	4,5	11	4	4,5	192																	
VF/TF	Indonesien	15,5	7,0	9	16,9	7,0	10	9	1,6	127																	
TF	Philippinen	8,3	3,5	10	9,8	2,6	16	10	3,0	89																	
TF	Kambodscha	6,6	2,5	11	4,8	1,5	14	26	19,6	458																	
TF	Myanmar	4,4	0,8	21	2,5	0,1	43	10	3,3	1.169																	
Σ EL/ SL dieser Region		191,0	118,1	5	165,0	101,2	6																				
Südasiens																											
TF	Indien	17,9	5,8	13	30,7	14,5	9	6	1,1	111																	
TF	Sri Lanka	1,9	0,7	12	3,6	0,6	22	24	5,6	191																	
TF	Malediven	1,7	0,8	9	3,1	1,7	7	83	55,3	755																	
Σ EL/ SL dieser Region		23,3	8,9	11	39,2	17,6	9																				
Mittlerer Osten und Nordafrika																											
VF	Ägypten	13,0	14,7	-1	13,0	12,5	0	26	4,5	383																	
TF	Marokko	12,9	9,3	4	8,2	6,7	2	21	8,4	316																	
TF	Tunesien	9,4	7,8	2	2,1	2,6	-2	11	6,9	302																	
TF/VF	Iran	9,1	2,9	14	(17) 4,4	2,4	9	(17) 4	(17) 1,0	(17) 39																	
TF	Jordanien	4,5	4,2	1	5,8	3,6	5	36	14,7	(18) 417																	
TF	Libanon	1,9	2,2	-2	8,6	8,0	1	43	16,3	128																	
Σ EL/ SL dieser Region		54,0	54,8	0	46,1	45,9	0																				
Welt		1.458,9	956,1	5	1.486,9	981,1	5	7																			
Deutschland		39,6	26,9	4	41,6	34,7	2	3	1,5	58																	

* Serie: TF: Internationale Touristenankünfte exkl. Tagestouristen VF: Internationale Touristenankünfte inkl. Tagestouristen
TCE: Internationale Touristenankünfte in Beherbergungsbetrieben

** Entwicklungs- und Schwellenländer hier: Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen (low & middle income economies) nach der Einstufung der Weltbank

*** Eigene Berechnung

**** Hier: Internationale Tourismuseinnahmen einschließlich Einnahmen aus dem Passagiertransport bzw. internationale Tourismusaufgaben einschließlich Ausgaben für den Passagiertransport.

Angaben in Klammern: abweichende Jahresangaben

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: UNWTO Global Tourism Dashboard Country Profile-Inbound Tourism, letzte Aktualisierung: 27.10.2020, www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism, letzter Zugriff: 02.11.2020; letzte beiden Spalten: UNWTO, "All Countries: Complementary Indicators: Macroeconomic indicators related to international tourism 1995 - 2019 (09.2020). Tourism Statistics, (2), pp.

1.4 Entwicklung der deutschen Touristenankünfte in Entwicklungs- und Schwellenländern²⁵

Deutschland zählt weltweit zu den führenden touristischen Entsendeländern bzw. Quellmärkten. Nach Angaben der UNWTO wurden 2018 108,5 Mio. deutsche Touristenankünfte im Ausland registriert (2010: 85,9 Mio.) – dies entspricht 6,9% der weltweiten touristischen Reisen ins Ausland (2010: 8%). Damit liegt Deutschland hinter China auf Platz zwei der Entsendeländer.²⁶ Von den 108,5 Mio. deutschen Touristenankünften im Ausland entfielen 53,2 Millionen Ankünfte (Anteil: 49%) auf die beliebten fünf Reiseländer Österreich, Italien, Spanien, die Niederlande und Frankreich.²⁷

Die Ausgaben der deutschen Tourist:innen im Ausland beliefen sich 2018 auf 95,6 Mrd. US-\$ (2010: 78,1 Mrd. US-\$) – was einem Anteil von 6,8% (2010: 8,9%) der weltweiten Tourismusausgaben entspricht. Deutschland kommt dabei hinter China (277,3 Mrd. US-\$) und den USA (144,5 Mrd. US-\$) auf den dritten Platz, gefolgt von Großbritannien (69 Mrd. US-\$) und Frankreich (48,9 Mrd. US\$). Diese Top 5 Länder generierten 2018 43,6% der weltweiten Tourismusausgaben.²⁸

Wie Tabelle 6 zeigt, zählen zu den von Deutschen am häufigsten besuchten Entwicklungs- und Schwellenländern die Türkei, Ägypten, Thailand, China und Marokko. Auf diese fünf Destinationen entfielen 2018 über 8,1 Mio. Touristenankünfte aus Deutschland („Top 10“: 9,6 Mio.).

Zu den „Top 10“-Ländern der Deutschen gehören 2018 ferner Südafrika, Mexiko, Tunesien, Indonesien und Indien – im Vergleich zu 2010 nicht mehr die Ukraine und Brasilien. Mexiko ist 2018 das einzige lateinamerikanische Land unter den „Top 10“. Im Jahr 2000 gehörten mit der Dominikanischen Republik, Kuba und Brasilien noch drei Länder aus der Region Lateinamerika und Karibik zu „Top 10“ der beliebtesten Reiseziele deutscher Tourist:innen in EL/SL.

Tab. 6: „Top 10“ – Deutsche Touristenankünfte in Entwicklungs- und Schwellenländern*

2000	2010	2018	Ankünfte 2018
Türkei	Türkei	Türkei	4.464.324
Tunesien	Ägypten	Ägypten	1.707.382
Ägypten	China	Thailand	886.450
Dom. Republik	Thailand	China	643.074
Thailand	Tunesien	Marokko	394.328
Brasilien	Ukraine	Südafrika	343.229
China	Indien	Mexiko	289.775
Marokko	Brasilien	Tunesien	275.296
Südafrika	Südafrika	Indonesien	274.166
Kuba	Marokko	Indien	274.087

* ohne Russische Föderation

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: UNWTO, "Germany: Country-specific: Outbound tourism 1995 - 2019 (09.2020). Tourism Statistics, (2), pp.

²⁵ Entwicklungs- und Schwellenländer hier ohne die Russische Föderation (Ankünfte aus Deutschland 645.157 in 2018, siehe auch Tabelle 7).

²⁶ Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2020 c): URL: <https://www.unwto.org/country-profile-outbound-tourism>, letzter Zugriff: 12.05.2020. Eigene Berechnungen.

²⁷ Vgl. OECD Organisation for Economic Co-Operation and Development (2021): URL: https://stats.oecd.org/Index.aspx?ThemeTreeId=10&DatasetCode=tourism_rec_exp, letzter Zugriff: 11.02.2021.

²⁸ Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2020 c): a.a.O.



Bei den in Tabelle 7 dargestellten Ländern entwickelten sich die deutschen Ankünfte im Zeitraum 2010 bis 2018 bzw. 2019 unterschiedlich:

Im **Mittelmeer-Nahzielbereich** stellt die **Türkei** mit ca. 4,5 Millionen Ankünften (2018) im internationalen Vergleich die wichtigste Destination der deutschen Tourist:innen unter den EL/SL dar. Nachdem 2015 der höchste Wert mit rund 5,3 Millionen deutschen Ankünften registriert worden war, erlebte die Türkei in den Jahren 2016/2017 aufgrund von politischen Spannungen und Terroranschlägen einen starken Abschwung. Eine Erholung setzte 2018 ein.

Ägypten entwickelte sich seit Beginn der 2000er Jahre mit deutlichem Abstand zur Türkei zum zweitbeliebtesten Ziel unter den EL/SL (erstmal 2002 mit mehr deutschen Ankünften als in Tunesien). Das Land konnte 2010 mit über 1,3 Mio. deutschen Touristenankünften einen Höchstwert verzeichnen, bevor die Besucherzahlen in den folgenden Jahren bedingt durch die Ereignisse des Arabischen Frühlings einen Rückschlag erlitten. Diese negative Entwicklung verstärkte sich dramatisch durch die Terroranschläge von 2015 und erreichte ihren Tiefpunkt 2016 mit lediglich ca. 654.000 Ankünften aus Deutschland. Eine Trendwende wurde allerdings 2017 vollzogen, und 2018 wurde mit über 1,7 Mio. Ankünften aus Deutschland ein neuer Rekordwert erreicht (+29% gegenüber 2010).

Demgegenüber konnte **Tunesien**, das 2000 mit über 1 Mio. Ankünften aus Deutschland an zweiter Stelle unter den EL/SL lag, den nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 einsetzenden rückläufigen Trend, der sich durch die Ereignisse des Arabischen Frühlings und der Terrorwelle von 2015 verstärkte, bis zum Jahr 2016 nicht nachhaltig durchbrechen (Tiefpunkt mit 129.000 Ankünften aus Deutschland). Seit 2017 nahmen Ankünfte aus Deutschland in Tunesien wieder etwas zu und betrugen 2019 ca. 275.000 (-40% gegenüber 2010).

In **Marokko** unterlag die Zahl der Ankünfte aus Deutschland seit 2001 starken Schwankungen, und das Niveau von 2000 mit 211.000 Ankünften konnte erstmals 2011 mit ca. 220.000 Ankünften übertroffen werden. Seit 2013 setzte allerdings eine starke Entwicklung ein, und 2018 wurde ein Höchstwert mit ca. 394.000 Ankünften aus Deutschland erreicht (+92% gegenüber 2010).

Bei den **Fernzieldestinationen** gehörten mit Thailand und China bereits 2000 zwei **asiatische** Destinationen zu den beliebtesten Reisezielen unter den EL/SL. In Thailand nahmen die touristischen Ankünfte aus Deutschland mit leichten Schwankungen stetig zu und sind von ca. 390.000 im Jahr 2000 auf ca. 607.000 im Jahr 2010 und schließlich auf ca. 886.000 in 2018 gestiegen (+46% gegenüber 2010). Damit stellte Thailand 2018 das drittb Liebteste Ziel unter den EL/SL dar. Im Vergleich dazu entwickelten sich die Zahlen von deutschen Ankünften in China – nach einer sehr starken Steigerung zwischen 2000 und 2010 (von ca. 239.000 auf ca. 609.000) – nach 2010 eher moderat und lagen 2018 bei ca. 643.000 (+6% gegenüber 2010).

Zu den weiteren beliebten asiatischen Zielländern gehörten darüber hinaus Indonesien und Indien mit etwa 278.000 (2019) bzw. 274.000 (2018) deutschen Ankünften. Während die Ankünfte aus Deutschland in Indonesien um 92% im Vergleich zu 2010 stark anstiegen, betrug der Anstieg in Indien von 2010 bis 2018 nur 20%. Weitere asiatische Länder, in denen 2018 bzw. 2019 über 100.000 Ankünfte aus Deutschland registriert wurden, sind Vietnam (ca. 227.000 Ankünfte 2019 und +84% gegenüber 2010), Malaysia (ca. 130.000 Ankünfte 2019 und -1% gegenüber 2012), Sri Lanka (ca. 129.000 Ankünfte 2019 und +181% gegenüber 2010), Malediven (ca. 117.352 Ankünfte 2018 und +52% gegenüber 2010) und Philippinen (ca. 104.000 Ankünfte 2019 und +77% gegenüber 2010). Weitere dynamische Zielländer – jedoch auf niedrigem Niveau – waren Kambodscha (2018: ca. 99.000 Ankünfte und +57% gegenüber 2010), Nepal (2019: ca. 37.000 Ankünfte und +62% gegenüber 2010) und Myanmar (2019: ca. 29.000 Ankünfte und +166% gegenüber 2010).

**Tab. 7: Deutsche Touristenankünfte in Entwicklungs- und Schwellenländern 1995-2019
nach Regionen**

Zielland	SERIE	1995	2000	2010	2018	2019	Veränderung in % seit 2010	Veränderung in % seit 2000
Europa und Zentralasien								
Albanien	VF	k.A.	11.978	55.919	142.291	165.703	196	1.283
Armenien	TF	516	1.209	19.120	28.655	k.A.	50	2.270
Bosnien u. Herzegowina	TCE	k.A.	8.013	17.281	50.402	k.A.	192	529
Georgien	VF	k.A.	7.275	17.619	64.486	89.051	405	1.124
Kasachstan	VF	k.A.	43.161	74.311	99.083	101.457	37	135
Montenegro	TCE	k.A.	k.A.	25.381	89.741	k.A.	254	k.A.
Nordmazedonien	TCE	7.908	10.349	9.573	30.173	34.342	259	232
Türkei	TF	1.583.546	2.218.550	4.207.162	4.464.324	k.A.	6	101
Ukraine	TF	68.794	62.448	227.725	237.266	k.A.	4	280
Σ Ausgewählte Länder Europa und Zentralasien				4.654.091	5.206.421		12	
Σ EL/SL Europa und Zentralasien				5.332.698	6.011.166		13	
Ostasien und Pazifik								
China	VF	166.528	239.062	608.621	643.074	k.A.	6	169
Indonesien	VF	177.074	176.771	144.411	274.166	277.653	92	57
Kambodscha	TF	3.499	7.298	62.864	98.976	k.A.	57	1.256
Laos, Dem. Volksrep.	VF	2.498	11.580	22.583	22.915	25.346	12	119
Malaysia	TF	k.A.	k.A.	k.A.	128.895	130.221	k.A.	k.A.
Myanmar	TF	4.639	9.920	11.082	28.838	29.447	166	197
Philippinen	TF	50.766	51.131	58.725	92.098	103.756	77	103
Thailand	TF	355.076	390.030	606.874	886.450	k.A.	46	127
Vietnam	VF	k.A.	32.058	123.200	213.986	226.792	84	607
Σ Ausgewählte Länder Ostasien und Pazifik				1.638.360	2.389.398		46	
Σ EL/SL Ostasien und Pazifik				1.657.995	2.413.822		46	
Südasiens								
Indien	TF	89.040	83.881	227.720	274.087	k.A.	20	227
Malediven	TF	72.326	77.642	77.108	117.532	k.A.	52	51
Nepal	TF	33.971	26.263	22.583	36.833	36.641	62	40
Sri Lanka	TF	79.869	70.635	45.981	157.814	129.345	181	83
Σ Ausgewählte Länder Südasiens				373.392	586.266		57	
Σ EL/SL Südasiens				375.642	589.688		57	
Mittlerer Osten und Nordafrika								
Ägypten	VF	319.312	786.336	1.328.960	1.707.382	k.A.	28	117
Iran, Isl. Rep.	VF	10.024	k.A.	18.488	37.125	k.A.	101	k.A.
Jordanien	TF	44.804	34.522	61.080	44.521	k.A.	-27	29
Libanon	TF	18.969	35.396	76.854	104.167	106.379	38	201
Marokko	TF	161.748	211.039	205.417	394.328	k.A.	92	87
Tunesien	TF	837.116	1.011.298	458.631	275.296	275.872	-40	-73
Σ Ausgewählte Länder Mittlerer Osten u. Nordafrika				2.149.430	2.562.819		19	
Σ EL/SL Mittlerer Osten u. Nordafrika				2.244.037	2.584.900		15	

* Entwicklungs- und Schwellenländer hier: Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen (low & middle income economies) nach der Einstufung der Weltbank



Tab. 7 Fortsetzung: Deutsche Touristenankünfte in Entwicklungs- und Schwellenländern 1995-2019 nach Regionen

Zielland	SERIE	1995	2000	2010	2018	2019	Veränderung in % seit 2010	Veränderung in % seit 2000
Afrika								
Äthiopien	TF	4.753	4.192	18.777	36.847	k.A.	96	779
Botswana	TF	7.237	13.317	20.018	40.030	k.A.	100	201
Kap Verde	THS	k.A.	17.631	48.920	90.157	92.320	89	424
Kenia	VF	108.700	163.168	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Namibia	TF	k.A.	k.A.	87.072	124.622	97.111	12	k.A.
Nigeria	VF	19.950	30.153	131.418	k.A.	34.816	-74	15
Simbabwe	VF	31.831	33.379	16.910	39.934	k.A.	136	20
Südafrika	TF	k.A.	210.227	215.800	343.229	322.720	50	54
Tansania	VF	13.307	22.606	25.246	62.346	62.346	147	176
Σ Ausgewählte Länder Afrika				564.161	737.165		31	
Σ EL/SL Afrika				627.732	828.674		32	
Lateinamerika und Karibik								
Argentinien	TF	k.A.	k.A.	k.A.	126.588	k.A.	k.A.	k.A.
Bolivien	TF	k.A.	k.A.	19.903	31.658	k.A.	59	k.A.
Brasilien	TF	102.106	290.335	226.630	209.039	206.882	-9	-29
Costa Rica	TF	38.592	26.475	44.571	74.574	80.580	81	204
Dominikanische Rep.	TF	k.A.	452.137	181.318	216.528	178.908	-1	-60
Ecuador	VF	20.073	18.824	25.011	35.509	k.A.	42	89
Jamaika	TF	35.648	25.194	18.857	34.255	24.128	28	-4
Kolumbien	TF	k.A.	k.A.	24.134	70.470	k.A.	192	k.A.
Kuba	VF	57.487	203.403	93.136	197.122	k.A.	112	-3
Mexiko	TF	k.A.	k.A.	163.266	289.775	k.A.	77	k.A.
Peru	TF	25.168	30.419	53.201	81.684	k.A.	54	169
Σ Ausgewählte Länder Lateinamerika und Karibik				850.027	1.367.202		61	
Σ EL/SL Lateinamerika und Karibik				915.832	1.408.521		54	
Σ Ausgewählte EL/SL				10.229.461	12.849.271		26	
Σ EL/SL				11.153.936	13.836.771		24	

Memo:

Weitere ausgewählte Fernzieldestinationen

Mauritius	TF	41.637	52.869	52.886	132.780	129.100	144	144
Russische Föderation	VF	322.730	363.200	611.367	645.157	k.A.	k.A.	k.A.
Saudi-Arabien	TF	k.A.	11.574	28.818	59.804	61.125	112	428
Vereinigte Arab. Emirate	THS	88.802	171.519	k.A.	715.452	662.794	k.A.	286

* Serie: TF: Internationale Touristenankünfte exkl. Tagestouristen VF: Internationale Touristenankünfte inkl. Tagestouristen
TCE: Internationale Touristenankünfte in Beherungsbetrieben THS: Internationale Touristenankünfte in Hotelbetrieben

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: UNWTO, "Germany: Country-specific: Outbound tourism 1995 - 2019 (09.2020)." Tourism Statistics, (2), pp.

Das am häufigsten aus Deutschland besuchte Urlaubsreiseziel in **Afrika südlich der Sahara** ist Südafrika mit rund 323.000 Ankünften im Jahr 2019. An zweiter Stelle der Liste der beliebtesten Destinationen für Deutsche in Afrika steht mit 129.000 Ankünften im Jahr 2019 Mauritius, das allerdings seit Juli 2020 den Status eines Landes mit hohem Einkommen bekommen hat.²⁹ Beide Destinationen verzeichneten mit 49,5% bzw. 144,1% gegenüber 2010 ein starkes Wachstum. Namibia und Kap Verde erreichen mit ca. 97.000 bzw. 92.000 Ankünften 2019 fast die Marke von 100.000 (+11,5% bzw. +88,7% gegenüber 2010), gefolgt von Tansania mit ca. 62.000 Ankünften 2018,

29 Vgl. The World Bank (2021 b): URL: <https://www.worldbank.org/en/country/mauritius/overview>, letzter Zugriff: 11.02.2021.

wo die deutschen Ankünfte seit 2010 stark zugenommen haben (+147%). Dagegen verzeichnete Kenia dramatische Rückgänge bei den deutschen Ankünften. Lag ihre Zahl 2000 noch über 150.000, ist sie aufgrund der gewalttätigen Unruhen insbesondere ab 2011 stark zurückgegangen (keine aktuellen Angaben).³⁰ Auch in Nigeria sind die Ankunftsdaten aus Deutschland von ca. 131.000 im Jahr 2010 auf ca. 35.000 im Jahr 2016 (letzte Angabe) stark gesunken (-73,5%). Starke Zunahmen – jedoch auf niedrigem Niveau – ergeben sich für Botswana (2018: ca. 40.000 Ankünfte und +100% gegenüber 2010), Simbabwe (2018: ca. 40.000 Ankünfte und +136% gegenüber 2010) und Äthiopien (2018: ca. 37.000 Ankünfte und +96,2% gegenüber 2010).

In der Region **Lateinamerika und Karibik** entfallen die meisten Ankünfte auf Mexiko mit rund 290.000 (2018) Ankünften (+77% gegenüber 2010). In Brasilien wurden rund 207.000 (2019) deutsche Ankünfte registriert (-9% gegenüber 2010). Die beiden von Deutschen am häufigsten besuchten Länder in der Karibik sind die Dominikanische Republik mit etwa 179.000 (2019) Ankünften und Kuba mit ca. 197.000 (2018) Ankünften. Gehörten 2000 nach einer sehr starken Entwicklung in den 1990er Jahren die drei Länder Dominikanische Republik, Brasilien und Kuba aus der Region Lateinamerika und Karibik zu den Top 10 der beliebtesten Destinationen der Deutschen in den EL/SL, befand sich 2018 aus dieser Region nur Mexiko auf der Liste der Top 10. Während hier seit 2010 ein stetiger Anstieg festzustellen ist, sind die touristischen Ankunftsdaten aus Deutschland in der Dominikanischen Republik und Brasilien seit Beginn der 2000er Jahre durch einen rückläufigen Trend gekennzeichnet (Höchstwert für Brasilien ca. 320.000 Ankünfte in 2001 und für die Dominikanische Republik 453.000 in 1999). Im Vergleich zum niedrigen Niveau von 2010 konnte Kuba die Besucherzahlen aus Deutschland mehr als verdoppeln und damit an die Höchstzahlen von 2000 anschließen, während sich der negative Trend im Falle der Dominikanischen Republik fortsetzte (-1% gegenüber 2010). Wichtige Destinationen für Deutsche sind außerdem Argentinien (2018: ca. 127.000 Ankünfte), Peru (2018: 81.684 Ankünfte, +54% gegenüber 2010) und Costa Rica (2019: ca. 81.000 Ankünfte, +81% gegenüber 2010). Ein starkes Wachstum der Ankünfte aus Deutschland von ca. 24.000 im Jahr 2010 auf ca. 70.000 im Jahr 2018 (+192%) wurde außerdem in Kolumbien verzeichnet.

2018 errechnete sich auf Basis der ausgewählten 48 Entwicklungs- und Schwellenländer eine Zahl von etwa 12,8 Mio. deutschen Touristenankünften, wobei allein auf die „Top 10“ 9,6 Mio. oder 75% entfielen.

Betrachtet man die Veränderung der deutschen Ankünfte zwischen 2010 und 2018 bei den ausgewählten EL/SL in der Summe, ergibt sich eine Zunahme von 26%. Im gleichen Zeitraum wuchs die Zahl der gesamten internationalen Touristenankünfte in EL/SL um 48%.

Die Ursachen für die z.T. großen Rückgänge bzw. Zuwächse der Urlauberzahlen (aus Deutschland) zwischen 2010 und 2019 (bzw. 2018) in einigen dieser Länder sind unterschiedlich. Dazu gehören u.a. folgende Gründe, die sich zudem wechselseitig in ihrer Wirkung verstärken oder verringern können:

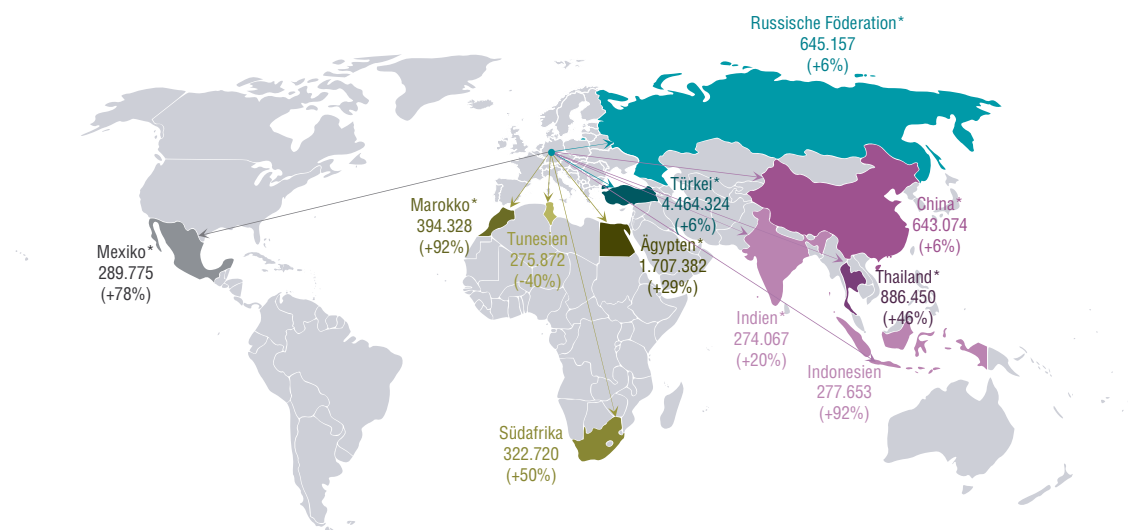
- Politische Unruhen bzw. Gefahren von politischen Unruhen
- Kriminalität und persönliche Sicherheit der Urlauber
- (eklatante) Preissteigerungen bzw. -senkungen
- Natur- und Umweltkatastrophen
- Gesundheitsprobleme im Urlaubsgebiet
- Image-Veränderungen des Urlaubslandes
- Modetrends bei den Urlaubern
- Strategische Zielgebietsentscheidungen von Reiseveranstaltern.

Grafik 17 und Grafik 18 zeigen die EL/SL sowie Mauritius und Russische Föderation, die 2019 mehr als 100.000 bzw. mehr als 250.000 Ankünfte aus Deutschland registriert haben.

30 Vgl. Bera, Ronald / Klaus Raab (2014): Verlassene Strände. In: ZEIT ONLINE, September 2014. URL: <https://www.zeit.de/reisen/2014-09/kenia-tourismus-tansania>, letzter Zugriff: 11.02.2021.



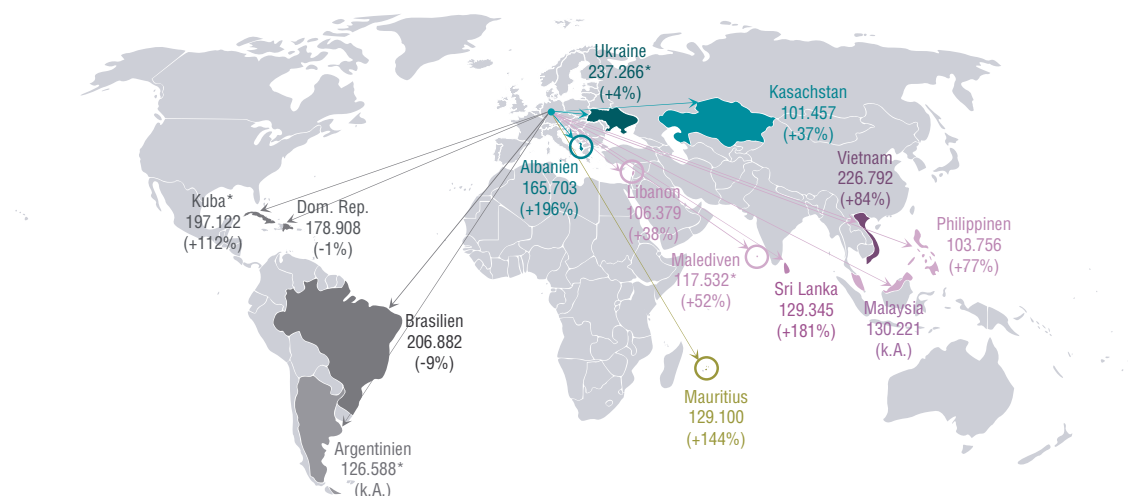
Gr. 17: Deutsche Ankünfte in Entwicklungs- und Schwellenländern: Länder mit mehr als 250.000 Ankünften in 2019 – Anzahl und Veränderung der Ankünfte 2010-2019 (in %)



* Daten von 2018

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: UNWTO, "Germany: Country-specific: Outbound tourism 1995 - 2019 (09.2020)." Tourism Statistics, (2), pp.

Gr. 18: Deutsche Ankünfte in Entwicklungs- und Schwellenländern: Länder mit 100.000-250.000 Ankünften in 2019 – Anzahl und Veränderung der Ankünfte 2010-2019 (in %)



* Daten von 2018

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: UNWTO, "Germany: Country-specific: Outbound tourism 1995 - 2019 (09.2020)." Tourism Statistics, (2), pp.

Tab. 8: Aktuelle Zuordnung der Länder zu Weltregionen und Subregionen nach Einteilung der UNWTO 2021

Weltregion	Subregion	Länder				
Afrika	Nordafrika	Algerien	Marokko	Sudan	Tunesien	
	Afrika südlich der Sahara	Angola	Eritrea	Komoren	Namibia	Simbabwe
		Äquat. Guinea	Eswatini	Kongo	Niger	Somalia
		Äthiopien	Gabun	Lesotho	Nigeria	Südafrika
		Benin	Gambia	Liberia	Reunion	Tansania
		Botswana	Ghana	Madagaskar	Ruanda	Togo
		Burkina Faso	Guinea	Malawi	Sambia	Tschad
		Burundi	Guinea-Bissau	Mali	São Tomé/Prin.	Uganda
		D. Rep. Kongo	Kamerun	Mauretanien	Senegal	Zentralafrik. Rep.
		Djibuti	Kapverden	Mauritius	Seychellen	
		Elfenbeinküste	Kenia	Mosambik	Sierra Leone	
Amerika	Karibik	Anguilla	Bermuda	Grenada	Montserrat	Trinidad/Tobago
		Antigua/	Brit. Jungfern-In.	Guadeloupe	Puerto Rico	Turks/Caicos
		Barbuda	Curaçao	Haiti	St. Kitts/Nevis	US Jungfern-In.
		Aruba	Caymaninseln	Jamaica	St. Lucia	
		Bahamas	Dominica	Kuba	St. Maarten	
		Barbados	Dominikan. Rep.	Martinique	St. Vincent/Gren.	
	Mittelamerika	Belize	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Panama
		Costa Rica	Guatemala			
	Nordamerika	Kanada	Mexiko	USA		
	Südamerika	Argentinien	Chile	Guayana	Peru	Venezuela
		Bolivien	Ecuador	Kolumbien	Surinam	
		Brasilien	Franz. Guayana	Paraguay	Uruguay	
Asien	Nordostasien	China	Japan	Südkorea	Mongolei	Taiwan
		Hongkong/Ch.	Nordkorea	Macau/Ch.		
	Südostasien	Brunei	Laos	Myanmar	Singapur	Timor-Leste
		Kambodscha	Malaysia	Philippinen	Thailand	Vietnam
		Indonesien				
	Ozeanien	Australien	Fr. Polynesien	Marshall-In.	Niue	Samoa
		Am. Samoa	Guam	Mikronesien	Palau	Tonga
		Cook-Inseln	Kiribati	Neukaledonien	Papua-Neuguinea	Tuvalu
		Fidschi	Marianen-In.	Neuseeland	Salomonen	Vanuatu
	Südasien	Afghanistan	Bhutan	Iran	Nepal	Sri Lanka
		Bangladesch	Indien	Malediven	Pakistan	
Mittlerer Osten		Ägypten	Jemen	Libanon	Palästina	Syrien
		Bahrain	Jordanien	Libyen	Quatar	
		Irak	Kuwait	Oman	Saudi-Arabien	Ver. Arab. Emirate
Europa	Nordeuropa	Dänemark	Island	Norwegen	Schweden	Verein. Königreich
		Finnland	Irland			
	Zentral-/ Osteuropa	Armenien	Estland	Litauen	Russ. Föderation	Turkmenistan
		Aserbaidshan	Kasachstan	Polen	Slowakien	Ukraine
		Belarus	Kirgistan	Rep. Moldawien	Tadschikistan	Usbekistan
		Bulgarien	Lettland	Rumänien	Tschech. Rep.	Ungarn
		Georgien				
	Westeuropa	Belgien	Frankreich	Luxemburg	Niederlande	Schweiz
		Deutschland	Liechtenstein	Monaco	Österreich	
	Süd-/Mittelmeer-europa	Albanien	Israel	Mazedonien	Serbien/Monte.	Zypern
		Andorra	Italien	Montenegro	Slowenien	
		Bosnien-Herz.	Kroatien	Portugal	Spanien	
		Griechenland	Malta	San Marino	Türkei	

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: UNWTO (2019): International Tourism Highlights, 2019 Edition, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421152>.



Tab. 9: Aktuelle Klassifikation der Entwicklungs- und Schwellenländer durch die Weltbank 2021

nach Einkommen	Low-income economies		Lower-middle-income economies		Upper-middle-income economies
	≤1035		1035-4045		4045-12535
nach Regionen	Länder				
Ostasien und Pazifik	Am. Samoa	Kiribati	Mongolei	Salomonen	Tuvalu
	China	Laos	Myanmar	Samoa	Vanuatu
	Fidschi	Malaysia	Nordkorea	Thailand	Vietnam
	Indonesien	Marshall-Inseln	Papua- Neuguin.	Timor-Leste	
	Kambodscha	Mikronesien	Philippinen	Tonga	
Europa und Zentralasien	Albanien	Bosnien-Herz.	Kosovo	Russische Föderation	Turkmenistan
	Armenien	Georgien	Montenegro	Serbien	Ukraine
	Aserbaidshan	Kasachstan	Nord-Mazedonien	Tadschikistan	Usbekistan
	Belarus	Kirgistan	Rep. Moldawien	Türkei	
Lateinamerika und Karibik	Argentinien	Dominica	Guatemala	Kolumbien	Peru
	Belize	Dominik. Rep.	Guyana	Kuba	St. Lucia
	Bolivien	Ecuador	Haiti	Mexiko	St. Vincent/Gren.
	Brasilien	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Surinam
	Costa Rica	Grenada	Jamaika	Paraguay	Venezuela
Südasiens	Afghanistan	Bhutan	Malediven	Pakistan	
	Bangladesch	Indien	Nepal	Sri Lanka	
Mittlerer Osten und Nordafrika	Ägypten	Irak	Jordanien	Marokko	Westjordanl./ Gaza
	Algerien	Iran	Libanon	Syrien	
	Djibouti	Jemen	Libyen	Tunesien	
Afrika südlich der Sahara	Angola	Eswatini	Kongo	Nigeria	Südsudan
	Äquat. Guinea	Gabun	Lesotho	Ruanda	Tansania
	Äthiopien	Gambia	Liberia	Sambia	Togo
	Benin	Ghana	Madagaskar	São Tomé/ Prin.	Tschad
	Botswana	Guinea	Malawi	Senegal	Uganda
	Burkina Faso	Guinea-Bissau	Mali	Sierra Leone	Zentralafrik. Rep.
	Burundi	Kamerun	Mauretanien	Simbabwe	
	D. Rep. Kongo	Kapverden	Mosambik	Somalia	
	Elfenbeinküste	Kenia	Namibia	Südafrika	
	Eritrea	Komoren	Niger	Sudan	

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld.
Datenbasis: <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>.

1.5 Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte

- Zwischen 2010 und 2019 zeigten die internationalen Touristenankünfte zehn Jahre in Folge klare Zuwächse. Weltweit lag 2019 die Zahl der internationalen Touristenankünfte bei 1,5 Milliarden und die weltweiten Einnahmen aus dem grenzüberschreitenden Tourismus stiegen (gemessen in US-\$) auf 1.479 Mrd. US-\$.
- Die Touristenankünfte in der Region Europa haben nach wie vor mit deutlichem Abstand den größten Anteil der internationalen Ankünfte (2019: 745 Mio., entspricht 51%). Europas Anteil war bis 2010 rückläufig, hat sich allerdings seitdem stabilisiert. Die Region Asien/Pazifik mit etwa der Hälfte der Ankünfte Europas nimmt 2019 den zweiten Platz ein (220 Mio. Ankünfte, 25%). Die Region Amerika kommt mit 220 Mio. internationalen Ankünften auf einen Anteil von 15%. Die Regionen Afrika und Mittlerer Osten erreichen 2019 mit 73 Mio. bzw. 61 Mio. Touristenankünften einen kleinen Anteil von 5% bzw. 4%.
- Der Anteil der Entwicklungs- und Schwellenländer (EL/SL) an den internationalen Ankünften stieg zwischen 1995 und 2010 von 26% auf 38%. Seit 2010 konnten die EL/SL ihren Marktanteil jedoch nicht, wie von der UNWTO prognostiziert, weiter steigern. Er stagniert seitdem. Auf der anderen Seite nimmt die Bedeutung der EL/SL als Entsendemärkte stetig zu. So stieg der Anteil der Reisen aus den EL/SL zwischen 1997 und 2010 von 20% auf 29%. Diese Wachstumsdynamik verstärkte sich ab 2010 sogar, und der Anteil lag 2018 bei 37%. 2013 überstieg die Zahl von Auslandsreisen aus den EL/SL (Entsendemärkte) erstmals die Zahl der internationalen Touristenankünfte in dieser Ländergruppe (Ziellmärkte).
- Die Einnahmen aus dem internationalen Tourismus erhöhten sich in den EL/SL zwischen 1995 und 2010 von 82 Mrd. auf 307 Mrd. US-\$. Ihr Anteil wuchs in dieser Periode von 17% auf 28%. Damit profitierten die Einnahmen überdurchschnittlich vom Wachstum des internationalen Tourismus. Zwischen 2010 und 2018 wuchsen die Einnahmen der EL/SL aus dem internationalen Tourismus zwar weiter auf 400 Mrd. US-\$, ihr Anteil blieb jedoch auf dem Niveau von ca. 28%.
- Im Zeitraum von 1995 bis 2010 waren auch die internationalen Tourismusausgaben der EL/SL kontinuierlich von 60 Mrd. US-\$ auf 257 Mrd. US-\$ gestiegen. Die Bedeutung der EL/SL als Entsendemärkte hatte stetig zugenommen. Ihr Anteil wuchs in diesem Zeitraum von 13% auf 26%. Im Gegensatz zum stagnierenden Anteil an den internationalen Tourismuseinnahmen verzeichneten die internationalen Tourismusausgaben der EL/SL von 2010 bis 2015 ein erhebliches Wachstum. Ihr Anteil an den internationalen Tourismusausgaben stieg bis 2015 auf 38% und hielt sich bis 2018 etwa auf diesem Niveau (2018: 37%). Seit 2013 liegen die Ausgaben der EL/SL für den internationalen Tourismus damit über ihren Einnahmen. Im Jahr 2018 erreichten sie etwa 590 Mrd. US-\$ und übertrafen damit die Einnahmen aus dem internationalen Tourismus um 133 Mrd. US-\$.
- Ein besonders hoher Anteil dieser starken Wachstumsdynamik ist auf die rasante Entwicklung Chinas zum führenden Entsendemarkt zurückzuführen. So stieg nicht nur die Zahl der Auslandsreisen aus China von 57,4 Mio. (2010) auf 149,7 Mio. (2018). Es verdoppelten sich auch die Ausgaben pro Auslandsreise von 960 US-\$ in 2010 auf 1.850 US-\$ in 2018. Damit erhöhten sich die internationalen Tourismusausgaben Chinas zwischen 2010 und 2018 insgesamt von 54,9 Mrd. US-\$ auf 277,3 Mrd. US-\$. China hatte bereits 2012 Deutschland und 2014 auch die USA bei den internationalen Tourismusausgaben überholt und war zum wichtigsten touristischen Entsendemarkt weltweit geworden.
- Betrachtet man innerhalb der Gruppe der EL/SL einzelne Länder, so haben 2019 von den insgesamt 134 EL/SL (Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen nach der aktuellen Liste der Weltbank) 47 Länder – und damit etwa ein Drittel – sowohl mehr als 1 Mio. internationale Ankünfte registriert als auch mehr als 1 Mrd. US-\$ Einnahmen aus dem internationalen Tourismus erwirtschaftet.



- Deutschland zählt weltweit zu den führenden touristischen Entsendeländern bzw. Quellmärkten. Nach Angaben der UNWTO wurden 2018 108,5 Mio. deutsche Touristenankünfte im Ausland registriert (2010: 85,9 Mio.) – dies entspricht 6,9% der weltweiten touristischen Reisen ins Ausland (2010: 8%). Die Ausgaben der deutschen Tourist:innen im Ausland beliefen sich 2018 auf 95,6 Mrd. US-\$ (2010: 78,1 Mrd. US-\$) – was einem Anteil von 6,8% (2010: 8,9%) der weltweiten Ausgaben für grenzüberschreitenden Tourismus entspricht.
- Die Türkei mit ca. 4,5 Millionen Ankünften (2018) stellt im internationalen Vergleich die wichtigste Destination der deutschen Tourist:innen unter den EL/SL dar. Ägypten entwickelte sich seit Beginn der 2000er Jahre mit deutlichem Abstand zur Türkei zum zweitbeliebtesten Ziel unter den EL/SL (erstmal 2002 mit mehr deutschen Ankünften als in Tunesien). Nachdem die Besucherzahlen ab 2011 bedingt durch die Ereignisse des Arabischen Frühlings und durch die Terroranschläge von 2015 dramatische Rückschläge erlitten hatten, wurde hier allerdings 2017 eine Trendwende vollzogen und 2018 wurde in Ägypten mit über 1,7 Mio. Ankünften aus Deutschland ein neuer Rekordwert erreicht.
- Zu den von Deutschen am häufigsten besuchten Entwicklungs- und Schwellenländern gehören außer der Türkei und Ägypten auch Thailand (2018: 886.000 Ankünfte), China (2018: 643.000) und Marokko (2018: 394.000). Das aus Deutschland am meisten besuchte Reiseziel in Afrika südlich der Sahara ist Südafrika mit rund 323.000 Ankünften im Jahr 2019. In der Region Lateinamerika und Karibik entfallen die meisten deutschen Ankünfte auf Mexiko mit rund 290.000 (2018), gefolgt von Kuba mit rund 200.000 (2018).

2 Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer³¹

Die Vor- und Nachteile des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer, seine Chancen und Risiken für Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft der Länder des Globalen Südens sind bereits seit den 1970er Jahren Gegenstand von Diskussionen, Veranstaltungen, wissenschaftlichen Untersuchungen und Publikationen.

Vor dem Hintergrund des rasanten Wachstums des internationalen Tourismus und seiner wirtschaftlichen Bedeutung hat die Debatte in den letzten Jahren allerdings eine neue Dynamik erlangt. Je mehr der Tourismus sich in vielen Entwicklungs- und Schwellenländern von einem Nischen- zu einem Massenprodukt entwickelte, desto intensiver wurde die Diskussion zur Nachhaltigkeit im Tourismus. Die Generalversammlung der Vereinten Nationen erklärte 2017 zum „Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung“ und betonte die hohe entwicklungspolitische Bedeutung und das Potenzial eines nachhaltigen Tourismus. Zudem unterstrich sie die Notwendigkeit, die universelle Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung und die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) voranzutreiben.³²

Tourismus wird explizit in drei der SDGs genannt. So fordert Ziel 8 „Gute Arbeitsplätze und wirtschaftliches Wachstum“ und Ziel 12 „Nachhaltigen Konsum und Produktion“, politische Maßnahmen und die Sicherstellung, dass Tourismus Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und Produktion fördert. Ziel 14 „Leben unter dem Wasser“ schreibt außerdem vor, Ressourcen der Meere mittels Tourismus so zu managen, dass auch die sogenannten „am wenigsten entwickelten Länder“ und Inselstaaten wirtschaftlich davon profitieren.

Selbstverständlich sind auch weitere SDGs mit Blick auf nachhaltigen Tourismus von großer Bedeutung. Besonders etwa Ziel 1 „Keine Armut“, Ziel 3 „Gute Gesundheitsversorgung“, Ziel 4 „Hochwertige Bildung“, Ziel 5 „Gleichberechtigung der Geschlechter“ und Ziel 15 „Leben an Land“. Damit nachhaltiger Tourismus der Agenda 2030 gerecht werden kann, müssen sowohl Politik, Unternehmen als auch Tourist:innen (mehr dazu auf Seite 8) tiefgreifende Veränderungen vornehmen. Tourismus steht besonders mit Ziel 6 „Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen“ in Konflikt, auch wenn die SDGs das dort nicht ausdrücklich nennen. Denn Reisen bedeutet oft einen viel höheren Wasserverbrauch als zu Hause, Urlaubsziele liegen häufig in wasserarmen Regionen, in denen die lokale Bevölkerung unter Wasserverschwendung oder -verunreinigung leidet.³³

Auch auf bundespolitischer Ebene werden für Länder des Globalen Südens in Verbindung mit touristischer Entwicklung große Chancen gesehen, u.a. im Hinblick auf den Aufbau einer Infrastruktur, die Schaffung von Arbeitsplätzen und somit Einkommensmöglichkeiten, die Förderung der lokalen Wirtschaftskreisläufe, die Bewahrung von Naturschätzen und die Reduzierung der Armut der Bevölkerung. Allerdings stehen neben zahlreichen positiven Effekten auch die Risiken eines unkontrollierten Tourismuswachstums im Fokus.³⁴ Die entwicklungspolitische Diskussion zu Wirkungen des Tourismus konzentriert sich dabei im Wesentlichen auf die Frage, welche sozialen, kulturellen, ökologischen und wirtschaftlichen Verträglichkeitskriterien der Tourismus erfüllen soll. Um eine nachhaltige Entwicklung zu unterstützen, muss der Tourismus langfristig, für heutige und für zukünftige Generationen, ethisch und sozial gerecht und kulturell angepasst, ökologisch tragfähig sowie wirtschaftlich sinnvoll und ergiebig sein.

Aktuell hat der Zusammenbruch des globalen Tourismus in Folge der Corona-Pandemie gezeigt, welche strukturellen Herausforderungen mit einer auf den Tourismus ausgerichteten Entwicklungsstrategie verbunden sind und damit eine neue Diskussion im Hinblick auf eine nachhaltigere, resilientere Tourismusentwicklung eröffnet.

31 Meinungen und Einschätzungen zu den Wirkungen von Tourismus, sowohl aus Sicht der Bevölkerung in Deutschland als auch aus der Perspektive von Reiseveranstaltern, die Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer anbieten, sind in Teil II, Kap. 2.1 bzw. 3.3 dargestellt.

32 Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2017): 2017 is the international year of sustainable tourism for development. In: PR 16111, Januar 2017. URL: <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2017-01-03/2017-international-year-sustainable-tourism-development>, letzter Zugriff: 14.02.2021. Für eine umfassende Diskussion des Beitrags des Tourismus zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) vgl. UNWTO World Tourism Organization (2015): Tourism in the 2030 Agenda. URL: <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>, letzter Zugriff: 14.02.2021.

33 Vgl. Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e.V. (2017): a.a.O. Für mehr Information zur Transforming Tourism Initiative vgl. www.transforming-tourism.org, letzter Zugriff: 14.06.2021.

34 Für die Bedeutung des Tourismus in der deutschen Entwicklungszusammenarbeit vgl. BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2021): Eine Chance für nachhaltige Entwicklung. URL: <https://www.bmz.de/de/entwicklungspolitik/tourismus>, letzter Zugriff: 26.07.2021.



Gr. 19: Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer



Die in Grafik 19 dargestellten (und in diesem Kapitel berücksichtigten) verschiedenen Wirkungs-Dimensionen touristischer Entwicklung stehen in engem Zusammenhang bzw. in Wechselwirkung miteinander und werden durch zahlreiche äußere Faktoren und Rahmenbedingungen beeinflusst. Eine wesentliche Rolle spielt die Tourismuspolitik. Auch andere Politikbereiche sind für die Tourismusentwicklung relevant (Umweltpolitik, Raumordnungspolitik, Wirtschaftsförderung, etc.). Ferner ist wichtig, wie das touristische Angebot strukturiert ist, welche Formen des Tourismus vorherrschen und inwiefern die Bevölkerung vor Ort an Entscheidungen und Nutzen des Tourismus beteiligt ist oder dessen Kosten zu tragen hat. Das kann von Land zu Land, von Region zu Region und von Ort zu Ort sehr unterschiedlich sein. Von Bedeutung ist zudem das (Konsum-)verhalten der Tourist:innen und die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung seitens der Tourismusunternehmen.

In jedem Fall müssen Kosten und Nutzen sorgfältig abgewogen werden. Oft dürften die vom Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer erhofften oder pauschal unterstellten Vorteile im Einzelfall einer seriösen gesamtgesellschaftlichen Kosten-Nutzen-Analyse kaum standhalten. Der wirtschaftliche Nutzen kann geringer ausfallen als erwartet. Wenn diejenigen, denen der Tourismus in erster Linie zugutekommen sollte (benachteiligte Bevölkerungsgruppen), am wenigsten oder gar nicht davon profitieren, ist er entwicklungspolitisch kontraproduktiv.

2.1 Ökonomische Wirkungen

Der internationale Tourismus ist für die politischen und ökonomischen Entscheidungsträger in den Entsende- wie Empfängerländern in erster Linie ein Wirtschaftsfaktor und ein interessantes Geschäft. Er kann einen positiven Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung der Länder des Globalen Südens leisten, welcher jedoch je nach Tourismusstruktur, nach Größe der Volkswirtschaft, ihrem Entwicklungsstand und den politischen Rahmenbedingungen unterschiedlich groß ist.

Deviseneffekte

Als Devisenbringer kann der Tourismus für Entwicklungsländer extrem große Bedeutung haben, vor allem für Staaten in isolierter Lage, mit geringer Ressourcenbasis und strukturschwacher Wirtschaft. Dazu zählen insbesondere abgelegene kleine Inselstaaten.³⁵ Devisen aus dem Tourismus stärken unter Umständen aber auch politische

³⁵ Vgl. Carlsen, Jack / Richard Butler (2011): Island Tourism. Sustainable Perspectives. Oxfordshire/Cambridge (USA).

und wirtschaftliche Eliten autoritärer Regime, die Menschenrechte verletzen. Bestenfalls kann der Tourismus über seine sozialen Wirkungen (Austausch, Begegnung und Information) langfristig zu einer Veränderung solcher politischer Systeme beitragen.³⁶

Entscheidend für die Beurteilung des Tourismus als Devisenbringer sind die **Nettodeviseneinnahmen**. Sie sind davon abhängig, wie viel Devisen ein Land für die Erstellung und Aufrechterhaltung des touristischen Angebots wieder ausgeben muss, z.B. für Zinszahlungen für ausländische Kredite und Kapitalbeteiligungen, für Importe von Waren und Dienstleistungen für Touristen, für Marketingkampagnen im Ausland, für soziale und ökologische Folgekosten, für den Aufbau einer touristischen Infrastruktur, die meist umso devisenintensiver ist, je mehr Hotels und andere Anlagen der Luxusklasse gebaut werden. Auch Gewinnrückführungen ausländischer Investoren können zur Verringerung der Deviseneinnahmen aus dem Tourismus führen.

Der Anteil an den touristischen Deviseneinnahmen, der zur Finanzierung importierter Leistungen wieder ins Ausland fließt (sog. „Sickerquote“), variiert bei den meisten Entwicklungs- und Schwellenländern zwischen 40% und 50% des Brutto-Tourismuseinkommens und zwischen 10% und 20% für Länder des Globalen Südens mit einer stärker diversifizierten Wirtschaftsstruktur. Nach Schätzungen der Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung (UNCTAD) liegt die **Sickerquote** in einigen der am wenigsten entwickelten Länder (Least Developed Countries, LDCs) einschließlich der kleinen Inselentwicklungsstaaten (Small Island Developing States, SIDS) mit begrenzter wirtschaftlicher Diversifizierung sogar bei bis zu 85%.³⁷

Die Höhe der Devisenausgaben z.B. für Materialien, Technologie, Löhne und Gehälter für ausländische Arbeitskräfte, Tourismuswerbung, Lebensmittel etc. hängt davon ab, in welchem Entwicklungsstadium sich die Tourismuswirtschaft befindet und welche Tourismusformen vorherrschen. Eine höhere Sickerquote wird mit Massentourismus und Luxus-Tourismus in Verbindung gebracht, die beide tendenziell extern kontrolliert werden. In kleinen Inselentwicklungsstaaten, die auf den Import von Fachpersonal sowie Waren und Dienstleistungen angewiesen sind, ist eine hohe Sickerquote kaum vermeidbar.³⁸

Eine besondere Problematik ergibt sich durch das rasante Wachstum des Kreuzfahrttourismus. Hier besteht ein Interessenskonflikt zwischen den Kreuzfahrtgesellschaften und den Zielgebieten insoweit, dass die Austauschbarkeit der Zielländer dazu führen kann, dass diese einem Preiswettbewerb ausgesetzt werden, der zu immer weiter sinkenden Einnahmen durch Gebühren, Abgaben bzw. Steuern führt. Kreuzfahrtgesellschaften haben ein starkes Interesse, die Ausgaben der Reisenden an Bord zu maximieren bzw. ihren eigenen Anteil daran, z.B. durch hohe Provisionen bei der Buchung von Landgängen/Ausflügen, durch Unterhaltungs- und Einkaufsmöglichkeiten an Bord – mit der Folge von sinkenden Deviseneinnahmen für die Zielländer.

Die Bruttodeviseneinnahmen von Entwicklungs- und Schwellenländern aus dem Incoming-Tourismus können auch durch Devisenausgaben für den eigenen Outgoing-Tourismus vermindert werden. Die starke Wettbewerbsfähigkeit der etablierten Konkurrenz-Destinationen mit hohem Einkommen (z.B. europäische bzw. US-amerikanische Ziele) sowie neue Formen dortiger Tourismusangebote (z.B. Gesundheits- bzw. Shoppingtourismus) können dazu führen, dass die Devisenausgaben für den Outgoing-Tourismus schneller steigen als die Einnahmen durch Incoming-Tourismus. Je mehr sich in den Ländern des Globalen Südens die neuen Mittelschichten Auslandsreisen leisten können, desto häufiger kann es dazu kommen, dass unter ihrer zunehmenden globalen Mobilität die wirtschaftlich Benachteiligten in ihren Ländern besonders stark leiden, weil die Deviseneinnahmen nur unzureichend genutzt werden können zur Finanzierung einer nachhaltigen Entwicklung.

Zudem bleibt die Frage, wer die Devisen erhält und wofür sie eingesetzt werden. Wenn damit hauptsächlich Rohstoffe, Güter, Dienstleistungen oder Technologien importiert werden, die vor allem einer kleinen, wohlhabenden

36 Vgl. Dpa-Newskanal (2015): Reisen in autoritäre Staaten: Hilfreich oder skrupellos? In: Süddeutsche Zeitung, März 2015. URL: <https://www.sueddeutsche.de/leben/tourismus-reisen-in-autoritaere-staaten-hilfreich-oder-skrupellos-dpa.urnnewsml-dpa-com-20090101-150305-99-08225>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

37 Vgl. UN United Nations (2010): The contribution of tourism to trade and development. Note by the UNCTAD secretariat. In: UNCTAD United Nations Conference on Trade and Development, TD/B/C.I/8, Mai 2010. Genf. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/cid8_en.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021.

38 In kleinen Inselstaaten mit einer schwachen produktiven Basis existiert die Tourismusbranche weitgehend getrennt vom Rest der Volkswirtschaft mit einer hohen Sickerquote und mit indirekten Einkommens- und Beschäftigungseffekten. Vgl. Resende-Santos, Joao (2013): Cape Verde and the risks of tourism specialisation: the tourism option for Africa's small states. In: Journal of Contemporary African Studies volume 37, Dezember 2013. Waltham. DOI: 10.1080/02589001.2019.1619916.



Schicht und nicht den wirtschaftlich Benachteiligten zugutekommen, ist der potenzielle entwicklungspolitische Nutzen verspielt. Tourismus kann daher gesellschaftliche Unterschiede und damit die relative Armut verstärken.

Arbeitsplätze

Als arbeitsintensiver Wirtschaftssektor kommt der Tourismus einer für Entwicklungs- und Schwellenländer typischen Struktur entgegen, die häufig durch Kapitalmangel und Arbeitskräfteüberschuss/Arbeitslosigkeit gekennzeichnet ist. Das Verhältnis zwischen Kapitaleinsatz und Arbeitsplätzen wird durch eine Reihe von regional sehr unterschiedlichen Faktoren (sozioökonomische Verhältnisse, Ressourcenausstattung, Art und Standort der Urlaubs-Unterkünfte etc.) bestimmt und kann nicht verallgemeinert werden. Die absolute Zahl der im bzw. durch den Tourismus geschaffenen Arbeitsplätze sowie die Kosten-Nutzen-Relation im Vergleich zu anderen Wirtschaftsbereichen sind nur zwei wichtige Aspekte. Zu prüfen ist u.a.:

- Wie sicher sind Arbeitsplätze im Tourismus?
- Inwieweit ist eine ganzjährige Beschäftigung gewährleistet?
- Von welcher Qualität sind die Arbeitsplätze?
- Wer bekommt die Arbeitsplätze?
- Wie viele weitere Arbeitsplätze werden durch den Tourismus in anderen Wirtschaftsbereichen zusätzlich geschaffen oder auch vernichtet?

Liegt der **Multiplikatoreffekt** über dem Wert 1, entfällt auf einen direkt im Tourismus Beschäftigten mehr als ein Arbeitsplatz in vorgelagerten Wirtschaftszweigen – bleibt er unter 1, entsprechend weniger. Im Durchschnitt lag der Multiplikator im Jahr 2011 bei 1,5.³⁹ Doch viele der Arbeitskräfte, die heute im Tourismus arbeiten, waren vorher in anderen Berufen beschäftigt.

Mögliche Nachteile und Probleme der touristischen Arbeitsplätze werden leicht übersehen. Dazu können beispielsweise gehören:

- überwiegend einfache, schlecht bezahlte Tätigkeiten
- lange Arbeitszeiten
- Befristung der Arbeitsverträge (Saisonarbeit)
- Abhängigkeit von Trinkgeldern
- sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz
- Schwierigkeiten bei der Ausbildung bzw. Qualifizierung einheimischer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer (höher qualifizierte bzw. besser bezahlte Arbeitsplätze sind nicht selten mit Personen aus anderen Regionen oder Industrieländern besetzt)
- hohe Personalfluktuationsrate
- Leiharbeit, z.B. verbunden mit negativen Auswirkungen auf die Möglichkeiten gewerkschaftlicher Organisation

Hinzu kommt die **Anfälligkeit des Tourismus für äußere Einflüsse**. Naturkatastrophen, Terroranschläge oder Wirtschaftskrisen können dazu führen, dass Tourist:innen ausbleiben und Beschäftigte im Tourismus fristlos und ohne Abfindung entlassen werden.

Für Frauen eröffnet der Tourismus oft mehr Chancen als viele andere Wirtschaftsbereiche, so machten im Jahr 2018 Frauen einen großen Anteil der touristischen Belegschaft aus (54%). Doch innerhalb des Tourismus sind sie gegenüber Männern nach wie vor häufig benachteiligt.⁴⁰ Sie werden vorwiegend in niedrigen Funktionsstufen beschäftigt und sind in höheren Positionen viel seltener vertreten als Männer. In der formalen Tourismuswirtschaft verdienen Frauen etwa 15% weniger als ihre männlichen Kollegen in vergleichbaren Positionen. Zudem haben berufstätige Frauen mit Familien (im Tourismus wie in anderen Branchen) eine ganz erhebliche Mehrfachbelastung zu ertragen und leiden auch unter Segregation hinsichtlich des Zugangs zu Bildung und Ausbildung.⁴¹

39 Vgl. ILO International Labour Organization (2011 a): Sectoral Brief. Hotels, catering and tourism. Sustainable tourism. Genf. URL: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/briefingnote/wcms_162197.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021.

40 Vgl. UNWTO World Tourism Organization und UN Women United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women (2011): Global Report on Women in Tourism 2010. URL: www.e-unwto.org/content/j133q0/fulltext.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021.

41 Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2019 b): Global Report on Women in Tourism – Second Edition. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284420384>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

Nach Schätzungen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) aus dem Jahr 2011 arbeiteten weltweit 13 Mio. bis 19 Mio. Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren direkt oder indirekt im Tourismus. Sie machten 10% bis 15% des (formellen) touristischen Arbeitsmarktes aus. Hinzu kommen die vielen Beschäftigungen im informellen Sektor.⁴² Wie der Bericht „Straftäter in Bewegung: Globale Studie zur sexuellen Ausbeutung von Kindern in Reisen und Tourismus 2016“ ergeben hat, ist zudem durch die Zunahme des globalen Tourismus und eine verbesserte Zugänglichkeit zu Informationstechnologien die Bedrohung Minderjähriger durch sexuelle Ausbeutung in jedem Land der Welt erheblich gestiegen.⁴³

Einfluss auf andere Wirtschaftsbereiche

Investitionen im Tourismussektor haben in der Regel weitere Investitionen bzw. eine gesteigerte Nachfrage in anderen Wirtschaftssektoren zur Folge, z.B. in der Bauwirtschaft, bei Transportunternehmen, in der Vergnügungsindustrie oder in der Landwirtschaft. Umfang und Intensität dieser Verflechtungen variieren von Land zu Land. Mit der Konsolidierung des Tourismus nimmt seine Bedeutung für einige vorgelagerte Wirtschaftssektoren ab, wie beispielsweise die Bauwirtschaft (Errichtung touristischer Anlagen, Planung und Bau von Infrastruktur). Wirtschaftsbereiche, die für den Tourismus Güter erzeugen und Dienstleistungen erbringen, werden dann wichtiger.

Wie stark die jeweilige lokale Wirtschaft vom Tourismus profitiert, hängt davon ab, inwieweit Unternehmen und Tourist:innen die Angebote vor Ort nutzen und Produkte aus der Region einkaufen (z.B. Nahrungsmittel, Kunsthandwerk). Bei Hotelanlagen internationaler Firmen bzw. All-Inclusive-Anlagen ist die einheimische Bevölkerung häufig noch zu wenig am Tourismusgeschäft beteiligt. Doch Unternehmen können hier gegensteuern, beispielsweise mit einer gezielten Einkaufspolitik: Es gibt durchaus Spielräume, um einheimische Zulieferer, Geschäfte, Restaurants oder Agenturen stärker einzubinden. Dies setzt eine entsprechende Zusammenarbeit der touristischen Anbieter und der Wirtschaft vor Ort voraus – in Abhängigkeit von den jeweiligen örtlichen Gegebenheiten (z.B. Infrastruktur, Landwirtschaft).

Die dem Tourismus zugeschriebenen Impulse für die Landwirtschaft erwiesen sich in manchen Entwicklungsländern als frommer Wunsch. Der Tourismus kann z.B. durch die Umnutzung von Land für den Bau von Hotels und Infrastruktur oder durch den Abzug von Kapital und Arbeitskräften die Landwirtschaft verdrängen.⁴⁴ Seitdem im Flugverkehr mit Agrosprit („Biosprit“, z.B. auf Grundlage von Jatropha) experimentiert wird, erhöht sich zudem die Gefahr, dass in Entwicklungs- und Schwellenländern der Anbau von Nahrungsmitteln zunehmend durch Monokulturen zur Gewinnung von Pflanzentreibstoffen verdrängt wird.⁴⁵ Teure Nahrungsmittelimporte und eine Steigerung der Preise auch für einheimische Agrarprodukte können die Folge sein – zu Lasten der einheimischen Bevölkerung und insbesondere der Armen.

Tourismus und Landwirtschaft können sich ergänzen, wenn es nicht zu Landnutzungskonflikten kommt, wenn die Hotels Ressourcen wie Wasser nicht im Übermaß verbrauchen, und wenn Hotels und Restaurants beim Einkauf einheimischen Agrarprodukten den Vorzug geben vor importierten. Der Tourismus bietet für landwirtschaftliche Betriebe mit der Verbreitung des Agrotourismus, der Zunahme des Nachhaltigkeitsdenkens und des Wunsches nach möglichst naturnahen Erlebnissen bei den Reisenden auch Diversifizierungspotenziale an.

Diversifizierung – Monostrukturierung – Abhängigkeit

In diversifizierten Volkswirtschaften, in denen der Tourismus eines von mehreren Elementen der Entwicklungsstrategie ist, können die ökonomischen Vorteile überwiegen. Entwicklungsländer, die einseitig auf den Tourismus setzen, laufen Gefahr, eine touristische Monostruktur zu schaffen. Daraus entstehen Risiken und Abhängigkeiten.

42 Vgl. Black, Maggie (1995): In the twilight zone. Child workers in the hotel, tourism and catering industry. Hrsg. ILO International Labour Office. Genf – ILO International Labour Organization (2011 b): Toolkit on Poverty Reduction through Tourism. Genf. URL: www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/instructionalmaterial/wcms_162289.pdf, Seite 21, letzter Zugriff: 14.06.2021.

43 Vgl. Hawke, Angela / Alison Raphael (2016): Global Study on Sexual Exploitation of Children in Travel and Tourism. Hrsg. ECPAT International. URL: <https://protectingchildrenintourism.org/wp-content/uploads/2018/10/Global-Report-Offenders-on-the-Move.pdf>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

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

45 Vgl. Oxfam (2016): Burning land, burning the climate. URL: <https://www.oxfam.de/system/files/20161026-burning-land-climate-eu-bioenergy-embargo-en.pdf>, letzter Zugriff: 26.02.2021.



Denn die Nachfrage nach Urlaubsreisen ist nicht nur saisonal an Ferientermine und klimatische Bedingungen gebunden, sie ist auch von unvorhersehbaren Faktoren abhängig. Touristische Moden oder Konjunkturrückgänge in den Herkunftsländern, aber auch Epidemien und Pandemien, Naturkatastrophen, soziale Unruhen, gewaltsame Auseinandersetzungen, terroristische Anschläge oder gar Krieg in den Zielländern bzw. in den Nachbarländern oder aber in der Region können zu einer allgemeinen Verunsicherung der Reisenden und zu einem Einbruch des Tourismus in den von diesem Wirtschaftszweig abhängigen Ländern führen. Schließlich machte die Corona-Pandemie deutlich, dass die Ursachen und Wirkungen solcher Einbrüche längst nicht mehr auf einzelne Länder beschränkt sind, sondern globale Krisen das Tourismusgeschäft weltweit beeinträchtigen.

Häufig wird argumentiert, dass die Abhängigkeit der Entwicklungsländer von Industriestaaten durch den Tourismus verfestigt wird: Durch horizontale und vertikale Konzentration entstehen internationale Hotelketten, zunehmend größere Touristikunternehmen etc., die über ihre Vermarktungsstrategien die Reiseströme in jene Länder lenken können, in denen sich die größten Gewinne erzielen lassen.⁴⁶ Daraus ergibt sich u.a., dass touristische Zielgebiete in Entwicklungsländern bzw. die dortige Tourismuswirtschaft in nicht unerheblichem Maße von ausländischen Einflüssen (Kapital, Verhaltens-, Preis- und Angebotsvorstellungen internationaler Tourismusunternehmen) abhängig sein können. Die Abhängigkeit von traditionellen Quellmärkten nimmt jedoch ab, je mehr die Zielgebiete auch auf neue Zielgruppen z.B. aus anderen Entwicklungs- und Schwellenländern sowie auf einheimische Tourist:innen setzen können.

Regionale Entwicklungsimpulse

Häufig wird der Entwicklungsländer-Tourismus als Finanzier von Infrastrukturmaßnahmen und als Impulsgeber für die Entwicklung peripherer Regionen bezeichnet. Teure und oft dringend notwendige Infrastruktur, wie Straßen, Flughäfen oder die Energie- und Wasserversorgung etc. könnten ohne den Tourismus nicht bezahlt werden. Allerdings wird der Nutzen der durch den Tourismus entstandenen Infrastruktur für die einheimische Bevölkerung bzw. seine Impulse für die Entwicklung peripherer Regionen auch angezweifelt. Wird vor allem in Tourismuszentren investiert, während andere Regionen, die eine Strukturverbesserung dringend nötig hätten, vernachlässigt werden, kann das dazu führen, dass diese entwicklungsmäßig ins Abseits geraten.

2.2 Soziale Wirkungen

Soziale, kulturelle und politische Auswirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern sind vielerorts offensichtlich. Doch auch sie lassen sich nur schwer verallgemeinern, und häufig stellt der Tourismus im Zeitalter der Globalisierung nur einen von verschiedenen Faktoren dar, die Gesellschaften und Kulturen beeinflussen und verändern.

Auswirkungen auf Sozialstruktur und Wertesystem

Der Tourismus verstärkt Modernisierungsprozesse in Entwicklungs- und Schwellenländern. Dabei kann es zu Konflikten kommen zwischen den Ansprüchen oder Verhaltensweisen der Reisenden und den Traditionen oder soziokulturellen Standards der Einheimischen. Die Folgen des Tourismus sind umso gravierender, je größer der kulturelle Unterschied zwischen Reisenden und Einheimischen ist, je kleiner der besuchte Ort ist und je schneller die Tourismusentwicklung voranschreitet.⁴⁷ Die Auswirkungen von Reisen in „unberührte“ oder kaum „erschlossene“ Gebiete können für die betroffenen Menschen – oft Angehörige indigener Bevölkerungsgruppen – und deren Kultur verheerend sein, beispielsweise kann eine funktionsfähige Sozial- und Gewerbestruktur durch die touristische Erschließung innerhalb kurzer Zeit existenziell beeinträchtigt werden.⁴⁸

Die touristische Erschließung von Regionen setzt voraus, dass Grund und Boden in für den Tourismus attraktiven Lagen verfügbar sind. Um Tourismus zu ermöglichen, werden nicht selten andere Landnutzungsformen verdrängt – und mit ihnen die auf diesem Land lebenden Menschen. Meist findet eine Verdrängung über Marktmechanismen

46 Vgl. Seifert-Granzin, Jörg / Samuel Jesupatham (1999): *Tourism at the Crossroads. Challenges to Developing Countries by the New World Trade Order*. Hrsg. von Equations, Tourism Watch, epd-Entwicklungspolitik: Materialien VI/99. Frankfurt/Main.

47 Vgl. Friedl, Harald (2002): *Tourismsethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens*. München/Wien.

48 Vgl. Johnston, Alison M. (2006): *Is the Sacred for Sale? Tourism and Indigenous Peoples*. London.

und psychologischen Druck statt, so dass die Einheimischen ihr Land entweder verkaufen oder zum Verkauf gezwungen werden – oder sogar enteignet und vertrieben werden, zuweilen im Namen des Naturschutzes, letztlich aber zur Förderung des Tourismus. Sie verlieren so nicht nur ihre Heimat, sondern oft auch den Zugang zu ihrer bisherigen Lebensgrundlage und den sozialen Halt, den das Leben in Gemeinschaft bietet (z.B. verlieren Fischer den Zugang zu den Stränden, Anwohner von Naturschutzgebieten den Zugang zu den Ressourcen ihrer Region).

Migrationsprozesse und die damit verbundene Auflösung von Gemeinschafts- und Familienstrukturen sind weitere Konsequenzen. In der Folge von Tourismusentwicklung kann es zu Generationenkonflikten oder zu Konflikten in den Beziehungen zwischen den Geschlechtern kommen. Funktionsfähige soziale Netze werden zerstört und mit ihnen oft Wertesysteme und Traditionen. Neben der Herausbildung neuer sozialer Schichten (Beschäftigte im Tourismus) kann es auch zu sozialen Verwerfungen kommen, die meist nicht mehr umkehrbar sind. So verdienen z.B. bettelnde Kinder an Touristenstränden oder vor touristischen Sehenswürdigkeiten oft mehr als ihre in der Landwirtschaft tätigen Eltern – und versäumen oft den Schulbesuch.

Aus Kontakten mit Tourist:innen können Jugendliche Prestige und sozialen Aufstieg erhoffen. Wenn die Imitation des Freizeitverhaltens der Tourist:innen aufgrund der eigenen ökonomischen Unterlegenheit scheitert, können Minderwertigkeitsgefühle, Frustration, Kriminalität, Fremdenfeindlichkeit oder Formen von Widerstand die Folge sein. Mit der Auflösung von Traditionen kann eine Kommerzialisierung des kulturellen Erbes verbunden sein, die vom Verkauf materieller Kulturgüter (z.B. Antiquitäten) über die Deformierung traditioneller Gastfreundschaft bis hin zur Profanisierung und Zerstörung der religiös-kulturellen Basis führen kann.

Umgekehrt kann es durch den Tourismus auch zu einer Wiederbelebung kultureller Werte und Gebräuche sowie zur Stärkung des Selbstbewusstseins und der kulturellen Identität kommen. Der Tourismus kann in Entwicklungsländern auch zu einem positiven sozialen Wandel beitragen. Der Wechsel aus überkommenen Wirtschafts- und Lebensbereichen in neue Tätigkeitsfelder eröffnet unter Umständen neue Blickwinkel z.B. in Bezug auf die soziale Schichtenzugehörigkeit oder die Rolle der Frauen.⁴⁹ In Ländern mit einer schmerzvollen Vergangenheit (z.B. durch Kolonialzeit, Bürgerkrieg) kann der Tourismus den Einheimischen bei der Aufarbeitung ihrer eigenen Geschichte helfen.

Overtourism und soziale Tragfähigkeit

In verschiedenen Teilen der Welt hat sich seit den 1980er Jahren Widerstand gegen den Tourismus und seine negativen Begleiterscheinungen formiert. Seit 2017 wird der Widerstand der lokalen Bevölkerung ausgehend von einigen wichtigen europäischen städtischen Destinationen, wie z.B. Barcelona, Venedig oder Dubrovnik unter dem Begriff des „Overtourism“ diskutiert. Im Mittelpunkt dieser Proteste von aufgebrachten und organisierten Bürgerinnen und Bürgern, die vor dem Hintergrund der wachsenden wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus eine sehr hohe mediale Aufmerksamkeit bekommen haben, steht die Aufforderung zu einer nachhaltigen Gestaltung des Tourismus, welche die Rechte der ortsansässigen Bevölkerung achtet und die Einheimischen vor Ort auf angemessene Weise an Entscheidungsprozessen beteiligt.⁵⁰

Beim Thema Overtourism geht es nicht primär um die klassischen Fragen der Umweltverträglichkeit und der Mengenproblematik, sondern in erster Linie um die Grenzen der sozialen Tragfähigkeit. Das Phänomen des Overtourism steht dabei einerseits in engem Zusammenhang mit der rasant gestiegenen Wachstumsgeschwindigkeit von Tourismus. Neue Produkt- und Dienstleistungsangebote (u.a. Mega-Kreuzfahrtschiffe, Internetportale zum Angebot von Wohnräumen für touristische Zwecke, wie z.B. Airbnb) kombiniert mit niedrigen Preisen für den Flugverkehr können zu einer rapiden Überfüllung von Destinationen führen und dabei die Lebensqualität der Bewohner dieser Orte in einer sehr kurzen Zeit radikal einschränken. Zum andern spielt auch das neue Kommunikations- und Konsumverhalten der Menschen im Zusammenspiel mit der Ausbreitung von sozialen Medien eine große Rolle. So können Orte sehr schnell an Beliebtheit gewinnen und ohne angemessene Vorbereitung großen Besucherzahlen ausgesetzt werden. Abhängig von der Wachstumsgeschwindigkeit der Tourismusentwicklung und von den lokalen Gegebenheiten sowie den Eingrenzungs-, Ausweich- bzw. Partizipationsmöglichkeiten, die den Bewohnern zur Ver-

49 Vgl. Hemmati, Minu (1999): Gender & Tourism. Women's Employment and Participation in Tourism. Report for the United Nations Commission on Sustainable Development 7th Session, April 1999. London.

50 Für eine analytische Diskussion des Overtourism vgl. Postma, Albert / Dirk Schmücker (2017): Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. In: Journal of Tourism Futures, Volume 3, November 2017. URL: <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2017-0022>, letzter Zugriff: 14.06.2021.



fügung stehen, können die Grenzen der sozialen Tragfähigkeit in unterschiedlichen touristischen Destinationen sehr divers ausfallen.⁵¹

Auch in Destinationen des Globalen Südens ist bereits Overtourism zu beobachten, wie z.B. in Machu Picchu in Peru, auf Bali in Indonesien, im indischen Goa oder in Costa Rica. Die „neue“ Wachstumsgeschwindigkeit des Tourismus trifft Touristen-Hotspots in Entwicklungs- und Schwellenländern hart. Sie sind oftmals gekennzeichnet durch schwache Strukturen zum Schutz der einheimischen Bevölkerung vor schlecht bezahlten, saisonalen Arbeitsplätzen und hohen Sickerquoten, die in starkem Maße auf die Mitnahme von Gewinnen durch Touristikkonzerne zurückzuführen sind. Zunehmende Angebote von Kreuzfahrtreisen führen dazu, dass an den Hotspots immer mehr Einheimische kaum von den Einnahmen des örtlichen Tourismussektors profitieren können. Auch die Kapazitäten des Umweltschutzes sind in diesen Hotspots häufig niedrig. Dies führt dazu, dass die Umwelt und in der Folge auch die soziale Struktur durch erhöhten Flächen-, Wasser- und Energieverbrauch besonders beeinträchtigt wird. Ein unkontrolliertes Wachstum des Tourismus verschärft die Konkurrenz um knappe örtliche Ressourcen. Dies kann zu dramatischen Einschnitten im alltäglichen Leben der lokalen Bevölkerung führen und eine Blockade der sozioökonomischen Entwicklung verursachen.

Tourismus als interkulturelle Begegnung

Der Einfluss von Kontakten zwischen Tourist:innen und der Bevölkerung eines Entwicklungslandes auf die Einstellungen und Verhaltensweisen beider Seiten ist u.a. abhängig von der Art und Intensität der Begegnung sowie dem Ausmaß der kulturellen Andersartigkeit und dem Entwicklungsstand des Reisezielgebietes. Beide Seiten begegnen sich nicht selten mit einer ganzen Reihe bewusster oder unbewusster Klischees und Vorurteile, die manchmal schwer überwindbare Barrieren darstellen.⁵²

In den Zielgebieten kann das Aufeinandertreffen verschiedener Kulturen Brüche im sozialen und kulturellen Gefüge sowie Verlust von kultureller Identität zur Folge haben. Allerdings hängen Intensität und Form des durch den Tourismus ausgelösten oder verstärkten sozialen Wandels stark von den jeweiligen sozioökonomischen Bedingungen im Gastland, der kulturellen Eigenständigkeit, der Stabilität der gastgebenden Gesellschaft ab, sowie von der unterschiedlichen Fähigkeit und Bereitschaft, positive Wirkungen des Tourismus gezielt aufzunehmen und zu verstärken und negative Wirkungen abzuwehren.

Viele Tourist:innen, die in Entwicklungs- und Schwellenländer reisen, wünschen sich Kontakte mit der einheimischen Bevölkerung.⁵³ Die Kürze der meisten Reisen, mangelhafte Reisevorbereitung, fehlende gemeinsame Sprachkenntnisse bei Gastgeber:innen und Reisenden sowie touristische Ghettoisierung, z.B. in manchen All-Inclusive-Anlagen, machen jedoch ein vertieftes gegenseitiges Kennenlernen nicht leicht. Werden jedoch intensivere Kontakte und Begegnungen zwischen Reisenden und Einheimischen „auf Augenhöhe“ erfolgreich realisiert, können Vorurteile und Klischees auf beiden Seiten relativiert sowie gegenseitiges Lernen und Neugier für kulturelle Vielfalt gefördert werden.

Offenheit und Respekt gegenüber anderen Menschen und deren Kulturen können durch anspruchsvolle Begegnungen zwischen Reisenden und Einheimischen ebenso unterstützt werden wie die Erweiterung des eigenen Horizonts und das Verständnis für andere gesellschaftliche Systeme und deren politische, wirtschaftliche und soziale Probleme und Besonderheiten. Begegnungen können also einen wichtigen Beitrag zur Stärkung interkultureller Kompetenzen leisten und dazu führen, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute äußern zu können.⁵⁴

51 Für eine Analyse der Wahrnehmung der Einwohner in städtischen Destinationen und mögliche Strategien zur Steuerung der Tourismusströme zum Nutzen von Besuchern und Einwohnern und für einen nachhaltigen Tourismus vgl. UNWTO World Tourism Organization (2018 a): 'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary. UNWTO. September 2018. Madrid. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284420070>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

52 Vgl. Friedl, H. (2002): a.a.O. Seite 72ff.

53 Vgl. Kösterke, Astrid (2009): Meet-the-People – Befragung zur Ansprechbarkeit deutscher Urlauber für organisierte Begegnungen mit Einheimischen in Entwicklungs- und Schwellenländern. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland. Siehe auch Teil II, Kap. 2.2.

54 Vgl. Kösterke, Astrid (2000): Urlaubsreisen und interkulturelle Begegnung. Untersuchung zur Ansprechbarkeit der Deutschen auf Aspekte von interkultureller Begegnung im Urlaub unter besonderer Berücksichtigung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland. Seite 26ff.

Tourismus und Menschenrechte

In Entwicklungs- und Schwellenländern können Verletzungen von Menschenrechten auch als direkte Folge des Tourismus oder im Zusammenhang mit touristischer Entwicklung oder touristischen Aktivitäten auftreten. Die Zusammenhänge zwischen Tourismus und Menschenrechtsverletzungen sind für Urlauber oft nicht leicht zu durchschauen. Die Reisebranche und die Politik nehmen Diskussionen über die menschenrechtlichen Dimensionen des Tourismus zunehmend zur Kenntnis und beteiligen sich daran.⁵⁵

Sowohl bürgerliche und politische als auch wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte sind im Tourismus nicht immer gewährleistet. Menschenrechte können direkt verletzt werden, wenn z.B. Zwangsumsiedlungen ohne Partizipation und angemessene Entschädigung der lokalen Bevölkerung durchgeführt werden oder ihr der Zugang zu ihren Lebensgrundlagen verwehrt bzw. eingeschränkt wird.⁵⁶ Auch Menschenwürde und Privatsphäre werden missachtet, wenn Einheimische zu „Schaubjekten“ für Tourist:innen werden.

Auch die Beschäftigten im Tourismus können betroffen sein. Zuweilen sind Bezahlung und Arbeitsbedingungen so schlecht, dass das in Artikel 7 des Internationalen Paktes über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte festgelegte Recht auf menschenwürdige Arbeit sowie die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) verletzt werden. Die Arbeit der Träger:in, die auf Bergtouren im Himalaya, in den Anden oder am Kilimandscharo das Gepäck der Tourist:innen schleppt, ist in vielen Fällen gesundheitsgefährdend. Auch Kinderarbeit im Tourismus ist in armen Ländern keine Seltenheit und beeinträchtigt das Recht auf Bildung, wenn die Kinder aufgrund ihrer Arbeit nicht die Chance haben, eine Schule zu besuchen.

Nicht nur direkt, auch indirekt kann es durch Tourismus zu Menschenrechtsverletzungen kommen. So gefährdet z.B. der durch Flugverkehr wesentlich mitverursachte Klimawandel die Ernährungssicherheit, Gesundheit und das Überleben von Millionen Menschen. „Falsche Lösungen“ im Klimaschutz – Biokraftstoffe, auf die auch die Luftfahrtindustrie setzt und deren Anbau in direkter Konkurrenz zum Anbau von Nahrungsmitteln steht – tragen zusätzlich dazu bei. Das Recht auf Nahrung von ohnehin schon benachteiligten Bevölkerungsgruppen kann dadurch erheblich beeinträchtigt werden.

In erster Linie ist es eine staatliche Aufgabe, die Rechte und Freiheiten der Menschen zu achten, wirksam zu schützen und zu gewährleisten – auch im Tourismus. Tourismusunternehmen haben zwar nicht die gleichen Pflichten wie die Staaten, Menschenrechte zu schützen und zu gewährleisten, doch sie müssen sie in jedem Fall respektieren. Sie dürfen zum Beispiel ihre Mitarbeiter:innen nicht ausbeuten oder lokalen Gemeinschaften das Trinkwasser abgraben. Auch dürfen sie diese so überlebenswichtige Ressource nicht verschmutzen. Um ihrer Verantwortung gerecht zu werden, müssen Unternehmen „due diligence“ – die erforderliche Sorgfalt – walten lassen. Laut John Ruggie, dem Sonderbeauftragten der Vereinten Nationen für Menschenrechte und multinationale Unternehmen, heißt das: Unternehmen müssen nicht nur sicherstellen, dass sie nationale Gesetze achten, sondern auch Risikomanagement betreiben, um Menschenrechtsverletzungen zu vermeiden. Die erforderliche Sorgfalt erstreckt sich über die gesamte Wertschöpfungskette.⁵⁷

55 In diesem Zusammenhang wurde 2016 der „Roundtable Menschenrechte im Tourismus e.V.“ als eine internationale Multi-Stakeholder-Initiative gegründet, der sich basierend auf die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte für die Förderung der Menschenrechte im Tourismus einsetzt. Zu seinen Mitgliedern gehören klein- und mittelständische Tourismusunternehmen, große Tourismusunternehmen, Reiseverbände und Zertifizierungsstellen sowie NGOs. Vgl.: Roundtable Human Rights in Tourism (2021): URL: <https://www.humanrights-in-tourism.net/>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

56 Zur Vertreibungs- und Verdrängungsprozessen und Tourismusentwicklung vom All-Inclusive-Resort-Tourismus bis zum Wildtiertourismus anhand von Fallstudien aus dem globalen Süden. Vgl. Neef, Andreas (2019): Tourism, Land Grabs and Displacement - A Study with Particular Focus on the Global South. Hrsg. Tourism Watch. Februar 2019. Auckland. URL: https://www.tourismwatch.de/system/files/document/Neef_Tourism_Land_Grab_Study.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021.

57 Vgl. UN United Nations (2011): Guiding Principles on Business and Human Rights. April 2011. New York/Genf. URL: https://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf, letzter Zugriff: 13.02.2021. Für den vollständigen Text der Leitprinzipien siehe die Webseite des Büros des Hohen Kommissars für Menschenrechte vgl. United Nations Human Rights (2021): URL: <https://www.ohchr.org>, letzter Zugriff: 13.02.2021. Im November 2018 versammelten sich Vertreter des Tourismussektors zum ersten Mal in einer Sitzung, organisiert durch ECPAT International und der Internationalen Tourismuspartnerschaft, zu deren Mitgliedern weltweit führende Hotelunternehmen gehören (Sustainable Hospitality Alliance (2021): URL: <https://sustainablehospitalityalliance.org>), zum Thema „Sorgfaltspflicht für Menschenrechte in der Praxis im Tourismussektor“ beim UN Forum für Wirtschaft und Menschenrechte in Genf, um erforderlichen globalen Maßnahmen für die gemeinsamen Herausforderungen wie Zwangsarbeit, Menschenhandel und die sexuelle Ausbeutung von Kindern zu erörtern. Vgl. United Nations Human Rights (2018): Corporate human rights due diligence: emerging practices, challenges and ways forward. URL: <https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/ExecutiveSummaryA73163.pdf>, letzter Zugriff: 13.02.2021.



Reiseländer können auch Staaten sein, in denen Menschenrechte per se massiv verletzt werden. Regierungen instrumentalisieren dort den Tourismus nicht nur wegen der Devisen, sondern auch zur Stärkung ihrer Macht und Verbesserung ihres Images nach innen und außen. Aufrufe zum Tourismusboykott gegenüber Reisezielländern, in denen Menschenrechtsverletzungen stattfinden, waren früher ein beliebtes Druckmittel, sind heute aber eher selten geworden. Es hat sich gezeigt, dass Nachrichten, Fotos und Berichte von Tourist:innen über Missstände auch dazu beitragen können, auf Menschenrechtsverletzungen aufmerksam zu machen.⁵⁸

Eine besonders perverse Art des Tourismus ist der Sextourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Er ist mit gravierenden Menschenrechtsverletzungen verbunden. Viele der Frauen, die im touristischen Sexbusiness arbeiten, tun dies, weil sie dazu gezwungen werden und um das Überleben ihrer Familien zu sichern. Auch Kinder – Mädchen wie Jungen – bleiben von der sexuellen Ausbeutung durch Tourist:innen nicht verschont. Die internationale Organisation ECPAT (“End Child Prostitution, Child Pornography and the Trafficking of Children for Sexual Purposes”) setzt sich dafür ein, dass immer mehr Länder nationale Aktionspläne entwickeln und Maßnahmen gegen die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern und Frauen ergreifen.⁵⁹ 1993 wurde in Deutschland das Strafrecht dahingehend geändert, dass deutsche Straftäter, die im Ausland Kinder missbrauchen, in Deutschland vor Gericht gestellt werden können. Doch es fehlt immer noch an der konsequenten Anwendung staatlicher Schutzgesetze. Besondere Bedeutung haben präventive Maßnahmen wie z.B. Aufklärungskampagnen in den Herkunftsländern, freiwillige Selbstverpflichtungen der Tourismusunternehmen, sich z.B. über einen Verhaltenskodex für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Tourismus einzusetzen, Ausbildungsangebote und alternative Arbeitsmöglichkeiten in den Zielgebieten.

2.3 Ökologische Wirkungen

Zahlreiche Ökosysteme sind durch touristische Infrastruktur und touristische Aktivitäten starkem Druck ausgesetzt oder bereits irreversibel zerstört. Das beginnt schon bei der An- und Abreise, bei der es zu Energieverbrauch, Lärm- und Treibhausgasemissionen und der klimaschädlichen Beeinträchtigung der Atmosphäre kommt. Vor Ort beanspruchen die Unterkünfte, Gastronomie, Verkehrs- und Freizeitinfrastruktur – häufig in starkem Maße – natürliche Ressourcen, wie Boden, Wasser, Vegetation, und wirken sich besonders durch hohe Flächeninanspruchnahmen stark auf die Biodiversität aus. Abwasser und Abfall belasten die Natur zusätzlich. Mit den immer deutlicher werdenden Folgen des Klimawandels rücken auch die globalen Auswirkungen der tourismusbedingten Kohlendioxidemissionen immer stärker in den Blick.

Tourismus und Klimawandel

Reisen in EL/SL finden überwiegend mit dem Flugzeug statt. Wissenschaftliche Untersuchungen konnten neben dem hohen Energieverbrauch den Beitrag der Flugverkehrsemissionen zur globalen Erwärmung und zum Abbau des schützenden Ozons in der Stratosphäre nachweisen. Etwa acht Prozent der globalen Treibhausgasemissionen entstehen im Tourismus. Der größte Teil dieser Emissionen geht auf die An- und Abreise zurück, vor allem auf das besonders klimaschädliche Fliegen.⁶⁰ Neben den CO₂-Emissionen trägt der Luftverkehr über weitere Schadstoffe sowie hohen Flächen- und Ressourcenverbrauch zu Umweltproblemen bei. So verursacht der Flugverkehr neben dem CO₂-Ausstoß in der üblichen Reiseflughöhe noch weitere Emissionen und atmosphärische Prozesse, deren Klimawirksamkeit deutlich höher ist. Beispielhaft sind Emissionen von Stickoxiden oder die vom Luftverkehr verursachte Wolkenbildung zu nennen. Kondensstreifen, die selbst schon eine Klimawirkung haben, können diese noch verstärken, wenn sie sich in Zirruswolken umwandeln. Nach aktuellem wissenschaftlichen Kenntnisstand beträgt die Klimawirkung dieser „Nicht-CO₂-Effekte“ noch einmal das Doppelte der CO₂-Wirkung.⁶¹

58 Vgl. Keefe, Jean / Sue Wheat / Jeffery Pike (1998): Tourism and human rights. Hrsg. Tourism Concern. London. – Thin, Lea (2019): Bon Voyage vs. Boykott, Für Toleranz und Solidarität in LGBTQI*- feindliche Länder reisen oder sie bewusst meiden? Hrsg. Tourism Watch. URL: <https://www.tourism-watch.de/de/schwerpunkt/bon-voyage-vs-boykott>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

59 Früher als Kampagne „End Child Prostitution in Asian Tourism“. Seit 1997 ist ECPAT international eine Nichtregierungsorganisation. Zu Tourismus und Kinderprostitution siehe ausführlich die Webseite der Arbeitsgemeinschaft zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung – ECPAT Deutschland e.V. Vgl. ECPAT Deutschland e.V. (2021): URL: www.ecpat.de, letzter Zugriff: 14.06.2021.

60 Vgl. Lenzen, Manfred / Ya-Yen Sun / Futu Faturay et al. (2018): The carbon footprint of global tourism. In: Nature Climate Change 8. Mai 2018. URL: <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

61 Vgl. Umweltbundesamt (2021): Nachhaltiger Tourismus. URL: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/nachhaltiger-tourismus#-umweltbelastungen-ermitteln-und-umweltauswirkungen-verringern>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

Das erwartete weitere Wachstum des Luftverkehrs – das durch die COVID-19 Pandemie nur vorübergehend gestoppt wurde – wird die Belastung in Zukunft weiter erhöhen. Noch ist kein Umsteuern hin zu einem weniger emissionsintensiven Tourismus zu erkennen. So befanden sich 2017 weltweit über 550 Flughäfen im Neu- oder Ausbau, um für den wachsenden Flugverkehr gewappnet zu sein.⁶² Damit steigt auch der Flächenverbrauch für immer neue Terminals und Landebahnen. In der Folge werden ganze Gemeinschaften zwangsumgesiedelt, der Lebensraum für Mensch und Tier knapper und Landschaften zerschnitten. Hinzu kommen Lärmbelastungen durch den Flugverkehr in der Nähe von Flughäfen.

Mit der Zunahme des Billigflugverkehrs auch in Entwicklungs- und Schwellenländern werden sich die Umweltprobleme weiter verschärfen. Die schlimmsten Auswirkungen des Klimawandels haben Länder und Menschen zu ertragen, die ihn am wenigsten mit verursacht haben: die Ärmsten in Entwicklungsländern. Der Klimawandel bedroht dort das Leben, die Gesundheit und die Ernährungssituation von Millionen von Menschen. Die Zunahme von Starkwetterereignissen, wie u.a. Überflutungen, Dürren und Stürme, zerstören Häuser und Felder und haben signifikante Auswirkungen auf einzelne Menschen wie ganze Ökonomien. Auch der durch den Klimawandel ausgelöste Anstieg des Meeresspiegels bedroht Mensch und Umwelt.⁶³

Um internationalen Klimaschutzziele gerecht zu werden und eine umweltschonende Transformation des Luftverkehrs herbeizuführen, werden in Industrieländern zwar Strategien entwickelt, allerdings hängt ihre Realisierung von sehr vielen Maßnahmen und Instrumenten ab (wie u.a. Innovationen, technische Möglichkeiten, ordnungsrechtliche Eingriffe), die nur in ihrer Gesamtheit und durch ein Zusammenwirken von einer Vielzahl von Akteuren auf der internationalen, nationalen und lokalen Ebene Erfolg versprechen.⁶⁴ Die politischen Weichen, die diesen Prozess befördern könnten, sind bislang nicht gestellt worden. Die Tourismuswirtschaft engagiert sich noch immer zu wenig für den Klimaschutz. Durch den Emissionshandel⁶⁵ und Kompensationsprogramme für den CO₂-Ausstoß⁶⁶ verlagern westliche Industrieländer die Verantwortung zur Emissionsreduktion auf andere Wirtschaftsbereiche in ärmeren Ländern, während die klimarelevanten Tourismusemissionen weiterhin steigen.

Infrastrukturbedingte Auswirkungen

Die Errichtung von touristischen Unterkünften (z.B. große Hotelkomplexe), Sport- und Freizeitanlagen (z.B. Golfplätze), aber auch andere Tourismusinfrastrukturen (z.B. Flughäfen) bedeuten oft einen erheblichen Eingriff in empfindliche Ökosysteme wie z.B. natürlicher Küsten- oder Gebirgslandschaften. Dabei werden nicht nur prägende Landschaftselemente, sondern auch die natürliche Vegetationsdecke teilweise oder vollkommen zerstört. Die Versiegelung bzw. Verdichtung des Bodens führt zum Verlust natürlicher Bodenfunktionen mit Auswirkungen auf den Wasserhaushalt oder das Mikroklima und erhöht die Erosionsanfälligkeit des Bodens, sodass u.a. das Risiko für Überflutungen und Überhitzung im Sommer steigt.⁶⁷ Besonders negative Auswirkungen hat das Abtragen von Korallenbänken als Baumaterial für Hotelanlagen. Ein teilweise zerstörtes Riff bietet einer Insel nur noch begrenzt Schutz vor Wellenschlag und fördert die Ausschwemmung von Uferbereichen.

Touristische Infrastrukturen haben darüber hinaus einen direkten Einfluss auf das Landschaftsbild bzw. das Stadtbild. Oftmals orientieren sich touristische Investitionsentscheidungen an kurzfristigen wirtschaftlichen Kriterien bzw. an den Anforderungen des Massentourismus. Um schöne Aussichten bzw. kurze Wege zu attraktiven Orten (z.B. Strände und natürliche bzw. historische Sehenswürdigkeiten) zu gewährleisten, werden Gebäude möglichst nah an Landschaft und Natur errichtet – mit wenig Rücksicht auf das Landschaftsbild, die örtlichen Gegebenheiten

62 Vgl. Tourism Watch (2021): Klimagerechtigkeit im Tourismus? URL: <https://www.tourism-watch.de/de/dossier/klimagerechtigkeit-im-tourismus>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

63 Vgl. ebd.

64 Vgl. Bopst, Juliane / Reinhard Herbener / Olaf Hölzer-Schopohl et al. (2019): Umweltschonender Luftverkehr. Hrsg. Umweltbundesamt. November 2019. Dessau-Roßlau. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-11-06_texte-130-2019_umweltschonender_luftverkehr_0.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021. – Dworak, Thomas / Andrea Schmöler / Wolfgang Günther et al. (2020): Anpassung an den Klimawandel: Die Zukunft im Tourismus gestalten. Hrsg. Umweltbundesamt. Mai 2020. Dessau-Roßlau. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/376/publikationen/anpassung_an_den_klimawandel_die_zukunft_im_tourismus_gestalten_barrierefrei_v2.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021.

65 Auch der Flugverkehr ist nun Teil des Europäischen Emissionshandels (EU-ETS). Vgl. Minninger, Sabine (2012): Über den Wolken muss die Freiheit nicht grenzenlos sein. Einbindung des Flugverkehrs in den Europäischen Emissionshandel. Hrsg. Tourism Watch. URL: www.tourism-watch.de/content/ueber-den-wolken-muss-die-freiheit-nicht-grenzenlos-sein, letzter Zugriff: 14.06.2021..

66 Z.B. atmosfair: www.atmosfair.de oder myclimate: www.myclimate.org

67 Vgl. Umweltbundesamt (2021): a.a.O.



und Bautraditionen. In Berggebieten werden zur Steigerung der touristischen Attraktivität Bergbahnen errichtet und Flächen für Parkplätze geplant.⁶⁸

Biodiversität und Artenvielfalt bzw. -schutz

Naturbezogene Produkte und Dienstleistungen sind ein wesentliches Wachstumssegment der Tourismusindustrie und natürliche Lebensräume stehen zunehmend im Mittelpunkt touristischer Aktivitäten. Diese können gravierende negative Einflüsse auf die biologische Vielfalt haben. Biodiversität bezeichnet die biologische Vielfalt der Natur. Damit sind sowohl die genetische Vielfalt als auch die der Arten und Ökosysteme und ihre Beziehungen untereinander gemeint. Während der Ressourcenverbrauch vergleichsweise einfach zu bilanzieren ist, sind die Folgen des Tourismus auf die biologische Vielfalt deutlich schwieriger zu beziffern. Oft ist der Tourismus nicht der alleinige Verursacher von Verlust an biologischer Vielfalt, und die Zusammenhänge sind nicht immer klar nachweisbar.

In Folge der Tourismusentwicklung wird die Biodiversität beeinträchtigt durch Luftverschmutzung, Wasserverschmutzung, Bodenveränderungen, Eingriffe in Küsten- und Uferbereich durch Anlage von Badestellen, Freizeiteinrichtungen (z.B. Marinas) und Beherbergungseinrichtungen. Zudem sind unterschiedliche Biotopformen zum Erhalt einer vielfältigen Biodiversität nötig.⁶⁹

Negative Effekte auf die Biodiversität können beispielsweise auftreten durch:

- Hotels bzw. touristische Infrastrukturen (Freizeitparks, Golfplätze, Marinas), die in einem geschützten Gebiet bzw. in einem nicht geschützten Hotspot der Biodiversität gebaut werden und mit Entwaldung, Zerschneidung von Lebensräumen und intensiver oder nicht nachhaltiger Landnutzung einhergehen können
- Angebote für Freizeitaktivitäten/Exkursionen, die zur Degradierung von Ökosystemen beitragen, z.B. Exkursionen außerhalb der ausgewiesenen Wege, Exkursionen mit dem Geländewagen in Dünengebiete oder mit Motorbooten in Flachwasserzonen ohne den gesetzlich vorgegebenen Abstand zum Ufer (bzw. Einhaltung von Fluchtdistanzen)
- Freizeitangebote, die zu Störungen für Tier- und Pflanzenarten führen können, z.B. Paragliding in Bergregionen, Walbeobachtungen ohne Einhaltung der UNEP/CMS Kriterien, eine Safari zur Beobachtung von Wildtieren ohne Einhaltung der von der Naturschutzbehörde vorgegebenen Regeln und Sicherheitsabstände, Wanderungen in sensiblen Gebieten während der Brutzeit von Vögeln oder Ausflugsziele, die Tiere in nicht artgerechter Haltung ausstellen (z.B. Delfin-Shows, Zoos ohne artgerechte Haltungsbedingungen, Zirkus mit Wildtieren)⁷⁰

Außerdem kann der Tourismus das Risiko des Einschleppens von invasiven gebietsfremden Arten erhöhen.

Im Rahmen der 1992 am Umweltgipfel von Rio beschlossenen „Konvention über Biologische Vielfalt“ (Convention on Biological Diversity, CBD) wurden Richtlinien für die Tourismusentwicklung verabschiedet, die nun von den Vertragsstaaten der Konvention umgesetzt werden müssten.⁷¹ Der politische Prozess zur nachhaltigen Planung und Lenkung touristischer Aktivitäten in empfindlichen Land-, Meeres- und Küstenökosystemen und in für die biologische Vielfalt bedeutsamen Habitaten und die Koordinierung zwischen Ebenen bzw. Sektoren ist allerdings sehr mühsam und kommt nur langsam voran.

Trotz der negativen Auswirkungen birgt der Tourismus – insbesondere der Naturtourismus – ein wesentliches Potenzial für den Schutz und die nachhaltige Nutzung der biologischen Vielfalt. So kann er dazu beitragen, das Image und die Akzeptanz von Schutzgebieten und Naturschutzmaßnahmen zu verbessern und mehr Menschen für diese Themen zu sensibilisieren. Zu den vom Tourismus ausgehenden Geldeinnahmen gehören unmittelbare Einnahmen durch anfallende Gebühren und Steuern und durch freiwilligen Zahlungen für die Nutzung biologischer Ressourcen. Diese Einnahmen können für die Erhaltung natürlicher Gebiete genutzt werden.

⁶⁸ Vgl. ebd.

⁶⁹ Vgl. ebd.

⁷⁰ Vgl. Secretariat of the Convention on Biological Diversity (2015): Tourism supporting Biodiversity - A Manual on applying the CBD Guidelines on Biodiversity and Tourism Development. In: Convention on Biological Diversity. Montreal. URL: <https://www.cbd.int/tourism>, letzter Zugriff: 14.06.2021.56 pages.

⁷¹ Vgl. ebd.

Abwasser- und Müllprobleme

Neuere Untersuchungen zeigen, dass von den weltweiten Siedlungsabfällen 14% durch den Tourismus verursacht werden, wobei das touristisch bedingte Abfallaufkommen etwa auf 2 kg pro Übernachtung geschätzt wird.⁷² In Entwicklungs- und Schwellenländern kann dieser Anteil wesentlich höher liegen.⁷³ Touristische Aktivitäten verursachen ganz unterschiedliche Arten von Abfall, die vor allem räumlich und zeitlich mit großen Schwankungen anfallen und Tourismusregionen vor große Herausforderungen stellen. Viele Hotels und Freizeiteinrichtungen in Entwicklungsländern verfügen nach wie vor über keine oder nur ungenügende Anlagen und Möglichkeiten zur Abwasserreinigung und Müllbeseitigung, wie z.B. eine eigene Müllverbrennungsanlage oder ein Recyclingwerk. Ohne ausreichende Basisabdichtung können aus Mülldeponien Schadstoffe ins Grundwasser durchsickern und die Trinkwasserversorgung gefährden. Auch das sensible Ökosystem in der Region kann geschädigt werden. Besonders negativ wirkt sich dies auf seichte Küstengewässer, Korallenriffe und Lagunen aus. Vor allem Inseln kämpfen mit dem Müllproblem. Abfälle müssen aufwendig mit dem Schiff abtransportiert werden oder landen auf einer Mülldeponie. Wenn Abwasser direkt ins Meer, in die umliegenden Flüsse bzw. Seen geleitet wird, kann es zu deren Belastung mit Krankheitskeimen führen und sowohl die Nahrungsmittelversorgung als auch die Gesundheit der einheimischen Bevölkerung gefährden.

Probleme mit dem Plastikmüll existieren in allen größeren Touristenzentren. Laut UN-Umweltprogramm erzeugt der Küstentourismus und die kommerzielle Fischereiindustrie etwa 20% der in der Meeresumwelt vorkommenden Kunststoffe – laut neuerer Berichte könnte sich dieser Wert auf fast 40% erhöhen. Die Saisonalität des Aufkommens an Plastikmüll in den Touristenregionen überfordert dabei regelmäßig die kommunalen Abfallentsorger.⁷⁴ Daher ist das Engagement des Tourismussektors, insbesondere in Küsten- und Inselgebieten, entscheidend, um die nicht nachhaltige Anhäufung von Kunststoffen weltweit rückgängig zu machen.⁷⁵

Der Kreuzfahrttourismus verursacht Umweltprobleme auf dem Meer und in den Häfen. So sind besonders „Hot-spots“ mit großer biologischer Vielfalt durch das rasante Wachstum des Kreuzfahrttourismus gefährdet. Weitere Probleme im Hinblick auf die Nachhaltigkeit ergeben sich durch die hohen Treibhausgasemissionen sowie Müll- und Abwasserentsorgung.

Wasser- und Energieverbrauch

Schwerwiegende Probleme können sich aus dem hohen Ressourcenverbrauch der immer weiter steigenden Zahl von Tourist:innen und der wachsenden Anzahl touristischer Einrichtungen ergeben.⁷⁶ Der (Trink-)Wasserverbrauch in Hotelanlagen und bei „wasserintensiven“ Freizeitangeboten (z.B. Wellness, Golfspielen⁷⁷) kann nicht nur zum Absinken des Grundwasserspiegels und damit zu Nutzungskonflikten mit der Landwirtschaft führen, sondern konkurriert auch mit der Wasserversorgung der einheimischen Bevölkerung. Ungerechte Wasserverteilung führt zu Umweltproblemen und Konflikten. Häufig befinden sich Touristenanlagen in Regionen mit Wassermangel bzw. findet Tourismus in niederschlagsarmen Zeiten statt. Darüber hinaus ist die öffentliche Infrastruktur vielerorts nicht

72 Vgl. Gruber, Iris / Gudrun Obersteiner (2018): URBANWASTE - Strategien zur Abfallwirtschaft in touristischen Städten: Analyse des Einflusses des Tourismus auf das Abfallaufkommen – Herausforderungen & Ergebnisse. In: Österreichischer Wasser- und Abfallwirtschaftsverband, TrenntWende, Österreichische Abfallwirtschaftstagung 2018.

73 So war der Tourismussektor in der mexikanischen Karibik mit 400 t Abfall pro Tag für rund ein Drittel des gesamten Müllaufkommens in der Region verantwortlich. Vgl. GIZ Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (2010): Nachhaltiges Abfallmanagement im Tourismussektor in der mexikanischen Karibik, 2008-2010. URL: <https://www.giz.de/de/weltweit/24475.html>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

74 Vgl. WWF (2019): Sommer, Sonne, Plastikmüll – das Mittelmeer erstickt im Plastik. URL: <https://www.wwf.de/themen-projekte/meere-kuesten/plastik/sommer-sonne-plastikmuell-das-mittelmeer-erstickt-im-plastik>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

75 Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2018 b): Mainstreaming Biodiversity into tourism Development. In: Convention on Biological Diversity. November 2018. URL: <https://www.cbd.int/tourism/doc/cop-14-tourism-background-document-en.pdf>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

76 Mit SDG 6 enthält die Agenda 2030 ein eigenes Ziel für nachhaltige Entwicklung für den Bereich Wasser und stärkt damit das seit 2010 in den Kanon der allgemeinen Menschenrechte aufgenommene Recht auf Wasser und Sanitärversorgung. Tourismus wird in drei der 17 SDGs explizit genannt (SDG 8, 12, 14) – nicht aber im Wasserziel, obwohl es enge Verknüpfungen zwischen Wasser und Tourismus gibt. Vgl. Monshausen, Antje (2017): Tourismus und Wasserknappheit. URL: https://www.2030report.de/sites/default/files/grossbaustelle/kapitel/Schattenbericht_2017_II-6.pdf, letzter Zugriff: 26.02.21.

77 Antje Monshausen verweist auf die Zahlen von Gössling, Peeters (2015), die die Ressourcennutzung des Tourismus zwischen 1900 und 2010 erfassen und Projektionen bis 2050 anstellen: Der jährliche direkte und indirekte Wasserverbrauch des Tourismus lag 2010 bei 138 Kubikkilometern (km³), was im Schnitt 6.575 Litern pro Reisendem und Tag entspricht. Es wird erwartet, dass sich der absolute Verbrauch bis 2050 etwa verdoppeln wird. Vgl. ebd.



auf eine geregelte Abwasserentsorgung bzw. -klärung vorbereitet.⁷⁸ Eine nachhaltige Sanitärversorgung ist daher nicht gewährleistet. Wenig im Blick ist zudem der indirekte Wasserverbrauch durch den Einsatz von Bio-Kraftstoffen im Flugverkehr. Sie bilden mit 2.500 Litern pro Reisetag pro Person den höchsten Wasserverbrauch und können daher nicht als nachhaltige „Lösung“ bezeichnet werden.

Darüber hinaus verbrauchen Hotelanlagen unverhältnismäßig viel Energie, z.B. für Lüftungs- und Klimaanlage, Heizung, Warmwasser, Beleuchtung, Fernseher und Minibar auf den Zimmern, Wäscherei, Küchengeräte, Büro oder Swimming-Pools und Wellnessbereiche. Der größte Teil des Energieverbrauchs und der CO₂-Emissionen (75%) entsteht allerdings durch den Hin- und Rücktransport zum/vom touristischen Ziel. Auch wenn es umweltfreundliche Reiseformen gibt (Fahrrad, Wandern), so werden bei den immer beliebteren Fernreisen mit Flugzeug oder auf Kreuzfahrtschiffen in einzelnen Fällen mehr als 3.000 kg Treibstoff pro Tourist verbraucht. Voraussagen rechnen im mittleren Szenario mit einer Verdoppelung des Energieverbrauchs im Tourismus innerhalb der nächsten 25 Jahre.⁷⁹

Auswirkungen durch Touristenverhalten

Viele der Nachfragemuster im Tourismus spiegeln die wenig nachhaltigen Lebensstile der industrialisierten Konsumgesellschaften wider. So sind alternative Formen des Reisens zum herkömmlichen, stark nach wirtschaftlichen Kriterien gestalteten Massentourismus, der noch zu wenig nach den Zielen der Nachhaltigkeit gestaltet ist, immer noch wenig präsent. Es ist zwar zu beobachten, dass bei vielen Reisenden bereits eine gewisse Sensibilisierung für nachhaltiges Reisen stattgefunden hat. Das tatsächliche Verhalten jedoch steht nach wie vor im Gegensatz dazu, sodass ökologische Aspekte bei der Reiseentscheidung, insbesondere bei Reisen in den Globalen Süden, kaum eine Rolle spielen.

Der Tourismus trägt – neben anderen Faktoren wie vor allem den Medien und dem Internet – seinen Teil dazu bei, diese Lebensstile in Entwicklungs- und Schwellenländer zu exportieren. Mit dem Tourismus steigt die Nachfrage nach importierten (oder vergleichbaren) Konsumgütern, die aufgrund der hohen ökologischen Kosten des Transports und dem größeren Abfallaufkommen die Umwelt stark belasten.⁸⁰

Nicht selten kann achtloses Verhalten von Tourist:innen (z.B. Wegwerfen von Müll, übermäßiger Wasser- und Stromverbrauch, Zertrampeln von Pflanzen, motorisierter Wassersport) zu Verschmutzungen von Landschaft und Gewässern sowie zur Beeinträchtigung der Flora und Fauna führen. Der Ski-, Expeditions- und Trekkingtourismus oder „motorisierte Abenteuertrips“ können empfindliche Ökosysteme schädigen. Teilweise führen solche Touren sogar durch sensible Regionen wie Riffe, Wälder oder geschützte Gebiete, Nationalparks o.ä. Die dortige Tier- und Pflanzenwelt kann dadurch Schäden erleiden. In besonders beliebten und zugleich ökologisch empfindlichen Urlaubsregionen wird die Tragfähigkeit der natürlichen Umwelt leicht überschritten. Abfälle in den Basislagern der Hochgebirgsexpeditionen oder bei Trekkingtouren, Übernutzung des oft bereits geschädigten Bergwaldes durch Holzverbrauch für Lagerfeuer und zum Kochen, Gewässerverschmutzungen etc. sind die Folge.

Das Verhalten von Tourist:innen insbesondere im Bereich der Gastronomie, des Einkaufs von Souvenirs (Speisen bzw. Souvenirs mit Produkten von Tieren, die unter den Artenschutz fallen⁸¹, bzw. illegal beschafft wurden) und der Freizeitaktivitäten (Zoos bzw. Aktivitäten mit vermeintlich gezähmten Wildtieren, die gegen den Tierschutz verstoßen) kann zusätzlich die Biodiversität schädigen oder den Artenschutz beeinträchtigen. Zu den touristischen Aktivitäten, die negative Auswirkungen auf die Biodiversität und Artenschutz haben, zählen auch Exkursionen im Rahmen von Wildtier-Tourismus, die Regeln der Naturbeobachtung nicht einhalten, und besonders die Großwild bzw. Trophäenjagd.⁸²

78 Vgl. ebd.

79 Vgl. Gössling, Stefan / Paul Peeters (2015): Eine Bewertung der Ressourcennutzung des Tourismus. Hrsg. Tourism Watch. September 2019. URL: <https://www.tourism-watch.de/de/schwerpunkt/eine-bewertung-der-ressourcennutzung-des-tourismus>, letzter Zugriff: 26.2.2021.

80 Ein Beispiel ist abgepacktes Trinkwasser in Plastikflaschen, für die es in vielen Ländern keine umweltverträglichen Entsorgungs- oder Recyclingmöglichkeiten gibt.

81 Rund 35.000 Tier- und Pflanzenarten sind durch das Washingtoner Artenschutzabkommen CITES geschützt. Der internationale kommerzielle Handel mit ihnen ist entweder komplett verboten oder nur mit Genehmigungen erlaubt. Verschiedene Souvenirgruppen fallen unter dem Schutz des Washingtoner Artenschutzabkommen CITES. Vgl. WWF (2016): Vorsicht bei exotischen Souvenirs. URL: <https://www.wwf.de/2016/november/vorsicht-bei-exotischen-souvenirs>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

82 Vgl. Pro Wildlife (2021): Reisen um zu töten: Trophäenjagd auf bedrohte Arten. URL: <https://www.prowildlife.de/hintergrund/grosswildjagd-trophaeenjagd>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

2.4 Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte

- Aus **wirtschaftlicher** Sicht kann der Tourismus vor allem als Devisenbringer für Entwicklungsländer eine große Bedeutung haben. Die Höhe der Nettodeviseneinnahmen ist jedoch abhängig davon, wie hoch die sog. „Sickerquote“ zur Finanzierung importierter Leistungen ist. Sie kann für Länder des Globalen Südens mit begrenzter wirtschaftlicher Diversifizierung auf bis zu 85% steigen. Darüber hinaus kommt dem Tourismus als arbeitsintensivem Wirtschaftssektor eine positive Bedeutung bei der Bekämpfung der Arbeitslosigkeit zu. Mögliche Nachteile und Probleme touristischer Arbeitsplätze sollten nicht übersehen werden: u.a. überwiegend einfache, schlecht bezahlte Tätigkeiten, lange Arbeitszeiten, Saisonarbeit und Krisenanfälligkeit der Arbeitsplätze. Darüber hinaus kann der Tourismussektor durch Investitionen bzw. eine gesteigerte Nachfrage in anderen Wirtschaftssektoren einen positiven Multiplikatoreffekt auslösen. Nur in diversifizierten Volkswirtschaften, in denen er einer von mehreren Elementen der Entwicklungsstrategie ist, kann dieser Effekt realisiert werden. Außerdem wird der Entwicklungsländer-Tourismus als Finanzier von Infrastrukturmaßnahmen und als Impulsgeber für die Entwicklung peripherer Regionen bezeichnet. Jedoch wird oftmals vor allem in Tourismuszentren investiert, während andere Regionen, die eine Strukturverbesserung dringend nötig hätten, vernachlässigt werden, mit der Folge, dass diese entwicklungsmäßig ins Abseits geraten.
- Auch die **sozialen und kulturellen Wirkungen** des Tourismus in den Ländern des Globalen Südens sind vielerorts offensichtlich. Durch seine Verstärkung von Modernisierungsprozessen kann es zu Konflikten kommen zwischen den Ansprüchen oder Verhaltensweisen der Reisenden und den Traditionen oder soziokulturellen Standards der Einheimischen. Auch Verletzungen von Menschenrechten können im Zusammenhang mit touristischer Entwicklung oder touristischen Aktivitäten auftreten. Eine besonders perverse Art des Tourismus ist der Sextourismus bzw. die sexuelle Ausbeutung von Kindern. Die Wirkungen touristischer Entwicklung sind umso gravierender, je größer die kulturellen Unterschiede zwischen Reisenden und Einheimischen sind, je kleiner der Urlaubsort ist und je schneller die Tourismusentwicklung voranschreitet. Umgekehrt kann es durch den Tourismus auch zu einer Wiederbelebung kultureller Werte und Gebräuche sowie zur Stärkung des Selbstbewusstseins und der kulturellen Identität kommen. Der Tourismus kann somit in Entwicklungsländern auch zu einem positiven sozialen Wandel beitragen.
- Intensivere Kontakte und Begegnungen zwischen Reisenden und Einheimischen „auf Augenhöhe“ können Vorurteile auf beiden Seiten relativieren, das Verständnis für andere gesellschaftliche Systeme und deren politische, wirtschaftliche und soziale Probleme fördern sowie einen wichtigen Beitrag zur Stärkung interkultureller Kompetenzen leisten. Die Erweiterung des eigenen Horizonts kann zu Hause zu einer kompetenteren und differenzierteren Meinungsäußerung über Land und Leute beitragen.
- Aus **ökologischer** Sicht setzen touristische Aktivitäten und touristische Infrastruktur zahlreiche Ökosysteme starkem Druck aus bzw. führen zu ihrer irreversiblen Zerstörung. Das beginnt bei der An- und Abreise, bei der es zu Energieverbrauch, Lärm- und Treibhausgasemissionen und der klimaschädlichen Beeinträchtigung der Atmosphäre kommt. Vor Ort beanspruchen Unterkünfte, Gastronomie, Verkehrs- und Freizeitinfrastruktur – häufig in starkem Maße – natürliche Ressourcen, wie Boden, Wasser, Vegetation und wirken sich besonders durch hohe Flächeninanspruchnahmen stark auf die Biodiversität aus. Abwasser und Abfall belasten die Natur zusätzlich. Mit der Zunahme des Billigflugverkehrs auch in Entwicklungs- und Schwellenländer werden sich die Umweltprobleme weiter verschärfen. Die schlimmsten Auswirkungen des Klimawandels haben Länder und Menschen zu ertragen, die ihn am wenigsten mit verursacht haben: die Ärmsten in Entwicklungsländern.
- Betrachtet man die wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und ökologischen Auswirkungen des Tourismus in Ländern des Globalen Südens im **Gesamtbild**, so dürften die von ihm erhofften oder pauschal unterstellten Vorteile im Einzelfall einer seriösen gesamtgesellschaftlichen Kosten-Nutzen-Analyse nicht immer standhalten. Um eine nachhaltige Entwicklung zu unterstützen, muss der Tourismus langfristig, für heutige und für zukünftige Generationen, ethisch und sozial gerecht und kulturell angepasst, ökologisch tragfähig sowie wirtschaftlich sinnvoll und ergiebig sein.



Teil II

Der Deutsche Urlaubsmarkt für Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer vor der Corona-Pandemie

Die Zielsetzung von Teil II dieser Studie besteht darin, aufzuzeigen, wie sich der deutsche Urlaubsmarkt für Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer nachfrageseitig quantitativ und qualitativ entwickelt hat und welche Strukturen er vor der Corona-Pandemie aufweist. Die Ergebnisse basieren auf repräsentativen Daten zum Urlaubsreiseverhalten der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland sowie auf Einschätzungen touristischer Anbieter im deutschen Quellmarkt. Zum einen können die Ergebnisse als Maßstab eines „Normalzustands“ aus der Vor-Corona-Zeit genutzt werden für anstehende Einschätzungen bei der Frage, wie es beim Reisen in Länder des Globalen Südens mit und nach Corona weitergehen könnte bzw. sollte. Zum anderen werden erneut nachfrageseitige Daten verfügbar gemacht für die Fortführung der Diskussion und Entwicklung von Maßnahmen zur nachhaltigen Tourismusentwicklung.

Die Chancen für eine erfolgreiche Einbeziehung von Entwicklungsländer-Urlaubern in Optimierungen touristischer Angebote im Sinne der Nachhaltigkeit erhöhen sich, wenn differenzierte Kenntnisse verfügbar sind z.B. über

- ihre soziodemografischen Merkmale, Lebenswelten und Wertorientierungen
- ihre Urlaubswünsche, -erwartungen, -einstellungen, und -verhaltensweisen

sowie über

- ihre Meinung zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer
- ihr Interesse an qualifizierten Informationen über Land und Leute vor und während der Reise (z.B. Lebensbedingungen, soziale, politische Situation im Land etc.)
- ihr Interesse an persönlichen Begegnungen mit den Menschen des Landes
- ihre Erwartungen an Reiseleitung und Urlaubsbetreuung vor Ort
- ihre Ansprechbarkeit auf umweltverträgliche, sozialverantwortliche, nachhaltige Urlaubsgestaltung

Diese Aspekte werden in den Kapiteln 1.3 bis 1.5 sowie 2.1 bis 2.4 auf Basis der Reiseanalyse und darin geschalteten Exklusivfragen untersucht. **Sie zeigen, wie das Segment der Entwicklungs-/Schwellenländer-Reisenden bis Januar 2020 „getickt“ hat.**

Außerdem wurde im Herbst/Winter 2019 (also vor Einsetzen der Corona-Pandemie) eine Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland durchgeführt, um Informationen zur Einschätzung des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer seitens der touristischen Anbieter im deutschen Quellmarkt zu erhalten (Kapitel 3).

1 Analyse von Volumen und Struktur der touristischen Nachfrage in Deutschland

1.1 Methodik und Darstellung der Untersuchungsergebnisse

Die Ergebnisse der Kapitel 1 und 2 basieren überwiegend auf dem Datenmaterial der Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R.), deren Gründungsmitglied der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. ist. Die Reiseanalyse ist die umfassendste Grundlagenuntersuchung zum Urlaubsreiseverhalten der Bundesbürger. Jedes Jahr werden deutschlandweit über 12.000 Interviews durchgeführt, davon rund 7.500 persönlich (face-to-face) und 5.000 online (aufgeteilt in zwei Befragungswellen von je 2.500).

Als face-to-face-Befragung wurde die Reiseanalyse bereits 1970 vom ehemaligen Starnberger Studienkreis für Tourismus e.V. gestartet und ab 1994 von der F.U.R. fortgesetzt.¹ Sie gibt seitdem als bevölkerungsrepräsentative

¹ Bis 1989 erfasste die Reiseanalyse nur das Urlaubsreiseverhalten der westdeutschen Bevölkerung; pro Jahr wurden ca. 6.000 Interviews durchgeführt. Seit 1990 werden Ost- und Westdeutsche befragt. Die Zahl der jährlich ausgewerteten Interviews beträgt seither ca. 7.500.

Untersuchung jährlich ein realistisches Bild vom Reiseverhalten der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre. Systematik und Kontinuität der Reiseanalyse ermöglichen die Vergleichbarkeit der Daten auch über längere Zeiträume – eine Voraussetzung für differenzierte Aussagen über grundlegende Zusammenhänge und Trends.

Die Reiseanalyse face-to-face unterscheidet sich von den meisten anderen auf dem Markt befindlichen Untersuchungen u.a. dadurch, dass sie auf persönlichen Interviews basiert, die von qualifizierten Interviewern in den Haushalten der Befragten durchgeführt werden. Dadurch können Meinungen und Einstellungen auch zu komplexen Sachverhalten in differenzierter Form untersucht werden.

Seit der Reiseanalyse 2011 (Befragung Januar 2011) werden nicht nur in Deutschland lebende deutsche Staatsbürger ab 14 Jahre berücksichtigt (alte Grundgesamtheit; 63,1 Mio. im Januar 2020), sondern auch in Deutschland lebende deutschsprachige Ausländer (7,5 Mio. im Januar 2020). Die sich daraus ergebende neue Grundgesamtheit (neue GG) ist repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre, die in Privathaushalten lebt (Januar 2020: 70,6 Mio.). Um die Bevölkerung insgesamt realistischer und differenzierter abbilden zu können, wird seit 2011 zusätzlich nach dem Migrationshintergrund gefragt. 13,5 Mio. haben Anfang 2020 einen solchen; von ihnen besitzen 47% die deutsche Staatsangehörigkeit.

Zur Erleichterung der Lesbarkeit von komplexen Tabellen werden zur Hervorhebung von Unterschieden im Antwortverhalten diverser Zielgruppen Einzelwerte dann farblich markiert, wenn sie sich um mindestens fünf (oder mehr) Prozentpunkte (PP) vom Vergleichswert einer anderen Zielgruppe unterscheiden.

Vergleichsgruppe		Haupturlaubsreise 2019			
Bevölkerung	Entw.länder gesamt	Türkei	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele	
Mio.	70,6	9,2	4,0	1,7	3,6
%	%	%	%	%	%
Soziale Statusgruppen					
Stufe 7 (unterste Schicht)		3	6	2	
Stufe 6		8	11	9	5
Stufe 5	17	15	22	16	7
Stufe 4	21	21	27	24	13
Stufe 3		19	17	22	21
Stufe 2		17	12	16	24
Stufe 1 (oberste Schicht)	10	15	5	12	28

Zustimmung 5-9 PP höher als Vergleichsgruppe (Stufe 5, Türkei)

Zustimmung 5-9 PP niedriger als Vergleichsgruppe (Stufe 7, Türkei)

Zustimmung mind. 10 PP niedriger als Vergleichsgruppe (Stufe 2, Türkei)

Zustimmung mind. 10 PP höher als Vergleichsgruppe (Stufe 1, Türkei)

Die in Kapitel 1 verwendeten Daten basieren schwerpunktmäßig auf Ergebnissen der Reiseanalyse 2020, in der 7.729 Personen ab 14 Jahre zu ihrem Urlaubsreiseverhalten des Reisejahres 2019 befragt wurden, aber auch zum Reiseverhalten der vergangenen drei Jahre (2017-2019) sowie zu ihren Reiseabsichten für die kommenden drei Jahre (2020-2022). Ferner werden Daten aus der Reiseanalyse 2019 berücksichtigt, in der mittels einer Exklusivfrage des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung e.V. die gesamte Entwicklungsländer-Reiseerfahrung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ermittelt wurde, gemessen an der Anzahl bisher bereister Länder und Regionen des Globalen Südens.

Kapitel 2 vermittelt Meinungen und Einschätzungen bzw. Ansprechbarkeiten verschiedener Zielgruppen von „Entwicklungsländer-Erfahrenen“ zu bestimmten Themen („Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer“, „Ansprechbarkeit auf Land und Leute und interkulturelle Begegnung“ sowie „Erwartungen an Reiseleitung und Urlaubsbetreuung“). Sie basieren auf Exklusivfragen des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung e.V. in den Reiseanalysen 2019 und 2016. Ergänzend dazu erfolgt auf Basis der Reiseanalyse 2020 die Berücksichtigung eines F.U.R-Moduls zum Thema „Nachhaltiges Reisen – Ansprüche und Verhalten“.



Um im deutschen Urlaubsreisemarkt Entwicklungstendenzen bzw. Veränderungen bei der Zielgruppe der Entwicklungsländer-Reisenden nachvollziehbar zu machen, orientieren sich inhaltlicher Aufbau und Methodik der vorliegenden Studie an den vom Starnberger Studienkreis für Tourismus e.V. 1981 und 1993 erarbeiteten Materialien Nr. 67² und Nr. 88³ (beide herausgegeben vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung) sowie an den Folgestudien aus den Jahren 2000⁴ und 2006⁵ sowie 2013⁶ (sämtlich herausgegeben vom Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.).

Wie in den früheren Untersuchungen wurde grundsätzlich eine geographische Differenzierung folgender Destinations-Zielgruppen beibehalten:

- Türkei⁷
- Nordafrika⁸ (teilweise auch separat Ägypten, Tunesien, Marokko)
- ferne Entwicklungs- und Schwellenländer (kurz: Entwicklungsländer-Fernziele): alle übrigen außereuropäischen Entwicklungs- und Schwellenländer in Afrika, Mittel- und Südamerika, der Karibik und Asien

Diese Vorgehensweise erfolgt aus zwei Gründen: Zum einen unterscheiden sich erfahrungsgemäß Erwartungen, Einstellungen und Verhaltensweisen von Urlaubern, die in ferne Entwicklungs- oder Schwellenländer reisen, z.T. deutlich von jenen, die ihren Urlaub in der Türkei oder in Nordafrika verbringen. So sind z.B. Tourist:innen, die in ferne Entwicklungsländer reisen, stärker an erlebnisorientiertem Urlaub interessiert. Zum anderen ist ihre bisherige Reiseerfahrung in Entwicklungsländern größer.

Im Marktforschungsteil der vorliegenden Studie werden in der Regel die Begriffe „Entwicklungs- und Schwellenländer“⁹ verwendet sowie „Länder/Regionen des Globalen Südens“. Um die Lesbarkeit zu erleichtern, wurde gelegentlich eine Reduzierung auf den Begriff „Entwicklungsländer“ vorgenommen, vor allem bei der Bezeichnung einzelner Zielgruppen oder Marktsegmente.

Die analysierten Zielgruppen sind wie folgt definiert:

Reisende in Entwicklungs- und Schwellenländer (Kurzform: Entwicklungsländer-Reisende):

In Deutschland lebende Deutsche sowie deutschsprachige Ausländer ab 14 Jahre, die eine durchgeführte Urlaubsreise in Länder des Globalen Südens (Mindestdauer fünf Tage) als ihre wichtigste Reise (**Haupturlaubsreise, HUR**) innerhalb eines Kalenderjahres bezeichnen, unterteilt in:

- Türkei-Reisende
- Nordafrika-Reisende (Ägypten, Tunesien, Marokko)
- Entwicklungsländer-Fernziel-Reisende
- Russland-/ehem. GUS-Staaten-Reisende
- Nah- und Mittelost-Reisende

2 Vgl. Aderhold, Peter / Armin Vielhaber (1981): Tourismus in Entwicklungsländer. Entwicklungspolitik. Materialien Nr. 67. Hrsg. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit. Bonn. Seite 35ff.

3 Vgl. Aderhold, Peter / Dietlind von Laßberg / Martin Stäbler / Armin Vielhaber (1993): Tourismus in Entwicklungsländer. Entwicklungspolitik. Materialien Nr. 88. Hrsg. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit. Bonn. Seite 119ff.

4 Vgl. Aderhold, Peter / Dietlind von Laßberg / Martin Stäbler / Armin Vielhaber (2000): Tourismus in Entwicklungsländer. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland. Seite 99ff.

5 Vgl. Aderhold, Peter / Astrid Kösterke / Dietlind von Laßberg, Armin Vielhaber (2006): Tourismus in Entwicklungsländer. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland. Seite 61ff.

6 Vgl. Aderhold, Peter / Astrid Kösterke / Dietlind von Laßberg / Birgit Steck / Armin Vielhaber (2013): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Seefeld. Seite 39ff.

7 Die Türkei wird von ihren ökonomischen und sozialen Merkmalen her zu den Schwellenländern gerechnet (d.h. sie befindet sich im Übergang zum Industrieland). Wie die nordafrikanischen Länder unterscheidet sich die Türkei von den Industrieländern auch dadurch, dass ihre Gesellschaft traditionell vom Islam geprägt ist. Die Türkei gehört zwar politisch zu Europa, liegt jedoch geographisch hauptsächlich in Asien. Die UNWTO rechnet die Türkei zur Region Südliches/Mediterranes Europa (zusammen mit Israel und Zypern).

8 Die Region Nordafrika umfasst in der Reiseanalyse andere Länder als nach Definition der UNWTO (siehe Teil I, Kapitel 1 – Vorbemerkungen Seite 2 sowie die Länderliste am Ende von Kapitel 1, siehe Seite 32f.).

9 Die Begriffe „Entwicklungsländer“ und „Schwellenländer“ sind international verwendete Sammelbegriffe, für die es jedoch keine einheitliche Definition oder gar eine verbindliche Länderliste gibt. Dies gilt auch für den Begriff „Länder des Globalen Südens“. Vgl. dazu die Erläuterungen in Teil I, Seite 1, Anmerkung 1 und 2.

Entwicklungsländer-Erfahrene (letzte drei Jahre):

In Deutschland lebende Deutsche sowie deutschsprachige Ausländer ab 14 Jahre, die innerhalb der letzten drei Jahre vor dem Befragungszeitpunkt (Januar) eine Urlaubsreise in mindestens eine Destination/Region des Globalen Südens unternommen haben. Es handelt sich also hier um eine eher aktuelle Erfahrung.

Potenziale für Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer (nächste drei Jahre):

In Deutschland lebende Deutsche sowie deutschsprachige Ausländer ab 14 Jahre, die zum Befragungszeitpunkt (Januar) innerhalb der nächsten drei Jahre eine Urlaubsreise in solche Länder/Regionen entweder „ziemlich sicher planen“ („hartes Potenzial“) oder für die das „generell in Frage kommt“ („weiches Potenzial“).

Die folgenden Zielgruppen konnten zusätzlich auf Basis einer Studienkreis-Exklusivfrage im Rahmen der Reiseanalyse 2019 ermittelt werden:

Entwicklungsländer-Erfahrene (Gesamt-Erfahrene):

In Deutschland lebende Deutsche sowie deutschsprachige Ausländer ab 14 Jahre, die zum Befragungszeitpunkt (Januar 2019) in ihrem Leben bereits eine oder mehrere Entwicklungsländer-Destinationen/-Regionen zu Urlaubszwecken bereist hatten.

Entwicklungsländer-Erfahrene nur vor 2016 (Alt-Erfahrene):

In Deutschland lebende Deutsche sowie deutschsprachige Ausländer ab 14 Jahre, die zum Befragungszeitpunkt (Januar 2019) lediglich vor 2016 (wann auch immer) eine oder mehrere Entwicklungsländer-Destinationen/-Regionen zu Urlaubszwecken bereist hatten.

Entwicklungsländer-Unerfahrene:

In Deutschland lebende Deutsche sowie deutschsprachige Ausländer ab 14 Jahre, die zum Befragungszeitpunkt (Januar 2019) noch niemals Urlaub in Ländern des Globalen Südens gemacht hatten.

1.2 Entwicklung von Volumen und Struktur des deutschen Urlaubsreisemarktes

Die einführende Analyse des deutschen Urlaubsreisemarktes für Entwicklungs- und Schwellenländer beinhaltet im Wesentlichen Aussagen zur Entwicklung des Gesamtmarktes in Deutschland, zum aktuellen Volumen sowie zu Marktpotenzialen für einzelne Länder bzw. Regionen am Vorabend der Corona-Pandemie.

1.2.1 Urlaubsreiseintensität

Der Anteil von Personen ab 14 Jahre, die innerhalb eines Kalenderjahres mindestens eine längere Urlaubsreise unternehmen (Reiseintensität), hatte sich bereits zwischen 1954 und 1989 fast verdreifacht (siehe Tabelle 1). Im Jahr 1990 beträgt die Reiseintensität (einschließlich der neuen Bundesländer) 69%, zwanzig Jahre später 76% und 2019 (einschließlich der in Deutschland lebenden deutschsprachigen Ausländer) 78%.

Seit fast 20 Jahren liegt die Reiseintensität in Deutschland auf einem stabil hohen Niveau zwischen 76% und 78%. Diese Stabilität ist trotz steigender Ölpreise, höherer Lebenshaltungskosten (bei teilweise sinkenden Reallöhnen) und wirtschaftlicher Krisen keine Selbstverständlichkeit. Sie ist auch Ausdruck dafür, dass Urlaubsreisen zum festen Bestandteil des Lebens geworden sind. Veränderungen haben sich eher bei der Wahl des Reiseziels oder bei der Art des Reisens ergeben.

2019 haben 22% keine Urlaubsreise ab 5 Tagen Dauer unternommen. 15% haben weder eine Urlaubsreise ab 5 Tagen Dauer gemacht noch eine Kurzreise (2-4 Tage) = „Nichtreisende“. Alleinstehende, verwitwete Personen, Personen mit geringer Schulbildung, Arbeitslose sowie Ruheständler sind unter Nichtreisenden überdurchschnittlich vertreten.

**Tab. 1: Urlaubsreiseintensität im deutschen Urlaubsreisemarkt 1954 - 2019**

Jahr	Bevölkerung ab 14 Jahre	
	Reisende in %	Reisende in Mio.
1954	24%	9,3
1964	39%	16,8
1974	52%	23,5
1984	55%	26,7
1988	65%	31,6
1989	67%	32,6
1990 *	69%	43,2
2000	76%	48,4
2010 (alte GG)	75%	48,7
2010 (neue GG) **	76%	53,4
2011	76%	53,6
2012	76%	53,6
2013	78%	54,8
2014	77%	54,6
2015	77%	53,4
2016	77%	53,4
2017	77%	54,1
2018	78%	55,0
2019	78%	55,2

* ab 1990 einschließlich der neuen Bundesländer

** ab 2010 neue Grundgesamtheit einschließlich der in Deutschland lebenden deutschsprachigen Ausländer

Für Letztere wird in nachfolgenden Tabellen/ Grafiken der reduzierte Begriff „Ausländer“ verwendet.

Urlaubsreiseintensität: prozentualer Anteil von Personen, die innerhalb eines Jahres mindestens eine Urlaubsreise ab 5 Tagen Dauer unternehmen.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: 1954,1964: div. Untersuchungen; 1974-1990: Reiseanalysen des Studienkreises für Tourismus; 2000-2019: Reiseanalysen der F.U.R.

1.2.2 Inlands- und Auslands-Reisende

Nachdem 1968 erstmals mehr Westdeutsche ihren Urlaub im Ausland als im Inland verbracht hatten, ist der Anteil von Auslands-Reisenden bis 1988 nahezu kontinuierlich auf 70% angestiegen (siehe Grafik 1). Nach einem deutlichen Rückgang auf 60% im Jahr 1990 (bedingt durch die 1989 mit dem Mauerfall einsetzende Auflösung der ehemaligen DDR¹⁰) erreicht der Anteil von Auslands-Reisenden 1996 – sechs Jahre nach der deutschen Wiedervereinigung – mit 73% einen neuen Höchstwert. Nach leichten Rückgängen in Folge der Terroranschläge vom 11. September 2001 sowie den Auswirkungen der Finanzkrise 2008/2009 hat sich der Anteil von Auslands-Reisenden tendenziell weiter erhöht und liegt 2019 bei einem historischen Höchstwert von 76%.

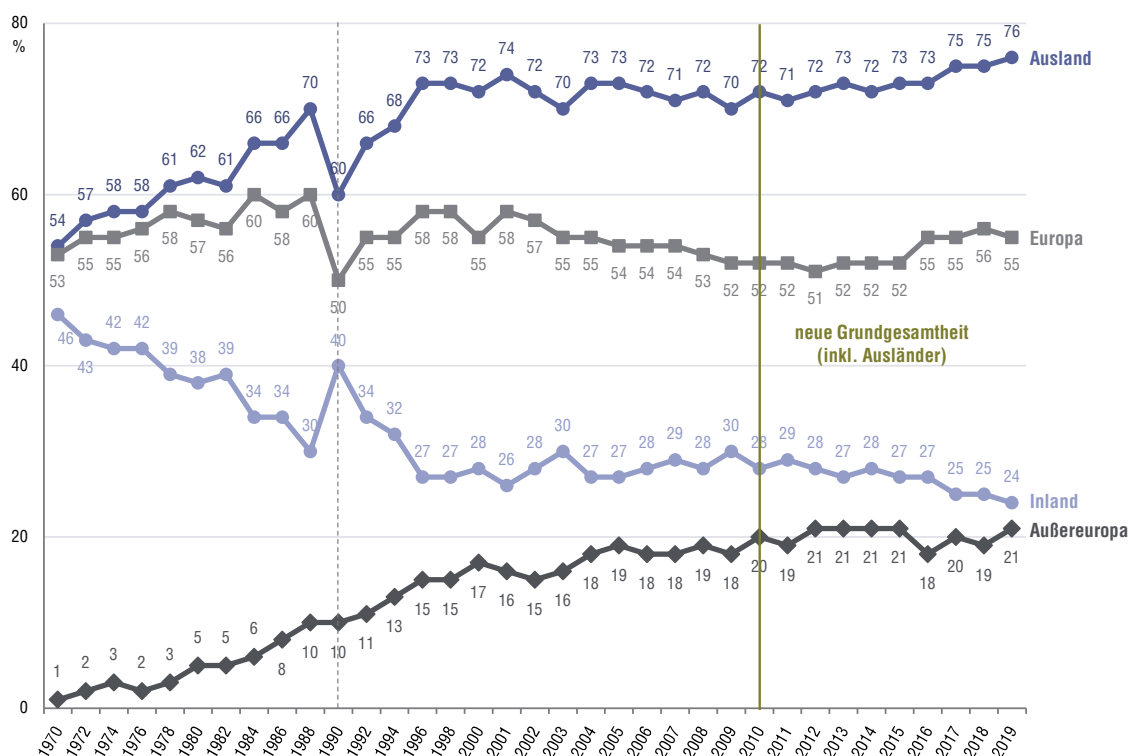
Parallel dazu verringert sich der Anteil von Inlands-Reisenden im Betrachtungszeitraum mehr oder weniger kontinuierlich – von 46% (1970) bzw. 30% (1988) auf 24% im Jahr 2019.

¹⁰ In den ersten Jahren nach der Öffnung der innerdeutschen Grenzen machten Ostdeutsche häufig Urlaub in Westdeutschland, Westdeutsche reisten verstärkt in die „Neuen Bundesländer“.

Der größte Teil der Auslands-Reisenden entfällt nach wie vor auf jene, die Urlaub in europäischen Destinationen machen – vor und nach 1990 sind es deutlich über 50%.

Der Anteil jener, die Urlaubsreisen ins außereuropäische Ausland unternehmen, hat sich im Vergleichszeitraum deutlich erhöht: 1970 hatte lediglich 1% der westdeutschen Bevölkerung ihre wichtigste Urlaubsreise des Jahres außerhalb Europas verbracht, 1988 waren es schon 10% aller Deutschen. Bis 2000 steigt dieser Anteil auf 17%, gefolgt von zwei Jahren mit leichten terrorbedingten Rückgängen. 2005 wird mit 19% ein neuer Höchstwert erreicht. Seit 2010 steigt der Anteil auf maximal 21% – zwischenzeitliche Rückgänge haben ihre Ursachen in den Auswirkungen des Arabischen Frühlings (2011) sowie im signifikanten Einbruch der Zahl von Türkei-Urlaubern im deutschen Quellmarkt (2016).¹¹

Gr. 1: Anteile der Inlands- und Auslands-Reisenden im deutschen Urlaubsreisemarkt 1970-2019
(Bevölkerung ab 14 Jahre, Haupturlaubsreise ab 5 Tagen Dauer)



Anmerkung: Die Zeitreihe umfasst bis 1988 nur Reisende aus den Alten Bundesländern, ab 1990 auch aus den Neuen Bundesländern. Inlands-Reisende sind bis 1988 ausschließlich Reisende, die Urlaub in den Alten Bundesländern gemacht haben, ab 1990 zählen Ziele in den Alten wie in den Neuen Bundesländern zu Inland-Reisen.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: 1970-1992: Reiseanalysen des Studienkreises für Tourismus; 1994-2019: Reiseanalysen der F.U.R.

Für die in den vergangenen Jahrzehnten gestiegenen Anteile der Reisen ins Ausland bzw. ins außereuropäische Ausland gibt es eine Reihe von Gründen, u.a.:

- Veränderte „Rahmenbedingungen“ erleichtern das Reisen (gestiegenes Einkommen, höhere Bildung und damit auch bessere Fremdsprachenkenntnisse, mehr Freizeit, zunehmender Mobilisierungsgrad, Verbilligung von Flugreisen, Vereinfachung des Reisens u.a. durch Informations-, Bewertungs- und Buchungsplattformen im Internet).
- Gestiegene Reiseerfahrung (in europäischen Ländern) fördert das Bedürfnis, weitere Länder/Regionen kennen zu lernen – auch außerhalb Europas.
- Das Urlaubsmotiv „weg-vom-Alltag-sein“/„hin-zu-etwas-anderem/neuem“ lässt sich von vielen Urlaubern subjektiv gefühlt eher im (fernen) Ausland, in einer ganz anderen Umgebung, in einer fremden Kultur realisieren.
- Reisen ins außereuropäische Ausland haben einen hohen Prestigewert: Man kann sich etwas leisten, sich reise- und welterfahren zeigen.

¹¹ Zu den Ursachen siehe Seite 58.



- In einer zunehmend globalisierten Welt werden private internationale Kontakte selbstverständlicher.
- Analoge und digitale Medien informieren über fremde Länder, Kommunikation in sozialen Netzwerken sowie die Nutzung von mobilen digitalen Technologien (Smartphones, Messenger) stimulieren durch Einsatz/Austausch von Urlaubsfotos und -videos (Selfies etc.) zusätzlich das Interesse und die Neugier der Menschen für das Urlaub machen in anderen Ländern.

1.2.3 Reisende in Entwicklungs- und Schwellenländer nach Destinationen

Zwischen 2012 und 2019 ist die Zahl der Urlaubsreisenden ab 14 Jahre im deutschen Quellmarkt weitgehend konstant geblieben (siehe Tabelle 2). Dabei hat sich das Volumen der Inlands-Reisenden um 12% verringert, Europa-Reisende haben um 13% zugelegt. Die Zahl der Entwicklungsländer-Reisenden hat sich nur marginal erhöht – vor allem wegen der Einbußen bei Türkei-Reisenden (-11%). Den stärksten Zuwachs zeigen Entwicklungsländer-Fernziel-Reisende (+44%). Nordafrika-Destinationen haben um 6% zugelegt. Auf geringem Niveau der absoluten Zahlen zeigen die Regionen Russland/ehem. GUS-Staaten sowie Nah- und Mittelost Verluste.

2019 haben im deutschen Urlaubsreisemarkt fast 10 Mio. ihre Haupturlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland unternommen. Zwischen 1991 und 2019, d.h. innerhalb von 28 Jahren, hat sich die Zahl der in Länder des Globalen Südens reisenden Urlauberinnen und Urlauber mehr als verdreifacht.

Tab. 2: Struktur des deutschen Urlaubsreisemarktes 2012-2019 nach Reisezielregionen (Bevölkerung ab 14 Jahre, Haupturlaubsreise ab 5 Tagen Dauer)

	Bevölk. 1991	Bevölk. 2012	Bevölk. 2013	Bevölk. 2014	Bevölk. 2015	Bevölk. 2016	Bevölk. 2017	Bevölk. 2018	Bevölk. 2019	Veränderung 2012/2019
	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	%
	62,1*	70,2**	70,3	70,5	69,2***	69,6	70,1	70,5	70,6	1
Reisende gesamt	41,5	53,6	54,8	54,6	53,4	53,4	54,1	55,0	55,2	3
Inland	14,9	15,1	14,7	15,1	14,4	14,6	13,6	13,8	13,3	-12
Europäisches Ausland	23	27,1	28,7	28,3	27,8	29,1	29,8	30,7	30,5	13
Außereuropa	3,6	11,4	11,4	11,3	11,2	9,6	10,7	10,6	11,5	1
Entwicklungs- und Schwellenländer gesamt	2,7	9,7	9,7	9,7	9,5	8,2	9,3	8,9	9,9	2
Türkei	0,9	4,5	4,6	4,4	4,3	3,3	3,4	3,1	4,0	-11
Nordafrika	0,8	1,6	1,3	1,2	1,2	0,9	1,4	1,4	1,7	6
Russland/ehem. GUS-Staaten	k.A.	0,7	0,8	0,6	0,6	0,5	0,5	0,6	0,4	-43
Nah- und Mittelost	k.A.	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	-25
Entw.länder-Fernziele	1	2,5	2,7	3,1	3,2	3,3	3,7	3,5	3,6	44
Ferne Industrieländer	0,9	1,6	1,5	1,5	1,6	1,3	1,3	1,4	1,5	-6

* Alte Grundgesamtheit (nur Deutsche)

** Ab hier: neue Grundgesamtheit (inkl. deutschsprachige Ausländer)

*** Durch Eingang der aufbereiteten Ergebnisse des Zensus 2011 in die Reiseanalyse hat sich das Volumen der Grundgesamtheit verändert.

Hinweis: Die Summe der vertikalen Einzelwerte ergibt rundungsbedingt nicht immer den Gesamtwert.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: 1991: Reiseanalyse des Studienkreises für Tourismus; 2012-2019: Reiseanalysen der F.U.R.

Grafik 2 verdeutlicht nochmals in einer Zeitreihe seit 1991 die Entwicklung der Zahl von Urlauberinnen und Urlaubern, die in Entwicklungs- und Schwellenländer gereist sind, also in die Türkei, in die Region Nordafrika sowie in Fernziel-Destinationen – seit 2002 ergänzt durch Reisende, welche die Regionen Russland/ehem. GUS-Staaten sowie Nah- und Mittelost besuchten.

Während 1991 die Zahl der deutschen Türkei-, Nordafrika- und Fernziel-Reisenden noch etwa gleich hoch war (zwischen 0,8 Mio. und 1,0 Mio.), haben danach zunächst Türkei-Reisende besonders stark zugenommen: 2008 waren es 3,8 Mio. Im selben Jahr gab es 2,0 Mio. Nordafrika-Reisende und 2009 2,5 Mio. Fernziel-Reisende.

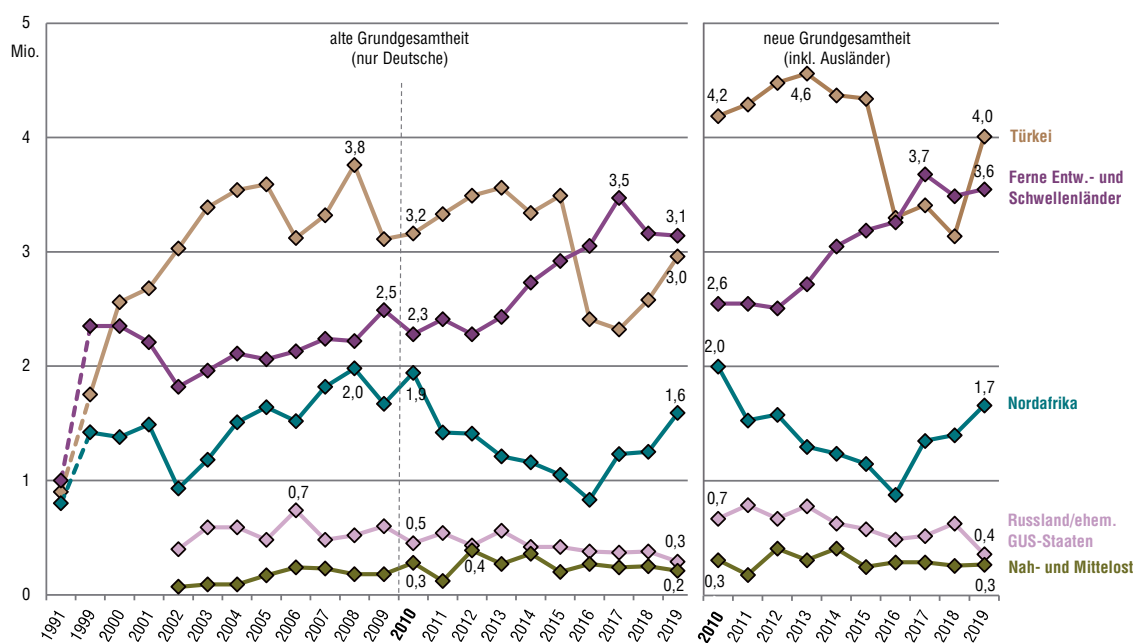
Bei Nordafrika- und Fernziel-Reisenden verläuft die Entwicklung anfangs ziemlich ähnlich (einschließlich der terrorbedingten Rückgänge von 2001/2002). Ab 2011 brechen mit Beginn der Auswirkungen des Arabischen Frühlings die Zahlen der Nordafrika-Urlauber über mehrere Jahre ein, erholen sich erst wieder ab 2017 und liegen 2019 mit 1,6 Mio. immer noch unter dem Höchstwert von 2008.

Nach zwei im Wesentlichen terrorbedingten Rückgängen von Urlauberzahlen in der Türkei 2006 und 2009, verringert sich dort 2016/17 die Zahl der deutschen Urlauber drastisch um 1,2 Mio. auf 2,3 Mio. – vor allem wegen einer skeptischen Einschätzung der Gewährleistung persönlicher Sicherheit im Urlaub und negativer politischer Rahmenbedingungen. 2019 unternahmen wieder 3,0 Mio. Deutsche ihre Haupturlaubsreise in die Türkei – immer noch 0,8 Mio. weniger als 2008.

Die Entwicklung der Fernziel-Reisenden im deutschen Urlaubreisemarkt ist – abgesehen von einem deutlichen Rückgang in Folge des 11. September 2001 – störungsfrei verlaufen.¹² 2019 haben 3,1 Mio. Deutsche ferne Länder des Globalen Südens bereist, nach einem bisherigen Höchstwert von 3,5 Mio. im Jahr 2017. Der Rückgang 2018 dürfte im Zusammenhang mit einer gleichzeitigen Zunahme von Nordafrika-Reisenden stehen.

Auf Basis der neuen Grundgesamtheit (einschließlich der in Deutschland lebenden deutschsprachigen Ausländer) ergibt sich in Grafik 2 (rechter Teil) ab 2010 ein ähnlicher Verlauf auf höherem absoluten Niveau – insbesondere bei Türkei-Reisenden, unter denen sich 2010 nun zusätzlich u.a. 1,0 Mio. Personen mit türkischer Nationalität befinden, die in der Türkei Urlaub gemacht haben.

Gr. 2: Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisende aus Deutschland 1991-2019
(Bevölkerung ab 14 Jahre, Haupturlaubsreise ab 5 Tagen Dauer)



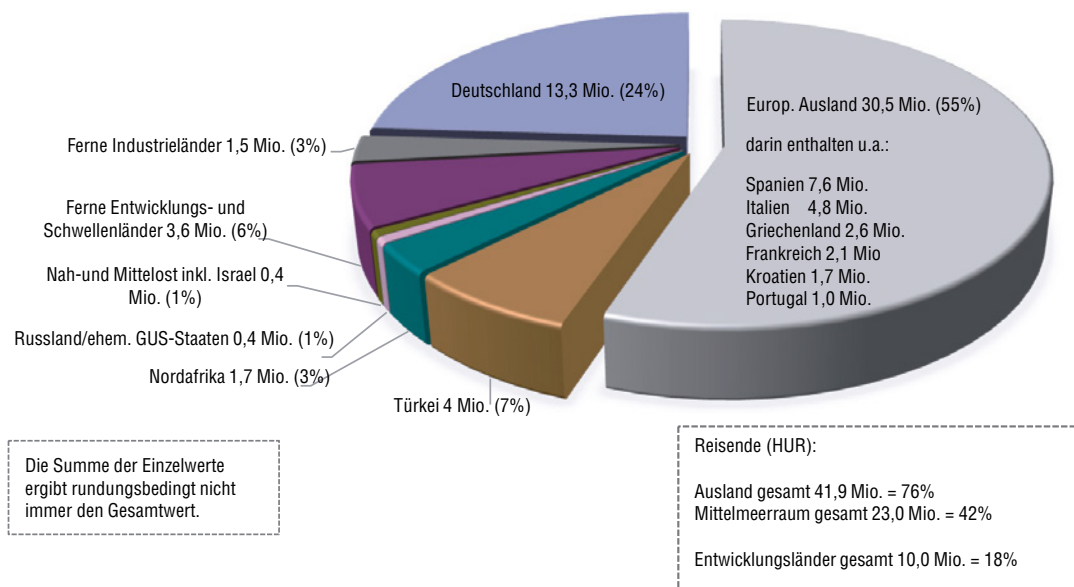
Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: 1991 Reiseanalyse des Studienkreises für Tourismus; 1999-2019: Reiseanalysen der F.U.R.

In Grafik 3 wird deutlich, dass 2019 im deutschen Quellmarkt – ähnlich wie in früheren Jahren – gut die Hälfte der Reisenden (55%) im Rahmen ihrer Haupturlaubsreise europäische Auslands-Destinationen besuchten. 24% machten Urlaub innerhalb Deutschlands. Insgesamt 18% reisten in Entwicklungs- und Schwellenländer, darunter 7% in die Türkei, 6% in Entwicklungsländer-Fernziele und 3% nach Nordafrika. Die Regionen Russland/ehem. GUS-Staaten sowie Nah- und Mittelost (inkl. Israel) besuchten jeweils 1%. Auf ferne Industrieländer (Nordamerika, Australien/Neuseeland, Japan, Korea) entfielen 3% der Urlaubsreisenden.

¹² Dies dürfte auch darin begründet sein, dass diese Gruppe aus Personen besteht, deren Urlaubsaufenthalte sich innerhalb eines Kalenderjahres auf verschiedene Entwicklungsländer-Fernzielregionen verteilen, hinter denen jeweils mehrere Einzeldestinationen stehen. Eventuelle gravierende negative Ereignisse in einer Einzeldestination wirken sich deshalb auf die Gesamtzahl der Fernziel-Reisenden kaum aus.

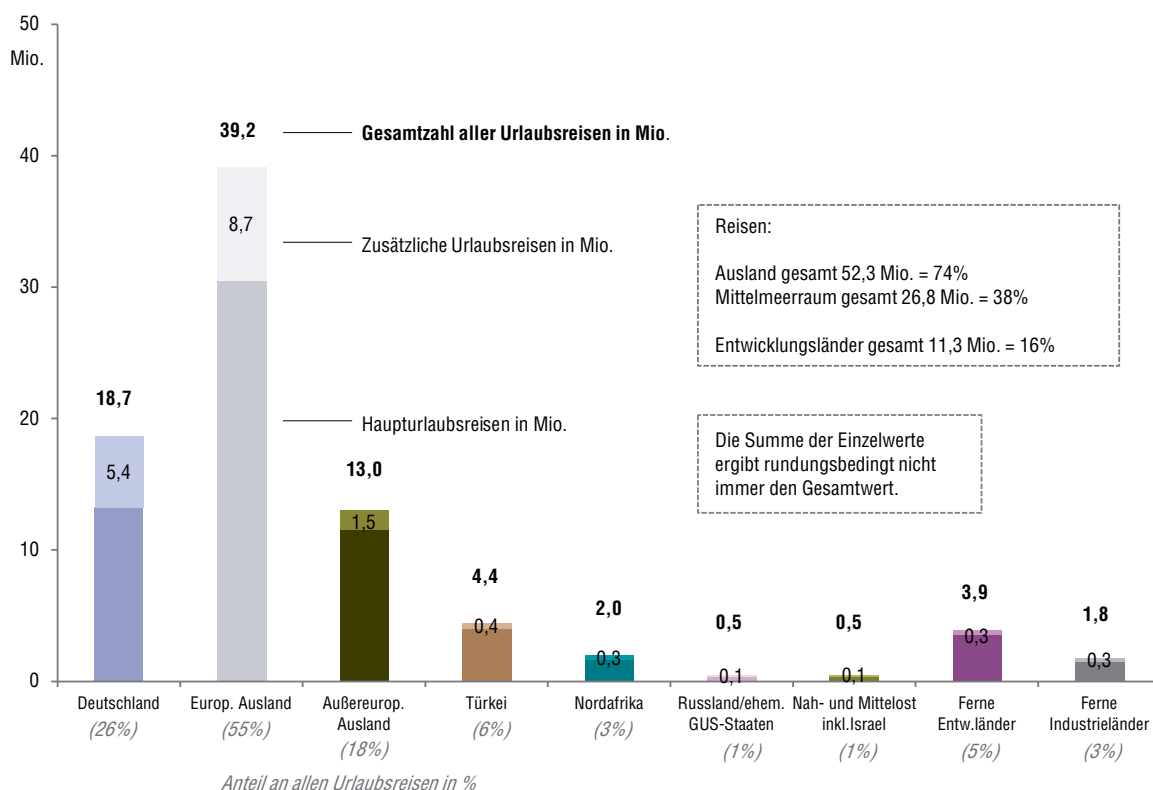


Gr. 3: Urlaubsreisende aus Deutschland: Reiseziele der Haupturlaubsreise 2019 (55,2 Mio. Urlaubsreisende ab 14 Jahre, Haupturlaubsreise ab 5 Tagen Dauer)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Gr. 4: Reiseziele 2019 aller Urlaubsreisen (70,8 Mio. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer)

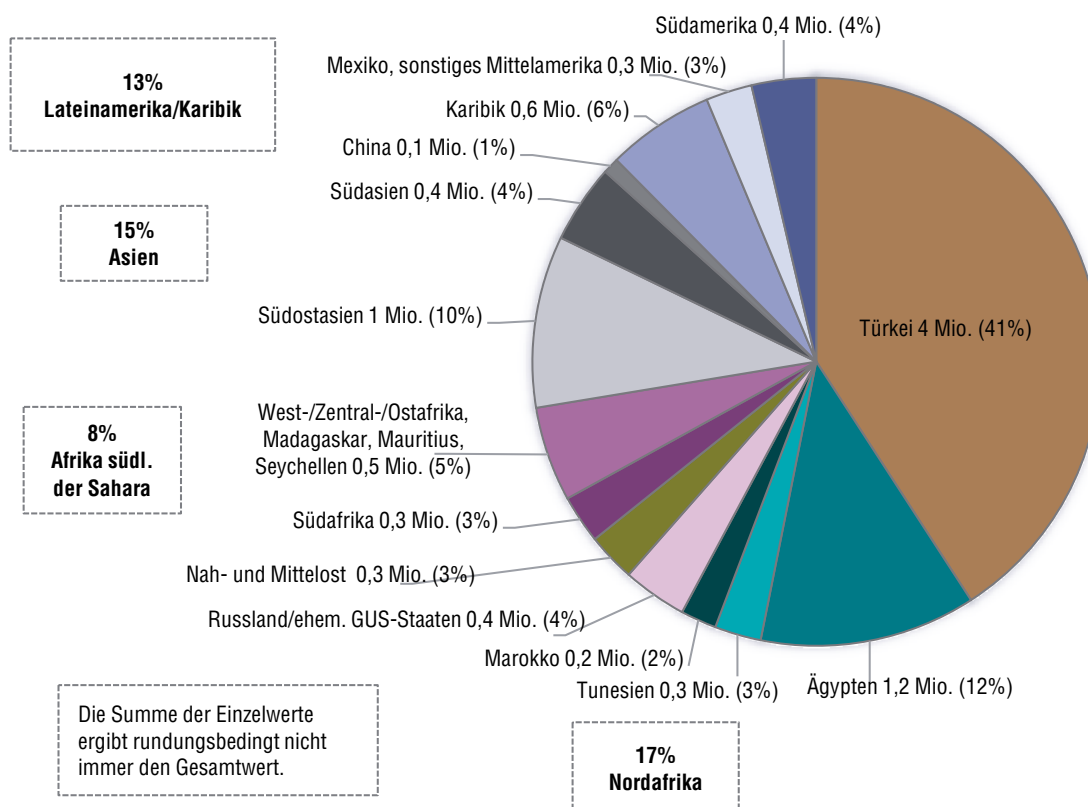


Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Berücksichtigt man neben der Haupturlaubsreise auch noch die weiteren durchgeführten Reisen ab 5 Tagen Dauer, also alle Urlaubsreisen im deutschen Quellmarkt (siehe Grafik 4), zeigt sich 2019 deutlich, dass die meisten zusätzlichen Urlaubsreisen in europäische Auslands-Destinationen gingen sowie innerhalb Deutschlands unternommen wurden (+8,7 Mio. bzw. +5,4 Mio. Reisen). Von den 1,2 Mio. zusätzlich durchgeführten Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer entfallen 0,4 Mio. auf die Türkei (insgesamt also 4,4 Mio. Reisen) und 0,3 Mio. auf Nordafrika. Weitere 0,3 Mio. Reisen gingen in ferne Entwicklungs- und Schwellenländer (insgesamt 3,9 Mio.) und jeweils 0,1 Mio. in die Regionen Russland/ehem. GUS-Staaten sowie Nah- und Mittelost. Der Anteil von Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer an allen durchgeführten Urlaubsreisen liegt 2019 insgesamt bei 16%. Das entspricht 11,3 Mio. Urlaubsreisen.

Wie Grafik 5 zeigt, verbrachten von den 9,9 Mio. Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden aus Deutschland im Jahr 2019 41% ihren Urlaub in der Türkei (4,0 Mio.). Weitere 17% wählten Ziele in Nordafrika, darunter 12% Ägypten. 8% reisten in andere afrikanische Destinationen südlich der Sahara. 15% verbrachten ihren Urlaub in Asien (darin: Schwerpunkt Südostasien mit 10%). Die übrigen 13% der Entwicklungsländer-Reisenden aus Deutschland machten Urlaub in Lateinamerika oder in der Karibik – wobei letztere dominiert.

Gr. 5: Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisende aus Deutschland 2019
Anteile einzelner Länder und Regionen
(9,9 Mio. Reisende ab 14 Jahre, Haupturlaubsreise ab 5 Tagen Dauer)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.



Vorbemerkung zu Kapitel 1.3 bis 1.7:

Vor dem Hintergrund der in Kapitel 1.2.3 ermittelten Markt-Volumina von „Urlaubsreisenden in Entwicklungs- und Schwellenländer“ geht es nachfolgend u.a. um die Fragen:

- Wer sind die Entwicklungsländer-Reisenden des Jahres 2019?
- Was sind die Merkmale ihres allgemeinen Urlaubsreiseverhaltens?
- Wie haben sie ihre Haupturlaubsreise 2019 durchgeführt?
- Welche Interessenten-Potenziale für Urlaubsreisen in den Globalen Süden zeigten sich im Januar 2020?
- Mit welchen Realisierungschancen der Potenziale war am Vorabend der Corona-Pandemie zu rechnen?
- Wie viele Bundesbürger haben in ihrem Leben überhaupt schon einmal Entwicklungs- und Schwellenländer im Urlaub bereist?
- Welche Merkmale zeigen diese Entwicklungsländer-Erfahrenen?

Wie in Grafik 5 deutlich wurde, haben 2019 insgesamt 9,9 Mio. Reisende aus Deutschland ihre Haupturlaubsreise in einem Land des Globalen Südens verbracht. Die folgenden Tabellen 3 bis 9 basieren auf einer reduzierten Gesamtbasis von 9,2 Mio. Reisenden, da die Fallzahlen jener, die Russland/ehem. GUS-Staaten oder Nah- und Mittelost bereist haben, jeweils zu gering ausfallen für die Bildung von eigenständigen Zielgruppen.

Die im Reisejahr 2019 insgesamt 4 Mio. Türkei-Reisenden im deutschen Urlaubsreisemarkt bestehen zu knapp einem Drittel aus Personen mit türkischem Migrationshintergrund (siehe Tabelle 4 auf Seite 66). Da sich deren Urlaubsreiseverhalten erfahrungsgemäß deutlich von dem jener unterscheidet, die keinen Migrationshintergrund Türkei haben, wird dies bei der tabellarischen und grafischen Darstellung der Untersuchungsergebnisse durch entsprechende Aufteilung der Türkei-Reisenden in zwei Gruppen berücksichtigt.

1.3 Soziodemografische Struktur der Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden 2019

1.3.1 Allgemeine soziodemografische Merkmale

Tabelle 3 macht zunächst deutlich, dass sich **Entwicklungsländer-Reisende** des Jahres 2019 bezüglich ihrer soziodemografischen Merkmale von allen Reisenden u.a. darin unterscheiden, dass Männer, Personen mit formal hoher Bildung, einem Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro oder mehr sowie Angehörige der oberen drei (von insgesamt sieben) sozialen Schichten¹³ stärker und mehrheitlich vertreten sind (farblich nicht markiert).

Türkei-Reisende mit Migrationshintergrund Türkei zeigen bei ihrer soziodemografischen Struktur zahlreiche Unterschiede zur Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Reisenden: Sie haben in hohem Maße ihren Wohnsitz in den sog. Alten Bundesländern, sind jünger, leben häufiger mit Kindern im Haushalt, gehören weniger den Gruppen mittlerer und hoher formaler Bildung und solchen mit hohem Haushaltsnettoeinkommen an und sind in den drei oberen von insgesamt sieben sozialen Schichten deutlich weniger vertreten. Durch diese Merkmale unterscheiden sie sich gleichzeitig deutlich von den Türkei-Reisenden ohne Migrationshintergrund Türkei.

Türkei-Reisende ohne Migrationshintergrund Türkei entsprechen u.a. bei der Alters- und Einkommensstruktur weitgehend der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Reisenden – Personen mittlerer formaler Bildung und mittlerer sozialer Statusgruppen sind stärker vertreten.

Nordafrika-Reisende (also jene, die 2019 entweder in Ägypten, Tunesien oder Marokko waren) zeigen überwiegend Ähnlichkeiten mit der Gesamtheit der Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden sowie mit jenen Türkei-Reisenden ohne Migrationshintergrund. Frauen sind mit 56% signifikant überdurchschnittlich vertreten.

¹³ Die Zugehörigkeit zu einer der sieben sozialen Schichten ergibt sich aus einem Punktesystem, in das u.a. die Merkmale Schulbildung und Haushaltsnettoeinkommen eingehen sowie die in der Tabelle nicht dargestellte „Berufstätigkeit“ des Befragten.

Fernziel-Reisende setzen sich u.a. überdurchschnittlich und mehrheitlich aus Personen zusammen, die männlichen Geschlechts sind (59%), eine hohe formale Bildung haben (57%) sowie ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro oder mehr (72%) und den beiden oberen sozialen Schichten angehören (52%). Nur 16% leben mit Kindern im Haushalt.

Tab. 3: Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Soziodemografische Merkmale

	Reisende gesamt	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019			
			Türkei mit türk. Migrations- hintergrund	Türkei ohne türk. Migrations- hintergrund	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	55,2	9,2*	1,3	2,8	1,7	3,6
	%	%	%	%	%	%
Herkunft						
West	79	79	96	71	73	83
Ost	21	21	5	29	27	17
Geschlecht						
männlich	49	54	57	52	45	59
weiblich	51	46	43	49	56	41
Alter						
14 - 19 Jahre	7	7	5	9	4	7
20 - 29 Jahre	14	19	24	17	20	17
30 - 39 Jahre	15	20	25	21	22	17
40 - 49 Jahre	16	17	24	19	13	14
50 - 59 Jahre	20	23	12	19	25	29
60 - 69 Jahre	14	10	9	7	10	12
70 Jahre oder älter	14	6	0	9	7	4
Kinder im Haushalt (Mehrfachnennungen)						
Kinder unter 6 Jahre	8	8	16	7	12	5
Kinder 6 bis 13 Jahre	14	13	27	18	15	4
Kinder 14-17 Jahre	16	15	18	18	19	9
Kinder bis 17 Jahre - netto	31	29	47	35	33	16
Schulbildung						
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	29	25	59	24	25	14
Mittlere Reife/weiterf. Schule ohne Abitur	34	34	25	44	34	30
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	37	41	16	32	41	57
Haushaltsnettoeinkommen						
bis 999 €	4	2	2	4	2	1
1.000-1.499 €	8	5	10	5	3	3
1.500-1.999 €	10	9	17	8	10	8
2.000-2.499 €	13	11	23	9	12	7
2.500-2.999 €	13	13	10	16	19	9
3.000 € +	52	60	39	58	54	72
Soziale Statusgruppen						
Stufe 7 (unterste Schicht)	5	3	12	3	1	2
Stufe 6	11	8	22	6	9	5
Stufe 5	17	15	32	18	16	7
Stufe 4	23	21	18	31	24	13
Stufe 3	17	19	7	21	22	21
Stufe 2	15	17	8	14	16	24
Stufe 1 (oberste Schicht)	13	15	1	7	12	28

* siehe Vorbemerkung zu Kapitel 1.3-1.7 auf S. 61

Die Summe der Mio.-Werte ergibt rundungsbedingt nicht den Gesamtwert.

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt
- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.



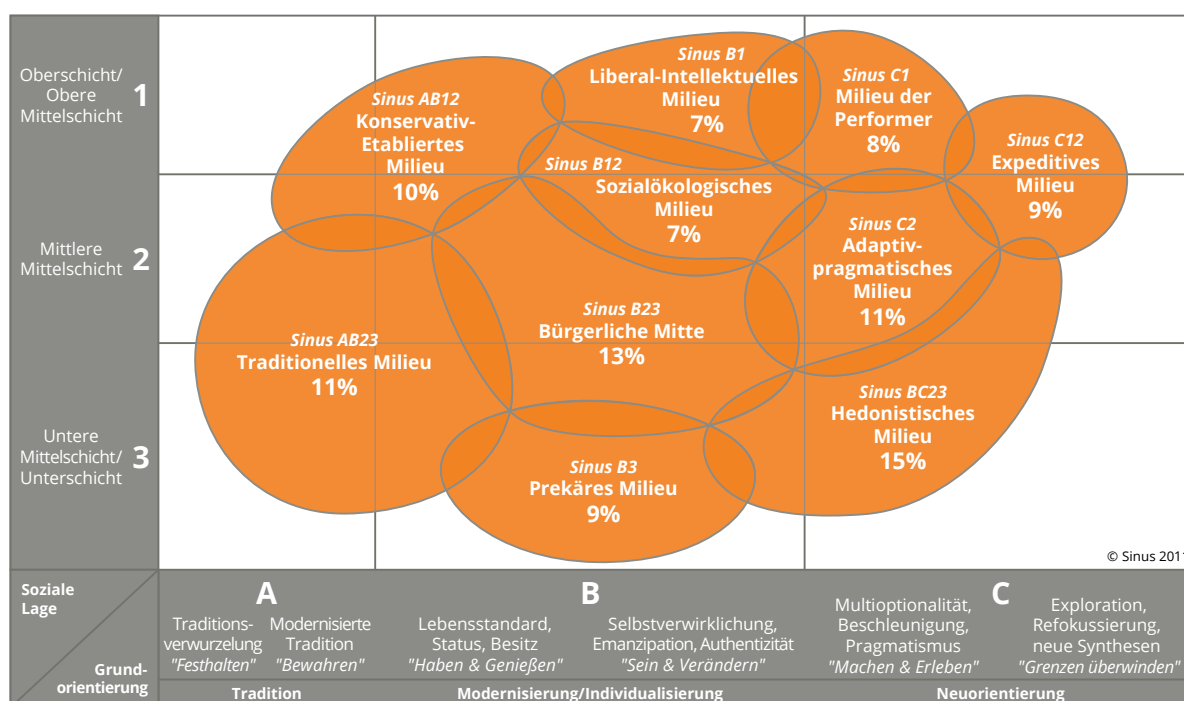
1.3.2 Merkmale der Lebenswelten (Sinus-Milieus)

Seit 2012 werden in der Reiseanalyse Sinus-Milieus berücksichtigt. Sie erlauben eine Zielgruppenbeschreibung über die herkömmlichen soziodemografischen Merkmale hinaus. Die Sinus-Milieus – ein vom Sinus-Institut erarbeitetes Instrument für strategisches Marketing und Kommunikation – werden im Rahmen der Reiseanalyse-Interviews durch eine Indikatorfrage erhoben. Somit ist eine Verknüpfung von Reiseverhalten und Milieus möglich.

Die Zielgruppendefinition der Sinus-Milieus orientiert sich an der Lebensweltanalyse unserer Gesellschaft. Es werden Menschen mit ähnlicher Lebensauffassung und Lebensweise gruppiert. Berücksichtigt werden dabei grundlegende Wertorientierungen sowie Alltagseinstellungen zu Arbeit, Familie, Freizeit, Geld und Konsum – also das gesamte Bezugssystem der Lebenswelt eines Menschen. Daraus ergeben sich in Deutschland derzeit zehn Milieus.

Grafik 6 zeigt die aktuelle Milieulandschaft und Position der verschiedenen Milieus in der deutschen Gesellschaft nach sozialer Lage und Grundorientierung.

Gr. 6: Die Sinus-Milieus ® in Deutschland 2020



Quelle: SINUS-Institut. Angaben in % der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland, RA 2020 face-to-face.

Je höher ein bestimmtes Milieu in dieser Grafik angeordnet ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe; je weiter es sich nach rechts erstreckt, desto moderner im soziokulturellen Sinn ist die Grundorientierung des jeweiligen Milieus.

Die Grenzen zwischen den Milieus sind fließend. Lebenswelten sind nicht so exakt abgegrenzt wie soziale Schichten, Sinus nennt das die „Unschärferelation der Alltagswirklichkeit“.

Die zehn verschiedenen Sinus-Milieus in Deutschland werden nachfolgend kurz beschrieben. Dabei werden vier Milieus zu den sozial gehobenen gerechnet (zusammen 34%), drei gehören zu den Milieus der Mitte (31%) und weitere drei zu den Milieus der unteren Mitte/Unterschicht (35%).

Sozial gehobene Milieus		34%	
Konservativ-etabliertes Milieu	10%		Das klassische Establishment mit Verantwortungs- und Erfolgsethik, Exklusivitäts- und Führungsansprüchen sowie Standesbewusstsein und Entre-Nous-Abgrenzung.
Liberal-intellektuelles Milieu	7%		Die aufgeklärte, liberale Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln, vielfältigen intellektuellen Interessen und dem Wunsch nach einem selbstbestimmten Leben.
Milieu der Performer	8%		Die multioptionale, effizienzorientierte Leistungselite mit hoher IT- und Multimedia-Kompetenz, ausgeprägtem global-ökonomischen Denken und einem Selbstverständnis als Konsum- und Stil-Avantgarde.
Expeditives Milieu	9%		Die ambitionierte, kreative Avantgarde auf der Suche nach neuen Grenzen und Lösungen, online und offline vernetzt sowie äußerst flexibel und mobil.
Milieus der Mitte		31%	
Bürgerliche Mitte	13%		Der leistungs- und anpassungsbereite bürgerliche Mainstream mit dem Wunsch nach beruflicher und sozialer Etablierung sowie einem Leben in gesicherten und harmonischen Verhältnissen.
Sozialökologisches Milieu	7%		Konsumkritisches/-bewusstes Milieu mit ausgeprägtem ökologischen und sozialen Gewissen und normativen Vorstellungen vom „richtigen“ Leben.
Adaptiv-pragmatisches Milieu	11%		Die moderne junge Mitte mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nutzenkalkül, zielstrebig und kompromissbereit, hedonistisch und konventionell, flexibel und sicherheitsorientiert.
Milieus der unteren Mitte/Unterschicht		35%	
Traditionelles Milieu	11%		Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegs- und Nachkriegsgeneration, verhaftet in der traditionellen Arbeiterkultur.
Hedonistisches Milieu	15%		Die spaß- und erlebnisorientierte moderne Unterschicht/untere Mittelschicht mit Fokus auf Leben im Hier und Jetzt und Verweigerung der Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesellschaft.
Prekäres Milieu	9%		Die um Orientierung und Teilhabe bemühte Unterschicht mit geringen Aufstiegsperspektiven, entsprechend großen Zukunftsängsten und einer reaktiven Grundhaltung.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. Ergebnisbericht Reiseanalyse 2020.

Sozial gehobene und eher auf Neuorientierung setzende Milieus weisen überdurchschnittliche Urlaubsreiseintensitäten auf: Performer 93%, Liberal-Intellektuelle 93%, Expeditiv 88%, Konservativ-Etablierte 88%. Traditionelle und prekäre Milieus zeigen deutlich unterdurchschnittliche Werte: 59% bzw. 51%, während Hedonisten „obwohl teilweise in einer ähnlichen sozialen Lage verortet“ mit 74% eine rund 20 Prozentpunkte höhere Urlaubsreiseintensität verzeichnen (tabellarisch nicht dargestellt).

Grafik 7 macht deutlich, dass Entwicklungsländer-Reisende bei den Sinus-Milieus weitgehend der Gesamtheit der Reisenden des Jahres 2019 entsprechen.

Türkei-Reisende mit Migrationshintergrund Türkei gehören im Vergleich zur Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Reisenden überdurchschnittlich dem traditionellen Milieu an (16%; +11 Prozentpunkte) sowie dem der bürgerlichen Mitte (17%; +6 PP); dagegen sind Performer und Angehörige des expeditiven Milieus mit 3% (-9 PP) bzw. 8% (-6 PP) unterdurchschnittlich vertreten.

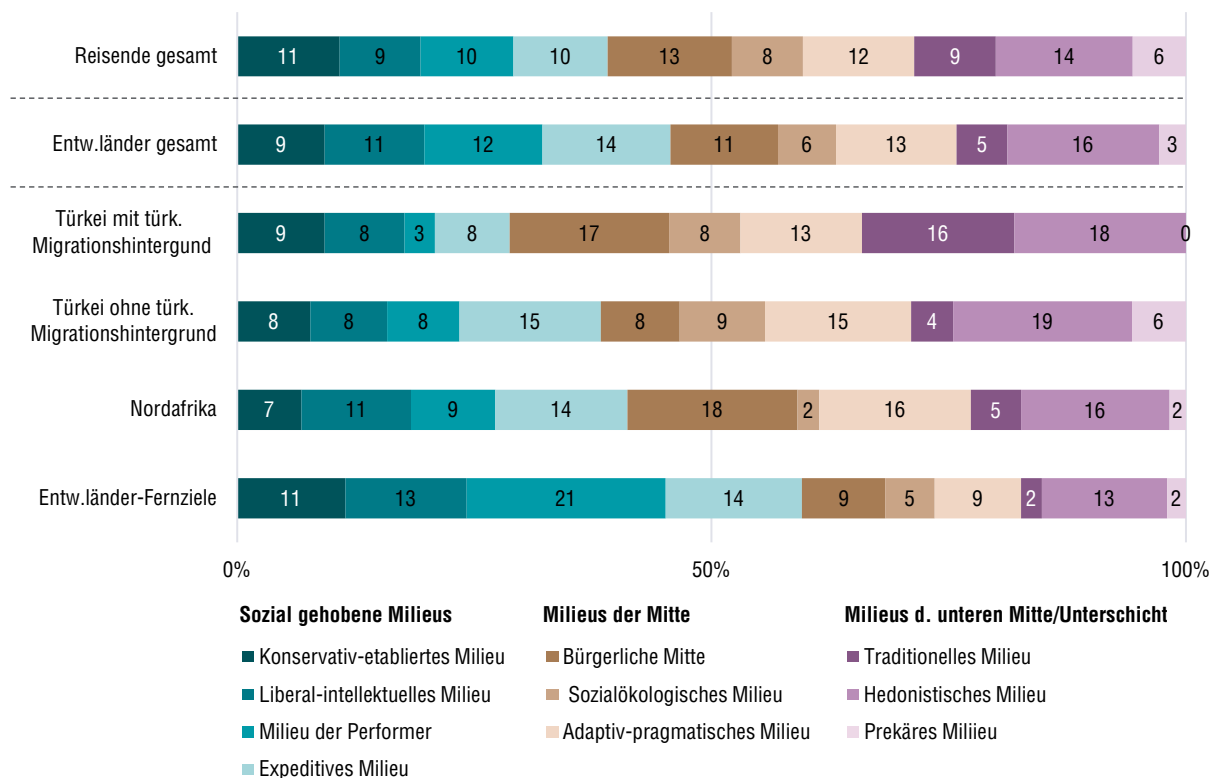
Türkei-Reisende ohne Migrationshintergrund Türkei entsprechen weitgehend der Gesamtheit der Entwicklungsländer-Reisenden.

Dies gilt auch für **Nordafrika-Reisende**, bei denen jedoch Angehörige der bürgerlichen Mitte mit 18% (+7 PP) überdurchschnittlich präsent sind.



Nur bei den **Entwicklungsländer-Fernziel-Reisenden** sind die vier sozial gehobenen Milieus insgesamt mehrheitlich vertreten – mit 59% – und damit im Vergleich zur Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Reisenden (46%) signifikant überdurchschnittlich präsent. Unter ihnen zeigen die Performer mit 21%igem Anteil den Höchstwert aller Sinus-Gruppen.

**Gr. 7: Entwicklungsländer-Reisende 2019 (9,2 Mio. *) im deutschen Urlaubsreisemarkt
Sinus-Milieus**



* siehe Vorbemerkung zu Kapitel 1.3-1.7 auf S. 61

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.

1.3.3 Nationalität und Migrationshintergrund

Seit 2010 erfasst die Reiseanalyse auch repräsentativ die in Deutschland lebenden deutschsprachigen Ausländer ab 14 Jahre (Personen, die keinen deutschen Pass haben und in privaten Haushalten leben).

Zusätzlich ist es möglich, Aussagen zu Personen mit Migrationshintergrund zu machen – also über Menschen, die selbst oder von denen mindestens ein Elternteil aus dem Ausland nach Deutschland gezogen ist (unabhängig davon, welche Nationalität diese nun haben).

Wie Tabelle 4 zeigt, leben Anfang 2020 in Deutschland 11% deutschsprachige Ausländer ab 14 Jahre (7,8 Mio.); fast doppelt so viele (19%; 13,4 Mio.) haben einen Migrationshintergrund, der etwa zu gleichen Teilen in einem EU-Land bzw. in einem Nicht-EU-Land liegt.

Unter den **Entwicklungsländer-Reisenden** 2019 haben 30% einen Migrationshintergrund. Personen mit Migrationshintergrund Türkei stellen mit 15% die größte Einzelgruppe dar.

Unter den **Türkei-Reisenden** befinden sich 41% mit Migrationshintergrund, 31% haben türkische Wurzeln.

Von den **Nordafrika-** bzw. **Fernziel-Reisenden** hatten 16% bzw. 23% einen Migrationshintergrund.

Tab. 4: Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Nationalität und Migrationshintergrund

	Bevölkerung	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019		
			Türkei	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	70,6	9,2*	4,0	1,7	3,6
	%	%	%	%	%
Nationalität					
Deutsche Staatsangehörigkeit	89	83	74	96	89
Nicht-Deutsche	11	17	26	5	12
EU-Land	5	3	1	2	6
Nicht-EU-Land	5	13	25	3	6
darin: Türkei	2	10	22	1	0
Migrationshintergrund					
Ja - gesamt	19	30	41	16	23
Migrationshintergrund EU-Land	10	6	4	7	9
darin: Mig. Polen	2	2	2	0	2
Migrationshintergrund Nicht-EU Land	9	24	37	9	15
darin: Mig. Russland	2	1	3	1	0
darin: Mig. Türkei	3	15	31	1	2
nein - kein Migrationshintergrund	78	69	56	84	75
keine Angabe	3	2	2	0	2

* siehe Vorbemerkung zu Kapitel 1.3-1.7 auf S. 61

Die Summe der Mio.-Werte ergibt rundungsbedingt nicht den Gesamtwert.

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt

○ Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher

○ Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.



1.4 Merkmale des allgemeinen Urlaubsreiseverhaltens der Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden 2019

Nachfolgend geht es um Merkmale von Entwicklungsländer-Reisenden, die nicht in direktem Zusammenhang stehen mit ihrer 2019 durchgeführten Haupturlaubsreise. Erst im Kapitel 1.5 werden Reiseverhaltensmerkmale betrachtet, die im Rahmen der Durchführung der Haupturlaubsreise 2019 zum Tragen kamen.

1.4.1 Reiseregelmäßigkeit, Erfahrung mit und Interesse an Reisezielen

Reiseregelmäßigkeit 2017-2019

Der Grad der Regelmäßigkeit des Reisens ist ein Maß für die Kontinuität, mit der Urlaubsreisen durchgeführt werden – und damit auch ein Indikator für die Reiseerfahrung.

Entwicklungsländer-Reisende 2019 entsprechen hier weitgehend allen Reisenden desselben Jahres. Wie Tabelle 5 zeigt, haben 81% im Zeitraum 2017-2019 jedes Jahr mindestens eine Urlaubsreise unternommen (Regelmäßig-Reisende), weitere 19% haben eine oder zwei Urlaubsreisen in diesem Zeitraum gemacht (Intervall-Reisende¹⁴).

Im Vergleich zur Gesamtheit der Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden sind bei den **Türkei-Reisenden mit und ohne Migrationshintergrund Türkei** Regelmäßig-Reisende etwas weniger vertreten – mehr dagegen Intervall-Reisende. Bei Nordafrika- und Fernziel-Reisenden zeigen sich keine Besonderheiten.

Reiseerfahrung 2017-2019 in Entwicklungs- und Schwellenländern¹⁵

Eine knappe Mehrheit der **Entwicklungsländer-Reisenden des Jahres 2019** (51%) hat im Zeitraum 2017-2019 mindestens eine Urlaubsreise in die Türkei unternommen, 26% waren in Nordafrika (am häufigsten in Ägypten), 40% haben Urlaub in Fernzielländern gemacht (am häufigsten in Südostasien oder in der Karibik).

Türkei-Reisende mit Migrationshintergrund Türkei haben im Zeitraum 2017-2019 ausschließlich Urlaub in der Türkei gemacht.

Unter den **Türkei-Reisenden ohne Migrationshintergrund Türkei** finden sich nur sehr wenige mit einer über die Türkei hinausgehenden aktuellen Reiseerfahrung in anderen Entwicklungs- oder Schwellenländern.

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den **Nordafrika-Reisenden** (die am häufigsten in Ägypten waren) – 20% hatten jedoch auch die Türkei bereist.

Fernziel-Reisende haben 2017-2019 in geringem Umfang auch die Türkei oder Nordafrika bereist (10% bzw. 14%). Unter den bereisten fernen Entwicklungsländer-Regionen spielen Südostasien und die Karibik (34% bzw. 29%) die größte Rolle.

Interesse an Entwicklungs- und Schwellenländern 2020-2022

Tabelle 5 zeigt in ihrem unteren Teil, dass unter den **Entwicklungsländer-Reisenden des Jahres 2019** im Vergleich zu allen Reisenden desselben Jahres ein signifikant größeres Interesse besteht, in den Folgejahren 2020-2022 Länder des Globalen Südens zu bereisen: 59% interessieren sich für die Türkei, 48% für nordafrikanische Destinationen (am häufigsten für Ägypten) – darüber hinaus besteht ein mehrheitliches Interesse (52%) an Fernzielländern – am häufigsten an der Karibik (30%) sowie an Südostasien (27%). Farblich nicht markiert.

¹⁴ In der Gesamtbevölkerung haben Regelmäßig-Reisende einen Anteil von 63%, Intervall-Reisende von 25% und Selten-Reisende, die 2017-2019 keine Urlaubsreise unternommen haben, aber möglicherweise in den Vorjahren, einen Anteil von 13%.

¹⁵ Die bisherige gesamte Urlaubsreiseerfahrung in Ländern des Globalen Südens (gemessen an der Anzahl bereister Länder/Regionen) wurde im Januar 2019 untersucht. Die Ergebnisse finden sich in Kapitel 1.7 auf Seite 86ff.

Tab. 5: Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Reiseregelmäßigkeit, Reiseerfahrung und Interesse an Reisezielen

	Reisende gesamt	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019			
			Türkei mit türk. Migrations- hintergrund	Türkei ohne türk. Migrations- hintergrund	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	55,2	9,2*	1,3	2,8	1,7	3,6
		%	%	%	%	%
Reiseregelmäßigkeit 2017-2019						
Regelmäßig-Reisende	80	81	74	76	84	85
Intervall-Reisende	20	19	26	24	16	15
Selten-Reisende	0	0	0	0	0	0
Reiseerfahrung 2017-2019 (Auswahl, Mehrfachnennungen)						
Türkei	14	51	100	100	20	10
Nordafrika gesamt	8	26	0	10	100	14
Ägypten	5	19	0	7	76	9
Tunesien	1	5	0	2	19	3
Marokko	1	5	0	2	16	3
Russland	1	1	0	1	0	1
Vereinigte Arabische Emirate	3	6	0	3	2	11
Entw.länder-Fernziele gesamt	10	40	0	4	5	100
West-/Ostafrika (Kenia, Senegal usw.)	2	7	0	0	0	18
Südafrika	1	4	0	0	1	10
Südasien (Indien, Sri Lanka, Malediven usw.)	2	7	0	1	2	17
Südostasien (Indonesien, Thailand usw.)	3	14	0	2	1	34
Fernostasien (Japan, China, Korea usw.)	1	2	0	0	0	4
Mexiko	1	5	0	1	2	11
Mittel-/Südamerika (Costa Rica, Brasilien, Peru usw.)	2	6	0	1	1	15
Karibik	3	12	0	1	1	29
Interesse an Reisezielen 2020-2022 (Auswahl, Mehrfachnennungen)						
Türkei	31	59	100	89	54	25
Nordafrika gesamt	25	48	26	48	85	40
Ägypten	20	40	18	40	73	31
Tunesien	11	23	22	25	43	13
Marokko	10	22	18	20	35	18
Russland	7	7	2	8	4	10
Vereinigte Arabische Emirate	14	24	10	19	26	32
Entw.länder-Fernziele gesamt	30	52	8	31	46	88
West-/Ostafrika (Kenia, Senegal usw.)	7	14	4	7	8	25
Südafrika	10	16	3	8	14	29
Südasien (Indien, Sri Lanka, Malediven usw.)	11	22	4	11	12	42
Südostasien (Indonesien, Thailand usw.)	13	27	6	11	14	53
Fernostasien (Japan, China, Korea usw.)	7	11	4	5	7	21
Mexiko	10	18	3	7	18	31
Mittel-/Südamerika (Costa Rica, Brasilien, Peru usw.)	9	16	3	7	10	32
Karibik	17	30	4	18	27	50

* siehe Vorbemerkung zu Kapitel 1.3-1.7 auf S. 61

Die Summe der Mio.-Werte ergibt rundungsbedingt nicht den Gesamtwert.

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt
- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.



Sämtliche **Türkei-Reisende mit Migrationshintergrund Türkei** wollen auch in den kommenden drei Jahren in der Türkei Urlaub machen – nur wenige (26%) interessieren sich außerdem für Nordafrika (am häufigsten für Tunesien), 8% auch für Fernziele des Globalen Südens.

Auch **Türkei-Reisende ohne Migrationshintergrund Türkei** können sich am ehesten vorstellen, in den Folgejahren 2020-2022 Urlaub in der Türkei zu machen (89%). Interesse an nordafrikanischen Destinationen zeigen 48% (am häufigsten an Ägypten) – fast ein Drittel (31%) würden Fernzielländer bereisen (am häufigsten die Karibik).

Auch bei **Nordafrika-Reisenden** und **Fernziel-Reisenden 2019** besteht im Januar 2020 ein sehr hohes Interesse, dieselbe Destination bzw. Region im Zeitraum 2020-2022 zu bereisen (85% bzw. 88%). Bei ersteren dominiert das Interesse an Ägypten (73%). Bei den Fernziel-Reisenden ist das Interesse an der Karibik und an Südostasien am größten (50% bzw. 53%), am Urlaubmachen in der Türkei oder in Nordafrika sind 25% bzw. 40% interessiert.

1.4.2 Allgemeine Urlaubsmotive

Normalerweise haben Urlauberinnen und Urlauber ein ganzes Bündel von Bedürfnissen, Erwartungen und Motiven in Bezug auf ihre Urlaubsreise. Diese sind individuell unterschiedlich strukturiert und den Reisenden nicht immer bewusst. Unter Umständen bereitet es sogar Schwierigkeiten, Reisemotive und -erwartungen verbal zu präzisieren. Ihre Erfassung gestaltet sich entsprechend schwierig.

Durch mehrere, erstmals vom ehemaligen Starnberger Studienkreis für Tourismus e.V. durchgeführte Spezial-Untersuchungen, ergab sich eine brauchbare Basis zur Standardisierung wesentlicher Urlaubsmotive. Sie können zumindest Indikatoren dafür sein, worauf es den Reisenden im Allgemeinen bei Urlaubsreisen (ihrer eigenen Einschätzung nach) besonders ankommt – **unabhängig von aktuellen oder potenziellen Reisezielen**. Inwieweit die letzte vor der jeweiligen Befragung durchgeführte Haupturlaubsreise und die dabei gemachten Erfahrungen die ermittelten allgemeinen Reisemotive beeinflussen, bleibt offen.

Tabelle 6 macht u.a. deutlich: Im Vergleich zu allen Reisenden des Jahres 2019 sind den **Entwicklungsländer-Reisenden** fast sämtliche entspannungs- und erholungsorientierte Urlaubsmotive mehrheitlich besonders wichtig – signifikant überdurchschnittlich ist dies der Fall bei Sonne, Wärme, schönes Wetter haben (85%; +16 PP) und etwas für die Schönheit tun, braun werden (48%; +14 PP). Unter den erlebnis- und begegnungsorientierten Motiven ist der Wunsch, andere Länder erleben, viel von der Welt sehen für knapp die Hälfte (49%; +15 PP) signifikant überdurchschnittlich wichtig – wichtiger sind auch Kontakte zu Einheimischen (34%; +5 PP). Farblich nicht markiert.

Bei **Türkei-Reisenden mit Migrationshintergrund Türkei** zeigt sich, dass trotz mehrheitlicher Wichtigkeit von Sonne, Wärme, schönes Wetter haben (78%), Abstand vom Alltag gewinnen (54%), frische Kraft sammeln, auftanken (52%) und Spaß, Freude, Vergnügen haben (51%), diese Motive eine im Vergleich zur Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Reisenden unterdurchschnittliche Bedeutung haben. Im Vordergrund und signifikant überdurchschnittlich stehen Motive des Wiedersehens und der Kontakte: Erinnerung an eine Gegend auffrischen (83%), Kontakte zu Einheimischen (66%), Zeit füreinander haben (Partner, Familie, Kinder, Freunde) (63%). Die Mehrzahl der weiter abgefragten allgemeinen Urlaubsmotive spielt eine unterdurchschnittliche, z.T. marginale Rolle.¹⁶

Bei **Türkei-Reisenden ohne Migrationshintergrund Türkei** haben einige entspannungs- und erholungsorientierte Urlaubsmotive (sich verwöhnen lassen; ausruhen, faulenzen und etwas für die Schönheit tun, braun werden) eine überdurchschnittliche Bedeutung – erlebnis-, begegnungs- und bildungsorientierte Motive haben dagegen einen geringeren und unterdurchschnittlichen Stellenwert.

Für **Nordafrika-Reisende** sind die meisten entspannungs- und erholungsorientierten Urlaubsmotive überdurchschnittlich wichtig – ebenso (und mehrheitlich) erlebnisorientierte Motive wie andere Länder sehen, viel von der Welt sehen und neue Eindrücke gewinnen, etwas anderes kennenlernen. Im Vergleich zu Türkei-Reisenden ohne Migrationshintergrund erscheinen **Nordafrika-Reisende** neugieriger auf das Urlaubsland zu sein. Kontakte zu Einheimischen spielen jedoch auch hier eine unterdurchschnittliche Rolle.

Wenn es um entspannungs- und erholungsorientierte Urlaubsmotive geht, zeigen **Fernziel-Reisende** weitgehende Ähnlichkeiten mit der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Reisenden. Eine deutlich überdurchschnittliche Bedeutung haben erlebnis-, bildungs- und weiterfahrungsorientierte Urlaubsmotive sowie das Motiv Natur erleben (schöne Landschaften, reine Luft).

¹⁶ Da das Urlaubsreiseverhalten dieser Gruppe in hohem Maße von Besuchsreisen zu ihren in der Türkei lebenden Verwandten/Freunden/Bekannten bestimmt ist (siehe Tabelle 9 auf Seite 76), ergeben sich bei ihren allgemeinen Urlaubsmotiven deutliche Abweichungen zu den gesamten Entwicklungsländer-Reisenden.



Tab. 6: Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Allgemeine, besonders wichtige Urlaubsmotive (unabhängig vom Reiseziel)

	Reisende gesamt	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019			
			Türkei mit türk. Migrations- hintergrund	Türkei ohne türk. Migrations- hintergrund	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	55,2	9,2*	1,3	2,8	1,7	3,6
(Mehrfachnennungen)	%	%	%	%	%	%
Entspannung, Erholung						
Sonne, Wärme, schönes Wetter haben	69	85	78	88	86	86
Abstand zum Alltag gewinnen	67	69	54	69	75	71
Entspannung, keinen Stress haben	61	62	46	63	65	66
frische Kraft sammeln, auftanken	62	61	52	59	69	63
frei sein, Zeit haben	53	57	43	56	63	61
sich verwöhnen lassen, sich was gönnen, genießen	47	54	30	61	63	54
ausruhen, faulenzten	47	53	43	60	56	50
etwas für die Schönheit tun, braun werden	34	48	30	59	53	44
Flirt/Erotik	10	13	9	11	11	16
Neues sehen und erleben/kennen lernen						
Spaß, Freude, Vergnügen haben	60	64	51	66	63	67
andere Länder erleben, viel von der Welt sehen	34	49	13	36	56	69
Neue Eindrücke gewinnen, etw. anderes kennen lernen	41	45	8	38	51	60
viel erleben, viel Abwechslung haben, viel unternehmen	40	44	18	38	44	59
Unterwegs sein, herumkommen	39	41	20	34	43	54
sich unterhalten lassen	24	29	8	29	38	31
etwas für Kultur und Bildung tun	23	24	10	15	28	33
auf Entdeckung gehen, ein Risiko auf sich nehmen Außergewöhnlichem begegnen	11	15	4	11	14	22
Kontakte						
Kontakt zu Einheimischen	29	34	66	22	23	38
gemeinsam etwas erleben	34	34	32	29	34	40
neue Leute kennen lernen	30	33	13	33	35	38
Wiedersehen (Erinnerungen an eine Gegend auffrischen)	34	31	83	26	23	20
Gesundheit/Natur/Umwelt						
Natur erleben (schöne Landschaften, reine Luft)	51	45	33	41	46	53
gesundes Klima	42	39	50	36	41	36
aus der verschmutzten Umwelt herauskommen	22	23	23	20	25	25
etwas für die Gesundheit tun	26	18	11	21	17	19
Zeit für Kinder, Familie, Partner						
Zeit füreinander haben (Partner, Familie, Kinder, Freunde)	56	57	63	51	64	57
Mit den Kindern spielen/zusammen sein	19	18	35	18	24	9
Sport						
leichte sportliche/spielerische Betätigung/Fitness	28	25	12	26	26	29
aktiv Sport treiben	8	8	4	6	7	10

* siehe Vorbemerkung zu Kapitel 1.3-1.7 auf S. 61

Die Summe der Mio.-Werte ergibt rundungsbedingt nicht den Gesamtwert.

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt

- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.

1.4.3 Erfahrung mit Urlaubsformen 2017-2019

Wenn es um die aktuelle Erfahrung mit Urlaubsformen¹⁷ geht, zeigen **Entwicklungsländer-Reisende** des Jahres 2019 im Vergleich zu allen Reisenden desselben Jahres signifikant größere Erfahrung mit dem Badeurlaub/Strandurlaub, All-Inclusive-Urlaub sowie mit der Erlebnisreise/Entdeckungsreise (siehe Tabelle 7, farblich nicht markiert).

Bei **Türkei-Reisenden mit Migrationshintergrund Türkei** (die während der letzten drei Jahre sämtlich ihren Urlaub ausnahmslos in der Türkei verbracht hatten, d.h. in keinem anderen Land des Globalen Südens waren; siehe Tabelle 5), dominieren signifikant überdurchschnittlich Erfahrungen mit Besuchsreisen zu Verwandten/Freunden/Bekannten (87%) und Familienurlaub (70%) – was einen gleichzeitigen Badeurlaub/Strandurlaub sowie Erholungs-/Entspannungsurlaub nicht ausschließt.¹⁸ Mit nahezu allen verbleibenden Urlaubsreiseformen bestehen unterdurchschnittliche bzw. marginale Erfahrungen.

Türkei-Reisende ohne Migrationshintergrund Türkei haben überdurchschnittliche aktuelle Erfahrungen mit Badeurlaub/Strandurlaub (94%; +7 PP), mit Erholungsreise/Entspannungsurlaub (84%; +5 PP) und All-Inclusive-Urlaub (73%; +12 PP). Mit den meisten verbleibenden Urlaubsreiseformen bestehen unterdurchschnittliche bzw. marginale Erfahrungen.

Nordafrika-Reisende zeigen weitgehende Ähnlichkeiten mit den Türkei-Reisenden ohne Migrationshintergrund Türkei – Erfahrungen mit Erlebnis-/Entdeckungsreisen, Aktivurlaub, Rundreise, Sightseeingurlaub, Kulturreise etc. werden jedoch zum Teil deutlich häufiger genannt.

Bei **Fernziel-Reisenden** dominieren zwar auch Erfahrungen mit Badeurlaub/Strandurlaub (82%) sowie Erholungsreise/Entspannungsurlaub (74%) – signifikant überdurchschnittlich wurden jedoch im Zeitraum 2017-2019 Erfahrungen gemacht u.a. mit Erlebnis-/Entdeckungsreisen (68%; +26 PP), Natururlaub (45%; +15 PP), Rundreisen (35%; +17 PP) Aktivurlaub (34%; +14 PP), Kulturreise (29%; +13 PP).

¹⁷ Erfahrung in Bezug auf Urlaubsformen bedeutet, dass eine Person in einem zurückliegenden Dreijahreszeitraum (hier 2017-2019) mindestens eine der abgefragten Urlaubsformen praktiziert hat – bei mehreren Reisen ggf. dieselbe oder auch andere Urlaubsformen.

¹⁸ So haben z.B. von jenen 87%, die eine Besuchsreise zu Verwandten/Freunden/Bekannten unternommen haben, 74% auch einen Badeurlaub/Strandurlaub gemacht.



Tab. 7: Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Erfahrung mit Urlaubsformen (unabhängig vom Reiseziel)

	Reisende gesamt	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019			
			Türkei mit türk. Migrations- hintergrund	Türkei ohne türk. Migrations- hintergrund	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	55,2	9,2*	1,3	2,8	1,7	3,6
	%	%	%	%	%	%
Erfahrung mit Urlaubsformen 2017-2019 (Auswahl, Mehrfachnennungen)						
Badeurlaub/Strandurlaub	68	87	77	94	96	82
Erholungsreise/ Entspannungsurlaub	74	79	72	84	88	74
All-Inclusive-Urlaub	36	61	20	73	74	61
Familienurlaub	46	45	70	45	42	38
Erlebnisreise/ Entdeckungsreise	33	42	17	20	42	68
Natururlaub	38	30	14	20	25	45
Besuchsreise zu Verwandten/Freunden/ Bekannten	29	29	87	19	16	23
Städtereise	25	23	16	19	18	31
Aktivurlaub	20	20	10	8	17	34
Rundreise	15	18	13	4	9	35
Sightseeingurlaub	15	17	6	8	14	29
Winter-Urlaub in warmen Ländern	7	17	3	7	13	31
Kulturreise	13	16	5	4	18	29
Urlaub in einer Ferienwohnung	31	16	16	11	18	18
Club-Urlaub	5	9	5	10	10	10
Wellnessurlaub	7	8	2	7	7	10
Kreuzfahrt auf See	5	6	1	2	2	12
Studienreise	5	4	0	2	5	7
Gesundheitsurlaub	7	4	1	6	5	4
Kururlaub	3	2	1	3	4	1

* siehe Vorbemerkung zu Kapitel 1.3-1.7 auf S. 61

Die Summe der Mio.-Werte ergibt rundungsbedingt nicht den Gesamtwert.

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt

○ Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher

○ Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.

1.4.4 Internetnutzung

Das Internet spielt für aktuelle und potenzielle Reisende als Informations- und Buchungsmedium im Zusammenhang mit der Planung und Organisation von Urlaubsreisen eine zunehmende Rolle. 86% der in Deutschland lebenden Bevölkerung (ab 14 Jahre) verfügen Anfang 2020 über einen Internet-Zugang (tabellarisch nicht dargestellt) – unter den Reisenden sind es 91%, unter Fernziel-Reisenden sogar 99% (siehe Tabelle 8). Zum Vergleich: Im Januar 2005 lagen die entsprechenden Werte noch bei 53% (Bevölkerung) bzw. 64% (Fernziel-Reisende).

78% der **Entwicklungsländer-Reisenden** haben 2019 das Internet zur Informationsbeschaffung für die Planung von Urlaubsreisen genutzt – 45% zur Buchung von Urlaubsreisen bzw. Teil-Leistungen.

Türkei-Reisende mit Migrationshintergrund Türkei haben 2019 das Internet unterdurchschnittlich genutzt zur Informationsbeschaffung bei Urlaubsreisen (59%) – jedoch überdurchschnittlich zur Buchung von Urlaubsreisen bzw. Teil-Leistungen (59%).

Türkei-Reisende ohne Migrationshintergrund Türkei und **Nordafrika-Reisende** zeigen 2019 eine unterdurchschnittliche Nutzung des Internets zur Buchung von Urlaubsreisen bzw. Teil-Leistungen (34% bzw. 39%).

Fernziel-Reisende haben 2019 das Internet überdurchschnittlich sowohl zur Informationsbeschaffung als auch zur Buchung genutzt (84% bzw. 51%).

Tab. 8: Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Internet-Nutzung zur Informationsbeschaffung und Buchung von Urlaubsreisen

	Reisende gesamt	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019			
			Türkei mit türk. Migrations- hintergrund	Türkei ohne türk. Migrations- hintergrund	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	55,2	9,2*	1,3	2,8	1,7	3,6
	%	%	%	%	%	%
Internetzugang Ja	91	97	91	96	98	99
Internet-Nutzung zur Informationsbeschaffung bei Urlaubsreisen						
ja, 2019 genutzt	69	78	59	75	82	84
ja, aber nur vor 2019	11	9	13	12	8	7
nein, kommt aber in Zukunft in Frage	6	5	9	4	3	5
nein/keine Angabe	14	8	19	9	7	4
Internetnutzung zur Buchung von Urlaubsreisen bzw. Teil-Leistungen						
ja, 2019 genutzt	47	45	59	34	39	51
ja, aber nur vor 2019	15	21	9	24	20	22
nein, kommt aber in Zukunft in Frage	15	17	14	24	14	14
nein/keine Angabe	23	18	18	19	27	13

* siehe Vorbemerkung zu Kapitel 1.3-1.7 auf S. 61

Die Summe der Mio.-Werte ergibt rundungsbedingt nicht den Gesamtwert.

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt
 ● Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt
 ● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.



1.5 Merkmale der Haupturlaubsreise 2019

Nachfolgend werden ausschließlich Reiseverhaltensmerkmale mit direktem Bezug zur Haupturlaubsreise 2019 betrachtet. Es geht also um die Frage, auf welche Weise die Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden des Jahres 2019 ihre Urlaubsreise in Länder des Globalen Südens organisiert und durchgeführt haben.

Reiseorganisationsform

Unter Reiseorganisation versteht man die Art und Weise, in der Urlauber ihre Reisen organisieren. Dabei unterscheidet man **organisierte Reisen**, die als Pauschalreisepaket oder als Bausteinreise vorab gebucht werden (ggf. ergänzt um Einzelleistungen) und **Individualreisen**, bei denen entweder ausschließlich einzelne Leistungen vorab gebucht werden (weder Pauschal- noch Bausteinbuchung) oder bei denen nichts vorher gebucht wird.

Im Vergleich zu allen Reisenden des Jahres 2019 haben **Entwicklungsländer-Reisende** ihre Haupturlaubsreise in signifikant höherem Maße als Pauschalreise gebucht (71%). (Siehe Tabelle 9, farblich nicht markiert).

Im Vergleich zu allen Entwicklungsländer-Reisenden wurden von **Türkei-Reisenden mit Migrationshintergrund** **Türkei** extrem unterdurchschnittlich Pauschalreisen gebucht (17%) – dafür dominiert die Einzelbuchung von Tickets/Fahrscheinen (64%) – 14% haben vor Reiseantritt nichts gebucht.

Türkei-Reisende ohne Migrationshintergrund **Türkei** sowie **Nordafrika-Reisende** zeigen extrem hohe Anteile von Pauschalreise-Buchungen (92% bzw. 90%).

Bei **Fernziel-Reisenden** dominiert zwar ebenfalls mit 66% die Pauschalreisebuchung – jedoch ergänzt durch kleine, z.T. überdurchschnittliche Anteile von Einzelbuchungen der Unterkunft (16%) bzw. Buchung von Baustein-/Modulreisen (11%) – i.d.R. als Veranstalterreise.

Reiseverkehrsmittel

Ebenso wie die Reiseorganisationsform ist auch die Wahl des Reiseverkehrsmittels erheblich vom Reiseziel abhängig: Im Vergleich zu allen Reisenden 2019¹⁹ dominiert bei **Entwicklungsländer-Reisenden** das Flugzeug mit 95%. Nur bei **Türkei-Reisenden mit Migrationshintergrund** **Türkei** spielen andere Verkehrsmittel (13%) noch eine gewisse Rolle, darunter vor allem der Pkw.

Urlaubsunterkunft

Die Wahl der Urlaubsunterkunft ist u.a. abhängig von der Reiseorganisationsform sowie von der Struktur des Unterkunftsangebots in den Zielgebieten. Bei Pauschalreisen dominiert erfahrungsgemäß eher das Hotel, bei Individualreisen kommen andere Unterkunftsarten stärker zum Zuge.

Im Vergleich zu allen Reisenden 2019 ist bei **Entwicklungsländer-Reisenden** das Hotel mit 77% die deutlich häufiger genutzte Unterkunftsform, bei **Türkei-Reisenden ohne Migrationshintergrund** **Türkei** sowie **Nordafrika-Reisenden** sind es nochmal mehr (95% bzw. 89%). Von **Türkei-Reisenden mit Migrationshintergrund** **Türkei** wurde das Hotel extrem unterdurchschnittlich genutzt (27%) – dafür dominiert die Unterkunft bei Verwandten/Bekannten (59%).

¹⁹ Von ihnen sind 33% mit dem Pkw ins europäische Ausland gereist.

Tab. 9: Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Ausgewählte Merkmale der Haupturlaubsreise

	Reisende gesamt	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019			
			Türkei mit türk. Migrations- hintergrund	Türkei ohne türk. Migrations- hintergrund	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	55,2	9,2*	1,3	2,8	1,7	3,6
	%	%	%	%	%	%
Reiseorganisationsform (Mehrfachnennungen)						
Pauschalreise	45	71	17	92	90	66
Ticket/Fahrschein einzeln	14	20	64	3	8	22
Unterkunft einzeln	33	9	11	3	4	16
Baustein-/Modulreise	4	6	5	3	2	11
Andere Bestandteile einzeln	8	4	5	2	2	5
nichts vorher gebucht	10	3	14	1	0	1
Reiseverkehrsmittel						
Flugzeug	47	95	87	100	98	94
Schiff	2	2	0	0	1	4
Andere Verkehrsmittel	51	3	13	0	1	2
Unterkunft						
Hotel, Gasthof	51	77	27	95	89	75
Verwandte/Bekannte	11	13	59	3	3	8
Kreuzfahrtschiff	3	4	0	0	3	8
Ferienwohnung, Ferienhaus	23	4	14	1	3	4
Pension, Privatzimmer	5	2	0	1	2	3
Sonstiges	1	0	0	0	0	1
Reisearten (Mehrfachnennungen)						
Badeurlaub/Strandurlaub	50	72	48	88	86	60
Erholungsreise/ Entspannungsurlaub	59	61	54	70	75	51
Erlebnisreise/ Entdeckungsreise	23	34	10	15	29	59
Familienurlaub	34	32	49	35	34	22
Natururlaub	27	18	10	11	11	31
Besuchsreise zu Verwandten/Freunden/ Bekannten	15	17	78	4	4	12
Kulturreise	8	11	3	2	13	19
Sightseeingurlaub	9	11	1	3	8	21
Rundreise	8	11	11	0	5	21
Aktivurlaub	11	9	1	4	9	15
Partyurlaub	6	5	5	6	3	4
Studienreise	2	2	0	2	2	2
Gesundheitsurlaub	4	2	1	2	1	2
Sonstiges	6	6	4	4	7	7
Mitreisende Kinder						
Kinder unter 6 Jahre	9	8	16	8	14	2
Kinder 6-13 Jahre	15	13	28	16	16	4
Kinder bis 13 Jahre (netto)	19	17	36	21	23	4
Reisezeitpunkt						
Frühjahr (März, April, Mai)	16	19	11	14	19	25
Sommer (Juni, Juli, August)	56	40	76	47	40	23
Herbst (September, Oktober, November)	23	31	13	37	33	32
Winter (Januar, Februar, Dezember)	5	10	0	2	8	20
durchschnittliche Reisedauer in Tagen	13,3	16,2	21	13	12,8	18,6
durchschnittliche Reiseausgaben p. Person in €	1098	1586	905	1053	1187	2429

* siehe Vorbemerkung zu Kapitel 1.3-1.7 auf S. 61

Die Summe der Mio.-Werte ergibt rundungsbedingt nicht den Gesamtwert.

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt
 ● Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher
 ● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.



Urlaubsreisearten

In Bezug auf die Art der Haupturlaubsreise 2019 zeigen sich z.T. extreme Unterschiede: Im Vergleich zu allen Reisenden ist der Anteil von Badeurlaub/Strandurlaub unter **Entwicklungsländer-Reisenden** mit 72% signifikant höher. Überdurchschnittlich ist auch der Anteil von Erlebnis-/Entdeckungsreisen (34%).

Im Vergleich zu allen Entwicklungsländer-Reisenden dominiert bei **Türkei-Reisenden mit Migrationshintergrund Türkei** die Besuchsreise zu Verwandten/Freunden/Bekannten mit 78%. Mit deutlichem Abstand folgen u.a. Erholungsreise/Entspannungsurlaub (54%), Badeurlaub/Strandurlaub (48%). Weitere Urlaubsarten haben nur marginale Bedeutung.

Türkei-Reisende ohne Migrationshintergrund Türkei sowie **Nordafrika-Reisende** zeigen Übereinstimmung u.a. beim hohen Anteil von Badeurlaub/Strandurlaub (88% bzw. 86%) sowie bei unterdurchschnittlichen Anteilen von Erlebnis-/Entdeckungsreisen und Natururlaub.

Von ihnen unterscheiden sich **Fernziel-Reisende** vor allem durch deutlich geringere und unterdurchschnittliche Anteile von Badeurlaub/Strandurlaub und Erholungsreise/Entspannungsurlaub sowie durch den insgesamt höchsten Anteil von Erlebnis-/Entdeckungsreisen (59%). Sie bezeichnen ihre Urlaubsreise deutlich häufiger als Natururlaub (31%), Kulturreise (19%), Sightseeingurlaub (21%), Rundreise (21%) und Aktivurlaub (15%).

Mitreisende Kinder

Türkei-Reisende mit Migrationshintergrund Türkei waren im Urlaub am häufigsten mit Kindern unterwegs (36%) – Fernziel-Reisende kaum (4%).

Reisezeitpunkt

Bei **Türkei-Reisenden mit Migrationshintergrund Türkei** ergibt sich die stärkste Konzentration auf den Sommer (76%), **Türkei-Reisende ohne Migrationshintergrund Türkei** reisen überdurchschnittlich im Sommer und Herbst (insgesamt 84%), **Fernziel-Reisende** im Winter und Frühjahr (insgesamt 45%).

Reisedauer

Im Durchschnitt waren **Entwicklungsländer-Reisende** 16,2 Tage unterwegs, **Türkei-Reisende mit Migrationshintergrund Türkei** mit 21 Tagen deutlich länger und überdurchschnittlich.

Reiseausgaben

Im Vergleich mit allen Reisenden 2019 bei denen die durchschnittlichen Reiseausgaben pro Person für Fahrt, Unterkunft, Verpflegung und Nebenkosten 1.098 Euro ausmachen, gaben **Entwicklungsländer-Reisende** mit 1.586 Euro deutlich mehr aus.

Im Vergleich zu allen Entwicklungsländer-Reisenden hatten **Türkei-Reisende mit und ohne Migrationshintergrund Türkei** sowie **Nordafrika-Reisende** unterdurchschnittliche Reiseausgaben (zwischen 905 und 1.187 Euro) – mehr als doppelt so hohe ergaben sich bei **Fernziel-Reisenden** (2.429 Euro).

Erstbesucher

Man kann nach wie vor davon ausgehen, dass beachtliche Teile der aus Deutschland kommenden Entwicklungsländer-Reisenden ihr Reisezielland während der Haupturlaubsreise zum ersten Mal besuchen. Auf Basis ausreichender Fallzahlen sind hier nur Werte für **Türkei-Reisende** und **Ägypten-Reisende** zu ermitteln. Selbst bei einer vergleichsweise näher gelegenen nordafrikanischen Destination wie Ägypten beträgt der Erstbesucher-Anteil 2019 noch 53%. In Fernzieldestinationen dürfte er deutlich höher sein.

Eine Ausnahme bilden **Türkei-Reisende ohne Migrationshintergrund Türkei** mit einem Erstbesucher-Anteil von 35%.

1.6 Marktpotenziale für Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer

Im Januar 2020 – am Vorabend der Corona-Pandemie – umfasst im deutschen Urlaubsreisemarkt das **Interessenten-Potenzial für Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer** für den Zeitraum 2020-2022 insgesamt **33,7 Mio. Personen**. Das sind 2,4 Mio. mehr als im Vorjahr (siehe Tabelle 10).

Im Vergleich zum Januar 2015 ist das Interesse von Personen ab 14 Jahre, die „ziemlich sicher planen“ oder sich „generell vorstellen können“, innerhalb der nächsten drei Jahre Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens zu unternehmen²⁰, ziemlich stabil geblieben (+1%). Geringere Gesamt-Volumina zwischen 2016 und 2019 waren wesentlich durch den 2016 einsetzenden 40%igen Einbruch der Türkei-Potenziale²¹ verursacht (-8,9 Mio. inkl. 2017), der auch im Januar 2020 noch nicht vollständig ausgeglichen war (-10%). Potenzial-Rückgänge für andere Destinationen (Ägypten, Marokko, Entwicklungsländer-Fernziele) blieben überwiegend auf die Jahre 2016/2017 beschränkt – sie hatten bereits 2019 wieder das Niveau von 2015 erreicht oder überschritten. Bei den Potenzialen für Tunesien und die VAE ist dies erst 2020 wieder der Fall.

Mit Ausnahme des Türkei-Potenzials erzielen im Januar 2020 alle weiteren untersuchten Potenzialgruppen historische Höchstwerte und im Vergleich zu 2015 beachtliche Zuwächse. Das **Dreijahres-Potenzial für Entwicklungsländer-Fernziele** hat sich im Vergleich zu 2015 um 11% (1,8 Mio.) erhöht und umfasst im Januar 2020 **18,4 Mio. Personen**.

Tab. 10: Entwicklung der Urlaubsreise-Potenziale für Entwicklungs- und Schwellenländer im deutschen Urlaubsreisemarkt (Bevölkerung ab 14 Jahre, Mehrfachnennungen)

	Bevölkerung	Bevölkerung	Bevölkerung	Bevölkerung	Bevölkerung	Bevölkerung	Veränderung 2015/2020
Mio.	70,5	69,2 *	69,6	70,1	70,5	70,6	
(Mehrfachnennungen)	Potenzial 2015-2017	Potenzial 2016-2018	Potenzial 2017-2019	Potenzial 2018-2020	Potenzial 2019-2021	Potenzial 2020-2022	
	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	in %
Potenziale							
Entw.länder gesamt	33,3	29,1	27,1	28,6	31,3	33,7	1
Türkei	22,1	17,8	13,2	13,3	16,4	19,8	-10
Nordafrika	11,5	8,4	8,8	10,1	12,0	15,7	37
Ägypten	8,2	6,3	6,6	7,6	9,5	12,5	52
Tunesien	6,0	4,3	3,7	4,3	5,7	7,1	18
Marokko	4,9	3,8	3,3	4,8	5,0	6,3	29
Russland	3,4	3,6	3,4	3,0	3,7	4,2	24
Vereinigte Arabische Emirate (VAE)	7,8	6,5	7,1	6,8	7,5	8,8	13
Entw.länder-Fernziele	16,6	15,3	15,8	16,2	17,3	18,4	11
Ferne Industrieländer	15,0	14,1	14,1	13,3	15,1	15,5	3

* Durch Eingang der aufbereiteten Ergebnisse des Zensus 2011 in die Reiseanalyse hat sich das Volumen der Grundgesamtheit verändert.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: 2015-2020: Reiseanalysen der F.U.R.

20 Die Fragenformulierung zur Urlaubsplanung der nächsten drei Jahre wurde ab der Reiseanalyse 2005 leicht verändert. Sie lautete bis dahin: „Können Sie sich vorstellen, dass Sie innerhalb der nächsten 3 Jahre „ziemlich sicher“ oder „wahrscheinlich“ eine Urlaubsreise in eines dieser Länder machen werden? Und welche davon kämen für Sie „auf keinen Fall in Frage?“ Seit 2005 lautet die Frage: „Planen Sie innerhalb der nächsten 3 Jahre (also ...) ziemlich sicher eine Urlaubsreise in eines oder mehrere dieser Länder und Regionen? Und welche von diesen Ländern und Regionen kommen für Sie in den nächsten drei Jahren als Urlaubsziel generell in Frage?“ Deshalb liegen die Potenzial-Volumina ab 2005 auf einem höheren Niveau (siehe Grafik 8 und 9).

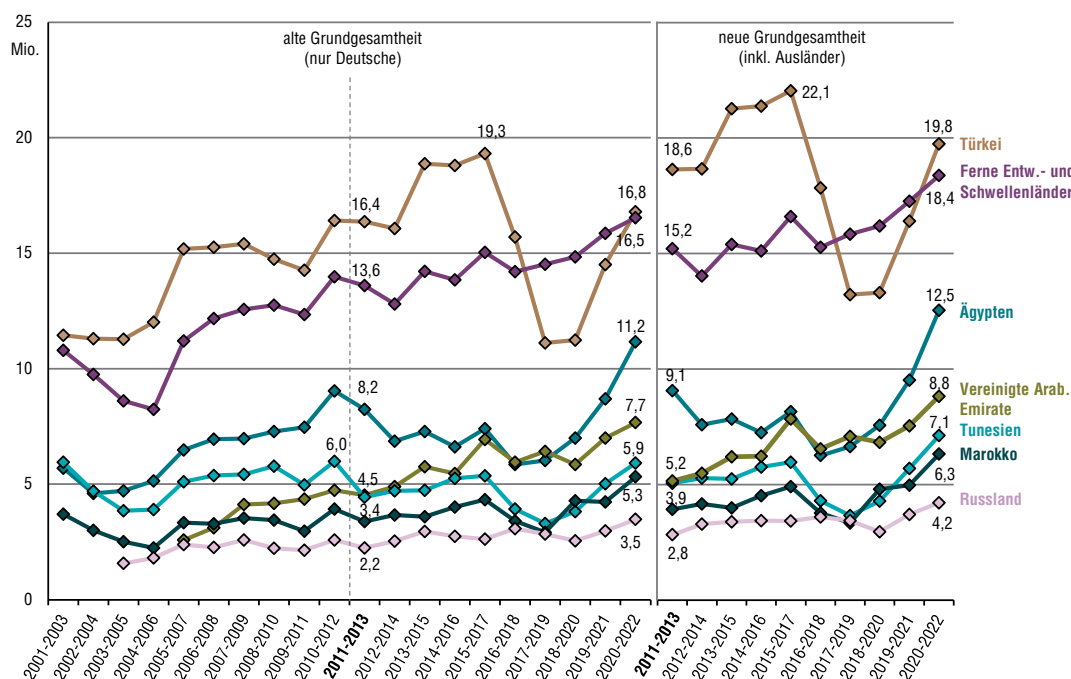
21 Zu den Ursachen, siehe Seite 58.



Grafik 8 zeigt in ihrem linken Teil im Rückblick ferner temporäre „Dellen“, die sich bei Destinations-Potenzialen der alten Grundgesamtheit zwischen 2001 und 2016/2017 ergeben hatten:

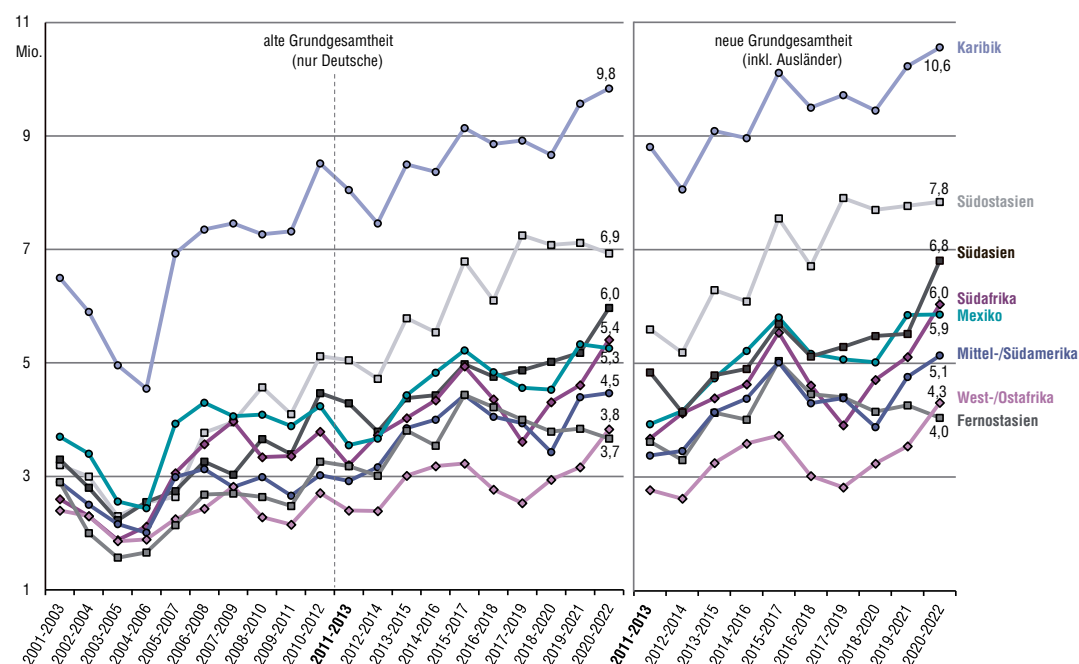
- Die in Folge der Anschläge des 11. September 2001 und weiterer terror- bzw. Golfkrieg-bedingter Verunsicherungen ab 2002 einsetzenden Rückgänge der Fernziel- und einiger Nordafrika-Potenziale hielten bis 2004 an.
- Die u.a. aus der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009 bzw. dem Arabischen Frühling 2011 resultierenden Rückgänge im Türkei-Potenzial sowie im Fernziel-Potenzial hielten bis 2012 an – bei Nordafrika-Destinationen bis 2016/2017.

Gr. 8: Urlaubsreise-Potenziale für Entwicklungs- und Schwellenländer 2001-2022 im deutschen Urlaubsreisemarkt (Bevölkerung ab 14 Jahre, Mehrfachnennungen)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: 2001-2020 Reiseanalysen der F.U.R.

Gr. 9: Urlaubsreise-Potenziale für Entwicklungsländer-Fernziele 2001-2022 im deutschen Urlaubsreisemarkt (Bevölkerung ab 14 Jahre, Mehrfachnennungen)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: 2003-2020 Reiseanalysen der F.U.R.

Eine differenzierte Betrachtung der Potenziale einzelner Fernzielregionen (siehe Grafik 9) zeigt unter anderem, dass im deutschen Urlaubsreisemarkt nach wie vor die Karibik mit deutlichem Abstand am häufigsten als potenzielles Reiseziel genannt wird (im Januar 2020 sind das auf Basis der „neuen Grundgesamtheit“ 10,6 Mio.) – gefolgt von Südostasien (7,8 Mio.) und Südasiens (6,8 Mio.). Das vergleichsweise geringste Volumen zeigt das Fernostasiens-Potenzial mit 4,0 Mio., welches sich seit 2016 tendenziell verringert hat.

Tabelle 11 macht in ihrem oberen Teil deutlich, dass in den einzelnen Destinations- und Regional-Potenzialen weitere Optionen für die Zielgebietswahl im Zeitraum 2020-2022 bestehen (Multioptionalität²²). Das Türkei-Potenzial 2020-2022²³ ist dabei am wenigsten ansprechbar für das Urlaubsmachen auch in anderen Destinationen/Regionen des Globalen Südens. Für keine besteht hier ein mehrheitliches Interesse – jedoch für ausgewählte europäische Konkurrenzländer wie Spanien (75%), Italien (56%) und Griechenland (55%) – und ebenso für Deutschland (65%).

Bei den weiteren Potenzialgruppen zeigen sich dagegen mehrheitliche Interessen, auch andere Länder/Regionen des Globalen Südens zu bereisen – aber auch hier spielen europäische touristische Konkurrenzländer eine beachtliche Rolle. Das Interesse an Spanien und Italien ist zum Beispiel durchgängig größer als das für andere Länder/Regionen des Globalen Südens. Dies gilt auch für das Interesse an Deutschland.

Tabelle 11 gibt in ihrer unteren Hälfte Auskunft über die bereits vorhandene aktuelle Urlaubsreise-Erfahrung der Einzel-Potenziale mit der jeweiligen Destination/Region (Wiederholer/„Freunde der Destination“). Hier zeigt sich beim Türkei-Potenzial eine weitere Besonderheit: Bereits 33% (Höchstwert) verfügen über aktuelle Türkei-Erfahrung im Zeitraum 2017-2019.²⁴ Deutlich geringer fällt die aktuelle Destinations-Erfahrung in den anderen Potenzialen aus: 21% des Nordafrika-Potenzials 2020-2022 hatten im Zeitraum 2017-2019 bereits in dieser Region Urlaub gemacht. In den Einzel-Potenzialen für ferne Entwicklungs- und Schwellenländer liegt die aktuelle Erfahrung mit der jeweiligen Region zwischen 22% (Asien) und jeweils 12% bei Afrika südl. der Sahara, Lateinamerika und Karibik.

Insgesamt hatten 27% des Fernziel-Potenzials (Netto) bereits zuvor (im Zeitraum 2017-2019) Urlaub in einem fernen Entwicklungs- oder Schwellenland gemacht.

In Tabelle 11 unten wird deutlich, dass die bereits vorhandene aktuelle Urlaubsreise-Erfahrung der einzelnen Potenziale mit der jeweiligen Destination/Region deutlich geringer ist als mit einigen europäischen Konkurrenzländern: So verfügen beispielsweise 33% des Türkei-Potenzials über aktuelle Reiseerfahrungen in der Türkei, 39% haben jedoch in den vergangenen drei Jahren Spanien besucht, 42% haben Urlaub in Deutschland gemacht. 21% des Nordafrika-Potenzials verfügen bereits über aktuelle Urlaubsreiseerfahrung in dieser Region, aber 39% haben 2017-2019 Spanien besucht, ebenfalls 39% haben Urlaubsreisen in Deutschland unternommen.

22 Potenzielle Urlauberinnen und Urlauber haben erfahrungsgemäß mehrere Urlaubsdestinationen im Kopf, die sie in naher Zukunft bereisen möchten. Im Laufe der Jahre ist die Zahl der Reiseländer, die im Einzelfall für einen Urlaub in Frage kommen, gestiegen. Verliert eine bestimmte Destination ihre Attraktivität (z.B. wegen interner gewalttätiger Auseinandersetzungen oder Verschlechterung des Preis-Leistungsverhältnisses), besteht für den Urlauber eine breite Auswahl akzeptabler Alternativen (Multioptionalität). Die Reiseanalyse ermittelt aktuell das Urlaubsinteresse für eine Zahl von 59 Ländern/Regionen. Befragte, für die mehrere unterschiedliche Reiseziele bzw. Urlaubsformen in Frage kommen, sind „multioptional“.

23 Auf eine Aufspaltung des Türkei-Potenzials (wie bei der Haupturlaubsreise 2019 siehe Tabellen in den Kapiteln 1.3-1.5) wurde aus Platzgründen verzichtet. Eine interne Herausrechnung jener 9% mit Migrationshintergrund Türkei ergab, dass sich dadurch die in Tabelle 11 dargestellten Ergebnisse des Türkei-Potenzials im Durchschnitt nur um 1,5 PP verändern.

24 Nach Herausrechnung der Personen mit Migrationshintergrund Türkei reduziert sich der Anteil von Türkei-Erfahrenen im Türkei-Potenzial von 33% auf 28% – bleibt jedoch der Höchstwert.



Tab. 11: Urlaubsreise-Potenziale für Entwicklungs- und Schwellenländer 2020-2022 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Multioptionalität für Destinationen – aktuelle Destinations-Erfahrung

(Mehrfachnennungen)	Bevölkerung	Potenziale 2020-2022 für...									
		Entw.länder gesamt*	Türkei	Nordafrika	Russland	Vereinigte Arab. Emirate	Entw.länder- Fernziele*	Afrika südl. d. Sahara	Asien	Lateinamerika ohne Karibik	Karibik
Mio.	70,6	33,7	19,8	15,7	4,2	8,8	18,4	7,1	10,8	7,8	10,6
Potenziale 2020-2022 für...	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Türkei	28	59	100	60	50	58	45	49	46	52	52
Nordafrika	22	47	48	100	62	59	50	58	54	58	58
Russland	6	13	11	17	100	19	15	26	19	21	19
Vereinigte Arabische Emirate	13	26	26	33	39	100	38	51	43	53	48
Entw.länder-Fernziele gesamt	26	55	42	59	63	79	100	100	100	100	100
Afrika südl. d. Sahara	10	21	18	26	43	41	39	100	41	50	41
Asien	15	32	26	38	50	52	59	63	100	64	56
Lateinamerika ohne Karibik	11	23	21	29	39	47	43	55	46	100	50
Karibik	15	31	28	39	47	58	57	61	55	67	100
Europ. Konkurrenzländer (Auswahl)											
Spanien	47	68	75	77	74	81	74	78	74	82	83
Italien	37	52	56	61	66	67	60	69	62	71	68
Griechenland	29	48	55	57	61	61	53	61	57	65	62
Frankreich	25	39	41	49	67	56	49	63	54	60	58
Kroatien	24	35	38	43	54	45	40	52	46	52	48
Portugal	17	29	31	36	47	45	39	54	45	57	48
Deutschland	62	61	65	64	79	65	62	68	64	69	65
Erfahrung 2017-2019 mit...											
Entw.länder gesamt	24	44	45	47	37	49	46	45	50	48	45
Türkei	12	22	33	21	10	18	13	9	13	12	14
Nordafrika	6	11	10	21	8	13	12	13	11	12	13
Russland	1	2	1	1	14	1	1	1	1	1	1
Vereinigte Arabische Emirate	2	4	3	4	4	11	5	7	7	6	6
Entw.länder-Fernziele gesamt	8	16	7	14	13	20	27	28	33	30	24
Afrika südl. d. Sahara	2	3	1	3	5	5	6	12	6	7	5
Asien	4	8	4	7	6	10	14	12	22	13	11
Lateinamerika ohne Karibik	2	4	2	3	3	5	6	7	6	12	6
Karibik	3	5	2	5	4	7	8	8	9	8	12
Europ. Konkurrenzländer (Auswahl)											
Spanien	27	36	39	39	31	42	39	38	39	44	42
Italien	17	18	16	19	16	21	20	20	19	22	20
Griechenland	9	11	11	14	10	12	12	11	12	11	12
Frankreich	10	13	11	17	18	15	16	17	16	14	17
Kroatien	7	9	8	9	8	7	10	8	11	10	10
Portugal	4	6	4	7	6	7	8	10	7	9	9
Deutschland	49	42	42	39	44	35	38	39	38	41	35

51-59% 60-69% 70-79% 80-89% Andere Farben: Wiederholer-Anteile

* Die Prozentwerte der Potenzialgruppen „Entw.länder gesamt“ sowie „Entw.länder-Fernziele“ stellen keinen prozentualen Mittelwert aus den jeweiligen Teilgruppen dar. Man interessiert sich für eine bestimmte Region, aber darüber hinaus zum Teil auch noch für andere Regionen – und dies in ganz unterschiedlicher Ausprägung. Daraus ergeben sich entsprechend starke oder geringe Überschneidungen.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Realisierung der Potenziale für Entwicklungs- und Schwellenländer

Grundsätzlich kann die Realisierung von ermittelten Destinations-Potenzialen für einen Dreijahreszeitraum durch zahlreiche Faktoren **beeinträchtigt** werden, die sich im anstehenden Realisierungszeitraum ergeben können und gegebenenfalls eine mediale Aufmerksamkeit finden. Dazu zählen u.a.:

- eine **Verschlechterung des touristischen Image** einer Destination bzgl. Angebotsfaktoren wie Preis-Leistungs-verhältnis, Gastfreundlichkeit der Bevölkerung, Unterkunfts- und Servicequalität, intakte Natur/Umwelt etc.
- eine **Verschlechterung des gesellschaftspolitischen Image** einer Destination in Bezug auf eine akzeptable politische und gesellschaftl. Situation (Gewährleistung von Meinungs- und Pressefreiheit, Menschenrechten etc.)
- eine **Beeinträchtigung der persönlichen Sicherheit** im Urlaubsland – bedingt durch politische Umbrüche, gewalttätige Auseinandersetzungen im Zielgebiet, terroristische Anschläge auf Urlauber etc.
- **Naturkatastrophen** im Zielgebiet (Vulkanausbruch, Erdbeben, Seebeben, Tsunami etc.)
- **Krankheiten, Seuchen** im Zielgebiet (EBOLA, SARS/COVID etc.), ggf. auch in der Quelldestination
- **Attraktivität von Konkurrenzdestinationen** mit ähnlichem touristischen Angebot
- eine **skeptische Einschätzung der allgemeinen und persönlichen wirtschaftlichen Situation** seitens der Urlauberinnen und Urlauber

Zu den **stabilisierenden Faktoren** von Destinations-Potenzialen zählen u.a.:

- ein **geringes Interesse für andere/alternative Urlaubsdestinationen** (siehe Tabelle 11)
- eine **bereits vorhandene Urlaubsreiseerfahrung in anderen Entwicklungs- und Schwellenländern** bzw. im fremdsprachigen Ausland (siehe Tabelle 11)
- ein **hoher Anteil von Wiederholern im Potenzial** (Anteil von Personen, die das Land/die Region bereits bereist haben und erneut besuchen wollen – „Freunde der Destination“) (siehe Tabelle 11). Generell wird man davon ausgehen können, dass Personen, die sich dafür interessieren, eine Destination innerhalb der nächsten drei Jahre zu bereisen, dies mit einer größeren Wahrscheinlichkeit auch tatsächlich realisieren, wenn sie bereits über eine persönliche (aktuelle und positive) Reiseerfahrung mit ihr verfügen.
- ein **hoher Anteil des „harten Potenzials“** im Gesamtpotenzial – d.h. ein hoher Grad der Sicherheit, mit der man beabsichtigt, eine Destination innerhalb der nächsten drei Jahre zu bereisen („plane ziemlich sicher“). Man wird ferner davon ausgehen können, dass das „harte Potenzial“ auch deshalb zu einem größeren Teil seine Reiseabsichten realisiert, da es im Gegensatz zum „weichen Potenzial“ in deutlich höherem Maße aus Wiederholern/„Freunden der Destination“ besteht (siehe Beispiele in Grafik 10).
- ein **hoher Anteil von Wiederholern/„Freunden der Destination“ im „weichen Potenzial“** (siehe Beispiele in Grafik 10)
- bestimmte **soziodemografische Merkmale** und sich daraus ergebende Möglichkeiten, die das Urlaubsmachen-Können in Ländern des Globalen Südens erleichtern. Dazu zählt nicht zuletzt ein ausreichendes Haushaltsnettoeinkommen zur Urlaubsreise-Finanzierung. Im Prinzip ist mit steigendem Haushaltsnettoeinkommen eine höhere Realisierung der Destinationswünsche verbunden (siehe Grafik 11).²⁵

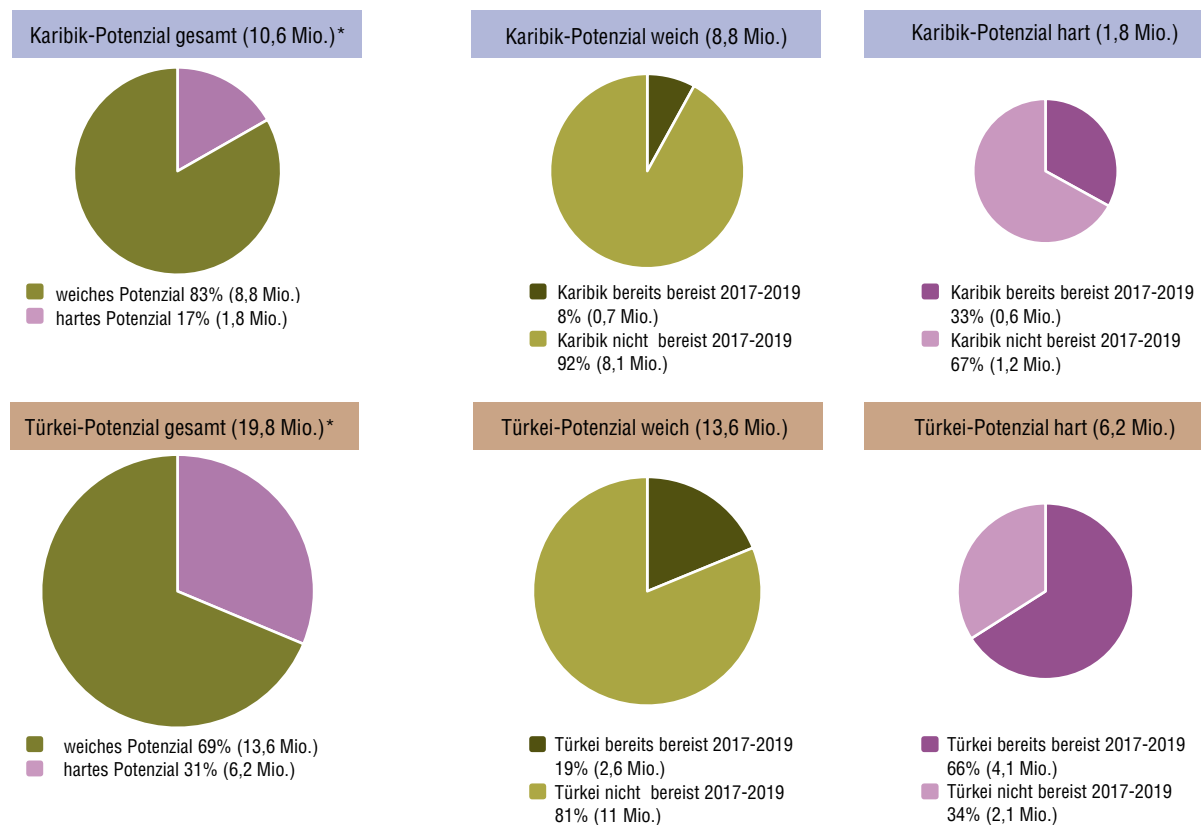
Untersucht man vor dem Hintergrund der Potenzial-Ermittlung zu einem späteren Zeitpunkt rückblickend die Zahl jener Personen, die in einem Dreijahreszeitraum tatsächlich in einer Destination/Region zu Urlaubszwecken gewesen sind, lässt sich daraus eine statistische Realisierung der Marktpotenziale errechnen. Diese kann in Form einer Realisierungsquote einen gewissen Anhaltspunkt geben für das Ausmaß, mit dem die Absichtsbekundungen, eine bestimmte Destination zu bereisen, in Folge realisiert werden könnten.

Grafik 12 zeigt, dass der Grad der Realisierung von Marktpotenzialen für Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer nicht nur unterschiedlich hoch ausfällt – er hat sich im Zeitraum 2005 bis 2019 in den einzelnen Zielgebieten auch unterschiedlich entwickelt.

²⁵ Eine Ferndestination wie z.B. die Karibik (bei der im Jahr im Zeitraum 2017-2019 durchschnittlich 2.341 Euro pro Person an Reiseausgaben anfielen) spricht auch Menschen an, die sich aufgrund ihrer weniger begünstigten wirtschaftlichen und sozialen Umstände den Besuch dieses „Traumziels“ de facto (noch) nicht leisten können – entsprechend geringer fällt in den Haushaltsnettoeinkommensgruppen unter mtl. 4.000 Euro die Umsetzung des Reisezielwunsches Karibik innerhalb der nächsten drei Jahre aus. Die gleichen Einkommensgruppen zeigen dagegen signifikant höhere Realisierungsquoten, wenn es um die Durchführung von Urlaubsreisen in die geografisch näher liegende (und damit schneller/leichter zu erreichende) Türkei geht, bei der im Zeitraum 2017-2019 die durchschnittlichen Reiseausgaben mit 1.024 Euro pro Person deutlich niedriger lagen (siehe Grafik 11).



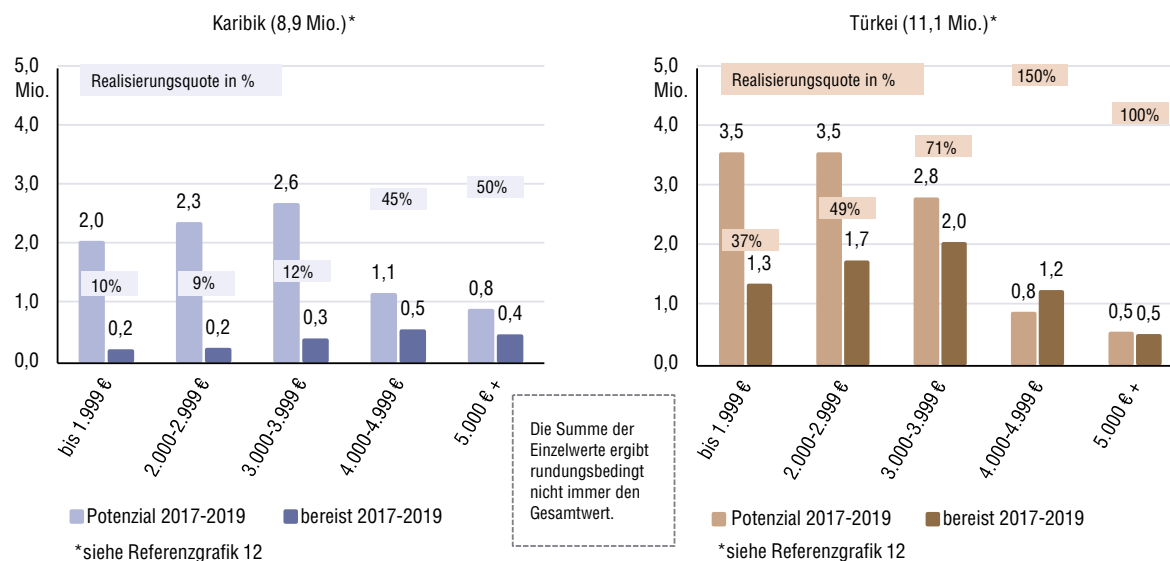
Gr. 10: Urlaubsreise-Potenziale für ausgewählte Entwicklungs- und Schwellenländer 2020-2022 im deutschen Urlaubsreisemarkt Verteilung des „harten“ und „weichen“ Potenzials und Urlaubsreiseerfahrung in der Destination Basis: neue Grundgesamtheit



*siehe Referenztabelle 11

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Gr. 11: Realisierung von Urlaubsreise-Potenzialen für ausgewählte Entwicklungs- und Schwellenländer 2017-2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt Basis: alte Grundgesamtheit Realisierung nach Haushaltsnettoeinkommen



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Hinweis zur Grafik 12: Die Potenzial-Zeiträume 2005-2007 und 2008-2010 waren in nachfolgender Grafik lediglich auf Basis der sogenannten „alten Grundgesamtheit“ (nur Deutsche) darstellbar. Um einen methodisch sauberen Vergleich mit den Ergebnissen der Zeiträume ab 2011 zu ermöglichen, erfolgt die Darstellung der neun Einzelgrafiken durchgehend auf dieser Basis.

Potenzial für Entwicklungsländer-Fernziele: Die statistischen Realisierungsquoten liegen hier zwischen 34% und 39%. Zwischen 2005 und 2019 wurden im Schnitt 35% der Potenziale innerhalb eines Dreijahreszeitraumes realisiert.²⁶

Die Realisierungsquote für das **Türkei-Potenzial**, die für den Zeitraum 2011-2013 noch bei 53% lag, sank im Zeitraum 2014-2016 auf 39%. Hier hatte sich trotz eines im Januar 2014 nochmal stark auf 18,8 Mio. gestiegenen Interesses am Urlaubmachen in der Türkei, dann tatsächlich im Zeitraum zwischen 2014-2016 ein Rückgang der Türkei-Reisenden ergeben – verursacht durch den drastischen Besucher-Einbruch im Jahr 2016 (siehe Grafik 8, Seite 79). Anfang 2017 war das Türkei-Interesse im deutschen Urlaubsreisemarkt dann deutlich geringer (11,1 Mio.). Insgesamt erfolgte im Zeitraum 2017-2019 erneut ein Rückgang der tatsächlichen Besucherzahl. Für die Türkei ergibt sich zwischen 2005 und 2019 eine durchschnittliche Realisierungsquote von 51%. Dies ist im Vergleich zu den anderen hier untersuchten Destinationen des Globalen Südens immer noch ein hoher Wert.

Ägypten- und Tunesien-Potenziale zeigen ebenfalls deutliche Schwankungen der Realisierungsquoten (zwischen 25% und 50% bei Ägypten bzw. 14% und 34% bei Tunesien) – im Durchschnitt sind es 37% bzw. 25%.

Marokko- und Karibik-Potenziale zeigen – trotz großer Unterschiede bei den Volumina – bezüglich ihrer Realisierung eher Kontinuität auf niedrigem Niveau: zwischen 12% und 25% bei Marokko bzw. 15% bis 20% bei der Karibik. Bei beiden wurden im Durchschnitt nur 17% der Potenziale realisiert.

Das **Südostasien-Potenzial** (von je her das zweitgrößte Fernziel-Potenzial nach dem Karibik-Potenzial) zeigt Realisierungsquoten zwischen 48% und 23% mit einem Durchschnittswert von 33%.

Beim **Potenzial für Entwicklungs- und Schwellenländer gesamt** ergeben die errechneten Realisierungsquoten Werte zwischen 51% und 61%. Die durchschnittliche Realisierungsquote beträgt 57%.

Das zum Vergleich dargestellte **Spanien-Potenzial** (Spanien ist die bedeutendste europäische Auslandsreise-Destination für den deutschen Urlaubsreisemarkt) zeigt bezüglich seiner Realisierungsquoten hohe Kontinuität auf sehr hohem Niveau: Schwankungen zwischen 67% und 62% – mit einem Durchschnittswert von 64%.

Dass sich das im Januar 2020 vor Beginn der Corona-Pandemie auf Basis der alten Grundgesamtheit (nur Deutsche) ermittelte Gesamtpotenzial für Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens von 29,2 Mio. im Zeitraum 2020-2022 zu 57% realisieren könnte (das wären 16,6 Mio.) ist inzwischen vor dem Hintergrund der spätestens im März 2020 einsetzenden Corona-Pandemie völlig auszuschließen (siehe Kapitel 4, Seite 230 „Perspektiven für den Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer im deutschen Urlaubsreisemarkt“). Eine seriöse Vorab-Einschätzung der Realisierung ist bei Redaktionsschluss der vorliegenden Studie nicht möglich.²⁷ Wie viele Urlauber und Urlauberinnen in den Jahren 2020-2022 tatsächlich Länder des Globalen Südens bereist haben, kann erst im Januar 2023 auf Basis von Interviews der Reiseanalyse ermittelt werden.

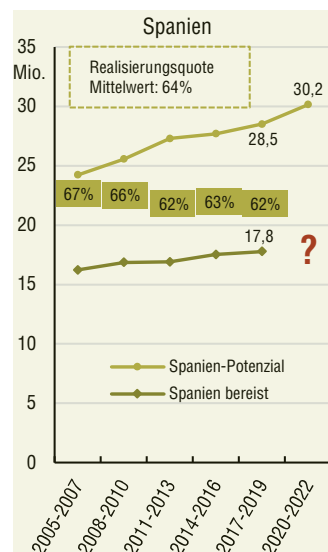
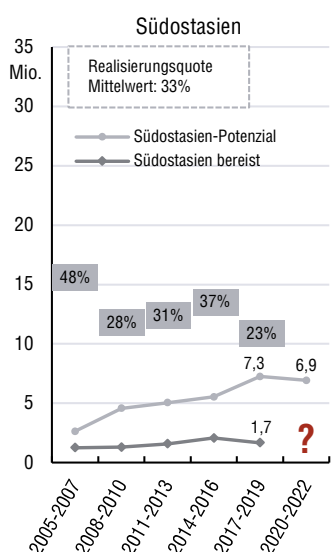
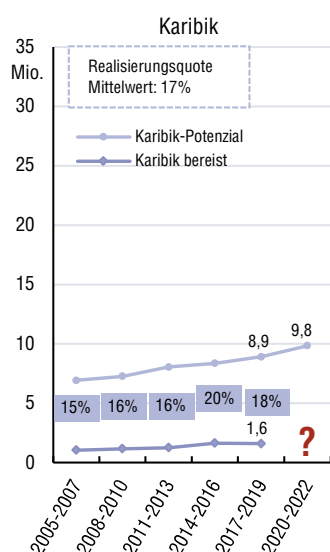
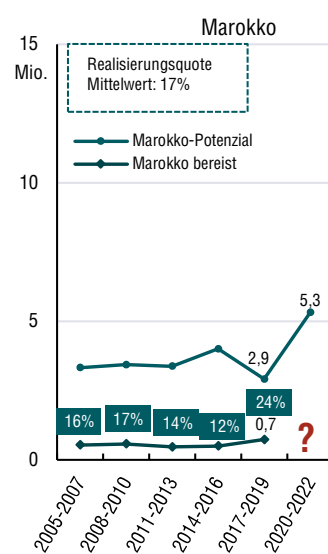
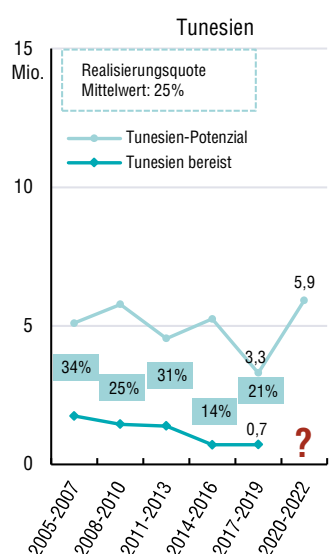
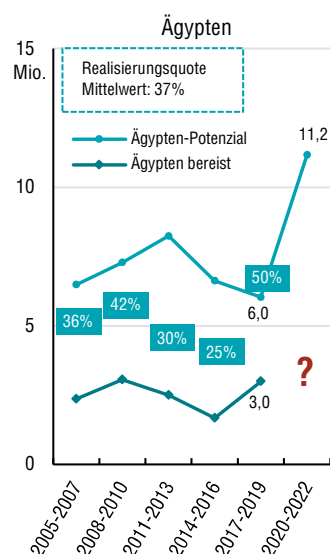
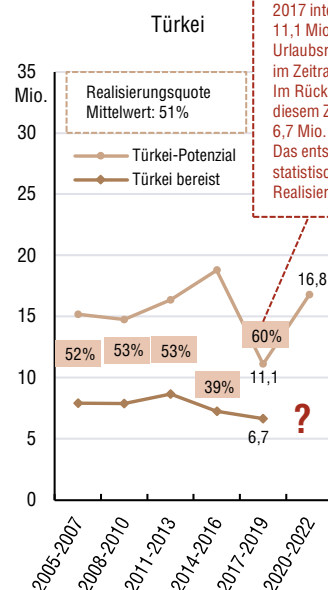
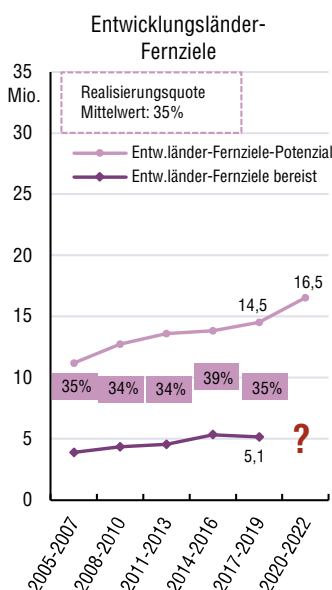
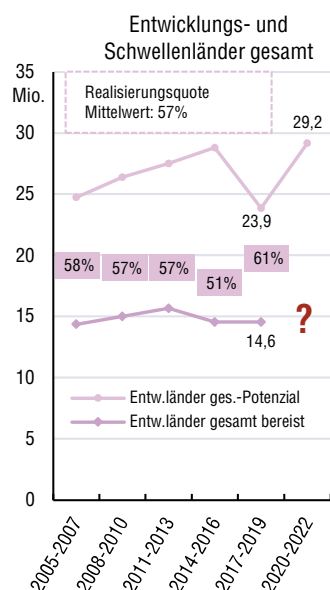
26 Die hier dargestellte Realisierungsquote gilt für ferne Entwicklungs- und Schwellenländer insgesamt. Eine Reise gilt hier auch dann als „realisiert“, wenn ein Interessent für Afrika südlich der Sahara tatsächlich nach Asien gereist ist (da beide Regionen zu Entwicklungsländer-Fernzielen gehören). Eine regionsbezogene interne Berechnung der Realisierungsquote bei Fernzielen ergibt für den Zeitraum 2017-2019 eine Quote von 27% für die Region Afrika südlich der Sahara, 28% für Asien, 21% für Mittel-/Südamerika.

27 In der Vergangenheit vorgenommene Einschätzungen bezüglich der möglichen Realisierung von Potenzial-Volumina (in Orientierung an bisherigen Realisierungsquoten) erwiesen sich im Nachhinein als ziemlich zuverlässig. So ergab z.B. die 2006 errechnete Schätzung für den Zeitraum 2006-2008 eine zu erwartende Größenordnung zwischen 14,4 Mio. und 18,9 Mio. Tatsächlich waren in der Rückschau in diesem Zeitraum 15,4 Mio. Bundesbürger in Länder des Globalen Südens gereist.



Gr. 12: Realisierung von Urlaubsreise-Potenzialen für ausgewählte Entwicklungs- und Schwellenländer 2005-2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt – Spanien im Vergleich

Basis: alte Grundgesamtheit



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2006-2020 F.U.R.

1.7 Urlaubsreise-Gesamterfahrung in Entwicklungs- und Schwellenländern nach bereisten Destinationen/Regionen

Vor knapp 50 Jahren – gut eine Dekade, nachdem die ersten Pauschalurlaubsreisen auf Charterflugbasis nach Nord- oder Schwarzafrika aufgelegt wurden – ermittelte die Reiseanalyse des ehemaligen Starnberger Studienkreis für Tourismus e.V., dass im Jahr 1974 ca. 400.000 Westdeutsche ab 14 Jahre ihre Haupturlaubsreise in ein außer-europäisches Entwicklungsland unternommen hatten. Seitdem hat sich die jährliche Zahl der Entwicklungsländer-Reisenden im deutschen Quellmarkt mehr als verzwanzigfacht: 2019 (im Jahr vor der Corona-Pandemie) waren es 9,9 Mio. (siehe Grafik 5, Seite 60).

1978 verfügten bereits 2,7 Mio. oder 6% der westdeutschen Bevölkerung über Urlaubsreiseerfahrung in Entwicklungsländern – 1999 waren es 17 Mio. oder 27% der gesamtdeutschen Bevölkerung. In einer vorsichtigen Schätzung ging man im Frühjahr 2013 davon aus, dass mehr als ein Drittel der Bundesbürger schon mal Urlaub in einem Land des Globalen Südens gemacht hatten.²⁸

Im Januar 2019 hat der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. mit einer Exklusivfrage im Rahmen der Reiseanalyse 2019 (auf Basis von 7.733 face-to-face Interviews) die aktuelle Entwicklungsländer-Reiseerfahrung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ermittelt. Den Befragten wurde eine Liste mit sieben Einzeldestinationen und elf Regionen des Globalen Südens vorgelegt, in der sie angeben konnten, in welchen sie schon mal Urlaub gemacht hatten und in welchen sie in den letzten drei Jahren gewesen sind. Eine ausschließlich auf Einzeldestinationen basierende Ermittlung der Entwicklungsländer-Reiseerfahrung war in den face-to-face-Interviews aus kosten- und befragungstechnischen Gründen nicht vertretbar. Sie hätte eine Liste mit ca. 150 Ländern des Globalen Südens erfordert.

Wie Grafik 13 zeigt, verfügten Anfang 2019 bereits 36,5 Mio. Personen über Urlaubsreiseerfahrung in Entwicklungs- oder Schwellenländern – das sind 52% der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre. 24% (16,6 Mio.) hatten solche Reisen innerhalb der letzten drei Jahre (2018, 2017, 2016) unternommen, weitere 28% (19,9 Mio.) zu einem früheren Zeitpunkt. 48% (34,0 Mio.) waren nach eigenen Angaben in ihrem Urlaub noch nie in einem Land des Globalen Südens.

Die meisten Entwicklungsländer-Erfahrenen hatten bis dahin das Schwellenland Türkei bereist (22,7 Mio.), 10,0 Mio. waren bereits in Ägypten, 7,6 Mio. in Tunesien und 4,1 Mio. in Marokko. Das Schwellenland Russland hatten 4,3 Mio. besucht; 2,4 Mio. waren schon in Mexiko und 1,4 Mio. in der Volksrepublik China.

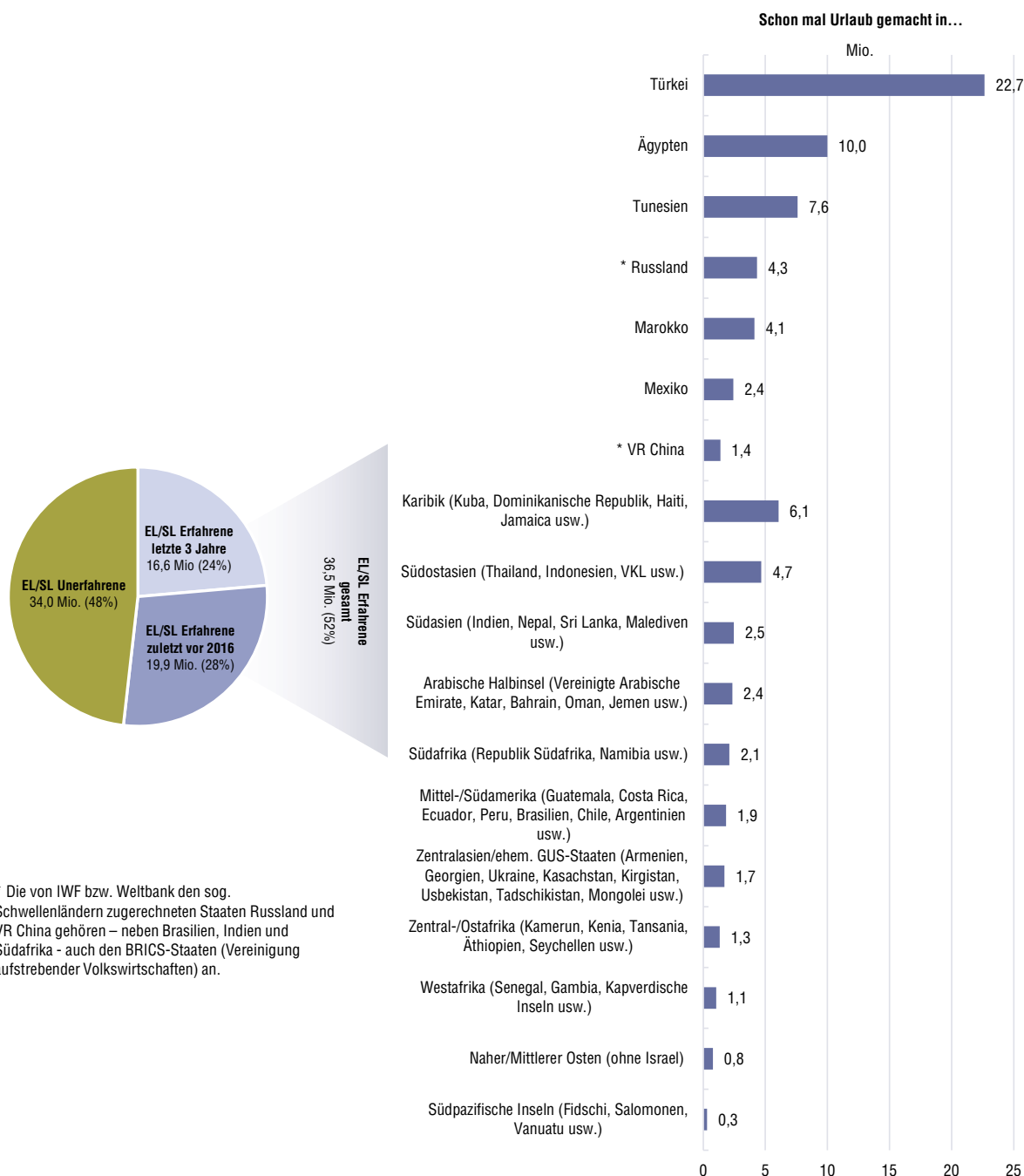
In Bezug auf die Urlaubsreiseerfahrung in diversen Regionen des Globalen Südens dominieren Besucher der Karibik mit 6,1 Mio. und Südostasiens mit 4,7 Mio. Die ca. 16.000 Kilometer entfernten Südpazifischen Inseln hatten 0,3 Mio. Urlauberinnen und Urlauber aus Deutschland besucht.

28 Vgl. Aderhold, P. / A. Kösterke / D. von Laßberg / B. Steck / A. Vielhaber (2013): a.a.O.



Gr. 13: Bisherige Urlaubsreiseerfahrungen in Entwicklungs- und Schwellenländern im Januar 2019 Deutschsprachige Wohnbevölkerung (70,5 Mio.)

Sagen Sie mir bitte anhand dieser Liste, in welchen dieser Länder oder Regionen Sie überhaupt schon einmal Urlaub gemacht haben
Und in welchen dieser Länder und Regionen sind Sie in den letzten 3 Jahren (also 2016, 2017, 2018) gewesen?



* Die von IWF bzw. Weltbank den sog. Schwellenländern zugerechneten Staaten Russland und VR China gehören – neben Brasilien, Indien und Südafrika – auch den BRICS-Staaten (Vereinigung aufstrebender Volkswirtschaften) an.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Tabelle 12 macht deutlich, dass sich Entwicklungsländer-Erfahrene von den Unerfahrenen vor allem unterscheiden durch signifikant höhere Anteile von Personen mit hoher formaler Bildung, hohem Haushaltsnettoeinkommen, oberer Sozialschichten und gehobener Sinus-Milieus. Unter besonders wichtigen generellen Reisemotiven (unabhängig von Reisedestinationen) haben erlebnis- und bildungsorientierte Motive wie „andere Länder erleben, viel von der Welt sehen“ oder „etwas für Kultur und Bildung tun“ bzw. „neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennenlernen“ eine größere Bedeutung – deutlich größer sind auch aktuelle Erfahrungen mit entsprechenden Urlaubsreiseformen wie Erlebnis-/Entdeckungsreise, Rundreise und Kulturreise. Häufiger sind auch aktuelle Erfahrungen mit Badeurlaub/Strandurlaub und All-Inclusive-Urlaub.

Tab. 12: Merkmale der Entwicklungsländer-Erfahrenen und -Unerfahrenen (Januar 2019)

	Bevölkerung	Entw.länder- Unerfahrene	Entw.länder- Erfahrene	Entw.-länder Erfahrene zuletzt vor 2016	Entw.länder- Erfahrene 2016-2018
Mio.	70,5	34,0	36,5	19,9	16,6
	%	%	%	%	%
Alter					
14-29 Jahre	21	24	19	14	24
30-49 Jahre	30	27	33	31	35
50-69 Jahre	32	30	33	34	32
70 Jahre oder älter	17	19	16	21	9
Schulbildung d. Befragten					
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	37	47	27	29	25
Mittlere Reife/weiterf. Schule ohne Abitur	32	30	34	34	34
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	31	23	39	38	41
Haushaltsnettoeinkommen					
bis Euro 1.999	32	41	25	28	20
Euro 2.000 - 2.999	26	25	26	25	26
Euro 3.000 und mehr	42	34	50	46	54
Soziale Schicht					
Stufe 6+7 (untere Schichten)	21	30	13	15	11
Stufe 3-5	54	53	54	55	53
Stufe 1+2 (obere Schichten)	25	16	33	30	36
Sinus Milieus (Zusammenfassung)					
Milieus der unteren Mitte/Unterschicht	35	42	29	31	26
Milieus der Mitte	30	29	32	31	32
Sozial gehobene Milieus	34	28	40	37	42
Allgemeine Urlaubsmotive besond. wichtig (Auswahl, Mehrfachnennungen)					
Etwas für Kultur und Bildung tun	22	18	26	27	26
Ausruhen, Faulenzen	47	49	46	45	48
Kontakt zu Einheimischen	27	26	28	26	30
Andere Länder erleben, viel von der Welt sehen	33	24	41	35	49
Neue Eindrücke gewinnen, etw. anderes kennen lernen	41	37	45	45	45
Natur erleben (schöne Landschaften, reine Luft etc.)	45	41	48	51	43
Erfahrung mit Urlaubsformen 2016-2018 (Auswahl)					
Badeurlaub/Strandurlaub	60	48	71	63	81
All-Inclusive-Urlaub	27	14	40	27	54
Kreuzfahrt auf See	4	2	6	4	8
Erlebnisreise/ Entdeckungsreise	26	18	34	27	41
Rundreise	12	8	17	14	20
Kulturreise	9	6	12	10	15
Studienreise	4	2	5	4	7

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Unerfahrenen

○ Zustimmung 5-9 PP niedriger

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher

○ Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Erfahrenen zuletzt vor 2016

○ Zustimmung 5-9 PP niedriger

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher

○ Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

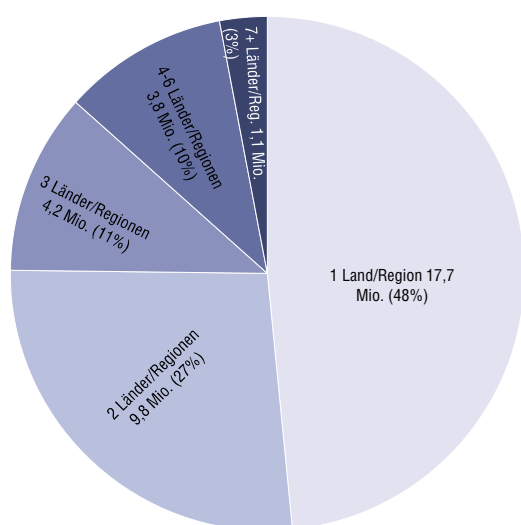


Personen mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung (2016-2018) unterscheiden sich von jenen, die zuletzt vor 2016 in Länder des Globalen Südens gereist sind, am signifikantesten dadurch, dass sie jünger sind, generell häufiger Interesse zeigen, andere Länder zu erleben und viel von der Welt zu sehen und häufiger aktuelle Erfahrungen aufweisen mit Badeurlaub/Strandurlaub, All-Inclusive-Urlaub und Erlebnisreise/Entdeckungsreise.

Grafik 14 zeigt, dass die meisten Entwicklungsländer-Erfahrenen zum Befragungszeitpunkt nur ein Land/eine Region des Globalen Südens bereist hatten (48% oder 17,7 Mio.). 3% (1,1 Mio.) verfügten über urlaubsbedingte Erfahrungen in sieben oder mehr Ländern/Regionen.

Die tatsächliche Anzahl von bisher bereisten Ländern ist aber de facto deutlich höher (siehe Hinweis in Grafik 14).

Gr. 14: Entwicklungsländer-Erfahrene (36,6 Mio.) nach Anzahl bereister Länder/Regionen (Januar 2019)



Hinweis: Die tatsächliche Anzahl von bisher bereisten Ländern/Regionen ist de facto deutlich höher.

Jede bereiste Region wurde rechnerisch wie eine Einzeldestination behandelt. Die Urlaubserfahrung in einer Region kann aber durchaus auf dem Besuch mehrerer Länder innerhalb dieser Region basieren. Insofern spiegeln die ermittelten Erfahrungsmerkmale „1 Land/Region“ u.s.w. bis „7+ Länder/Regionen“ nicht die tatsächliche Anzahl von bisher bereisten Ländern wider. Sie ist mit zunehmendem Anteil von bereisten Regionen de facto deutlich höher.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

In Tabelle 13 wird deutlich, dass unter jenen, die bisher nur ein Land bzw. eine Region bereist hatten, dies bei 55% die Türkei war, weitere 18% hatten ausschließlich nordafrikanische Länder wie Ägypten, Tunesien oder Marokko besucht, insgesamt 10% waren nur in Russland, Mexiko oder in der VR China. 4% hatten lediglich Urlaub in der Karibik gemacht, 3% nur in Südostasien. Auf die verbleibenden Weltregionen entfällt ein Gesamtanteil von 10%.

In der Entwicklungsländer-erfahrensten Gruppe (7+ mehr Länder/Regionen) hatten nahezu alle (92%) schon mal Urlaub in der Türkei gemacht, der Anteil von Karibik-Erfahrenen ist mit 73% bereits höher als der von Tunesien-Erfahrenen (71%), 71% waren schon in Südostasien, 55% in Südasien und 51% in der Region Südafrika. Fast die Hälfte hatte Mexiko, Mittel-/Südamerika, die Arabische Halbinsel, Russland oder die Volksrepublik China besucht.

Insgesamt zeigt sich, dass urlaubstouristische Erfahrungen in Entwicklungs- und Schwellenländern (gemessen an der Zahl bereister Länder/Regionen) in hohem Maß im Nahbereich der mediterranen islamisch geprägten Länder gemacht wurden (Türkei, Ägypten, Tunesien, Marokko) – Fernziel-Regionen (insbesondere Karibik und Südostasien) aber mit zunehmender Zahl bereister Länder/Regionen an Bedeutung gewinnen.

Tab. 13: Entwicklungsländer-Erfahrene nach Anzahl bereister Länder/Regionen (Januar 2019)

	1 Land/Region	Entwicklungsländer-Erfahrene (36,6 Mio.)			
		2 Länder/ Regionen	3 Länder/ Regionen	4-6 Länder/ Regionen	7+ Länder/ Regionen
Mio.	17,7	9,8	4,2	3,8	1,1
Schon mal Urlaub gemacht in...	%	%	%	%	%
Türkei	54,6	63,5	70,4	75,9	91,7
Ägypten	8,3	32,2	49,8	63,4	82,8
Tunesien	7,5	23,0	37,3	44,9	70,7
Marokko	2,6	7,2	18,6	37,7	69,4
Russland	7,0	12,1	14,6	21,5	44,5
Mexiko	1,7	5,1	9,3	19,1	45,5
VR China	1,0	1,8	3,7	10,5	43,6
Karibik (Kuba, Dominikanische Republik, Haiti, Jamaica usw.)	4,2	16,2	26,4	48,7	73,0
Südostasien (Indonesien, Malaysia, Thailand, Myanmar/Birma, Vietnam, Kambodscha, Laos, Philippinen usw.)	3,3	10,1	19,8	39,6	70,7
Mittel-/Südamerika (Guatemala, Costa Rica, Ecuador, Peru, Brasilien, Chile, Argentinien usw.)	1,9	3,0	6,2	12,6	45,2
Südafrika (Republik Südafrika, Namibia usw.)	1,8	3,4	7,6	15,5	51,1
Südasien (Indien, Pakistan, Nepal, Sri Lanka, Malediven usw.)	1,6	4,2	8,7	21,3	55,4
Arabische Halbinsel (Vereinigte Arabische Emirate, Katar, Bahrain, Oman, Jemen usw.)	1,4	5,1	8,0	20,5	45,7
Zentralasien/ehem. GUS-Staaten (Armenien, Georgien, Ukraine, Kasachstan, Kirgistan, Usbekistan, Tadschikistan, Mongolei usw.)	1,1	6,4	6,8	10,0	21,1
Naher/Mittlerer Osten (Syrien, Libanon, Jordanien, Palästina, Iran usw.)	0,6	2,4	1,7	4,0	20,0
Westafrika (Senegal, Gambia, Kapverdische Inseln usw.)	0,6	1,7	4,6	7,2	28,4
Zentral-/Ostafrika (Kamerun, Kenia, Tansania, Äthiopien, Seychellen usw.)	0,5	2,2	4,8	10,6	38,4
Südpazifische Inseln (Fidschi, Salomonen, Vanuatu usw.)	0,2	0,2	1,8	1,9	9,1

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Hinweis: Die in obiger Tabelle verwendete fünfstufige Erfahrungs-Skala kommt auch in den Kapiteln 2.1 (Seite 119) und 2.2 (Seite 151) zum Einsatz. Dort wird untersucht, ob zunehmende Urlaubsreiseerfahrung in Ländern des Globalen Südens zu einer differenzierteren Einschätzung der Wirkungen des Tourismus auf Destinationen und Reisende führen könnte bzw. zu erhöhtem persönlichen Interesse an Land und Leuten sowie Begegnung mit Einheimischen.



Tabelle 14 zeigt, dass das Ausmaß der Entwicklungsländer-Erfahrung vor allem eine Funktion der formalen Bildung und der sozialen Schichtenzugehörigkeit²⁹ sein dürfte. Mit zunehmender Zahl bereister Länder/Regionen erhöht sich z.B. der Anteil von Personen mit hoher formaler Bildung signifikant (von 34% auf 66%); bei Angehörigen der zwei obersten sozialen Schichten steigt er von 25% auf 68%, bei den sozial gehobenen Sinus-Milieus³⁰ von 34% auf 52%.

Tab. 14: Merkmale der Entwicklungsländer-Erfahrenen nach Anzahl bereister Länder/Regionen (Januar 2019)

	Entw.länder- Unerfahrene	Entwicklungsländer-Erfahrene (36,6 Mio.)				
		1 Land/Region	2 Länder/ Regionen	3 Länder/ Regionen	4-6 Länder/ Regionen	7+ Länder/ Regionen
Mio.	34,0	17,7	9,8	4,2	3,8	1,1
	%	%	%	%	%	%
Alter						
14-29 Jahre	24	23	19	13	10	6
30-49 Jahre	27	34	35	31	25	20
50-69 Jahre	30	30	31	40	43	43
70 Jahre oder älter	19	13	16	16	22	31
Schulbildung d. Befragten						
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	47	31	24	27	20	11
Mittlere Reife/weiterführende Schule ohne Abitur	30	35	35	30	31	23
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	23	34	40	43	50	66
Haushalts-Netto-Einkommen						
bis Euro 1.999	41	28	25	21	18	11
Euro 2.000 - 2.999	25	29	24	21	23	19
Euro 3.000 und mehr	34	43	52	59	59	70
Soziale Schicht						
Stufe 6+7 (untere Schichten)	30	16	13	8	8	4
Stufe 3-5	53	59	52	53	45	29
Stufe 1+2 (obere Schichten)	16	25	35	39	47	68
Sinus Milieus (Zusammenfassung)						
Milieus der unteren Mitte/Unterschicht	42	33	27	26	20	19
Milieus der Mitte	29	33	32	29	26	30
Sozial gehobene Milieus	28	34	41	45	53	52

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Unerfahrenen
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder-Unerfahrenen
- Zunahme um 10 PP-19 PP zu Entwicklungsländer-Erfahrenen 1 Land/Region
- Abnahme um 10 PP - 19 PP zu Entwicklungsländer-Erfahrenen 1 Land/Region

- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger
- Zunahme um 20 PP oder mehr zu Entwicklungsländer-Erfahrenen 1 Land/Region
- Abnahme um 20 PP oder mehr zu Entwicklungsländer-Erfahrenen 1 Land/Region

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

29 Die Zugehörigkeit zu einer der sieben sozialen Schichten ergibt sich aus einem Punktesystem, in das u.a. die Merkmale Schulbildung und Haushaltsnettoeinkommen eingehen sowie die in der Tabelle nicht dargestellte „Berufstätigkeit“ des Befragten.

30 Zur Beschreibung der einzelnen Sinus-Milieus siehe Seite 64.

Tabelle 15 macht zunächst deutlich, dass bereits bei Personen mit Entwicklungsländer-Erfahrung in nur einem Land/einer Region generelle erlebnis- und welterfahrungsorientierte Motivationen, wie „andere Länder erleben, viel von der Welt sehen“ bzw. „neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennenlernen“, signifikant stärker ausgeprägt sind als bei Entwicklungsländer-Unerfahrenen.

Ferner zeigt sich, dass mit zunehmender Zahl bereister Länder/Regionen die Anteile von Personen mit generellen erlebnis-, bildungs- bzw. begegnungsorientierten Urlaubsmotiven steigen – ebenso die Anteile jener, die über aktuelle Erfahrungen mit entsprechenden Urlaubsformen wie Erlebnis-/Entdeckungsreise, Rundreise, Kultur- und Studienreise sowie Kreuzfahrten auf See verfügen, bei denen im Rahmen einer Reise häufig gleich mehrere Länder besucht werden.

In der Entwicklungsländer-erfahrensten Gruppe (7+ Länder/Regionen) sind Personen mit erlebnis- und bildungsorientierten allgemeinen Urlaubsreisemotiven extrem stark vertreten (zwischen 60% und 79%), für fast die Hälfte (46%) sind Kontakte mit Einheimischen besonders wichtig. Höchstwerte erreichen in dieser Gruppe Personen mit aktueller Erfahrung in Bezug auf Erlebnis-/Entdeckungsreise (66%), Rundreise (54%), Kulturreise (41%) und Studienreise-Erfahrene (26%). Ausruhen, faulenzen spielt eine signifikant geringere Rolle.

Tab. 15: Merkmale der Entwicklungsländer-Erfahrenen nach Anzahl bereister Länder/Regionen (Januar 2019)

	Entw.länder- Unerfahrene	Entwicklungsländer-Erfahrene (36,6 Mio.)				
		1 Land/Region	2 Länder/ Regionen	3 Länder/ Regionen	4-6 Länder/ Regionen	7+ Länder/ Regionen
Mio.	34,0	17,7	9,8	4,2	3,8	1,1
	%	%	%	%	%	%
Allgemeine Urlaubsmotive besonders wichtig (Auswahl, Mehrfachnennungen)						
Etwas für Kultur und Bildung tun	18	21	26	29	38	60
Ausruhen, Faulenzen	49	47	46	50	44	36
Kontakt zu Einheimischen	26	26	25	31	37	46
Andere Länder erleben, viel von der Welt sehen	24	34	43	45	57	79
Neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennenlernen	37	42	43	47	52	70
Natur erleben (schöne Landschaften, reine Luft, sauberes Wasser)	41	44	47	52	55	72
Erfahrung mit Urlaubsformen 2016-2018 (Auswahl, Mehrfachnennungen)						
Badeurlaub/Strandurlaub	48	68	75	78	72	74
All-Inclusive-Urlaub	14	33	44	48	51	40
Kreuzfahrt auf See	2	3	5	6	12	22
Erlebnisreise/ Entdeckungsreise	18	26	35	36	52	66
Rundreise	8	12	15	20	33	54
Kulturreise	6	10	11	14	20	41
Studienreise	2	4	4	7	7	26

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Unerfahrenen
- Zunahme um 10 PP-19 PP zu Entw.länder-Erfahrenen 1 Land/Region
- Abnahme um 10 PP - 19 PP zu Entw.länder-Erfahrenen 1 Land/Region

- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zunahme um 20 PP oder mehr zu Entw.länder-Erfahrenen 1 Land/Region

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

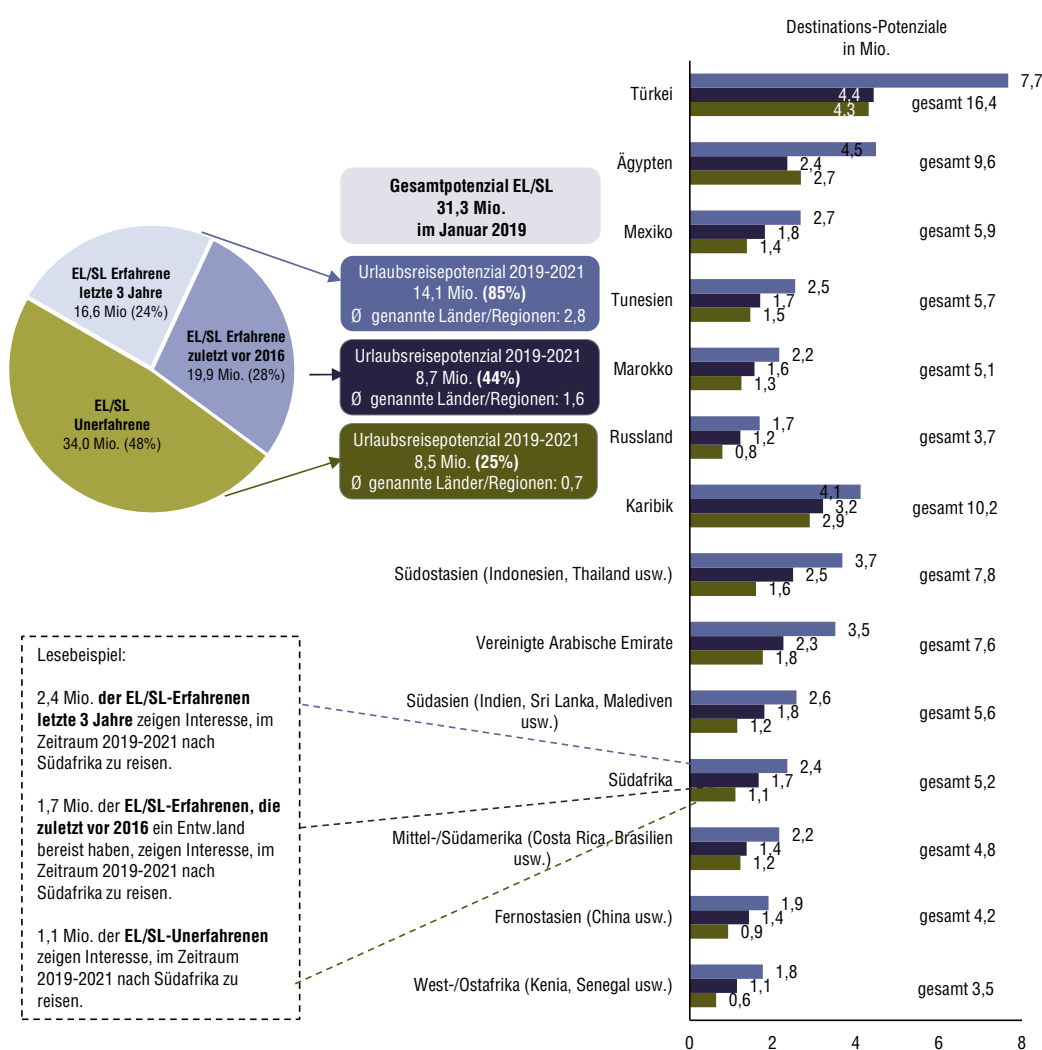


Die in den Tabellen 14 und 15 ermittelten Strukturmerkmale von Personen mit und ohne Entwicklungsländer-Erfahrung dienen auch als Hintergrundinformation für die Kapitel 2.1 und 2.2, in denen diese Erfahrungsgruppen (und andere Zielgruppen) untersucht werden nach ihren Meinungen zu Wirkungen des Tourismus in Entwicklungsländer sowie nach ihrer Ansprechbarkeit auf das Kennenlernen von Land und Leuten und auf interkulturelle Begegnung. Dort findet auch die sich aus Tabelle 13 ergebende fünfstufige Erfahrungs-Skala Anwendung.

Grafik 15 zeigt, wie groß Anfang 2019 im deutschen Quellmarkt das Interesse war, im Verlauf der folgenden drei Jahre (2019 bis 2021) Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer zu unternehmen (Dreijahres-Potenzial für Urlaubsreisen in den Globalen Süden): Insgesamt 31,3 Mio. planten das ziemlich sicher oder konnten es sich generell vorstellen. Darunter befanden sich 8,5 Mio., die zum ersten Mal in ihrem Leben Urlaub in einem Land des Globalen Südens machen würden.

Das größte Interesse zeigen Personen mit einer aktuellen Entwicklungsländer-Erfahrung in den letzten drei Jahren (85%). Unter jenen, die zuletzt vor 2016 (wann auch immer) Urlaub in Entwicklungs- oder Schwellenländern gemacht hatten, sind 44% interessiert – bei den Entwicklungsländer-Unerfahrenen 25%. Das größte Interesse besteht am Urlaubmachen in der Türkei (insgs. 16,4 Mio.) – gefolgt vom Interesse, die Karibik (10,2 Mio.) oder Ägypten (9,6 Mio.) zu besuchen. Das Urlaubsreise-Potenzial für Südostasien (7,8 Mio.) oder für die Arabischen Emirate (7,6 Mio.) ist deutlich größer als das für Tunesien (5,7 Mio.).

Gr. 15: Urlaubsreise-Potenzial gesamt für Entwicklungs- und Schwellenländer 2019-2021 (Januar 2019)
Deutschsprachige Wohnbevölkerung (70,5 Mio.)



Hinweis: In dieser Grafik basiert die Liste der Länder und Regionen auf einer Reiseanalyse-Standardfrage zur **Ermittlung des Interesses** an Urlaubsreisen in bestimmte Zielgebiete innerhalb der nächsten drei Jahre. Die Liste in Grafik 13 wurde speziell für eine Studienkreis-Exklusivfrage erstellt, bei der es ausschließlich um die **Ermittlung der Erfahrung** mit Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländern ging.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2019 F.U.R.

Tabelle 16 macht deutlich, dass **Entwicklungsländer-Unerfahrene mit Interesse** im Zeitraum 2019 bis 2021 **erst-mals Länder des Globalen Südens zu bereisen** (8,5 Mio.), sich signifikant unterscheiden von jenen 25,5 Mio. Unerfahrenen, die sich das nicht vorstellen können. Potenzielle Erstbesucher sind deutlich jünger (45% zwischen 14 und 29 Jahre), haben eine höhere formale Bildung und rekrutieren sich verstärkt aus mittleren und oberen sozialen Schichten sowie aus sozial gehobenen Sinus-Milieus. Unter ihren besonders wichtigen, allgemeinen Urlaubsmotiven sind erlebnis- und weiterfahrungsorientierte Motivationen deutlich stärker vertreten (42% bzw. 49%), ebenso das Interesse an Kontakten mit Einheimischen (30%) – aber auch und vor allem das Interesse an Ausruhen, Faulenzen (63%). Entsprechend hoch sind die aktuellen Erfahrungen mit Badeurlaub/Strandurlaub (68%).

Neben den in Tabelle 16 erkennbaren Merkmalen der **Entwicklungsländer-Unerfahrenen ohne Interesse** an Urlaubsreisen in Entwicklungsländer, ermittelte eine interne Detailanalyse, dass sie in den vergangenen drei Jahren eine insgesamt deutlich geringere Auslandsreiseerfahrung aufweisen und auch in den kommenden drei Jahren signifikant weniger an Auslandsreisen interessiert sind. So hatten 2016-2018 z.B. nur 31% südeuropäische Länder zu Urlaubszwecken bereist (bei den Entwicklungsländer-Unerfahrenen mit Interesse an Urlaubsreisen in Entwicklungsländer waren es 56%). Am häufigsten wurde Deutschland bereist (53%). Auch für 2019-2021 besteht mit 44% ein signifikant geringeres Interesse an südeuropäischen Ländern (in der Kontrastgruppe sind es 89%). Ein deutlich geringeres Interesse zeigt sich auch am Urlaubmachen in nord-, ost- und westeuropäischen Ländern.

Tab. 16: Merkmale der Entwicklungsländer-Unerfahrenen ohne und mit Urlaubsinteresse an Entwicklungsländern 2019-2021 (Januar 2019)

	Entw.länder-Unerfahrene gesamt	Entw.länder-Unerfahrene ohne Urlaubsinteresse an Entw.ländern 2019-2021	Entw.länder-Unerfahrene mit Urlaubsinteresse an Entw.ländern 2019-2021
Mio.	34,0	25,5	8,5
	%	%	%
Alter			
14-29 Jahre	24	16	45
30-49 Jahre	27	26	33
50-69 Jahre	30	34	19
70 Jahre oder älter	19	24	3
Schulbildung d. Befragten			
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	47	52	33
Mittlere Reife/weiterführende Schule ohne Abitur	30	28	36
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	23	20	31
Haushaltsnettoeinkommen			
bis Euro 1.999	41	43	33
Euro 2.000 - 2.999	25	25	27
Euro 3.000 und mehr	34	32	40
Soziale Schicht			
Stufe 6+7 (untere Schichten)	30	34	20
Stufe 3-5	53	51	60
Stufe 1+2 (obere Schichten)	16	15	20
Sinus Milieus (Zusammenfassung)			
Milieus der unteren Mitte/Unterschicht	42	44	36
Milieus der Mitte	29	30	26
Sozial gehobene Milieus	28	25	37
Allgemeine Urlaubsmotive besond. wichtig (Auswahl, Mehrfachnennungen)			
Etwas für Kultur und Bildung tun	18	17	19
Ausruhen, Faulenzen	49	44	63
Kontakt zu Einheimischen	26	24	30
Andere Länder erleben, viel von der Welt sehen	24	18	42
Neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennen lernen	37	33	49
Natur erleben (schöne Landschaft, reine Luft, saub. Wasser)	41	40	44
Erfahrung mit Urlaubsformen 2016-2018 (Auswahl)			
Badeurlaub/Strandurlaub	48	41	68
All-Inclusive-Urlaub	14	10	26
Kreuzfahrt auf See	2	2	2
Erlebnisreise/ Entdeckungsreise	18	17	22
Rundreise	8	8	8
Kulturreise	6	5	9
Studienreise	2	2	4

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Unerfahrenen ohne Urlaubsint. 19-21
● Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder-Unerfahrenen ohne Urlaubsint. 19-21
● Zustimmung 10 oder mehr PP höher
● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2019 F.U.R.



1.8. Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte

- Anfang 2019 verfügte mit 36,5 Mio. bereits mehr als die Hälfte (52%) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung über Urlaubsreiseerfahrung in Ländern des Globalen Südens.
- Im Vor-Corona-Jahr 2019 hatten 9,9 Mio. Bundesbürger ab 14 Jahre bei ihrer Haupturlaubsreise Entwicklungs- oder Schwellenländer besucht. 58% (5,7 Mio.) verbrachten den Urlaub in näher gelegenen, islamisch geprägten Ländern des Mittelmeerraums, darunter 4,0 Mio. in der Türkei und 1,7 Mio. in Nordafrika. 0,7 Mio. waren in Nah-/Mittelost bzw. in Russland/ehem. GUS-Staaten. 3,6 Mio. hatten fernegelegene Destinationen in Asien, Afrika südlich der Sahara, Lateinamerika oder in der Karibik bereist.
- Der Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer hatte damit auf Basis der Haupturlaubsreise im deutschen Urlaubsreisemarkt wieder einen Marktanteil von 18% erreicht (2018: 16%). Von allen Auslandsurlaubern war 2019 fast jeder Vierte in ein Land des Globalen Südens gereist.
- Temporäre Rückgänge der Urlauberzahlen aus Deutschland blieben bei Entwicklungs- und Schwellenländern auch in jüngster Vergangenheit auf Einzeldestinationen oder -regionen beschränkt. Die negativen Auswirkungen des Arabischen Frühlings 2011 auf die Sicherheit in bestimmten Ländern reduzierten die Zahl der jährlichen Urlauber in nordafrikanischen Destinationen bis 2016 von 2,0 Mio. auf 0,9 Mio. Von 2017 bis 2019 hatte sich wieder ein Zuwachs von 0,8 Mio. ergeben. Der 2016 einsetzende drastische Rückgang von Türkei-Urlaubern im deutschen Urlaubsreisemarkt von 4,3 Mio. auf bis zu 3,1 Mio. (vor allem wegen skeptischer Einschätzung der Gewährleistung persönlicher Sicherheit im Urlaub und negativer politischer Rahmenbedingungen) war 2018 beendet. 2019 hatten schon wieder 4,0 Mio. ihre Haupturlaubsreise in die Türkei unternommen.
- Beim Urlaubmachen in Ländern des Globalen Südens dominierte auch im Jahr 2019 die von Reiseveranstaltern arrangierte und angebotene Pauschalreise (71%). 72% der Urlauberinnen und Urlauber bezeichneten ihre Reise als Badeurlaub/Strandurlaub, 61% als Erholungsreise/Entspannungsurlaub, 34% hatten aus ihrer Sicht eine Erlebnisreise/Entdeckungsreise gemacht, 32% einen Familienurlaub, jeweils 11% hatten eine Kulturreise bzw. Rundreise unternommen (Auswahl/Mehrfachnennungen). Entwicklungsländer-Reisende verfügten in hohem Maße (61%) über aktuelle Erfahrungen mit All-Inclusive-Reisen. Im Durchschnitt gaben sie pro Person 1.586 Euro aus für Fahrt, Unterkunft, Verpflegung und Nebenkosten. Bei Fernziel-Reisenden waren es 2.429 Euro.
- Im Januar 2020 – vor dem Einsetzen der Corona-Pandemie – interessierten sich im deutschen Urlaubsreisemarkt 33,7 Mio. (einschließlich deutschsprachiger Ausländer) dafür, in den kommenden drei Jahren (2020-2022) Urlaub in Ländern des Globalen Südens zu machen. Das waren 8% mehr als im Vorjahr. Für sämtliche Fernzielregionen außer Fernostasien ergab sich das höchste Interesse seit 2011 – bei Nahzieldestinationen galt dies für Ägypten, Tunesien und Marokko – ebenso für die Arabischen Emirate.
- Auf Basis deutscher Staatsbürger umfasste das Interessenten-Potenzial 29,2 Mio. Personen. Bei einer bisherigen durchschnittlichen Realisierungsquote von 57% war im Januar 2020 für die kommenden drei Jahre mit 16,6 Mio. deutschen Entwicklungsländer-Reisenden zu rechnen. Im Zeitraum 2017-2019 hatten 14,6 Mio. Deutsche ihren Urlaub in Ländern des Globalen Südens verbracht.
- Dass sich das im Januar 2020 vor Beginn der Corona-Pandemie bei den Deutschen ermittelte Gesamtpotenzial für Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens von 29,2 Mio. im Zeitraum 2020-2022 zu 57% realisieren könnte, ist vor dem Hintergrund der bei Redaktionsschluss dieser Studie anhaltenden Pandemie auszuschließen. Wieviel es letztlich gewesen sind, kann erst im Januar 2023 mit der Reiseanalyse ermittelt werden (siehe Kapitel 4, Perspektiven für den Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer im deutschen Urlaubsreisemarkt).

2 Meinungen, Ansprechbarkeiten und Erwartungen von Entwicklungsländer-Erfahrenen in Deutschland

Vorbemerkungen:

Bei den Ergebnissen der Kapitel 2.1 bis 2.4 handelt es sich um **Momentaufnahmen** von Meinungen, Einstellungen und Erwartungen der Befragten zu verschiedenen Aspekten des Tourismus bzw. Urlaubsmachens in Entwicklungs- und Schwellenländern. In der konkreten Urlaubssituation können sich jedoch durchaus Diskrepanzen zum tatsächlichen Verhalten ergeben, die in aktuellen persönlichen Befindlichkeiten (Unsicherheit, Trägheit etc.), bestimmten Rahmenbedingungen (z.B. Angebots- oder Informationsdefiziten), Urlaubserfahrungen u.a.m. begründet sein können. Hinzu kommt, dass sich im Rahmen von Befragungen nicht ganz ausschließen lässt, dass sich das Antwortverhalten auf bestimmte Fragen im Einzelfall auch daran orientieren kann, was sozial erwünscht erscheint.

Deshalb ist es sinnvoll, die Ergebnisse dieser Kapitel in erster Linie unter dem Gesichtspunkt der **Ansprechbarkeit** zu betrachten, die ja eine wesentliche Voraussetzung darstellt, wenn man Menschen – hier: Urlauberinnen und Urlauber, die in Entwicklungs- und Schwellenländer reisen – mit einer bestimmten Information oder einem bestimmten Urlaubsangebot erreichen möchte. Dass die Befragten von der Möglichkeit, auch ihre **Nichtansprechbarkeit** zum Ausdruck zu bringen, deutlich (und soweit dies abschätzbar ist, auch plausibel) Gebrauch gemacht haben, spricht nicht nur für die Qualität der verwendeten Erhebungsfragen, sondern auch für die Verlässlichkeit des Befragungsinstruments „Reiseanalyse“.

Im Rahmen der vom ehemaligen Starnberger Studienkreis für Tourismus e.V. erstellten BMZ-Materialien Nr. 67 (1981) und Nr. 88 (1993) sowie in der beim Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. im Jahr 2000 erschienenen und 2006 sowie 2013 aktualisierten Publikation „Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer“ waren bereits unter Nutzung von Exklusivfragen in der Reiseanalyse verschiedene Themen untersucht worden.³¹ Auf der Basis von Meinungen, Einstellungen und Erwartungen rund um diese Themen sollten erneut Ansatzpunkte für Qualifizierungen im Entwicklungsländer-Tourismus ermittelt werden.

Auch in der vorliegenden Studie gilt ein **Untersuchungsschwerpunkt dem Interesse am Kennenlernen von Land und Leuten sowie an Begegnungen mit Einheimischen**. Frühere empirische Studien ließen bereits erkennen, dass mit der Fähigkeit, bei Urlaubsreisen interkulturell zu lernen,³² bestimmte Bedingungsfaktoren verbunden sind, die günstige Voraussetzungen darstellen zum Abbau von Distanzen, Klischees, Vorurteilen und nationalen Stereotypen.

Dazu zählen u.a.:

- Interesse, sich schon vor Reisebeginn über Land und Leute, Sitten und Gebräuche sowie Lebensgewohnheiten der einheimischen Bevölkerung zu informieren
- Interesse am Kennenlernen des Alltagslebens im Gastland während des Urlaubs
- Interesse an persönlicher Begegnung, an Kontakten und Gesprächen mit Einheimischen³³
- Reiseleitung/Urlaubsbetreuung, die aktiv Kulturvermittlung betreibt

31 Exklusivfrage der AVA-Arbeitsgemeinschaft Vielhaber-Aderhold in der Reiseanalyse 1978 (Interesse an Land und Leuten und Begegnung mit Einheimischen); Exklusivfrage der Dr. Peter Aderhold Tourismusforschung + Planung in den Reiseanalysen 1988/1997 (Interesse am Kennenlernen von Land und Leuten) und 2012 (Ansprechbarkeit auf Community-based tourism); sowie diverse Exklusivfragen des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung e.V. zu den Themen Umwelt (1997/2004), Menschenrechte (1998), Ansprechbarkeit auf interkulturelle Begegnung/Begegnungserfahrung (1999/2005/2012), Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung (2000/2011), Interesse an Problemen der Entwicklungsländer (2002), Wirkungen von Tourismus in Entwicklungsländer (2002/2012), Erfahrungen und Meinungen zu All-Inclusive-Reisen (2011).

32 Unter „interkulturellem Lernen“ wird hier verstanden: die Fähigkeit, Fremdes ohne sofortige übertriebene Wertung (z.B. im Sinne von gut oder schlecht, besser oder schlechter) aufgeschlossen wahrzunehmen und darüber mit Fremden kommunizieren zu können. Dazu sind u.a. einige Grundvoraussetzungen notwendig: Offenheit und Toleranz gegenüber anderen Kulturen, Wissen über die fremde und eigene Kultur (Trennendes und Gemeinsames), Selbstreflexion über die eigene Kultur und Person, Empathie (Einfühlungsvermögen). Vgl. dazu auch Kösterke, Astrid (2000): Urlaubsreisen und interkulturelle Begegnung. Untersuchung zur Ansprechbarkeit der deutschen auf Aspekte von interkultureller Begegnung im Urlaub unter besonderer Berücksichtigung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland. Seite 24.

33 Dieser Aspekt wurde in einer eigenen Studie untersucht, vgl. Kösterke, Astrid (2009): Meet-the-People – Befragung zur Ansprechbarkeit deutscher Urlauber für organisierte Begegnungen mit Einheimischen in Entwicklungs- und Schwellenländern. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.



Es spricht einiges dafür, dass sich mit dem Grad der tatsächlichen Realisierung solcher Interessen bzw. Gelegenheiten die Chancen für interkulturelle Begegnung und interkulturelles Lernen erhöhen, wie schon Untersuchungen in den 70er und 80er Jahren zeigten.³⁴ Vor diesem Hintergrund erscheint es folgerichtig, bei Reisenden, die ihren Urlaub in anderen (eher fremden) Kulturkreisen verbringen, diesbezügliche Interessen bzw. Ansprechbarkeiten zu ermitteln.

Deshalb wurden auf Basis der Reiseanalyse 2016, 2019 und 2020 folgende Aspekte (erneut) bevölkerungsrepräsentativ untersucht:

- **Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer**³⁵ (siehe Kapitel 2.1)
- **Interesse an Land und Leuten und interkultureller Begegnung**³⁶ (siehe Kapitel 2.2)
- **Erwartungen an Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung**³⁷ (siehe Kapitel 2.3)

Außerdem erfolgt im Kapitel 2.4 eine Untersuchung zur

- **Ansprechbarkeit auf umweltverträgliche, sozialverantwortliche, nachhaltige Urlaubsgestaltung**³⁸

Mit dieser Vorgehensweise war es möglich, die Wahrnehmung und Relevanz der oben genannten Aspekte im deutschen Urlaubsreisemarkt nachfrageseitig zu ermitteln und die Ergebnisse für Optimierungen in den Bereichen Information, Kommunikation und Angebotsentwicklung verfügbar zu machen.

In den Kapiteln 2, 2.1, 2.2 und 2.3 erfolgt die Datenanalyse am Beispiel des Antwortverhaltens der

Entwicklungsländer-Erfahrenen (letzte drei Jahre)

darunter:

- Türkei-Erfahrenere
- Nordafrika-Erfahrenere
- Russland-/ehem. GUS-Staaten-Erfahrenere (nicht im Kapitel 2.3)
- Naher und Mittlerer Osten-/Arabische Halbinsel-Erfahrenere (nicht im Kapitel 2.3)
- Entwicklungsländer-Fernziel-Erfahrenere

darunter:

- Afrika südlich der Sahara-Erfahrenere
- Asien-Erfahrenere
- Mittel- und Südamerika-Erfahrenere
- Karibik-Erfahrenere

Durch Berücksichtigung einer **Dreijahreserfahrung** (statt der Beschränkung auf ein Jahr) kann eine größere Gruppe von Entwicklungsländer-Erfahrenen untersucht werden. Dadurch ist auch eine differenzierte Betrachtung der Entwicklungsländer-Fernziel-Erfahrenen möglich.

Auf eine Darstellung von Marktpotenzialen, also Personen, die sich vorstellen können, innerhalb eines anstehenden Dreijahreszeitraums in einem Entwicklungs- oder Schwellenland Urlaub zu machen, wurde in diesem Kapitel aus Platzgründen verzichtet. Eine Betrachtung aktueller Potenziale (erhoben im Januar 2020, am Vorabend der Corona-Pandemie) für den Zeitraum 2020 bis 2022 erfolgte im Kapitel 1.6, Seite 78ff.

34 Vgl. BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (1974): Jugendmodellreisen Tunesien 1973/74. Dokumentation 1. und 2. Teil. Bonn. – Vielhaber, Armin (1978, unveröff.): Entwicklungspolitische Informations- und Bildungsarbeit im Dritte-Welt-Tourismus. Ein empirischer Beitrag zur Zielgruppenanalyse am Beispiel von deutschen Marokko-Touristen. – Vgl. Hartmann, Klaus Dieter (1981): Wirkungen von Auslandsreisen junger Leute. Ein Überblick über Ergebnisse der sozialpsychologischen Forschung. Starnberg. Seite 80ff.

35 Vgl. Exklusivfrage des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V., Seite 105.

36 Vgl. Exklusivfrage des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V., Seite 123.

37 Vgl. Exklusivfrage des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V., Seite 155.

38 Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 a): Nachhaltiges Reisen: Ansprüche und Verhalten. Modulbericht zur Reiseanalyse 2020. Kiel.

Strukturmerkmale der Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018 (Erhebung Januar 2019)

Die Tabellen 17, 18 und 19 enthalten **Strukturmerkmale** der Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018 in Bezug auf ausgewählte soziodemografische Merkmale, Sinus-Milieus, generelle und aktuelle Reisezielerfahrung, generell, besonders wichtige Reisemotive sowie Erfahrung mit Urlaubsformen. **Sie dienen in erster Linie** für die Kapitel 2.1 und 2.2 **als Hintergrundinformation zum Antwortverhalten** der **einzelnen Destinations-Zielgruppen** auf Studienkreis-Exklusivfragen (siehe Tabellen 23, 24 und 32, 33 sowie 41, 42). Sie lassen dennoch keine eindeutigen Rückschlüsse zu, ob und inwieweit die dortigen Meinungen und Ansprechbarkeiten zu bestimmten Themen in Zusammenhang stehen mit der aktuellen Reisezielerfahrung oder anderen Merkmalen.

Tab. 17: Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Erfahrung mit Reisezielen und Anzahl bereister Länder/Regionen

Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018										
	gesamt	Türkei	Nordafrika	Russland/ehem. GUS-Staaten	Naher und Mittlerer Osten/Arabische Halbinsel	Entw. länder Fernziele	Afrika südl. Sahara	Asien	Mittel- und Südamerika	Karibik
Mio.	16,6	7,4	4,1	1,6	1,1	5,8	1,1	3,0	1,2	1,6
(Mehrfachnennungen)	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Erfahrung mit Reisezielen 2016-2018										
Türkei	45	100	27	9	12	12	9	13	14	11
Nordafrika	24	15	100	7	13	13	19	13	12	13
Russland/ehem. GUS-Staaten	10	2	3	100	8	3	7	3	6	2
Naher und Mittlerer Osten/Arab. Halbinsel	6	2	3	5	100	7	8	9	7	9
Entw. länder Fernziele (gesamt-Netto-Werte)	35	9	18	12	37	100	100	100	100	100
Afrika südl. Sahara	7	1	5	5	8	19	100	7	10	9
Asien	18	5	10	6	26	52	18	100	27	25
Mittel- und Südamerika	7	2	4	4	8	21	10	11	100	15
Karibik	10	2	5	2	14	27	13	13	20	100
Anzahl bisher bereister EL-Länder/-Regionen										
1 Land/Region	43	52	26	36	14	27	26	23	27	14
2 Länder/Regionen	26	27	34	28	21	23	14	21	23	27
3 Länder/Regionen	13	10	18	14	11	16	14	15	9	19
4-6 Länder/Regionen	14	9	15	13	36	25	24	30	30	30
7+ Länder/Regionen	5	2	7	9	19	9	22	12	11	10

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe
- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 5-9 PP niedriger
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger
- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw. länder Fernziel- Erfahrenen
- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 5-9 PP niedriger
- Zustimmung 10 od. mehr PP niedriger

Wegen Mehrfachnennungen bei den bereisten Ländern/Regionen entspricht die Quersumme der Destinationsgruppen nicht der Gesamtgruppe.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Die folgende Beschreibung der untersuchten Destinations-Zielgruppen bezieht sich auf die Tabellen 17-19.

Türkei-Erfahrene 2016-2018 hatten **im Vergleich mit der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen** im selben Zeitraum deutlich weniger weitere Entwicklungs- oder Schwellenländer bereist; nur 9% besuchten dabei Fernziele. Lediglich 11% hatten bisher in vier oder mehr Ländern/Regionen des Globalen Südens Urlaub gemacht (siehe Tabelle 17).

Sie zeigen u.a. bei signifikant unterdurchschnittlichen Anteilen von Personen mit hoher formaler Bildung bzw. Zugehörigkeit zu oberen sozialen Schichten und gehobenen Milieus, vergleichsweise weniger bildungs-/erlebnis- und welterfahrungsorientierte allgemeine Urlaubsmotive (z.B. etwas für Kultur und Bildung tun; andere Länder erleben, viel von der Welt sehen; neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennen lernen). Aktuelle Erfahrungen mit entsprechenden Urlaubsformen (Erlebnis-/Entdeckungsreise, Rund-/Kultur-/Studienreise) sind unterdurchschnittlich. Erfahrungen mit Badeurlaub/Strandurlaub sowie All-Inclusive-Urlaub dominieren (siehe Tabelle 18 und 19).



Im Vergleich mit der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen sind sozial gehobene Milieus insgesamt weniger vertreten, Milieus der unteren Mitte/Unterschicht häufiger (siehe Tabelle 19).

Unter den Türkei-Erfahrenen 2016-2018 haben 14% einen Migrationshintergrund Türkei (nicht abgebildet).

Tab. 18: Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Soziodemografische Merkmale/Urlaubsmotive/Erfahrung mit Urlaubsformen

	gesamt	Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018								
		Türkei	Nordafrika	Russland/ehem. GUS-Staaten	Naher und Mittlerer Osten/Arabische Halbinsel	Entw.länder Fernziele	Afrika südl. Sahara	Asien	Mittel- und Südamerika	Karibik
Mio.	16,6	7,4	4,1	1,6	1,1	5,8	1,1	3,0	1,2	1,6
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Alter										
14-29 Jahre	24	27	27	19	7	21	12	27	20	12
30-49 Jahre	35	37	32	30	32	35	32	34	39	36
50-69 Jahre	32	28	34	28	47	36	43	32	34	45
70 Jahre oder älter	9	8	8	23	14	8	13	7	7	8
Schulbildung d. Befragten										
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	25	32	23	27	14	16	16	14	14	19
Mittlere Reife/weiterf. Schule ohne Abitur	34	39	38	23	33	28	25	28	24	38
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	41	29	40	50	53	56	60	58	62	43
Haushaltsnettoeinkommen										
bis Euro 1.999	20	23	16	32	13	14	6	16	17	11
Euro 2.000 - 2.999	26	29	33	22	26	19	19	19	15	18
Euro 3.000 und mehr	54	48	51	46	61	67	75	65	68	71
Soziale Schicht (Zusammenfassung)										
Stufe 6+7 (untere Schichten)	11	15	9	13	5	5	3	6	6	4
Stufe 3-5	53	60	58	44	45	42	35	40	36	51
Stufe 1+2 (obere Schichten)	36	25	33	42	50	53	62	55	58	45
Allgemeine Urlaubsmotive besond. wichtig (Auswahl)										
Etwas für Kultur und Bildung tun	26	19	26	38	40	34	38	33	47	34
Ausruhen, Faulenzen	48	52	52	27	44	46	39	48	40	51
Kontakt zu Einheimischen	30	26	26	32	27	36	31	41	39	33
Andere Länder erleben, viel von der Welt sehen	49	37	54	48	69	67	66	71	74	65
Neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennen lernen	45	36	45	44	58	60	62	63	65	58
Natur erleben (schöne Landschaften, reine Luft, sauberes Wasser)	43	38	42	35	53	52	56	49	57	51
Erfahrung mit Urlaubsformen 2016-2018 (Auswahl)										
Badeurlaub/Strandurlaub	81	87	87	61	79	78	73	78	70	88
All-Inclusive-Urlaub	54	64	67	31	58	51	49	48	47	67
Kreuzfahrt auf See	8	6	6	14	22	11	15	9	8	22
Erlebnisreise/Entdeckungsreise	41	27	39	46	67	62	65	63	69	59
Rundreise	20	9	16	22	42	36	39	38	46	35
Kulturreise	15	6	14	25	29	25	22	25	39	24
Studienreise	7	2	7	14	15	10	10	9	18	5

Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe

Zustimmung 10 oder mehr PP höher

Zustimmung 5-9 PP niedriger

Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder Fernziel- Erfahrenen

Zustimmung 10 oder mehr PP höher

Zustimmung 5-9 PP niedriger

Zustimmung 10 od. mehr PP niedriger

Wegen Mehrfachnennungen bei den bereisten Ländern/Regionen entspricht die Quersumme der Destinationsgruppen nicht der Gesamtgruppe.

**Tab. 19: Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Sinus-Milieus**

Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018										
	gesamt	Türkei	Nordafrika	Russland/ehem. GUS-Staaten	Naher und Mittlerer Osten/Arabische Halbinsel	Entw.länder/Fernziele	Afrika süd. Sahara	Asien	Mittel- und Südamerika	Karibik
Mio.	16,6	7,4	4,1	1,6	1,1	5,8	1,1	3,0	1,2	1,6
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sinus Milieus										
Konservativ-etabliertes Milieu	9	8	10	10	14	10	10	10	12	14
Liberal-intellektuelles Milieu	8	6	7	8	17	12	16	12	13	11
Milieu der Performer	12	8	14	12	18	19	25	18	12	20
Expeditives Milieu	13	13	12	7	8	16	12	20	16	11
Sozial gehobene Milieus Σ	42	34	43	38	56	56	63	59	52	56
Bürgerliche Mitte	11	15	12	7	12	6	6	5	4	10
Adaptiv-pragmatisches Milieu	14	15	14	11	14	12	5	13	11	12
Sozialökologisches Milieu	7	5	8	4	2	11	13	11	13	7
Milieus der Mitte Σ	32	35	33	23	28	29	24	28	28	30
Traditionelles Milieu	7	9	4	11	5	4	1	4	3	3
Prekäres Milieu	6	6	5	16	0	2	1	1	2	3
Hedonistisches Milieu	13	16	15	12	11	9	8	8	15	9
Milieus der unteren Mitte/Unterschicht Σ	26	31	24	38	16	14	10	13	20	15

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher

● Zustimmung 5-9 PP niedriger

● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder Fernziel-Erfahrenen

● Zustimmung 5-9 PP niedriger

Hinweis: zur Beschreibung der Sinus-Milieus siehe Seite 64

Wegen Mehrfachnennungen bei den bereisten Ländern/Regionen entspricht die Quersumme der Destinationsgruppen nicht der Gesamtgruppe.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Nordafrika-Erfahrene waren zu 27% auch noch in der Türkei bzw. zu 18% in Fernzielen. 22% hatten bereits 4 oder mehr Entwicklungsländer/-regionen bereist.

Sie unterscheiden sich bei ihren soziodemografischen und Reiseverhaltensmerkmalen nur unwesentlich von der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen und haben überdurchschnittliche aktuelle Erfahrungen mit Badeurlaub/Strandurlaub sowie All-Inclusive-Urlaub. Bildungs-/erlebnis- und welterfahrungsorientierte allgemeine Urlaubsmotive sind eher durchschnittlich ausgeprägt, ebenso aktuelle Erfahrungen mit entsprechenden Urlaubsformen.

Die Verteilung der Sinus-Milieus entspricht weitestgehend der Gesamtgruppe.

Russland-/ehem. GUS-Staaten-Erfahrene hatten zu 12% auch noch Fernziele besucht. 22% waren bereits in 4 oder mehr Länder/Regionen.

Sie zeigen bei überdurchschnittlichem Anteil von 70 Jährigen und Älteren (23%), von Personen mit hoher formaler Bildung (50%) sowie Zugehörigkeit zu den oberen sozialen Schichten (42%) ein überdurchschnittliches generelles Interesse, im Rahmen von Urlaubsreisen etwas für Kultur und Bildung zu tun – bei gleichzeitig extrem geringen Interesse am Ausruhen und Faulenzen. Aktuelle Erfahrungen mit Badeurlaub/Strandurlaub sowie All-Inclusive-Urlaub sind signifikant unterdurchschnittlich – dagegen zeigen sich überdurchschnittliche aktuelle Erfahrungen mit Erlebnis-/Entdeckungsreisen, Kultur- und Studienreisen sowie Kreuzfahrt auf See. Erlebnis- und Welterfahrungs-Motive sind durchschnittlich ausgeprägt (44% bis 48%).



Milieus der unteren Mitte/Unterschicht haben mit insgesamt 38% einen überdurchschnittlichen Anteil – besonders das prekäre Milieu (16%). Unterdurchschnittlich präsent ist das Gesamt-Milieu der Mitte (23%).

Unter den Russland-/GUS-Erfahrenen 2016-2018 haben 52% einen Migrationshintergrund: 42% Russland und 10% Ukraine (nicht abgebildet).

Urlaubsreisende, die im **Nahen/Mittleren Osten bzw. auf der Arabischen Halbinsel** waren, hatten vergleichsweise häufiger auch noch Fernziele besucht (37%), insbesondere Destinationen in Asien (26%). 55% (Höchstwert) hatten schon 4 oder mehr Länder/Regionen bereist.

Sie zeigen bei überdurchschnittlichem Anteil von Personen, die 50 Jahre oder älter sind (61% Höchstwert), von formal höher Gebildeten (53%) sowie Zugehörigkeit zu den oberen sozialen Schichten (50%) stark überdurchschnittliche und mehrheitlich bildungs-/erlebnis- und weiterfahungsorientierte allgemeine Urlaubsmotive (zwischen 40% und 69%) sowie aktuelle Erfahrungen mit entsprechenden Urlaubsformen: Erlebnisreise/Entdeckungsreise (67%), Rundreise (42%), Kulturreise (29%) und Studienreise (15%) – aber auch Kreuzfahrt auf See (22%).

Sozial gehobene Milieus sind mit insgesamt 56% stark überdurchschnittlich vertreten – besonders Performer, Liberal-Intellektuelle und Konservativ-Etablierte. Milieus der unteren Mitte/Unterschicht haben mit 16% einen geringen Anteil – das prekäre Milieu ist gar nicht präsent.

Hinweis: Die nachfolgende Gesamtgruppe der Fernziel-Erfahrenen ist in den Tabellen 17, 18 und 19 für den Vergleich mit der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen nicht farblich markiert, da sie gleichzeitig Referenzgruppe ist für die Fernziel-Regionalgruppen.

Entwicklungsländer-Fernziel-Erfahrene 2016-2018 hatten im selben Zeitraum am häufigsten Ziele in Asien besucht (52%). Die übrigen drei Fernziel-Regionen erreichen Anteile von 19% (Afrika südlich der Sahara) bis 27% (Karibik). 34% hatten schon 4 oder mehr Länder/Regionen des Globalen Südens bereist.

Fernziel-Erfahrene zeigen im Vergleich zur Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen größere Anteile von Personen mit hoher formaler Bildung (56%), hohem Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr (67%) sowie Zugehörigkeit zu den oberen sozialen Schichten (53%). Überdurchschnittlich hoch sind bildungs-/erlebnis- und weiterfahungsorientierte allgemeine Urlaubsmotive – ebenso das Interesse an Kontakten mit Einheimischen (36%). Überdurchschnittlich hoch sind auch aktuelle Erfahrungen mit entsprechenden Urlaubsformen wie Erlebnis-/Entdeckungsreise, Rundreise, Kulturreise.

Im Vergleich zur Gesamtgruppe sind sozial gehobene Milieus mit insgesamt 56% überdurchschnittlich vertreten – besonders Performer. Milieus der unteren Mitte/Unterschicht haben mit 14% den geringsten Anteil – besonders das prekäre Milieu mit 2%.

Afrika südl. der Sahara-Erfahrene waren im Vergleich mit allen Fernziel-Erfahrenen u.a. zu 19% zusätzlich in Nordafrika. 46% hatten schon 4 oder mehr Länder/Regionen bereist, darunter waren 22% bereits in 7 oder mehr Ländern/Regionen (beides Höchstwerte).

Sie zeigen im Vergleich zur Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Fernziel-Erfahrenen u.a. einen überdurchschnittlichen Anteil von Personen mit 50 Jahren oder älter (56%), mit einem Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr (75% Höchstwert) und solchen, die den oberen sozialen Schichten angehören (62% Höchstwert). Bildungs-/erlebnis- und weiterfahungsorientierte allgemeine Urlaubsmotive sind vergleichsweise durchschnittlich ausgeprägt (zwischen 38% und 66%) – die allgemeine Motivation, im Urlaub Kontakt zu Einheimischen zu haben, ist mit 31% unterdurchschnittlich.

Sozial gehobene Milieus haben mit insgesamt 63% den höchsten Anteil – besonders Performer.

Asien-Erfahrene hatten zu 42% schon 4 oder mehr Länder/Regionen bereist.

Sie zeigen bei ihren soziodemografischen und Reiseverhaltensmerkmalen kaum Unterschiede zur Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Fernziel-Erfahrenen. Sie sind etwas jünger und beim Urlaubmachen generell stärker an Kontakten mit Einheimischen interessiert (41%). Bildungs-/erlebnis- und weiterfahungsorientierte allgemeine Urlaubsmotive sind durchschnittlich ausgeprägt, ebenso aktuelle Erfahrungen mit Erlebnis-/Entdeckungsreisen, Rundreisen, Kulturreisen und Studienreisen.

Das sozial gehobene Gesamt-Milieu ist mehrheitlich präsent.

Mittel-und Südamerika-Erfahrene waren u.a. zu 20% auch noch in der Karibik, zu 27% in Asien. 41% hatten schon 4 oder mehr Länder/Regionen bereist.

Sie zeigen bei überdurchschnittlichen Anteilen von Personen mit hoher formaler Bildung (62% Höchstwert) sowie Zugehörigkeit zu den oberen sozialen Schichten (58%) auch Höchstwerte bei bildungs-/erlebnis- und weiterfahungsorientierten allgemeinen Urlaubsmotiven (zwischen 47% und 74%) – ebenso bei aktuellen Erfahrungen mit den entsprechenden Urlaubsformen Erlebnis-/Entdeckungsreise (69%), Rundreise (46%), Kulturreise (39%) und Studienreise (18%).

Das sozial gehobene Gesamt-Milieu hat einen mehrheitlichen Anteil. Performer sind weniger vertreten, dafür mehr das hedonistische Milieu.

Karibik-Erfahrene waren u.a. zu 25% auch noch in Asien bzw. zu 15% in Mittel-und Südamerika. 40% hatten schon 4 oder mehr Länder/Regionen bereist.

Sie zeigen bei unterdurchschnittlichen Anteilen von formal höher Gebildeten und solchen, die den oberen sozialen Schichten angehören, auch eine knapp mehrheitliche Präferenz sich im Urlaub auszuruhen und zu faulenzen. Entsprechend überdurchschnittlich fallen aktuelle Erfahrungen mit den Urlaubsformen Badeurlaub/Strandurlaub (88%), All-Inclusive-Urlaub (67%) und Kreuzfahrt auf See (22%) aus; sämtlich Höchstwerte. Bildungs-/erlebnis- und weiterfahungsorientierte allgemeine Urlaubsmotive sind durchschnittlich ausgeprägt (zwischen 34% und 65%), ebenso aktuelle Erfahrungen mit Erlebnis-/Entdeckungsreisen (59%), Rundreisen (35%) und Kulturreisen (24%).

Das sozial gehobene Gesamt-Milieu ist mehrheitlich präsent. Das expeditiv Milieu hat einen geringeren Anteil.

Urlaubsreiseverhalten der Entwicklungsländer-Erfahrenen – Sinus-Milieus

Wie sich das Urlaubsreiseverhalten der Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018 in den Sinus-Milieus darstellt, wird in Grafik 16 deutlich:

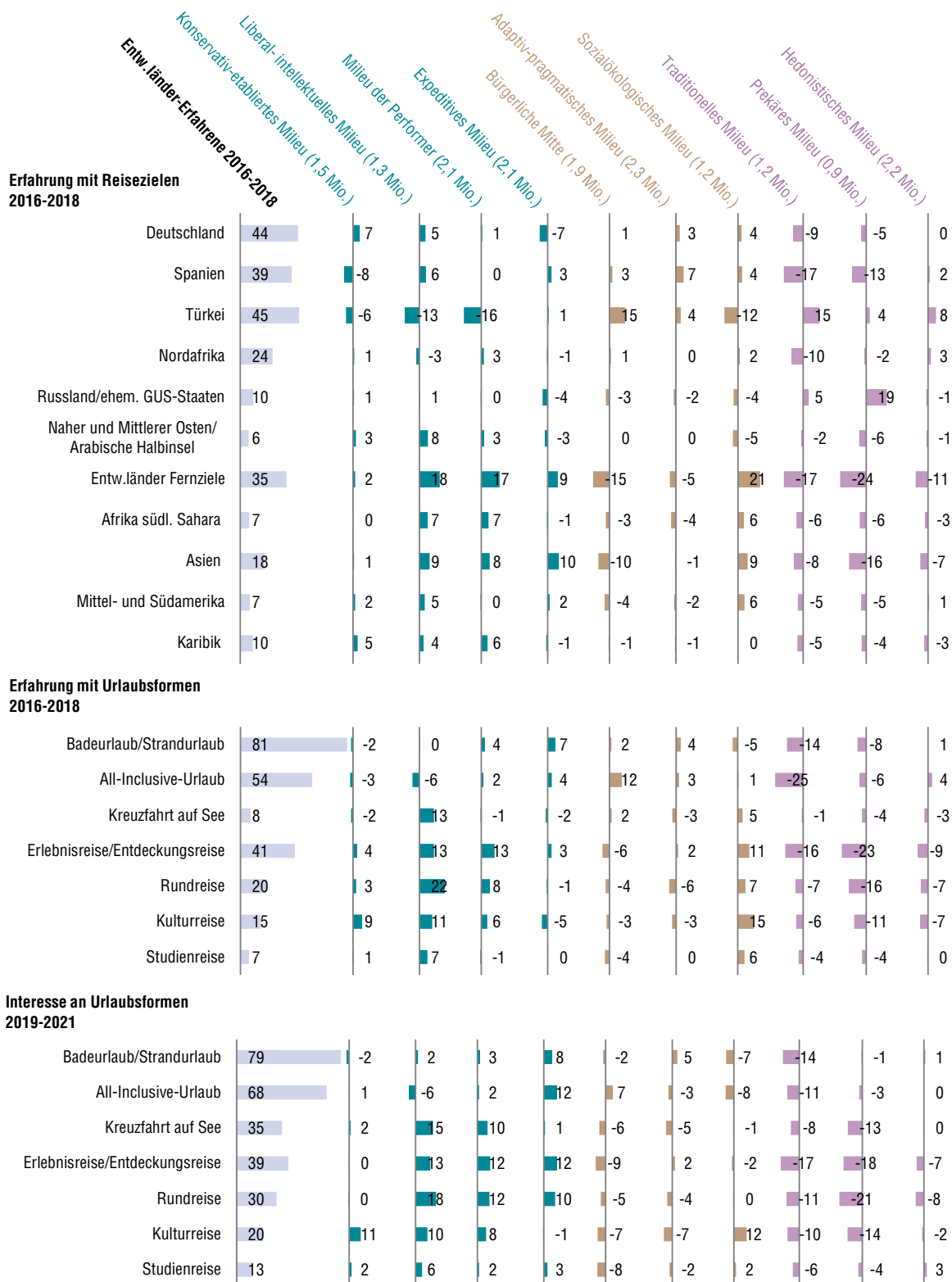
Bei der **aktuellen Erfahrung mit Reisezielen** unterscheidet sich das konservativ-etablierte Milieu als Teil der vier sozial gehobenen Milieus kaum von der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen. Die drei restlichen gehobenen Milieus sowie das sozialökologische Milieu zeigen bei überwiegend unterdurchschnittlicher Präsenz von Urlaubern mit aktueller Türkei-Erfahrung signifikant überdurchschnittliche Anteile von Entwicklungsländer-Fernziel-Erfahrenen (vor allem mit Asien-Erfahrung) – wobei das sozialökologische Milieu insgesamt die höchste Fernziel-Erfahrung aufweist.

Kontrastiv dazu erscheint die Ländererfahrung der bürgerlichen Mitte, des traditionellen und prekären Milieus – z.T. auch des hedonistischen Milieus vor allem hinsichtlich ihrer geringeren Fernzielerfahrung. Das adaptiv pragmatische Milieu unterscheidet sich in Bezug auf die Reiseziel-Erfahrung kaum von der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen.

Aus Platzgründen in Grafik 16 nicht dargestellt: Das liberal-intellektuelle Milieu verfügt über eine stark überdurchschnittliche Gesamterfahrung in Ländern/Regionen des Globalen Südens: 41% hatten bereits 4 oder mehr Entwicklungsländer-/Regionen bereist – darunter 13% 7 oder mehr.



Gr. 16: Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 (16,6 Mio.) im deutschen Urlaubsreisemarkt
Erfahrung mit Reisezielen/Erfahrung mit und Interesse an Urlaubsformen
Sinus-Milieus
Zustimmungsdifferenz zur Gesamtgruppe in Prozentpunkten



Hinweis: zur Beschreibung der Sinus-Milieus siehe Seite 64

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mittenecker, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Auch bei Performern und beim sozialökologischen Milieu liegt die Gesamterfahrung über dem Durchschnitt: Jeweils 24% waren in 4 oder mehr Ländern/Regionen des Globalen Südens. Stark unterdurchschnittlich dagegen ist die Gesamterfahrung beim traditionellen und prekären Milieu: nur jeweils 9% hatten bereits in 4 oder mehr Entwicklungsländer/-Regionen bereist.

Auch bei der **aktuellen Erfahrung mit ausgewählten Urlaubsformen** sowie beim **Interesse an Urlaubsformen** innerhalb der kommenden drei Jahre 2019-2021 zeigen sich Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Sinus-Milieus.

Im sozial gehobenen Milieu der Liberal-Intellektuellen (zum Teil auch bei den Performern) sowie im sozialökologischen Milieu ergeben sich u.a. überdurchschnittliche Erfahrungen mit Erlebnis-/Entdeckungsreisen, Rundreisen, Kulturreisen und Studienreisen.

Kontrastiv dazu stehen mit unterdurchschnittlichen Erfahrungen traditionelles, prekäres und hedonistisches Milieu.

Die obigen Unterschiede bei den Erfahrungen mit Urlaubsreiseformen spiegeln sich weitgehend beim Interesse an diesen wider. Neben den Liberal-Intellektuellen und Performern zeigt auch das expeditiv Milieu ein überdurchschnittliches Interesse an Erlebnis-/Entdeckungsreisen und Rundreisen. Traditionelles und prekäres Milieu und teilweise das hedonistische Milieu sind hier unterdurchschnittlich interessiert – ebenso an Kulturreisen und Studienreisen.

Das konservativ-etablierte Milieu zeigt nur bei Kulturreisen überdurchschnittliche Erfahrung und Interesse. Liberal-Intellektuelle haben überdurchschnittliche Erfahrung und Interesse bei Kreuzfahrten auf See.



2.1 Meinungen zu Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer

In Teil I, Kapitel 2 der vorliegenden Studie wurden bereits exemplarisch Wirkungsbereiche des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer aufgezeigt – die vermittelten Einschätzungen über Vor- und Nachteile, Chancen und Risiken erfolgten eher aus wissenschaftlicher bzw. tourismuskritischer Perspektive.

Nachfolgend wird es vor allem um Meinungen von Urlauberinnen und Urlaubern gehen, die bereits Länder des Globalen Südens bereist haben. Um deren aktuelle Einschätzungen zu ermitteln, hat der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. in der Reiseanalyse 2019 (7.733 mündliche face-to-face Interviews) erneut eine Exklusivfrage geschaltet.³⁹ Dabei wurden 17 Statements zu ausgewählten positiven und negativen Wirkungsaspekten berücksichtigt, deren Formulierung in nachfolgender Übersicht dargestellt ist.

Die Frage lautete:

Es gibt ja unterschiedliche Meinungen über die Wirkungen, die der Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer mit sich bringt. Welchen dieser Aussagen würden Sie zustimmen?

Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer ...

- ... schafft gute Arbeitsplätze für die Einheimischen
- ... bringt dringend benötigte Devisen in diese Länder
- ... führt bei den Einheimischen zu Neidgefühlen gegenüber den reichen Touristen
- ... führt zur Anpassung von Tradition und Brauchtum an die Wünsche der Touristen
- ... fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder
- ... fördert die Erhaltung von Kulturdenkmälern
- ... trägt dazu bei, dass das Geld der Touristen v. a. in die Taschen von wohlhabenden Einheimischen fließt
- ... führt auch zu Prostitution von Frauen und Kindern in diesen Ländern
- ... erhöht langfristig die wirtschaftliche und politische Stabilität dieser Länder
- ... leistet einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung
- ... führt dazu, dass hauptsächlich die Reiseveranstalter/Reisebüros hier bei uns profitieren
- ... belastet oder zerstört die natürliche Umwelt in diesen Ländern (z.B. Verbauung von Küsten, hoher Wasserverbrauch und Müll)
- ... gibt Einheimischen die Chance, Urlauber über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren
- ... trägt durch Deviseneinnahmen aus dem Tourismus auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen bei
- ... bietet der ortsansässigen Bevölkerung zu wenig Möglichkeiten, an Entscheidungen über touristische Entwicklungen mitzuwirken
- ... ermöglicht es Urlaubern, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern
- ... fördert bei Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland

Zur Erleichterung der Lesbarkeit werden später im Text sowie in Tabellen und Grafiken z.T. Kurzformen der Statements verwendet.

³⁹ Bereits zwischen 1980 und 1999 waren Reiseveranstalter in Deutschland (zum Teil auch ausländische Tourist Boards) mehrfach schriftlich mit offenen Fragen nach ihren Einschätzungen zu positiven und negativen Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungsländern befragt worden. Die Ergebnisse legten es nahe, unter Nutzung der Befunde auch die Einschätzungen der Entwicklungsländer-Reisenden einzuholen. Vor diesem Hintergrund hatte der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. eine aus 12 Items bestehende Statement-Batterie entwickelt, die erstmals im Januar 2002 in Form einer Exklusivfrage in der Reiseanalyse eingesetzt wurde. Im Januar 2012 folgte ein auf 14 Statements erweiterter Einsatz. Vgl. Aderhold, P. / A. Kösterke / D. von Laßberg / A. Vielhaber (2006) a.a.O. Seite 100ff – Vgl. Aderhold, P. / A. Kösterke / D. von Laßberg / B. Steck / A. Vielhaber (2013) a.a.O. Seite 77ff. 2019 wurden drei weitere Statements berücksichtigt.

Vorbemerkung:

Da die Befragten bei den Einzelstatements nur die Möglichkeit der Zustimmung hatten, bedeutet ein Verzicht darauf nicht gleichzeitig die explizite Ablehnung der jeweiligen inhaltlichen Aussage. Man kann auf eine Zustimmung auch verzichten, wenn:

- man sich zu einem Wirkungsaspekt noch keine Gedanken gemacht bzw. keine Meinung gebildet hat
- der Aspekt komplex ist und zu fern von der bisherigen eigenen Urlaubssituation, um persönlich (oder mit Hilfe Dritter) wahrgenommen, überprüfbar und bewertbar zu sein
- man Probleme hat, eine Wirkung pauschal für alle Entwicklungs- und Schwellenländer zu bewerten.

So hatte eine im Januar 2012 erfolgte Abfrage unter Verwendung einer fünfstufigen Antwortskala, in der u.a. die Position „unentschieden“ enthalten war, ergeben, dass diese von durchschnittlich einem Drittel der Urlauber mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung 2009-2011 genutzt wurde. Von der Möglichkeit der expliziten Nichtzustimmung zu einzelnen Statements machte durchschnittlich ein Viertel Gebrauch.⁴⁰

2.1.1 Meinungen von Entwicklungsländer-Erfahrenen und -Unerfahrenen

Tabelle 20 zeigt, dass sowohl in der Gesamtbevölkerung als auch in den vier Vergleichsgruppen lediglich die beiden Aspekte „schafft gute Arbeitsplätze“ und „bringt dringend benötigte Devisen in diese Länder“ eine mehrheitliche Zustimmung erfahren.⁴¹

Personen, die bereits über Urlaubsreiseerfahrung in Entwicklungs- oder Schwellenländern verfügen (Entwicklungsländer-Erfahrene), stimmen nahezu allen positiven Wirkungsaspekten von Tourismus häufiger zu als jene, die noch nie Länder des Globalen Südens bereist haben (siehe Spalten 2 und 3). Bei den negativen Wirkungen sind die Zustimmungswerte in beiden Gruppen weitgehend ähnlich. Lediglich bei den Statements „führt zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Touristen“ und „trägt durch Deviseneinnahmen aus dem Tourismus auch zur Stabilisierung von Unrechtsregimen bei“ teilen Entwicklungsländer-Erfahrene häufiger diese Einschätzung.

Personen mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung (2016-2018) stimmen bei zwei positiven Wirkungsaspekten häufiger zu als jene, die in früheren Jahren (zuletzt vor 2016) Länder des Globalen Südens bereist haben – bei drei negativen Aspekten fällt die Zustimmung geringer aus (siehe Spalten 4 und 5).

Die Meinung, dass der Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer bei den Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland fördert, findet in allen hier dargestellten Vergleichsgruppen eine extrem niedrige Zustimmung.

40 Vgl. Aderhold, P. / A. Kösterke / D. von Laßberg / B. Steck / A. Vielhaber (2013): a.a.O. Seite 77ff.

41 Dies dürfte vor allem darin begründet sein, dass Entwicklungsländer-erfahrene Urlauber hierzu am ehesten persönliche Erfahrungen machen können: Man trägt durch seine Ausgaben für den Urlaubsaufenthalt persönlich dazu bei, dass Devisen ins Land kommen und kann im Urlaub Einheimische wahrnehmen oder mit ihnen in Kontakt kommen, die im Tourismussektor einen Arbeitsplatz gefunden haben. Für Entwicklungsländer-Unerfahrene dürften die beiden Wirkungsaspekte auch ohne persönliche Erfahrungen am ehesten vorstellbar sein.



Tab. 20: Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer (Bevölkerung ab 14 Jahre)

	Bevölkerung	Entw.länder- Unerfahrene	Entw.länder- Erfahrene	Entw.-länder Erfahrene zuletzt vor 2016	Entw.länder- Erfahrene 2016-2018
Mio.	70,5	34,0	36,5	19,9	16,6
Zustimmung	%	%	%	%	%
Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer...					
Positive Aspekte					
...schafft gute Arbeitsplätze für die Einheimischen	67	63	71	69	73
...bringt dringend benötigte Devisen in diese Länder	64	60	67	66	67
...ermöglicht es Urlaubern, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern	38	34	42	39	46
...leistet einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung	41	38	43	42	45
...erhöht langfristig die wirtschaftliche und politische Stabilität dieser Länder	38	34	43	42	44
...fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder	37	33	40	38	42
...fördert die Erhaltung von Kulturdenkmälern	36	30	41	41	41
...gibt Einh. die Chance, Urlauber über die polit., wirtsch. und soz. Realität in ihrem Land zu informieren	27	23	31	29	34
...fördert bei Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland	17	17	17	18	17
Negative Aspekte					
...belastet oder zerstört die natürliche Umwelt in diesen Ländern (z.B. Verbauung von Küsten, hoher Wasserverbrauch und Müll)	40	41	40	42	37
...führt zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Touristen	30	27	33	33	32
...trägt durch Deviseneinnahmen aus dem Tourismus auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen bei	29	26	31	33	29
...führt auch zu Prostitution von Frauen und Kindern in diesen Ländern	31	31	30	32	29
...bietet der ortsansässigen Bev. zu wenig Mögl., an Entsch. über tourist. Entwicklungen mitzuwirken	29	28	31	33	28
...führt bei den Einheimischen zu Neidgefühlen gegenüber den reichen Touristen	28	28	27	28	26
...trägt dazu bei, dass das Geld der Touristen v.a. in die Taschen von wohlhabenden Einheimischen fließt	27	28	26	27	25
...führt dazu, dass hauptsächlich die Reiseveranstalter/ Reisebüros hier bei uns profitieren	25	26	24	27	19
		<p>● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Unerfahrenen</p> <p>● Zustimmung 10 oder mehr PP höher</p>		<p>● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Erfahrenen zuletzt vor 2016</p> <p>● Zustimmung 5-9 PP niedriger</p>	

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

2.1.2 Meinungen von Urlaubern mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung 2016-2018

Im Folgenden liegt der Fokus auf Urlauberinnen und Urlaubern, die zum Befragungszeitpunkt (Januar 2019) über Reiseerfahrungen in Ländern des Globalen Südens während der letzten drei Jahre verfügten (16,6 Mio.). Siehe Grafik 17.

Meinungen zu positiven Wirkungen:

- Urlauberinnen und Urlauber sehen in hohem Maße eine tourismusbedingte Schaffung guter Arbeitsplätze für die Einheimischen in Entwicklungs- und Schwellenländern (73%) sowie die Erbringung dringend benötigter Devisen (67%).
- Zu gut zwei Fünfteln teilen sie die Auffassungen, dass der Urlaubstourismus in den Ländern des Globalen Südens einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung leistet und langfristig die wirtschaftliche und politische Stabilität der Länder erhöht. Ebenfalls gut zwei Fünftel sind der Meinung, dass der Tourismus bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder fördert und den Urlauber:innen ermöglicht, sich zu Hause differenzierter über Land und Leute zu äußern. Gesehen wird auch die Förderung des Erhalts von Kulturdenkmälern.
- Ein Drittel ist der Meinung, dass Einheimische die Chance haben, Urlauber über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren.
- Nur wenige teilen die Ansicht, dass bei den Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland gefördert wird (17%).

Meinungen zu negativen Wirkungen:

- Fast zwei Fünftel sind der Meinung, dass der Urlaubstourismus die natürliche Umwelt in den Zielländern des Globalen Südens belastet oder zerstört.
- Ein Viertel bis fast ein Drittel teilen die Auffassungen, dass Deviseneinnahmen auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen beitragen, vor allem wohlhabende Einheimische profitieren, Neid gegenüber den Tourist:innen entsteht, der Tourismus auch zu Prostitution von Frauen und Kindern führt sowie zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum und dass die ortsansässige Bevölkerung zu wenig Möglichkeiten hat, an Entscheidungen über die touristische Entwicklung mitzuwirken.
- Fast ein Fünftel ist der Meinung, dass hauptsächlich Reiseveranstalter/Reisebüros hier bei uns am Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer profitieren.

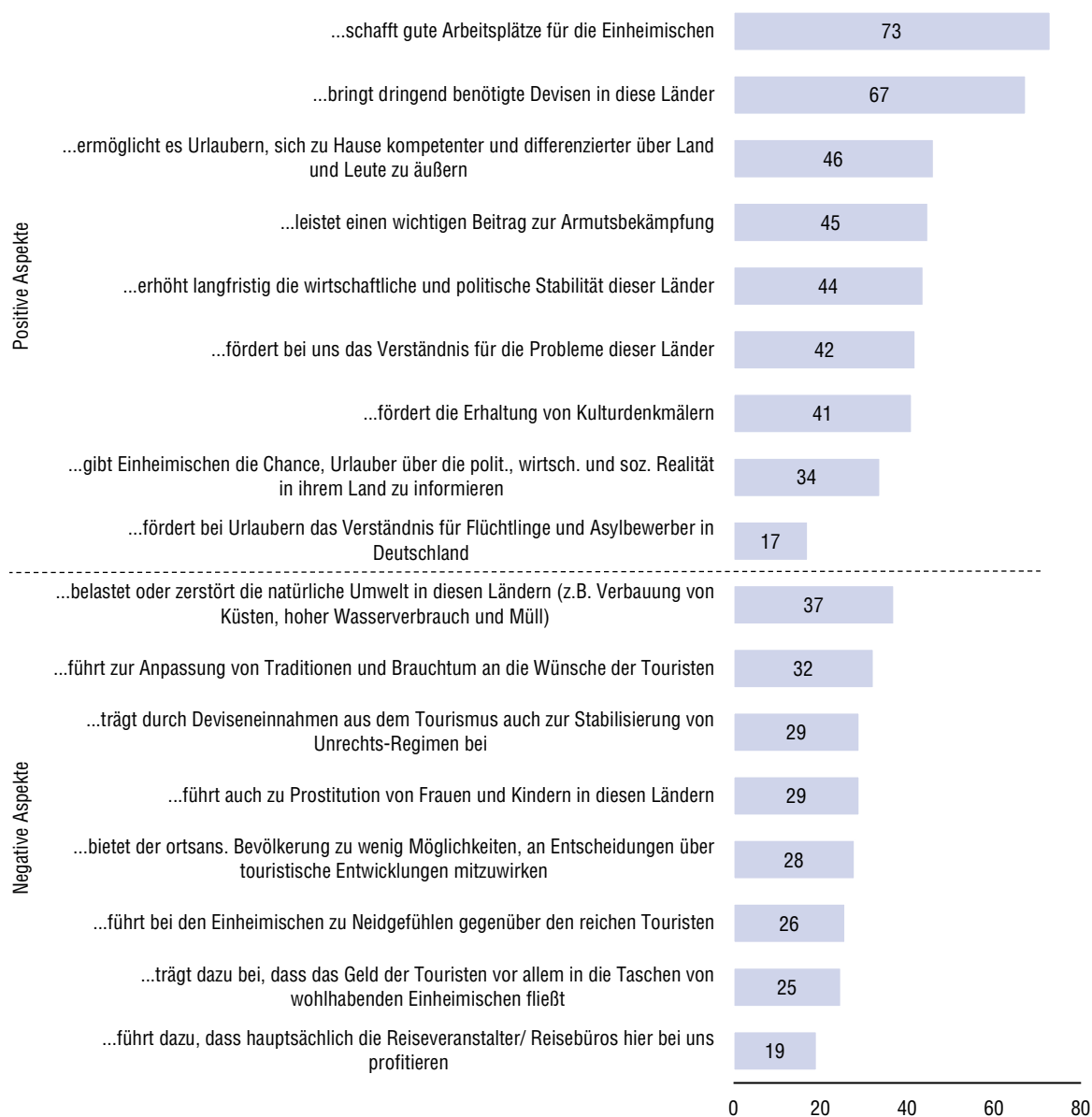


Gr. 17: Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer

Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 (16,6 Mio.)

Zustimmung in %

Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer...



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

In Tabelle 21 ist für ausgewählte positive und negative Aussagen die gleichzeitige Zustimmung zu anderen Aussagen dargestellt.

Auf diese Weise wird zum Beispiel deutlich, dass Entwicklungsländer-Erfahrene, die der Meinung sind, dass der Tourismus **dringend benötigte Devisen** für die Länder bringt (11,2 Mio.), die Wirkung der Deviseneinnahmen zum Teil relativieren: Ein Drittel von ihnen ist der Auffassung, dass Deviseneinnahmen auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen beitragen, gut ein Viertel meint, dass vor allem wohlhabende Einheimische profitieren.

Entwicklungsländer-Erfahrene, die der Meinung sind, dass der Urlaubstourismus in den Zielländern auch zur **Prostitution von Frauen und Kindern** führt (4,8 Mio.), teilen häufiger auch andere tourismuskritische Auffassungen: zum Beispiel, dass Tourismus die natürliche Umwelt in den Ländern des Globalen Südens belastet oder zerstört (64% Höchstwert), dass vor allem wohlhabende Einheimische vom Tourismus profitieren (48% Höchstwert) und dass der Tourismus zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen beiträgt (46% Höchstwert).

Entwicklungsländer-Erfahrene, die meinen, dass der Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer bei uns das **Verständnis für die Probleme dieser Länder fördert** (7,0 Mio.), gehen in hohem Maße davon aus, dass den Reisenden ermöglicht wird, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern (65%). Die Auffassung, dass bei Urlaubern auch das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland gefördert wird, findet eine überdurchschnittliche Zustimmung (31% Höchstwert). Den übrigen positiven Wirkungsaspekten des Tourismus wird mehrheitlich zugestimmt.

Entwicklungsländer-Erfahrene, die der Auffassung sind, dass der Tourismus in diese Länder bei Reisenden auch das **Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber** in Deutschland fördert (2,9 Mio.), gehen in sehr hohem Maße von weiteren verständnisfördernden Wirkungen aus: „fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder“ (77% Höchstwert) bzw. „ermöglicht es Urlaubern, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern“ (81% Höchstwert). Auch die anderen positiven Wirkungsaspekte des Tourismus finden hohe Zustimmung.

Tab. 21: Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer
Wechselseitige Zustimmung zu ausgewählten Aussagen

		Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018			
		Zustimmung in %			
		Statement-Auswahl			
	gesamt	bringt dringend benötigte Devisen in diese Länder	führt auch zu Prostitution von Frauen und Kindern in diesen Ländern	fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder	fördert bei Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland
Mio.	16,6	11,2	4,8	7,0	2,9
Zustimmung	%	%	%	%	%
Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer ...					
Positive Aspekte (Auswahl)					
...schafft gute Arbeitsplätze für die Einheimischen	73	80	70	79	84
...bringt dringend benötigte Devisen in diese Länder	67	100	77	75	78
...ermöglicht es Urlaubern, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern	46	53	49	65	81
...leistet einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung	45	53	49	56	68
...erhöht langfristig die wirtschaftliche und politische Stabilität dieser Länder	44	52	39	54	56
...fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder	42	47	44	100	77
...fördert bei Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland	17	20	19	31	100
Negative Aspekte (Auswahl)					
...belastet oder zerstört die natürliche Umwelt in diesen Ländern	37	40	64	45	46
...trägt durch Deviseneinnahmen aus dem Tourismus auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen bei	29	33	46	35	40
...führt auch zu Prostitution von Frauen und Kindern in diesen Ländern	29	33	100	31	32
...trägt dazu bei, dass das Geld der Touristen vor allem in die Taschen von wohlhabenden Einheimischen fließt	25	27	48	23	24

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.



2.1.2.1 Meinungen nach ausgewählten soziodemografischen Merkmalen und Sinus-Milieus

Eine Detailanalyse zeigte, dass sich bei Entwicklungsländer-Erfahrenen unter zusätzlicher Berücksichtigung von **Alter** und **Schulbildung** nur bei wenigen Statements signifikante Unterschiede im Antwortverhalten ergeben (siehe Tabelle 22).

So teilen etwa junge Leute (14-29 Jahre) überdurchschnittlich die Auffassung, dass tourismusbedingte Deviseneinnahmen in Entwicklungs- und Schwellenländern auch zur Stärkung von Unrechts-Regimen beitragen. Ältere ab 70 Jahren sehen häufiger die dringend benötigten Deviseneinnahmen und die Förderung des Erhalts von Kulturdenkmälern – aber weniger die Belastung/Zerstörung der natürlichen Umwelt in den Zielländern sowie die Förderung des Verständnisses für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland.

Formal höher Gebildete mit Abitur/(Fach-)Hochschulreife teilen überdurchschnittlich die Meinung, dass der Urlaubstourismus in den Ländern des Globalen Südens bei Urlauber:innen eine kompetentere und differenziertere Meinungsbildung über Land und Leute ermöglicht, den Erhalt von Kulturdenkmälern fördert, aber die dortige natürliche Umwelt belastet oder zerstört. Reisende mit Hauptschulabschluss (mit/ohne abgeschlossene/r Berufsausbildung) teilen letztere Auffassungen unterdurchschnittlich.

**Tab. 22: Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer
Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 nach Alter und Schulbildung**

	gesamt	Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018			
		14-29 Jahre	30-49 Jahre	50-69 Jahre	70 Jahre +
Mio.	16,6	4,0	5,8	5,3	1,6
Zustimmung	%	%	%	%	%
Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer ...					
Positive Aspekte (Auswahl)					
...bringt dringend benötigte Devisen in diese Länder	67	60	68	70	75
...fördert die Erhaltung von Kulturdenkmälern	41	40	38	43	50
...fördert bei Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland	17	18	17	19	10
Negative Aspekte (Auswahl)					
...belastet oder zerstört die natürliche Umwelt in diesen Ländern	37	41	34	40	28
...trägt durch Deviseneinnahmen aus dem Tourismus auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen bei	29	34	28	29	26

	gesamt	Schulbildung		
		Hauptschule mit/ ohne abgeschl. Berufsausbildung	Mittlere Reife/ weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/(Fach)- Hochschulreife
Mio.	16,6	4,2	5,6	6,8
Zustimmung	%	%	%	%
Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer ...				
Positive Aspekte (Auswahl)				
...ermöglicht es Urlaubern, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern	46	44	42	51
...fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder	42	37	41	46
...fördert die Erhaltung von Kulturdenkmälern	41	33	39	48
Negative Aspekte (Auswahl)				
...belastet oder zerstört die natürliche Umwelt in diesen Ländern	37	32	34	43

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Bei den Sinus-Milieus zeigt sich u.a. Folgendes (siehe Grafik 18):

Meinungen zu positiven Wirkungen:

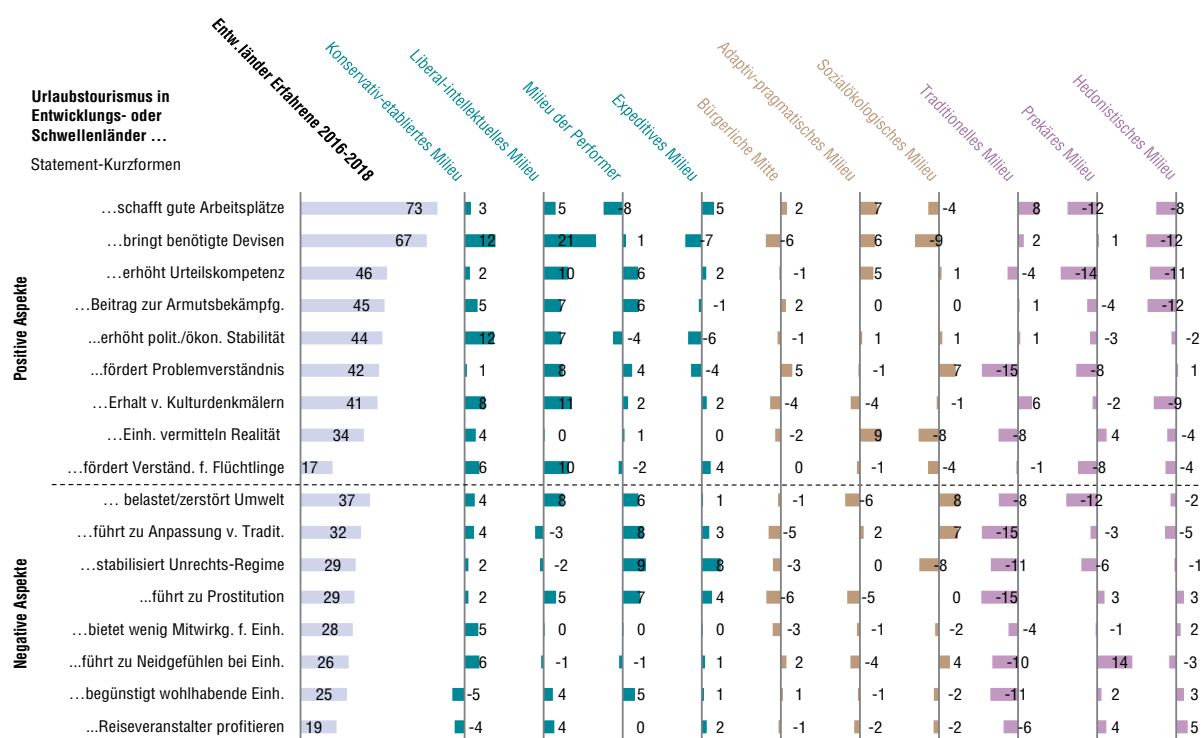
Im Vergleich zur Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen sieht das **liberal-intellektuelle Milieu** die positiven Wirkungen des Tourismus durchweg stärker – das gilt in teilweise abgeschwächter Form auch für das **konservativ-etablierte Milieu**. Am deutlichsten wird dies bei den Statements „bringt dringend benötigte Devisen in diese Länder“, „fördert die Erhaltung von Kulturdenkmälern“ und „fördert bei Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland“. Auch im **adaptiv-pragmatischen Milieu** finden einige Meinungen zu positiven Wirkungen stärkere Zustimmung.

Deutlich weniger werden einzelne Meinungen zu positiven Wirkungen des Tourismus vom **hedonistischen, prekären und traditionellen Milieu** (mit ihrer vergleichsweise geringen Erfahrung mit Fernzielen und Erlebnisreisen) geteilt. Im **traditionellen Milieu** findet die Auffassung, der Tourismus fördere bei uns das Verständnis für die Probleme der Entwicklungs- und Schwellenländer am wenigsten Zustimmung – im **prekären Milieu** ist es die Meinung, dass der Tourismus den Reisenden ermöglicht, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern.

Meinungen zu negativen Wirkungen:

Im **Milieu der Performer** werden Meinungen zu negativen Wirkungen des Tourismus häufiger geteilt. Das **traditionelle Milieu** hingegen stimmt hier deutlich weniger zu – insbesondere den Statements „führt zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Touristen“ und „führt auch zu Prostitution von Frauen und Kindern in diesen Ländern“. Das **prekäre Milieu** sieht häufiger bei Einheimischen Neidgefühle gegenüber Tourist:innen – und deutlich weniger Belastung oder Zerstörung der natürlichen Umwelt.

Gr. 18: Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer
Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 (16,6 Mio.) – Sinus-Milieus
Zustimmungsdifferenz zur Gesamtgruppe in Prozentpunkten



Hinweis: zur Beschreibung der Sinus-Milieus siehe Seite 64

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.



2.1.2.2 Meinungen nach ausgewählten praktizierten Urlaubsformen

Grafik 19 zeigt das Antwortverhalten von Personen, die 2016-2018 Reisen in Entwicklungs- oder Schwellenländer unternommen haben und im selben Zeitraum (wo auch immer⁴²) Studienreisen, All-Inclusive-Reisen bzw. Kreuzfahrten. Die drei Vergleichsgruppen sind bezüglich ihrer jeweiligen aktuellen Erfahrung mit einer bestimmten Urlaubsform nicht homogen. Insofern ergeben sich Erfahrungs-Überlappungen:

So verfügen beispielsweise 40% der Studienreise-Erfahrenen auch über aktuelle All-Inclusive-Erfahrung und 14% über Kreuzfahrt-Erfahrung – umgekehrt haben All-Inclusive-Erfahrene nur zu 5% Studienreise-Erfahrung und zu 9% Kreuzfahrt-Erfahrung – 12% der Kreuzfahrt-Erfahrenen haben Studienreise-Erfahrung und 62% All-Inclusive-Erfahrung (tabellarisch nicht dargestellt).

Bei den **Studienreise-Erfahrenen** (1,1 Mio.) sind im Vergleich zu den beiden Vergleichsgruppen signifikant höhere Zustimmungen zu fast allen abgefragten Statements erkennbar – besonders extrem bei den Statements „fördert die Erhaltung von Kulturdenkmälern“ (+30 PP bzw. +19 PP), „fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder“ (+21 bzw. +16 PP), „ermöglicht Urlaubern, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern“ (+20 bzw. +18 PP) und „führt zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Touristen“ (+20 PP bzw. +13 PP).

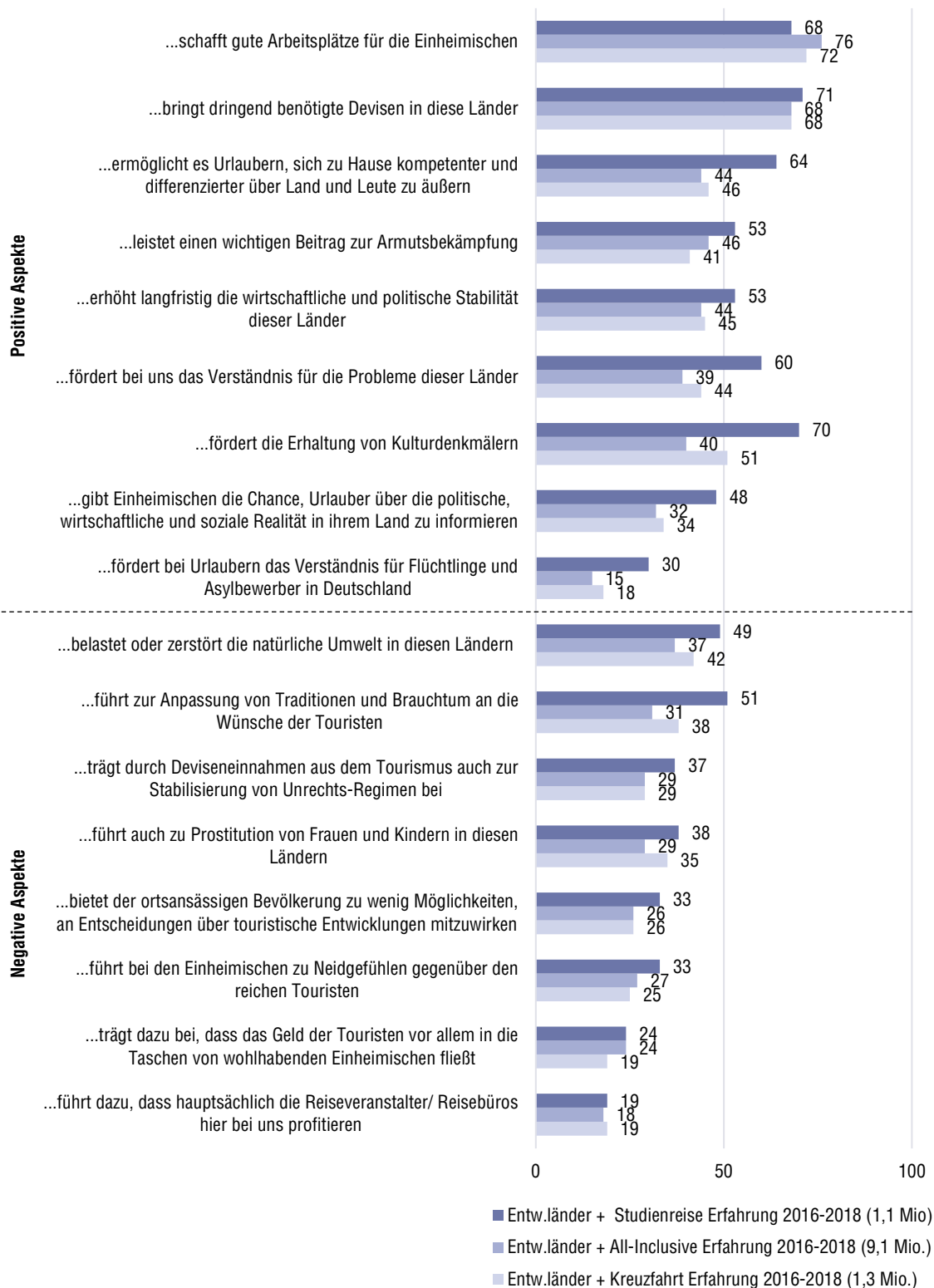
All-Inclusive-Erfahrene (9,1 Mio.) und **Kreuzfahrt-Erfahrene** (1,3 Mio.) unterscheiden sich in ihrem Antwortverhalten nur bei wenigen Statements signifikant – am deutlichsten bei „fördert die Erhaltung von Kulturdenkmälern“. Hier stimmen die Kreuzfahrt-Erfahrenen deutlich häufiger zu (+11 PP).

Kaum Meinungsunterschiede bestehen zwischen den drei Gruppen hinsichtlich der Schaffung guter Arbeitsplätze für die Einheimischen und der Einnahme dringend benötigter Devisen – ebenso bei den Aussagen, dass vor allem wohlhabende Einheimische und Reiseunternehmen hier bei uns profitieren.

42 Die Erfahrung mit Reisezielen bzw. Urlaubsformen wird in der Reiseanalyse getrennt erhoben und steht in keinem Zusammenhang.

Gr. 19: Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer
Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018
mit Studienreise- bzw. All-Inclusive- bzw. Kreuzfahrt-Erfahrung 2016-2018
Zustimmung in %

Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer...



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.



2.1.2.3 Meinungen nach bereisten Destinationen/Regionen

Nachfolgend werden die Einschätzungen von Urlauber:innen mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung unter Berücksichtigung der im Zeitraum 2016-2018 bereisten Destinationen/Regionen betrachtet. Inwieweit die Einschätzungen auf aktuell gemachten Erfahrungen in der jeweiligen Urlaubsregion basieren, muss offen bleiben.⁴³ Dasselbe gilt für mögliche andere Ursachen von Unterschieden im Antwortverhalten der Zielgruppen.

Bei ihren Meinungen zu Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer zeigen Personen mit aktueller **Türkei-Erfahrung** hauptsächlich bei einigen negativen Statements unterdurchschnittliche Zustimmung (siehe Tabelle 23).

Hinweis: Nach interner Herausrechnung der Türkei-Erfahrenen 2016-2018 mit türkischem Migrationshintergrund aus der in Tabelle 23 dargestellten Gesamtgruppe „Türkei“ zeigen sich bei letzterer keine signifikanten Veränderungen des Antwortverhaltens.

Nordafrika-Erfahrene entsprechen in ihrem Antwortverhalten weitgehend dem der Gesamtgruppe.

Russland-/Zentralasien-Erfahrene teilen weniger häufig die Auffassung, dass Tourismus gute Arbeitsplätze für die Einheimischen schafft bzw. langfristig die wirtschaftliche und politische Stabilität der Entwicklungs- und Schwellenländer erhöht. Tourismusbedingte Umweltbelastungen und Prostitution werden weniger gesehen.

Personen mit aktueller Urlaubsreise-Erfahrung im **Nahen und Mittleren Osten/Arabische Halbinsel** bzw. **Entwicklungsländer-Fernziel-Erfahrene** stimmen demgegenüber zahlreichen positiven und negativen Wirkungen des Tourismus häufiger überdurchschnittlich zu – einerseits u.a. bei der Erbringung dringend benötigter Deviseneinnahmen und dem wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung – andererseits sehen sie vor allem die Belastung/Zerstörung der natürlichen Umwelt sowie Neidgefühle bei Einheimischen.

Eine Differenzierung der Fernziel-Erfahrenen 2016-2018 nach bereisten Regionen ergibt nur teilweise deutliche Unterschiede im Antwortverhalten (siehe Tabelle 24).

Reisende mit aktueller Urlaubserfahrung in **Afrika südlich der Sahara** und in **Asien** unterscheiden sich im Antwortverhalten kaum von der Gesamtgruppe der Fernziel-Erfahrenen.

Aktuelle **Mittel- und Südamerika-Erfahrene** sind stark überdurchschnittlich der Meinung, dass Tourismus die Erhaltung von Kulturdenkmälern fördert. Signifikant weniger teilen sie die Auffassung, dass der Tourismus zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Tourist:innen beiträgt. Im Übrigen stimmen sie häufiger den Meinungen zu, dass Urlaubern ermöglicht wird, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern bzw. dass der Tourismus den Einheimischen die Chance gibt, Urlauber über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren. Prostitution von Frauen und Kindern sowie Neidgefühle der Einheimischen gegenüber reichen Tourist:innen werden weniger häufig als Wirkungen des Tourismus gesehen – ebenso die Leistung eines wichtigen Beitrags zur Armutsbekämpfung.



Aktuelle **Karibik-Erfahrene** stimmen den meisten abgefragten Aspekten weniger zu. Sie vertreten aber häufiger die Meinung, dass der Tourismus gute Arbeitsplätze für die Einheimischen schafft und langfristig die wirtschaftliche und politische Stabilität dieser Länder erhöht. Karibik-Erfahrene sind zurückhaltender in Bezug auf die Möglichkeit einer differenzierten Meinungsbildung über Land und Leute auf Seiten der Reisenden und einer Förderung des Verständnisses für die Probleme der Entwicklungs- und Schwellenländer bei uns. Möglicherweise erklärt sich dies daraus, dass in der Karibik durch die stärkere Konzentration des Angebotes auf All-Inclusive-Anlagen und Kreuzfahrten intensivere persönliche Erfahrungen mit Land und Leuten eingeschränkt sind.⁴⁴


43 So haben z.B. 15% der Türkei-Erfahrenen im Zeitraum 2016-2018 u.a. auch noch nordafrikanische Destinationen bereist, 9% waren auch in fernen Entwicklungsländern. Daher ist die Quersumme der absoluten Zahl der jeweiligen Länder-/Regionen-Erfahrenen mit 20,0 Mio. größer als die Gesamtgruppe (EL-Gesamt 16,6 Mio.). Das gilt auch für Tabelle 24: Dort waren z.B. von den Karibik-Erfahrenen im Zeitraum 2016-2018 u.a. 25% auch noch in asiatischen Destinationen, 15% waren auch in Mittel-/Südamerika (siehe Tabelle 17, Seite 98).

44 67% der Karibik-Erfahrenen haben im Zeitraum 2016-2018 All-Inclusive-Urlaub gemacht, 22% eine Kreuzfahrt auf See, 11% Club-Urlaub.

**Tab. 23: Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer
Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 nach bereister Destination/Region**

		Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018				
	gesamt	Türkei	Nordafrika	Russland/Zentral- asien	Naher und Mittlerer Osten/Arabische Halbinsel	Entw.länder Fernziele
Mio.	16,6	7,4	4,1	1,6	1,1	5,8
Zustimmung	%	%	%	%	%	%
Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer ...						
Positive Aspekte						
...schafft gute Arbeitsplätze für die Einheimischen	73	74	73	67	79	71
...bringt dringend benötigte Devisen in diese Länder	67	65	66	64	79	72
...ermöglicht es Urlaubern, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern	46	41	45	47	44	51
...leistet einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung	45	41	43	52	55	49
...erhöht langfristig die wirtschaftliche und politische Stabilität dieser Länder	44	44	42	38	51	46
...fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder	42	39	40	43	47	47
...fördert die Erhaltung von Kulturdenkmälern	41	38	39	50	46	48
...gibt Einheimischen die Chance, Urlauber über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren	34	30	33	36	37	36
...fördert bei Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland	17	15	13	22	25	19
Negative Aspekte						
...belastet oder zerstört die natürliche Umwelt in diesen Ländern	37	31	35	32	43	48
...führt zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Touristen	32	29	26	32	36	38
...trägt durch Deviseneinnahmen aus dem Tourismus auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen bei	29	29	25	29	30	33
...führt auch zu Prostitution von Frauen und Kindern in diesen Ländern	29	24	27	23	29	37
...bietet der ortsansässigen Bevölkerung zu wenig Möglichkeiten, an Entscheidungen über touristische Entwicklungen mitzuwirken	28	25	25	25	34	32
...führt bei den Einheimischen zu Neidgefühlen gegenüber den reichen Touristen	26	23	24	26	36	29
...trägt dazu bei, dass das Geld der Touristen vor allem in die Taschen von wohlhabenden Einheimischen fließt	25	20	25	23	22	31
...führt dazu, dass hauptsächlich die Reiseveranstalter/ Reisebüros hier bei uns profitieren	19	18	20	15	15	20

-  Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe
 Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

-  Zustimmung 10 oder mehr PP höher

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.



**Tab. 24: Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer
Entwicklungsländer-Fernziel-Erfahrene 2016-2018 nach bereisten Regionen**

	Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018				
	Entw.länder Fernziele	Afrika südl. Sahara	Asien	Mittel- und Südamerika	Karibik
Mio.	5,8	1,1	3,0	1,2	1,6
Zustimmung	%	%	%	%	%
Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer ...					
Positive Aspekte					
...schafft gute Arbeitsplätze für die Einheimischen	71	68	75	68	76
...bringt dringend benötigte Devisen in diese Länder	72	73	70	73	72
...ermöglicht es Urlaubern, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern	51	51	52	59	46
...leistet einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung	49	46	52	43	48
...erhöht langfristig die wirtschaftliche und politische Stabilität dieser Länder	46	42	46	44	51
...fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder	47	45	49	49	41
...fördert die Erhaltung von Kulturdenkmälern	48	49	49	59	41
...gibt Einheimischen die Chance, Urlauber über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren	36	38	38	41	35
...fördert bei Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland	19	21	22	17	18
Negative Aspekte					
...belastet oder zerstört die natürliche Umwelt in diesen Ländern (z. B. Verbauung von Küsten, hoher Wasserverbrauch und Müll)	48	55	49	44	42
...führt zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Touristen	38	41	41	28	34
...trägt durch Deviseneinnahmen aus dem Tourismus auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen bei	33	34	32	30	31
...führt auch zu Prostitution von Frauen und Kindern in diesen Ländern	37	39	41	31	31
...bietet der ortsansässigen Bevölkerung zu wenig Möglichkeiten, an Entscheidungen über touristische Entwicklungen mitzuwirken	32	36	34	28	29
...führt bei den Einheimischen zu Neidgefühlen gegenüber den reichen Touristen	29	25	31	22	31
...trägt dazu bei, dass das Geld der Touristen vor allem in die Taschen von wohlhabenden Einheimischen fließt	31	34	33	27	26
...führt dazu, dass hauptsächlich die Reiseveranstalter/ Reisebüros hier bei uns profitieren	20	25	17	21	22

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Fernzie-Erfahrenne

● Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder-Fernziel-Erfahrenen

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher

● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

2.1.2.4 Meinungen nach Anzahl bisher bereister Destinationen/Regionen

Vorbemerkung:

Ob Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer zu einer differenzierten Einschätzung der Wirkungen des Tourismus auf Destinationen und Reisende führen, ist pauschal nicht zu beantworten. Das Ergebnis hängt im Einzelfall von der Ausprägung der persönlichen Reiseerfahrung ab – also von der Gesamtheit aller Erfahrungen, die man bisher im Zusammenhang mit realisierter Urlaubsreisetätigkeit in den Ländern des Globalen Südens gemacht bzw. gewonnen hat. Sie ist u.a. abhängig von der Anzahl bisher bereister Destinationen, von der Häufigkeit, mit der sie besucht wurden, von der dort verbrachten Zeit und vom Stellenwert zugrunde liegender Urlaubsmotive und -erwartungen, praktizierter Urlaubsformen und Urlaubsaktivitäten.

Eine Totalerfassung dieser Reiseerfahrungs-Merkmale und deren Operationalisierung zu einem Faktor „Entwicklungsländer-Reiseerfahrung“ würde erhebungstechnisch und methodisch auf große Probleme stoßen. Deshalb beschränkt man sich in der Regel auf die Verwendung von Einzelmerkmalen innerhalb eines definierten Zeitraums (letzte drei Jahre) – z.B. nach bereisten Destinationen oder praktizierten Urlaubsformen.

Auf Basis der im Januar 2019 durch eine Studienkreis-Exklusivfrage (im Rahmen der Reiseanalyse) ermittelten gesamten bisherigen Destinations-/Regional-Erfahrung in Ländern des Globalen Südens (siehe Kapitel 1.7, Seite 86) konnte nun erstmals untersucht werden, ob sich bei Berücksichtigung der Zahl bisher bereister Destinationen/Regionen Unterschiede in den Einschätzungen von Wirkungen des Tourismus zeigen. In Tabelle 20 war lediglich deutlich geworden, dass sich Entwicklungsländer-Erfahrene als Gesamtgruppe gegenüber Entwicklungsländer-Unerfahrenen unterscheiden: Sie hatten nahezu allen positiven Wirkungsaspekten häufiger zugestimmt – aber auch den Einschätzungen, dass Tourismus zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Tourist:innen führt und dazu beiträgt, durch tourismusbedingte Deviseneinnahmen auch Unrechtsregime zu stabilisieren.

In Tabelle 25 wird u.a. Folgendes deutlich:

- Im Vergleich mit Entwicklungsländer-unerfahrenen Personen zeigen Urlauber, die in ihrem Leben bisher **nur 1 Land bzw. nur 1 Region** des Globalen Südens zu Urlaubszwecken bereist hatten, bereits eine insgesamt positivere Einschätzung der Wirkungen des Tourismus: Sie stimmen den meisten positiven Wirkungsaspekten deutlich häufiger zu und einigen negativen Aspekten weniger häufig.
- Bei einer Erfahrung in **3 Ländern/Regionen** werden alle positiven, aber auch negativen Wirkungsaspekte tendenziell etwas häufiger gesehen als bei jenen, die bisher **2 Länder/Regionen** bereist hatten.
- Bei Urlauberinnen und Urlaubern mit einer Reiseerfahrung in **4-6 Ländern/Regionen** setzt sich diese Tendenz weitgehend fort. Hier wird vor allem die Mehrzahl negativer Wirkungsaspekte stärker gesehen.
- Urlauber:innen, die bereits **7 oder mehr Länder/Regionen** des Globalen Südens bereist hatten, zeigen bei positiven Wirkungsaspekten die höchsten Zustimmungswerte (die meisten liegen über 50%) – bei den negativen Aspekten wird die Umweltbelastung oder -zerstörung erstmals mehrheitlich gesehen (65%).
- Zwischen den Zustimmungswerten der Wenig-Erfahrenen (1 Land/Region) und jenen der vergleichsweise Hoch-Erfahrenen (7 oder mehr Länder/Regionen) ergeben sich durchweg signifikante Veränderungen: Sie liegen bei positiven wie negativen Wirkungen überwiegend im Bereich einer Zunahme von 10 und mehr Prozentpunkten.

Stärkste Veränderungen zeigen sich bei der Einschätzung von Wirkungen, die man in der Urlaubssituation z.T. persönlich wahrnehmen/erfahren kann:

- Förderung des Erhalts von Kulturdenkmälern (+29 PP)
- dringend benötigte Devisen kommen ins Land (+21 PP)
- Belastung/Zerstörung der natürlichen Umwelt (+30 PP)
- Prostitution von Frauen und Kindern (+20 PP)
- Anpassung von Traditionen und Brauchtum (+20 PP)

Signifikant höher liegt u.a. auch noch die Zustimmung zu den Aspekten

- Förderung von Verständnis für die Probleme der Länder des Globalen Südens (+18 PP)
- Chance der Einheimischen, Urlauber über Realitäten im Land zu informieren (+18 PP)



- Möglichkeit, sich als Urlauber:in zu Hause kompetenter/differenzierter über Land und Leute zu äußern (+15 PP)
- wichtiger Beitrag zur Armutsbekämpfung (+13 PP)
- Stabilisierung von Unrechts-Regimen (+19 PP)
- bietet Einheimischen zu wenig Möglichkeiten, an Entscheidungen über touristischen Entwicklung mitzuwirken (+17 PP)
- trägt dazu bei, dass das Geld der Tourist:innen vor allem in die Taschen von wohlhabenden Einheimischen fließt (+12 PP)

Tab. 25: Meinungen zu Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer
Entwicklungsländer-Erfahrene nach Anzahl bereister Länder/Regionen

	Entw.länder- Unerfahrene	Entwicklungsländer-Erfahrene (36,6 Mio)				
		1 Land/Region	2 Länder/ Regionen	3 Länder/ Regionen	4-6 Länder/ Regionen	7+ Länder/ Regionen
Mio.	34,0	17,7	9,8	4,2	3,8	1,1
Zustimmung	%	%	%	%	%	%
Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer ...						
Positive Aspekte						
...schafft gute Arbeitsplätze für die Einheimischen	63	70	71	74	72	76
...bringt dringend benötigte Devisen in diese Länder	60	64	66	70	73	85
...leistet einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung	38	40	43	46	51	53
...ermöglicht es Urlaubern, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern	34	40	39	50	48	55
...erhöht langfristig die wirtschaftliche und politische Stabilität dieser Länder	34	42	42	44	45	50
...fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder	33	38	38	41	47	56
...fördert die Erhaltung v. Kulturdenkmälern	30	37	42	46	47	66
...gibt Einheimischen die Chance, Urlauber über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren	23	28	30	37	41	46
...fördert bei Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland	17	17	15	19	23	24
Negative Aspekte						
...belastet oder zerstört die natürliche Umwelt in diesen Ländern	41	35	39	46	49	65
...führt auch zu Prostitution von Frauen und Kindern in diesen Ländern	31	26	30	35	42	46
...führt bei den Einheimischen zu Neidgefühlen gegenüber den reichen Touristen	28	24	28	32	33	30
...trägt dazu bei, dass das Geld der Touristen vor allem in die Taschen von wohlhabenden Einheimischen fließt	28	22	26	30	37	34
...bietet der ortsansässigen Bevölkerung zu wenig Möglichkeiten, an Entscheidungen über touristische Entwicklungen mitzuwirken	28	30	27	31	40	47
...führt zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Touristen	27	29	33	36	42	49
...trägt durch Deviseneinnahmen aus dem Tourismus auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen bei	26	28	32	33	38	47
...führt dazu, dass hauptsächlich die Reiseveranstalter/ Reisebüros hier bei uns profitieren	26	21	22	24	35	30

○ Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Unerfahrenen

○ Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder-Unerfahrenen

→ Zunahme um < 5 PP zum vorherigen Wert

→ Abnahme um < 5 PP zum vorherigen Wert

○ Zunahme um 10 PP-19 PP zu Entw.länder-Erfahrenen 1 Land/Region

○ Zustimmung 10 oder mehr PP höher

→ Zunahme um 5 PP oder mehr zum vorherigen Wert

→ Abnahme um 5 PP oder mehr zum vorherigen Wert

○ Zunahme um 20 PP oder mehr zu Entw.länder-Erfahrenen 1 Land/Region

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass sich mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen) die Einschätzung positiver Wirkungsaspekte tendenziell verbessert – und gleichzeitig negative Aspekte tendenziell häufiger gesehen werden.

Insofern könnte man die Veränderungen als eine Funktion (als das Ergebnis) zunehmender Länder/Regional-Erfahrungen ansehen. In Tabelle 14 auf Seite 91 war jedoch auch deutlich geworden, dass mit zunehmender Zahl bereister Entwicklungsländer/Regionen u.a. der Anteil von formal höher Gebildeten signifikant zunimmt: von 34% auf 66% (+32 PP). Ferner hatte sich in Tabelle 22 auf Seite 111 gezeigt, dass sich mit zunehmender formaler Bildung die Einschätzung bestimmter Wirkungen des Tourismus in Entwicklungsländer verändert.

Vor diesem Hintergrund wurde die formale Bildung in einem weiteren Analyseschritt neutralisiert. Hier musste zur Gewährleistung ausreichender Fallzahlen die Ausprägung der Länder/Regional-Erfahrung verkürzt werden auf einen Maximalwert von „4 Länder/Regionen und mehr“.

Tabelle 26 macht an zwei Statements beispielhaft deutlich, ab wann und wie in den einzelnen Bildungsgruppen mit zunehmender Länder-/Regionalerfahrung die Zustimmung steigt in Bezug auf die Meinung, dass Tourismus in den Ländern des Globalen Südens die dortige natürliche Umwelt belastet oder zerstört – und wie sich die persönliche Auffassung entwickelt, dass Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder fördert.

Tab. 26: Meinungen zu Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer
Entwicklungsländer-Erfarene nach Anzahl bereister Länder/Regionen
Zustimmung zu zwei ausgewählten Statements unter Berücksichtigung von drei Bildungsgruppen

Entwicklungsländer-Erfarene (36,6 Mio.)							Veränderung in PP im Vergleich zu 1 Land/Region	
Anzahl bereister Länder/Regionen								
1 Land/Region	2 Länder/ Regionen	3 Länder/ Regionen	4+ Länder/ Regionen					
Statement: Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer...								
... belastet oder zerstört die natürliche Umwelt in diesen Ländern								
Zustimmung zum Statement in %								
nach Schulbildung								
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	35	35	➡	45	➡	51	+16	
Mittlere Reife/weiterführende Schule ohne Abitur	32	➡	37	➡	42	➡	51	+19
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	38	➡	44	➡	49	➡	54	+16
... fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder								
nach Schulbildung								
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	38	➡	34	➡	35	➡	40	+2
Mittlere Reife/weiterführende Schule ohne Abitur	37	➡	38	➡	45	➡	51	+14
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	40	➡	39	➡	42	➡	52	+12

Referenztabelle zu Lesebeispiel Gr.20

→ Zunahme um < 5 PP zum vorherigen Wert

→ Zunahme um 5 PP oder mehr zum vorherigen Wert

→ Abnahme um < 5 PP zum vorherigen Wert

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

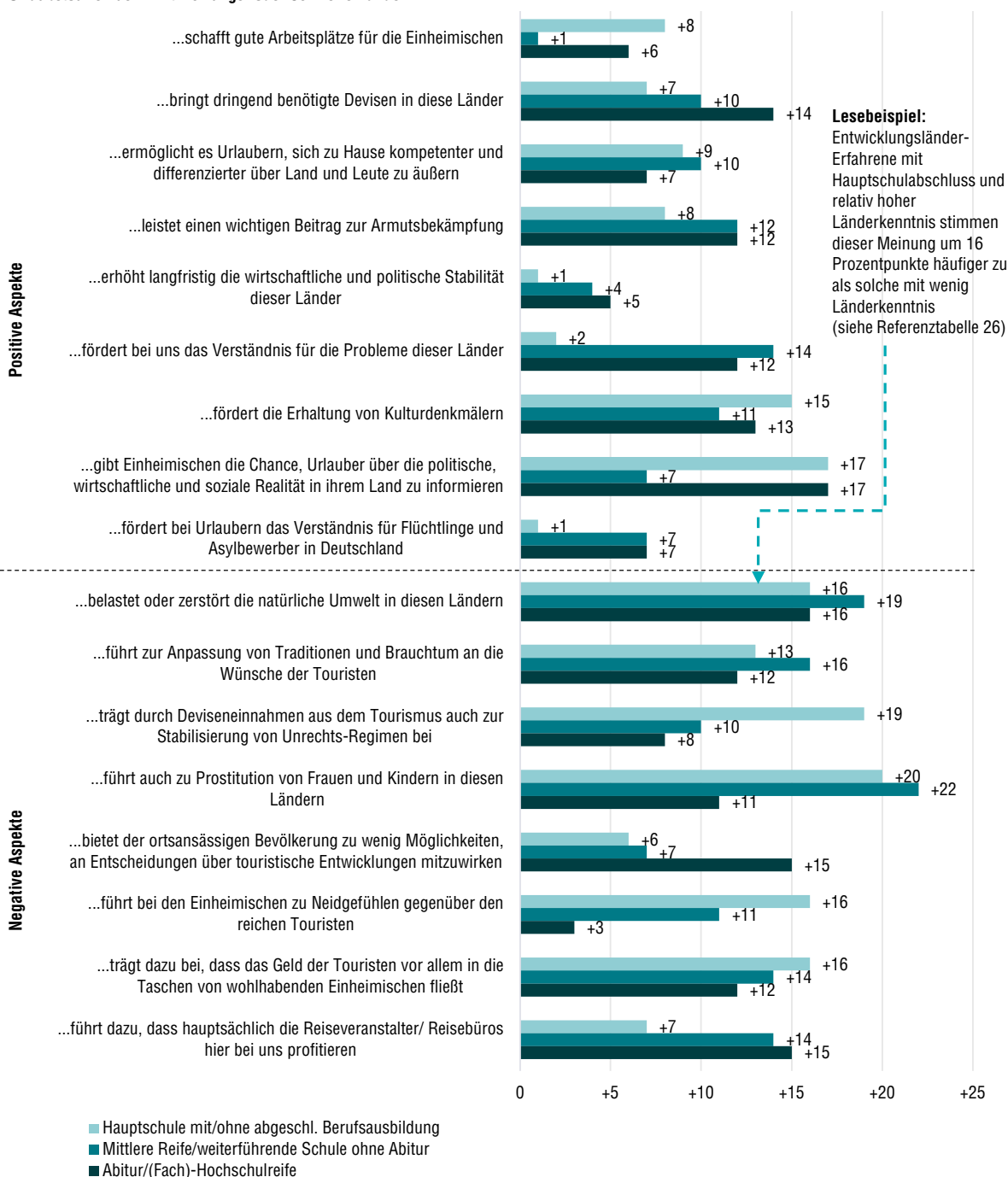


Die Gesamtanalyse ergab, dass die Zustimmungswerte bei allen 17 untersuchten Einzelaspekten mit zunehmender Länder-/Regionalerfahrung unterschiedlich und nicht durchgängig linear verlaufen. Es wurde jedoch deutlich, dass sich in den einzelnen Bildungsgruppen die Zustimmungswerte zwischen jenen, die nur über eine Erfahrung in einem Land/Region des Globalen Südens verfügen und jenen, die mindestens vier oder mehr bereist hatten, erhöhen, überwiegend sogar um 10 Prozentpunkte oder mehr (siehe Grafik 20).

Bei der Einschätzung der Belastung/Zerstörung der natürlichen Umwelt in den Zielgebieten des Globalen Südens fällt diese Erhöhung gleichermaßen am stärksten aus.

Gr. 20: Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer
Zunahme der Zustimmung in Prozentpunkten (PP) zwischen Wenig-Entwicklungsländer-Erfahrenen (1 Land/Region) und Hoch-Entwicklungsländer-Erfahrenen (4+ Länder/Regionen) in drei Bildungsgruppen

Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer...



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

2.1.3 Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte

- Im Januar 2019 zeigen Urlauberinnen und Urlauber, die 2016-2018 Länder des Globalen Südens bereist hatten (16,6 Mio.) differenzierte Meinungen bezüglich ausgewählter positiver und negativer Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer auf Destinationen und Reisende.
- Eine große Mehrheit sieht die Schaffung guter Arbeitsplätze für die Einheimischen (73%) sowie die Erbringung dringend benötigter Devisen für die Länder (67%).
- Gut zwei Fünftel sehen einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung, eine langfristige Erhöhung der wirtschaftlichen und politischen Stabilität der Länder sowie die Förderung des Erhalts von Kulturdenkmälern. Man geht ferner davon aus, dass der Tourismus das Verständnis für die Probleme der Länder fördert und Urlauber:innen ermöglicht, sich zu Hause differenzierter über Land und Leute zu äußern.
- Ein Drittel ist der Meinung, dass Einheimische die Chance haben, Urlauber:innen über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren. In geringem Maße wird die Ansicht geteilt, dass bei den Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland gefördert wird.
- Gleichzeitig sehen fast zwei Fünftel der Entwicklungsländer-Erfahrenen, dass der Urlaubstourismus die natürliche Umwelt in den Zielländern belastet oder zerstört.
- Ein Viertel bis fast ein Drittel teilt die Auffassungen, dass Deviseneinnahmen auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen beitragen, vor allem wohlhabende Einheimische profitieren, Neid gegenüber den Tourist:innen entsteht, der Tourismus auch zu Prostitution von Frauen und Kindern führt sowie zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Tourist:innen und dass die ortsansässige Bevölkerung zu wenig Möglichkeiten hat, an Entscheidungen über die touristische Entwicklung mitzuwirken.
- Fast ein Fünftel ist der Meinung, dass hauptsächlich Reiseveranstalter/Reisebüros hier bei uns am Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer profitieren.
- Entwicklungsländer-Reisende mit Studienreise-Erfahrung zeigen im Vergleich zu All-Inclusive-Erfahrenen und Kreuzfahrt-Erfahrenen deutlich höhere Zustimmungen zu fast allen abgefragten positiven und negativen Wirkungsaspekten des Tourismus. Dies gilt besonders für die Förderung des Erhalts von Kulturdenkmälern, für die Förderung des Verständnisses bei uns für die Probleme dieser Länder und für die Ermöglichung, sich als Urlauber:in zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern – aber auch für die Anpassung von Traditionen und Brauchtum sowie die Belastung/Zerstörung der natürlichen Umwelt in den Ländern.
- Personen mit aktueller Urlaubsreise-Erfahrung im Nahen und Mittleren Osten/Arabische Halbinsel sowie Fernziel-Erfahrene sehen zahlreiche positive und negative Wirkungen des Tourismus in überdurchschnittlichem Maße.
- Mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen des Globalen Südens) werden positive Wirkungen des Tourismus tendenziell häufiger gesehen; insbesondere die Erbringung dringend benötigter Devisen und die Förderung des Erhalts von Kulturdenkmälern – aber u.a. auch der wichtige Beitrag zur Armutsbekämpfung oder die Förderung des Verständnisses bei uns für die Probleme der Länder.
- Gleichzeitig werden mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung auch negative Wirkungen tendenziell häufiger gesehen – insbesondere die Belastung/Zerstörung der natürlichen Umwelt in den Ländern des Globalen Südens, die Anpassung von Traditionen und Brauchtum sowie die Prostitution von Frauen und Kindern – u.a. auch die nicht ausreichenden Möglichkeiten der ortsansässigen Bevölkerung, an Entscheidungen über die touristische Entwicklung mitzuwirken.



2.2 Ansprechbarkeit auf das Kennenlernen von Land und Leuten und interkulturelle Begegnung bei Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer

In Teil I, Kapitel 2 der vorliegenden Studie wurde bereits der Aspekt „Tourismus und interkulturelle Begegnung“ erörtert. In der Vorbemerkung zum Teil II, Kapitel 2 auf Seite 96f. wurde ausgeführt, warum diese Thematik erneut ein Untersuchungsschwerpunkt ist.

Vor dem Hintergrund einer 1999 durchgeführten und 2005 sowie 2012 aktualisierten Untersuchung⁴⁵ hat der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. im Rahmen der Reiseanalyse 2019 erneut eine Exklusivfrage geschaltet zur Ansprechbarkeit von Entwicklungsländer-Reisenden auf unterschiedliche Dimensionen des Kennenlernens von Land und Leuten und auf die Begegnung mit Einheimischen. Die Statement-Batterie von 2012 wurde übernommen und um zwei Statements erweitert. Somit konnten 14 Statements berücksichtigt werden, deren Formulierung in nachfolgender Übersicht dargestellt ist.

Die Frage lautete:

Im Zusammenhang mit Urlaubsreisen in Entwicklungs- oder Schwellenländer gibt es ja durchaus verschiedene Interessen. Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie den nachfolgenden Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen.
5 Antwortmöglichkeiten:
stimme ganz entschieden zu, stimme eher zu, unentschieden, stimme eher nicht zu, stimme ganz und gar nicht zu

Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann ...

- ... möchte ich einfach nur Urlaub machen, faulenzen und meine Ruhe haben
- ... möchte ich möglichst viel Spaß und „Action“ haben und dort sein, wo was los ist
- ... möchte ich am liebsten mit Freunden oder Gleichaltrigen reisen
- ... möchte ich schon vor Reiseantritt sehr gut über Land und Leute, Sitten und Gebräuche informiert sein
- ... möchte ich sehr gern auf organisierten Ausflügen von einer Reiseleitung etwas über Land und Leute erfahren
- ... möchte ich das Land vor allem auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben
- ... möchte ich sehr gern mit Einheimischen über Land und Leute plaudern
- ... möchte ich die Einheimischen sehr gern in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben (z.B. durch Kontakt mit einer einheimischen Familie)
- ... möchte ich sehr gern auch mal mit Einheimischen zusammenkommen, die einen ähnlichen Beruf oder ein ähnliches Hobby haben wie ich selbst
- ... möchte ich im Urlaub auch möglichst viel über die Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung erfahren
- ... möchte ich im Urlaub möglichst viel über die soziale und politische Situation im Land erfahren
- ... kann ich das Land nur richtig kennen lernen, wenn ich die Möglichkeit habe, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen
- ... möchte ich am liebsten bei einem Reiseunternehmen buchen, das im Urlaubsland nachweislich Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten (Hotelangestellte, Reiseleiter, Dienstleister etc.)
- ... möchte ich sehr gern einmal ein Entwicklungsprojekt besuchen, das aus Deutschland unterstützt wird

Zur Erleichterung der Lesbarkeit werden später im Text sowie in Tabellen und Grafiken z.T. Kurzformen der Statements verwendet.

45 Vgl. Aderhold, P. / A. Kösterke / D. von Laßberg / B. Steck / A. Vielhaber (2013): a.a.O. Seite 86ff.

2.2.1 Ansprechbarkeit von Entwicklungsländer-Erfahrenen und -Unerfahrenen

Tabelle 27 zeigt, dass in allen Vergleichsgruppen lediglich drei Aspekte eine durchgängig mehrheitliche Zustimmung erfahren:

- ... möchte ich schon vor Reiseantritt sehr gut über Land und Leute, Sitten und Gebräuche informiert sein
- ... möchte ich auf organisierten Ausflügen sehr gerne von einer Reiseleitung etwas über Land und Leute erfahren
- ... möchte ich am liebsten zusammen mit Freunden oder Gleichaltrigen reisen

Personen, die bereits über Urlaubsreiseerfahrung in Entwicklungs- oder Schwellenländern verfügen (Entwicklungsländer-Erfahrene), stimmen fast allen abgefragten Statements deutlich häufiger zu als jene, die noch nie ein Land des Globalen Südens bereist haben (siehe Spalten 2 und 3):

Besonders deutlich wird dies, wenn es um das Interesse an Land-und-Leute-Informationen/-Erfahrungen und um Begegnungen/Erlebnisse mit Einheimischen geht, z.B. „möchte ich schon vor Reiseantritt sehr gut über Land und Leute, Sitten und Gebräuche informiert sein“, „möchte ich im Urlaub auch möglichst viel über die Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung erfahren“, „möchte ich sehr gerne mit Einheimischen über Land und Leute plaudern“ und „kann ich das Land nur richtig kennenlernen, wenn ich die Möglichkeit habe, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen“.

Personen mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung im Zeitraum 2016-2018 stimmen den meisten Statements häufiger zu als jene, die in früheren Jahren (zuletzt vor 2016) Länder des Globalen Südens bereist haben (siehe Spalten 4 und 5). Sie möchten aber weniger häufig auf organisierten Ausflügen von einer Reiseleitung etwas über Land und Leute erfahren, dafür häufiger das Land auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben.



**Tab. 27: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnung und andere Interessen
(Bevölkerung ab 14 Jahre)**

	Bevölkerung	Entw.länder- Unerfahrene	Entw.länder- Erfahrene	Entw.-länder Erfahrene zuletzt vor 2016	Entw.länder- Erfahrene 2016-2018
Mio.	70,5	34,0	36,5	19,9	16,6
Zustimmung	%	%	%	%	%
Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann...					
Informationen zu Land und Leuten					
...möchte ich schon vor Reiseantritt sehr gut über Land und Leute, Sitten und Gebräuche informiert sein	63	58	68	66	70
...möchte ich sehr gerne auf organisierten Ausflügen von einem Reiseleiter etwas über Land und Leute erfahren	54	50	59	62	55
...möchte ich im Urlaub auch möglichst viel über die Lebensbedingungen der einh. Bevölkerung erfahren	41	34	48	46	51
...möchte ich im Urlaub möglichst viel über die soziale und politische Situation im Land erfahren	36	29	42	39	46
...möchte ich sehr gerne einmal ein Entwicklungsprojekt besuchen, das aus Deutschland unterstützt wird	24	21	27	27	27
Interkulturelle Begegnung					
...möchte ich sehr gern mit Einheimischen über Land und Leute plaudern	36	28	43	39	47
...kann ich das Land nur richtig kennen lernen, wenn ich die Möglichkeit habe, mit Einh. ins Gespräch zu kommen	36	30	42	39	46
...möchte ich die Einh. sehr gern in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben (z.B. durch Kontakt mit einer einheimischen Familie)	30	24	36	33	40
...möchte ich das Land v.a. auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben	25	21	29	25	34
...möchte ich sehr gern auch mal mit Einheimischen zusammenkommen, die einen ähnlichen Beruf oder ein ähnliches Hobby haben wie ich selbst	25	20	29	27	32
Soziale Verantwortung					
...möchte ich bei einem Reiseunt. buchen, das Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbed. und Eink. der im Tourismus Beschäftigten (Hotelangestellte, Reiseleiter, Dienstleister etc.)	36	30	40	41	40
Geselligkeit/Erholung					
...möchte ich am liebsten zusammen mit Freunden oder Gleichaltrigen reisen	57	55	59	60	58
...möchte ich einfach nur Urlaub machen, faulenzen und meine Ruhe haben	40	37	42	43	42
...möchte ich möglichst viel Spaß und „Action“ haben und dort sein, wo was los ist	26	23	29	26	33
		<p>● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Unerfahrenen</p> <p>● Zustimmung 10 oder mehr PP höher</p>		<p>● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Erfahrenen zuletzt vor 2016</p> <p>● Zustimmung 5-9 PP niedriger</p>	

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

2.2.2 Ansprechbarkeit von Urlaubern mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung 2016-2018

Im Folgenden liegt der Fokus auf Urlauberinnen und Urlaubern, die zum Befragungszeitpunkt (Januar 2019) über aktuelle Reiseerfahrungen in Ländern des Globalen Südens während der letzten drei Jahre verfügten (16,6 Mio.).

Grafik 21 zeigt, dass den Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018 überwiegend mehrheitlich **Informationen zu Land und Leuten** wichtig sind:

- 70% wünschen sich vor Reiseantritt sehr gute Informationen über Land und Leute, Sitten und Gebräuche.
- 55% möchten sehr gerne auf organisierten Ausflügen von einer Reiseleitung etwas über Land und Leute erfahren.
- 51% möchten möglichst viel über die Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung erfahren.
- Knapp die Hälfte (46%) möchte möglichst viel über die soziale und politische Situation im Land erfahren.
- 27% möchten sehr gerne einmal ein Entwicklungsprojekt besuchen, das aus Deutschland unterstützt wird. Etwa ein Viertel ist hier unentschieden, knapp die Hälfte zeigt kein Interesse.

21% bis 29% sind bei den ersten vier oben genannten Statements unentschieden – zwischen 9% und 26% zeigen kein Interesse.

Wenn es konkret um mehr oder weniger intensive **Begegnungen mit Einheimischen** geht, zeigen zwischen ca. der Hälfte und einem Drittel der Entwicklungsländer-Erfahrenen daran Interesse:

- 47% möchten sehr gern mit Einheimischen über Land und Leute plaudern.
- 46% meinen, man könne das Land nur richtig kennen lernen, wenn man die Möglichkeit hat, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen.
- 40% möchten die Einheimischen sehr gerne in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben (z.B. durch Kontakt mit einer einheimischen Familie).
- 34% möchten das Land vor allem auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben.
- 32% möchten sehr gern auch mal mit Einheimischen zusammenkommen, die einen ähnlichen Beruf oder ein ähnliches Hobby haben wie man selbst.

23% bis 30% sind bei den Begegnungsstatements unentschieden – zwischen 23% und 43% sind nicht an Begegnung interessiert.

Beim Aspekt **soziale Verantwortung** wurde das Interesse ermittelt an der Buchung einer Urlaubsreise bei einem Reiseunternehmen, das vor Ort nachweislich Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten (Hotelangestellte, Reiseleiter, Dienstleister etc.). 40% sind darauf ansprechbar, 29% unentschieden, 31% zeigen kein Interesse.

Zusätzlich wurde nach Urlaubsinteressen gefragt, die an **Geselligkeit/Erholung** orientiert sind. Dabei ergibt sich:

- 58% möchten am liebsten zusammen mit Freunden und Gleichaltrigen reisen.
- 42% möchten einfach nur Urlaub machen, faulenzen und ihre Ruhe haben.
- 33% möchten möglichst viel Spaß und „Action“ und dort sein, wo was los ist.

Zwischen 21% und 34% sind bei den oben genannten Statements in ihrer Antwort „unentschieden“. „Nur Urlaub machen, faulenzen und seine Ruhe haben“ sowie Spaß und „Action“ lehnt jeweils ein gutes Drittel ab, wenn es um Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer geht.

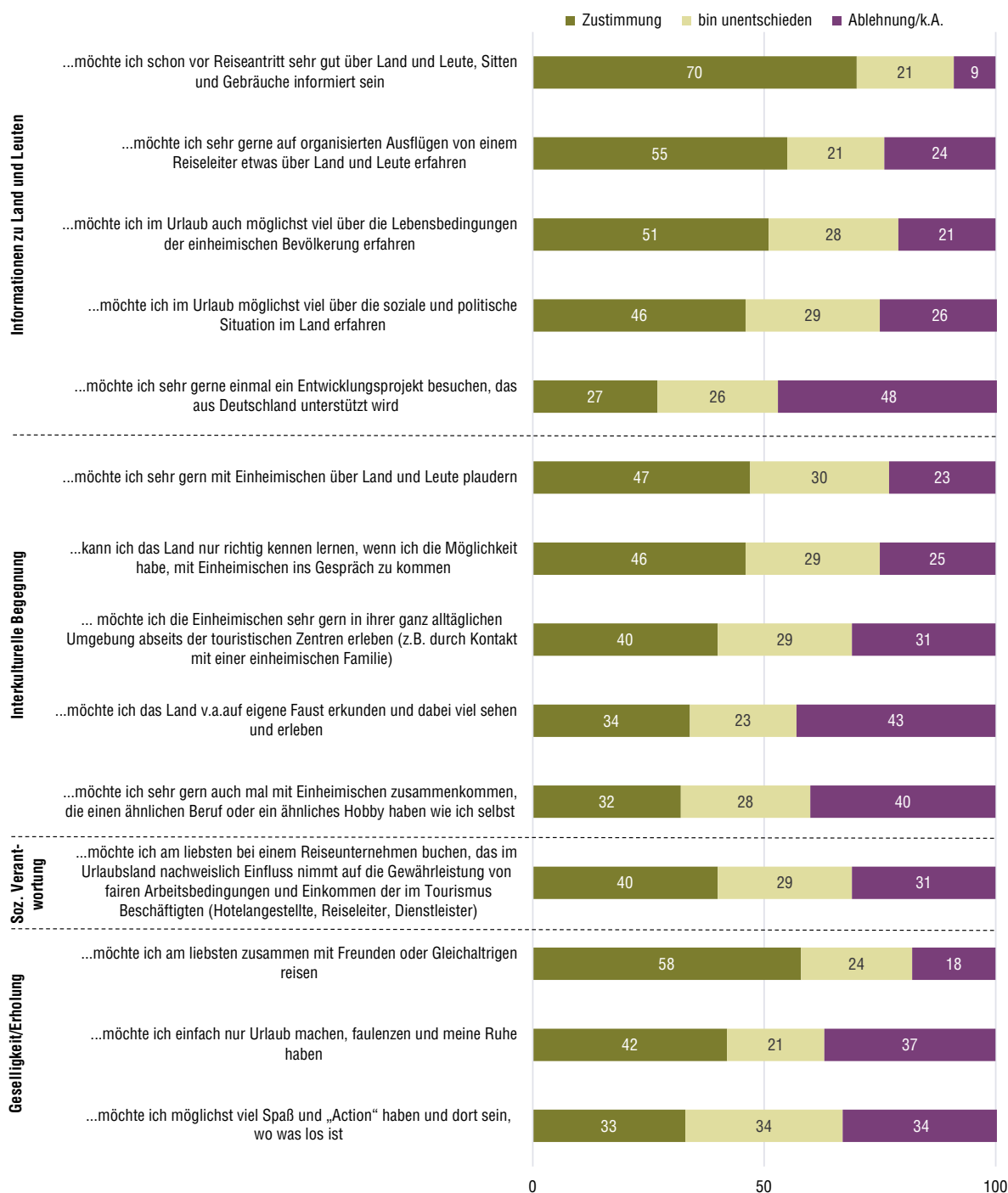


Gr. 21: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnungen und andere Interessen

Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 (16,6 Mio.)

Angaben in %

Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann...



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Wie bei den allgemeinen Reisemotiven der Urlauberinnen und Urlauber (siehe Tabelle 6 auf Seite 71), kann man auch bei ihrer Ansprechbarkeit auf Land und Leute sowie auf Begegnungen mit Einheimischen davon ausgehen, dass im Einzelfall mehrere unterschiedliche persönliche Interessen zur Gestaltung des Urlaubs in einem Land des Globalen Südens vorhanden sind. Tabelle 28 zeigt an ausgewählten Beispielen, wie Entwicklungsländer-Erfahrene, die sich für einen bestimmten Einzelaspekt interessieren, auch Interesse für andere Aspekte zeigen.

So wird z.B. deutlich, dass das Interesse, einfach nur Urlaub zu machen, zu faulenzen und seine Ruhe zu haben, das gleichzeitige Interesse am mehr oder weniger intensiven Kennenlernen von Land und Leuten nicht ausschließt.

Dasselbe gilt umgekehrt: So wollen beispielsweise 40% derjenigen, die im Urlaub Einheimische mit ähnlichem Beruf/Hobby kennen lernen möchten, auch viel Spaß und „Action“ im Urlaub haben – 33% möchten aber auch ausruhen und faulenzen. Andererseits haben von den Spaß- und „Action“-Fans 39% bzw. 46% auch anspruchsvolle Interessen am Kennenlernen von Einheimischen – 38% möchten auch einfach nur Urlaub machen, faulenzen und Ruhe haben.

Tab. 28: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnung und andere Interessen
Wechselseitige Zustimmung zu ausgewählten Aussagen

Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 (16,6 Mio., ab 14 Jahre)				
Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann...	Zustimmung in %			
	Statement-Auswahl			
	...möchte ich einfach nur Urlaub machen, faulenzen und meine Ruhe haben	... möchte ich möglichst viel Spaß und "Action" haben und dort sein, wo was los ist	... möchte ich die Einh. gern in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben	...möchte ich gern auch mal mit Einh. zusammenkommen, die einen ähnlichen Beruf/Hobby haben wie ich selbst
Mio.	7,0	5,4	6,6	5,3
Zustimmung	%	%	%	%
Auswahl				
...möchte ich einfach nur Urlaub machen, faulenzen und meine Ruhe haben	100	38	33	33
... möchte ich möglichst viel Spaß und "Action" haben und dort sein, wo was los ist	29	100	38	40
... möchte ich die Einh. sehr gern in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben	31	46	100	78
...möchte ich gern auch mal mit Einh. zusammenkommen, die einen ähnlichen Beruf/Hobby haben wie ich selbst	25	39	62	100

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.



In Tabelle 29 wird deutlich, wie sich solche Mehrfachinteressen bei den 4,0 Mio. jungen Leuten mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung darstellen. Nicht nur bei jenen, die einfach nur Urlaub machen und faulenzen möchten, liegt der Anteil von Spaß- und „Action“-Fans mit 50% deutlich höher als bei der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen (siehe Tabelle 28) – sondern auch bei jenen, die an anspruchsvollen Begegnungen mit Einheimischen interessiert sind (jeweils 63%).

**Tab. 29: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnung und andere Interessen
Junge Leute – wechselseitige Zustimmung zu ausgewählten Aussagen**

Junge Leute 14-29 Jahre mit Entw.länder-Erfahrung 2016-2018 (4,0 Mio.)				
	Zustimmung in % Statement-Auswahl			
Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann...	...möchte ich einfach nur Urlaub machen, faulenzen und meine Ruhe haben	... möchte ich möglichst viel Spaß und "Action" haben und dort sein, wo was los ist	... möchte ich die Einh. gern in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben	...möchte ich gern auch mal mit Einh. zusammenkommen, die einen ähnlichen Beruf/Hobby haben wie ich selbst
Mio.	1,5	2,4	1,5	1,2
Zustimmung	%	%	%	%
Auswahl				
...möchte ich einfach nur Urlaub machen, faulenzen und meine Ruhe haben	100	31	27	27
... möchte ich möglichst viel Spaß und "Action" haben und dort sein, wo was los ist	50	100	63	63
... möchte ich die Einh. sehr gern in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben	26	39	100	77
...möchte ich gern auch mal mit Einh. zusammenkommen, die einen ähnlichen Beruf/Hobby haben wie ich selbst	23	33	66	100

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

2.2.2.1 Ansprechbarkeit nach ausgewählten soziodemografischen Merkmalen und Sinus-Milieus

Tabelle 30 zeigt, dass sich bei Entwicklungsländer-Erfahrenen unter Berücksichtigung von **Alter** bzw. **Schulbildung** einige signifikante Unterschiede im Antwortverhalten ergeben.

So sind etwa jüngere Leute (14-29 Jahre) u.a. vergleichsweise unterdurchschnittlich an Land-und-Leute-Informationen interessiert. Sie möchten aber häufiger das Land auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben, mit Freunden und Gleichaltrigen reisen und möglichst viel Spaß und „Action“ haben.

Ältere Personen ab 70 Jahre zeigen dagegen ein überdurchschnittliches Interesse an Land-und-Leute-Informationen und an der Reisebuchung bei einem sozialverantwortlichen Reiseunternehmen – aber deutlich weniger daran, das Land auf eigene Faust zu erkunden bzw. viel Spaß und „Action“ zu haben.

Mit zunehmendem Alter steigt die Ansprechbarkeit für Reiseleiterinformationen über Land und Leute im Rahmen von organisierten Ausflügen – gleichzeitig sinkt das Interesse, ein Land des Globalen Südens auf eigene Faust zu erkunden und dabei viel zu sehen und zu erleben bzw. möglichst viel Spaß und „Action“ zu haben.

**Tab. 30: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnung und andere Interessen
Entwicklungsländer-Erfarene 2016-2018 nach Alter**

Entwicklungs- und Schwellenländer-Erfarene 2016-2018					
Statement-Auswahl	gesamt	14-29 Jahre	30-49 Jahre	50-69 Jahre	70 Jahre +
Mio.:	16,6	4,0	5,8	5,3	1,6
Zustimmung	%	%	%	%	%
Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann...					
Informationen zu Land und Leuten					
...möchte ich schon vor Reiseantritt sehr gut über Land und Leute, Sitten und Gebräuche informiert sein	70	64	67	74	75
...möchte ich auf organisierten Ausflügen von einem Reiseleiter etwas über Land und Leute erfahren	55	42	49	66	73
...möchte ich im Urlaub möglichst viel über die soziale und politische Situation im Land erfahren	46	38	48	47	52
Interkulturelle Begegnung					
...möchte ich das Land v.a. auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben	34	46	39	26	14
Soziale Verantwortung					
...möchte ich bei einem Reiseunt. buchen, das Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbed. und Eink. der im Tourismus Beschäftigten	40	37	40	38	51
Geselligkeit/Erholung					
...möchte ich am liebsten zusammen mit Freunden oder Gleichaltrigen reisen	58	76	52	52	55
...möchte ich möglichst viel Spaß und „Action“ haben und dort sein, wo was los ist	33	59	30	22	13

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe
- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

In Tabelle 31 wird deutlich, dass Entwicklungsländer-Erfarene mit Hauptschulabschluss ein unterdurchschnittliches, wenngleich mehrheitliches Interesse an Land-und-Leute-Informationen vor Reiseantritt zeigen. Unterdurchschnittlich ist u.a. das Interesse am Besuch eines Entwicklungsprojekts, das aus Deutschland unterstützt wird, ebenso wie das Interesse, bei einem Reiseunternehmen zu buchen, das im Urlaubsland Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten.

Personen mit Mittlerer Reife sind unterdurchschnittlich interessiert an Informationen über die politische und soziale Situation im Land und an Begegnungen/Erlebnissen mit Einheimischen. Personen mit hoher formaler Bildung sind häufig überdurchschnittlich ansprechbar für Land-und-Leute-Informationen und Begegnungen mit Einheimischen.

Mit zunehmendem Grad formaler Bildung geht ein höheres Interesse an sehr guten Vorabinformationen über Land und Leute einher – sowie ein rückläufiges Interesse, einfach nur Urlaub zu machen, zu faulenzen und seine Ruhe zu haben (siehe Tabelle 31).



**Tab. 31: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnung und andere Interessen
Entwicklungsländer-Erfarene 2016-2018 nach Schulbildung**

Statement-Auswahl	gesamt	Entwicklungsländer-Erfarene 2016-2018		
		Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	Mittlere Reife/ weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/(Fach)- Hochschulreife
Mio.:	16,6	4,2	5,6	6,8
Zustimmung	%	%	%	%
Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann...				
Informationen zu Land und Leuten				
...möchte ich schon vor Reiseantritt sehr gut über Land und Leute, Sitten und Gebräuche informiert sein	70	60	66	78
...möchte ich sehr gerne auf organisierten Ausflügen von einem Reiseleiter etwas über Land und Leute erfahren	55	50	57	56
...möchte ich im Urlaub möglichst viel über die soziale und politische Situation im Land erfahren	46	42	41	52
...möchte ich sehr gerne einmal ein Entwicklungsprojekt besuchen, das aus Deutschland unterstützt wird	27	22	24	31
Interkulturelle Begegnung				
...möchte ich sehr gern mit Einheimischen über Land und Leute plaudern	47	47	39	53
...kann ich das Land nur richtig kennen lernen, wenn ich die Möglichkeit habe, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen	46	46	40	51
Soziale Verantwortung				
...möchte ich bei Reiseunt. buchen, das im Urlaubsland Einfluss nimmt auf die Gewährleistung v. fairen Arbeitsbedingungen u. Einkommen der im Tourismus Beschäftigten	40	33	42	41
Geselligkeit/Erholung				
...möchte ich einfach nur Urlaub machen, faulenzen und meine Ruhe haben	42	57	47	29

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher

● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Eine Berücksichtigung der Sinus-Milieus (siehe Grafik 22) kommt u.a. zu folgendem Ergebnis:

Konservativ-etabliertes Milieu (1,5 Mio.) und **sozialökologisches Milieu** (1,2 Mio.) zeigen Ähnlichkeiten beim überdurchschnittlichen Interesse an Land-und-Leute-Informationen vor Reiseantritt (und während der Reise durch die Reiseleitung) sowie an den Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung. Das Interesse an Begegnungen mit Einheimischen ist weitgehend durchschnittlich. Beide zeigen sich deutlich unterdurchschnittlich interessiert am Zusammensein mit Freunden und Gleichaltrigen sowie an möglichst viel Spaß und „Action“.

Liberal-Intellektuelle (1,3 Mio.) zeigen das höchste Interesse, vor Reiseantritt und während der Reise auf Ausflügen über Land und Leute informiert zu werden – ebenso an der Reisebuchung bei einem Reiseunternehmen, das im Urlaubsland Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten. Ihr Interesse an Begegnungen mit Einheimischen ist weitgehend durchschnittlich. Am einfach nur Urlaub machen und faulenzen sind sie stark unterdurchschnittlich interessiert, ebenso an möglichst viel Spaß und „Action“.

Performer (2,1 Mio.) sind überdurchschnittlich ansprechbar für Land-und-Leute-Informationen und entsprechen in Bezug auf Begegnungen mit Einheimischen eher dem Durchschnitt der Befragten.

Das **expeditiv Milieu** (2,1 Mio.) zeigt das höchste Interesse, Länder des Globalen Südens auf eigene Faust zu erkunden, am liebsten mit Freunden und Gleichaltrigen zu reisen, möglichst viel Spaß und „Action“ zu haben und dort zu sein, wo was los ist – und ist am wenigsten ansprechbar für Reiseleiterinformationen über Land und Leute im Rahmen von organisierten Ausflügen. Einfach nur Urlaub machen und Faulenzen spielt eine unterdurchschnittliche Rolle.

Das Milieu der **bürgerlichen Mitte** (1,9 Mio.) zeigt ein deutlich unterdurchschnittliches Interesse, ein Land des Globalen Südens auf eigene Faust zu erkunden, ist weniger an den Lebensbedingungen der Einheimischen interessiert und eher daran, einfach Urlaub zu machen und zu faulenzen.

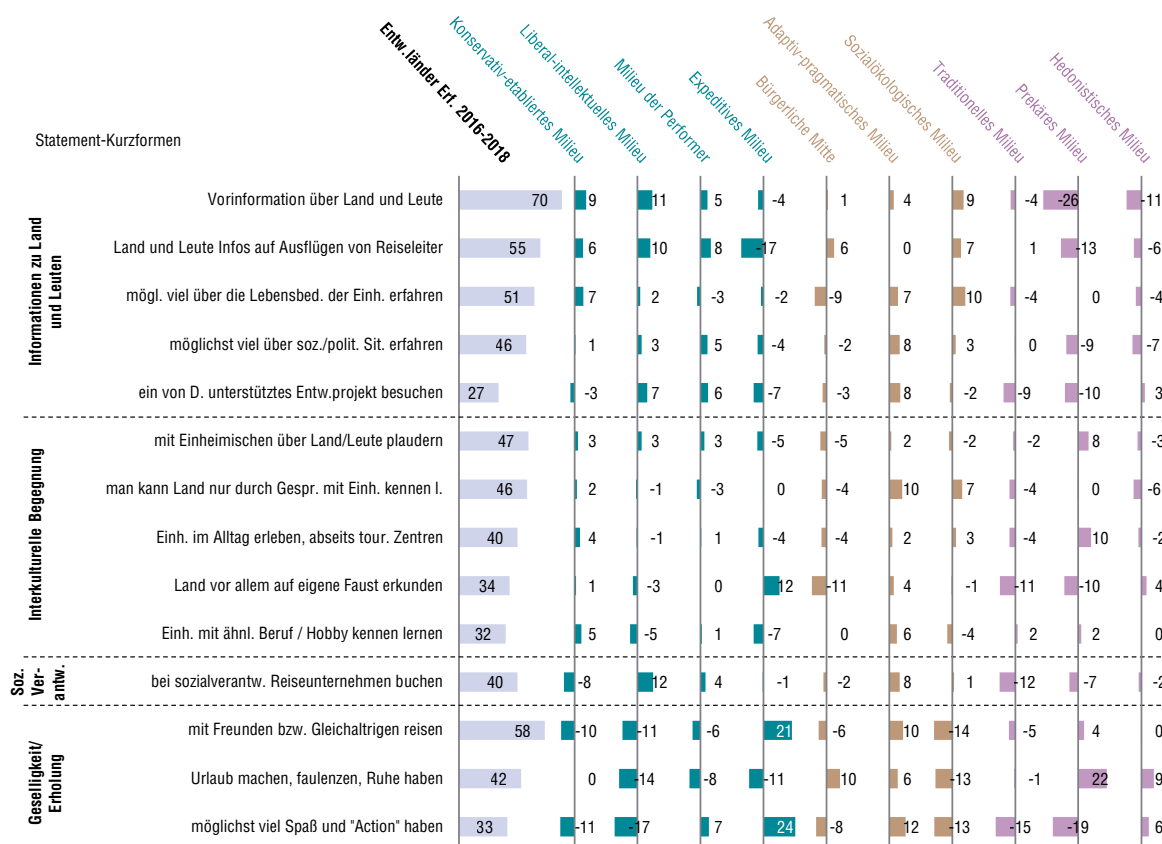
Adaptiv-Pragmatische (2,3 Mio.) sind überdurchschnittlich ansprechbar auf Informationen über die Lebensbedingungen und die soziale und politische Situation im Land, vertreten am häufigsten die Meinung, dass man das Land nur richtig kennenlernen kann durch Gespräche mit Einheimischen und zeigen ein weitgehend durchschnittliches Interesse an Begegnungen mit Einheimischen – man möchte deutlich häufiger mit Freunden und Gleichaltrigen reisen, möglichst viel Spaß und „Action“ haben und dort sein, wo was los ist.

Traditionelle (1,2 Mio.) sind deutlich unterdurchschnittlich interessiert, ein Land des Globalen Südens auf eigene Faust zu erkunden und bei einem Reiseunternehmen zu buchen, das im Urlaubsland Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten. Sie zeigen deutlich weniger Interesse an Spaß und „Action“ – und entsprechen in ihrem sonstigen Antwortverhalten weitgehend dem Durchschnitt.

Gr. 22: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnungen und andere Interessen

Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 (16,6 Mio.) – Sinus-Milieus

Zustimmungsdifferenz zur Gesamtgruppe in Prozentpunkten



Hinweis: zur Beschreibung der Sinus Milieus siehe Seite 64

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.



Das **prekäre Milieu** (0,9 Mio.) ist am wenigsten ansprechbar auf Informationen über Land und Leute vor Antritt der Reise und stark unterdurchschnittlich interessiert an Land-und-Leute-Informationen durch die Reiseleitung im Rahmen von Ausflügen – ebenso an möglichst vielen Informationen über die soziale/politische Situation im Land, am Besuch eines von Deutschland unterstützten Entwicklungsprojekts sowie daran, ein Land des Globalen Südens auf eigene Faust zu erkunden. Das prekäre Milieu ist jedoch überdurchschnittlich ansprechbar, Einheimische abseits der touristischen Zentren zu erleben und mit Einheimischen über Land und Leute zu plaudern. Es zeigt das höchste Interesse, einfach Urlaub zu machen und zu faulenzen – Spaß und „Action“ sind deutlich weniger wichtig.

Hedonisten (2,2 Mio.) sind für Land-und-Leute-Informationen und Begegnungen mit Einheimischen eher unterdurchschnittlich ansprechbar oder entsprechen dem Durchschnitt der Befragten.

2.2.2.2 Ansprechbarkeit nach ausgewählten praktizierten Urlaubsformen

Grafik 23 zeigt das Antwortverhalten von Personen, die 2016-2018 Reisen in Entwicklungs- oder Schwellenländer unternommen haben und im selben Zeitraum (wo auch immer⁴⁶) Studienreisen, All-Inclusive-Reisen bzw. Kreuzfahrten. Die drei Vergleichsgruppen sind bezüglich ihrer jeweiligen aktuellen Erfahrung mit einer bestimmten Urlaubsform nicht homogen.⁴⁷ Insofern ergeben sich Erfahrungs-Überlappungen:

Bei den **Studienreise-Erfahrenen** (1,1 Mio.) ist im Vergleich zu den beiden Vergleichsgruppen bei nahezu allen Aspekten von Land-und-Leute-Informationen sowie von Formen der Begegnung mit Einheimischen ein signifikant größeres Interesse erkennbar. Die Zustimmungsquote bewegt sich zwischen 54% und 87%. Selbst das Interesse am Besuch eines Entwicklungsprojekts, das von Deutschland unterstützt wird, ist mit 54% beachtlich hoch.

All-Inclusive-Erfahrene (9,1 Mio.) und **Kreuzfahrt-Erfahrene** (1,3 Mio.) zeigen keine signifikanten Unterschiede beim Interesse an interkultureller Begegnung – am geringsten ist das Interesse, auch mal mit Einheimischen zusammen zu kommen auf der Basis eines ähnlichen Berufs oder Hobbys (25% bzw. 22%).

Für Land-und-Leute-Informationen vor Antritt der Reise oder während eines Ausflugs durch eine Reiseleiterin oder einen Reiseleiter sind **Kreuzfahrt-Erfahrene** deutlich stärker ansprechbar (je 74%) als **All-Inclusive-Erfahrene** (66% bzw. 58%). Das gilt auch für das Interesse an Informationen über die Lebensbedingungen der Einheimischen und über die politische und soziale Situation im Land sowie für den Besuch eines Entwicklungsprojekts, das aus Deutschland unterstützt wird.

Die drei Erfahrungsgruppen rücken näher zusammen beim Interesse, die Urlaubsreise in ein Land des Globalen Südens bei einem Reiseunternehmen zu buchen, das im Urlaubsland Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten (48%, 40% bzw. 37%) – ebenso beim Interesse, am liebsten mit Freunden oder Gleichaltrigen zu reisen bzw. an Spaß und „Action“.

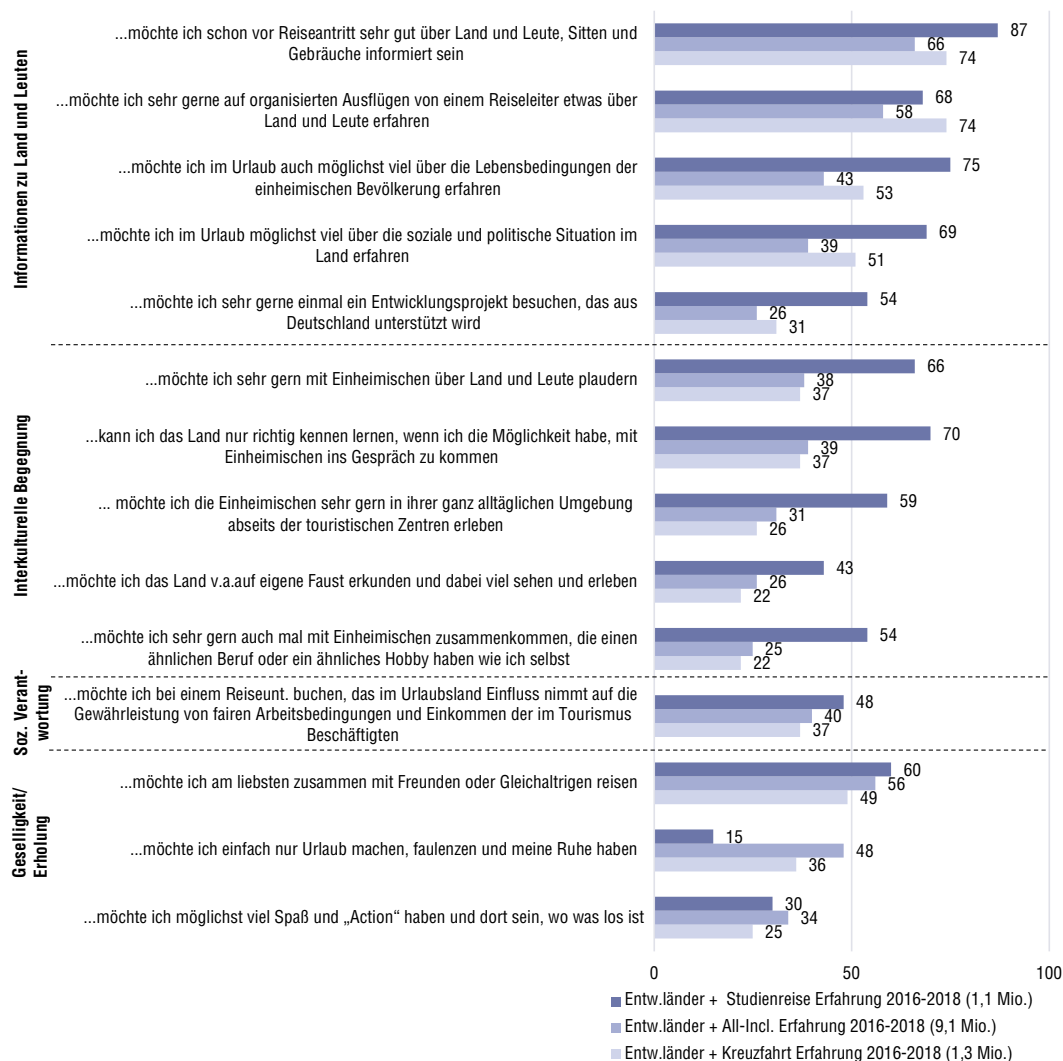
Deutliche Unterschiede zeigen sich, wenn es um Erholung, Faulenzen und einfach nur seine Ruhe haben geht: Davon halten lediglich 15% der Studienreise-Erfahrenen etwas – im Gegensatz zu 48% der All-Inclusive-Erfahrenen und 36% der Kreuzfahrt-Erfahrenen.

⁴⁶ Die Erfahrung mit Reisezielen bzw. Urlaubsformen wird in der Reiseanalyse getrennt ermittelt und steht in keinem Zusammenhang.

⁴⁷ So verfügen beispielsweise 40% der Studienreise-Erfahrenen auch über aktuelle All-Inclusive-Erfahrung und 14% über Kreuzfahrt-Erfahrung – umgekehrt haben All-Inclusive-Erfahrene nur zu 5% Studienreise-Erfahrung und zu 9% Kreuzfahrt-Erfahrung – 12% der Kreuzfahrt-Erfahrenen haben Studienreise-Erfahrung und 62% All-Inclusive-Erfahrung (tabellarisch nicht dargestellt).

Gr. 23: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnungen und andere Interessen
Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018
mit Studienreise- bzw. All-Inclusive- bzw. Kreuzfahrt- Erfahrung 2016-2018
Zustimmung in %

Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann...



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

2.2.2.3 Ansprechbarkeit nach bereisten Destinationen/Regionen

Nachfolgend werden die Ansprechbarkeiten von Urlaubern mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung unter Berücksichtigung der im Zeitraum 2016-2018 bereisten Destinationen/Regionen betrachtet. Inwieweit deren Ansprechbarkeit mit aktuell gemachten Erfahrungen in der jeweiligen Urlaubsregion zusammenhängt, muss offen bleiben.⁴⁸ Dasselbe gilt für mögliche andere Ursachen von Unterschieden im Antwortverhalten der Zielgruppen.

Türkei- und Nordafrika-Erfahrene zeigen u.a. ein unterdurchschnittliches Interesse an Informationen über die Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung und über die soziale und politische Situation im Land, ebenso an einigen Aspekten der Begegnung mit Einheimischen – letzteres ist bei Nordafrika-Erfahrenen extrem gering (siehe Tabelle 32).

⁴⁸ So haben z.B. 15% der aktuell Türkei-Erfahrenen im Zeitraum 2016-2018 u.a. auch noch nordafrikanische Destinationen bereist, 9% waren auch in fernen Entwicklungsländern. Daher ist die Quersumme der absoluten Zahl der jeweiligen Länder/Regionen-Erfahrenen mit 20,0 Mio. größer als die Gesamtgruppe (EL-Gesamt 16,6 Mio.). Das gilt auch für Tabelle 33: Dort waren z.B. von den Karibik-Erfahrenen im Zeitraum 2016-2018 u.a. 25% auch noch in asiatischen Destinationen, 15% waren auch in Mittel-/Südamerika (siehe Tabelle 17, Seite 98).



Hinweis: Nach interner Herausrechnung der Türkei-Erfahrenen 2016-2018 mit türkischem Migrationshintergrund aus der in Tabelle 32 dargestellten Gesamtgruppe „Türkei“ zeigen sich bei letzterer überwiegend keine signifikanten Veränderungen des Antwortverhaltens. Ausnahmen: Bei den fünf begegnungsorientierten Items sinken die Zustimmungswerte um 7 PP bis 8 PP – des Weiteren reduziert sich der Anteil jener, die im Urlaub etwas über die Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung erfahren möchten um 5 PP (von 46% auf 41%).

Ferner wird u.a. deutlich, dass Entwicklungsländer-Reisende mit aktueller Urlaubsreiseerfahrung in **entfernteren Destinationen des Globalen Südens** u.a. überdurchschnittlich interessiert sind an anspruchsvollen Land- und Leute-Informationen vor und während der Reise sowie an Begegnungen mit Einheimischen. Dies trifft besonders zu für Urlauberinnen und Urlauber, die aktuell Russland/ehem. GUS-Staaten bereist hatten oder den Nahen/Mittleren Osten/die Arabische Halbinsel.

**Tab. 32: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnung und andere Interessen
Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 nach bereister Destination/Region**

		Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018				
	gesamt	Türkei	Nordafrika	Russland/ehem. GUS-Staaten	Naher und Mittlerer Osten/Arabische Halbinsel	Entw- länder Fernziele
Mio.	16,6	7,4	4,1	1,6	1,1	5,8
Zustimmung	%	%	%	%	%	%
Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann...						
Informationen zu Land und Leuten						
...möchte ich schon vor Reiseantritt sehr gut über Land und Leute, Sitten und Gebräuche informiert sein	70	62	68	76	76	79
...möchte ich sehr gerne auf organisierten Ausflügen von einem Reiseleiter etwas über Land und Leute erfahren	55	49	56	66	71	61
...möchte ich im Urlaub auch möglichst viel über die Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung erfahren	51	46	44	61	60	58
...möchte ich im Urlaub möglichst viel über die soziale und politische Situation im Land erfahren	46	40	38	58	57	53
...möchte ich sehr gerne einmal ein Entwicklungsprojekt besuchen, das aus Deutschland unterstützt wird	27	23	21	38	35	31
Interkulturelle Begegnung						
...möchte ich sehr gern mit Einheimischen über Land und Leute plaudern	47	42	35	58	53	56
...kann ich das Land nur richtig kennen lernen, wenn ich die Möglichkeit habe, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen	46	43	35	49	43	54
... möchte ich die Einheimischen sehr gern in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben	40	35	28	53	46	46
...möchte ich das Land v.a.auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben	34	32	29	30	34	42
...möchte ich sehr gern auch mal mit Einheimischen zusammenkommen, die einen ähnlichen Beruf oder ein ähnliches Hobby haben wie ich selbst	32	31	22	44	31	33
Soziale Verantwortung						
...möchte ich bei einem Reiseunternehmen buchen, das im Urlaubsland nachweisl. Einfluss nimmt auf die Gewährleistung v fairen Arbeitsbedingungen u. Einkommen der im Tourismus Beschäftigten	40	40	32	49	39	41
Geselligkeit/Erholung						
...möchte ich am liebsten zusammen mit Freunden oder Gleichaltrigen reisen	58	60	58	62	49	53
...möchte ich einfach nur Urlaub machen, faulenzen und meine Ruhe haben	42	50	45	36	43	30
...möchte ich möglichst viel Spaß und „Action“ haben und dort sein, wo was los ist	33	35	32	31	32	32

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe
● Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher
● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

2.2.2.4 Ansprechbarkeit der Fernziel-Erfahrenen nach bereisten Regionen

Wenn man innerhalb der 5,8 Mio. Fernziel-Erfahrenen 2016-2018 (mit ihrem zuvor deutlich gewordenen überdurchschnittlichen Interesse an Land-und-Leute-Informationen sowie an Begegnungen mit Einheimischen) nun einzelne Regionalerfahrungsgruppen betrachtet, zeigt sich u.a. Folgendes (siehe Tabelle 33):

Aktuelle **Afrika südlich der Sahara-Erfahrene** zeigen überdurchschnittliches Interesse an sehr guten Land-und-Leute-Informationen vor Reiseantritt sowie an entsprechenden Reiseleiterinformationen bei organisierten Ausflügen. Sie sind unterdurchschnittlich, wenngleich mehrheitlich ansprechbar auf Informationen zu den Lebensbedingungen der Einheimischen und auf das Erkunden des Urlaubslandes auf eigene Faust.

Aktuelle **Asien-Erfahrene** sind unterdurchschnittlich, wenngleich mehrheitlich an Reiseleiterinformationen über Land und Leute im Rahmen von Ausflügen interessiert, dafür überdurchschnittlich am Erkunden des Landes auf eigene Faust, um dabei viel zu sehen und zu erleben.

Mittel-/Südamerika-Erfahrene sind stark überdurchschnittlich ansprechbar, Einheimische in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren zu erleben sowie für den Besuch eines Entwicklungsprojekts, das aus Deutschland unterstützt wird. Auch ihr Interesse an sehr guten Informationen über Land und Leute vor Reiseantritt sowie an Informationen zu Lebensbedingungen und politischer und sozialer Situation im Land ist überdurchschnittlich – ebenso ihre Meinung, dass man ein Land nur richtig kennenlernen kann durch Gespräche mit Einheimischen. Sie zeigen ein überdurchschnittliches Interesse an Spaß und „Action“ und dort zu sein, wo was los ist – und sind am wenigsten ansprechbar auf einfach nur Urlaub machen, faulenzen und Ruhe haben.

Die aktuellen **Karibik-Erfahrenen** gehen in stark unterdurchschnittlichem Maße davon aus, dass sie das Land nur durch Gespräche mit Einheimischen richtig kennenlernen können und zeigen das geringste Interesse am Erkunden des Landes auf eigene Faust. An Begegnungen mit Einheimischen oder am Besuch eines Entwicklungsprojekts sind sie unterdurchschnittlich interessiert.⁴⁹ Überdurchschnittlich ansprechbar sind sie jedoch für sehr gute Land-und-Leute-Informationen durch die Reiseleitung im Rahmen von Ausflügen. 46% würden gerne ihre Urlaubsreisen in ein Land des Globalen Südens bei einem Reiseunternehmen buchen, das im Urlaubsland nachweislich Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten.

49 67% der Karibik-Erfahrenen haben im Zeitraum 2016-2018 All-Inclusive-Urlaub gemacht, 22% eine Kreuzfahrt auf See.



**Tab. 33: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnung und andere Interessen
Entwicklungsländer-Fernziel-Erfahrene 2016-2018 nach bereisten Regionen**

	Entw.länder Fernziele	Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018			
		Afrika südl. Sahara	Asien	Mittel- und Südamerika	Karibik
Mio.	5,8	1,1	3,0	1,2	1,6
Zustimmung	%	%	%	%	%
Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann...					
Informationen zu Land und Leuten					
...möchte ich schon vor Reiseantritt sehr gut über Land und Leute, Sitten und Gebräuche informiert sein	79	88	76	84	78
...möchte ich sehr gerne auf organisierten Ausflügen von einem Reiseleiter etwas über Land und Leute erfahren	61	66	55	65	70
...möchte ich im Urlaub auch möglichst viel über die Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung erfahren	58	52	59	66	56
...möchte ich im Urlaub möglichst viel über die soziale und politische Situation im Land erfahren	53	52	53	60	55
...möchte ich sehr gerne einmal ein Entwicklungsprojekt besuchen, das aus Deutschland unterstützt wird	31	34	29	42	25
Interkulturelle Begegnung					
...möchte ich sehr gern mit Einheimischen über Land und Leute plaudern	56	54	59	57	48
...kann ich das Land nur richtig kennen lernen, wenn ich die Möglichkeit habe, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen	54	53	58	59	43
... möchte ich die Einheimischen sehr gern in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben	46	44	47	58	39
...möchte ich das Land v.a.auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben	42	37	48	47	29
...möchte ich sehr gern auch mal mit Einheimischen zusammenkommen, die einen ähnlichen Beruf oder ein ähnliches Hobby haben wie ich selbst	33	32	30	37	34
Soziale Verantwortung					
...möchte ich bei einem Reiseunternehmen buchen, das im Urlaubsland nachweisl. Einfluss nimmt auf die Gewährl. v. fairen Arbeitsbedingungen u. Einkommen d. im Tourismus Beschäftigten	41	45	40	39	46
Geselligkeit/Erholung					
...möchte ich am liebsten zusammen mit Freunden oder Gleichaltrigen reisen	53	51	49	54	52
...möchte ich einfach nur Urlaub machen, faulenzen und meine Ruhe haben	30	26	31	21	33
...möchte ich möglichst viel Spaß und „Action“ haben und dort sein, wo was los ist	32	28	33	39	33

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder Fernziel-Erfahrenen 2016-2018
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder Fernziel-Erfahrenen 2016-2018

- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

2.2.2.5 Ansprechbarkeits-Typen in Bezug auf das Kennenlernen von Land und Leuten und die Begegnung mit Einheimischen

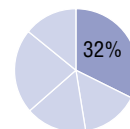
In einem weiteren Analyseschritt wurde untersucht, ob es unter den **Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018** Personengruppen gibt, die Ähnlichkeiten in ihrem Antwortverhalten auf die vorgelegten 14 Statements zeigen. Hierzu wurde das multivariate Verfahren der Clusteranalyse angewandt. Mit Cluster wird eine Gruppe von Personen bezeichnet, die in ihrem Antwortverhalten große Ähnlichkeiten aufweist bzw. sich dadurch von den übrigen Clustern (anderen Personengruppen) deutlich unterscheidet.

Die auf diese Weise gefundenen Gruppen repräsentieren bestimmte Einstellungs- oder Verhaltens-Typen – in diesem Fall Ansprechbarkeits-Typen zum Themenbereich Kennenlernen von Land und Leuten und interkulturelle Begegnung.

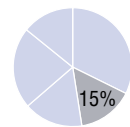
Die Clusteranalyse erbrachte fünf plausible Typen, die nachfolgend näher beschrieben werden. Die Typenbeschreibung erfolgt anhand der aktiven 14 Variablen bzw. Statements (siehe Grafik 24 und Tabelle 34) und wird durch soziodemografische, Reiseverhaltens- und Meinungsmerkmale (passive Variablen) ergänzt (siehe Tabellen 35-37).

Die fünf Typen wurden wie folgt bezeichnet:

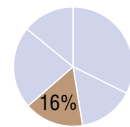
Typ 1 – Begegnungs-desinteressierter Urlauber (5,1 Mio.) mit begrenztem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute – und klarem Desinteresse an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land



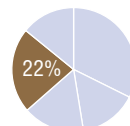
Typ 2 – Begegnungs-unentschiedener/distanzierter Urlauber (2,4 Mio.) mit deutlichem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute – und begrenztem Interesse an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land



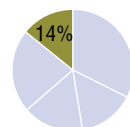
Typ 3 – Begegnungs-interessierter, organisiert reisender Urlauber (2,6 Mio.) mit großem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute sowie an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land



Typ 4 – Stark Begegnungs-interessierter „Auf eigene Faust“ reisender Urlauber (3,5 Mio.) mit vergleichsweise eingeschränktem Interesse an Vorinformation über Land und Leute – und sehr geringem Interesse an Reiseleiterinformationen



Typ 5 – Extrem Begegnungs-interessierter Urlauber (2,1 Mio.) mit großem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute und sehr großem Interesse an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land



Typ 1 – Begegnungs-desinteressierter Urlauber mit begrenztem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute – und klarem Desinteresse an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land

Charakteristisch für Personen, die diesem Typ zugerechnet werden (5,1 Mio.), ist ihr durchweg extrem geringes Interesse an persönlichen Begegnungen mit Einheimischen (zwischen 2% und 10%). Lediglich 9% meinen, dass man ein Entwicklungs- oder Schwellenland nur durch Gespräche mit Einheimischen richtig kennenlernen kann.

Das Interesse an sehr guter Vorinformation über Land und Leute sowie an entsprechenden Reiseleiterinformationen auf Ausflügen ist vergleichsweise begrenzt (47% bzw. 38%). Hier zeigt sich dieser Typ teilweise ansprechbar.

Er hat außerdem das signifikant geringste Interesse an den Lebensbedingungen der Einheimischen (4%), an der sozialen und politischen Situation im Land (5%), am Besuch eines Entwicklungsprojekts, das aus Deutschland unterstützt wird (2%) sowie an sozialverantwortlich handelnden Reiseunternehmen (9%).

Einfach nur Urlaub machen, faulenzen und seine Ruhe haben, findet mehrheitlich Zustimmung (57%).



Als Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 haben Personen dieses Typs am häufigsten von allen fünf Typen aktuell einen Urlaub in der Türkei verbracht (52%) (siehe Tabelle 35). Reisen in ferne Entwicklungsländer wurden am wenigsten unternommen (28%). Aktuelle Erfahrungen mit Erlebnisreisen/Entdeckungsreisen sind vergleichsweise gering – vor allem solche mit Rundreisen, Kulturreisen und Studienreisen. Im Rahmen seiner allgemeinen, besonders wichtigen Urlaubsreisemotive zeigt dieser Typ das geringste Interesse, im Urlaub etwas für Kultur und Bildung zu tun (16%) oder Kontakt mit Einheimischen zu haben (16%). Er ist stark unterdurchschnittlich ansprechbar, seine Urlaubsreisen möglichst ökologisch verträglich bzw. sozialverträglich zu gestalten.

Tabelle 36 zeigt, dass unter Personen dieses Typs Angehörige der mittleren sozialen Schichten 3-5 am stärksten vertreten sind (62%).

Positive als auch negative Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer werden überwiegend in deutlich geringstem Maße gesehen (siehe Tabelle 37).

Typ 2 – Begegnungs-unentschiedener/distanzierter Urlauber mit deutlichem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute – und begrenztem Interesse an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land

Personen dieses Typs (2,4 Mio.) zeigen die Besonderheit, in ihrem Antwortverhalten stark bis mehrheitlich unentschieden zu bleiben, wenn es um das Interesse an mehr oder weniger intensiven Begegnungen mit Einheimischen geht bzw. um den Wert solcher Begegnungen für das Kennenlernen von Ländern des Globalen Südens.

Gut vier Fünftel sind jedoch an sehr guten Vorinformationen über Land und Leute interessiert, an entsprechenden Informationen durch die Reiseleitung bei Ausflügen sowie an Reisen mit einem Reiseunternehmen, das im Urlaubsland nachweislich Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten. Im Urlaub sind sie begrenzt ansprechbar für die Lebensbedingungen der Einheimischen sowie die soziale und politische Situation im Land. Nur 10% sind interessiert, ein Entwicklungs- oder Schwellenland vor allem auf eigene Faust zu erkunden, um dabei viel zu sehen und zu erleben .

Als Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 haben Personen dieses Typs vergleichsweise häufiger als andere Typen einen Urlaub in der Karibik verbracht sowie eine Kreuzfahrt auf See unternommen. Im Rahmen der allgemeinen Urlaubsreisemotive ist diesem Typ mehrheitlich besonders wichtig, sich im Urlaub auszuruhen und zu faulenzen, aber auch andere Länder zu erleben und viel von der Welt zu sehen sowie Natur zu erleben. Er ist klar überdurchschnittlich und mehrheitlich ansprechbar, seine Urlaubsreisen möglichst ökologisch verträglich bzw. sozialverträglich zu gestalten.

Frauen sind häufiger als Männer vertreten, ebenso ältere erwachsene Paare und Personen mit mittlerer formaler Bildung.

Dass der Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer den Urlauber:innen ermöglicht, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern, wird mehrheitlich gesehen.

Die diesen Typ ausmachende **Begegnungs-Unentschiedenheit** kann verschiedene Gründe haben, u.a.:

- Möglichkeiten und Vorteile einer eigenen „Begegnung mit Einheimischen“ waren bisher kein Thema – man hat sich dazu noch keine Meinung gebildet.
- Man kann sich im Rahmen der eigenen Urlaubssituation und -präferenzen die persönliche praktische Umsetzung der genannten Begegnungsmöglichkeiten mit Einheimischen nicht ausreichend vorstellen.
- Vorhandene Hemmfaktoren, die Begegnungen erschweren – etwa fehlende gemeinsame Sprachkenntnisse, generelle Ängste/Vorsicht, fehlender Mut in Bezug auf soziale Kontakte mit (möglicherweise aufdringlichen) Einheimischen, die Befürchtung lästiger (späterer) Verpflichtungen, die sich aus Begegnungs-Kontakten ergeben könnten – bis hin zur Befürchtung, dass intensivere Gesprächs-Kontakte zu anstrengend und möglicherweise von den Einheimischen auch gar nicht gewollt sein könnten.

Für eine Untersuchung solcher und anderer möglicher Gründe für eine Begegnungs-Unentschiedenheit standen keine Kontrollvariablen zur Verfügung.

Typ 3 – Begegnungs-interessierter, organisiert reisender Urlauber mit großem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute sowie an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land

Bei Personen dieses Typs (2,6 Mio.) erreicht das Interesse, auf Ausflügen von einer Reiseleitung etwas über Land und Leute zu erfahren, die insgesamt höchste Zustimmung (88%). Nur 9% sind interessiert, ein Entwicklungs- oder Schwellenland vor allem auf eigene Faust zu erkunden, um dabei viel zu sehen und zu erleben.

Im Vergleich zu den Typen 1 und 2 ist ein deutliches Interesse an Begegnung mit Einheimischen vorhanden und mehrheitlich erkennbar (zwischen 56% und 63%) – gleichzeitig ist es geringer ausgeprägt als bei Typ 4 und 5.

Man möchte in extrem hohem Maße (wie Typ 5) schon vor Reiseantritt über Land und Leute sehr gut informiert sein (91%). Das Interesse an den Lebensbedingungen der Einheimischen sowie an der sozialen und politischen Situation im Land ist das zweitstärkste unter den fünf Vergleichsgruppen (88% bzw. 73%).

Als Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 haben Personen dieses Typs aktuell weniger häufig die Türkei bereist, häufiger Mittel- und Südamerika besucht und überdurchschnittlich Erlebnisreisen/Entdeckungsreisen unternommen. Allgemeine Urlaubsmotive wie „andere Länder erleben, viel von der Welt sehen“ und „neue Eindrücke gewinnen, etwas anderes kennenlernen“ sind mehrheitlich besonders wichtig.

Personen mit hohem Haushaltsnettoeinkommen, aus oberen sozialen Schichten sind häufiger vertreten, ebenso Senioren Paare.

Mehrheitlich wird die Einschätzung geteilt, dass Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer den Urlauber:innen ermöglicht, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern.

Typ 4 – Stark Begegnungs-interessierter, „Auf eigene Faust“ reisender Urlauber mit vergleichsweise eingeschränktem Interesse an Vorinformation über Land und Leute – und sehr geringem Interesse an Reiseleiterinformationen

Personen, die diesem Typ angehören (3,5 Mio.), unterscheiden sich von den übrigen Typen insbesondere dadurch, dass sie Länder des Globalen Südens besonders häufig vor allem auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben möchten (77%). Ihr Interesse an Reiseleiterinformationen über Land und Leute ist extrem gering (22%) – ebenso das Interesse, ihre Reise bei einem sozialverantwortlichen Reiseunternehmen zu buchen (23%).

Sie sind mehrheitlich interessiert an sehr guten Informationen über Land und Leute, Sitten und Gebräuche vor Reiseantritt (59%) – ebenso daran, im Urlaub Einheimischen zu begegnen (max. 81%), etwas über die Lebensbedingungen der Einheimischen zu erfahren (70%) und über die soziale und politische Situation im Land (55%).

Gut zwei Fünftel wollen während ihres Urlaubsaufenthalts möglichst viel Spaß und „Action“ haben.

Als Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 haben Personen dieses Typs aktuell häufiger als andere Typen Urlaub in Asien gemacht und am wenigsten All-Inclusive-Urlaub sowie Kreuzfahrten auf See. Bei den ausgewählten allgemeinen Urlaubsmotiven (unabhängig von der Reisedestination) gibt es keines, das mehrheitlich als besonders wichtig angesehen wird.

Männer sind häufiger vertreten als Frauen, ebenso Personen unter 50 Jahren (insbesondere junge Leute unter 30) und junge Unverheiratete.

Die Meinung, dass der Tourismus in Entwicklungsländer Einheimischen die Chance gibt, Urlauber über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität im Land zu informieren, findet die zweithäufigste Zustimmung. Negative Wirkungen werden überwiegend am zweithäufigsten gesehen.

Typ 5 – Extrem Begegnungs-interessierter Urlauber mit großem Interesse an Information(-svermittlung) über Land und Leute und sehr großem Interesse an Lebensbedingungen und sozialer/politischer Situation im Land

Personen dieses Typs (2,1 Mio.) zeigen die Besonderheit, dass sie bei Urlaubsreisen in Länder des Globalen



Südens extrem stark an Begegnungen mit Einheimischen interessiert sind (zwischen 84% und 97%) sowie daran, möglichst viel über die Lebenssituation der Einheimischen und über die soziale und politische Situation im Land zu erfahren (96% bzw. 90%). 80% möchten sehr gerne einmal ein Entwicklungsprojekt besuchen, das aus Deutschland unterstützt wird.

Gleichzeitig zeigt dieser Typ das höchste Interesse an sehr guten Informationen über Land und Leute, Sitten und Gebräuche vor Reiseantritt (97%). Der Wunsch, von Reiseleiter:innen im Rahmen von organisierten Ausflügen etwas über Land und Leute zu erfahren, ist groß (80%). Personen, die diesem Typ angehören, zeigen das höchste Interesse, die Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland bei einem Reiseunternehmen zu buchen, das im Urlaubsland nachweislich Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten (96%).

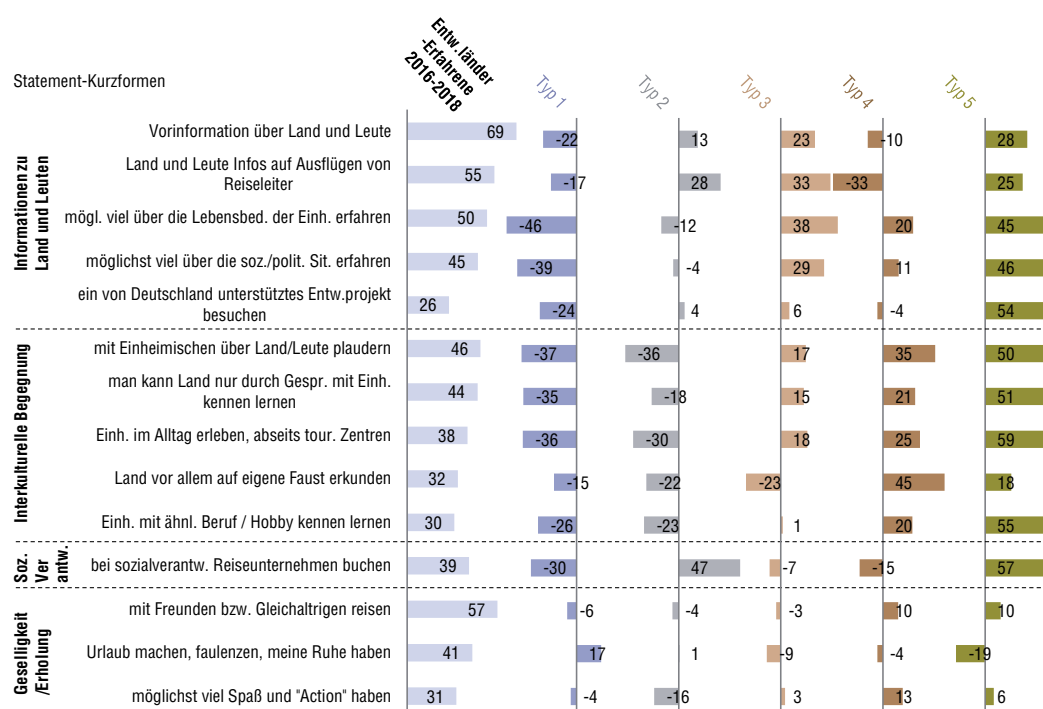
Knapp die Hälfte möchte das Land vor allem auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben. Einfach nur Urlaub machen, faulenzen und seine Ruhe haben, spielen eine extrem geringe Rolle (22%).

Als Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 haben Personen dieses Typs u.a. aktuell weniger häufig die Türkei und Nordafrika bereist, dafür häufiger Entwicklungsländer-Fernziele, insbesondere Asien. Sie haben deutlich seltener Badeurlaub/Strandurlaub gemacht – dafür häufiger Erlebnisreisen/Entdeckungsreisen, Rundreisen und Kulturreisen. Bei den allgemeinen Urlaubsmotiven, die besonders wichtig sind, zeigen sie das höchste Interesse, andere Länder zu erleben und viel von der Welt zu sehen (66%) sowie etwas für Kultur und Bildung zu tun (40%). Sie sind extrem überdurchschnittlich ansprechbar, ihre Urlaubsreisen möglichst ökologisch verträglich bzw. sozialverträglich zu gestalten.

Bei Personen, die diesem Typ angehören, sind formal höher Gebildete und solche, die den sozial gehobenen Milieus angehören, vergleichsweise am stärksten vertreten.

Bei den Einschätzungen der Wirkungen des Tourismus in Länder des Globalen Südens erzielen positive Wirkungen fast ausnahmslos die höchste (und gleichzeitig mehrheitliche) Zustimmung. Fast alle negativen Wirkungen werden überdurchschnittlich häufig gesehen. Dass der Tourismus zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Tourist:innen führt, findet die häufigste Zustimmung.

Gr. 24: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnung und andere Interessen bei Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer
Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 (16,4 Mio.) – Ansprechbarkeits-Typen
Zustimmungsdifferenz zur Gesamtgruppe in Prozentpunkten



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Tab. 34: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnung und andere Interessen bei Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer
Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 – Ansprechbarkeits-Typen

Statement-Kurzformen	Entw.länder-Erfahrene 2016-2018	Typ 1	Typ 2	Typ 3	Typ 4	Typ 5
		Begegnungs-desinteressierter Urlauber	Begegnungs-unentschiedener/-distanzierter Urlauber	Begegnungs-interessierter Urlauber - organisiert	Stark Begegnungs-interessierter Urlauber - auf eigene Faust	Extrem Begegnungs-interessierter Urlauber
Mio.	16,4*	5,1	2,4	2,6	3,5	2,1
	%	%	%	%	%	%
Zustimmung						
bin unentschieden (>= 40%)						
Informationen zu Land und Leuten						
Vorinformation über Land und Leute	69 22	47 36	82 15	91 6	59 29	97 3
Land und Leute Infos auf Ausflügen von Reiseleiter	55 20	38 29	83 11	88 8	22 26	80 13
mögl. viel über die Lebensbed. der Einh. erfahren	50 28	4 47	39 42	88 8	70 21	96 4
möglichst viel über die soz./polit. Sit. erfahren	45 29	5 39	41 37	73 21	55 29	90 8
ein von D unterstütztes Entw.projekt besuchen	26 26	2 26	30 30	32 34	23 25	80 12
Interkulturelle Begegnung						
mit Einheimischen über Land/Leute plaudern	46 31	10 43	11 61	63 30	81 14	97 4
man kann Land nur durch Gespr. mit Einh. kennen lernen	44 30	9 41	26 45	60 28	66 23	95 3
Einh. im Alltag erleben, abseits tour. Zentren	38 30	2 37	8 57	56 26	63 26	97 2
Land vor allem auf eigene Faust erkunden	32 23	17 24	10 22	9 40	77 13	49 23
Einh. mit ähnl. Beruf / Hobby kennen lernen	30 29	4 27	7 40	31 38	49 30	84 12
Soziale Verantwortung						
bei sozialverantw. Reiseunternehmen buchen	39 29	9 42	85 11	32 43	23 31	96 4
Geselligkeit/Erholung						
mit Freunden bzw. Gleichaltrigen reisen	57 25	51 27	53 31	54 25	67 18	67 22
Urlaub machen, faulenzen, meine Ruhe haben	41 22	57 20	42 26	32 22	37 21	22 23
möglichst viel Spaß und "Action" haben	31 33	27 34	15 38	34 30	44 28	37 41

*Die Zahl der Gesamtgruppe der Entw.länder-Erfahrenen 2016-2018 fällt hier um 0,2 Mio. geringer aus, da die Typenberechnung auf der Reiseziel-Standardfrage der Reiseanalyse basiert.
Die Summe der einzelnen Ansprechbarkeitstypen entspricht nicht den EL/SL-Erfahrenen 2016-2018 gesamt, da eine gewisse Anzahl von Werten nicht zugeordnet werden konnte.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.



Tab. 35: Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018
Ansprechbarkeits-Typen – Urlaubsmotive, Urlaubserfahrung, nachhaltiges Reisen

	Entw.länder - Erfahrene 2016-2018	Typ 1	Typ 2	Typ 3	Typ 4	Typ 5
Mio.	16,4	5,1	2,4	2,6	3,5	2,1
	%	%	%	%	%	%
Allgemeine Urlaubsmotive besond. wichtig (Auswahl, Mehrfachnennungen)						
Etwas für Kultur und Bildung tun	26	16	30	37	21	40
Ausruhen, Faulenzen	48	54	55	43	44	44
Kontakt zu Einheimischen	30	16	21	35	47	46
Andere Länder erleben, viel von der Welt sehen	50	42	59	56	46	66
Neue Eindrücke gewinnen, etw. anderes kennen lernen	47	38	50	58	45	57
Natur erleben (schöne Landschaften, reine Luft...)	45	36	55	49	41	59
Erfahrung mit Urlaubsformen 2016-2018 (Auswahl)						
Badeurlaub/Strandurlaub	80	86	83	83	78	69
All-Inclusive-Urlaub	55	64	63	65	38	48
Kreuzfahrt auf See	9	9	15	12	4	5
Erlebnisreise/ Entdeckungsreise	42	29	37	55	41	59
Rundreise	21	13	23	26	21	31
Kulturreise	16	8	16	22	14	28
Studienreise	7	2	4	13	6	14
Erfahrung mit Reisezielen 2016-2018						
Türkei	45	52	45	38	45	37
Nordafrika	23	26	23	26	21	15
Vereinigte Arabische Emirate	7	7	9	9	4	7
Russland	10	7	11	12	7	15
Entw.länder Fernziele gesamt	37	28	37	42	41	47
Afrika südl. Sahara	7	5	9	10	5	9
Asien	20	15	17	21	26	27
Mittel - und Südamerika	8	5	7	14	8	9
Karibik	10	8	15	13	9	10
Einstellungen zum nachhaltigen Reisen						
Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltverträglich sein						
Zustimmung	41	27	51	43	35	72
bin unentschieden	40	47	37	44	43	21
Ablehnung	19	26	12	13	23	7
Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein						
Zustimmung	51	35	63	51	51	81
bin unentschieden	36	47	31	38	34	13
Ablehnung	13	17	5	11	16	6

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe ● Zustimmung 10 oder mehr PP höher
● Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe ● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Tab. 36: Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018
Ansprechbarkeits-Typen – Soziodemografische Merkmale und Sinus-Milieus zusammengefasst

	Entw.länder - Erfahrene 2016-2018	Typ 1	Typ 2	Typ 3	Typ 4	Typ 5
Mio.	16,4	5,1	2,4	2,6	3,5	2,1
	%	%	%	%	%	%
Geschlecht						
männlich	52	51	43	52	60	49
weiblich	48	49	57	48	40	51
Herkunft						
West	78	78	79	71	82	80
Ost	22	22	21	29	18	21
Alter						
14-29 Jahre	22	22	17	16	32	22
30-49 Jahre	35	35	33	32	41	33
50-69 Jahre	32	33	36	39	23	33
70 Jahre oder älter	10	10	14	13	4	12
Lebensphase						
Junge Unverheiratete	19	15	12	14	34	19
Junge Verheiratete ohne Kinder	11	15	10	9	9	12
Familie mit kleinen Kindern	7	6	4	7	10	7
Familie mit großen Kindern	10	9	10	7	12	7
Ältere Erw. Paare	26	27	34	29	18	25
Ältere Unverheiratete	6	6	6	8	6	5
Senioren Paare	16	17	18	21	8	17
Unverheiratete Senioren	5	5	7	6	3	8
Schulbildung						
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	24	28	21	19	27	20
Mittlere Reife/weiterführende Schule ohne Abitur	34	38	40	31	29	28
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	43	34	39	50	44	52
Haushaltsnettoeinkommen						
bis Euro 1.999	19	17	16	16	23	24
Euro 2.000 - 2.999	25	31	26	22	22	19
Euro 3.000 und mehr	56	52	58	61	55	58
Soziale Schicht						
Stufe 6+7 (untere Schichten)	10	9	7	8	15	9
Stufe 3-5	52	62	53	44	48	44
Stufe 1+2 (obere Schichten)	38	29	40	48	37	47
Sinus Milieus Zusammenfassung						
Milieus der unteren Mitte/Unterschicht	25	29	20	18	29	18
Milieus der Mitte	33	33	34	37	26	34
Sozial gehobene Milieus	43	38	47	45	45	48

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher

○ Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.



Tab. 37: Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018

Ansprechbarkeits-Typen – Meinungen zu Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer

	Entw.länder-Erfahrene 2016-2018	Typ 1	Typ 2	Typ 3	Typ 4	Typ 5
Mio.	16,4	5,1	2,4	2,6	3,5	2,1
Zustimmung	%	%	%	%	%	%
Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer...						
Positive Aspekte						
... schafft gute Arbeitsplätze für die Einheimischen	73	72	72	78	72	80
...bringt dringend benötigte Devisen in diese Länder	68	62	71	75	68	78
...ermöglicht es Urlaubern, sich kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern	47	33	52	58	46	60
...leistet einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung	45	40	43	48	43	64
...erhöht langfristig die wirtschaftliche und politische Stabilität dieser Länder	44	38	44	48	48	48
...fördert bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder	42	30	43	49	45	55
...fördert die Erhaltung von Kulturdenkmälern	42	32	46	46	46	55
...gibt Einh. die Chance, Urlauber über die pol., wirtsch. und soz. Realität im Land zu informieren	33	21	27	37	43	50
...fördert bei Urlaubern das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland	18	12	23	15	18	30
Negative Aspekte						
...belastet oder zerstört die natürliche Umwelt in diesen Ländern	37	32	36	45	38	43
...führt zur Anpassung von Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Touristen	31	21	30	32	38	46
...trägt durch Deviseneinnahmen aus dem Tourismus auch zur Stabilisierung von Unrechts-Regimen bei	29	24	31	26	32	35
...bietet der Bev. zu wenig Möglichkeiten, an Entscheidungen über tourist. Entwickl. mitzuwirken	29	23	27	30	34	35
...führt auch zu Prostitution von Frauen und Kindern in diesen Ländern	28	23	26	34	33	33
...führt bei den Einheimischen zu Neidgefühlen gegenüber den reichen Touristen	26	24	22	27	28	29
...trägt dazu bei, dass das Geld der Touristen vor allem in die Taschen von wohlhabenden Einheimischen fließt	24	22	21	23	31	29
...führt dazu, dass hauptsächlich die Reiseveranstalter/ Reisebüros hier bei uns profitieren	20	20	17	17	23	18

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe
- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

In Grafik 25 sind auf Basis von 16,4 Mio. **Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018** die fünf Typen dargestellt in Bezug auf ihre Positionierung zwischen den Dimensionen Begegnungs-Interesse bzw. Des-Interesse (vertikale Achse) sowie der Präferenz, auf eigene Faust bzw. nicht auf eigene Faust zu reisen (horizontale Achse).

Dabei wird nochmals deutlich, dass es zwei stark bzw. extrem Begegnungs-interessierte Typen gibt (Typen 4 und 5), die sowohl Begegnungs-Interesse zeigen, als auch Interesse, ein Land des Globalen Südens auf eigene Faust zu erkunden – wenngleich in unterschiedlicher Stärke. Sie haben einen Gesamtanteil von 36%.

Der anteilsmäßig größte Typ 1 (32%) sowie Typ 2 (15%) zeigen bei ihrem vergleichsweise sehr geringen bzw. geringen Begegnungs-Interesse wenig Präferenz, in einem Entwicklungs- oder Schwellenland auf eigene Faust unterwegs zu sein.

Letzteres gilt auch für Typ 3, der aber deutlich stärker (und mehrheitlich) auf interkulturelle Begegnungen mit Einheimischen ansprechbar ist, als die Typen 1 und 2.

Grafik 26 zeigt eine ziemlich ähnliche Positionierung der Begegnungs-Typen auf Basis von 9 Mio. **Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018 mit gleichzeitiger aktueller All-Inclusive-Erfahrung**. Typ 1 und 2 haben einen Gesamtanteil von 54% – Typ 4 und 5 kommen auf 27%.

Grafik 27 zeigt **Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018** (1,5 Mio.) mit **gleichzeitiger aktueller Kreuzfahrt-Erfahrung**. Hier haben die beiden stark bzw. extrem Begegnungs-interessierten Typen 4 und 5 den vergleichsweise geringsten Gesamtanteil von 19% bei deutlichen Unterschieden hinsichtlich ihres Interesses, auf eigene Faust unterwegs zu sein. Die Typen 1 und 2 (mit eher geringem Interesse an Begegnung sowie am Reisen auf eigene Faust) kommen auf einen Gesamtanteil von 59%. Der „Begegnungs-interessierte organisierte reisende Urlauber“ (Typ 3, Anteil 22%) kann sich hier am wenigsten vorstellen, in einem Land des Globalen Südens auf eigene Faust unterwegs zu sein.

Grafik 28 zeigt das Segment der **Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018 mit gleichzeitiger aktueller Studienreise-Erfahrung** (1,1 Mio.). Die stark bzw. extrem Begegnungs-interessierten Typen 4 und 5 haben zusammen einen Anteil von 48% und ein gleichermaßen deutliches Interesse, ein Land des Globalen Südens auf eigene Faust zu erkunden. Die beiden Typen 1 und 2 mit ihrem vergleichsweise geringen Begegnungs-Interesse und wenig Präferenz, auf eigene Faust unterwegs zu sein, machen zusammen 18% des Gesamtsegments aus. Der mit 33% volumenmäßig größte Einzeltyp 3 mit einer mittleren Ansprechbarkeit auf Begegnung, zeigt ebenfalls ein eher geringes Interesse, ein Land auf eigene Faust zu erkunden.

Gr. 25: Interesse an Begegnung mit Einheimischen

Ansprechbarkeits-Typen unter Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018 (15,7 Mio.)

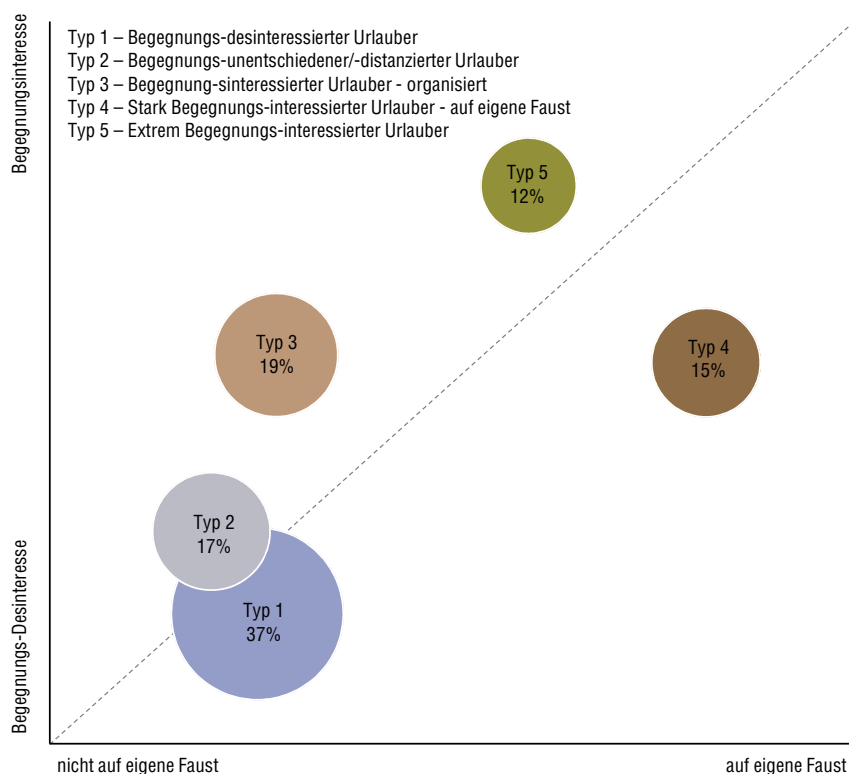


Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.



Gr. 26: Interesse an Begegnung mit Einheimischen

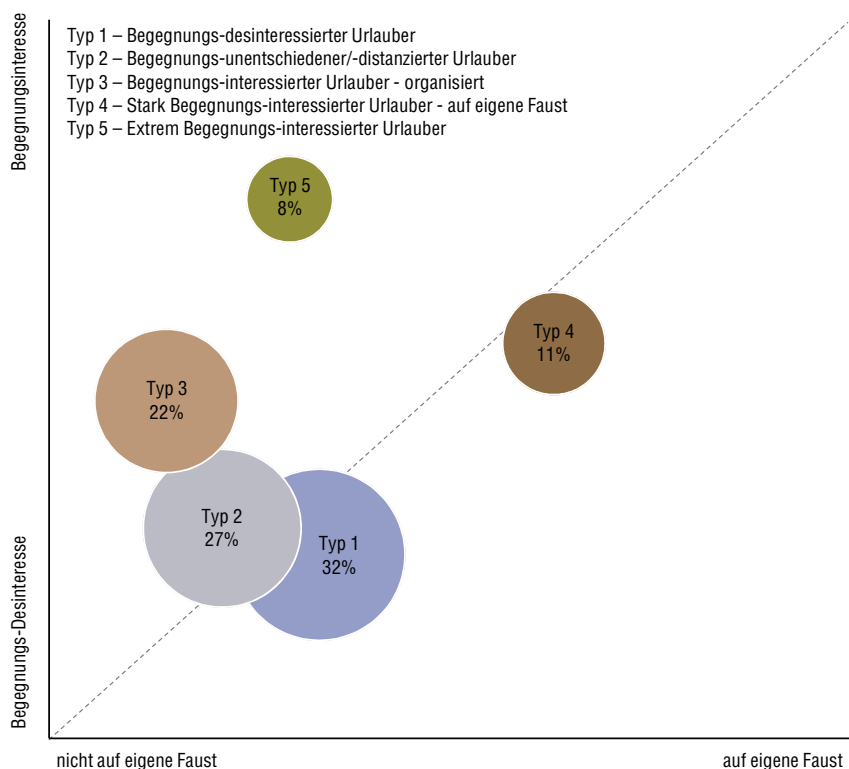
**Ansprechbarkeits-Typen unter Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018
bei gleichzeitiger All-Inclusive-Erfahrung 2016-2018 (9,0 Mio.)**



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Gr. 27: Interesse an Begegnung mit Einheimischen

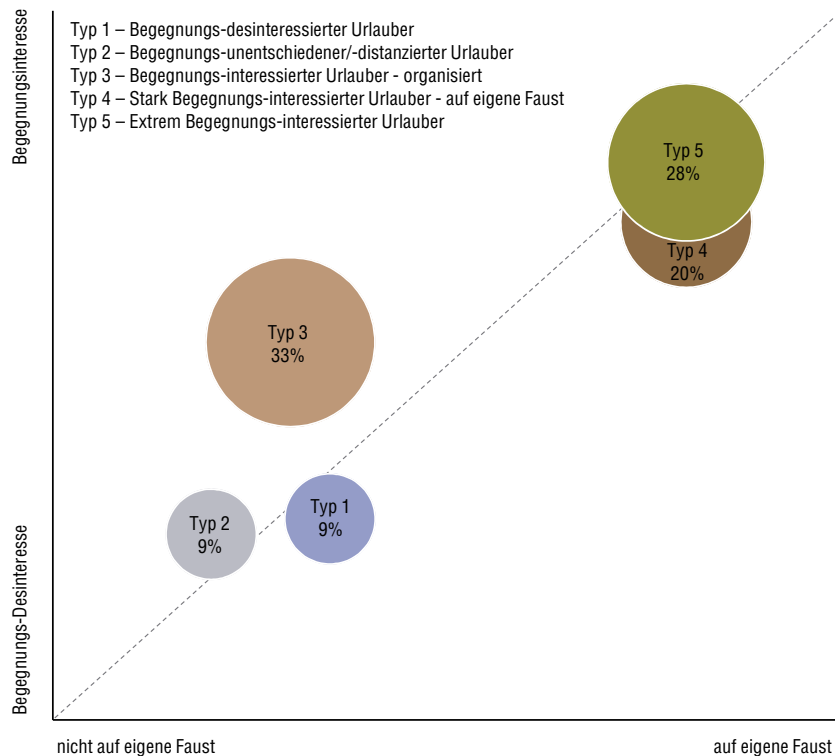
**Ansprechbarkeits-Typen unter Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018
bei gleichzeitiger Kreuzfahrt-Erfahrung 2016-2018 (1,5 Mio.)**



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Gr. 28: Interesse an Begegnung mit Einheimischen

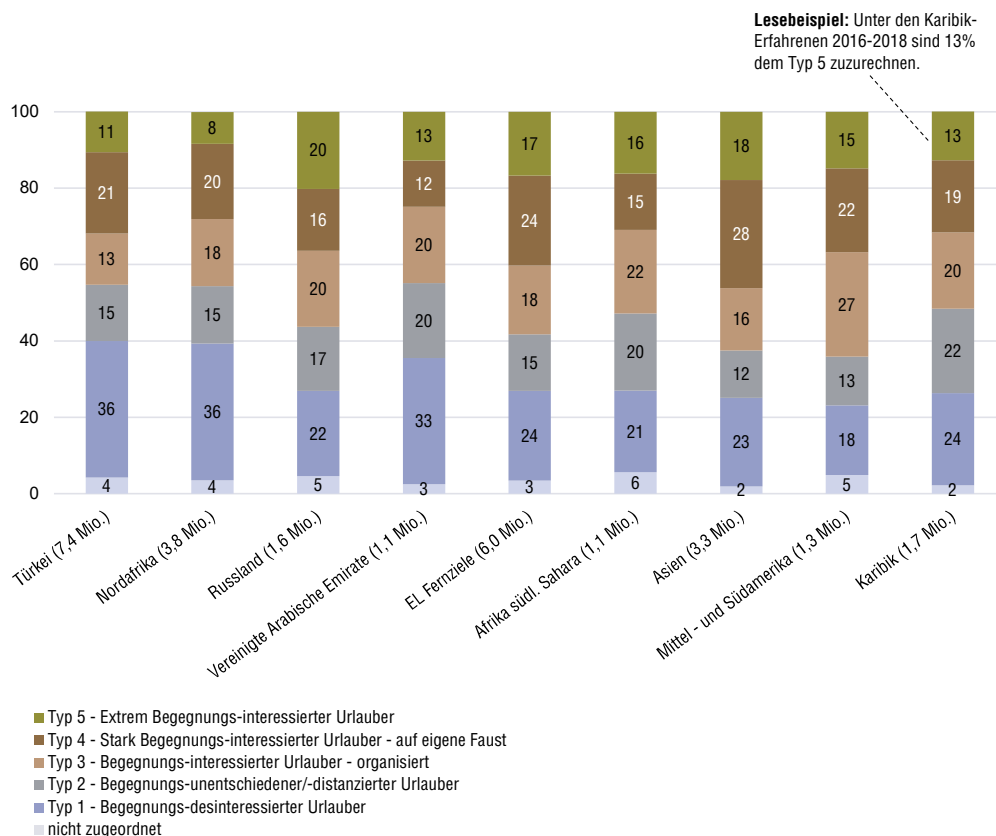
Ansprechbarkeits-Typen unter Entwicklungsländer-Erfahrenen 2016-2018 bei gleichzeitiger Studienreise-Erfahrung 2016-2018 (1,1 Mio.)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Gr. 29: Entwicklungsländer-Erfahrene 2016-2018 (16,4 Mio.) nach Destinationen/Regionen

Anteile der Ansprechbarkeits-Typen für Begegnung mit Einheimischen in %



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.



Grafik 29 zeigt, wie stark die Begegnungs-Typen in einzelnen Destinations-Erfahrungsgruppen vertreten sind:

Der **Begegnungs-desinteressierte Urlauber (Typ 1)** ist am stärksten mit ca. je einem Drittel unter Personen mit aktueller Urlaubserfahrung in den Destinationen Türkei, Nordafrika bzw. Vereinigte Arabische Emirate vertreten.

Der **Begegnungs-unentschiedene/distanzierte Urlauber (Typ 2)** hat unter Erfahrenen in den Destinationen Karibik, Afrika südl. Sahara und Vereinigte Arabische Emirate einen Anteil von jeweils einem Fünftel (22%, 20% u. 20%).

Der **Begegnungs-interessierte, organisiert reisende Urlauber (Typ 3)** ist unter Mittel- und Südamerika-Erfahren mit 27% vergleichsweise am stärksten vertreten – unter Türkei-Erfahrenen am wenigsten (13%).

Der **stark Begegnungs-interessierte „Auf eigene Faust“ reisende Urlauber (Typ 4)** erreicht unter Asien-Erfahrenen mit 28% den höchsten Anteil von allen Vergleichsgruppen – unter jenen mit aktueller Erfahrung in den Vereinigten Arabischen Emiraten den geringsten (12%).

Der **extrem Begegnungs-interessierte Urlauber (Typ 5)** hat unter aktuell Russland- bzw. Asien-Erfahrenen mit 20% bzw. 18% die größten Anteile, die geringsten unter Nordafrika- bzw. Türkei-Erfahrenen (8% bzw. 11%).

Die Begegnungs-interessierten Typen 3, 4 und 5 sind zusammen am stärksten vertreten unter Mittel- und Südamerika-Erfahrenen (64%) und Asien-Erfahrenen (62%) – am wenigsten unter Türkei- bzw. Nordafrika-Erfahrenen (45% bzw. 46%) sowie unter Personen mit aktueller Urlaubsreiseerfahrung in den Vereinigten Arabischen Emiraten (45%).

2.2.2.6 Ansprechbarkeit nach Anzahl bisher bereister Destinationen/Regionen

Vorbemerkung:

Ob eine zunehmende Urlaubsreiseerfahrung in Entwicklungs- und Schwellenländern das persönliche Interesse der Reisenden an Land und Leuten sowie Begegnung mit Einheimischen erhöht, ist pauschal nicht zu beantworten. Wie im Kapitel 2.1.2.4, auf Seite 118 angesprochen, hängt auch hier das Ergebnis von der Ausprägung der persönlichen Reiseerfahrung ab – also von der Gesamtheit aller Erfahrungen, die man bisher im Zusammenhang mit realisierter Urlaubsreisetätigkeit in den Ländern des Globalen Südens gemacht bzw. gewonnen hat. Sie ist u.a. abhängig von der Anzahl bisher bereister Destinationen, von der Häufigkeit, mit der sie besucht wurden, von der dort verbrachten Zeit und vom Stellenwert zugrunde liegender Urlaubsmotive und -erwartungen, praktizierter Urlaubsformen und Urlaubsaktivitäten. Eine Totalerfassung dieser Reiseerfahrungs-Merkmale und deren Operationalisierung zu einem Faktor „Entwicklungsländer-Reiseerfahrung“ würde erhebungstechnisch und methodisch auf große Probleme stoßen. Deshalb beschränkt man sich in der Regel auf die Verwendung von Einzelmerkmalen innerhalb eines definierten Zeitraums (letzte drei Jahre) – z.B. nach bereisten Destinationen oder praktizierten Urlaubsformen.

Auf Basis der im Januar 2019 ermittelten gesamten Entwicklungsländer-Urlaubsreiseerfahrung in Ländern/Regionen des Globalen Südens (siehe Kapitel 1.7 Seite 86) konnte nun erstmals unter Verwendung der sich daraus ergebenden siebenstufigen Erfahrungs-Skala untersucht werden, ob sich bei zunehmender Zahl bereister Entwicklungsländer/Regionen Unterschiede in der Ansprechbarkeit auf Land und Leute und Begegnung mit Einheimischen zeigen.⁵⁰ In Tabelle 27 auf Seite 125 war bereits deutlich geworden, dass sich Entwicklungsländer-Erfahrene als Gesamtgruppe gegenüber Entwicklungsländer-Unerfahrenen unterscheiden: Sie waren auf sämtliche Aspekte des Kennenlernens von Land und Leuten und Begegnung mit Einheimischen signifikant stärker ansprechbar.

⁵⁰ 1979 wurde dieser Zusammenhang erstmals in der Reiseanalyse auf Basis einer Exklusivfrage überprüft unter Verwendung einer vierstufigen Reiseerfahrungs-Skala, der europäische Urlaubsländer zugrunde lagen (1-3 Länder, 4-6 Länder, 7-9 Länder, 10 u. mehr Länder). Vgl. Aderhold, P. / A. Vielhaber (1981): a.a.O., Seite 56 ff.

In Tabelle 38 wird u.a. Folgendes deutlich:

- Im Vergleich mit Entwicklungsländer-Unerfahrenen zeigen Urlauber, die in ihrem Leben bisher **nur 1 Land bzw. nur 1 Region** des Globalen Südens zu Urlaubszwecken bereist hatten, bereits ein durchweg höheres Interesse an Land und Leuten – insbesondere an den Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung, an der sozialen und politischen Situation im Land und an Begegnungen mit Einheimischen.
- Urlauber, die schon **7 oder mehr Länder/Regionen** des Globalen Südens bereist hatten, zeigen die höchsten Ansprechbarkeiten (überwiegend mehrheitlich) auf fast alle Aspekte des Kennenlernens von Land und Leuten und der Begegnung mit Einheimischen – ebenso beim Interesse an nachweislich sozialverantwortlich handelnden Reiseunternehmen.
- Zwischen der Ansprechbarkeit der **Wenig-Erfahrenen** (1 Land/Region) und jenen der vergleichsweise **Hoch-Erfahrenen** (7 oder mehr Länder/Regionen) zeigen sich durchweg signifikante Veränderungen, die nahezu ausnahmslos im Bereich einer Zunahme von 10 und mehr Prozentpunkten (PP) liegen.

Stärkste Veränderungen der Ansprechbarkeit auf **Informationen zu Land und Leuten und auf interkulturelle Begegnung** zeigen sich hier beim:

- Interesse, möglichst viel über die Lebensbedingungen der Einheimischen zu erfahren (+25 PP)
- Interesse an sehr guten Land-und-Leute-Informationen vor Reiseantritt (+23 PP)
- Interesse, mit Einheimischen über Land und Leute zu plaudern (+21 PP)

Signifikant höher liegt auch die Ansprechbarkeit bei folgenden Aspekten:

- Interesse, möglichst viel über die soziale und politische Situation im Land zu erfahren (+18 PP)
- Interesse am Besuch eines Entwicklungsprojekts, das aus Deutschland unterstützt wird (+15 PP)
- Interesse an Reiseleiterinformationen über Land und Leute bei Ausflügen (+14 PP)
- Interesse, Einheimische in ihrem Alltag abseits der touristischen Zentren zu erleben (+17 PP)
- Auffassung, dass man das Land nur richtig kennenlernen kann, wenn man die Möglichkeit hat, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen (+14 PP)
- Interesse, das Land v.a. auf eigene Faust zu erkunden (+13 PP)
- Interesse an Reisebuchung bei einem sozialverantwortlich handelnden Reiseunternehmen (+15 PP)

Signifikant niedriger (-25 PP) liegt mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung das Interesse, in einem Land des Globalen Südens einfach nur Urlaub zu machen, zu faulenzen und seine Ruhe zu haben.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass sich mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen) die Ansprechbarkeit auf fast alle Aspekte des Interesses an Land-und-Leute-Informationen bzw. an Begegnungen mit Einheimischen sowie an der Buchung bei einem sozialverantwortlichen Reiseunternehmen tendenziell erhöht. Man könnte dies bei aller Vorsicht als Funktion (als das Ergebnis) zunehmender Länder-/Regional-Erfahrung ansehen.



Tab. 38: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnung und andere Interessen
Entwicklungsländer-Erfarene nach Anzahl bereister Länder/Regionen

		Entwicklungsländer-Erfarene (36,6 Mio.)				
	Entw.länder- Unerfahrene	1 Land/Region	2 Länder/ Regionen	3 Länder/ Regionen	4-6 Länder/ Regionen	7+ Länder/ Regionen
Mio.	34,0	17,7	9,8	4,2	3,8	1,1
Zustimmung	%	%	%	%	%	%
Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann...						
Informationen zu Land und Leuten						
...möchte ich schon vor Reiseantritt sehr gut über Land und Leute, Sitten und Gebräuche informiert sein	58	65	65	71	76	88
...möchte ich sehr gerne auf organisierten Ausflügen von einem Reiseleiter etwas über Land und Leute erfahren	50	54	59	67	69	68
...möchte ich im Urlaub auch möglichst viel über die Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung erfahren	34	45	45	53	58	70
...möchte ich im Urlaub möglichst viel über die soziale und politische Situation im Land erfahren	29	39	40	48	54	57
...möchte ich sehr gerne einmal ein Entwicklungsprojekt besuchen, das aus Deutschland unterstützt wird	21	24	25	31	37	39
Interkulturelle Begegnung						
...möchte ich sehr gern mit Einheimischen über Land und Leute plaudern	28	40	41	46	51	61
...kann ich das Land nur richtig kennen lernen, wenn ich die Möglichkeit habe, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen	30	41	40	44	51	55
... möchte ich die Einheimischen sehr gern in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben	24	33	36	39	42	50
...möchte ich das Land v.a.auf eigene Faust erkunden und dabei viel sehen und erleben	21	30	27	27	31	43
...möchte ich gern auch mal mit Einh. zusammenkommen, die einen ähnlichen Beruf oder ein ähnliches Hobby haben wie ich selbst	20	30	27	28	33	32
Soziale Verantwortung						
...möchte ich bei einem Reiseunt. buchen, das im Urlaubsland nachweisl. Einfluss nimmt auf die Gewährl. v. fairen Arbeitsbed. u. Einkommen d. im Tourismus Beschäftigten	30	37	42	43	45	52
Geselligkeit/Erholung						
...möchte ich am liebsten zusammen mit Freunden oder Gleichaltrigen reisen	55	60	59	58	56	50
...möchte ich einfach nur Urlaub machen, faulenzen und meine Ruhe haben	37	47	42	41	32	22
...möchte ich möglichst viel Spaß und "Action" haben und dort sein, wo was los ist	23	30	28	26	31	23

Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Unerfahrenen
 Zunahme um < 5 PP zum vorherigen Wert
 Abnahme um < 5 PP zum vorherigen Wert
 Zunahme um 10 PP-19 PP zu Entwicklungsländer-Erfahrenen 1 Land/Region
 Abnahme um 10 PP - 19 PP zu Entwicklungsländer-Erfahrenen 1 Land/Region

Zustimmung 10 oder mehr PP höher
 Zunahme um 5 PP oder mehr zum vorherigen Wert
 Abnahme um 5 PP oder mehr zum vorherigen Wert
 Zunahme um 20 PP oder mehr zu Entwicklungsländer-Erfahrenen 1 Land/Region
 Abnahme um 20 PP oder mehr zu Entwicklungsländer-Erfahrenen 1 Land/Region

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

In Tabelle 14 (auf Seite 91) war jedoch deutlich geworden, dass mit zunehmender Zahl bereister Entwicklungsländer/Regionen auch der Anteil von formal höher Gebildeten signifikant zunimmt: von 34% auf 66% (+32 PP). Ferner hatte sich gezeigt, dass z.B. mit zunehmendem Grad formaler Bildung ein höheres Interesse an sehr guter Vorinformation über Land und Leute einhergeht (siehe Tabelle 31, Seite 131). Deshalb wurde die formale Bildung in einem weiteren Analyseschritt neutralisiert. Zur Gewährleistung ausreichender Fallzahlen musste die zahlenmäßige Ausprägung der Länder-/Regional-Erfahrung verkürzt werden auf einen Maximalwert von 4 Länder/Regionen und mehr.

Tabelle 39 macht an zwei Statements beispielhaft deutlich, wie in den einzelnen Bildungsgruppen mit zunehmender Länder-/Regional-Erfahrung das Interesse an Reiseleiterinformationen über Land und Leute zunimmt – und wie sich die persönliche Auffassung verstärkt, dass man ein Entwicklungs- oder Schwellenland nur richtig kennenlernen kann, wenn man die Möglichkeit hat, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen.

**Tab. 39: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnungen und andere Interessen
Entwicklungsländer-Erfarene nach Anzahl bereister Länder/Regionen
Zustimmung zu zwei ausgewählten Statements unter Berücksichtigung von drei Gruppen formaler Bildung**

Entwicklungsländer-Erfarene (36,6 Mio.)					
Anzahl bereister Länder/Regionen					
	1 Land/Region	2 Länder/ Regionen	3 Länder/ Regionen	4+ Länder/ Regionen	Veränderung in PP im Vergleich zu 1 Land/Region
Statement: Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde,...					
...dann möchte ich sehr gerne auf organisierten Ausflügen von einem Reiseleiter etwas über Land und Leute erfahren					
Zustimmung zum Statement in %					
nach Schulbildung					
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	55	56	71	73	+18
Mittlere Reife/weiterführende Schule ohne Abitur	54	61	68	75	+21
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	55	58	62	64	+9
...dann kann ich das Land nur richtig kennen lernen, wenn ich die Möglichkeit habe, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen					
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	38	40	40	47	+9
Mittlere Reife/weiterführende Schule ohne Abitur	37	39	43	45	+8
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	46	42	48	57	+11
Referenztabelle zum Lesebeispiel in Grafik 30					
<div> <div> <div></div> <div>Zunahme um < 5 PP zum vorherigen Wert</div> </div> <div> <div></div> <div>Zunahme um 5 PP oder mehr zum vorherigen Wert</div> </div> <div> <div></div> <div>Abnahme um < 5 PP zum vorherigen Wert</div> </div> </div>					

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

Die Gesamtanalyse ergab, dass die Zustimmungswerte bei nahezu allen untersuchten Aussagen **zum Interesse an Informationen zu Land und Leuten, interkultureller Begegnung und sozialer Verantwortung** in den einzelnen Bildungsgruppen unterschiedlich und nicht durchgängig linear verlaufen. Es wurde jedoch deutlich, dass sich die Zustimmungswerte zwischen jenen, die nur über eine Erfahrung in 1 Land/Region des Globalen Südens verfügen und jenen, die mindestens 4 oder mehr bereist hatten, erhöhen, zur Hälfte sogar um 10 PP oder mehr (siehe Grafik 30). Die Erhöhungen fallen am ähnlichsten aus bei der Einschätzung, dass man ein Land des Globalen Südens nur richtig kennenlernen kann, wenn man die Möglichkeit hat, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen.

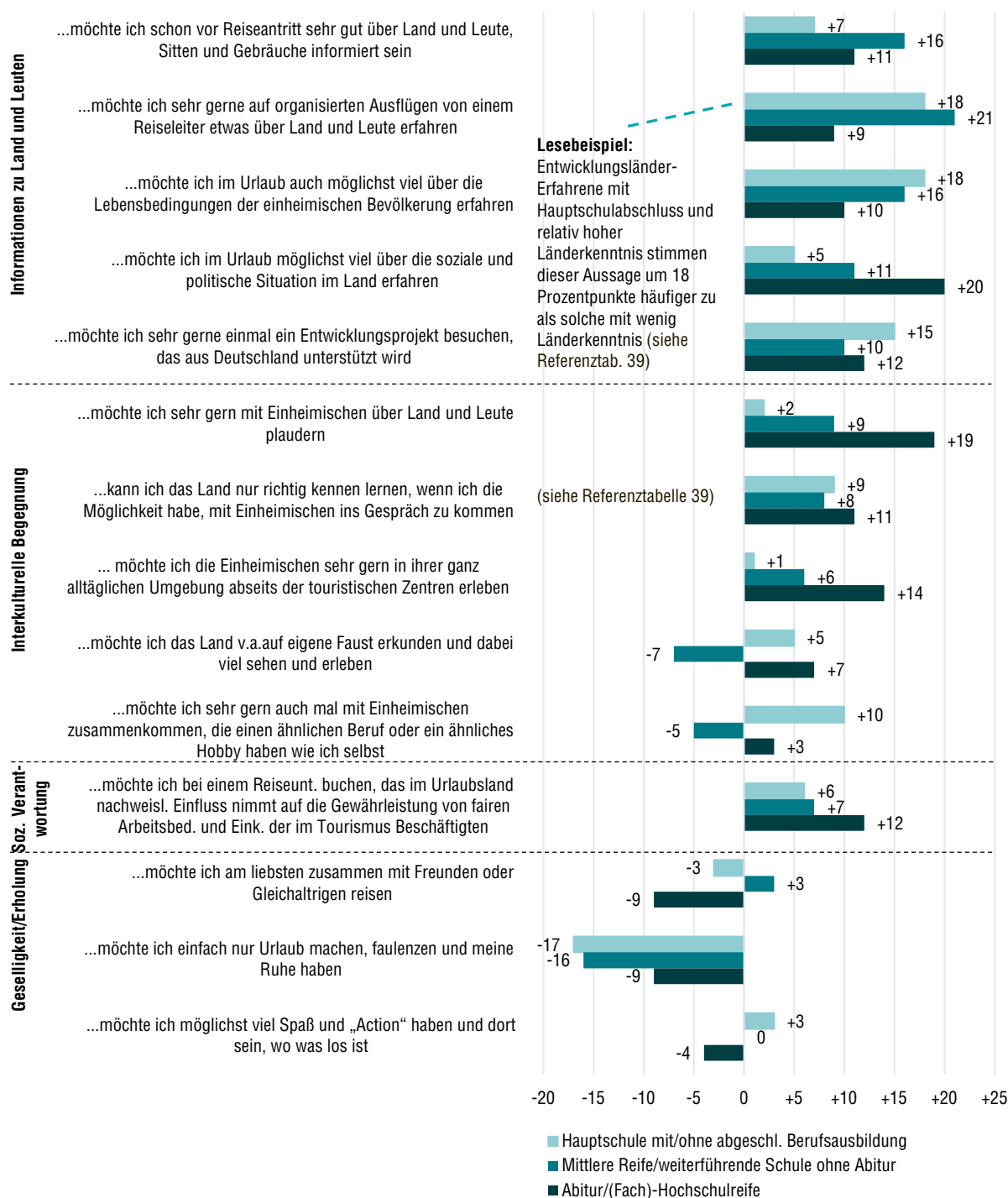
Gleichzeitig zeigt sich in allen drei Bildungsgruppen eine Abnahme des Interesses, einfach nur Urlaub zu machen, zu faulenzen und seine Ruhe zu haben.



Gr. 30: Ansprechbarkeit auf Land und Leute, interkulturelle Begegnungen und andere Interessen

Zunahme der Zustimmung in Prozentpunkten (PP) zwischen Wenig-Entwicklungsländer-Erfahrenen (1 Land/Region) und Hoch-Entwicklungsländer-Erfahrenen (4+ Länder/Regionen) in drei Bildungsgruppen

Wenn ich eine Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Mexiko, Kenia, Indonesien, Marokko oder die Türkei unternehmen würde, dann...



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2019, F.U.R.

2.2.3 Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte

- Wenn es um Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens geht, sind Urlauberinnen und Urlauber, die 2016-2018 Entwicklungs- und Schwellenländer bereist hatten (16,6 Mio.), Anfang 2019 mehrheitlich an Informationen über Land und Leute interessiert – vor allem über die Lebensbedingungen der Einheimischen. Knapp die Hälfte möchte viel über die soziale und politische Situation im Land erfahren.
- Ebenfalls knapp die Hälfte vertritt die Auffassung, dass man ein solches Land nur richtig kennenlernen kann, wenn man Möglichkeiten hat, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen. Zwei Fünftel möchten Einheimische sehr gerne in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben, ein Drittel ist stark an Begegnungen mit Einheimischen interessiert, die einen ähnlichen Beruf oder ein ähnliches Hobby haben wie sie selbst.
- Drei Fünftel der Entwicklungsländer-Reisenden mit All-Inclusive-Erfahrung zeigen Interesse an Land-und-Leute-Informationen vor und während der Reise, zwei Fünftel sind an Begegnungen mit Einheimischen interessiert. Bei Studienreise-Erfahrenen ist das Interesse signifikant größer – vor allem an Informationen zu den Lebensbedingungen der Einheimischen, zur sozialen und politischen Situation im Land, sowie zu Alltagsbegegnungen mit Einheimischen abseits der touristischen Zentren.
- Entwicklungsländer-Reisende mit aktueller Urlaubsreiseerfahrung in Ländern des Globalen Südens außerhalb der Türkei bzw. Nordafrikas sind überdurchschnittlich interessiert an anspruchsvollen Land-und-Leute-Informationen vor und während der Reise sowie an Begegnungen mit Einheimischen. Dies trifft besonders zu für Urlauberinnen und Urlauber, die aktuell Russland/ehem. GUS-Staaten bereist hatten oder den Nahen/Mittleren Osten/die Arabische Halbinsel bzw. Mittelamerika/Südamerika.
- Anfang 2019 gibt es im deutschen Urlaubsreisemarkt unter Entwicklungsländer-Erfahrenen fünf Ansprechbarkeits-Typen zum Thema Kennenlernen von Land und Leuten, interkulturelle Begegnung mit Einheimischen und andere Interessen bei Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens:
 - den Begegnungs-desinteressierten Urlauber (5,1 Mio.)
 - den Begegnungs-unentschiedenen/distanzierten Urlauber (2,4 Mio.)
 - den Begegnungs-interessierten, organisiert reisenden Urlauber (2,6 Mio.)
 - den stark Begegnungs-interessierten „Auf eigene Faust“ reisenden Urlauber (3,5 Mio.)
 - den extrem Begegnungs-interessierten Urlauber (2,1 Mio.)
- Jede der durch eine Clusteranalyse ermittelte Personengruppe (Ansprechbarkeits-Typ) zeigt in ihrem jeweiligen Antwortverhalten (in diesem Fall auf 14 Statements) große Ähnlichkeiten. Gleichzeitig unterscheidet sie sich dadurch von den anderen Gruppen (Typen) deutlich. Die Ansprechbarkeits-Typen lassen sich zusätzlich u.a. durch ihre soziodemografischen und Reiseverhaltensmerkmale beschreiben.
- So sind z.B. die extrem Begegnungs-interessierten Urlauber auch überdurchschnittlich ansprechbar, ihre Urlaubsreisen möglichst ökologisch verträglich bzw. sozialverträglich zu gestalten.
- Insgesamt zeigt sich, dass mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen des Globalen Südens) das Interesse an Land-und-Leute-Informationen und an Begegnungen mit Einheimischen tendenziell deutlich zunimmt – insbesondere das Interesse an Informationen vor Reiseantritt und daran, im Urlaub möglichst viel über die Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung zu erfahren sowie Möglichkeiten zu haben für anspruchsvolle Begegnungen mit Einheimischen. Ebenso steigt das Interesse, bei einem Reiseunternehmen zu buchen, das im Urlaubsland nachweislich Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten.
- Gleichzeitig reduziert sich mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung das Interesse, in einem Land des Globalen Südens einfach nur Urlaub zu machen, zu faulenzen und seine Ruhe zu haben, signifikant.



2.3 Erwartungen von Urlaubern an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung in Ländern des Globalen Südens

In der Vorbemerkung zum Kapitel 2 auf Seite 96 wurde ausgeführt, welche Voraussetzungen hilfreich sein können, damit beim Urlaubmachen in Ländern des Globalen Südens auch interkulturelles Lernen möglich ist. Dazu gehört nicht zuletzt eine Reiseleitung/Urlaubsbetreuung, die aktiv Kulturvermittlung betreibt und auf diese Weise den Urlauberinnen und Urlaubern ermöglicht, auch die Alltagsrealität des jeweiligen Landes zu erfahren – sei es bei Rund-, Studien-, Kultur- oder Wanderreisen (mit fester/begleitender Reiseleitung) oder bei „stationären“ Badeurlaube in Hotel- oder All-Inclusive-Anlagen (mit Hotel- und Ausflugsreiseleitung). Der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort sollte es gelingen, bei den Urlauber:innen das Verstehen der einheimischen Bevölkerung zu fördern und Brücken zu bauen zwischen der Kultur des Gastlandes und der Kultur seiner Besucher:innen.

Im vorstehenden Kapitel 2.2, Grafik 21 auf Seite 127 wurde deutlich, dass Entwicklungsländer-erfahrene Urlauberinnen und Urlauber Anfang 2019 mehrheitlich sehr interessiert sind, im Rahmen von Urlaubsreisen in ein Land des Globalen Südens von der Reiseleitung auf organisierten Ausflügen etwas über Land und Leute zu erfahren (55%). Bei Entwicklungsländer-erfahrenen Studienreisenden sind es 68%, bei All-Inclusive-Erfahrenen 58% und bei Kreuzfahrt-Erfahrenen 74% (siehe Grafik 23 auf Seite 134).

Vor dem Hintergrund einer zuletzt im Jahr 2012 durchgeführten Untersuchung⁵¹ hatte der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. im Rahmen der Reiseanalyse 2016 erneut eine Exklusivfrage zu den Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung in Entwicklungs- und Schwellenländern geschaltet. Mit ihr sollten auf bevölkerungsrepräsentativer Basis (7.712 mündliche face-to-face Interviews) Anhaltspunkte gewonnen werden zum Stellenwert von ausgewählten Kompetenzbereichen (Fähigkeiten) der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort.

Die Frage lautete:

Stellen Sie sich vor, Sie buchen eine organisierte Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Peru, Kuba, Marokko, Türkei oder Thailand: Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort wären Ihnen dabei persönlich besonders wichtig oder völlig unwichtig?

4 Antwortmöglichkeiten:

besonders wichtig, wichtig, weniger wichtig, völlig unwichtig

- Aktives „sich Kümern“ um meine persönlichen Urlaubswünsche
- Einfühlsame Vermittlung von Alltagsrealitäten im jeweiligen Entwicklungs- oder Schwellenland
- Fähigkeit zur reibungslosen Organisation der Urlaubsreise
- Kreative und lebendige Informationsvermittlung
- Objektive, glaubwürdige Informationen über Land und Leute
- Fähigkeit zur Lösung von unvorhergesehenen Problemen
- Informieren über touristische Sehenswürdigkeiten
- Informieren über angemessenes Verhalten im Gastland
- Informieren über Möglichkeiten zu Kontakten/Begegnungen mit Einheimischen
- Klarmachen, wie das Land tatsächlich funktioniert in Bezug auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft
- Unterschiedliche Interessen und Meinungen der Einheimischen verdeutlichen
- Informieren über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes
- Informieren über kritische Themen wie Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme etc.
- Einblicke vermitteln in die Bedeutung der Religion im Alltag der Menschen
- Informieren über die Geschichte des Gastlandes

Zur Erleichterung der Lesbarkeit werden später im Text sowie in Tabellen und Grafiken z.T. Kurzformen der State-ments verwendet.

⁵¹ Vgl. Aderhold, P. / A. Kösterke / D. von Laßberg / B. Steck / A. Vielhaber (2013): a.a.O. Seite 105ff.

2.3.1 Erwartungen an Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort

Bei den persönlichen Erwartungen der Entwicklungsländer-Erfahrenen steht im Januar 2016 die **Problemlösungs- und Organisationskompetenz** der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung im Vordergrund – aber auch die persönliche **Betreuungskompetenz** ist wichtig (siehe Grafik 31):

- 90% erachten die Fähigkeit zur Lösung von unvorhergesehenen Problemen als besonders wichtig/wichtig,
- ebenfalls 90% die Fähigkeit zur reibungslosen Organisation der Urlaubsreise,
- 82% das aktive „sich kümmern“ um die persönlichen Urlaubswünsche.

Solche Fähigkeiten zählen zu den Grundvoraussetzungen für eine gelungene Urlaubsreise – vor allem aus Sicht jener, die Pauschalreisen unternehmen (2019 hatten z.B. 71% der Entwicklungsländer-Reisenden Pauschalreisen gebucht).

Nur 10% bzw. 18% sind diese Fähigkeiten weniger wichtig bzw. völlig unwichtig.

Bezüglich der **Vermittlung von Informationsthemen bzw. -inhalten** werden sogenannte klassische touristische Informationen am häufigsten als besonders wichtig oder wichtig erachtet:

- Informieren über touristische Sehenswürdigkeiten (84%)
- Informieren über angemessenes Verhalten im Gastland (80%)
- Informieren über die Geschichte des Landes (69%)

Zwischen 16% und 31% sind diese Themen weniger wichtig bzw. völlig unwichtig.

Mehrheitlich besonders wichtig oder wichtig ist aber auch die Fähigkeit der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung, inhaltlich anspruchsvolle Themen zu vermitteln:

- Informieren über kritische Themen wie Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme etc. (57%)
- Informieren über Möglichkeiten zu Kontakten/Begegnungen mit Einheimischen (57%)
- Klarmachen, wie das Land tatsächlich funktioniert in Bezug auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft (56%)
- Einblicke vermitteln in die Bedeutung der Religion im Alltag der Menschen (54%)
- Unterschiedliche Interessen und Meinungen der Einheimischen verdeutlichen (54%)
- Informieren über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes (51%)

Ca. einem Drittel sind diese Themen weniger wichtig, zwischen 9% und 13% halten sie für persönlich völlig unwichtig.

In Bezug auf **Qualität und Art der Informationsvermittlung** erwarten

- 84% eine objektive, glaubwürdige Information über Land und Leute
- 75% eine kreative und lebendige Informationsvermittlung
- 72% eine einfühlsame Vermittlung von Alltagsrealitäten des Gastlandes

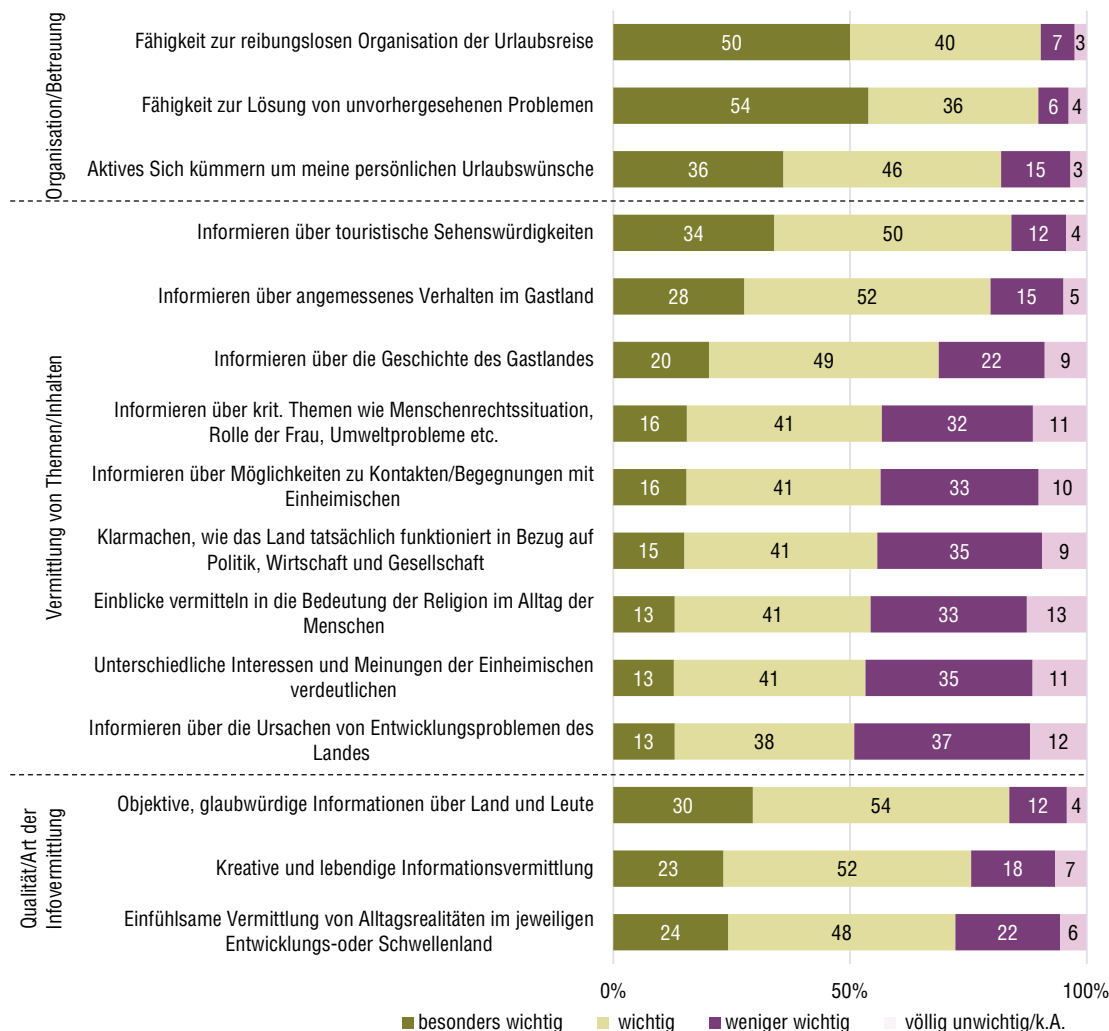
Zwischen 16% und 28% sind diese Themen weniger wichtig bzw. völlig unwichtig.



Gr. 31: Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort Entwicklungsländer-Erfahrene 2013-2015 (15,8 Mio., ab 14 Jahren) Angaben in %

Stellen Sie sich vor, Sie buchen eine organisierte Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Peru, Kuba, Marokko, Türkei oder Thailand:

Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort wären Ihnen dabei persönlich besonders wichtig oder völlig unwichtig?



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.

2.3.2 Erwartungen nach ausgewählten soziodemografischen Merkmalen und Sinus-Milieus

Tabelle 40 zeigt, dass sich bei Entwicklungsländer-Erfahrenen unter zusätzlicher Berücksichtigung von **Alter** bzw. **Schulbildung** nur bei wenigen Statements signifikante Unterschiede im Antwortverhalten ergeben.

Älteren ab 70 Jahren ist eine objektive, glaubwürdige Information über Land und Leute, eine einfühlsame Vermittlung von Alltagsrealitäten im jeweiligen Land und das Informieren über die Geschichte des Landes überdurchschnittlich wichtig. Vergleichsweise weniger wichtig ist ihnen das Informieren über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes, das Informieren über kritische Themen und die Verdeutlichung von unterschiedlichen Meinungen der Einheimischen.

Personen mit Hauptschulabschluss mit/ohne abgeschlossene/r Berufsausbildung ist das Informieren über ein angemessenes Verhalten im Gastland, über die Geschichte des Landes und über die Ursachen von Entwicklungsproblemen unterdurchschnittlich, wenngleich zum Teil deutlich mehrheitlich wichtig.

Tab. 40: Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort
Entwicklungsländer-Erfarene 2013-2015 nach Alter und Schulbildung

		Entwicklungsländer-Erfarene 2013-2015			
	gesamt	14-29 Jahre	30-49 Jahre	50-69 Jahre	70 Jahre +
Mio.	15,8	4,4	5,6	4,6	1,3
Stellen Sie sich vor, Sie buchen eine organisierte Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Peru, Kuba, Marokko, Türkei oder Thailand: Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort wären Ihnen dabei persönlich besonders wichtig oder völlig unwichtig?					
Antwort "besonders wichtig" oder "wichtig"	%	%	%	%	%
Vermittlung von Themen/Inhalten (Auswahl)					
Informieren über die Geschichte des Gastlandes	69	65	69	71	75
Informieren über kritische Themen wie Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme etc.	57	57	57	59	48
Klarmachen wie das Land tatsächlich funktioniert in Bezug auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft	56	52	53	62	57
Unterschiedliche Interessen und Meinungen der Einheimischen verdeutlichen	53	55	52	55	47
Informieren über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes	51	50	52	53	40
Qualität/Art der Infovermittlung (Auswahl)					
Objektive, glaubwürdige Information über Land und Leute	84	83	82	84	91
Einfühlsame Vermittlung von Alltagsrealitäten im jeweiligen Entwicklungsoder Schwellenland	72	68	72	76	78
	gesamt	Hauptschule mit / ohne abgeschl. Berufsausbildung	Mittlere Reife/ weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/(Fach-) Hochschulreife	
Mio.	15,8	4,1	5,4	6,3	
Stellen Sie sich vor, Sie buchen eine organisierte Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Peru, Kuba, Marokko, Türkei oder Thailand: Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort wären Ihnen dabei persönlich besonders wichtig oder völlig unwichtig?					
Antwort "besonders wichtig" oder "wichtig"	%	%	%	%	
Vermittlung von Themen/Inhalten (Auswahl)					
Informieren über angemessenes Verhalten im Gastland	80	75	82	81	
Informieren über die Geschichte des Gastlandes	69	61	74	69	
Informieren über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes	51	45	52	54	

Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe

Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe

○ Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.

Bei den **Sinus-Milieus** wird u.a. deutlich, dass sich z.T. signifikante Abweichungen im Antwortverhalten insbesondere im Bereich der Vermittlung von Themen bzw. Inhalten ergeben (siehe Grafik 32).

Im Vergleich zur Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen sind Personen aus dem **traditionellen Milieu** fast durchweg unterdurchschnittlich an der Vermittlung sowohl klassisch-touristischer als auch anspruchsvoller Themen interessiert – in etwas abgeschwächter Form gilt das auch für das **prekäre Milieu**.



Demgegenüber sind Personen aus dem **sozialökologischen Milieu** an solchen Informationen überdurchschnittlich interessiert. Dies gilt besonders für Informationen über kritische Themen wie Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme etc. und über Möglichkeiten zu Kontakten/Begegnungen mit Einheimischen. **Adaptiv-Pragmatische** zeigen sich stärker interessiert an den unterschiedlichen Meinungen und Interessen von Einheimischen sowie an den Ursachen von Entwicklungsproblemen des jeweiligen Landes. Beim **expeditiven Milieu** sind es Informationen über kritische Themen sowie über Möglichkeiten zu Kontakten/Begegnungen mit Einheimischen.

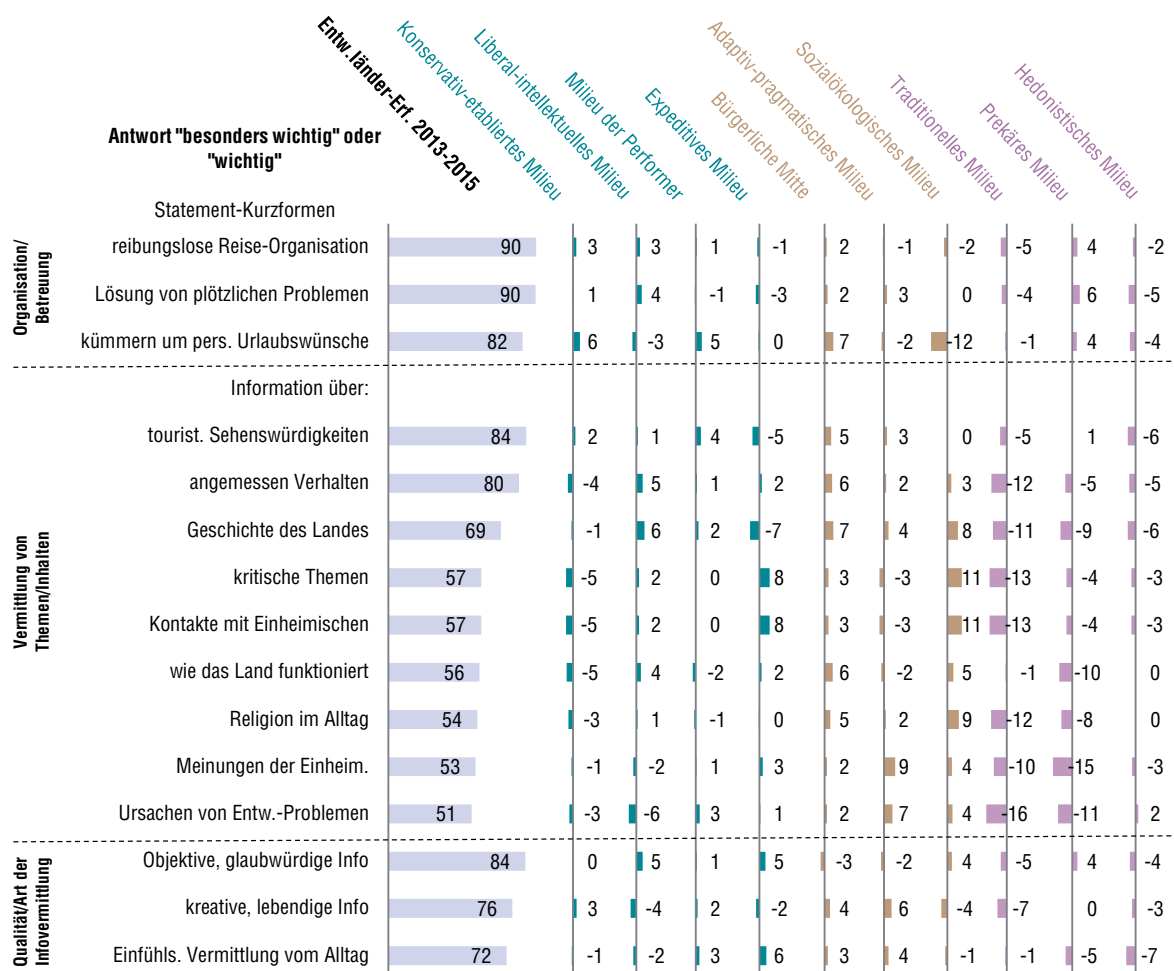
Gr. 32: Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort

Entwicklungsländer-Erfahrene 2013-2015 (15,8 Mio., ab 14 Jahre) – Sinus-Milieus

Zustimmungsdifferenz zur Gesamtgruppe in Prozentpunkten

Stellen Sie sich vor, Sie buchen eine organisierte Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Peru, Kuba, Marokko, Türkei oder Thailand:

Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort wären Ihnen dabei persönlich besonders wichtig oder völlig unwichtig?



Hinweis: zur Beschreibung der Sinus-Milieus siehe Seite 64

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld.Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.

2.3.3 Erwartungen nach ausgewählten praktizierten Urlaubsformen

Im Rahmen einer Detailanalyse wurde zusätzlich die Erfahrung mit ausgewählten Urlaubsformen berücksichtigt. Grafik 33 zeigt das Antwortverhalten von Personen, die 2013-2015 Reisen in Entwicklungs- oder Schwellenländer unternommen haben und im selben Zeitraum (wo auch immer⁵²) Studienreisen, All-Inclusive-Reisen bzw. Kreuzfahrten. Die drei Vergleichsgruppen sind bezüglich ihrer jeweiligen aktuellen Erfahrung mit einer bestimmten Urlaubsform nicht homogen.⁵³ Insofern ergeben sich Erfahrungs-Überlappungen:

Bei **Studienreise-Erfahrenen** (1,1 Mio.) sind im Vergleich zu den beiden Vergleichsgruppen All-Inclusive-Erfahrene und Kreuzfahrt-Erfahrene u.a. signifikant höhere Zustimmungen zu jenen Statements erkennbar, welche die Vermittlung anspruchsvoller Themen zum Inhalt haben, z.B. „Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme“ (+12 PP bzw. +18 PP), „Einblicke in die Bedeutung der Religion im Alltag der Menschen“ (+15 PP bzw. +13 PP); „Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes“ (+14 PP bzw. +13 PP) – ebenso Informationen über „Möglichkeiten zu Kontakten/Begegnungen mit Einheimischen“ (+12 PP bzw. +16 PP).

All-Inclusive-Erfahrene (10,2 Mio.) und **Kreuzfahrt-Erfahrene** (1,2 Mio.) unterscheiden sich in ihrem Antwortverhalten kaum – lediglich beim „Informieren über kritische Themen wie Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme etc.“ und bei „Verdeutlichung unterschiedlicher Interessen und Meinungen der Einheimischen“ haben **All-Inclusive-Erfahrene** höhere Erwartungen. An nahezu allen anspruchsvollen Informationsthemen, welche über die Vermittlung klassisch-touristischer Informationen (Sehenswürdigkeiten, angemessenes Verhalten, Geschichte des Landes) hinausgehen, zeigen sich **All-Inclusive- sowie Kreuzfahrt-Erfahrene** zu mindestens 50% interessiert.

Zwischen den drei Gruppen bestehen kaum Erwartungsunterschiede beim aktiven „sich Kümmeren“ um die persönlichen Urlaubswünsche und beim „Informieren über touristische Sehenswürdigkeiten“.

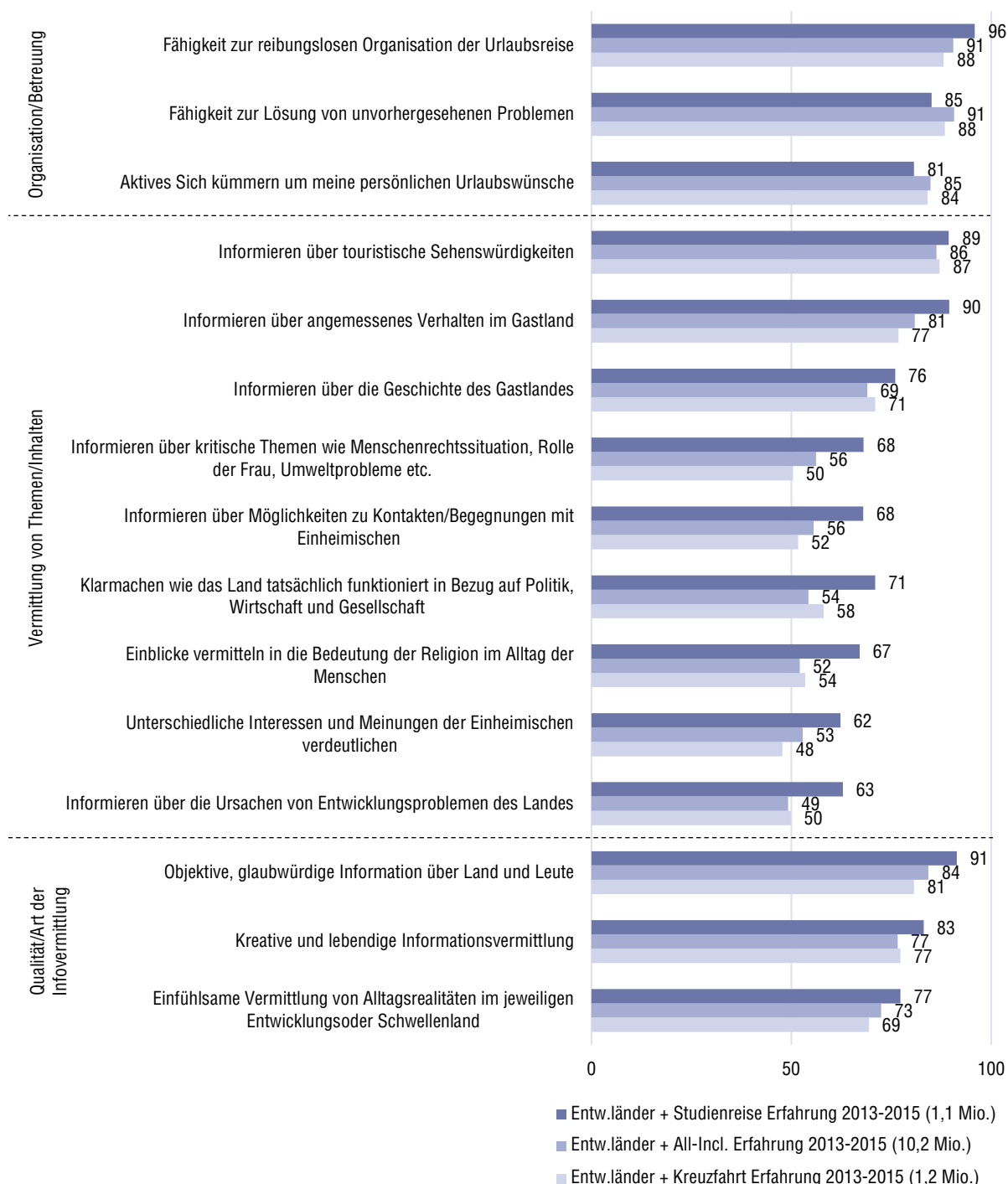
52 Die Erfahrung mit Reisezielen bzw. Urlaubsformen wird in der Reiseanalyse getrennt ermittelt und steht in keinem direkten Zusammenhang.

53 So verfügen Anfang 2016 beispielsweise 54% der Studienreise-Erfahrenen auch über aktuelle All-Inclusive-Erfahrung und 20% über Kreuzfahrt-Erfahrung – umgekehrt haben All-Inclusive-Erfahrene nur zu 6% Studienreise-Erfahrung und zu 9% Kreuzfahrt-Erfahrung – 18% der Kreuzfahrt-Erfahrenen haben Studienreise-Erfahrung und 81% All-Inclusive-Erfahrung (tabellarisch nicht dargestellt).



Gr. 33: Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort
Entwicklungsländer-Erfahrene 2013-2015
mit Studienreise- bzw. All-Inclusive- bzw. Kreuzfahrt-Erfahrung 2013-2015
Antwort „besonders wichtig“ oder „wichtig“ – Angaben in %

Stellen Sie sich vor, Sie buchen eine organisierte Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Peru, Kuba, Marokko, Türkei oder Thailand:
 Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort wären Ihnen dabei persönlich besonders wichtig oder völlig unwichtig?



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.

2.3.3.1 Erwartungen nach bereisten Destinationen/Regionen

In einem weiteren Analyseschritt wurden die Einschätzungen von Urlaubern mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung unter Berücksichtigung der im Zeitraum 2013-2015 bereisten Destinationen/Regionen betrachtet. Inwieweit solche Einschätzungen auf aktuell gemachten Erfahrungen in der jeweiligen Destination/Region basieren, muss offen bleiben.

Bezüglich der Erwartungen an Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort zeigen die drei Vergleichsgruppen (Türkei-, Nordafrika- und Entwicklungsländer-Fernziel-Erfahrene) keine signifikanten Unterschiede zur Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen 2013-2015 (siehe Tabelle 41).

Hinweis: Nach interner Herausrechnung des 13%igen Anteils der Türkei-Erfahrenen 2013-2015 mit türkischem Migrationshintergrund aus der in Tabelle 41 dargestellten Gesamtgruppe Türkei zeigen sich bei letzterer keine signifikanten Veränderungen des Antwortverhaltens.

**Tab. 41: Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort
Entwicklungsländer-Erfahrene 2013-2015 nach bereister Destination/Region**

	Entwicklungsländer-Erfahrene 2013-2015			
	gesamt	Türkei	Nordafrika	Entw.länder Fernziele
Mio.	15,8	9,6	3,3	5,5
Stellen Sie sich vor, Sie buchen eine organisierte Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Peru, Kuba, Marokko, Türkei oder Thailand: Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort wären Ihnen dabei persönlich besonders wichtig oder völlig unwichtig?				
Antwort "besonders wichtig" oder "wichtig"	%	%	%	%
Organisation/Betreuung				
Fähigkeit zur reibungslosen Organisation der Urlaubsreise	90	90	90	89
Fähigkeit zur Lösung von unvorhergesehenen Problemen	90	90	92	89
Aktives Sich kümmern um meine persönlichen Urlaubswünsche	82	83	83	78
Vermittlung von Themen/Inhalten				
Informieren über touristische Sehenswürdigkeiten	84	84	86	83
Informieren über angemessenes Verhalten im Gastland	80	80	81	79
Informieren über die Geschichte des Gastlandes	69	68	69	69
Informieren über kritische Themen wie Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme etc.	57	57	57	56
Informieren über Möglichkeiten zu Kontakten/Begegnungen mit Einheimischen	56	54	55	59
Klarmachen wie das Land tatsächlich funktioniert in Bezug auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft	56	54	55	57
Einblicke vermitteln in die Bedeutung der Religion im Alltag der Menschen	54	54	55	55
Unterschiedliche Interessen und Meinungen der Einheimischen verdeutlichen	53	53	56	53
Informieren über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes	51	50	48	53
Qualität/Art der Infovermittlung				
Objektive, glaubwürdige Information über Land und Leute	84	83	81	85
Kreative und lebendige Informationsvermittlung	76	75	77	76
Einfühlsame Vermittlung von Alltagsrealitäten im jeweiligen Entwicklungsoder Schwellenland	72	71	74	74

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.



Unterschiede im Antwortverhalten zeigen sich erst bei einer Differenzierung der Fernziel-Erfahrenen 2013-2015 nach bereisten Regionen (siehe Tabelle 42).

Reisende mit aktueller Urlaubserfahrung in **Afrika südlich der Sahara** sind überdurchschnittlich interessiert an der Geschichte des jeweiligen Landes sowie an Informationen der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung zu Kontakt-/Begegnungsmöglichkeiten mit Einheimischen, ebenso an Erläuterung unterschiedlicher Interessen und Meinungen der Einheimischen sowie an Informationen über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes. Das aktive „sich kümmern“ der Reiseleitung um die persönlichen Urlaubswünsche ist stark überdurchschnittlich wichtig.

Asien-Erfahrenen unterscheiden sich im Antwortverhalten kaum von der Gesamtgruppe der Fernziel-Erfahrenen.

Mittel- und Südamerika-Erfahrenen ist die Information über die Geschichte des Landes überdurchschnittlich wichtig. An Informationen über touristische Sehenswürdigkeiten besteht unterdurchschnittliches, wenngleich mehrheitliches Interesse. An einigen anderen anspruchsvollen Informationsthemen sind sie unterdurchschnittlich interessiert: Bedeutung der Religion im Alltag der Menschen, unterschiedliche Meinungen der Einheimischen, Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes. Die kreative und lebendige Informationsvermittlung sowie das aktive „sich kümmern“ der Reiseleitung um die persönlichen Urlaubswünsche sind von vergleichsweise geringerer, aber trotzdem mehrheitlicher Bedeutung.

Karibik-Erfahrenen sind Informationen über touristische Sehenswürdigkeiten, aber auch eine kreative und lebendige Informationsvermittlung und eine einfühlsame Vermittlung von Alltagsrealitäten überdurchschnittlich wichtig.

Tab. 42: Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort
Entwicklungsländer-Fernziel-Erfahrene 2013-2015 nach bereisten Regionen

	Entw.länder Fernziele	Entwicklungsländer-Erfahrene 2013-2015			
		Afrika südl. Sahara	Asien	Mittel - und Südamerika	Karibik
Mio.	5,5	1,1	2,9	1,0	1,7
Stellen Sie sich vor, Sie buchen eine organisierte Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Peru, Kuba, Marokko, Türkei oder Thailand: Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort wären Ihnen dabei persönlich besonders wichtig oder völlig unwichtig?					
Antwort "besonders wichtig" oder "wichtig"	%	%	%	%	%
Organisation/Betreuung					
Fähigkeit zur reibungslosen Organisation der Urlaubsreise	89	87	88	87	92
Fähigkeit zur Lösung von unvorhergesehenen Problemen	89	86	88	87	93
Aktives Sich kümmern um meine persönlichen Urlaubswünsche	78	88	75	71	82
Vermittlung von Themen/Inhalten					
Informieren über touristische Sehenswürdigkeiten	83	86	83	70	90
Informieren über angemessenes Verhalten im Gastland	79	81	79	75	83
Informieren über die Geschichte des Gastlandes	69	75	65	74	71
Informieren über kritische Themen wie Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme	56	57	56	57	55
Informieren über Möglichkeiten zu Kontakten/Begegnungen mit Einheimischen	59	64	58	55	60
Klarmachen wie das Land tatsächlich funktioniert in Bezug auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft	57	60	56	53	59
Einblicke vermitteln in die Bedeutung der Religion im Alltag der Menschen	55	58	56	46	56
Unterschiedliche Interessen und Meinungen der Einheimischen verdeutlichen	53	60	52	48	56
Informieren über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes	53	61	53	46	55
Qualität/Art der Infovermittlung					
Objektive, glaubwürdige Information über Land und Leute	85	88	84	83	86
Kreative und lebendige Informationsvermittlung	76	78	74	71	81
Einfühlsame Vermittlung von Alltagsrealitäten im jeweiligen Entwicklungsoder Schwellenland	74	73	73	70	80

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder-Fernziel-Erfahrenen
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder-Fernziel-Erfahrenen

- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.



2.3.3.2 Erwartungs-Typen in Bezug auf Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort

In einem weiteren Analyseschritt wurde untersucht, ob es unter den **Entwicklungsländer-Erfahrenen 2013-2015** Personengruppen gibt, die Ähnlichkeiten in ihrem Antwortverhalten auf die vorgelegten 15 Statements zeigen. Hierzu wurde das multivariate Verfahren der Clusteranalyse angewandt. Mit Cluster wird eine Gruppe von Personen bezeichnet, die in ihrem Antwortverhalten große Ähnlichkeiten aufweist bzw. sich dadurch von den übrigen Clustern (anderen Personengruppen) deutlich unterscheidet.

Die Clusteranalyse wurde auf Basis der sogenannten „alten Grundgesamtheit“ der Reiseanalyse durchgeführt⁵⁴ und erbrachte drei plausible Erwartungs-Typen in Bezug auf die Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort. Sie lassen sich anhand der zwei Dimensionen „**Themen/Inhalte von Land-und-Leute-Informationen**“ und „**Service in Sachen Organisation/Betreuung sowie Qualität/Art der Wissensvermittlung**“ klar voneinander abgrenzen.

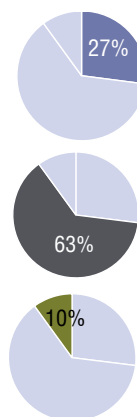
Die drei Typen werden nachfolgend näher beschrieben. Die Typenbeschreibung erfolgt anhand der aktiven Variablen bzw. Statements (siehe Tabelle 43 und Grafik 34) und wird durch soziodemografische und Reiseverhaltens-Merkmale (passive Variablen) ergänzt (siehe Tabelle 44 und Tabelle 45).

Die drei Typen wurden wie folgt bezeichnet:

Typ 1 – Geringe Erwartungen bezüglich Land-und-Leute-Informationen bei vergleichsweise höheren Serviceerwartungen (3,7 Mio.)

Typ 2 – Mittelhohe Erwartungen bezüglich Land-und-Leute-Informationen bei gleichzeitig hoher Serviceerwartung (8,8 Mio.)

Typ 3 – Sehr hohe Erwartungen bezüglich Land-und-Leute-Informationen sowie an Service (1,4 Mio.)



Typ 1 – Geringe Erwartungen bezüglich Land-und-Leute-Informationen bei vergleichsweise höheren Serviceerwartungen

Charakteristisch für Personen, die diesem Typ zugerechnet werden (3,7 Mio.), ist ihr durchweg extrem geringes Interesse an der Vermittlung anspruchsvoller kritischer Themen/Inhalte zu Land und Leuten. Die Zustimmungswerte liegen dort nahezu ausnahmslos bei mindestens -40 PP unter dem Durchschnitt. Auffällig ist jedoch, dass hier kein totales Desinteresse (im Sinne von „völlig unwichtig“) zum Ausdruck kommt: Durchschnittlich 60% geben an, dass solche Informationen „weniger wichtig“ sind. Mehrheitlich werden Informationen über touristische Sehenswürdigkeiten und angemessenes Verhalten im Gastland erwartet sowie eine objektive, glaubwürdige Information in kreativer, lebendiger Form. Nur für 38% ist die einfühlsame Vermittlung von Alltagsrealitäten im jeweiligen Entwicklungs- oder Schwellenland besonders wichtig oder wichtig (niedrigster Wert). (Siehe Tabelle 43).

Personen aus den beiden unteren der sieben sozialen Schichten sind etwas häufiger vertreten, solche aus den sozial gehobenen Milieus etwas weniger (siehe Tabelle 44).

⁵⁴ Bei diesem Analyseschritt sollten lediglich jene Entwicklungsländer-Erfahrenen berücksichtigt werden, bei denen man davon ausgehen kann, dass sie aufgrund ihres aktuellen Reiseverhaltens im Urlaub auch persönliche Erfahrungen machen können mit stationärer Hotel- und Ausflugsreiseleitung oder auf Rundreisen mit Studien-, Kultur-, Städte- oder Wanderreiseleitung etc. Urlauber mit Migrationshintergrund machen erfahrungsgemäß in hohem Maße selbstorganisierte Besuchsreisen zu ihren in den Destinationen lebenden Verwandten/Freunden/Bekannten (und wohnen auch bei ihnen) und nur in sehr geringem Maße Pauschalreisen, All-Inclusive-Urlaub oder organisierte Gruppenreisen, bei denen Reiseleitung/Urlaubsbetreuung inkludiert bzw. verfügbar ist. Deshalb erfolgte im Rahmen der Clusteranalyse eine Reduzierung der seit 2010 in der Reiseanalyse verfügbaren „neuen Grundgesamtheit“ der Befragten (einschließlich der in Deutschland lebenden deutschsprachigen Ausländer) auf die sog. „alte Grundgesamtheit“, welche auf der deutschen Wohnbevölkerung basiert.

Personen dieses Typs sind allgemeine Urlaubsmotive wie beispielsweise „neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennenlernen“ oder „Kontakt zu Einheimischen“ deutlich weniger wichtig.

Der Einstellung, den persönlichen Urlaub möglichst ökologisch- bzw. sozialverträglich durchzuführen, wird nur in geringem Maße zugestimmt (24% bzw. 31%). (Siehe Tabelle 45).

Typ 2 – Mittelhohe Erwartungen bezüglich Land-und-Leute-Informationen bei gleichzeitig hoher Serviceerwartung

Bei Personen dieses Typs (8,8 Mio.) liegen die Erwartungen an die Vermittlung von Themen/Inhalten zu Land und Leuten und an die Qualität und Art der Informationsvermittlung signifikant über denen des Typs 1 und deutlich über den Erwartungen der Entwicklungsländer-Erfahrenen 2013-2015 insgesamt. Insbesondere Informationen über anspruchsvolle Themen/Inhalte, wie z.B. „Informieren über kritische Themen wie Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme etc.“ sind ihnen deutlich mehrheitlich besonders wichtig oder wichtig (siehe Grafik 34).

Personen dieses Typs entsprechen in ihren soziodemografischen und Reiseverhaltensmerkmalen der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Erfahrenen 2013-2015 – ebenso in ihrer persönlichen Absicht, ihren Urlaub möglichst ökologisch- bzw. sozialverträglich durchzuführen (41% bzw. 48%).

Typ 3 – Sehr hohe Erwartungen bezüglich Land-und-Leute-Informationen sowie an Service

Personen, die diesem Typ zugeordnet werden (1,4 Mio.), zeigen die Besonderheit, dass ihnen sämtliche abgefragten Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort nahezu uneingeschränkt besonders wichtig oder wichtig sind.

Beim Interesse an der Vermittlung von Themen/Inhalten über Land und Leute (einschließlich der anspruchsvollen, kritischen Themen) liegen sie nicht nur deutlich höher als Typ 2, sondern auch hochsignifikant über den Erwartungen der gesamten Entwicklungsländer-Erfahrenen 2013-2015: überwiegend +40 PP Zustimmung und mehr.

Bei Personen, die diesem Typ angehören, sind Ostdeutsche, Personen zwischen 50 und 69 Jahre, ältere Paare, Personen mit mittlerer formaler Schulbildung und solche aus den Sinus-Milieus der Mitte vergleichsweise häufiger vertreten.

Allgemeine Urlaubsmotive wie „andere Länder erleben, viel von der Welt sehen“, „neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennenlernen“, „etwas für Kultur und Bildung tun“, „Kontakt zu Einheimischen“, aber auch „Natur erleben (schöne Landschaften etc.)“ sind ihnen überdurchschnittlich besonders wichtig.

Personen dieses Typs haben überdurchschnittlich häufig aktuelle Erfahrung mit Erlebnis-Urlaub, Rundreisen, Studienreisen und Kulturreisen.

Den eigenen Urlaub möglichst ökologisch- bzw. sozialverträglich durchzuführen, findet höchste Zustimmung (71% bzw. 75%).



Tab. 43: Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort
Entwicklungsländer-Erfahrene 2013-2015 (14,0 Mio. Deutsche ab 14 Jahre) – Erwartungs-Typen

		Typ 1 Geringe Erwartungen an Reiseleitung/ Url.betreuung bez. Land-und- Leute-Infos bei vergleichsweise höheren Service- erwartungen	Typ 2 Mittelhohe Erwartungen an Reiseleitung/ Url.betreuung bez. Land-und- Leute-Infos bei gleichzeitig hohen Service- erwartungen	Typ 3 Sehr hohe Erwartungen an Reiseleitung/ Url.betreuung bez. Land-und- Leute-Infos sowie Service
Mio.	14,0	3,7	8,8	1,4
Stellen Sie sich vor, Sie buchen eine organisierte Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Peru, Kuba, Marokko, Türkei oder Thailand: Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort wären Ihnen dabei persönlich besonders wichtig oder völlig unwichtig?				
"besonders wichtig", "wichtig"				
"weniger wichtig" (>= 30%)				
		%	%	%
Organisation/Betreuung				
Fähigkeit zur reibungslosen Organisation der Urlaubsreise	90	81	92	100
	8	17	5	0
Fähigkeit zur Lösung von unvorhergesehenen Problemen	90	85	91	100
	6	11	5	0
Aktives Sich kümmern um meine persönlichen Urlaubswünsche	82	72	83	99
	15	23	13	1
Vermittlung von Themen/Inhalten				
Informieren über touristische Sehenswürdigkeiten	85	74	87	100
	11	21	8	0
Informieren über angemessenes Verhalten im Gastland	80	54	88	100
	15	39	7	0
Informieren über die Geschichte des Gastlandes	69	39	78	99
	22	43	17	1
Informieren über kritische Themen wie Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobl. etc.	56	13	68	99
	33	60	26	1
Informieren über Möglichkeiten zu Kontakten/Begegnungen mit Einheimischen	55	15	65	99
	34	62	28	1
Klarmachen wie das Land tatsächlich funktioniert in Bezug auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft	55	13	66	100
	35	63	29	0
Einblicke vermitteln in die Bedeutung der Religion im Alltag der Menschen	53	9	66	90
	34	59	28	7
Unterschiedliche Interessen und Meinungen der Einheimischen verdeutlichen	52	8	63	100
	36	67	29	0
Informieren über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes	49	11	58	99
	38	58	36	1
Qualität/Art der Infovermittlung				
Objektive, glaubwürdige Information über Land und Leute	84	62	91	100
	12	33	5	0
Kreative und lebendige Informationsvermittlung	76	59	80	100
	17	33	13	0
Einfühlsame Vermittlung von Alltagsrealitäten im jeweiligen Entwicklungs- oder Schwellenland	72	38	82	100
	22	50	14	0

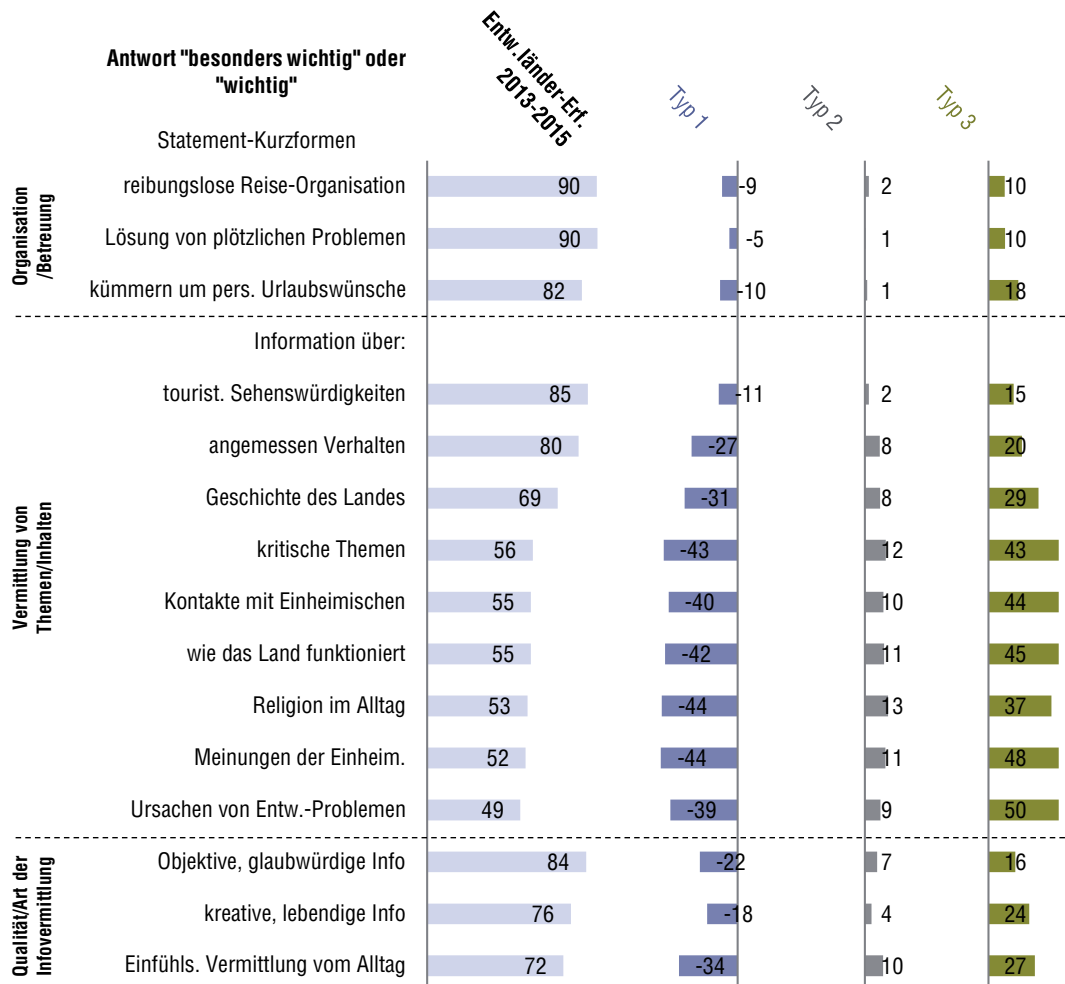
Die Summe der einzelnen Erwartungstypen entspricht nicht den Entw.länder-Erfahrenen 2013-2015 gesamt, da eine gewisse Anzahl von Werten nicht zugeordnet werden konnte.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.

Gr. 34: Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort
Entwicklungsländer-Erfahrene 2013-2015 (14,0 Mio. Deutsche ab 14 Jahre)
Erwartungs-Typen – Zustimmungsdifferenz zur Gesamtgruppe in Prozentpunkten

Stellen Sie sich vor, Sie buchen eine organisierte Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Peru, Kuba, Marokko, Türkei oder Thailand:

Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort wären Ihnen dabei persönlich besonders wichtig oder völlig unwichtig?



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.



Tab. 44: Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort
Entwicklungsländer-Erfahrene 2013-2015
Erwartungs-Typen – Soziodemografische Merkmale und Sinus-Milieus

	Entw.länder- Erfahrene 2013-2015	Typ 1	Typ 2	Typ 3
Mio.	14,0	3,7	8,8	1,4
	%	%	%	%
Geschlecht				
männlich	50	54	49	48
weiblich	50	46	51	53
Herkunft				
West	76	76	77	71
Ost	24	25	24	29
Alter				
14-29 Jahre	28	31	27	27
30-49 Jahre	34	33	35	27
50-69 Jahre	30	29	29	37
70 Jahre oder älter	9	8	9	9
Lebensphase				
Junge Unverheiratete	22	26	20	22
Junge Verheiratete ohne Kinder	11	10	11	10
Familie mit kleinen Kindern	6	6	7	5
Familie mit großen Kindern	11	10	12	4
Ältere Erw. Paare	24	24	23	31
Ältere Unverheiratete	7	8	7	7
Senioren Paare	14	12	14	17
Unverheiratete Senioren	5	4	6	4
Schulbildung				
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	22	25	21	18
Mittlere Reife/weiterführende Schule ohne Abitur	37	35	36	46
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	42	40	44	36
Haushaltsnettoeinkommen				
bis Euro 1.999	23	24	22	22
Euro 2.000 - 2.999	29	27	30	30
Euro 3.000 und mehr	48	49	48	47
Soziale Schicht				
Stufe 6+7 (untere Schichten)	7	12	6	5
Stufe 3-5	55	51	56	58
Stufe 1+2 (obere Schichten)	38	37	38	37
Sinus Milieus Zusammenfassung				
Milieus der unteren Mitte/Unterschicht	24	28	23	18
Milieus der Mitte	31	32	29	40
Sozial gehobene Milieus	45	40	48	42

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.

Tab. 45: Erwartungen an Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort
Entwicklungsländer-Erfahrene 2013-2015
Erwartungs-Typen – Urlaubsmotive, Urlaubserfahrung, nachhaltiges Reisen

	Entw.länder-Erfahrene 2013-2015	Typ 1	Typ 2	Typ 3
Mio.	14,0	3,7	8,8	1,4
	%	%	%	%
Allg. Urlaubsmotive besond. wichtig (Auswahl, Mehrfachnennungen)				
Etwas für Kultur und Bildung tun	33	26	34	52
Ausruhen, Faulenzen	53	54	53	55
Kontakt zu Einheimischen	32	22	33	50
Andere Länder erleben, viel von der Welt sehen	55	47	56	72
Neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennen lernen	47	37	49	65
Natur erleben (schöne Landschaften, reine Luft, sauberes Wasser)	57	51	56	73
Erfahrung mit Urlaubsformen 2013-2015 (Auswahl)				
Strand-/Bade-/Sonnenurlaub	81	80	80	85
All-Inclusive-Urlaub	69	67	69	73
Kreuzfahrt auf See	8	8	8	8
Erlebnis-Urlaub	36	31	36	52
Rundreise	21	19	21	30
Kulturreise	9	6	9	14
Studienreise	8	4	8	15
Erfahrung mit Reisezielen 2013-2015				
Türkei	60	61	59	58
Nordafrika	22	22	22	19
Vereinigte Arabische Emirate	5	5	5	5
Russland	2	2	2	5
Entw.länder Fernziele	36	35	37	37
Afrika südl. Sahara	7	6	8	6
Asien	19	19	19	21
Mittel - und Südamerika	7	7	8	6
Karibik	12	12	11	13
Einstellungen zum nachhaltigen Reisen				
Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein				
Zustimmung	40	24	41	71
bin unentschieden	35	36	38	18
Ablehnung	24	38	20	11
Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein				
Zustimmung	47	31	48	75
bin unentschieden	34	37	35	17
Ablehnung	19	30	16	9

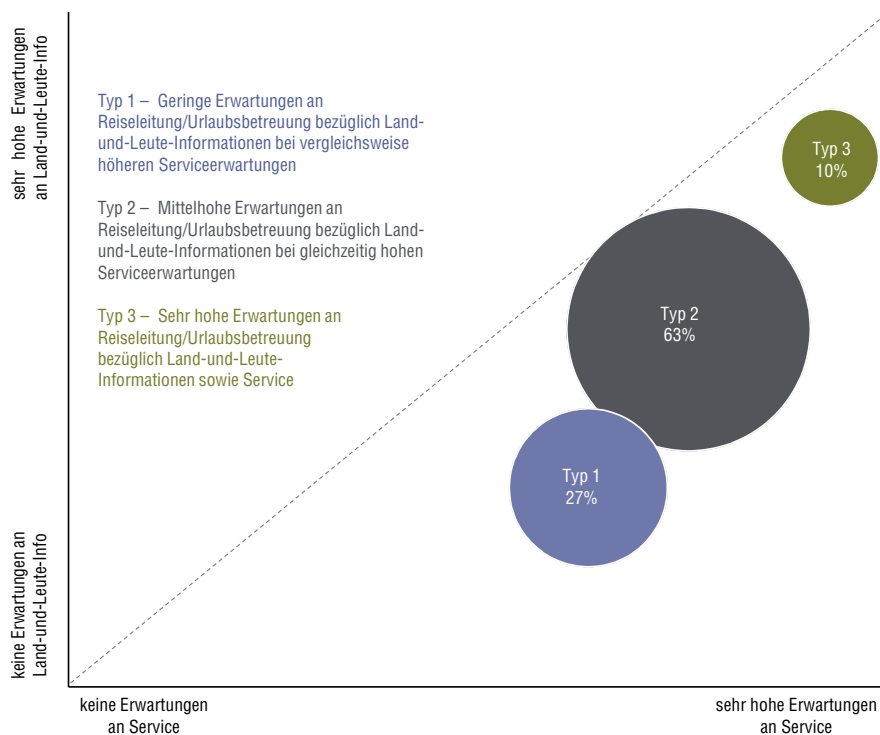
- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe
- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.



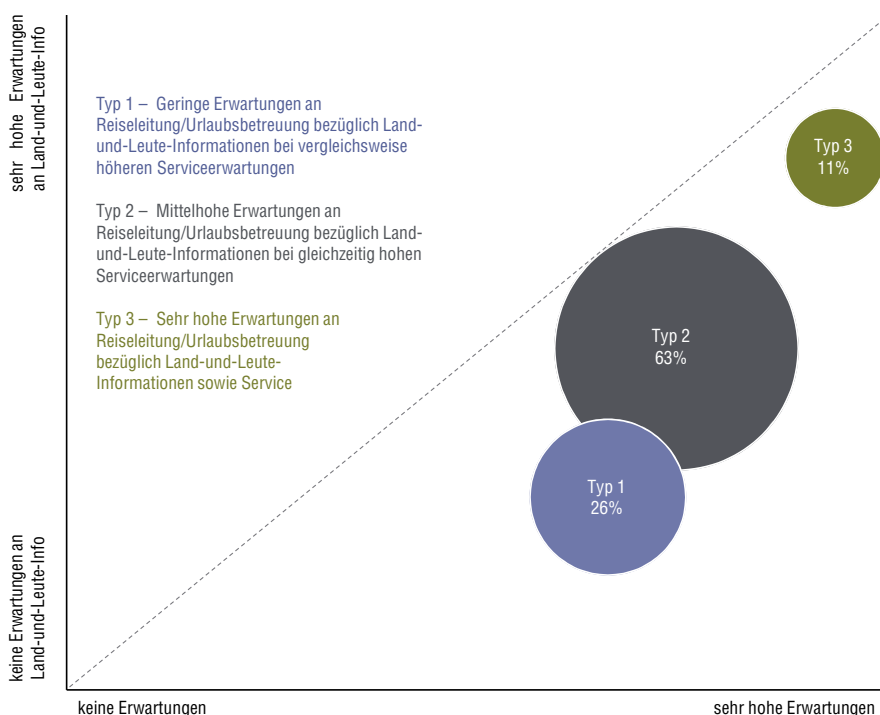
In Grafik 35 sind am Beispiel der **Entwicklungsländer-Erfahrenen 2013-2015** die drei Erwartungs-Typen dargestellt in Bezug auf ihre Positionierung zwischen den Dimensionen „sehr hohe“ bzw. „keine Erwartung“ an Land-und-Leute-Informationen sowie „sehr hohe“ bzw. „keine Erwartung“ an Service.

Gr. 35: Erwartungen an Land-und-Leute-Informationen bzw. Service
Erwartungs-Typen unter Entwicklungsländer-Erfahrenen 2013-2015 (14,0 Mio.)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.

Gr. 36: Erwartungen an Land-und-Leute-Informationen bzw. Service
Erwartungs-Typen unter Entwicklungsländer-Erfahrenen 2013-2015
bei gleichzeitiger All-Inclusive-Erfahrung 2013-2015 (9,7 Mio.)

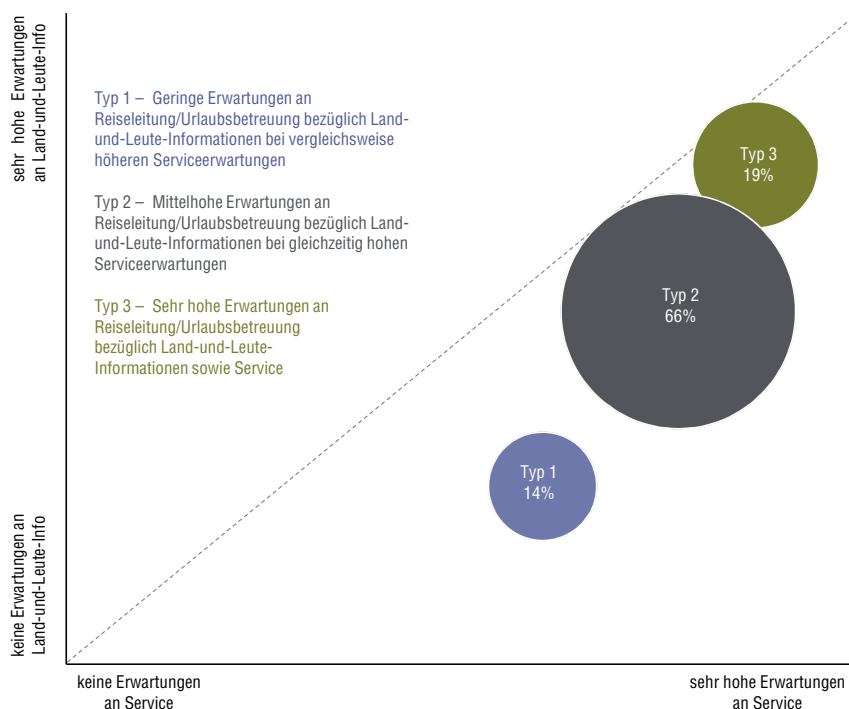


Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.

Die Grafiken 36 und 37 zeigen Größe und Positionierungen der Erwartungs-Typen auf Basis der Entwicklungsländer-Erfahrenen mit gleichzeitiger aktueller **All-Inclusive-Erfahrung** bzw. **Studienreise-Erfahrung**. Auf die grafische Darstellung der Entwicklungsländer-Erfahrenen mit gleichzeitig aktueller Kreuzfahrt-Erfahrung wird hier verzichtet, da das Ergebnis praktisch identisch ist mit dem der All-Inclusive-Erfahrenen.

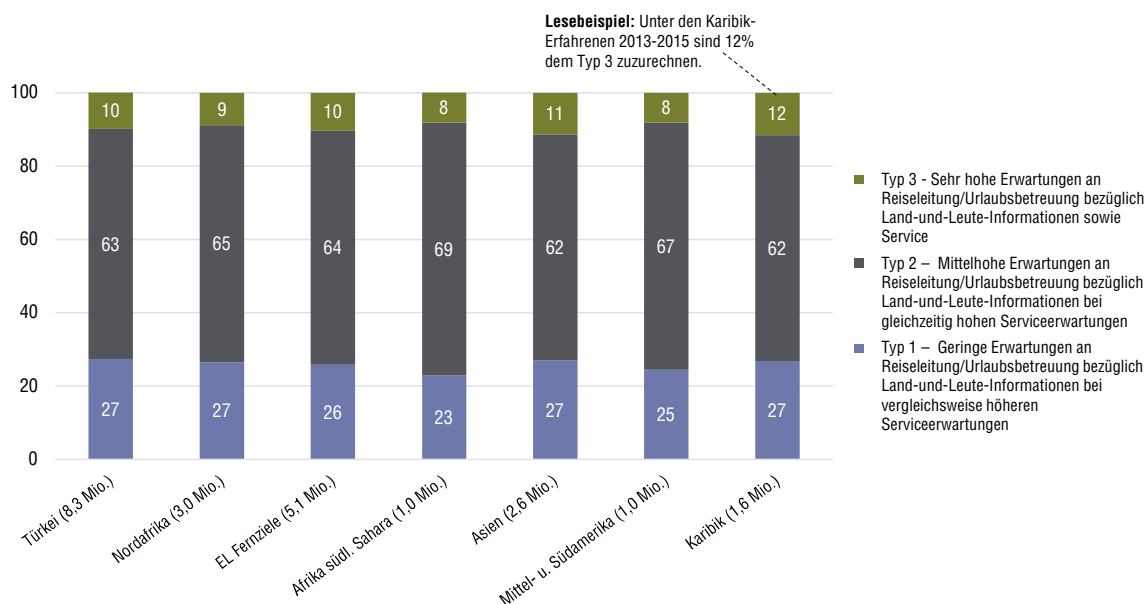
Grafik 38 verdeutlicht, dass in allen untersuchten Entwicklungsländer-Erfahrungsgruppen der Typ 2 am häufigsten vertreten ist, besonders unter Afrika südl. der Sahara-Erfahrenen sowie Mittel- und Südamerika-Erfahrenen.

Gr. 37: Erwartungen an Land-und-Leute-Informationen bzw. Service
Erwartungs-Typen unter Entwicklungsländer-Erfahrenen 2013-2015
bei gleichzeitiger Studienreise-Erfahrung 2013-2015 (1,1 Mio.)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.

Gr. 38 Entwicklungsländer-Erfahrene 2013-2015 (14,0 Mio.) nach Destinationen/Regionen
Anteile der Erwartungs-Typen in%



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.



2.3.4 Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte

- Wenn es bei Entwicklungsländer-erfahrenen Urlauberinnen und Urlaubern im Zusammenhang mit der Buchung einer organisierten Urlaubsreise in ein Land des Globalen Südens um ihre persönlichen Ansprüche an die Fähigkeiten von Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort geht, dominieren eindeutig solche Fähigkeiten, die zu den Grundvoraussetzungen für eine gelungene Pauschalurlaubsreise zählen: die Problemlösungs- und Organisationskompetenz (90%) sowie die Fähigkeit, sich aktiv um die persönlichen Urlaubswünsche zu kümmern (82%).
- Bei der Vermittlung von Informationsthemen werden sogenannte klassische touristische Informationen am häufigsten als besonders wichtig oder wichtig erachtet: Informationen über touristische Sehenswürdigkeiten (84%), über angemessenes Verhalten im Gastland (80%) und zur Geschichte des Landes (69%).
- Durchweg mehrheitlich (zwischen 51% bis 57%) erwarten Entwicklungsländer-erfahrene Urlauber auch die Fähigkeit der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung, anspruchsvolle Themen zu vermitteln u.a. in Bezug auf:
 - Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme etc.
 - Möglichkeiten zu Kontakten/Begegnungen mit Einheimischen
 - Klarmachen, wie das Land tatsächlich funktioniert in Bezug auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft
 - Einblicke in die Bedeutung der Religion im Alltag der Menschen
 - Unterschiedliche Interessen und Meinungen der Einheimischen
 - Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes
- In Bezug auf die Qualität und Art der Informationsvermittlung erwartet eine große Mehrheit (zwischen 72% und 84%) eine objektive, glaubwürdige Information über Land und Leute, eine kreative und lebendige Informationsvermittlung sowie eine einfühlsame Vermittlung von Alltagsrealitäten des Gastlandes.
- Die Hälfte der Entwicklungsländer-Reisenden mit All-Inclusive-Erfahrung bzw. Kreuzfahrt-Erfahrung hat Erwartungen bezüglich der Vermittlung gesellschaftspolitischer Themen. Bei Studienreise-Erfahrenen sind die Erwartungen signifikant größer.
- Anfang 2016 gab es unter Entwicklungsländer-erfahrenen Deutschen drei Erwartungs-Typen in Bezug auf die Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung bei einer Reise in ein Land des Globalen Südens:
 - Urlauber mit geringen Erwartungen an Land-und-Leute-Informationen bei vergleichsweise höheren Serviceerwartungen (3,7 Mio.)
 - Urlauber mit mittelhohen Erwartungen an Land-und-Leute-Informationen bei gleichzeitig hoher Serviceerwartung (8,8 Mio.)
 - Urlauber mit sehr hohen Erwartungen an Land-und-Leute-Informationen sowie an Service (1,4 Mio.)
- Jede der durch eine Clusteranalyse ermittelte Personengruppe (Erwartungs-Typ) zeigt in ihrem jeweiligen Antwortverhalten (in diesem Fall auf 15 Statements) große Ähnlichkeiten. Gleichzeitig unterscheidet sie sich dadurch von den anderen Gruppen (Typen) deutlich. Die Einstellungs-Typen lassen sich zusätzlich u.a. durch ihre soziodemografischen und Reiseverhaltensmerkmale beschreiben.
- So sind z.B. Urlauberinnen und Urlauber mit sehr hohen Ansprüchen an Land-und-Leute-Informationen sowie an Service auch überdurchschnittlich ansprechbar, ihre Urlaubsreisen möglichst ökologisch verträglich bzw. sozialverträglich zu gestalten. Gleichzeitig ist ihnen bei ihren allgemeinen Urlaubsmotiven u.a. besonders wichtig, andere Länder zu erleben/viel von der Welt zu sehen, Kontakt zu Einheimischen zu haben und etwas für Kultur und Bildung zu tun. Sie haben mehrheitlich und überdurchschnittlich Erfahrungen mit Erlebnis-Urlaub.

2.4 Ansprechbarkeit auf eine nachhaltige Urlaubsgestaltung

In Teil I, Kapitel 2 wurden bereits mögliche ökologische und soziale Wirkungen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer erörtert.

Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. hat sich im Rahmen von zwei Studien zum Thema „Urlaubsreisen und Umwelt“ bereits 1997 und zuletzt 2004⁵⁵ (auf Basis von Exklusivfragen im Rahmen der Reiseanalyse) eingehend mit der Ansprechbarkeit der Urlauber auf Umweltaspekte im Zusammenhang mit Urlaubsreisen beschäftigt. Damals hatte sich u.a. gezeigt, dass 34% der Entwicklungsländer-Nahziel-Reisenden 2003 (Türkei, Ägypten, Tunesien, Marokko) meinten, dass es für sie persönlich bei der Frage, mit welchem Reiseveranstalter sie (wohin auch immer) verreisen, eine wichtige Rolle spielt, dass dieser sich intensiv um den Schutz von Natur und Umwelt in den Urlaubsregionen kümmert. 33% zeigten sich gerne bereit, an ihrem Urlaubsort pro Urlaubstag einen Betrag von Euro 1,- zu bezahlen, wenn sichergestellt wäre, dass das Geld für den Schutz der dortigen Natur und Umwelt verwendet wird. Bei den Fernziel-Reisenden waren es 39% bzw. 50%.

Obwohl das Thema der Umweltverträglichkeit seitdem im Zuge von Nachhaltigkeitsdebatten rund um die Klimakrise in der öffentlichen Diskussion einen breiteren Raum einnimmt⁵⁶ und manche Reiseanbieter versuchen, ihre Angebote umweltverträglicher (und sozialverantwortlicher) zu gestalten, wurde die Nutzung nachhaltiger Angebote im Urlaub bisher kaum untersucht.

Für die Reiseanalyse 2020 hatte die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.) ein Fragen-Modul angeboten, das sich ausführlich mit der Thematik des nachhaltigen Reisens, insbesondere mit der tatsächlichen und zukünftig beabsichtigten Nutzung nachhaltiger Angebote, beschäftigt.

Das Modul konzentriert sich auf folgende Forschungsfragen:

- Welche Einstellung haben Urlauber zu ökologisch verträglichen und sozialverträglichen Reisen?
- Wie relevant ist das Thema Nachhaltigkeit im Rahmen der Reiseentscheidung?
- In welchen Bereichen verhalten sich Urlauber heute schon nachhaltig?
- Welche Anforderungen/Erwartungen haben Urlauber in Bezug auf nachhaltige Angebote bei zukünftigen Urlaubsreisen?

Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. hat dieses Modul erworben, um im Rahmen der vorliegenden Studie einige Aspekte für die **Zielgruppe der Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden** auswerten zu können.

Hinweis: Bei der Sichtung des Antwortverhaltens der Zielgruppen auf sämtliche Modulfragen muss u.a. Folgendes berücksichtigt werden:

- Entwicklungsländer-Reisen sind entfernungsbedingt fast ausschließlich Flugreisen (2019: 95%) – mit besonders klimaschädlichen Auswirkungen.⁵⁷ Entwicklungsländer-Reisende, die das wissen und trotzdem gute Gründe haben, ihren Urlaub in Ländern des Globalen Südens zu verbringen, haben momentan nur die persönliche Option einer CO₂-Kompensation.⁵⁸ Welchen Einfluss dies auf das Antwortverhalten der Befragten hatte, muss offenbleiben.

55 Vgl. Kösterke Astrid / Dietlind von Laßberg (2005): Urlaubsreisen und Umwelt. Eine Untersuchung über die Ansprechbarkeit der Bundesbürger auf Natur- und Umweltaspekte in Zusammenhang mit Urlaubsreisen. Ammerland.

56 Sie hat auch durch die „Fridays-for-future“-Bewegung an Bedeutung gewonnen. „Flugscham“ und „Overtourism“ sind Begriffe, die inzwischen medial verstärkt präsent sind.

57 Nicht allein das Kohlendioxid, das beim Verbrennen von Kerosin entsteht, schadet der Umwelt. Hinzu kommen in großen Flughöhen von 10.000 Metern auch Zirruswolken und Kondensstreifen, die durch den Ausstoß von Wasserdampf entstehen, sowie Stickoxide, Ruß- und Sulfataerosole. Allein die hohen Schleierwolken und Kondensstreifen können lokal stärker zur Erwärmung der Erde beitragen als alle anderen vom Menschen verursachten Treibhausgase, weil sie eine zusätzliche isolierende Schicht bilden.

58 Der Grundgedanke der CO₂-Kompensation ist, den Ausstoß einer bestimmten Menge an Treibhausgas-Emissionen, der an einem Ort der Welt nicht vermieden wird, an einem anderen Ort der Welt zu verhindern. Für Flugreisen bedeutet das: Flugpassagiere zahlen freiwillig einen von den Emissionen abhängigen Klimaschutzbeitrag, der dazu verwendet wird, erneuerbare Energien in Ländern auszubauen, wo es diese noch kaum gibt, also vor allem in Entwicklungsländern. So wird – laut der Klimaschutzorganisation Atmosfair im Herbst 2020 – z.B. die Klimawirkung eines Fluges von Frankfurt/Main nach Antalya/Türkei und zurück mit 1.251 kg CO₂ berechnet, der Kompensationsbetrag beträgt 29 €. Für den Hin- und Rückflug einer Reise nach Bangkok (Thailand) werden 6.244 kg CO₂ berechnet, der Kompensationsbeitrag beträgt 144 € (je nach Flugzeugtyp und Flugart schwankend).



- Entwicklungsländer-Reisen werden überwiegend in Form von fremdorganisierten Pauschalreisen (Anteil 2019: 71%) durchgeführt – sehr viele davon in Form eines All-Inclusive-Urlaubs. Hier hat man auf Teile der touristischen Leistungskette vor Ort erfahrungsgemäß wenig persönlichen Einfluss. Nachhaltige Verhaltensoptionen können häufig gar nicht wahrgenommen bzw. genutzt werden. Es sei denn, der Anbieter lässt sein diesbezügliches Engagement in Sachen Nachhaltigkeit für Urlauberinnen und Urlauber klar erkennen. Auch hier muss offenbleiben, inwieweit dies das Antwortverhalten beeinflusst hat.
- Im Gegensatz dazu zeigen z.B. Deutschland-Reisende 2019 extrem andere Merkmale des Reiseverhaltens: 0,3% hatten bei ihrer Haupturlaubsreise 2019 ein Flugzeug genutzt (70% den PKW, 14% die Bahn und 9% einen Bus). 55% hatten ihre Urlaubsunterkunft einzeln gebucht (für 41% war die Unterkunft eine Ferienwohnung/Ferienhaus, für 27% ein Hotel/Gasthof, für 7% eine Pension/Privatzimmer; 15% nutzten eine Unterkunft bei Verwandten, Bekannten). Nur 16% hatten eine Pauschalreise gebucht (tabellarisch nicht dargestellt).

2.4.1 Einstellung zur umweltverträglichen und sozialverträglichen Gestaltung von Urlaubsreisen – unabhängig vom Reiseziel

Vorbemerkung:

Seit Januar 2013 kommt in der Reiseanalyse jedes Jahr eine F.U.R-Sonderfrage zur bevorzugten Gestaltung von Urlaubsreisen zum Einsatz. Neben anderen Aspekten wird dort mit zwei Statements auch die Einstellung zum ökologisch- und sozialverträglichen Urlaub erfragt. Dabei wird der Begriff „Nachhaltigkeit“ nicht verwendet.

Obwohl die beiden Einstellungs-Statements nicht an ein konkretes Reiseziel geknüpft sind, kann das Antwortverhalten für Personengruppen mit unterschiedlicher aktueller Reisezielerfahrung ausgewertet werden. Ob und inwieweit diese in das Antwortverhalten einfließt, bleibt offen.

Die Frage lautete:

Wenn Sie einmal ganz allgemein an Ihren Urlaub denken – unabhängig von einem konkreten Reiseziel: Auf welche Weise gestalten Sie am liebsten Ihre Urlaubsreise? Auf dieser Liste stehen einige Aussagen und Meinungen zur Gestaltung von Urlaubsreisen.

Bitte sagen Sie mir, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. Dabei bedeutet die „1“ = „trifft voll und ganz zu“ und die „5“ = „trifft ganz und gar nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

(...) Auswahl aus insgesamt acht Statements

- Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.
- Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einheimischen Bevölkerung).

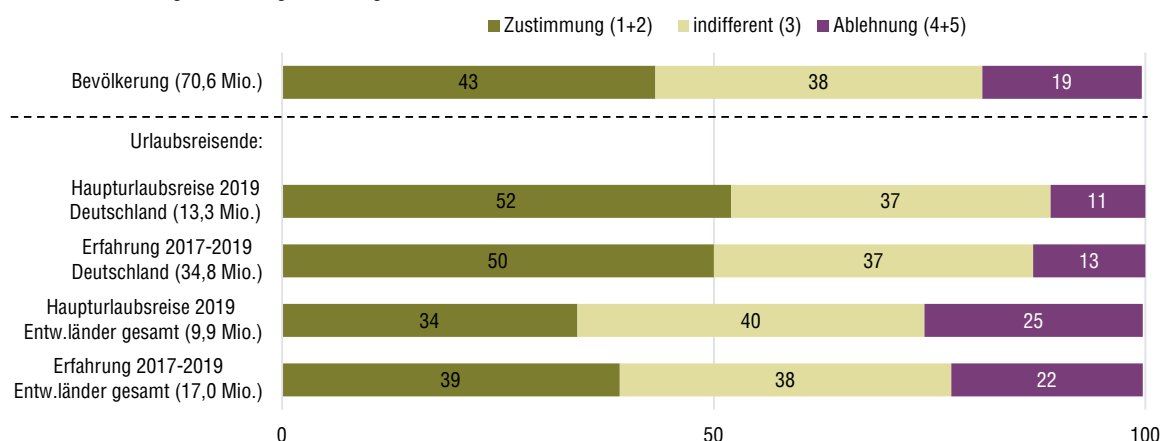
Zur Erleichterung der Lesbarkeit wird später im Text sowie in Tabellen und Grafiken z.T. mit Kurzformen dieser Formulierungen gearbeitet.

Grafik 39 zeigt das Antwortverhalten der deutschsprachigen Wohnbevölkerung sowie das von Deutschland-Urlaubern und Entwicklungsländer-Reisenden. Dabei wird zum Befragungszeitpunkt (Januar 2020) u.a. Folgendes deutlich:

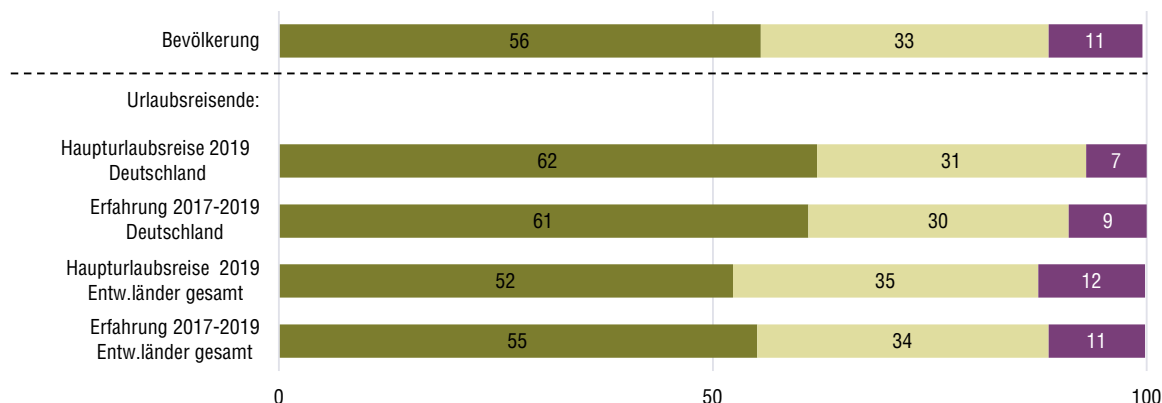
- Alle Vergleichsgruppen stimmen der Meinung „mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein“ mehrheitlich und in deutlich höherem Maße zu als der Meinung „mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein“.⁵⁹
- Entwicklungsländer-Reisende 2019 und Entwicklungsländer-Erfahrene 2017-2019 stehen beiden Aspekten deutlich weniger aufgeschlossener gegenüber als Deutschland-Reisende 2019 und Deutschland-Erfahrene 2017-2019 – insbesondere jenem der ökologischen Verträglichkeit.⁶⁰
- Die Anteile der „Indifferenten“ liegen beim ökologischen Aspekt durchweg höher als beim sozialen. Unter Entwicklungsländer-Reisenden finden sich mit 22% bzw. 25% die meisten Ablehner einer ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich gestalteten Urlaubsreise.

Gr. 39: Einstellung zur umweltverträglichen und sozialverträglichen Gestaltung von Urlaubsreisen
Haupturlaubsreisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt und Urlaubsreise-Erfahrene 2017-2019
(Bevölkerung ab 14 Jahren, Haupturlaubsreise ab 5 Tagen Dauer)

"Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein"



"Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einh. Bevölkerung)"



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

⁵⁹ Dass dem Aspekt der Sozialverantwortlichkeit häufiger zugestimmt wird, könnte u.a. mit einer höheren sozialen Erwünschtheit zusammenhängen, evtl. auch damit, dass die im Sozialverträglichkeits-Statement enthaltene Konkretisierung (faire Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einheimischen Bevölkerung) für manche verständlicher/nachvollziehbarer ist als die im Umweltverträglichkeits-Statement (ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich).

⁶⁰ Die signifikant geringere Ansprechbarkeit der Entwicklungsländer-Reisenden zur ökologisch verantwortlichen Urlaubsreisegestaltung könnte u.a. begründet sein in den bereits oben angesprochenen Besonderheiten von Entwicklungsländer-Reisen.

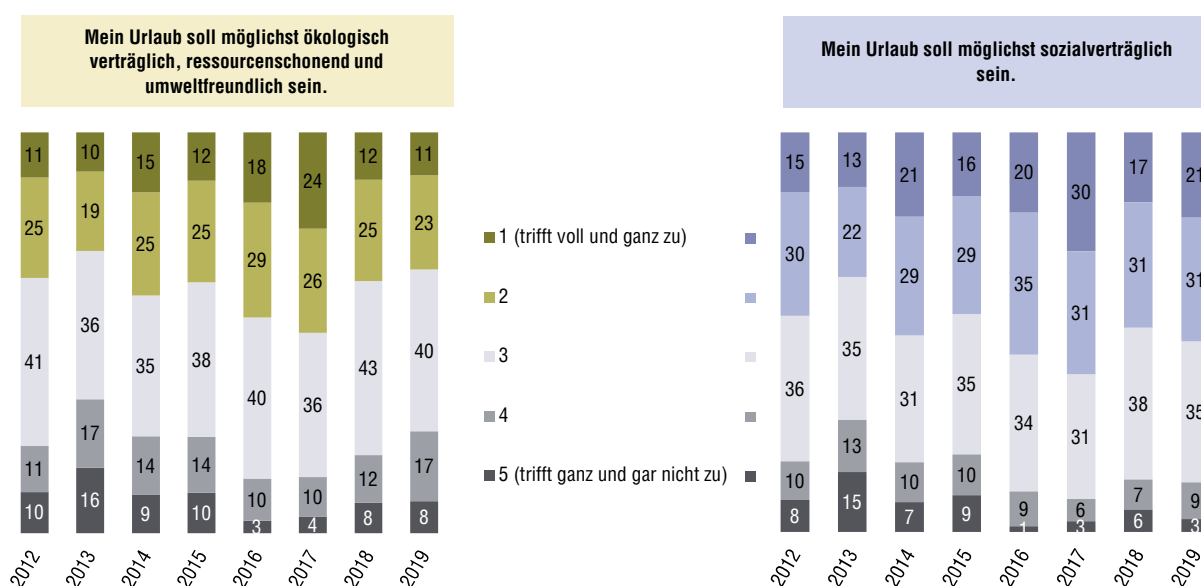


Grafik 40 zeigt auf Basis der Haupturlaubsreise das Antwortverhalten der Entwicklungsländer-Reisenden von 2012 bis 2019 zu beiden Statements. Dabei wird deutlich, dass man einer sozialverträglichen Urlaubsgestaltung auch über die Jahre hinweg aufgeschlossener gegenübersteht als einer umweltverträglichen.

Der durchgehend große Anteil von „Indifferenten“ beim Umweltaspekt (durchschnittlich: 39%) kann verschiedene Gründe haben – u.a.:

- Die Thematik der Notwendigkeit von ökologisch verträglichen, ressourcenschonenden und umweltfreundlichen Urlaubsreisen und deren Gestaltungsmöglichkeiten wurde noch nicht ausreichend kommuniziert; sie ist bei vielen Urlaubern noch nicht „angekommen“, man hat sich darüber noch keine Gedanken gemacht bzw. noch keine Meinung gebildet.
- Man kann sich im Rahmen der eigenen Urlaubsreiseplanung und -entscheidung die praktische Durchführung eines Urlaubs, der „möglichst ökologisch verträglich ist, ressourcenschonend und umweltfreundlich“, (noch) nicht ausreichend vorstellen. Eventuell auch deshalb, weil entsprechende Angebote nicht klar genug erkennbar sind.
- Die mit persönlicher Berücksichtigung solcher Kriterien eventuell einhergehenden Einschränkungen bisheriger persönlicher Urlaubsverhaltensweisen oder ggf. höhere Urlaubskosten sind schwer abschätzbar.

Gr. 40: Einstellung zur umweltverträglichen und sozialverträglichen Gestaltung von Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende im deutschen Urlaubsreisemarkt 2012-2019
(Bevölkerung ab 14 Jahren, Haupturlaubsreise ab 5 Tagen Dauer)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfraße in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Die Detailanalyse zeigt beim Antwortverhalten der Entwicklungsländer-Reisenden 2019 unter zusätzlicher Berücksichtigung von Alter und formaler Bildung ein paar Unterschiede (siehe Tabelle 46).

Junge Leute sind beim ökologischen Aspekt am wenigsten unentschieden, 50-59-Jährige stimmen beiden Statements überdurchschnittlich zu – am wenigsten aufgeschlossen sind 30-49-Jährige. 70 Jahre und Ältere zeigen beim ökologischen Aspekt den höchsten Teil an Unentschiedenheit, ihr Antwortverhalten steht wegen nicht ausreichender Fallzahl unter Vorbehalt.

Personen mit Hauptschulabschluss (mit/ohne abgeschlossene/r Berufsausbildung) stimmen einer umweltverträglichen Urlaubsgestaltung unterdurchschnittlich zu, sie sind häufiger unentschieden.

Hinweis: Bei den Sinus-Milieus, die hier – auf Basis der Haupturlaubsreise – wegen teilweise zu geringer Fallzahlen nicht dargestellt sind, zeigte die Detailanalyse Folgendes: Der mit Abstand höchste Zustimmungswert zum ökologischen Aspekt findet sich beim sozialökologischen Milieu, die niedrigsten Zustimmungswerte bei den Milieus der unteren Mitte/Unterschicht, insbesondere bei Personen aus dem prekären Milieu. Dieses Ergebnis zeigt sich auch beim Aspekt Sozialverträglichkeit – hier ergeben sich zusätzlich bei den Liberal-Intellektuellen und den Expositiven überdurchschnittliche Zustimmungswerte.

**Tab. 46: Einstellung zur umweltverträglichen und sozialverträglichen Gestaltung von Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende 2019 nach Alter und Schulbildung**

	Entw. länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019			
		14-29 Jahre	30-49 Jahre	50-69 Jahre	70 Jahre + *
Mio.	9,9	2,5	3,6	3,2	0,6
	%	%	%	%	%
Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein					
Zustimmung	34	35	26	42	34
bin unentschieden	40	35	46	36	50
Ablehnung	25	29	28	21	16
Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein					
Zustimmung	52	56	42	61	51
bin unentschieden	35	32	41	30	41
Ablehnung	12	12	16	9	8

* Fallzahl noch nicht ausreichend.

	Entw. länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019		
		Hauptschule mit/ ohne abgeschl. Berufsausbildung	Mittlere Reife/ weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/(Fach-) Hochschulreife
Mio.	9,9	2,5	3,3	4,1
	%	%	%	%
Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein				
Zustimmung	34	29	37	35
bin unentschieden	40	45	39	39
Ablehnung	25	26	24	26
Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein				
Zustimmung	52	48	51	56
bin unentschieden	35	38	36	33
Ablehnung	12	13	13	11

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe
 ● Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe
 ● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.



Tabelle 47 macht nochmals deutlich, dass Entwicklungsländer-Reisende 2019 einer umweltverträglichen und sozialverträglichen Urlaubsgestaltung deutlich weniger aufgeschlossen gegenüberstehen als Deutschland-Reisende 2019 (siehe auch Grafik 39).

Die einzelnen Entwicklungsländer-Zielgruppen (Türkei-Reisende, Nordafrika-Reisende und Entwicklungsländer-Fernziel-Reisende) unterscheiden sich in ihrem Antwortverhalten nicht wesentlich von der Vergleichsgruppe aller Entwicklungsländer-Reisenden 2019.

Hinweis: Nach interner Herausrechnung der Türkei-Reisenden 2019 mit türkischem Migrationshintergrund aus der in Tabelle 47 dargestellten Gesamtgruppe „Türkei“ zeigen sich bei letzterer keine signifikanten Veränderungen des Antwortverhaltens.

Auf die Analyse der einzelnen Fernziel-Destinationsgruppen musste in diesem Kapitel verzichtet werden, da deren Fallzahlen bei der Haupturlaubsreise nicht ausreichend sind.

**Tab. 47: Einstellung zur umweltverträglichen und sozialverträglichen Gestaltung von Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Deutschland-Reisende im Vergleich**

	Reisende gesamt	Haupturlaubsreise 2019				
		Deutschland	Entw. länder gesamt	Türkei	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	55,2	13,3	9,2*	4,0	1,7	3,6
	%	%	%	%	%	%
Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein						
Zustimmung	44	52	34	32	35	36
bin unentschieden	39	37	40	43	40	38
Ablehnung	17	11	25	25	25	26
Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein						
Zustimmung	57	62	53	50	52	55
bin unentschieden	33	31	35	37	35	33
Ablehnung	10	7	12	12	12	12

* Hier ohne Russland/ehem. GUS-Staaten und ohne Nah- und Mittelost, da die jeweiligen Fallzahlen nicht ausreichen.

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Deutschland
- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Deutschland
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfraße in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Die Betrachtung des Antwortverhaltens unter Berücksichtigung der bisher praktizierten Urlaubsformen konnte auf Basis der Haupturlaubsreise 2019 wegen teilweise nicht ausreichender Fallzahlen nicht ausgewertet werden. Deshalb wurde die Analyse auf Basis der Entwicklungsländer-Erfahrenen 2017-2019 durchgeführt.

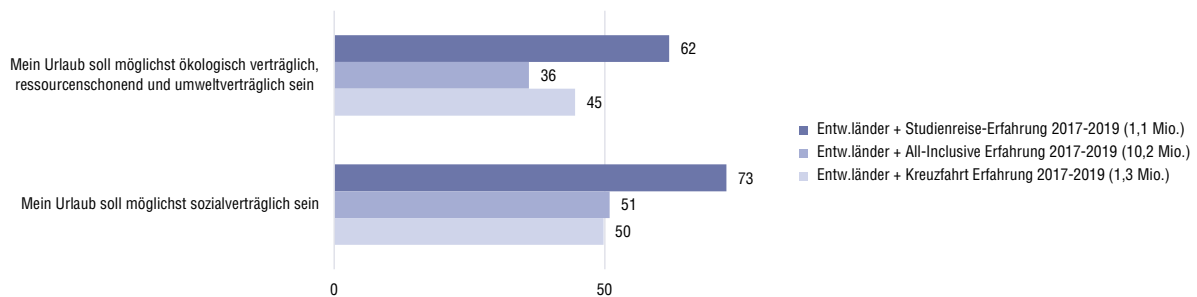
Grafik 41 zeigt das Antwortverhalten von Personen, die 2017-2019 Reisen in Entwicklungs- oder Schwellenländer unternommen haben und im selben Zeitraum (wo auch immer⁶¹) Studienreisen, All-Inclusive-Reisen bzw. Kreuzfahrten. Sie sind bezüglich ihrer jeweiligen aktuellen Erfahrung mit einer bestimmten Urlaubsform nicht homogen.⁶² Insofern ergeben sich Erfahrungs-Überlappungen.

61 Die Erfahrung mit Reisezielen bzw. Urlaubsformen wird in der Reiseanalyse getrennt ermittelt und steht in keinem Zusammenhang.

62 So verfügen beispielsweise 50% der Studienreise-Erfahrenen auch über aktuelle All-Inclusive-Erfahrung und 15% über Kreuzfahrt-Erfahrung – umgekehrt haben All-Inclusive-Erfahrene nur zu 6% Studienreise-Erfahrung und zu 9% Kreuzfahrt-Erfahrung – 14% der Kreuzfahrt-Erfahrenen haben Studienreise-Erfahrung und 73% All-Inclusive-Erfahrung.

Die Grafik macht deutlich, dass die drei Vergleichsgruppen bezüglich ihrer Einstellung zur umweltverträglichen und sozialverträglichen Gestaltung ihrer Urlaubsreise deutliche Unterschiede aufweisen: So sind beispielsweise 62% der Studienreise-Erfahrenen der Meinung, ihr Urlaub solle möglichst umweltverträglich sein, 73% wollen ihren Urlaub möglichst sozialverträglich gestalten. Demgegenüber stimmen All-Inclusive-Erfahrene bzw. Kreuzfahrt-Erfahrene dem ökologischen Aspekt lediglich mit 36% bzw. 45% zu, dem sozialverträglichen Aspekt mit 51% bzw. 50%.

**Gr. 41: Einstellung zur umweltverträglichen und sozialverträglichen Gestaltung von Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Erfahrene 2017-2019
mit Studienreise- bzw. All-Inclusive- bzw. Kreuzfahrt-Erfahrung 2017-2019
Zustimmung (1+2)**

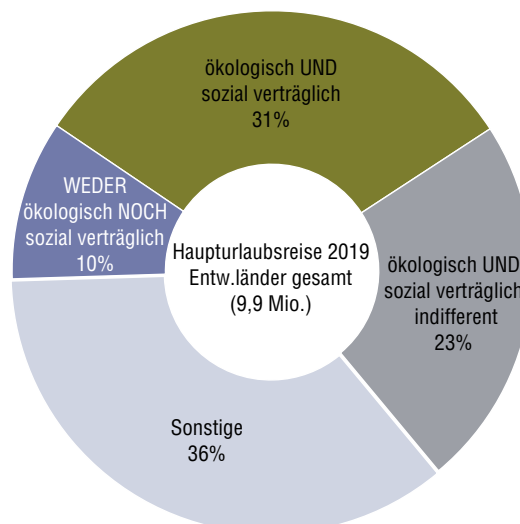


Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfraage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Grafik 42 zeigt, dass eine deutliche Mehrheit der 9,9 Mio. Entwicklungsländer-Reisenden 2019 im Januar 2020 klar positioniert ist. 31% sind ansprechbar für eine Urlaubsgestaltung, die möglichst ökologisch und sozialverträglich ist. 23% sind unentschieden/indifferent, ob sie ihren Urlaub möglichst ökologisch und sozialverträglich gestalten wollen. 10% sind für beide Aspekte nicht ansprechbar.

**Gr. 42: Einstellung zur umweltverträglichen und sozialverträglichen Gestaltung von Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende 2019 (9,9 Mio.) im deutschen Urlaubsreisemarkt**

„Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein“
„Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einh. Bevölkerung)“



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfraage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.



Die nachfolgende Tabelle 48 zeigt ausgewählte soziodemografische und Reiseverhaltens-Merkmale der drei Einstellungsgruppen aus Grafik 42, die sich bezüglich ihrer Ansprechbarkeit auf eine möglichst ökologische und möglichst sozialverträgliche Urlaubsgestaltung klar unterscheiden.

Entwicklungsländer-Reisende 2019 mit einer **generell positiven Einstellung** zu umwelt- und sozialverträglicher Urlaubsgestaltung (ökologisch verträglich und sozialverträglich) sind im Vergleich zu allen Entwicklungsländer-Reisenden überdurchschnittlich häufig weiblich, aus Ostdeutschland, zwischen 50 und 69 Jahre alt und kommen weniger häufig aus Milieus der unteren Mitte und der Unterschicht. Bei ihren besonders wichtigen Urlaubsmotiven zeigen sie vor allem ein deutlich überdurchschnittliches Interesse an Natur erleben; des Weiteren auch daran, im Urlaub etwas für Kultur und Bildung zu tun, andere Länder zu entdecken/viel von der Welt zu sehen und neue Eindrücke zu gewinnen/etwas ganz anderes kennenzulernen. Sie haben überdurchschnittlich Erfahrung mit Erlebnis-/Entdeckungsreisen sowie Rundreisen und weniger häufig mit All-Inclusive Reisen.

Entwicklungsländer-Reisende 2019 mit einer **generell indifferenten Einstellung** zu umwelt- und sozialverträglicher Urlaubsgestaltung (ökologisch verträglich und sozialverträglich indifferent) sind im Vergleich zu allen Entwicklungsländer-Reisenden u.a. häufiger männlich, zwischen 30 und 49 Jahre alt. Sie haben zudem überdurchschnittlich häufig Hauptschulabschluss mit/ohne abgeschlossene/r Berufsausbildung und weniger häufig Abitur/(Fach-) Hochschulreife. Natur erleben ist ihnen weniger wichtig. Ihre Erfahrung mit Rundreisen ist unterdurchschnittlich.

Entwicklungsländer-Reisende 2019 mit einer **generell negativen Einstellung** zu beiden Aspekten (weder ökologisch verträglich noch sozialverträglich) kommen im Vergleich zu allen Entwicklungsländer-Reisenden überdurchschnittlich aus Westdeutschland und sind häufiger zwischen 14 und 49 Jahre alt. Sie haben häufiger einen Hauptschulabschluss mit/ohne abgeschlossene/r Berufsausbildung und weniger häufig Abitur/(Fach-) Hochschulreife, kommen vermehrt aus unteren Einkommens- und sozialen Schichten und gehören häufiger Milieus der unteren Mitte/Unterschicht an und weniger häufig den sozial gehobenen Milieus. Im Urlaub möchten sie überdurchschnittlich häufig ausruhen und faulenzen. Sie sind deutlich weniger interessiert an Naturerlebnissen und daran, etwas für Kultur und Bildung zu tun. Andere Länder zu erleben und viel von der Welt zu sehen, stoßen auf geringeres Interesse. Ihre Erfahrung mit Kulturreisen ist stark unterdurchschnittlich.

**Tab. 48: Einstellung zur umweltverträglichen und sozialverträglichen Gestaltung von Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt nach ökologischer und sozialer Einstellung**

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019		
		ökologisch und sozial	ökologisch und sozial indifferent	weder ökologisch noch sozial
Mio.	9,9*	3,1	2,3	1,0
	%	%	%	%
Geschlecht				
männlich	54	48	62	58
weiblich	46	52	38	42
Herkunft				
West	79	74	82	86
Ost	21	26	18	14
Alter				
14-29 Jahre	25	28	19	30
30-49 Jahre	36	25	42	43
50-69 Jahre	33	41	30	22
70 Jahre oder älter	6	7	9	5
Schulbildung d. Befragten				
Hauptschule mit/ohne abgeschl. Berufsausbildung	25	21	32	31
Mittlere Reife/weiterführende Schule ohne Abitur	34	36	36	36
Abitur/(Fach-)Hochschulreife	41	43	32	33
Haushaltsnettoeinkommen				
bis Euro 1.999	17	20	16	22
Euro 2.000 - 2.999	24	20	26	32
Euro 3.000 und mehr	59	60	57	46
Soziale Schicht				
Stufe 6+7 (untere Schichten)	12	10	14	18
Stufe 3-5	55	53	56	58
Stufe 1+2 (obere Schichten)	33	36	30	24
Milieus Zusammenfassung				
Milieus der unteren Mitte/Unterschicht	24	18	28	33
Milieus der Mitte	31	33	30	31
Sozial gehobene Milieus	45	49	42	36
Allgemeine Urlaubsmotive (Auswahl)				
Etwas für Kultur und Bildung tun	24	31	21	11
Ausruhen, Faulenzen	51	55	46	57
Kontakt zu Einheimischen	35	36	35	32
Andere Länder erleben, viel von der Welt sehen	50	57	46	42
Neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennen lernen	45	51	44	41
Natur erleben (schöne Landschaften, reine Luft, sauberes Wasser)	45	60	38	31
Erfahrung mit Urlaubsformen 2017-2019 (Auswahl)				
Badeurlaub/Strandurlaub	86	84	87	84
All-Inclusive-Urlaub	60	55	62	60
Kreuzfahrt auf See	6	7	5	9
Erlebnisreise/ Entdeckungsreise	43	50	39	41
Rundreise	18	23	13	16
Kulturreise	17	20	18	5
Studienreise	5	8	4	2

* Die Summe der Einzelwerte ergibt nicht den Wert der Gesamtgruppe (siehe Grafik 42).

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt
● Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher
● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfraße in Reiseanalyse 2020 F.U.R.



2.4.2 Bedeutung von Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung zur Haupturlaubsreise 2019

Neben der Frage zur generellen Einstellung in Bezug auf umweltverträgliche und sozialverträgliche Urlaubsreisen, wurde in der Reiseanalyse für jede 2019 durchgeführte Urlaubsreise ab 5 Tagen Dauer die Bedeutung von Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung erfragt – ebenso die Wahrnehmung von Nachhaltigkeitskennzeichnungen bei der Unterkunft oder beim Reiseveranstalter sowie die Tötigung der CO₂-Kompensation für An-/Abreise oder Aufenthalt.

Die Fragen des F.U.R-Moduls lauteten:

(zur Nachhaltigkeit als Entscheidungsaspekt)

Nun geht es speziell um Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen, d.h. wie ökologisch verträglich, ressourcenschonend, umweltfreundlich und sozial verträglich der Urlaub gestaltet war.

(für jede Urlaubsreise einzeln im Jahrsschema) Wenn Sie einmal an diese Urlaubsreise zurückdenken: Welche der folgenden Aussagen trifft zu? (Je Reise nur eine Nennung möglich)

1. Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.
2. Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Entscheidung für diese Reise.
3. Nachhaltigkeit hatte bei der Entscheidung für diese Reise keine Bedeutung.
4. Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht.

Um sicherzustellen, dass die Befragten mit dem Begriff „Nachhaltigkeit“ etwas anfangen können und um ein einheitliches Begriffsverständnis zu erreichen, wurde die Erläuterung „ökologisch verträglich, ressourcenschonend, umweltfreundlich und sozialverträglich“ in die obige Fragestellung eingefügt.

(zur Nachhaltigkeitskennzeichnung)

Hatten die Unterkunft oder der Reiseveranstalter bei dieser Urlaubsreise ein besonderes Umweltzeichen (Ökolabel etc.) oder eine besondere Nachhaltigkeitskennzeichnung? (Nur eine Nennung möglich)

1. Ja
2. Nein
3. Weiß nicht

Die Antwortoptionen berücksichtigen bei dieser Frage explizit, dass die Befragungsperson die Antwort nicht weiß. Dafür kann es verschiedene Gründe geben, z.B. dass die im Verlauf des Jahres 2019 durchgeführte Reise bereits so lange zurückliegt, dass man sich an eine tatsächlich vorhandene Nachhaltigkeitskennzeichnung nicht mehr erinnern kann, oder dass die Befragungsperson bei der Reiseentscheidung nicht unmittelbar involviert war.⁶³

(zur CO₂-Kompensation)

Haben Sie bei dieser Urlaubsreise eine CO₂-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt getätigt (z.B. bei Atmosfair, MyClimate)? (Nur eine Nennung möglich)

1. Ja
2. Nein
3. Weiß nicht

Diese Frage nutzt den im Deutschen gängigen Begriff „Kompensation“. Er wird von den Marktführern Atmosfair und MyClimate bzw. von Reiseveranstaltern, die eine CO₂-Kompensation anbieten, verwendet. Ob die Bedeutung dieses Begriffs allen Befragten klar war, muss offenbleiben. Auch hier berücksichtigen die Antwortoptionen, dass die Befragungsperson die Antwort nicht weiß.⁶⁴

⁶³ Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 a): a.a.O. Seite 21.

⁶⁴ Vgl. ebd. Seite 24.

In Tabelle 49 wird deutlich, dass nur für einen sehr geringen Teil jener 9,9 Mio., die 2019 ihre Haupturlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland unternommen haben, Nachhaltigkeitsaspekte bei der Reiseentscheidung relevant waren: Bei nur 3% hat Nachhaltigkeit den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten; bei nur 9% war Nachhaltigkeit – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Entscheidung für diese Reise. Für die große Mehrheit (65%) hatte das Thema Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung keine Bedeutung – und 23% gaben an, dass sie nachhaltiges Reisen generell nicht interessiert.

Nur 3% der Entwicklungsländer-Reisenden hatten bei der Urlaubsunterkunft oder beim Reiseveranstalter ein besonderes Umweltzeichen (Ökolabel etc.) oder eine besondere Nachhaltigkeitskennzeichnung wahrgenommen. Eine CO₂-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt hatten lediglich 2% getätigt. Bei 68% bzw. 75% war dies nicht der Fall. Ca. ein Viertel war sich jeweils unsicher.

Bei der Betrachtung der unterschiedlichen Altersgruppen (Tabelle 49, oberer Teil) zeigen sich nur bei Älteren ab 70 Jahren einige Abweichungen vom Antwortverhalten der Gesamtgruppe. Sie stehen jedoch wegen nicht ausreichender Fallzahlen unter Vorbehalt.

Ein Blick auf die formale Bildung (Tabelle 49, unterer Teil) zeigt, dass Personen mit Hauptschulabschluss (mit/ohne abgeschlossene/r Berufsausbildung) am Thema Nachhaltigkeit häufiger als die Vergleichsgruppe generell nicht interessiert sind (31% Höchstwert) und im Rahmen ihrer Urlaubsreise bei Unterkunft und Reiseveranstalter signifikant häufiger keine Angebote mit Umweltzeichen oder Nachhaltigkeitskennzeichnung wahrgenommen haben (80% Höchstwert). Bei Personen mit Abitur/(Fach-)Hochschulreife liegt das generelle Desinteresse am Thema Nachhaltigkeit mit 17% unter dem Durchschnittswert.

Bei der Betrachtung der Sinus-Milieus (die hier wegen teilweise zu geringer Fallzahlen nicht dargestellt sind) ergab sich, dass Angehörige des sozialökologischen Milieus, die ja den Statements zur umwelt- und sozialverträglichen Urlaubsgestaltung überdurchschnittlich zugestimmt hatten (siehe Hinweis Seite 178), bei den o.g. Fragestellungen kein von der Gesamtgruppe abweichendes Antwortverhalten zeigen. Expeditiv und Hedonisten geben überdurchschnittlich häufiger an, dass sie nachhaltiges Reisen generell nicht interessiert.



Tab. 49: Bedeutung von Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung zur Haupturlaubsreise 2019
Entwicklungsländer-Reisende 2019 nach Alter und Schulbildung

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019			
		14-29 Jahre	30-49 Jahre	50-69 Jahre	70 Jahre+*
Mio.	9,9	2,5	3,6	3,2	0,6
	%	%	%	%	%
Bedeutung Nachhaltigkeit bei Reiseentscheidung zur HUR					
Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichw. Angeboten	3	3	3	2	0
Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Entscheidung für diese Reise	9	7	8	12	10
Nachhaltigkeit hatte bei der Entscheidung für diese Reise keine Bedeutung	65	66	64	64	73
Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht	23	24	23	22	18
keine Angabe	1	1	2	1	0
Wahrnehmung von Umweltzeichen/Nachhaltigkeitskennzeichnung der Unterkunft oder des Reiseveranstalters					
Ja	3	3	2	3	1
Nein	68	72	67	67	67
Weiß nicht/keine Angabe	29	26	31	30	32
CO₂-Kompensation getätigt					
Ja	2	2	3	2	0
Nein	75	76	71	77	80
Weiß nicht/keine Angabe	23	22	26	21	20

* Fallzahl noch nicht ausreichend.

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019		
		Hauptschule mit/ ohne abgeschl. Berufsausbildung	Mittlere Reife/ weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/(Fach-) Hochschulreife
Mio.	9,9	2,5	3,3	4,1
	%	%	%	%
Bedeutung Nachhaltigkeit bei Reiseentscheidung zur HUR				
Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichw. Angeboten	3	2	2	4
Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Entscheidung für diese Reise	9	5	11	11
Nachhaltigkeit hatte bei der Entscheidung für diese Reise keine Bedeutung	65	62	64	68
Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht	23	31	23	17
keine Angabe	1	0	1	2
Wahrnehmung von Umweltzeichen/Nachhaltigkeitskennzeichnung der Unterkunft oder des Reiseveranstalters				
Ja	3	1	3	3
Nein	68	80	64	65
Weiß nicht/keine Angabe	29	19	33	33
CO₂-Kompensation getätigt				
Ja	2	2	1	3
Nein	75	79	72	74
Weiß nicht/keine Angabe	23	19	27	23

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 10 oder mehr PP höher

● Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Tabelle 50 zeigt, dass bei Entwicklungsländer-Reisenden 2019 die Nachhaltigkeit – neben anderen Dingen – deutlich weniger häufig ein Aspekt bei der Reiseentscheidung war als bei Deutschland-Reisenden 2019 (-16 PP). Sie geben häufiger an, dass Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung keine Bedeutung hatte (+9 PP) bzw. dass sie nachhaltiges Reisen generell nicht interessiert (+10 PP). Bei Urlaubsunterkunft oder Reiseveranstalter hatten Entwicklungsländer-Reisende häufiger als Deutschland-Reisende keinerlei Nachhaltigkeitskennzeichnungen wahrgenommen. In Bezug auf die Tätigkeit einer CO₂-Kompensation zeigen sich keine Unterschiede.

Das Antwortverhalten der einzelnen Entwicklungsländer Zielgruppen (Türkei, Nordafrika, Entwicklungsländer-Fernziele) entspricht zum größten Teil dem aller Entwicklungsländer-Reisenden. Nordafrika-Reisende 2019 waren sich unsicherer bei der Wahrnehmung von Nachhaltigkeitskennzeichnung ihrer Unterkunft oder ihres Reiseveranstalters. Auch waren sie unsicherer, ob sie eine CO₂-Kompensation getätigt hatten.

Hinweis: Nach interner Herausrechnung der Türkei-Reisenden 2019 mit türkischem Migrationshintergrund aus der in Tabelle 50 dargestellten Gesamtgruppe „Türkei“ zeigt sich bei letzterer lediglich eine signifikante Veränderung des dortigen Antwortverhaltens: Beim Item „Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht“ sinkt die Zustimmung um 5 PP (von 24% auf 19%).

Tab. 50: Bedeutung von Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung zur Haupturlaubsreise 2019
Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Deutschland-Reisende im Vergleich

	Reisende gesamt	Haupturlaubsreise 2019				
		Deutschland	Entw. länder gesamt	Türkei	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	55,2	13,3	9,2*	4,0	1,7	3,6
	%	%	%	%	%	%
Bedeutung Nachhaltigkeit bei Reiseentscheidung zur HUR						
Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten	4	6	3	3	2	3
Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Entscheidung für diese Reise	17	25	9	8	9	10
Nachhaltigkeit hatte bei der Entscheidung für diese Reise keine Bedeutung	63	55	64	65	61	65
Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht	16	13	23	24	25	21
keine Angabe	1	1	1	1	3	0
Wahrnehmung von Umweltzeichen/Nachhaltigkeitskennzeichnung der Unterkunft oder des Reiseveranstalters						
Ja	6	12	3	2	3	3
Nein	64	62	68	69	60	71
Weiß nicht/keine Angabe	29	26	29	29	37	26
CO₂-Kompensation getätigt						
Ja	4	5	2	2	3	2
Nein	74	75	75	74	69	79
Weiß nicht/keine Angabe	23	20	23	24	29	19

* Hier ohne Russland/ehem. GUS-Staaten und ohne Nah- und Mittelost, da die jeweiligen Fallzahlen nicht ausreichen.

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Deutschland
- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Deutschland
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger
- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Tabelle 51 macht u.a. deutlich: In der Gruppe mit generell positiver Einstellung zur umwelt- und sozialverträglichen Urlaubsgestaltung hat die Nachhaltigkeit „neben anderen Dingen“ eine überdurchschnittliche Rolle bei der Reiseentscheidung für die Haupturlaubsreise 2019 gespielt. Trotzdem finden sich hier 10%, die angeben, dass sie nachhaltiges Reisen generell nicht interessiert.



Dieser scheinbare Widerspruch kann darin begründet sein, dass im Interviewablauf die Abfrage der Relevanz von Nachhaltigkeit im Rahmen der Reiseentscheidung zur Haupturlaubsreise 2019 zeitlich vor der späteren Ermittlung der vom Reiseziel unabhängigen Einstellungen zu ökologisch verträglichen und sozialverträglichen Reisen erfolgte, auf deren Basis die drei Extremgruppen im Tabellenkopf von Tabelle 51 gebildet wurden. Ob und inwieweit bei jenen 10% ggf. ein kurzfristiger Lernprozess stattfand oder beim Antwortverhalten soziale Erwünschtheit hineinspielte, muss offen bleiben.⁶⁵

Für Entwicklungsländer-Reisende 2019 mit generell indifferenter Einstellung zu umwelt- und sozialverträglicher Urlaubsgestaltung hatte Nachhaltigkeit bei der Entscheidung für diese Reise häufiger keine Bedeutung (78% Höchstwert). Bei Entwicklungsländer-Reisenden 2019 mit generell negativer Einstellung zu umwelt- und sozialverträglicher Urlaubsgestaltung gab fast die Hälfte an, dass sie nachhaltiges Reisen generell nicht interessiert (45% Höchstwert).

In Bezug auf die Wahrnehmung von Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnungen bei Urlaubsunterkunft oder Reiseveranstalter liegen die Zustimmungswerte der drei Einstellungsgruppen auf einem ähnlich niedrigen Niveau wie bei der Gesamtgruppe. Dies ist auch bei der getätigten CO₂-Kompensation der Fall. Der Anteil jener, die sich hier unsicher sind, ist bei Urlaubern mit indifferenter Einstellung überdurchschnittlich.

Tab. 51: Bedeutung von Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung zur Haupturlaubsreise 2019
Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt nach ökologischer und sozialer Einstellung

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019		
		ökologisch und sozial	ökologisch und sozial indifferent	weder ökologisch noch sozial
Mio.	9,9*	3,1	2,3	1,0
	%	%	%	%
Bedeutung Nachhaltigkeit bei Reiseentscheidung zur HUR				
Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten	3	4	0	2
Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Entscheidung für diese Reise	9	16	6	8
Nachhaltigkeit hatte bei der Entscheidung für diese Reise keine Bedeutung	65	69	78	46
Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht	23	10	16	45
keine Angabe	1	1	0	0
Wahrnehmung von Umweltzeichen/Nachhaltigkeitskennzeichnung der Unterkunft oder des Reiseveranstalters				
Ja	3	6	1	0
Nein	68	69	67	68
Weiß nicht/keine Angabe	29	26	32	31
CO₂-Kompensation getätigt				
Ja	2	4	0	3
Nein	75	79	68	70
Weiß nicht/keine Angabe	23	17	32	27

* Die Summe der Einzelwerte ergibt nicht den Wert der Gesamtgruppe (siehe Grafik 42)

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt

- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

⁶⁵ Die Detailanalyse ergab, dass sich jene 10% (bei noch nicht ausreichender Fallzahl) zu einem späteren Zeitpunkt während des Interviews, überdurchschnittlich ansprechbar zeigen, wenn es um eine ökologisch verträgliche, umweltschonende und umweltfreundliche Gestaltung ihrer zukünftigen Urlaubsreisen (wohin auch immer) geht. Dies gilt unter anderem für die Einholung von Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote, für die Wahl eines Reiseanbieters, bei dem Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat, für die Einbeziehung des CO₂-Ausstoßes der Reise in die Reiseentscheidung.

2.4.3 Nutzung nachhaltiger Verhaltensoptionen bei der Haupturlaubsreise 2019 bzw. bei zukünftigen Urlaubsreisen

Darüber hinaus wurde abgefragt, welche Angebote und Möglichkeiten, die eine Urlaubsreise nachhaltiger (also ökologisch verträglicher und sozialverträglicher) machen, im Zusammenhang mit der Haupturlaubsreise 2019 auch tatsächlich genutzt wurden bzw. welche man bei zukünftigen Urlaubsreisen nutzen möchte. Die Frage orientiert sich an der touristischen Leistungskette (Reisevorbereitung, Reiseziel, An- und Abreise, Unterkunft und Aktivitäten/Verpflegung und Mobilität vor Ort).

Die Fragestellungen lauteten:

Jetzt geht es um das Thema Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, eine Urlaubsreise nachhaltiger zu gestalten, also möglichst umweltverträglich und sozialverträglich.

A: (an alle Urlaubsreisenden) Welche der folgenden Möglichkeiten bzw. Angebote haben Sie bei Ihrer Haupturlaubsreise 2019 genutzt? (Mehrfachnennungen möglich)

B: (an alle) Welche der folgenden Möglichkeiten bzw. Angebote möchten Sie bei zukünftigen Urlaubsreisen nutzen? (Mehrfachnennungen möglich)

Vorbereitung

1. Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen
2. Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat
3. CO₂-Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen

Reiseziel

4. Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat
5. Nahegelegenes Reiseziel wählen (Deutschland und Nachbarländer)
6. Außerhalb der Hauptsaison des Zielgebiets reisen
7. Überfüllte Orte meiden

An- und Abreise

8. Klimafreundliche An- und Abreise
9. CO₂-Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z.B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)

Unterkunft

10. Unterkunft mit Siegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen
11. Unterkunft, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar ist oder einen Abholservice vom Bahnhof anbietet
12. Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt

Aktivitäten/Verpflegung

13. Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen
14. Auf Müllvermeidung achten (z.B. Mehrweggeschirr/-besteck nutzen, Fastfoodketten meiden)
15. Aktiv zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt beitragen (z.B. Mitarbeit/Spende)
16. Bei regionalen Anbietern/regionale Produkte/Souvenirs kaufen
17. Speisen und Getränke aus ökologischer Landwirtschaft/Bio-Lebensmittel wählen

Mobilität vor Ort

18. Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein
19. Vor Ort Bahn oder Bus nutzen
20. Vor Ort Elektrofahrzeug anstelle von Fahrzeug mit Verbrennungsmotor nutzen (z.B. E-Auto, E-Bike, E-Roller)

Nichts davon

Zur Erleichterung der Lesbarkeit werden später im Text sowie in Tabellen z.T. Kurzformen der Items verwendet.



2.4.3.1 Nutzung nachhaltiger Verhaltensoptionen bei der Haupturlaubsreise 2019

Nachfolgend werden nur jene Items dargestellt, die in Zusammenhang mit Entwicklungsländer-Reisen relevant erschienen.⁶⁶

Vorbemerkung:

Das Antwortverhalten auf diese Frage muss – laut Modulbericht⁶⁷ – vor folgendem Hintergrund bewertet werden: Die Fragestellung bildet nicht einfach das jeweilige Verhalten ab (also ob jemand z.B. das Fahrrad genutzt hat oder nicht), sondern erfragt die im Nachhinein berichtete Relevanz von einzelnen Verhaltensaspekten im Kontext von Nachhaltigkeit, also der umwelt- und sozialverträglichen Reisegestaltung. Das führt dazu, dass es in der Befragungsrealität Antworten gibt, die diesen gewünschten Kontext ignorieren, und etwas berichten, das aus anderen Gründen getan wurde. Wie groß dieser Anteil ist, muss offen bleiben. Andersherum gibt es sicherlich auch Personen, die eine oder mehrere der abgefragten Optionen genutzt haben, dies aber nicht angegeben haben, weil es nicht unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit getätigt wurde.

Tabelle 52 zeigt, dass 61% der Entwicklungsländer-Reisenden 2019 bei ihrer Urlaubsreise mindestens eine der nachhaltigen Verhaltensoptionen genutzt haben. 38% haben keine genutzt.

Für die erfolgte Nutzung einzelner Angebote oder Möglichkeiten ergeben sich aber eher geringe bis sehr geringe Zustimmungswerte. Lediglich bei den Möglichkeiten, sich vor Ort umweltverträglich fortzubewegen und beim Kennenlernen von regionsspezifischer Kultur und Tradition finden sich Zustimmungswerte von 20% bzw. 26%. Bei den meisten anderen Aspekten liegen sie im kleinen einstelligen Bereich. Nachhaltige Verhaltensoptionen wurden also am häufigsten bei Angeboten genutzt, deren Umsetzung mit relativ geringem Aufwand und wenig Einschränkungen verbunden waren (z.B. bei Aktivitäten und Mobilität vor Ort), weniger als beispielsweise Optionen bei An- und Abreise.

Bei Betrachtung der Altersgruppen (siehe Tabelle 52) zeigt sich, dass junge Menschen die Verhaltensoptionen unterdurchschnittlich genutzt haben (54%) – im Gegensatz zu den 50-69-Jährigen (67%). Letztere haben häufiger überfüllte Orte vermieden und regionsspezifische Kultur und Tradition kennengelernt. Das Antwortverhalten der 70-Jährigen und Älteren steht wegen nicht ausreichender Fallzahlen unter Vorbehalt.

Ein Blick auf die formale Bildung (Tabelle 53) zeigt nur sehr wenige Abweichungen vom Antwortverhalten der Gesamtgruppe: Personen mit Hauptschulabschluss (mit/ohne abgeschlossene/r Berufsausbildung) haben die Verhaltensoptionen unterdurchschnittlich genutzt. Sie waren in deutlich unterdurchschnittlichem Maße vor Ort zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs, haben weniger regionsspezifische Kultur und Traditionen kennengelernt. Personen mit Abitur/(Fach-)Hochschulreife haben letzteres überdurchschnittlich häufig getan.

⁶⁶ Eine deutliche Mehrheit (61%) der Entwicklungsländer-Reisenden 2019 hat z.B. Erfahrungen mit All-Inclusive-Reisen gemacht. Bei dieser Urlaubsform hat man jedoch auf Teile der touristischen Leistungskette persönlich kaum einen Einfluss, z.B. auf Müllvermeidung, auf die Wahl biologisch erzeugter Lebensmittel.

⁶⁷ Vgl. F.U.R. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 a): a.a.O. Seite 28.

Tab. 52: Nutzung nachhaltiger Verhaltensorptionen bei der Haupturlaubsreise 2019
Entwicklungsländer-Reisende 2019 nach Alter

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019			
		14-29 Jahre	30-49 Jahre	50-69 Jahre	70 Jahre+ *
Mio.	9,9	2,5	3,6	3,2	0,6
	%	%	%	%	%
(Auswahl)					
Vorbereitung					
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	4	4	3	4	3
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	2	2	1	3	0
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	1	1	1	1	1
Reiseziel					
Überfüllte Orte meiden	14	11	13	19	8
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	2	1	3	1	1
An- und Abreise					
Klimafreundliche An- und Abreise	3	1	5	3	3
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	2	3	1	2	0
Unterkunft					
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	11	12	11	10	5
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	1	0	1	2	1
Aktivitäten					
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	20	18	16	27	16
Aktiv zum Schutz der Tierund Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	2	2	1	3	6
Mobilität vor Ort					
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	26	30	23	26	19
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	20	20	17	21	27
Nichts davon	38	45	37	32	41
Mindestens eine der Verhaltensorptionen genutzt	61	54	62	67	55
Keine Angabe	1	1	1	1	4

* Fallzahl noch nicht ausreichend.

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe

○ Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.



**Tab. 53: Nutzung nachhaltiger Verhaltensorptionen bei der Haupturlaubsreise 2019
Entwicklungsländer-Reisende 2019 nach Schulbildung**

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019		
		Hauptschule mit/ ohne abgeschl. Berufsausbildung	Mittlere Reife/ weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/(Fach-) Hochschulreife
Mio.	9,9	2,5	3,3	4,1
	%	%	%	%
(Auswahl)				
Vorbereitung				
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	4	2	4	4
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	2	1	2	3
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	1	1	0	2
Reiseziel				
Überfüllte Orte meiden	14	15	12	15
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	2	1	3	1
An- und Abreise				
Klimafreundliche An- und Abreise	3	2	5	2
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	2	1	1	3
Unterkunft				
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	11	13	8	12
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	1	1	2	1
Aktivitäten				
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	20	14	20	25
Aktiv zum Schutz der Tierund Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	2	1	3	2
Mobilität vor Ort				
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	26	15	28	30
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	20	20	17	22
Nichts davon	38	45	36	35
Mindestens eine der Verhaltensorptionen genutzt	61	54	62	65
Keine Angabe	1	1	2	1

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Bei der Betrachtung der Sinus-Milieus (die hier wegen teilweise zu geringer Fallzahlen nicht dargestellt sind) ergab sich u.a., dass das liberal-intellektuelle Milieu und die Performer die nachhaltigen Verhaltensorptionen insgesamt überdurchschnittlich genutzt haben. Konservativ-etabliertes, expeditives, sozialökologisches und hedonistisches Milieu haben sie unterdurchschnittlich genutzt. Personen aus dem liberal-intellektuellen Milieu weisen auch bei den einzelnen abgefragten Verhaltensorptionen fast durchweg die höchsten Zustimmungswerte auf.

Tabelle 54 zeigt, dass Entwicklungsländer-Reisende 2019 deutlich weniger häufig als Deutschland-Reisende bei ihrer letzten Urlaubsreise mindestens eine der Möglichkeiten, die Urlaubsreise nachhaltiger zu gestalten, genutzt haben (61% versus 76%).

Auch die einzelnen nachhaltigen Verhaltensorptionen wurden von den Entwicklungsländer-Reisenden 2019 teilweise deutlich weniger genutzt als von Deutschland-Reisenden – am signifikantesten bei „vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein“ (-23 PP), aber auch bei Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt (-13 PP), bei klimafreundlicher An- und Abreise (-11 PP), überfüllte Orte vermeiden (-10 PP) und Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat (-5 PP).

Das Antwortverhalten der einzelnen Entwicklungsländer-Destinationsgruppen entspricht auch hier im Großen und Ganzen dem aller Entwicklungsländer-Reisenden 2019.

Hinweis: Nach interner Herausrechnung der Türkei-Reisenden 2019 mit türkischem Migrationshintergrund aus der in Tabelle 54 dargestellten Gesamtgruppe „Türkei“ zeigt sich bei letzterer lediglich eine signifikante Veränderung des Antwortverhaltens: Der Anteil jener, die bei ihrer Urlaubsreise keine der genannten Verhaltensoptionen genutzt haben, reduziert sich um 5 PP (von 38% auf 33%).

Tab. 54: Nutzung nachhaltiger Verhaltensoptionen bei der Haupturlaubsreise 2019
Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt
Deutschland-Reisende im Vergleich

	Reisende gesamt	Haupturlaubsreise 2019				
		Deutschland	Entw. länder gesamt	Türkei	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	55,2	13,3	9,2*	4,0	1,7	3,6
	%	%	%	%	%	%
(Auswahl)						
Vorbereitung						
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	5	7	4	3	3	5
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	3	4	2	1	1	3
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	2	3	1	1	0	2
Reiseziel						
Überfüllte Orte meiden	19	24	14	10	17	18
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	4	7	2	2	1	2
An- und Abreise						
Klimafreundliche An- und Abreise	7	14	3	4	1	2
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	1	1	2	1	1	4
Unterkunft						
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	16	24	11	10	6	15
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	3	4	1	1	1	2
Aktivitäten						
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	20	19	20	16	18	26
Aktiv zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	3	5	2	1	3	3
Mobilität vor Ort						
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	36	49	26	28	26	23
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	20	23	19	17	17	22
Nichts davon	33	23	38	38	37	38
Mindestens eine der Verhaltensoptionen genutzt	66	76	61	60	62	61
Keine Angabe	2	1	1	2	1	1

* Hier ohne Russland/ehem. GUS-Staaten und ohne Nah- und Mittelost, da die jeweiligen Fallzahlen nicht ausreichen.

- Zustimmung 10 oder mehr PP höher als bei Deutschland
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Deutschland
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt

○ Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw. länder gesamt

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.



Tabelle 55 zeigt, dass Entwicklungsländer-Reisende mit generell positiver Einstellung zu umwelt- und sozialverträglicher Urlaubsgestaltung bei ihrer Haupturlaubsreise 2019 mindestens eine der abgefragten nachhaltigen Verhaltensoptionen überdurchschnittlich genutzt haben (67%). Bei Personen mit generell negativer Einstellung zeigt sich u.a. ein unterdurchschnittlicher Anteil von 51%.

Entwicklungsländer-Reisende mit einer generell positiven Einstellung haben jedoch die einzelnen Verhaltensoptionen nicht wesentlich häufiger genutzt als alle Entwicklungsländer-Reisenden 2019. Auch bei Personen mit einer generell indifferenten oder negativen Einstellung zeigen sich kaum Abweichungen vom Antwortverhalten der Gesamtgruppe. Größere Unterschiede ergeben sich lediglich bei der Mobilität vor Ort: Hier nutzten Personen mit positiver Nachhaltigkeitseinstellung Bus und Bahn überdurchschnittlich häufig, solche mit negativer Nachhaltigkeitseinstellung nutzten diese dagegen deutlich unterdurchschnittlich. Sie waren auch weniger häufig zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs.

Tab 55.: Nutzung nachhaltiger Verhaltensoptionen bei der Haupturlaubsreise 2019
Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt nach ökologischer und sozialer Einstellung

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019		
		ökologisch und sozial	ökologisch und sozial indifferent	weder ökologisch noch sozial
Mio.	9,9*	3,1	2,3	1,0
	%	%	%	%
(Auswahl)				
Vorbereitung				
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	4	7	1	1
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	2	4	0	1
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	1	3	0	1
Reiseziel				
Überfüllte Orte meiden	14	16	9	18
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	2	3	1	1
An- und Abreise				
Klimafreundliche An- und Abreise	3	5	2	1
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	2	5	0	1
Unterkunft				
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	11	13	10	16
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	1	2	1	0
Aktivitäten				
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	20	24	19	11
Aktiv zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	2	4	0	1
Mobilität vor Ort				
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	26	30	24	12
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	20	27	20	6
Nichts davon				
	38	32	40	48
Mindestens eine der Verhaltensoptionen genutzt	61	67	60	51
Keine Angabe	1	2	0	1

* Die Summe der Einzelwerte ergibt nicht den Wert der Gesamtgruppe (siehe Grafik 42)

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt

- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfraße in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

2.4.3.2 Nutzung nachhaltiger Verhaltensorptionen bei zukünftigen Urlaubsreisen

Tabelle 56 zeigt, dass 69% der Entwicklungsländer-Reisenden 2019 bei ihren zukünftigen Urlaubsreisen von mindestens einer nachhaltigen Verhaltensorption Gebrauch machen möchten. 31% wollen nichts davon nutzen.

Für die zukünftig beabsichtigte Nutzung einzelner Angebote oder Möglichkeiten ergeben sich überwiegend geringe Zustimmungswerte im einstelligen Prozentbereich. Von den Möglichkeiten, vor Reiseantritt Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einzuholen bzw. eine Unterkunft von einem lokalen Betreiber zu wählen, damit mehr Geld in der Region bleibt, wollen zukünftig 11% bzw. 17% Gebrauch machen. 25% beabsichtigen, überfüllte Orte zu meiden, 22% wollen regionsspezifische Kultur und Tradition kennenlernen, 26% bzw. 30% beabsichtigen, nachhaltige Verhaltensorptionen bei Aktivitäten und Mobilität vor Ort zu nutzen.

Tabelle 56 zeigt kaum Unterschiede beim zukünftigen Nutzungsverhalten der verschiedenen Altersgruppen. So wollen etwa junge Leute überdurchschnittlich vor Ort zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein, 50-69-Jährige beabsichtigen häufiger, überfüllte Orte zu meiden und regionsspezifische Kultur und Tradition kennenzulernen.

Tab 56.: Nutzung nachhaltiger Verhaltensorptionen bei zukünftigen Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende 2019 nach Alter

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019			
		14-29 Jahre	30-49 Jahre	50-69 Jahre	70 Jahre+*
Mio.	9,9	2,5	3,6	3,2	0,6
	%	%	%	%	%
(Auswahl)					
Vorbereitung					
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	11	10	11	12	11
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	9	8	9	9	7
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	7	10	7	6	2
Reiseziel					
Überfüllte Orte meiden	25	24	23	31	17
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	7	6	6	8	6
An- und Abreise					
Klimafreundliche An- und Abreise	9	7	9	10	9
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	5	6	3	6	1
Unterkunft					
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	17	18	17	17	8
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	7	6	6	9	5
Aktivitäten					
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	22	20	18	29	21
Aktiv zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	7	11	4	8	6
Mobilität vor Ort					
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	30	38	27	29	22
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	26	29	20	29	34
Nichts davon	31	34	32	26	31
Mindestens eine der Verhaltensorptionen nutzen	69	66	67	73	69
Keine Angabe	1	0	1	1	0

* Fallzahl noch nicht ausreichend.

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe

○ Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.



Ähnlich wenige Abweichungen vom Antwortverhalten der Gesamtgruppe zeigen sich unter Berücksichtigung der formalen Bildung (siehe Tabelle 57). Hier wollen z.B. vor allem Personen mit Abitur/(Fach-)Hochschulreife zukünftig häufiger nachhaltige Verhaltensoptionen nutzen: überfüllte Orte meiden, den CO₂-Ausstoß der Reise in die Reiseentscheidung einbeziehen und vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein sowie Bus und Bahn nutzen.

**Tab 57.: Nutzung nachhaltiger Verhaltensoptionen bei zukünftigen Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende 2019 nach Schulbildung**

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019		
		Hauptschule mit/ ohne abgeschl. Berufsausbildung	Mittlere Reife/ weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/(Fach-) Hochschulreife
Mio.	9,9	2,5	3,3	4,1
	%	%	%	%
(Auswahl)				
Vorbereitung				
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	11	6	13	13
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	9	6	8	10
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	7	3	5	12
Reiseziel				
Überfüllte Orte meiden	25	21	20	32
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	7	3	9	8
An- und Abreise				
Klimafreundliche An- und Abreise	9	5	10	10
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	5	3	4	7
Unterkunft				
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	17	17	14	19
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	7	4	6	10
Aktivitäten				
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	22	15	23	26
Aktiv zum Schutz der Tierund Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	7	7	5	9
Mobilität vor Ort				
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	30	16	32	38
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	26	25	21	31
Nichts davon	31	40	29	26
Mindestens eine der Verhaltensoptionen nutzen	69	58	70	74
Keine Angabe	1	2	1	0

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Gesamtgruppe

● Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Tabelle 58 zeigt, dass Entwicklungsländer-Reisende 2019 auch bei ihren zukünftigen Urlaubsreisen weniger häufig als Deutschland-Reisende von nachhaltigen Verhaltensoptionen Gebrauch machen möchten: 69% versus 80% möchten mindestens eine der Optionen nutzen.

Bei einigen abgefragten Einzelitems ergeben sich – auf insgesamt niedrigem Zustimmungsniveau – z.T. deutliche Unterschiede: Entwicklungsländer-Reisende möchten im Vergleich zu Deutschland-Reisenden z.B. weniger häufig eine klimafreundliche An- und Abreise berücksichtigen, überfüllte Orte meiden, eine Unterkunft bei einem lokalen Betreiber nutzen, damit mehr Geld in der Region bleibt oder vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein.

Das Antwortverhalten der Türkei-Reisenden und der Nordafrika-Reisenden 2019 entspricht weitestgehend dem der Gesamtgruppe. Entwicklungsländer Fernziel-Reisende stimmen einigen Items überdurchschnittlich häufiger zu: überfüllte Orte meiden, Unterkunft mit lokalem Betreiber, regionsspezifische Kultur und Tradition kennenlernen, vor Ort Bus und Bahn nutzen.

Hinweis: Nach interner Herausrechnung der Türkei-Reisenden 2019 mit türkischem Migrationshintergrund aus der in Tabelle 58 dargestellten Gesamtgruppe „Türkei“ zeigt sich bei letzterer lediglich eine signifikante Veränderung des Antwortverhaltens: Der Anteil jener, die bei ihren zukünftigen Urlaubsreisen keine der genannten Verhaltensoptionen nutzen wollen, reduziert sich um 6 PP (von 33% auf 27%).

**Tab 58.: Nutzung nachhaltiger Verhaltensoptionen bei zukünftigen Urlaubsreisen
Deutschland-Reisende im Vergleich**

	Reisende gesamt	Haupturlaubsreise 2019				
		Deutschland	Entw. länder gesamt	Türkei	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	55,2	13,3	9,2*	4,0	1,7	3,6
	%	%	%	%	%	%
(Auswahl)						
Vorbereitung						
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	13	13	11	9	10	14
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	8	9	8	7	7	10
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	6	6	7	5	9	8
Reiseziel						
Überfüllte Orte meiden	28	33	25	20	27	31
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	9	12	7	6	7	7
An- und Abreise						
Klimafreundliche An- und Abreise	12	16	8	8	8	9
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	3	2	5	2	3	7
Unterkunft						
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	20	27	17	14	13	22
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	9	9	7	5	10	8
Aktivitäten						
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	22	21	22	18	19	27
Aktiv zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	7	8	8	4	8	11
Mobilität vor Ort						
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	41	51	31	31	31	29
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	25	28	26	22	20	33
Nichts davon	27	19	31	33	29	28
Mindestens eine Verhaltensoption nutzen	72	80	69	66	71	71
Keine Angabe	1	1	1	1	0	1

* Hier ohne Russland/ehem. GUS-Staaten und ohne Nah- und Mittelost, da die jeweiligen Fallzahlen nicht ausreichen.

- Zustimmung 10 oder mehr PP höher als bei Deutschland
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Deutschland
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

● Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt

○ Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.



78% der Entwicklungsländer-Reisenden 2019 mit einer generell positiven Einstellung zur umwelt- und sozialverträglichen Urlaubsgestaltung möchten bei zukünftigen Urlaubsreisen (unabhängig vom Reiseziel) mindestens eine der ausgewählten Verhaltensorptionen nutzen (siehe Tabelle 59). Bei den generell Indifferenten sind es 65%, bei den generell negativ Eingestellten nur 58%.

Bei den generell positiv Eingestellten ist das Zustimmungsniveau bei nahezu allen Items überdurchschnittlich. Bei den generell negativ Eingestellten ist es überwiegend unterdurchschnittlich – auf insgesamt dann sehr niedrigem Niveau. Das Antwortverhalten der generell Indifferenten entspricht überwiegend dem der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Reisenden – nur bei einigen Items ist die Zustimmung geringer: Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen, Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat, überfüllte Orte meiden, klimafreundliche An- und Abreise.

Tab. 59: Nutzung nachhaltiger Verhaltensorptionen bei zukünftigen Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt nach ökologischer und sozialer Einstellung

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019		
		ökologisch und sozial	ökologisch und sozial indifferent	weder ökologisch noch sozial
Mio.	9,9*	3,1	2,3	1,0
	%	%	%	%
(Auswahl)				
Vorbereitung				
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	11	20	6	1
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	9	18	4	1
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	7	13	3	0
Reiseziel				
Überfüllte Orte meiden	25	32	19	22
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	7	12	3	2
An- und Abreise				
Klimafreundliche An- und Abreise	9	16	3	1
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	5	10	2	1
Unterkunft				
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	17	20	15	21
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	7	12	3	0
Aktivitäten				
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	22	26	21	11
Aktiv zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	7	13	4	5
Mobilität vor Ort				
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	30	34	27	14
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	26	39	23	11
Nichts davon	31	22	35	41
Mindestens eine Verhaltensorption nutzen	69	78	65	58
Keine Angabe	1	0	0	1

* Die Summe der Einzelwerte ergibt nicht den Wert der Gesamtgruppe (siehe Grafik 42)

- Zustimmung 5-9 PP höher als bei Entw.länder gesamt
- Zustimmung 5-9 PP niedriger als bei Entw.länder gesamt

- Zustimmung 10 oder mehr PP höher
- Zustimmung 10 oder mehr PP niedriger

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Die Tabellen 60 bis 63 vermitteln einen Überblick zu den **Differenzen zwischen bisherigem und zukünftig beabsichtigtem Verhalten** der Entwicklungsländer-Reisenden 2019 bezüglich der Nutzung nachhaltiger Verhaltensoptionen im Zusammenhang mit Urlaubsreisen.

Sowohl bei der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Reisenden 2019 als auch bei den Teilzielgruppen nach Alter und formaler Bildung (Tabelle 60 und 61) bzw. nach bereisten Destinationen (Tabelle 62) liegen die Differenzen zwischen den Zustimmungswerten überwiegend im Bereich von Zunahmen im einstelligen Prozentpunktbereich.

Durchgehend geringste Zunahmen (unterhalb von +5 PP) zeigen sich bei der Bereitschaft zur Zahlung von Kompensation für die Klimabelastung.

Zweistellige Zunahmen zwischen bisherigem und zukünftig beabsichtigtem Verhalten ergeben sich bei der Vermeidung überfüllter Orte im Urlaub:

- +11 PP bei der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Reisenden 2019
- +10 PP oder mehr bei den Altersgruppen unter 70 Jahren, bei Personen mit hoher formaler Bildung sowie bei allen Teilgruppen nach bereisten Entwicklungsländer-Destinationen im Jahr 2019.

Das generelle Desinteresse an der Nutzung nachhaltiger Verhaltensoptionen nimmt durchgängig ab:

- -7 PP bei der Gesamtgruppe der Entwicklungsländer-Reisenden 2019
- -10 PP oder mehr bei jungen Leuten zwischen 14 und 29 Jahren und bei jenen, die 2019 Entwicklungsländer-Fernziele bereist hatten.

Das Interesse, zukünftig bei Urlaubsreisen mindestens eine Verhaltensoption zu nutzen, nimmt durchgehend zu.

Größere Differenzen zwischen tatsächlichem und zukünftig beabsichtigtem Verhalten ergeben sich bei den drei Einstellungsgruppen zu umwelt- und sozialverträglicher Urlaubsgestaltung (siehe Tabelle 63).

Bei den generell positiv Eingestellten liegen die Unterschiede – mit einigen Ausnahmen – im zweistelligen Prozentpunktbereich, am deutlichsten auch hier wieder beim Item „überfüllte Orte meiden“ (+16 PP), gefolgt von „Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat“ (+14 PP) und „Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen“ (+13 PP).

Bei den generell indifferent bzw. negativ Eingestellten sind kaum signifikante Unterschiede zwischen tatsächlichem und zukünftig beabsichtigtem Verhalten erkennbar, sie liegen meist im Bereich unter 5 Prozentpunkte.

Inwieweit Entwicklungsländer-Reisende 2019 das bei der letzten Urlaubsreise praktizierte nachhaltige Reiseverhalten auch bei zukünftigen Urlaubsreisen beibehalten wollen, ist tabellarisch nicht dargestellt, da die Ausgangsfallzahlen bei manchen Items zu gering sind. Basierend auf ausreichenden Fallzahlen möchten aber beispielsweise 90% und mehr auch in naher Zukunft eine Unterkunft bei einem lokalen Betreiber buchen, überfüllte Orte meiden, vor allem zu Fuß mit oder mit dem Fahrrad unterwegs sein oder vor Ort Bahn oder Bus benutzen.

Ebenfalls interessant: 80% derjenigen, die 2019 keine der abgefragten nachhaltigen Verhaltensoptionen genutzt haben, möchten dies auch in naher Zukunft nicht tun (tabellarisch nicht dargestellt). Im Umkehrschluss heißt das: 20% der bislang nicht nachhaltig agierenden Urlauber wären zu Veränderungen bereit.



Tab. 60: Nutzung nachhaltiger Verhaltensorptionen bei zukünftigen Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt nach Alter
Differenz der Zustimmung in Prozentpunkten (PP) zwischen tatsächlicher und zukünftig beabsichtigter Nutzung

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019			
		14-29 Jahre	30-49 Jahre	50-69 Jahre	70 Jahre+*
Mio.	9,9	2,5	3,6	3,2	0,6
	%	%	%	%	%
(Auswahl)					
Vorbereitung					
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	7	6	8	8	8
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	7	6	8	6	7
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	6	9	6	5	1
Reiseziel					
Überfüllte Orte meiden	11	13	10	12	9
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	5	5	3	7	5
An- und Abreise					
Klimafreundliche An- und Abreise	6	6	4	7	6
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	3	3	2	4	1
Unterkunft					
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	6	6	6	7	3
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	6	6	5	7	4
Aktivitäten					
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	2	2	2	2	5
Aktiv zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	5	9	3	5	0
Mobilität vor Ort					
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	4	8	4	3	3
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	6	9	3	8	7
Nichts davon					
	-7	-11	-5	-6	-10
Mindestens eine der Verhaltensorptionen nutzen					
	8	12	5	6	14
Keine Angabe					
	0	-1	0	0	-4

Lesebeispiel:

Die Absicht der 30-49-jährigen Entwicklungsländer-Reisenden 2019, bei zukünftigen Urlaubsreisen einen Reiseanbieter zu wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat, ist um 8 PP höher als die Realisierung bei der Haupturlaubsreise 2019.

* Fallzahl noch nicht ausreichend.

5-9 PP 10-15 PP -5 bis -9 PP -10 bis -15 PP

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Tab. 61: Nutzung nachhaltiger Verhaltensorptionen bei zukünftigen Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt nach Schulbildung
Differenz der Zustimmung in Prozentpunkten (PP) zwischen tatsächlicher und zukünftig beabsichtigter Nutzung

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019		
		Hauptschule mit/ ohne abgeschl. Berufsausbildung	Mittlere Reife/ weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/(Fach-) Hochschulreife
Mio.	9,9	2,5	3,3	4,1
	%	%	%	%
(Auswahl)				
Vorbereitung				
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	7	4	9	9
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	7	5	6	7
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	6	2	5	10
Reiseziel				
Überfüllte Orte meiden	11	6	8	17
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	5	2	6	7
An- und Abreise				
Klimafreundliche An- und Abreise	6	3	5	8
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	3	2	3	4
Unterkunft				
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	6	4	6	7
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	6	3	4	9
Aktivitäten				
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	2	1	3	1
Aktiv zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	5	6	2	7
Mobilität vor Ort				
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	4	1	4	8
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	6	5	4	9
Nichts davon				
	-7	-5	-7	-9
Mindestens eine der Verhaltensorptionen nutzen				
	8	4	8	9
Keine Angabe				
	0	1	-1	-1

Lesebeispiel:
Die Absicht der Entwicklungsländer-Reisenden 2019 mit höchstem Schulabschluss, bei zukünftigen Urlaubsreisen einen Reiseanbieter zu wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat, ist um 7 PP höher als die Realisierung bei der Haupturlaubsreise 2019.

5-9 PP 10-15 PP -5 bis -9 PP -10 bis -15 PP

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.



Tab. 62: Nutzung nachhaltiger Verhaltensorptionen bei Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt – Deutschland im Vergleich
Differenz der Zustimmung in Prozentpunkten (PP) zwischen tatsächlicher und zukünftig beabsichtigter
Nutzung

	Reisende gesamt	Haupturlaubsreise 2019				
		Deutschland	Entw. länder gesamt	Türkei	Nordafrika	Entw.länder- Fernziele
Mio.	55,2	13,3	9,2*	4,0	1,7	3,6
	%	%	%	%	%	%
(Auswahl)						
Vorbereitung						
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	8	6	7	6	7	9
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	5	5	6	6	6	7
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	4	3	6	4	9	6
Reiseziel						
Überfüllte Orte meiden	9	9	11	10	10	13
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	5	5	5	4	6	5
An- und Abreise						
Klimafreundliche An- und Abreise	5	2	5	4	7	7
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	2	1	3	1	2	3
Unterkunft						
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	4	3	6	4	7	7
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	6	5	6	4	9	6
Aktivitäten						
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	2	2	2	2	1	1
Aktiv zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	4	3	6	3	5	8
Mobilität vor Ort						
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	5	2	5	3	5	6
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	5	5	7	5	3	11
Nichts davon	-6	-4	-7	-5	-8	-10
Mindestens eine der Verhaltensorptionen nutzen	6	4	8	6	9	10
Keine Angabe	-1	0	0	-1	-1	0

Lesebeispiel:
Die Absicht der Entwicklungsländer-Reisenden 2019, bei zukünftigen Urlaubsreisen einen Reiseanbieter zu wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat, ist um 6 PP höher als die Realisierung bei der Haupturlaubsreise 2019.

5-9 PP 10-15 PP -5 bis -9 PP -10 bis -15 PP

* Hier ohne Russland/ehem. GUS-Staaten und ohne Nah- und Mittelost, da die jeweiligen Fallzahlen nicht ausreichen.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld.
Datenbasis: Modulforschung in Reiseanalyse 2020 F.U.R.

Tab. 63: Nutzung nachhaltiger Verhaltensorptionen bei Urlaubsreisen
Entwicklungsländer-Reisende 2019 im deutschen Urlaubsreisemarkt nach ökologischer und sozialer Einstellung
Differenz der Zustimmung in Prozentpunkten (PP) zwischen tatsächlicher und zukünftig beabsichtigter Nutzung

	Entw.länder gesamt	Haupturlaubsreise 2019		
		ökologisch und sozial	ökologisch und sozial indifferent	weder ökologisch noch sozial
Mio.	9,9	3,1	2,3	1,0
	%	%	%	%
(Auswahl)				
Vorbereitung				
Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote einholen	7	13	5	0
Reiseanbieter wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	7	14	4	0
CO ₂ -Ausstoß der Reise in die Entscheidung einbeziehen	6	10	3	-1
Reiseziel				
Überfüllte Orte meiden	11	16	10	4
Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat	5	9	2	1
An- und Abreise				
Klimafreundliche An- und Abreise	6	11	1	0
CO ₂ -Kompensation für die Klimabelastung zahlen (z. B. Spende an Atmosfair oder MyClimate)	3	5	2	0
Unterkunft				
Unterkunft mit lokalem Betreiber, damit mehr Geld in der Region bleibt	6	7	5	5
Unterkunft mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen wählen	6	10	2	0
Aktivitäten				
Regionsspezifische Kultur und Traditionen kennenlernen	2	2	2	0
Aktiv zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt beitragen (z. B. Mitarbeit, Spende)	5	9	4	4
Mobilität vor Ort				
Vor Ort vor allem zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sein	4	4	3	2
Vor Ort Bus und Bahn nutzen	6	12	3	5
Nichts davon	-7	-10	-5	-7
Mindestens eine der Verhaltensorptionen nutzen	8	11	5	7
Keine Angabe	0	-2	0	0

Lesebeispiel:
Bei Entwicklungsländer-Reisenden 2019, die eine generell positive Einstellung zur umwelt- und sozialverantwortlichen Urlaubsgestaltung haben, ist die Bereitschaft, bei zukünftigen Urlaubsreisen einen Reiseanbieter zu wählen, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat, um 14 PP höher als die Realisierung bei der Haupturlaubsreise 2019.

5-9 PP 10-15 PP -5 bis -9 PP -10 bis -15 PP

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Datenbasis: Modulfrage in Reiseanalyse 2020 F.U.R.



2.4.4 Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte

- Im Januar 2020 sind 34% jener 9,9 Mio. Urlauber, die 2019 bei ihrer Haupturlaubsreise ein Land des Globalen Südens bereist hatten, der Meinung, dass ihr Urlaub unabhängig von einem konkreten Reiseziel **möglichst ökologisch verträglich**, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein soll. Deutlich mehr (52%) wollen ihre Urlaubsreisen **möglichst sozialverträglich** gestalten (d.h. faire Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einheimischen Bevölkerung). 40% bzw. 35% sind unentschlossen, 25% bzw. 12% zeigen Ablehnung.
- Überdurchschnittlich aufgeschlossen bezüglich der Nachhaltigkeit von Urlaubsreisen zeigen sich die 50- bis 69-Jährigen. Junge Leute zwischen 14 und 29 Jahren sind am wenigsten indifferent, wenn es um die ökologische Verträglichkeit ihrer Reisen geht. Sie sind aber auch nicht überdurchschnittlich ansprechbar.
- Entwicklungsländer-Reisende 2017-2019 mit Studienreise-Erfahrung sprechen sich in signifikant höherem Maße für eine nachhaltige (ökologisch verträgliche bzw. sozialverträgliche) Gestaltung ihrer Urlaubsreisen aus als All-Inclusive-Reisende und Kreuzfahrt-Reisende.
- 31% der Entwicklungsländer-Reisenden 2019 beabsichtigen ihre Urlaubsreisen sowohl ökologisch verträglich als auch sozialverträglich zu gestalten (**generell positive Einstellung**), 23% sind sich in beiden Fällen unsicher (**generell indifferente Einstellung**) und 10% sprechen sich weder für eine ökologisch verträgliche noch für eine sozialverträgliche Gestaltung ihrer Urlaubsreisen aus (**generell negative Einstellung**).
- Im Gegensatz zur Aufgeschlossenheit für nachhaltiges Reisen steht jedoch das tatsächliche Verhalten. So waren Nachhaltigkeitsaspekte nur für einen sehr geringen Teil der Entwicklungsländer-Reisenden bei der Reiseentscheidung relevant: Bei nur 3% hat Nachhaltigkeit den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten; bei nur 9% war Nachhaltigkeit – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Entscheidung für diese Reise. Für die große Mehrheit (65%) hatte das Thema Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung keine Bedeutung.
- Nur 3% der Entwicklungsländer-Reisenden 2019 hatten bei der Urlaubsunterkunft oder beim Reiseveranstalter ein besonderes Umweltzeichen oder eine besondere Nachhaltigkeitskennzeichnung wahrgenommen. Eine CO₂-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt tätigten lediglich 2%.
- Zwar hatten 61% bei ihrer Urlaubsreise mindestens eine der abgefragten nachhaltigen Verhaltensoptionen genutzt. Einzelne Angebote/Möglichkeiten wurden nur in eher geringem/sehr geringem Maße angenommen.
- Bei zukünftigen Urlaubsreisen wollen 69% mindestens eine nachhaltige Verhaltensoption nutzen. Die zukünftige Nutzung einzelner Optionen liegt überwiegend leicht über +5 Prozentpunkte. Einzige Ausnahme: 2019 hatten 14% bei ihrer Haupturlaubsreise überfüllte Orte gemieden, zukünftig wollen dies 25% tun (+11 PP). Bei den Fernziel-Reisenden steigt der Wert von 18% auf 31% (+13 PP) – bei Türkei bzw. Nordafrika-Reisenden um jeweils +10 PP. Die bisher sehr geringe Bereitschaft zur Zahlung einer CO₂-Kompensation verbessert sich nur marginal.
- Die größten positiven Differenzen zwischen tatsächlichem und zukünftig beabsichtigtem Verhalten ergeben sich bei jenen Entwicklungsländer-Reisenden 2019, die eine generell positive Einstellung zur ökologisch verträglichen und sozialverträglichen Gestaltung ihrer Urlaubsreise haben. Sie liegen überwiegend auf dem +10 PP-Niveau und betreffen Aspekte aus den Bereichen **Reisevorbereitung** (Einholung von Informationen über nachhaltige Urlaubsangebote, Wahl eines Reiseanbieters, für den Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat und Einbeziehung des CO₂-Ausstoßes der Reise in die Reiseentscheidung), **Reisezielwahl** (überfüllte Orte meiden, Region wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat), **An- und Abreise** (klimafreundlich), und **Unterkunftswahl** (mit Umweltsiegel oder Nachhaltigkeitskennzeichen).
- Bei Entwicklungsländer-Reisenden mit einer generell indifferenten oder generell negativen Einstellung zur ökologisch verträglichen und sozialverträglichen Gestaltung ihrer Urlaubsreise zeigen sich zwischen ihrem tatsächlichen und zukünftig beabsichtigten Verhalten kaum signifikante Unterschiede.

3 Meinungen und Einschätzungen von Reiseveranstaltern in Deutschland

3.1 Hintergrund und Methodik der Befragung

Im Herbst/Winter 2019 – **vor Beginn der Corona-Pandemie** – hat der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung eine Online-Befragung der Leitungsebene von Reiseveranstaltern in Deutschland durchgeführt.⁶⁸ Ziel war auch dieses Mal, ein aktuelles Bild von den Meinungen und Einschätzungen der Unternehmen zu verschiedenen Aspekten des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer zu gewinnen bzw. zu dessen voraussichtlicher Entwicklung in den nächsten zehn Jahren (bis 2030). An der Befragung beteiligten sich 46 namhafte Reiseveranstalter⁶⁹, was einer Rücklaufquote von 40% entspricht. Sie bieten – wenngleich in unterschiedlicher Form – Reisen in Entwicklungs- oder Schwellenländer an, und repräsentieren große, mittelgroße und kleine Unternehmen.

Die durchgeführte Befragung basiert im Wesentlichen auf geschlossenen Fragen.⁷⁰

Der 13-seitige Online-Fragebogen umfasst folgende Aspekte:

- Wie werden sich die deutschen Urlauberzahlen in Entwicklungs- und Schwellenländern bis 2030 entwickeln?
- Wie werden die Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer eingeschätzt?
- Wodurch kann das Interesse an Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer beeinträchtigt werden?
- Welche Bedeutung werden Urlaubs- und Angebotsformen haben?
- Welche Bedeutung werden Angebots- und Leistungsaspekte haben?
- Wie wird sich das Informations- und Buchungsverhalten im Internet entwickeln?
- Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung sind beim Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer wichtig?
- Was hat sich im Entwicklungsländer-Tourismus in den letzten fünf Jahren verändert?
- Welche Herausforderungen ergeben sich für die Tourismuswirtschaft?
- Welche Bedeutung haben Förderinstrumente für eine nachhaltige Tourismusentwicklung?

3.2 Einschätzung der Entwicklung deutscher Urlauberzahlen in Entwicklungs- und Schwellenländern bis 2030

Für die Mehrzahl der 52 vorgegebenen Entwicklungs- und Schwellenländer (ausgewählt aus der DAC-Liste) und vier weiteren Destinationen (Russische Föderation, Katar, Oman und Vereinigte Arabische Emirate) erwarten die befragten Reiseveranstalter **vor Beginn der Corona-Pandemie** eine eher geringe Zunahme deutscher Urlauberzahlen bis 2030 (vgl. Grafik 43). Den höchsten Durchschnittswert⁷¹ erreicht Georgien mit +1,35 (auf einer Skala von -3 bis +3).

Unter **europäischen** und **zentralasiatischen Destinationen** wird neben Georgien auch bei Armenien (+1,00) eine Zunahme erwartet, während bei der Türkei der Durchschnittswert der Erwartungen (-0,37) auf einen leichten Rückgang der Urlauberzahlen hinweist. Für die Russische Föderation (+0,04) deuten die Erwartungen eher auf eine Stagnation hin.

68 Bereits Anfang der 1980er Jahre hatte der Studienkreis für Tourismus e.V. zusammen mit dem BMZ erstmals eine Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland durchgeführt. Damals ergaben sich – auf der Basis offener Fragen – differenzierte, z.T. (selbst)kritische Aussagen in Bezug auf die Wirkungen des Tourismus in Entwicklungsländer. Anfang und Ende der 1990er Jahre wurde diese Befragung wiederholt. Neben positiven Wirkungen vor allem im wirtschaftlichen Bereich (wie Deviseneinnahmen, Schaffung von Arbeitsplätzen, Ausbau der Infrastruktur etc.) wurden von allen Befragten auch negative Auswirkungen des Tourismus auf die Zielländer des Südens unmissverständlich benannt. Deutlich im Vordergrund standen 1999 die soziokulturellen Beeinträchtigungen der „gastgebenden Bevölkerung“ (u.a. durch Sextourismus und Kinderprostitution, kulturelle Verfremdung, Identitätsverlust und Verwestlichung), gefolgt von negativen Auswirkungen auf die natürliche Umwelt der Zielgebiete. Beklagt wurde der Mangel an nachhaltigen Tourismuskonzeptionen und die Erhöhung der Kluft zwischen Arm und Reich. Die genannten Problem- und Chancen-Bereiche fanden Eingang in einen Fragebogen mit überwiegend geschlossenen Fragen, der erstmals 2005 zum Einsatz kam und erneut 2012.

69 Die Liste der teilnehmenden Reiseveranstalter steht am Ende dieses Kapitels auf Seite 229.

70 Originalfragen und Antwortmöglichkeiten finden sich in den Grafiken.

71 Der durchschnittliche Mittelwert beträgt 0,44.



Bei Zielen in **Afrika südlich der Sahara** wird nur eine geringe Zunahme ($<1,0$) erwartet – für Ghana ($-0,11$) sogar ein leichter Rückgang. In dieser Region geht man bei Namibia ($+0,96$), Südafrika ($+0,76$) und Tansania ($+0,60$) von deutlicheren Zunahmen aus.

Bei Zielen in **Lateinamerika oder der Karibik** geht man überwiegend von einer leichten Zunahme der deutschen Urlauberzahlen bis 2030 aus, am stärksten noch bei Costa Rica ($+1,29$), Peru ($+0,92$) und Ecuador ($+0,62$) – besonders gering dagegen bei Brasilien ($+0,12$).

Die Befragten erwarten in der Region **Naher/Mittlerer Osten und Nordafrika** für Palästina ($-0,29$) und Iran ($-0,19$) leicht rückläufige Urlauberzahlen, für Libanon ($0,00$) und Ägypten ($+0,03$) eher eine Stagnation und für Tunesien ($+0,16$) lediglich einen sehr geringen Zuwachs. Positiver wird die Entwicklung in Marokko ($+0,54$) und Jordanien ($+0,72$) gesehen.

Unter den **ostasiatischen Destinationen** erreichen Vietnam ($+1,04$), Kambodscha ($+0,92$), Laos ($+0,81$), Thailand ($+0,74$) und Mongolei ($+0,70$) die höchsten Werte. Für die Philippinen ($+0,27$) wird ein sehr leichtes Wachstum erwartet. Für China ($-0,04$) weisen die Durchschnittswerte auf eine Stagnation hin.

In der Region **Südasiens** wird bei Sri Lanka ($+0,88$) die stärkste Zunahme erwartet.

Bei der Türkei und den drei nordafrikanischen Ländern Ägypten, Tunesien und Marokko wurden die Reiseveranstalter um eine **ergänzende Begründung** ihrer Einschätzung gebeten. Hierbei ergab sich, dass im Falle der **Türkei** das besonders günstige Preis-/Leistungsverhältnis einer negativen Wahrnehmung der politischen Situation entgegengestellt wird. Das breite touristische Angebot wird zwar unterstrichen, allerdings erwartet keiner der Befragten einen starken Bedeutungszuwachs der Nachfrage, sondern höchstens eine Erholung.

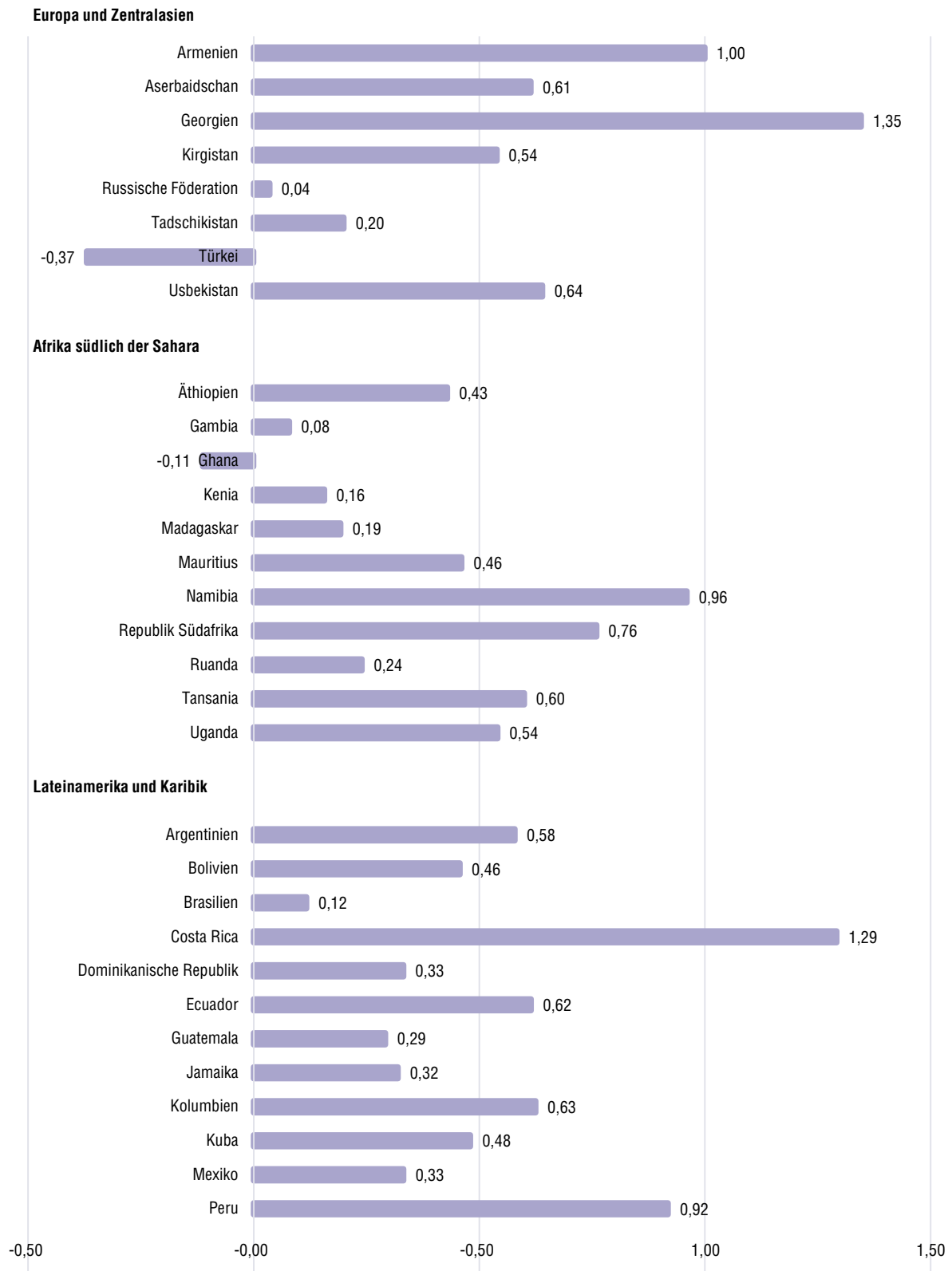
In Bezug auf die zukünftige Entwicklung der Destinationen **Ägypten und Tunesien** werden Sicherheitsbedenken als wichtiger Faktor genannt. Einige der Befragten betonen die Hoffnung auf Normalisierung, aber es gibt auch skeptische Stimmen, die aufgrund der allgemeinen Verunsicherung von einer anhaltend geringen Reisetätigkeit in diese Länder ausgingen. Für Ägypten wird das Potenzial im Kulturtourismus unterstrichen und für Tunesien die kurze Dauer der Anreise. Bei **Marokko** wird die positive Sicherheitslage und das vorhandene Wachstumspotenzial angeführt, allerdings verbunden mit Bedenken im Hinblick auf die Angebotsqualität.

Gr. 43: Reiseveranstalterbefragung

Einschätzung der Entwicklung von deutschen Urlauberzahlen bis 2030 in ausgewählten Destinationen

Frage: Wie schätzen Sie die Entwicklung der deutschen Urlauberzahlen für die nachfolgend aufgeführten Destinationen (Länderauswahl aus DAC-Länderliste) bis zum Jahr 2030 ein? (Die DAC-Liste ist eine von der OECD erstellte Liste von Ländern, die als Entwicklungsländer eingestuft werden.)

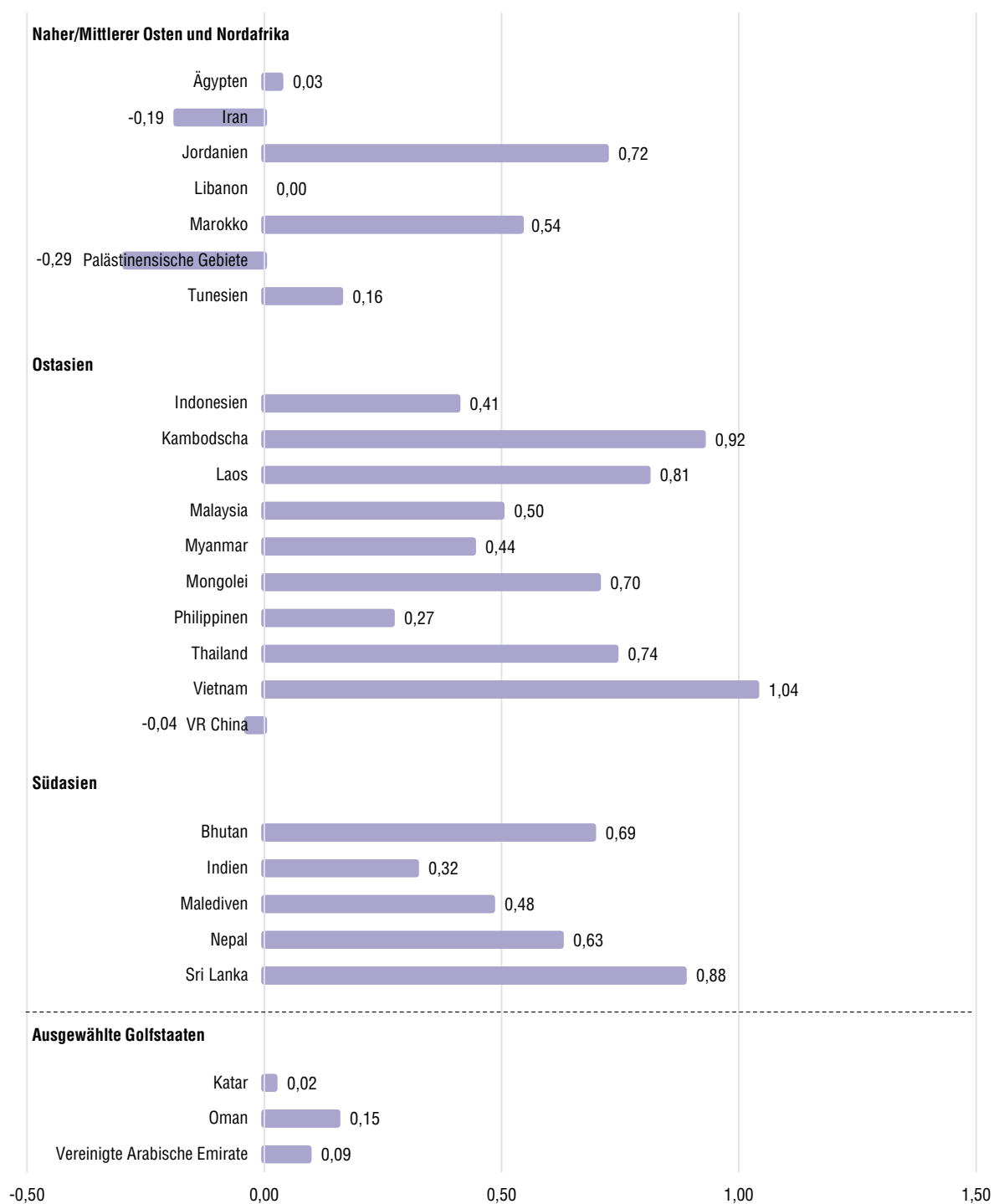
Siebenstufige Antwortskala von -3 (starke Abnahme) über 0 (keine Veränderung) bis +3 (starke Zunahme)





Gr. 43 Fortsetzung: Reiseveranstalterbefragung

Entwicklung der deutschen Urlauberzahlen bis 2030 in ausgewählten Destinationen



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.

3.3 Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer

Nahezu alle vorgegebenen **positiven Wirkungen** des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer werden von mindestens der Hälfte der Reiseveranstalter bestätigt (vgl. Grafik 44).

In Bezug auf wirtschaftliche und politische Aspekte wird am häufigsten der Beitrag des Tourismus zur Stärkung der lokalen Wirtschaft gesehen (Zustimmung 86%), gefolgt von den Deviseneinnahmen, der Verbesserung der allgemeinen Infrastruktur und dem Zugang zu menschenwürdigen Arbeitsplätzen (82%, 77% bzw. 73%). Der Beitrag des Tourismus zur langfristigen wirtschaftlichen und politischen Stabilität sowie zur Armutsbekämpfung wird vergleichsweise weniger gesehen (64% bzw. 52%), aber immer noch mehrheitlich.

Dass der Tourismus zur Erhaltung von Kulturdenkmälern und zum Schutz von Naturdenkmälern beiträgt, wird von einem großen Teil der Befragten bejaht (80% bzw. 71%).

In Bezug auf die interkulturellen Aspekte teilen 82% der Reiseveranstalter die Auffassung, dass der Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer bei Reisenden und Einheimischen interkulturelles Lernen fördert. Etwa drei Viertel meinen, dass er unser Verständnis für die Probleme dieser Länder fördert – ebenso für andere Religionen und Weltanschauungen. 71% gehen davon aus, dass der Tourismus Urlauber:innen ermöglicht, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern. Mehr als die Hälfte sieht, dass er Einheimischen die Chance gibt, Urlauber über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren. 42% glauben, dass durch Urlaubstourismus in Länder des Globalen Südens bei Urlauber:innen das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland gefördert wird – 37% sehen das nicht so.

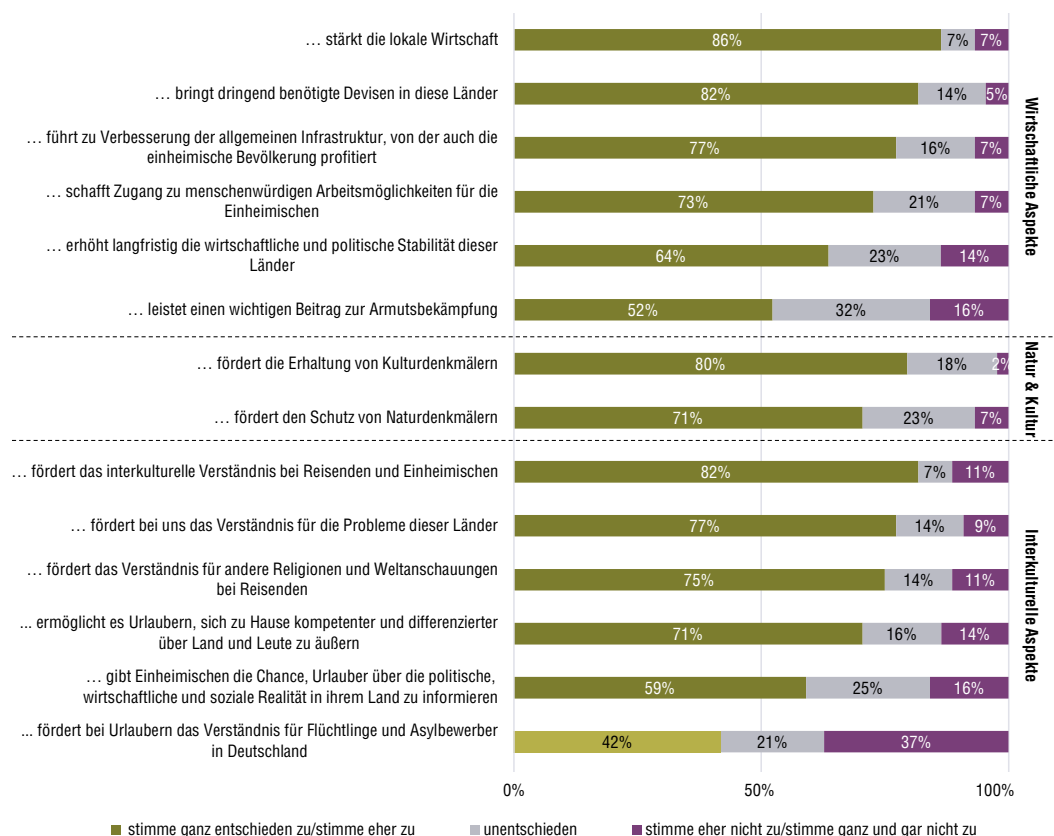
Gr. 44: Reiseveranstalterbefragung

Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer

Frage: Es gibt unterschiedliche Meinungen über die Wirkungen, die der Urlaubstourismus in den Entwicklungs- und Schwellenländern mit sich bringt. Bitte geben Sie nachfolgend jeweils an, inwieweit Sie den verschiedenen Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen.

Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer ...

Positive Aspekte



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.



Von den aufgeführten **negativen Wirkungen** (vgl. Grafik 45) findet nur eine die mehrheitliche Zustimmung der befragten Reiseveranstalter: 52% meinen, dass der Tourismus neue regionale Ungleichheiten schafft. Im Vergleich zur Einschätzung der positiven Wirkungen fallen hier die durchgehend deutlich höheren Anteile jener auf, die bei den negativen Wirkungen mit „unentschieden“ votieren (durchschnittlich 34%) – bzw. „eher nicht“ oder „ganz und gar nicht“ zustimmen (durchschnittlich 32%).

Jeweils ca. 40% teilen die Auffassungen, dass Deviseneinnahmen aus dem Tourismus auch zur Stabilisierung von Unrechtsregimen beitragen und dass der Tourismus der ortsansässigen Bevölkerung zu wenig Möglichkeiten bietet, an Entscheidungen über touristische Entwicklungen mitzuwirken. Tourismusbedingte Prostitution von Frauen und Kindern, Verlust von Tradition und Brauchtum, Vertiefung der Kluft zwischen Arm und Reich sowie Belastung oder Zerstörung der natürlichen Umwelt werden von etwa einem Drittel der Reiseveranstalter gesehen.

Ca. ein Viertel ist der Meinung, dass das Geld der Tourist:innen vor allem in die Taschen von wohlhabenden Einheimischen fließt bzw. dass vom Urlaubstourismus in Länder des Globalen Südens hauptsächlich Reiseveranstalter und Reisebüros hier bei uns profitieren – ein Drittel bzw. zwei Fünftel sind hier unentschieden.

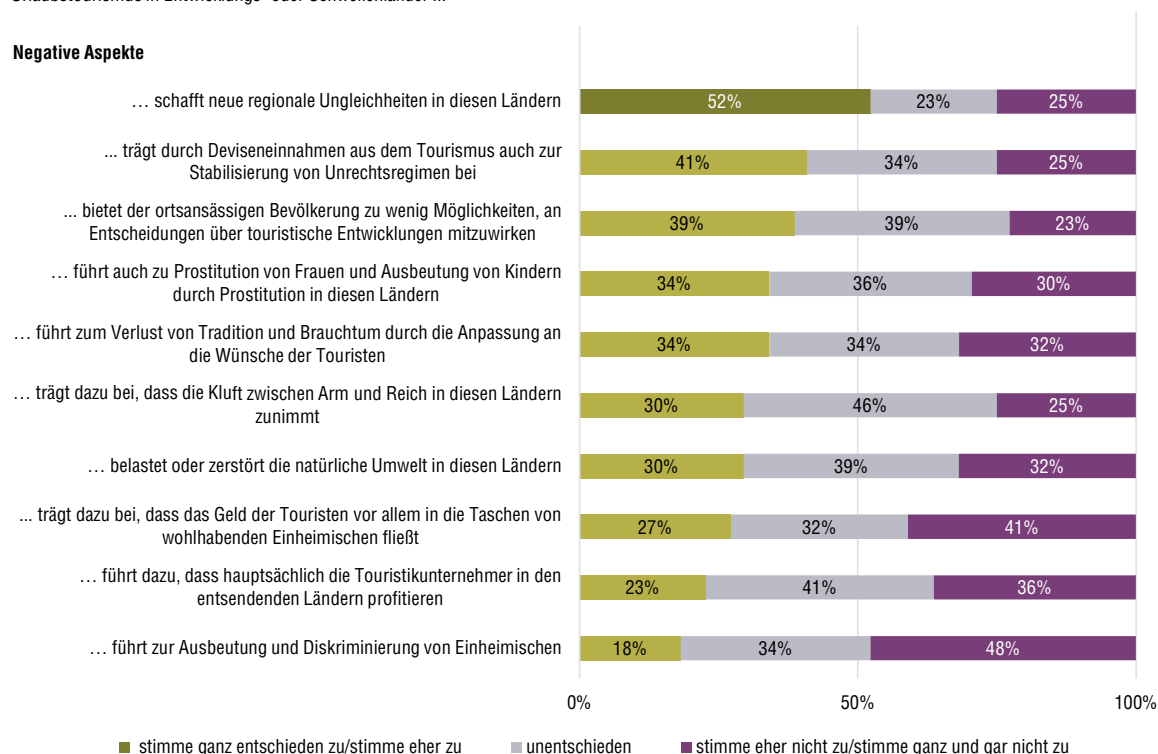
Am wenigsten wird der Auffassung zugestimmt, dass der Tourismus zur Ausbeutung und Diskriminierung von Einheimischen führt (18%). Fast die Hälfte (48%) stimmt hier nicht zu.

Gr. 45: Reiseveranstalterbefragung Meinungen zu Wirkungen des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer

Frage: Es gibt unterschiedliche Meinungen über die Wirkungen, die der Urlaubstourismus in den Entwicklungs- und Schwellenländern mit sich bringt. Bitte geben Sie nachfolgend jeweils an, inwieweit Sie den verschiedenen Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen.

Urlaubstourismus in Entwicklungs- oder Schwellenländer ...

Negative Aspekte



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.

3.4 Beeinträchtigungen des Interesses der Deutschen an Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer bis 2030

Im Herbst/Winter 2019, vor Beginn der Corona-Pandemie, erwarten die befragten Reiseveranstalter bis 2030 mehrheitlich Beeinträchtigungen des Interesses an Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens (vgl. Grafik 46).

Starke Beeinträchtigungen durch **zielgebietsspezifische Aspekte** sieht die Mehrheit bei:

- Natur- und Umweltkatastrophen in den Zielgebieten (54%)
- terroristischen Anschlägen auf Tourist:innen in Zielgebieten (54%)

Dies gilt für fast die Hälfte der Reiseveranstalter auch bei den Aspekten:

- Krankheiten und Seuchen (49%) und
- politische Umbrüche in Zielgebieten (49%)

Geringe bis mittlere Beeinträchtigungen erwartet eine überwiegend deutliche Mehrheit der Reiseveranstalter durch:

- gewalttätige Auseinandersetzungen (49%)
- Bewusstsein der Urlauber für persönliche Sicherheit im Zielgebiet (63%)
- Widerstand der einheimischen Bevölkerung gegen den Tourismus (60%)
- zunehmende Umweltbelastung in den Zielgebieten (69%)
- touristische Überlastung durch hohe Besucherzahlen (66%)
- Landschaftsverbauung, z.B. durch große Hotelanlagen (77%)
- Bekanntwerden von Menschenrechtsverletzungen in Zielgebieten (71%)

Bei den **vom Zielgebiet unabhängigen Aspekten** sieht eine ebenso deutliche Mehrheit der Reiseveranstalter in allen Punkten eher geringe bis mittlere Beeinträchtigungen des Reiseinteresses bis 2030. Unter ihnen werden am häufigsten gesehen:

- Kosten durch Emissions-Zertifikate für Fluggesellschaften (83%)
- Bewusstsein der Urlauber für Klimabelastung durch Flugreisen (77%)
- europäische Kerosinsteuer für Flugreisen (77%)
- Ticket-Steuer für Flugreisen (Luftverkehrsabgabe) (77%)
- Attraktivität von Urlaubsreiseländern im europäischen Ausland (71%)
- Attraktivität von Urlaubszielen in Deutschland (69%)
- zunehmender Anteil älterer Menschen in der deutschen Bevölkerung (71%)
- Wirtschafts- und Konjunkturkrisen (57%)

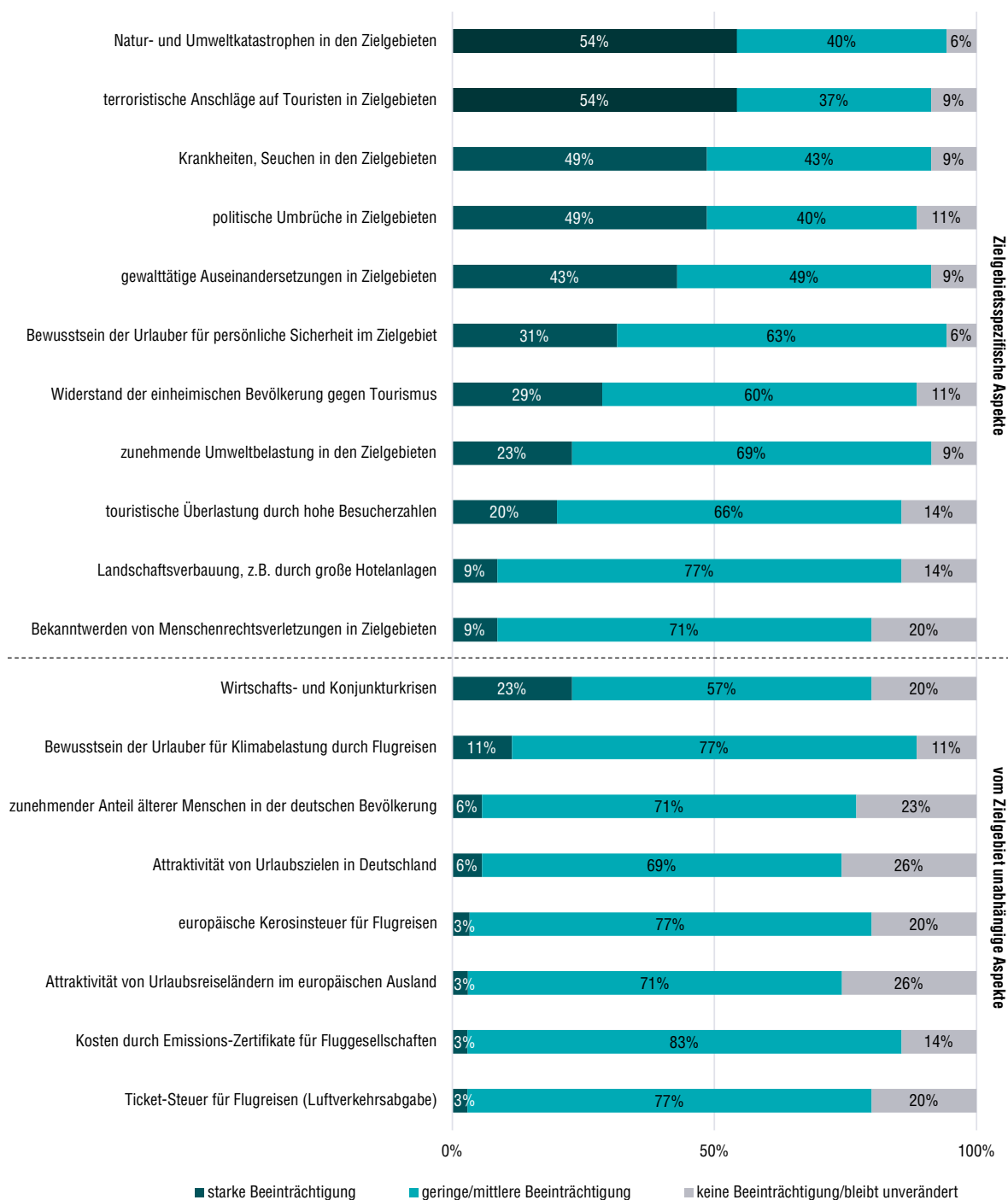
Bei den meisten der zielgebietsunabhängigen Aspekte wird von einem Fünftel bis einem Viertel der Reiseveranstalter keine Beeinträchtigung erwartet.



Gr. 46: Reiseveranstalterbefragung

Meinungen zur Beeinträchtigung des Reiseinteresses – Einschätzung von Veränderungen bis 2030

Frage: Inwieweit wird Ihrer Meinung nach das Interesse der Deutschen an Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer in den nächsten zehn Jahren, also bis 2030, durch folgende Aspekte beeinträchtigt?



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.

3.5 Einschätzung der Bedeutung verschiedener Urlaubs- und Angebotsformen bei Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer bis 2030

Hinweis: Bei der Beantwortung dieser Frage stand eine 7-stufige Antwortskala (von -3 starke Abnahme bis +3 starke Zunahme) zur Verfügung. Das Antwortspektrum der Befragten bewegte sich bei erwarteten Abnahmen überwiegend im Bereich -1 (geringe Abnahme), bei erwarteten Zunahmen im Bereich +1 (geringe Zunahme) oder +2 (mittlere Zunahme). Wenn im nachfolgenden Text also von Ab- oder Zunahme gesprochen wird, sind immer diese Dimensionen gemeint. „Mittlere“ und „starke“ Abnahmen bzw. „starke“ Zunahmen wurden nur von sehr wenigen gesehen. Obiges gilt auch für die Darstellung des Antwortverhaltens in den Kapiteln 3.6, 3.7 und 3.9.

Bei zwei **Urlaubsformen** sind ca. zwei Drittel der Reiseveranstalter der Meinung, dass sie bis 2030 an Bedeutung zunehmen werden: beim Natururlaub (71%) und bei Studien-/Kulturreisen (66%) (vgl. Grafik 47).

Mehrheitlich werden auch für Wanderreisen, Kombination von Bade- und Studien-/Kulturreisen, Abenteuerreisen und Kreuzfahrten Bedeutungszunahmen erwartet (61% bis 51%).

Gut zwei Fünftel der Befragten gehen von einer weiteren Zunahme bei Städtereisen und Wellnessurlaub aus, 37% bei All-Inclusive-Reisen.

Beim Strand-/Bade-/Sonnenurlaub erwarten Reiseveranstalter häufiger eine Bedeutungsabnahme (37%) als eine Zunahme (34%) – ebenso beim Cluburlaub (39% versus 24%).

Bei den **Angebotsformen** wird am häufigsten eine Bedeutungszunahme von „Reiseangeboten mit öko-sozialen Nachhaltigkeitszertifikaten“ erwartet (68%).

Mehrheitlich gehen drei Fünftel von Zunahmen bei Dynamic Packaging/Baustein-Reisen und individualisierten Pauschalreisen aus. Bei selbstorganisierten Reisen (z.B. direkt bei Anbietern in den Destinationen) erwartet das fast die Hälfte der Befragten und bei Self-Packaging-Angeboten sind es zwei Fünftel.

Bei Vollpauschalreisen und Billigreisen überwiegt die Erwartung einer anhaltend stabilen Entwicklung: 51% bzw. 44% votieren für „keine Veränderung“. Hier geht nur etwa ein Viertel von einer Zunahme aus. Für Luxusreisen wird mehrheitlich ein Bedeutungszuwachs gesehen (56%).

Insgesamt betrachtet werden bei Urlaubs- und Angebotsformen mit großen Marktvolumina (z.B. Vollpauschalreisen, Strand-/Bade-/Sonnenurlaub, All-Inclusive-Reisen) deutlich weniger häufig Bedeutungszunahmen bis 2030 erwartet als bei jenen mit bisher mittleren oder kleinen Volumina. Eine Ausnahme bildet die ebenfalls eher kleinvolumige Urlaubsform des Cluburlaubs.

44% der befragten Reiseveranstalter erwarten eine Bedeutungszunahme von gemeindebasiertem Tourismus (Community-based tourism).

Bei Kurzreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer (mit einer Maximaldauer von sieben Tagen) gehen nur 20% der Reiseveranstalter von einer Bedeutungszunahme bis 2030 aus – 42% erwarten eine Abnahme.

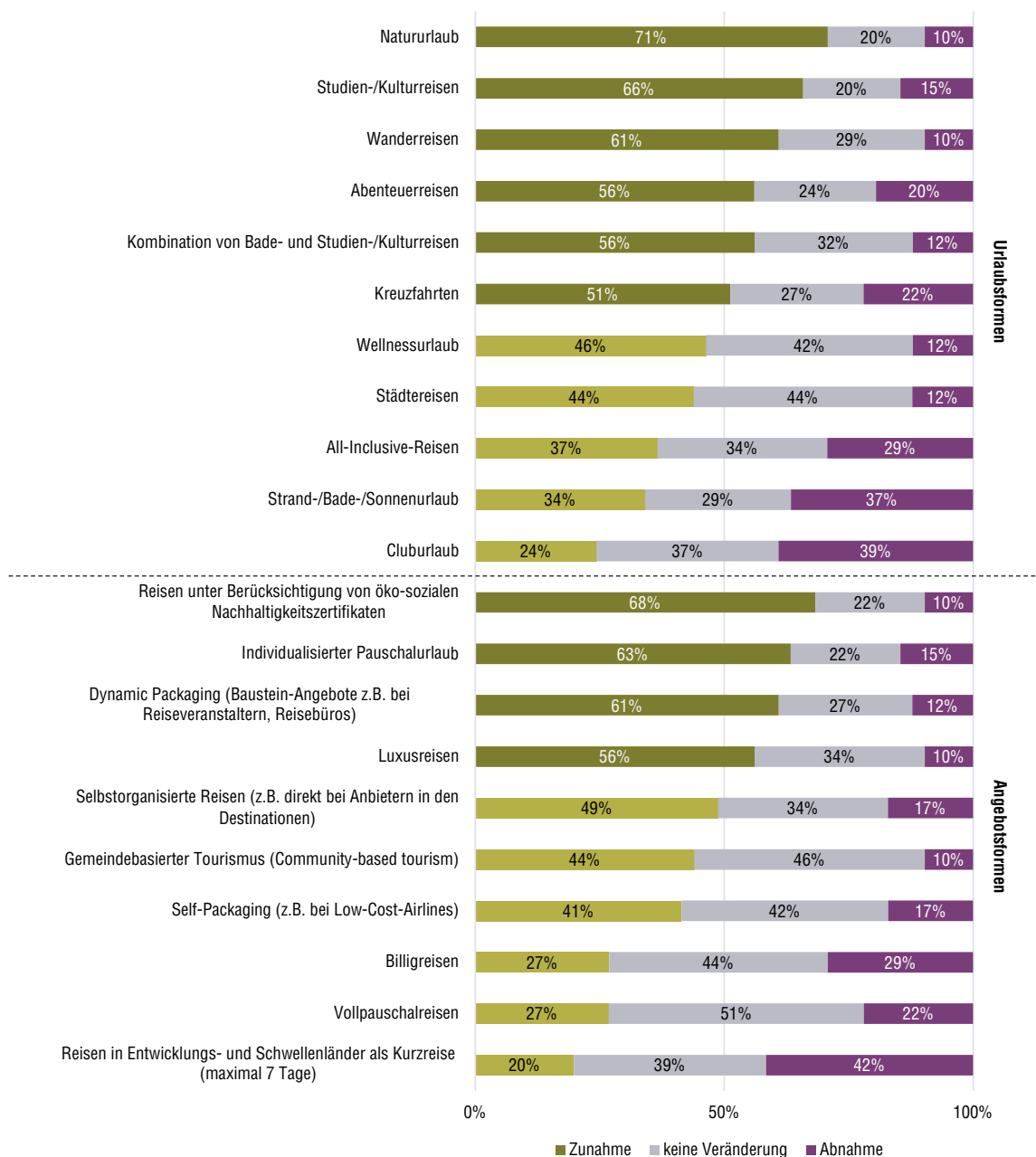


Gr. 47: Reiseveranstalterbefragung

Bedeutung von Urlaubs- und Angebotsformen – Einschätzung von Veränderungen bis 2030

Frage: Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Bedeutung der folgenden Urlaubs- und Angebotsformen bei Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländern in den nächsten zehn Jahren, also bis 2030, im deutschen Urlaubsmarkt verändern?

Siebenstufige Antwortskala von -3 (starke Abnahme) über 0 (keine Veränderung) bis +3 (starke Zunahme)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.

3.6 Einschätzung der Bedeutung verschiedener Angebots- und Leistungsaspekte bei Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer bis 2030

Die befragten Reiseveranstalter erwarten vor Beginn der Corona-Pandemie bei fast allen untersuchten Angebots- und Leistungsaspekten mehrheitlich eine Bedeutungszunahme bis 2030, wenn auch in unterschiedlicher Ausprägung (vgl. Grafik 48):

Hotel/ Unterkunft: Hier gehen drei Viertel von einer Zunahme der Bedeutung kleiner und mittelgroßer, komfortabler/luxuriöser Hotels mit landestypischer Atmosphäre aus. 61% erwarten eine Bedeutungszunahme landestypischer einfacher Hotels und jeweils mehr als die Hälfte eine Zunahme von Ferienwohnungen und erlebnisorientierten Unterkunftsangeboten. Bei großen Hotels mit internationalem Standard sieht dagegen nur ein Viertel eine Zunahme – etwa zwei Fünftel erwarten hier keine Veränderung, ein Drittel rechnet mit einer Abnahme.

Land und Leute, Begegnungen: Drei Viertel der Reiseveranstalter sehen eine Zunahme von Begegnungsmöglichkeiten mit Einheimischen durch erlebnisorientierte Angebote im Rahmen von Ausflugs- oder Rundreiseprogrammen, bei 70% gilt dies auch für Begegnungen im Alltag abseits der touristischen Zentren. 61% erwarten eine Zunahme von Begegnungsmöglichkeiten mit Einheimischen, die einen ähnlichen Beruf oder ein ähnliches Hobby haben wie die Urlauber. Ebenso viele erwarten eine Bedeutungszunahme von organisierten Ausflügen, bei denen man etwas über die gegenwärtigen politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Gegebenheiten im Gastland erfährt.

Die Hälfte der Befragten geht davon aus, dass sehr gute Vorinformationen über angemessenes Reiseverhalten im Gastland allgemein an Bedeutung gewinnen. Dies gilt auch für Informationen seitens der Reiseveranstalter über die gegenwärtigen politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Gegebenheiten im Reiseland.

Naturbezogene und kulturelle Sehenswürdigkeiten: 61% erwarten eine zunehmende Bedeutung von Möglichkeiten zum Besuch von Natur- oder Nationalparks – für 53% gilt dies auch für den Besuch von kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten.

Sozial- und umweltverträglich orientierte Reiseangebote: Die Bedeutung sozialverantwortlicherer Reiseangebote, die z.B. faire Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten berücksichtigen, und von Angeboten zum Besuch eines Sozialprojekts/Umweltprojekts im Rahmen von Ausflugs- oder Rundreise-Programmen wird nach Einschätzung von jeweils 72% der Reiseveranstalter zunehmen. Etwa ebenso viele (69%) sehen eine Zunahme auch für umweltverträglichere Reiseangebote, die z.B. eine klimaneutrale Anreise ermöglichen. Einen Bedeutungszuwachs von sehr guten Vorinformationen über Initiativen im Reiseland für eine nachhaltige Tourismusentwicklung erwarten 64% der Reiseveranstalter. 58% sehen eine zunehmende Diskussion zum Thema „Flugscham“.

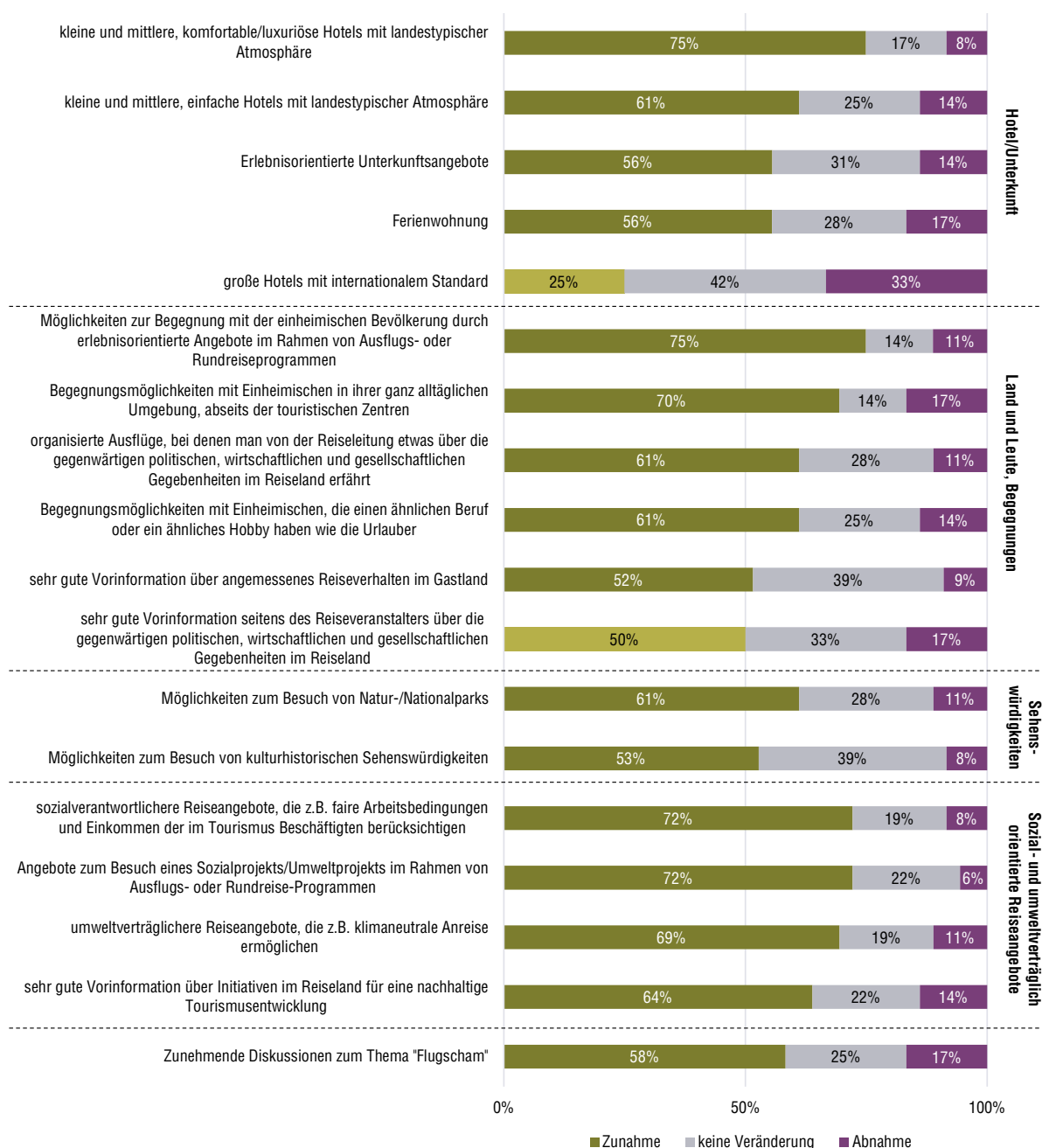


Gr. 48: Reiseveranstalterbefragung

Meinungen zu Angebots- und Leistungsaspekten – Einschätzung von Veränderungen bis 2030

Frage: Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Bedeutung der folgenden Angebots- und Leistungsaspekte bei Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer in den nächsten zehn Jahren, also bis 2030, im deutschen Urlaubsreisemarkt verändern?

Siebenstufige Antwortskala von -3 (starke Abnahme) über 0 (keine Veränderung) bis +3 (starke Zunahme)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld.
Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.

3.7 Einschätzung der Entwicklung des Informations- und Buchungsverhaltens im Internet bei Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer bis 2030

Die befragten Reiseveranstalter sehen hier überwiegend mehrheitlich eine zunehmende Bedeutung bei der Nutzung Internet-basierter Informations- und Buchungsmöglichkeiten (vgl. Grafik 49 bzw. 50):

In Bezug auf die Nutzung von **Informationsmöglichkeiten im Internet** liegt die Zustimmung für eine Bedeutungszunahme mit 76% am höchsten bei Applikationen für Smartphones (z.B. Apps für elektronische Reiseführer, GPS-Wanderführer).

Mehr als zwei Drittel bis ca. drei Viertel gehen bei folgenden Informationsmöglichkeiten von einer zunehmenden Bedeutung aus:

- professionelle Reisblogs/Bloggerbeiträge (74%)
- Preisvergleichsportale für Flüge/Pauschalreisen (74%)
- Beiträge in den sozialen Medien von Urlauber:innen (71%)
- Blogs von Reisenden (68%)
- Beiträge in den sozialen Medien von Reiseveranstaltern in Deutschland (68%)

Bei einer klaren Mehrheit gilt dies auch für:

- Hotelbewertungsportale (63%)
- Informationsangebote über das Reiseland von Anbietern (z.B. Airlines, Unterkunftsportale, Portale für Ausflüge) (61%)
- Beiträge in den sozialen Medien von Reiseveranstaltern im Zielland (61%)
- Informationsangebote über das Reiseland von Reiseveranstaltern oder Incoming-Agenturen im Zielland (61%)
- Informationsangebote über das Reiseland von einem Reiseveranstalter in Deutschland (55%)
- Informationsportale zu Reiseländern mit Links zu Buchungsportalen (53%)
- Beiträge in den sozialen Medien von Tourist Boards des Landes (53%)

Einen Bedeutungszuwachs von Informationsangeboten über das Reiseziel, die vom Reiseland selbst (z.B. Tourist Boards) bzw. vom Auswärtigen Amt in Deutschland zur Verfügung gestellt werden, erwarten 45% bzw. 37% der Reiseveranstalter. Fast jeweils ein Viertel rechnet mit einer abnehmenden Bedeutung.

Bezüglich der **Nutzung von Buchungsmöglichkeiten im Internet** erwarten die Reiseveranstalter überwiegend mehrheitlich eine Bedeutungszunahme – am häufigsten (jeweils 76%) bei der Buchung der Unterkunft und Zusatzleistungen vor Ort (z.B. Mietwagen, Ausflüge, Erlebnisangebote, Eintritte) sowie einzelner Leistungen als „Bausteinreise“.

Weniger häufig – aber immer noch von 68% – wird ein Bedeutungszuwachs bei der Buchung des Verkehrsmittels zur An- und Abreise erwartet.

Eine deutliche Mehrheit der Reiseveranstalter geht auch von einer Zunahme der Nutzung von Buchungsportalen von Online-Reiseveranstaltern (68%) und von Incoming-Agenturen (66%) aus.

Bei der Buchung über Reiseplattformen wird etwas weniger häufig – aber immer noch mehrheitlich ein Zuwachs gesehen. 50% erwarten einen Zuwachs bei der Buchung von Pauschalreisen im Internet. Fast ein Viertel geht hier von einer Abnahme aus.

Eine zunehmende Bedeutung von Buchungsportalen traditioneller Reiseveranstalter und Reisebüros sehen 47% bzw. 34%. Hier rechnet gut ein Fünftel mit einer Abnahme.

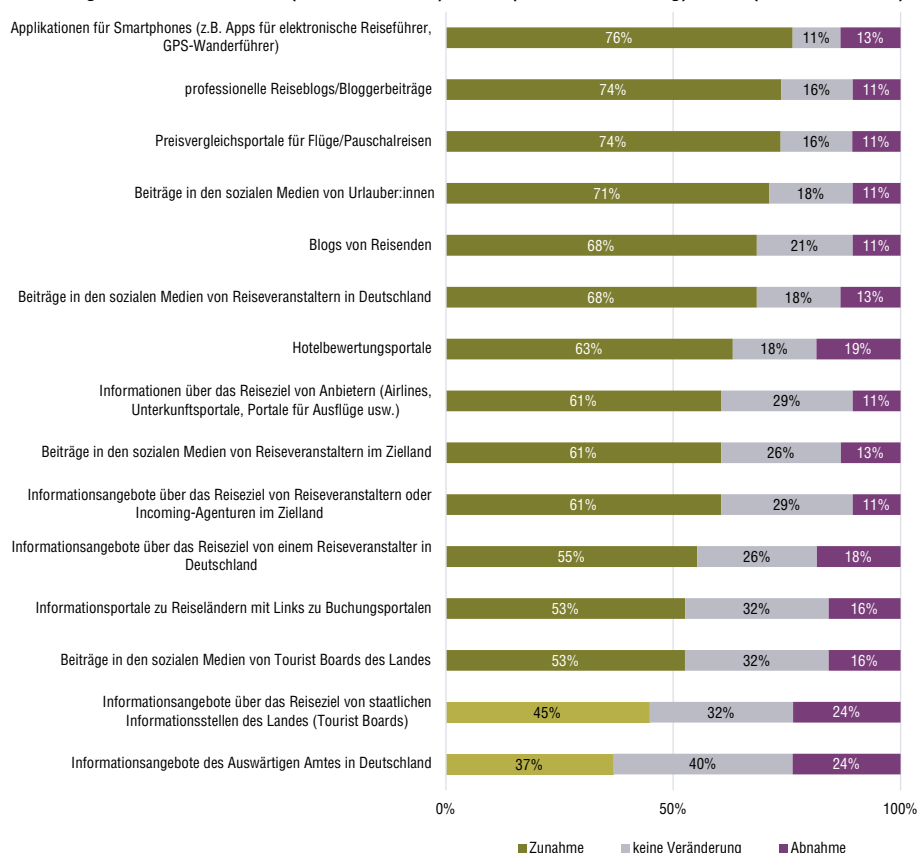


Gr. 49: Reiseveranstalterbefragung

Meinungen zum Informationsverhalten im Internet – Einschätzung von Veränderungen bis 2030

Frage: Wie wird sich Ihrer Meinung nach das Informations- und Buchungsverhalten im Internet bei Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer in den nächsten zehn Jahren, also bis 2030, verändern?

Siebenstufige Antwortskala von -3 (starke Abnahme) über 0 (keine Veränderung) bis +3 (starke Zunahme)



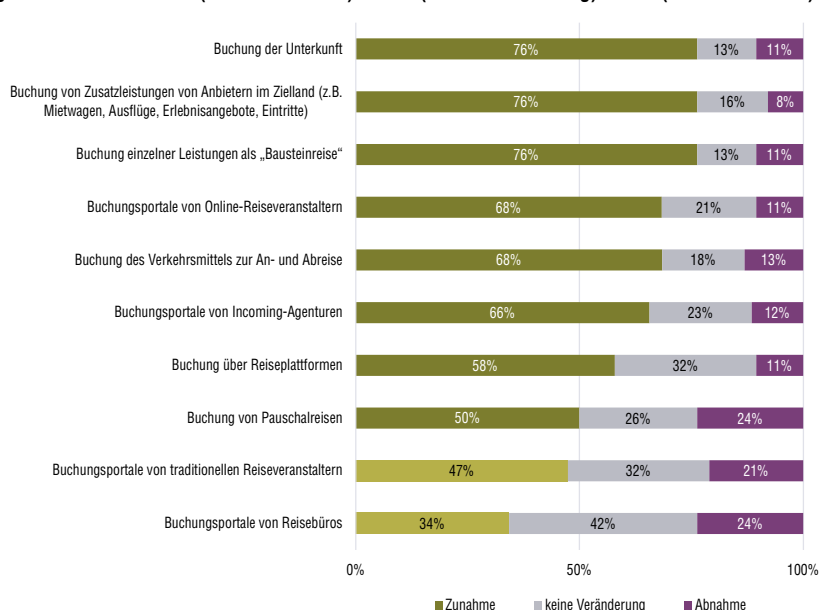
Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld.
Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.

Gr. 50: Reiseveranstalterbefragung

Meinungen zum Buchungsverhalten im Internet – Einschätzung von Veränderungen bis 2030

Frage: Wie wird sich Ihrer Meinung nach das Informations- und Buchungsverhalten im Internet bei Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer in den nächsten zehn Jahren, also bis 2030, verändern?

Siebenstufige Antwortskala von -3 (starke Abnahme) über 0 (keine Veränderung) bis +3 (starke Zunahme)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld.
Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.

3.8 Wichtigkeit und Einschätzung von Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung bei Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer

Bei dieser zweiteiligen Frage geht es zunächst um die Ermittlung der Wichtigkeit von bestimmten Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung. Anschließend wird untersucht, inwieweit man die einzelnen Fähigkeiten eher einer deutschen Reiseleitung zutraut, eher einer deutschsprachenden einheimischen Reiseleitung oder beiden gleichermaßen.

Wichtigkeit der Fähigkeiten von Reiseleitung/Urlaubsbetreuung:

Sämtliche befragten Reiseveranstalter halten die **Organisations- und Problemlösungskompetenz** der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort für „besonders wichtig“ oder „wichtig“ (vgl. Grafik 51). Bei 85% gilt dies auch für die **persönliche Betreuungskompetenz** in Bezug auf das aktive „sich kümmern“ um die persönlichen Urlaubswünsche der Gäste.

Wenn es um die **Vermittlung von landeskundlichen Informationen** über touristische Sehenswürdigkeiten, richtiges Verhalten im Gastland und Möglichkeiten zu Kontakten/Begegnungen mit Einheimischen geht oder konkret um die Schaffung von Begegnungsmöglichkeiten und -erlebnissen mit der lokalen Bevölkerung, halten dies fast 90% der Reiseveranstalter für „besonders wichtig“ bzw. „wichtig“.

85% finden Informationen über die Geschichte des Gastlandes sowie zu kritischen Themen, wie Menschenrechte, Rolle der Frau etc. „besonders wichtig“ bzw. „wichtig“.

Ca. 70% sind der Meinung, dass der Einblick in die Bedeutung der Religion im Alltag der Menschen, die Verdeutlichung unterschiedlicher Interessen und Meinungen der Einheimischen, das Klarmachen, wie das Land in Bezug auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft tatsächlich tickt, sowie das Informieren über die Ursachen von Entwicklungsproblemen „besonders wichtig“ bzw. „wichtig“ sind. Zwischen 15% und 33% halten diese Aspekte für „weniger wichtig“ oder „unwichtig“.

91% der Reiseveranstalter finden die Fähigkeit, auf Aspekte der Nachhaltigkeit einzugehen, „besonders wichtig“ bzw. „wichtig“.

Die **Qualität der Informationsvermittlung** halten ca. 90% der befragten Reiseveranstalter für „besonders wichtig“ bzw. „wichtig“. Dabei sticht besonders die Vermittlung von objektiver, glaubwürdiger Information heraus, die 49% für „besonders wichtig“ halten. Eine lebendige, unterhaltsame, animative Urlaubsbetreuung sowie eine einfühlsame Vermittlung der Alltagsrealitäten im Gastland werden von 36% bzw. 39% als „besonders wichtig“ erachtet.

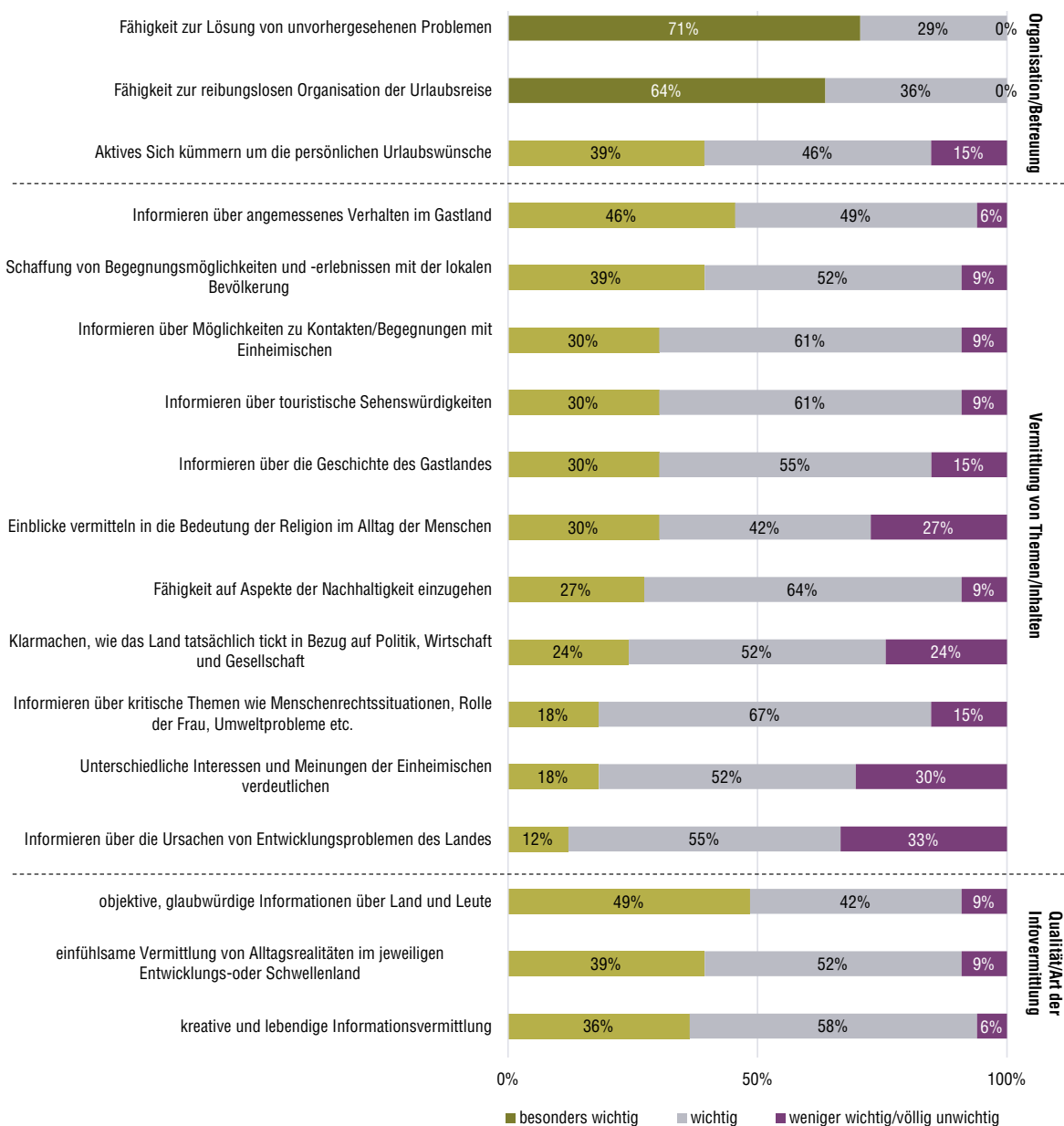


Gr. 51: Reiseveranstalterbefragung

Wichtigkeit verschiedener Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung bei Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer

Frage: Ihre Kunden buchen bei Ihnen organisierte Urlaubsreisen in Entwicklungs- oder Schwellenländer: Welche Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort sind Ihnen besonders wichtig oder völlig unwichtig?

Vierstufige Antwortskala (besonders wichtig, wichtig, weniger wichtig, völlig unwichtig)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld.
Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.

Einschätzung von Fähigkeiten deutscher bzw. einheimischer Reiseleitung:

Die Fähigkeit zur **Problemlösung**, zur **reibungslosen Organisation** der Reise und zum aktiven „**sich kümmern**“ um die persönlichen Urlaubswünsche der Gäste trauen die Reiseveranstalter zu ca. 50% gleichermaßen einer **deutschen** Reiseleitung wie einer deutsch sprechenden **einheimischen** Reiseleitung zu. Von der verbleibenden Hälfte der Befragten wird das „sich kümmern“ entweder eher der deutschen Reiseleitung oder eher der einheimischen Reiseleitung zugetraut (zu gleichen Anteilen von jeweils 24%). Hier vertrauen die übrigen Befragten in höherem Maße eher der einheimischen Reiseleitung, wenn es um die Problemlösung vor Ort bzw. die reibungslose Organisation der Reise geht (vgl. Grafik 52).

In Bezug auf die Fähigkeit der **Vermittlung von landeskundlichen Informationen** zeigt der Blick auf diese Grafik, dass gut die Hälfte (58% bzw. 52%) der Reiseveranstalter das Informieren über touristische Sehenswürdigkeiten und über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes gleichermaßen einer deutschen wie einer einheimischen Reiseleitung zutraut. Bei den verbleibenden Befragten dominiert hier das Zutrauen in die einheimische Reiseleitung.

Fast die Hälfte (jeweils 46%) der Reiseveranstalter schätzen die Fähigkeiten einer deutschen wie einer einheimischen Reiseleitung gleichermaßen ein, wenn es um das Informieren über die Geschichte des Landes und über angemessenes Verhalten im Gastland geht. Die Übrigen vertrauen hier eher einer deutschsprechenden einheimischen Reiseleitung.

Auf Aspekte der Nachhaltigkeit einzugehen, wird am häufigsten eher der deutschen Reiseleitung zugetraut (46%). 36% sind der Meinung, dass eine deutsche bzw. einheimische Reiseleitung dies gleichermaßen leisten kann, nur 18% haben hier eher Zutrauen in eine einheimische Reiseleitung.

Nahezu alle anderen Fähigkeiten zur Information über landeskundliche Themen und Aspekte trauen die Reiseveranstalter am häufigsten eher der deutschsprechenden einheimischen Reiseleitung zu. Am deutlichsten wird dies beim Vermitteln von Einblicken in die Bedeutung der Religion im Alltag der Menschen (70%) und beim Informieren über Kontakt- und Begegnungsmöglichkeiten mit Einheimischen (67%) – aber auch bei der konkreten Schaffung von Begegnungsmöglichkeiten und -erlebnissen mit der lokalen Bevölkerung sowie bei der Verdeutlichung unterschiedlicher Interessen und Meinungen der Einheimischen (jeweils 55%). Auch beim Informieren über kritische Themen wie Menschenrechtssituation, Rolle der Frau, Umweltprobleme etc. sowie beim Klarmachen, wie das Land politisch, wirtschaftlich und gesellschaftlich tickt, ergibt sich eine positive Bilanz für die deutschsprechende einheimische Reiseleitung.

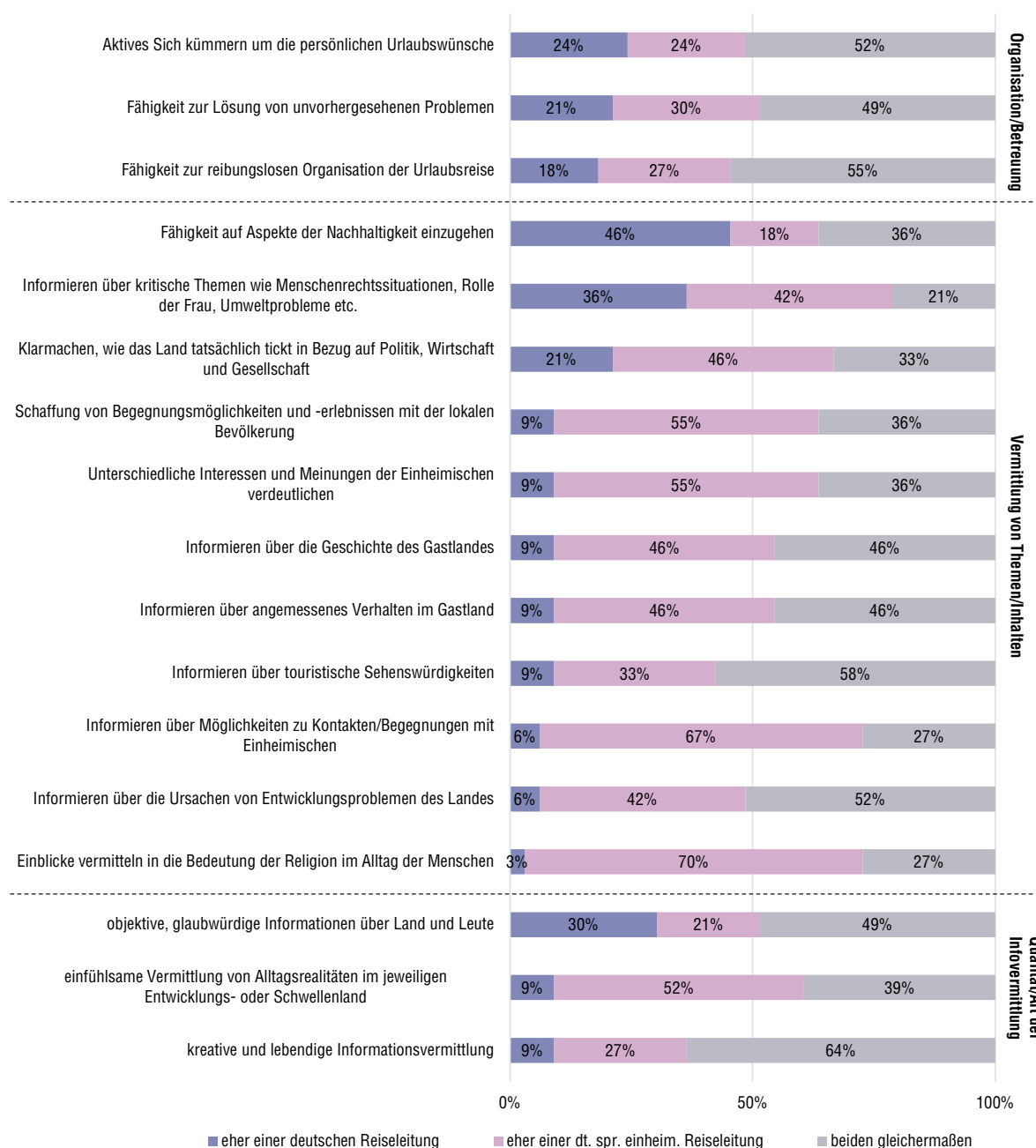
Betrachtet man die **Qualität bzw. Art der Informationsvermittlung** so spricht fast die Hälfte der Reiseveranstalter (49%) die Fähigkeit der objektiven, glaubwürdigen Information über Land und Leute einer deutschen wie einheimischen Reiseleitung gleichermaßen zu. Mehr als die Hälfte (52%) trauen die einfühlsame Vermittlung der Alltagsrealität des jeweiligen Landes eher einer deutschsprechenden einheimischen Reiseleitung zu, während 39% meinen, dass beide (deutsche und einheimische Reiseleitung) gleichermaßen dazu in der Lage sind. Eine kreative und lebendige Informationsvermittlung trauen 64% der Reiseveranstalter einer deutschen wie einheimischen Reiseleitung gleichermaßen zu.



Gr. 52: Reiseveranstalterbefragung

Einschätzung von Fähigkeiten deutscher bzw. einheimischer Reiseleitung

Frage: Ihre Kunden buchen bei Ihnen organisierte Urlaubsreisen in Entwicklungs- oder Schwellenländer: Welche der genannten Fähigkeiten würden Sie als Reiseveranstalter bei der Gästebetreuung in Entwicklungs- und Schwellenländern eher einer deutschen Reiseleitung/Urlaubsbetreuung zutrauen – welche eher einer deutsch sprechenden Einheimischen?



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld.
Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.

Wichtigkeit von Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung aus Sicht von Reiseveranstaltern und Entwicklungsländer-erfahrenen Urlaubern

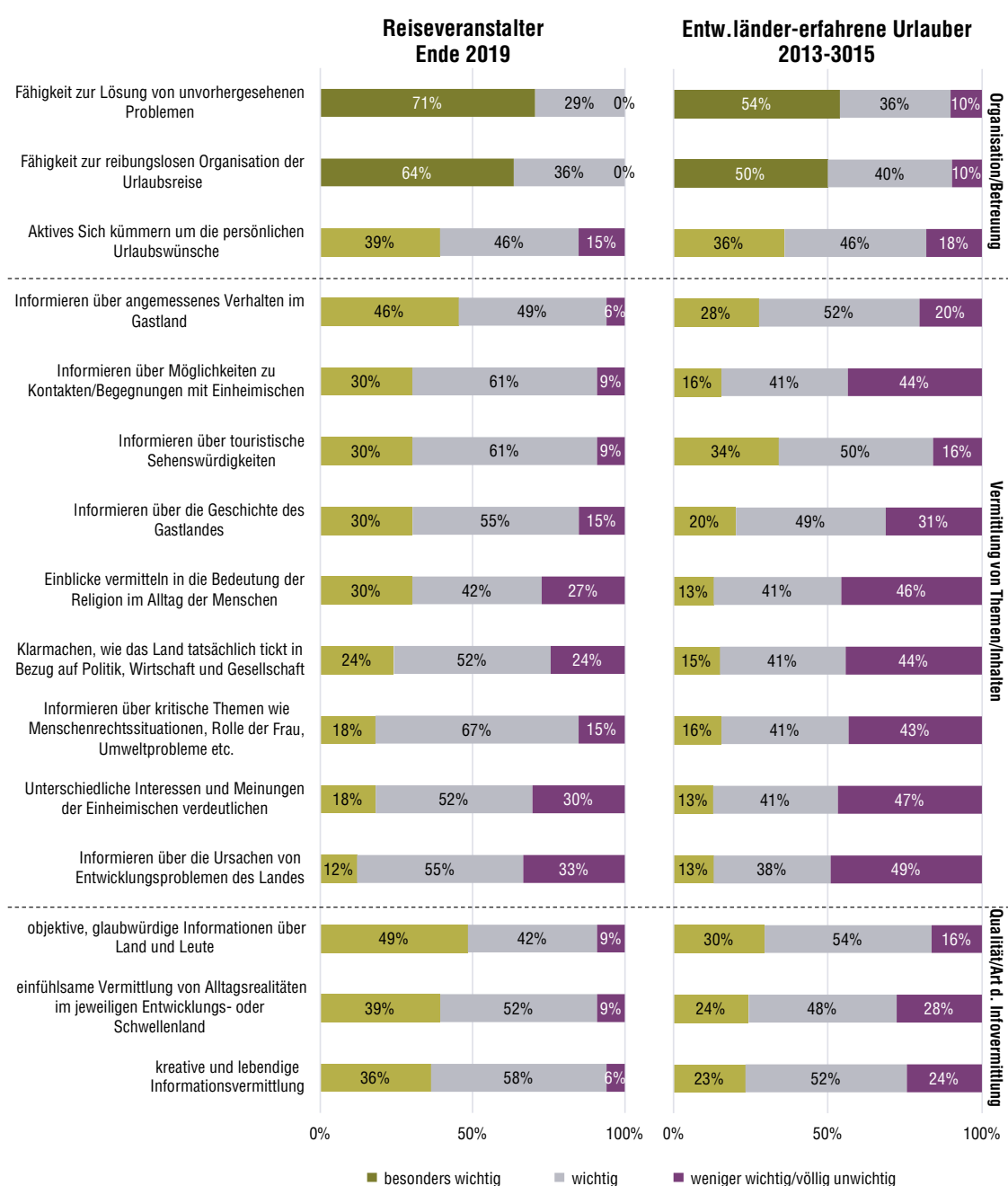
Grafik 53 zeigt, dass die Reiseveranstalter allen untersuchten Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort (unabhängig davon, ob es sich um eine deutsche oder um eine deutschsprachige einheimische Reiseleitung handelt) einen deutlich höheren Stellenwert beimessen (besonders wichtig/wichtig) als die Urlauber.

Dies dürfte einerseits darin begründet sein, dass Reiseveranstalter in stärkerem Maße im Kontext organisierter Urlaubsreisen und der damit verbundenen Urlaubsbetreuung zu denken gewohnt sind. Andererseits befinden sich unter den Entwicklungsländer-erfahrenen Urlaubern auch solche, die im Rahmen ihrer Urlaubsreisen von Reiseleitung bzw. Urlaubsbetreuung wenig oder gar keinen Gebrauch machen.

Gr. 53: Reiseveranstalterbefragung

Reiseveranstalter und Entwicklungsländer-erfahrene Urlauber 2013-2015

Wichtigkeit verschiedener Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung bei Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld.
Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.



3.9 Festgestellte Veränderungen im Entwicklungsländer-Tourismus während der letzten fünf Jahre

Hier wurden die Reiseveranstalter vor Beginn der Corona-Pandemie um Angaben gebeten, inwieweit sich in den letzten fünf Jahren aus ihrer Sicht bei bestimmten Aspekten im Zusammenhang mit Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer Veränderungen ergeben haben. Bei allen Aspekten bedeutet eine festgestellte „Zunahme“ oder „Abnahme“, dass sich der entsprechende Aspekt verbessert oder verschlechtert hat. Bei der Interpretation der Daten ist zu beachten, dass hier keine Aussagen getroffen werden über die generelle oder aktuelle Bedeutung, die man einem Aspekt persönlich beimisst. Es geht ausschließlich um die wahrgenommene Veränderung.

Die Reiseveranstalter gehen bei den meisten angesprochenen Aspekten mehrheitlich von einer Verbesserung aus. Wahrgenommene Verschlechterungen halten sich in engen Grenzen (vgl. Grafik 54).

Im Hinblick auf die **wirtschaftlichen Aspekte** hatten die Reiseveranstalter mehrheitlich Verbesserungen wahrgenommen und zwar in den Bereichen

- Qualität der touristischen Infrastruktur in den Destinationen (59%)
- Qualifizierung, Ausbildung des einheimischen Personals (59%)
- Wertschöpfung für die einheimischen Leistungsträger in den touristischen Empfängerländern (56%)

Etwas weniger als die Hälfte sah eine Verbesserung im Bereich

- faire Kooperation zwischen Tourismusverantwortlichen in den Entsende- und Empfängerländern (47%)

Bei **Aspekten der Nachhaltigkeit** hatten die Reiseveranstalter mehrheitlich Verbesserungen festgestellt und zwar in den Bereichen

- Bewusstsein der deutschen Tourismusbranche in Bezug auf die Notwendigkeit einer nachhaltigen Tourismusentwicklung (68%)
- Bewusstsein der Tourismusbranche in den Empfängerländern in Bezug auf die Notwendigkeit einer nachhaltigen Tourismusentwicklung (59%)
- Schutz der biologischen Vielfalt (59%) – hier ist die Quote derjenigen die eine Verschlechterung sehen mit 23% relativ hoch
- Erweiterung des Angebots für nachhaltiges Reisen seitens der Empfängerländer (53%)
- Erweiterung des Angebots deutscher Reiseveranstalter für nachhaltiges Reisen (z.B. Reisen mit Nachhaltigkeitszertifikaten) (53%)
- Beachtung von Umweltstandards in den Zielgebieten (53%)

Maximal die Hälfte hatte weitere Verbesserungen wahrgenommen und zwar in den Bereichen

- Vermeidung von Plastikmüll (50%) – hier ist die Quote derjenigen, die eine Verschlechterung sahen, mit 24% im Verhältnis zu anderen Aspekten am höchsten
- Besucherlenkung in überlasteten oder sensiblen Regionen/Orten (47%)
- Zusammenarbeit der staatlichen Behörden und des Privatsektors bei der Gestaltung von nachhaltiger Tourismusentwicklung in den Empfängerländern (35%)

Im Hinblick auf **soziale Aspekte** hatten die Reiseveranstalter überwiegend mehrheitlich Verbesserungen gesehen und zwar in den Bereichen

- Bekämpfung der Ausbeutung von Kindern durch Prostitution (65%)
- Schaffung von fairen Arbeitsbedingungen für die im Tourismus Beschäftigten in den Empfängerländern (59%)
- Bekämpfung der Ausbeutung und Diskriminierung von besonders gefährdeten Personen wie Kindern, indigenen Völkern, Menschen mit Behinderung und Minderheiten in den Empfängerländern (59%)
- Partizipation der einheimischen Bevölkerung bei der Gestaltung von Tourismusentwicklung (38%)

Bei Aspekten der **landeskundlichen Information sowie dem Verhalten von Urlaubern im Gastland** wurden mit unterschiedlicher Häufigkeit Verbesserungen wahrgenommen:

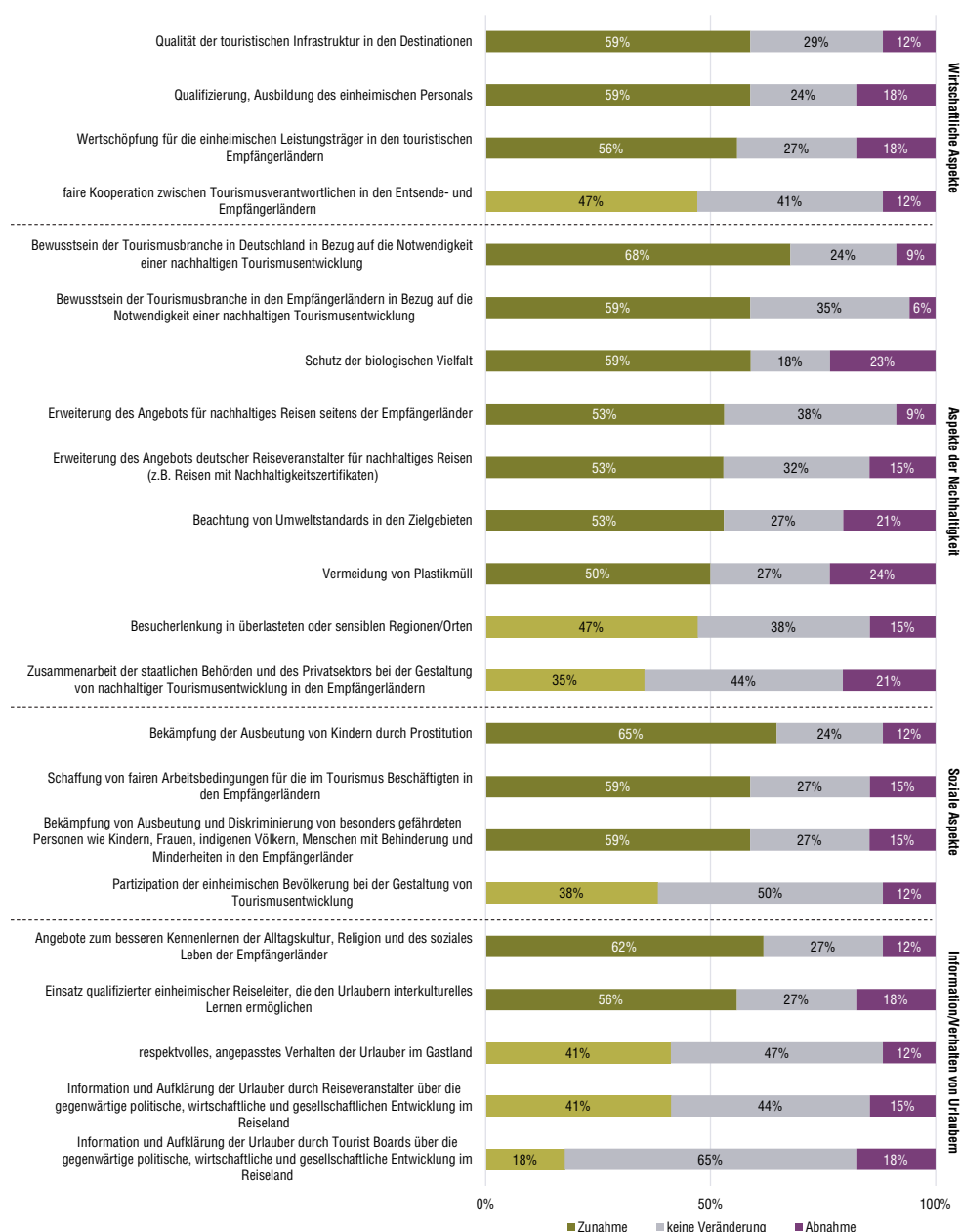
- Angebote zum besseren Kennenlernen von Alltagskultur, Religion und sozialem Leben (62%)
- Einsatz qualifizierter einheimischer Reiseleitung, die den Urlaubern interkulturelles Lernen ermöglichen (56%)
- Information und Aufklärung der Urlauber:innen durch Reiseveranstalter über die gegenwärtige politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung im Reiseland (41%)
- respektvolles, angepasstes Verhalten der Urlauber:innen im Gastland (41%)
- Information und Aufklärung der Urlauber:innen durch Tourist Boards über die gegenwärtige politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung im Reiseland (18%)

Gr. 54: Reiseveranstalterbefragung

Festgestellte Veränderungen beim Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer während der letzten fünf Jahren

Frage: Im Rahmen einer früher durchgeführten Befragung von deutschen Reiseveranstaltern und ausländischen Tourist Boards zum Entwicklungsländertourismus ergab sich eine Reihe von Aspekten, bei denen seitens der Befragten Handlungsbedarf gesehen wurde. Haben Sie in den letzten fünf Jahren im Rahmen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer Veränderungen bei den nachfolgend genannten Aspekten festgestellt?

Siebenstufige Antwortskala von -3 (starke Abnahme) über 0 (keine Veränderung) bis +3 (starke Zunahme)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld.
Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.



3.10 Herausforderungen für die Tourismuswirtschaft im Bereich des Entwicklungsländer-Tourismus

Bei dieser offenen Frage an die Reiseveranstalter ging es schlussendlich darum, ohne Vorgabe von Themen oder Problembereichen zu ermitteln, wo im Entwicklungs- und Schwellenländer-Tourismus aus ihrer Sicht in den kommenden Jahren „der Schuh am meisten drückt“ und wo ein besonderer Handlungsbedarf besteht.

Die Frage lautete:

Welches sind Ihrer Meinung nach in den kommenden Jahren die **drei größten Herausforderungen** im Bereich des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer

- a) für die Tourismuswirtschaft in Deutschland?
- b) für die Tourismuswirtschaft in den Empfängerländern?
- c) Bei welchen der von Ihnen genannten Herausforderungen wird sich Ihr Unternehmen in den kommenden Jahren besonders engagieren?

Die Antworten der Reiseveranstalter zu diesen Fragen lassen sich in fünf Herausforderungsbereiche zusammenfassen:

Herausforderungsbereich: Overtourism und Angebots- bzw. Preisgestaltung

Die befragten Reiseveranstalter sehen in Bezug auf die **Tourismuswirtschaft in Deutschland** die Vermeidung von Overtourism als eine wesentliche Herausforderung. Sie betonen, dass beliebte Destinationen massiv nachgefragt werden, zugleich jedoch die Entwicklung von neuen Reisezielen mit sehr langen Anlaufzeiten verbunden ist. Sie unterstreichen das stagnierende Interesse an Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer und die Herausforderungen in der Produktgestaltung. Diese muss einerseits die individuellen Wünsche einer demografisch älter werdenden Bevölkerung berücksichtigen und andererseits auf die zunehmende Spaltung des Marktes in Luxus- und Billigtourismus aufgrund einer wachsenden wirtschaftlichen Ungleichheit in der Gesellschaft reagieren. Vor diesem Hintergrund sehen sie die Handlungsfelder der hiesigen Reiseindustrie vor allem in der Entwicklung neuer, alternativer Produkte bzw. Produktlinien und in der Gewährleistung eines guten Preis-Leistungs-Verhältnisses.

Für die **Tourismuswirtschaft in den Empfängerländern** wird die große Herausforderung in einer nachhaltigen Produktentwicklung gesehen, die strategisch gegen Overtourism ausgerichtet ist. Weiterhin erachten die Reiseveranstalter es als wichtige Aufgabe der Tourismuswirtschaft in den Empfängerländern, einheimische Unternehmen stärker in die Wertschöpfungskette einzubinden sowie die Ausbildung des Personals (Reiseleiter, Fahrer, Servicebereich) zu verbessern, um die hohen Kundenerwartungen bedienen zu können. Außerdem wird unterstrichen, dass viele Entwicklungsländer bereits als zu teuer empfunden werden.

Herausforderungsbereich: Faire Kooperation mit Leistungspartnern vor Ort bzw. mit der Bevölkerung

Nach Auffassung der Reiseveranstalter steht die **hiesige Tourismuswirtschaft** vor der Herausforderung, sowohl auf der Ebene Entsendeland-Zielland als auch auf der lokalen Ebene intensive und gleichberechtigte Kommunikations- und faire Kooperationsformen zu etablieren. Dabei messen die Unternehmen der Beachtung von Sozialstandards und fairen Arbeitsbedingungen in den Empfängerländern sowie der Partizipation der lokalen Bevölkerung an Entscheidungen hinsichtlich der Tourismusentwicklung eine große Bedeutung zu.

Für die **Empfängerländer** erachten sie es in diesem Zusammenhang als wichtige Aufgaben, die Angebotsqualität vor Ort zu erhöhen, die Ausbildung des touristischen Fachpersonals zu stärken sowie die nicht direkt im Tourismus involvierten lokalen Akteure stärker in Entscheidungsprozesse hinsichtlich der Tourismusentwicklung einzubinden.

Auch beim **eigenen Unternehmen** sehen sie Handlungsbedarf in der Verbesserung der Kommunikation und Zusammenarbeit mit den Partnern in den Empfängerländern sowie beim Engagement um die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und sozialen Standards durch einen Dialog auf Augenhöhe.

Herausforderungsbereich: Information, Aufklärung (der Urlaubsreisenden)

Eine weitere Herausforderung für die **hiesige Tourismuswirtschaft** besteht nach Meinung der Reiseveranstalter vor allem darin, über Entwicklungs- und Schwellenländer eine differenzierte Informations- und Aufklärungsstrategie zu etablieren, da bei den Kunden eine hohe Sensibilität in Bezug auf negative Medienberichte (z.B. über Unruhen, Katastrophen in Zielgebieten des Globalen Südens) besteht. In diesem Zusammenhang wird auch die Notwendigkeit gesehen, dass besonders in Krisenzeiten von Seiten der **Tourismuswirtschaft in den Entsendeländern** eine aktive Image-Pflege betrieben wird. Das Engagement für die **hiesige Reisebranche** wird insbesondere in der aktiven Nutzung von neuen Informationstechnologien gesehen, um eine differenzierte Informations- und Aufklärungsstrategie zu etablieren.

Herausforderungsbereich: Klimawandel, nachhaltige Tourismusedwicklung, Natur- und Umweltschutz

Die Reiseveranstalter betrachten den Klimawandel und den Wunsch nach klimaneutralen Reisen bei ihren Kunden als eine erhebliche Herausforderung für die deutsche Tourismuswirtschaft. Auch Nachhaltigkeit vor Ort durchzusetzen bzw. einzuhalten sowie Angebote nachhaltig zu gestalten, ohne dabei aufgrund von Preissteigerungen Kunden zu verlieren, werden als wichtige Aufgaben für die deutsche Tourismuswirtschaft genannt. Weiterhin wird die Müll- bzw. Plastikmüllproblematik angeführt. Schließlich wird **im Hinblick auf Zielländer** die Herausforderung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung darin gesehen, einen fairen Ausgleich zwischen Erfordernissen touristischer Infrastruktur und Interessen der einheimischen Bevölkerung zu erzielen sowie die Prinzipien einer nachhaltigen Tourismusedwicklung in allen betroffenen Bereichen zu implementieren. Das Engagement für die **hiesige Reisebranche** wird insbesondere in der Vermarktung von klimaneutralen Reisen und in der Vermeidung von Abfall- bzw. Plastikmüll gesehen.

Herausforderungsbereich: Sicherheit, politische Situation

Auch steigende Sicherheitsrisiken in den Destinationen in Folge von politischer Instabilität, regionaler Krisen, Naturkatastrophen und Seuchen sehen die Befragten als eine große Herausforderung sowohl für die **Tourismuswirtschaft in Deutschland** als auch in den **Empfängerländern**. Instabile politische Verhältnisse und damit verbundene Risiken hinsichtlich öffentlicher Sicherheit werden hier genannt, aber auch Sicherheitsrisiken in Folge der Zunahme sozialer Ungleichheit, Armut und Rassismus/Intoleranz. Schließlich werden Gefahren in Bezug auf die Gesundheit verbunden mit Seuchen und Krankheiten unterstrichen. Man wünscht sich ein professionelles Informationsmanagement **durch die Destinationen**, um kurzfristige Überreaktionen der Kunden abzufangen und einen langfristigen Imageschaden abzuwenden.

3.11 Wichtigkeit von Förderinstrumenten für einen nachhaltigen Tourismus

Mit dieser Frage (vgl. Grafik 55) sollten Anhaltspunkte gewonnen werden für die Bedeutung ausgewählter Instrumente zur Förderung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung.

Die Förderinstrumente werden allesamt von einer Mehrheit der Reiseveranstalter für „besonders wichtig“ oder „wichtig“ gehalten, darunter vier, denen etwa 90% der Unternehmen eine besondere Wichtigkeit zusprechen:

- Beratung für nachhaltige Destinationsentwicklung
- Förderung bzw. Kooperation bei Aus- und Weiterbildung von Tourismusfachkräften
- Entwicklung und Verbreitung von Sozial- und Umweltstandards in der Tourismuswirtschaft
- Gewährleistung von Menschenrechten in Destinationen

Auch weitere Förderinstrumente finden noch eine deutlich mehrheitliche Zustimmung:

- Beratung für nachhaltige Reiseangebote
- Entwicklungspolitische Diskussionen mit der Tourismuswirtschaft
- Fair Trade im Tourismus/Initiativen
- Studien und Wirkungsanalysen zum Thema Tourismus und nachhaltige Entwicklung

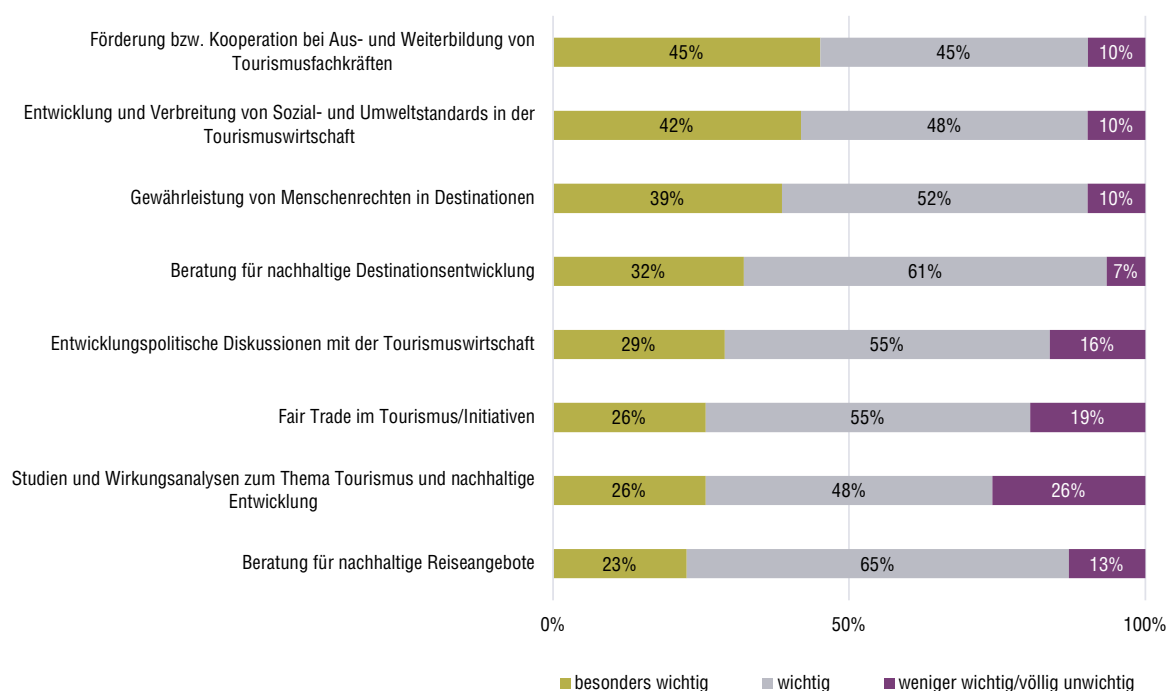


Gr. 55: Reiseveranstalterbefragung

Wichtigkeit von Förderbereichen für nachhaltigen Tourismus

Frage: Wie schätzen Sie die Wichtigkeit der nachfolgend genannten Bereiche zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern ein?

Vierstufige Antwortskala (besonders wichtig, wichtig, weniger wichtig, völlig unwichtig)



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld.
Datenbasis: Eigene Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland, Herbst/Winter 2019.

3.12 Kurzzusammenfassung ausgewählter Aspekte

- Die Ergebnisse einer **Online-Befragung der Leitungsebene von Reiseveranstaltern** in Deutschland zeigen vor **Beginn der Corona-Pandemie**, dass für die Mehrzahl von 52 vorgegebenen Entwicklungs- und Schwellenländern **eine eher geringe Zunahme deutscher Urlauberzahlen bis 2030** erwartet wird. Den höchsten Durchschnittswert erreicht Georgien mit +1,35 (auf einer Skala von -3 bis +3). Bei den volumenstarken Zielmärkten im Mittelmeerraum wird für Marokko die positivste Entwicklung gesehen (+0,54). Ägypten und Tunesien weisen auf eine Stagnation bzw. geringen Zuwachs hin, während für die Türkei ein leichter Rückgang erwartet wird. Unter den Fernzieldestinationen geht man bei China von einer Stagnation aus.
- Unter den **positiven Wirkungen** des Urlaubstourismus in Länder der Globalen Südens sehen die befragten Reiseveranstalter am häufigsten den Beitrag zur Stärkung der lokalen Wirtschaft (Zustimmung 86%), aber auch zur Förderung unseres Verständnisses für die Probleme dieser Länder (77%) sowie für andere Weltanschauungen und Religionen (75%) – ebenso zur Befähigung der Reisenden, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern (71%). 42% sehen bei Urlauber:innen eine Förderung des Verständnisses für Flüchtlinge und Asylbewerber:innen in Deutschland. Bei den **negativen Wirkungen** wird am häufigsten die Schaffung neuer regionaler Ungleichheiten benannt (52%). Zwei Fünftel verweisen auf die eingeschränkten Möglichkeiten der einheimischen Bevölkerung, an Entscheidungen über touristische Entwicklung mitzuwirken. Tourismusbedingte Prostitution von Frauen und Kindern, Verlust von Tradition und Brauchtum, Vertiefung der Kluft zwischen Arm und Reich sowie Belastung oder Zerstörung der natürlichen Umwelt werden von etwa einem Drittel der Reiseveranstalter gesehen.
- Etwa die Hälfte der Befragten erwartet bis 2030 starke **Beeinträchtigungen beim Interesse der Deutschen an Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer**, bedingt durch Natur- und Umweltkatastrophen, terroristische Anschläge auf Tourist:innen, Krankheiten und Seuchen sowie politische Umbrüche in Zielgebieten. Bei den vom Zielgebiet unabhängigen Aspekten wie z.B. dem Bewusstsein der Urlauber:innen für Klimabelastung durch Flugreisen oder den steigenden Kosten durch Emissions-Zertifikate der Fluggesellschaften, sieht die Mehrheit der Reiseveranstalter eher geringe bis mittlere Beeinträchtigungen des Reiseinteresses.
- Bei zwei von elf abgefragten **Urlaubsformen** erwarten die Unternehmen am häufigsten, dass sie bis 2030 an Bedeutung gewinnen: beim Natururlaub (71%) und bei Studien-/Kulturreisen (66%). 56% erwarten dies für eine Kombination von Bade- und Studien-/Kulturreisen. Bei Strand-/Bade-/Sonnenurlaub gehen mehr Befragte von einer Bedeutungsabnahme aus (37%) als von einer Zunahme (34%). Bei den **Angebotsformen** werden am häufigsten Bedeutungszunahmen beim individualisierten Pauschalurlaub und bei Reiseangeboten mit öko-sozialen Nachhaltigkeitszertifikaten gesehen. 44% gehen von einer zunehmenden Bedeutung des Community-based tourism aus. Bei Vollpauschalreisen und Billigreisen werden überwiegend keine Veränderungen erwartet. Die Befragten gehen bei fast allen 17 untersuchten **Angebots- und Leistungsaspekten** mehrheitlich von einer zunehmenden Bedeutung bis 2030 aus. Am häufigsten wird eine solche bei kleinen und mittelgroßen, komfortablen/luxuriösen Hotels mit landestypischer Atmosphäre erwartet sowie bei Begegnungsmöglichkeiten mit Einheimischen durch erlebnisorientierte Angebote im Rahmen von Ausflugs- und Rundreiseprogrammen und bei umweltverträglicheren und sozialverantwortlicheren Reiseangeboten. 58% sehen eine zunehmende Diskussion zum Thema „Flugscham“.
- Mehrheitlich sehen die Reiseveranstalter eine zunehmende **Nutzung Internet-basierter Informations- und Buchungsmöglichkeiten**. Dies wird vor allem (von jeweils 76%) bei Applikationen für Smartphones erwartet sowie bei der Buchung der Unterkunft und einzelner Leistungen als Bausteinreise oder bei Zusatzleistungen vor Ort (z.B. Mietwagen, Ausflüge, Erlebnisangebote, Eintritte).
- In Bezug auf die **Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung** vor Ort wird am häufigsten die Organisations- und Problemlösungskompetenz als „besonders wichtig“ bzw. „wichtig“ erachtet, gefolgt von anspruchsvollen Informationen über Politik, Wirtschaft und Gesellschaft und der Schaffung von Begegnungsmöglichkeiten und -erlebnissen mit der lokalen Bevölkerung.
- **Während der letzten fünf Jahre** sahen die befragten Reiseveranstalter im Hinblick auf die wirtschaftlichen Aspekte des Entwicklungsländer-Tourismus am häufigsten (59%) **Verbesserungen** im Bereich der Qualität tou-



ristischer Infrastruktur und bei der Ausbildung und Qualifizierung des einheimischen Personals. Deutlich mehr (68%) hatten eine Verbesserung des Bewusstseins der deutschen Tourismuswirtschaft für die Notwendigkeit einer nachhaltigen Tourismusentwicklung festgestellt. Unter sozialen Aspekten registrierten sie vor allem (65%) Verbesserungen in der Bekämpfung der Ausbeutung von Kindern durch Prostitution.

- In den kommenden Jahren werden für die **Tourismuswirtschaft in Deutschland** vor allem **Herausforderungen** erwartet hinsichtlich der Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus und auf die Sicherheitsrisiken in den Destinationen (bedingt durch politische Krisen und Naturkatastrophen). Für die Tourismuswirtschaft in den **Ländern des Globalen Südens** sehen die Reiseveranstalter insbesondere Herausforderungen im Bereich der Entwicklung von neuen, nachhaltigen Produkten (als Strategie gegen Overtourism) und der Ausbildung des touristischen Fachpersonals. Beim **Engagement des eigenen Unternehmens** zeigen sich vor allem Schwerpunkte im Bereich des Klimaschutzes, der Nachhaltigkeit und der fairen Kooperation.
- Die befragten Reiseveranstalter erachten vier **Förderinstrumente für eine nachhaltige Tourismusentwicklung** als „besonders wichtig“: die Beratung für nachhaltige Destinationsentwicklung, die Förderung bzw. Kooperation bei der Aus- und Weiterbildung von Tourismusfachkräften, die Entwicklung und Verbreitung von Sozial- und Umweltstandards in der Tourismuswirtschaft sowie die Gewährleistung von Menschenrechten in Destinationen.

46 Reiseveranstalter in Deutschland, die vor Beginn der Corona-Pandemie an der Online-Befragung teilgenommen haben*

alltours flugreisen gmbh

LatinTravels GbR

avenTOURa GmbH

Lernidee Erlebnisreisen GmbH

B&T Touristik GmbH

mundus Reisen

Bahnreisen Sutter

Natours Reisen GmbH

Biblische Reisen GmbH

Neue Wege GmbH

China By Bike

nicko cruises Schiffsreisen GmbH

Comtour GmbH

Nomad. Reisen zu den Menschen

DAV Summit Club GmbH

plantours Kreuzfahrten

DER Touristik Group

Reisen & Incentives

DIAMIR Erlebnisreisen GmbH

Reisen mit Sinnen, Pardon/Heider Touristik GmbH

Djoser Reisen GmbH

Studiosus Reisen München GmbH

DVHL Heilig-Land-Reisen GmbH

Tour mit Schanz

Eberhardt TRAVEL GmbH

TUI Cruises GmbH

ECC-Studienreisen GmbH

Ultramar Touristik Süd GmbH

Exodus Tours

Ventura TRAVEL

Explorer Fernreisen GmbH

Vietnam-Heise

FTI Touristik GmbH

Wigwam Naturreisen & Expeditionen GmbH

Gebeco Gesellschaft für internationale Begegnung
und Cooperation mbH & Co. KG

Wir-sind-Südamerika GmbH

KIWI TOURS GmbH

WomenFairTravel GmbH

* Acht teilnehmende Reiseveranstalter wollten anonym bleiben.

4 Perspektiven für den Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer im deutschen Urlaubsreisemarkt

4.1 Quantitative Perspektiven seit Beginn der Corona-Pandemie

Ausgangslage vor Beginn der Corona-Pandemie

Die **Zahl der Urlauber**, die Länder des Globalen Südens bereisen, bewegt sich seit 2012 auf einem ziemlich stabilen Niveau von jährlich ca. 9 Mio. bis 10 Mio. Im **Vor-Corona-Jahr 2019** hatten 9,9 Mio. (=14% der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre) ihre Haupturlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland unternommen. 2018 waren es 8,9 Mio.

Im **Januar 2020**, am Vorabend der Corona-Pandemie, lag das **Interessenten-Potenzial** für Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens für den Zeitraum 2020-2022 bei 33,7 Mio. Das waren 8% mehr als im Vorjahr. Es war das höchste Interesse seit 2015.

Die vom Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. im Herbst/Winter 2019 befragten **46 Reiseveranstalter** in Deutschland hatten aus ihrer **Vor-Corona-Sicht** für die Mehrzahl der Destinationen des Globalen Südens bis 2030 eine eher geringe Zunahme deutscher Urlauberzahlen erwartet.

Entwicklungen ab Frühjahr 2020

Seit März 2020 (Beginn der ersten Corona-Infektionswelle) war aufgrund der Maßnahmen, die im In- und Ausland gegen die Verbreitung des Corona-Virus ergriffen wurden (das Tragen von Schutzmasken im öffentlichen Raum, Hygienemaßnahmen, Kontaktbeschränkungen, Ausgangssperren, Lock Downs, Grenzschießungen, Quarantänenvorschriften sowie Reisewarnungen etc.) auch die grenzüberschreitende **Urlaubsreisetätigkeit in außereuropäische Zielgebiete drastisch eingebrochen**.⁷²

Weitere Verunsicherungen, die auch im Zeitraum der zweiten Infektionswelle (Oktober 2020 bis Januar 2021) präsent waren, kamen hinzu: zum einen bei der Einschätzung von bereits entwickelten Impfstoffen hinsichtlich ihrer Wirksamkeit in Sachen Eigenschutz, der Verhinderung einer Weiterverbreitung des Virus durch Geimpfte an Dritte sowie der Gefahr neuer Virus-Mutanten (z.B. aus Großbritannien, Südafrika, Brasilien, Indien). Zum anderen bezüglich der notwendigen raschen flächendeckenden Verfügbarkeit und Anwendung diverser Impfstoffe im In- und Ausland – nicht zuletzt auch in Ländern des Globalen Südens. Viele von ihnen hinken bei Redaktionsschluss noch dem Impfgeschehen hinterher – mit dem Risiko, dass sich dort neue Mutationsvarianten herausbilden, die bei sozialen Kontakten den Schutz von bereits Geimpften überwinden könnten.

Schlussendlich waren im **ersten Corona-Jahr 2020** auf Basis der Haupturlaubsreise nur noch 4,8 Mio. deutschsprachige **Urlauberinnen und Urlauber** in Entwicklungs- und Schwellenländern unterwegs. Im Vergleich zu 2019 ergab sich damit ein **Rückgang von -52% (-5,1 Mio.)** – Siehe Tabelle 64, linker Teil.⁷³

Von den 4,8 Mio. Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden hatten 1,9 Mio. ihre Reise im ersten Quartal 2020 (Januar, Februar, März) angetreten, also vor Einsetzen des Infektionsschutzgesetzes vom 28. März mit dem u.a. scharfe Beschränkungen von Flügen nach Deutschland aus Hochrisikogebieten eingeleitet wurden. 160.000 Reisende mussten im Rahmen einer Rückholaktion der Bundesregierung im April 2020 nach Deutschland heimgefliegen werden. Während der verbleibenden drei Quartale hatten noch 2,9 Mio. ihre Haupturlaubsreise in Länder des Globalen Südens unternommen (davon 2,0 Mio. in die Türkei) – im gleichen Zeitraum waren im Vorjahr 8,7 Mio. gereist, woraus sich ein Corona-bedingter Rückgang von -67% errechnet.

⁷² Am 27. März 2020 war das Gesetz zum Schutz der Bevölkerung bei einer epidemischen Lage von nationaler Tragweite in Kraft getreten, das 18. November 2020 angepasst und konkretisiert wurde. Um die Pandemie einzudämmen, beschlossen Bund und Länder Mitte März 2020 weitgehende Einschränkungen für das öffentliche Leben, wie gleichzeitig auch viele andere Länder weltweit. Maßnahmen im Gesundheitssystem zielen darauf, ausreichende Kapazitäten für die Behandlung von COVID-19-Patienten und Tests von Verdachtsfällen bereitzuhalten und zugleich den Infektionsschutz für Patienten und Personal sicherzustellen. Die Bevölkerung wurde aufgerufen, durch Einhalten der AHA-Regeln (Abstand, Hygiene, Alltagsmasken) und andere Vorsorgemaßnahmen ihr Infektionsrisiko zu minimieren und so zugleich die Ausbreitung des Virus einzudämmen.

⁷³ Die Zahl der im Jahr 2020 in Entwicklungs- und Schwellenländer gereisten Deutschen lag mit 3,0 Mio. sogar fast um die Hälfte niedriger als zwei Dekaden zuvor (1999: 5,5 Mio.)



Bezogen auf das ganze Jahr 2020 war die Zahl der Türkei-Reisenden um -45% zurückgegangen, die der Nordafrika-Reisenden um -65%, und die Zahl der Fernziel-Reisenden hatte sich mehr als halbiert (-58%). In ferne Industrieländer waren sogar drei Viertel weniger gereist (-73%). Im Gegensatz dazu erhöhte sich die Zahl der Deutschland-Urlauber auf Basis der Haupturlaubsreise um 45%.

Ab wann und wie im deutschen Urlaubsreisemarkt die Reisetätigkeit in Länder/Regionen des Globalen Südens (Türkei, Nordafrika und Fernziele) **wieder deutlich in Richtung Normalisierung** einsetzen wird, blieb bei Redaktionsschluss **offen**. Eine signifikante Wiederaufnahme der Urlaubsreisetätigkeit dürfte vor allem von den Möglichkeiten und Erfolgen abhängen, die sich vor dem Hintergrund der Maßnahmen gegen die Corona-Pandemie hier bei uns sowie in den weltweiten touristischen Destinationen ergeben. Unklarheiten, Unsicherheiten und Bedenken veranlassen Menschen noch zum Abwarten bei der konkreten Reiseplanung und -buchung. Die Anforderungen potenzieller Urlauber an die Sicherheit während der Reise, wie z.B. wenig Kontakte, Corona-spezifische Hygienemaßnahmen, sind nach wie vor hoch.⁷⁴

Anfang des zweiten Corona-Jahres 2021 (zwischen dem Ende der zweiten Infektionswelle und dem Beginn der dritten im Februar 2021) haben im deutschen Urlaubsreisemarkt 35,5 Mio. Interesse bekundet, im Zeitraum 2021-2023 Entwicklungs- und Schwellenländer zu bereisen (siehe Tabelle 64, rechter Teil). Das sind 1,8 Mio. oder 5% mehr (!) als am Vorabend der Corona-Pandemie im Januar 2020 bezogen auf den Dreijahreszeitraum 2020-2022. Die **Zunahme des Interesses** erscheint vielleicht auf den ersten Blick erstaunlich vor dem Hintergrund der Anfang 2021 anhaltenden Corona-bedingten Reiseeinschränkungen und persönlicher Verunsicherungen bezüglich des weiteren Fortgangs der Pandemie und deren Auswirkungen auf das eigene Reiseverhalten. Sie dürfte vor allem begründet sein in einem aufgestauten (weil im Vorjahr 2020 für viele nicht realisierbaren) **Bedürfnis, wieder Urlaub in Ländern des Globalen Südens zu machen** – verbunden mit einer gewissen Zuversicht.

Tab. 64: Entwicklung des deutschen Urlaubsreisemarktes: Reisende 2018-2020 (Haupturlaubsreise, HUR) und Urlaubsreisepotenziale 2019-2021 – ausgewählte Destinationen

	Bevölk. 2018	Bevölk. 2019	Bevölk. 2020	Veränderung 2019/2020		Bevölk. 2018	Bevölk. 2019	Bevölk. 2020	Veränderung 2020/2021
	Mio.	Mio.	Mio.	%		Mio.	Mio.	Mio.	%
	70,5	70,6	70,6			70,5	70,6	70,6	
Reisende gesamt (HUR)	55,0	55,2	44,6	-19	Auswahl Potenziale (Mehrfachnennungen)	Potenzial 2019-2021	Potenzial 2020-2022	Potenzial 2021-2023	
Auswahl					Deutschland	43,5	43,5	49	+13
Deutschland	13,8	13,3	19,3	+45	Europäisches Ausland	57,6	57,8	59,1	+2
Europäisches Ausland	30,7	30,5	20,1	-34	Entwicklungs- und Schwellenländer gesamt	31,3	33,7	35,5	+5
Entwicklungs- und Schwellenländer gesamt	8,9	9,9	4,8	-52	Türkei	16,4	19,8	20,4	+3
Türkei	3,1	4,0	2,2	-45	Nordafrika	12,0	15,7	15,3	-3
Nordafrika	1,4	1,7	0,6	-65	Entw.länder-Fernziele	17,3	18,4	20,1	+9
Entw.länder-Fernziele	3,5	3,6	1,5	-58	Ferne Industrieländer	15,1	15,5	16,7	+8
Ferne Industrieländer	1,4	1,5	0,4	-73					

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld.
Datenbasis: Reiseanalysen 2019-2021 Reiseanalysen der F.U.R.

Das **Nachfrage-Potenzial** für Urlaubsreisen in **Nahziel-Destinationen im außereuropäischen Mittelmeerraum** hat bei der Türkei Anfang 2021 im Vergleich zum Vorjahr um 3% zugenommen. Das Nordafrika-Potenzial hat sich insgesamt um -3% verringert.⁷⁵ Die harten Potenziale (also jene, die sich „ziemlich sicher“ sind, 2021-2023 dorthin zu reisen) haben hier um durchschnittlich -8% abgenommen, die weichen Potenziale (für die im selben Zeitraum das Urlaubsmachen in diesen Ländern „generell vorstellbar“ ist), legten um 4% zu (tabellarisch nicht dargestellt).

74 Vgl. F.U.R. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2021 a): Urlaubsreisetrends 2021. Die Startbedingungen für den Tourismus. Beitrag von Prof. Dr. Martin Lohmann zur Eröffnungspressekonferenz der CMT Digital 2021 am 26. Januar 2021. Kiel. Seite 2.

75 In Bezug auf Ägypten und Marokko ergeben sich Rückgänge von -5% bzw. -8%, das Tunesien-Potenzial verzeichnet ein Plus von 4%.

Das Potenzial für **Fernziel-Destinationen** des Globalen Südens ist um durchschnittlich 9% gewachsen. Hier sind die harten Potenziale jedoch deutlich stärker geschrumpft: durchschnittlich um -19% – die weichen Potenziale haben sich um 14% vergrößert (tabellarisch nicht dargestellt). Dies dürfte zum Befragungszeitpunkt Ausdruck einer **realistisch-gebremsten Zuversicht** sein in Bezug auf die Möglichkeiten einer tatsächlichen Umsetzung des persönlichen Interesses an Urlaubsreisen in Fernziel-Destinationen im Zeitraum 2021-2023. Das Ergebnis legt auch die Vermutung nahe, dass in Zeiten einer anhaltenden globalen Pandemie bei der Beschäftigung mit der persönlichen Wiederaufnahme der Urlaubsreisetätigkeit die räumliche Nähe einer Destination und die bisherige persönliche Vertrautheit mit ihr eine wichtigere Rolle spielen dürften als in Normalzeiten.⁷⁶

Möglicherweise werden beim weiteren Reisen in Länder des Globalen Südens zunächst die im Vergleich zu Fernzielen schneller erreichbaren und kostengünstigeren **außereuropäischen Destinationen im nahgelegenen Mittelmeerraum (Türkei, Nordafrika)** eher in Frage kommen, sofern sie den Urlaubern überzeugende Rahmenbedingungen und Konzepte zur Minimierung gesundheitlicher Risiken bieten können. Für diese Nahziel-Destinationen hatten sich im deutschen Urlaubsreisemarkt bereits im Januar 2020, vor Beginn der Corona-Pandemie, 19,8 Mio. bzw. 15,7 Mio. interessiert – bezogen auf die kommenden drei Jahre. 33% bzw. 21% hatten bereits während der vorausgegangenen drei Jahre (2017-2019) dort Urlaub gemacht (potenzielle Wiederholer) (siehe Tabelle 11 auf Seite 81).

Anfang 2020 verfügten im **Vor-Corona-Fernziel-Potenzial** (18,4 Mio.) 27% über aktuelle Fernzielerfahrung (potenzielle Wiederholer). Bei Redaktionsschluss zeichnete sich ab, dass die Etablierung ausreichender gesundheitlicher Sicherheitsstandards in zahlreichen Fernzieldestinationen des Globalen Südens noch längere Zeit auf sich warten lassen dürfte – nicht zuletzt wegen signifikant geringer Verimpfungsquoten (siehe Tabelle 65), bedingt durch fehlende Impfstoffe. Unabhängig davon lag die Realisierungsquote von Fernziel-Potenzialen in der Vergangenheit z.T. deutlich unter denen von Nahziel-Potenzialen, wie etwa für die Türkei und Ägypten.

Sollten sich 2021 (oder danach) zu Zeitpunkten der Planung und Durchführung von Urlaubsreisen in einzelnen Destinationen des Globalen Südens pandemiebedingte gravierende gesundheitliche Risiken vor Ort abzeichnen, ergäben sich für potenzielle Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisende **Alternativen** im europäischen Bereich: So hatten sich im Januar 2020, am Vorabend der Corona-Pandemie, Türkei-, Nordafrika- und Fernziel-Interessenten als multioptionale Urlauber (zusätzlich) auch für Reisen in **europäische Mittelmeerländer** während der kommenden drei Jahre interessiert – ebenso für das Urlaubmachen in **Deutschland** (siehe Tabelle 11, Seite 81). Anfang 2021 hat sich das Interesse des Entwicklungsländer-Potenzials an Alternativ-Destinationen im europäischen Mittelmeerbereich sowie an Deutschland um durchschnittlich 32 Prozentpunkte oder 242% hochsignifikant verstärkt. Die Nutzung dieser Alternativen würde aber voraussetzen, dass in den besagten Destinationen (Spanien, Italien, Griechenland, Frankreich, Kroatien, Portugal) zum Zeitpunkt der Reiseplanung und -durchführung keine pandemiebedingten Risiken/Einschränkungen bestehen.

So lange es nicht gelingt, die Corona-Pandemie (einschließlich ihrer Mutationsvarianten) global dauerhaft in den Griff zu bekommen durch

- uneingeschränkte **Verfügbarkeit wirksamer Impfstoffe**
- **ausreichende globale Verimpfung** bis zur Herdenimmunität
- angepasstes, **verantwortliches Verhalten** im Alltag (Masken, social distancing, Hygiene)

wird das **Urlaubsreiseverhalten mit schwankenden Unsicherheiten** behaftet sein. Urlaubsreisepfung, Reiseentscheidung und Reisedurchführung werden je nach aktueller Lage herausgefordert bleiben durch stets erneutes Einschätzen von pandemiebedingten Risiken und persönlicher Bereitschaft, formale Einschränkungen/Auflagen in Kauf zu nehmen.

⁷⁶ Bei den europäischen mediterranen Konkurrenz-Potenzialen zeigt sich Anfang 2021 folgendes Bild: Die Potenzial-Zunahme gegenüber Januar 2020 ist hier mit durchschnittlich 11% doppelt so hoch als bei den Ländern des Globalen Südens, das harte Potenzial hat sich nur um -1% reduziert – das weiche Potenzial zeigt eine Zunahme von 16%. Das Potenzial für Deutschland-Urlaub hat nicht nur mit 13% am stärksten zugenommen, es generiert sein Wachstum auch ziemlich gleichmäßig aus dem harten wie weichen Potenzial, die beide gewachsen sind – das harte um 11%, das weiche um 14% (tabellarisch nicht dargestellt).



Hierzu zählen u.a.

- **persönliche Gesundheitsrisiken** (Ansteckungsgefahren) im Reisezielland (im dortigen öffentlichen Raum, in der Urlaubsunterkunft etc.) und während der Hin- und Rückreise (im Transportmittel)
- **finanzielle Risiken** bei kurzfristiger **Nichtdurchführbarkeit der Urlaubsreise**: eigener Rücktritt, Stornierung durch touristische Leistungsträger (Reiseveranstalter, Transport- und Unternehmenseinheiten)
- **finanzielle Risiken** bei **Nichtfortsetzbarkeit eines Urlaubsaufenthalts** wegen persönlicher Infektion im Urlaubsland und medizinisch notwendiger Versorgung vor Ort, wegen Flugstreichungen oder Grenzsicherungen, die eine rasche Rückkehr erschweren
- **Einschränkungen/Beschwerlichkeiten/Risiken** während der Hin- und Rückreise (Testung, vollständige Impfung vor Reiseantritt, Nachweis bei Reiseantritt und/oder nach Ankunft im Reisezielland, ggf. mehrtägige Quarantäne am Urlaubsort bzw. nach Rückkehr, Maskenpflicht im öffentlichen Raum des Urlaubslandes, in der Urlaubsunterkunft und im Reisetransportmittel, Beschwerlichkeiten bei der Zugänglichkeit von touristischen Attraktionen und der Nutzung von Urlaubsaktivitäten im Reisezielland)
- **Unsicherheiten** wegen sich verändernden offiziellen Reiseempfehlungen und Reisewarnungen in Deutschland sowie Einreisebestimmungen und Corona-Regeln in den Destinationen

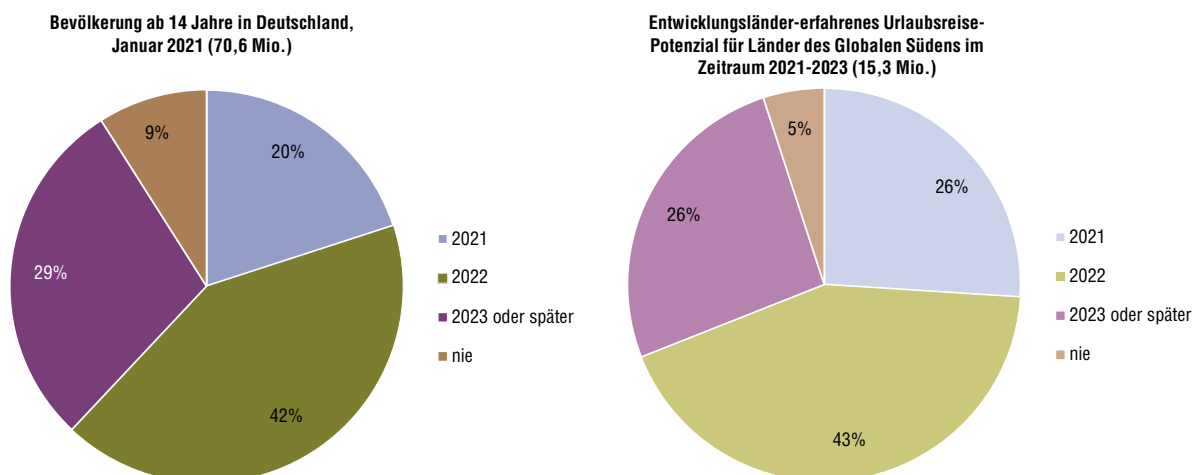
Wegen der bis auf Weiteres anhaltenden Unwägbarkeiten in Bezug auf pandemiebedingte weltweite Risikoentwicklungen in Destinationen (und Entsendemärkten) gilt bis auf Weiteres fürs Reisen:

It depends!

Volumen und Struktur der Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden werden sich im deutschen Urlaubsreisemarkt auch Ende 2021 (voraussichtlich auch 2022 und 2023) noch deutlich von dem bis 2019 bestehenden Normalzustand unterscheiden. Und zur Frage, wann man wieder so reisen wird, wie vor der Corona-Pandemie (unabhängig vom Reiseziel), gab es Anfang des zweiten Corona-Jahres in Deutschland unterschiedliche Meinungen. Im Vergleich zur Bevölkerung ist das Interessenten-Potenzial für Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens für den Zeitraum 2021-2023 etwas zuversichtlicher. Es hatte in den letzten drei Jahren (2018-2020) Entwicklungs- und Schwellenländer bereist (siehe Grafik 56).

Gr. 56: Wann wieder so reisen wie vor der Pandemie?

Was denken Sie: Wann werden Sie im Urlaub wieder so verreisen wie vor der Corona-Pandemie?



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2021 F.U.R.

Tab.65: COVID-19 Faktoren nach ausgewählten Regionen, Stand 30.8.2021

	Bestätigte Infektionen in Mio.	Todesfälle	Impfquote (Erstimpfung)	Impfquote (vollständig)	7-Tages-Inzidenz
Weltweit	216,0	4.500.000	k.A.	27%	k.A.
Auswahl					
Außereuropäischer Mittelmeerraum					
Ägypten	0,3	16.721	5%	3%	k.A.
Marokko	0,9	12.437	49%	39%	113,6
Tunesien	0,7	23.369	31%	15%	165,0
Türkei	6,3	55.958	56%	43%	133,9
Afrika südlich der Sahara					
Namibia	0,1	3.372	8%	4%	43,9
Republik Südafrika	2,8	81.595	15%	9%	123,2
Mittelamerika, Karibik und Mexiko					
Costa Rica	0,5	5.431	59%	20%	294,6
Dominikanische Republik	0,3	4.007	53%	42%	18,5
Kuba	0,6	5.144	47%	29%	504,9
Mexiko					
Südamerika					
Brasilien	20,7	579.308	62%	28%	79,9
Ecuador	0,5	32.232	56%	45%	33,7
Südasien, Südostasien und Nordostasien					
Indien	32,7	437.830	35%	10%	17,6
Indonesien	4,1	131.923	22%	13%	34,1
Malaysia	1,7	16.087	59%	44%	460,7
Malediven	0,08	226	70%	55%	153,0
Philippinen	1,9	33.109	17%	11%	103,0
Sri Lanka	0,4	8.775	57%	32%	168,2
Thailand	1,2	11.143	31%	9%	178,4
Vietnam	0,4	10.749	17%	2%	88,8
VR China	1,0	4.636	77%	62%	0
Europäischer Mittelmeerraum					
Frankreich	6,8	114.506	71%	58%	187,8
Griechenland	0,6	13.581	58%	55%	213,4
Italien	4,5	129.093	70%	60%	75,6
Kroatien	0,4	8.325	42%	39%	83,9
Portugal	1,0	17.721	84%	74%	152,7
Spanien	4,8	84.000	78%	69%	131,3
Deutschland	3,9	92.140	64%	60%	75,8

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: <https://www.corona-in-zahlen.de>, letzter Zugriff 30.08.2021.



4.2 Generelle Einflussfaktoren auf die Nachfrage-Entwicklung für Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens

Generell ist das Interesse an Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer von zahlreichen **Einflussfaktoren** abhängig, die situationsbedingten Veränderungen unterliegen (siehe Grafik 57). Deshalb lassen sich über Nachfrage-Entwicklungen nur (begründbare) Vermutungen anstellen.

Gr. 57: Touristische Nachfrage – Einflussfaktoren



Einige ausgewählte Aspekte dieser Faktoren sollen hinsichtlich ihres **möglichen stimulierenden oder hemmenden Einflusses** auf die weitere quantitative und qualitative Entwicklung von Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens bewertet werden.

Die Ausführungen in diesem Kapitel orientieren sich schwerpunktmäßig zum einen an den im Teil II dieser Studie aufgezeigten Ergebnissen repräsentativer Befragungen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung (speziell der **Urlauberinnen und Urlauber mit Entwicklungsländer-Reiseerfahrung**) zum Thema Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens (Kapitel 1 und 2). Außerdem werden Meinungen und Einschätzungen von befragten **Reiseunternehmen in Deutschland** zum Entwicklungsländer-Tourismus berücksichtigt (Kapitel 3).

Die in beiden Fällen vor Ausbruch der Corona-Pandemie ermittelten Ergebnisse werden auszugsweise zusammengeführt. Sie bilden Hintergrund und Ergänzung für die Einschätzung von **Entwicklungsperspektiven**, die sich für den Tourismus in Länder des Globalen Südens im deutschen Urlaubsreisemarkt **zum Zeitpunkt eines touristischen „Normalzustands“ vor Beginn der Corona-Pandemie** abzeichneten.

4.2.1 Demografische Faktoren im deutschen Entsendemarkt

In der demografischen Struktur der deutschen Gesellschaft ist ein Wandel zu erwarten, der „durch eine differenziertere, ältere, länger arbeitende und (wegen der Migrationsgewinne) bunter werdende Gesellschaft gekennzeichnet“ ist.⁷⁷

Man geht davon aus, dass die **Bevölkerungszahl** insgesamt bis 2030 ganz leicht ansteigen wird. Bei den einzelnen **Altersgruppen** gibt es dabei deutliche Verschiebungen: Für die Altersgruppen der 15- bis 34-Jährigen und der 45- bis 64-Jährigen werden deutliche Rückgänge prognostiziert, während die übrigen Altersgruppen leicht zulegen, insbesondere die 65- bis 74-Jährigen.⁷⁸ Gerade Senioren sind zum Teil finanziell gut abgesichert.

⁷⁷ Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 b): Reiseanalyse Trendstudie 2030: Urlaubsnachfrage im Quellmarkt Deutschland. Kiel. Seite VII.

⁷⁸ Vgl. ebd. Seite 11.

Erhöhte körperliche und geistige Mobilität, verbesserte Fremdsprachenkenntnisse und gestiegene Reiseerfahrung könnten zu einer verstärkten Nachfrage auch nach Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens führen bei differenzierteren Ansprüchen an die Urlaubsgestaltung.

Vor-Corona-Einschätzung

- Unter den befragten **Reiseveranstaltern** steht die deutsche Tourismuswirtschaft im Bereich des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer vor der Herausforderung einer Produktentwicklung, welche die individuellen Wünsche einer demografisch älter werdenden Bevölkerung berücksichtigt.

Bekanntermaßen prägt das **Bildungsniveau** das Freizeitverhalten der Menschen stark: Je höher die Bildung, desto breiter das Spektrum an Freizeit- und Reiseaktivitäten – auch in Bezug auf Reisen in Länder des Globalen Südens. Zwischen 2011 und 2019 hat sich bei Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden der Anteil von Personen mit hoher formaler Bildung von 30% auf 41% erhöht – am stärksten unter Fernziel-Reisenden (von 44% auf 57%). Auch hier könnte sich ein nachfragefördernder Effekt ergeben.

Der Anteil von Personen mit **Migrationshintergrund** wird in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre aller Voraussicht nach in den nächsten Jahren steigen. Eine veröffentlichte Prognose gibt es dazu nicht.⁷⁹ Auf Basis der Reiseanalyse ist der Anteil zwischen 2011 und 2019 von 16% auf 19% gestiegen – bei Personen mit EU-Migrationshintergrund von 7% auf 10%, bei jenen mit Migrationshintergrund Türkei von 2% auf 3%. „Mehr Mitbürger mit Migrationshintergrund durch Wanderungsbewegungen schaffen zusätzliche Reiseanlässe und auch Reisekompetenz.“⁸⁰ Unter Türkei-Reisenden erhöhte sich auf Basis der Haupturlaubsreise der Anteil von Urlaubern mit Migrationshintergrund Türkei zwischen 2011 und 2019 von 27% auf 31%. Im Vergleich mit deutschen Türkei-Urlaubern zeigen sie ein anderes Reiseverhalten (u.a. extrem geringer Anteil von Pauschalreisen, Dominanz von Besuchsreisen zu Verwandten/Bekannten und dortiger Unterkunft – geringere, aber doch mehrheitliche Bedeutung von Erholungsreise/Entspannungsurlaub, fast zur Hälfte Badeurlaub/Strandurlaub).

4.2.2 Ökonomische und soziale Faktoren im deutschen Entsendemarkt

2018 begann in Deutschland sowie im gesamten Euro-Raum eine Phase wirtschaftlicher Abkühlung, die sich 2019 fortsetzte. Im ersten Corona-Jahr 2020 erfolgte in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr ein Rückgang des BIP um 4,9%, im Euro-Raum um 6,6%. Für 2021 bzw. 2022 rechnet der Sachverständigenrat für Deutschland wieder mit einem Wachstum des BIP um 3,1% bzw. 4%. Im Euro-Raum wird ein BIP Wachstum von 4,1% bzw. 4,2% im Vergleich zum Vorjahr erwartet (siehe Grafik 58).

2019 war die **Zahl der arbeitslos gemeldeten Personen** um weitere 3,1% auf knapp unter 2,3 Mio. zurückgegangen. Noch nie gab es so viele **erwerbstätige** Personen in Deutschland (45,3 Mio.).⁸¹ 2020 stieg die Zahl der arbeitslos Gemeldeten auf 2,7 Mio.⁸²

Nach Aussagen des Statistischen Bundesamts waren 2020 die **Nominal- und Reallöhne** in Deutschland erstmals seit 2007 wieder gesunken. Grund dafür ist die Corona-Pandemie und die dadurch bedingte Kurzarbeit.⁸³ Die negative Entwicklung der Löhne wurde jedoch durch Sozialleistungen wie das Kurzarbeitergeld aufgefangen, sodass das **verfügbare Einkommen** 2020 sogar leicht gestiegen war.

79 Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020b): a.a.O. Seite 10f.

80 Vgl. ebd. Seite 112.

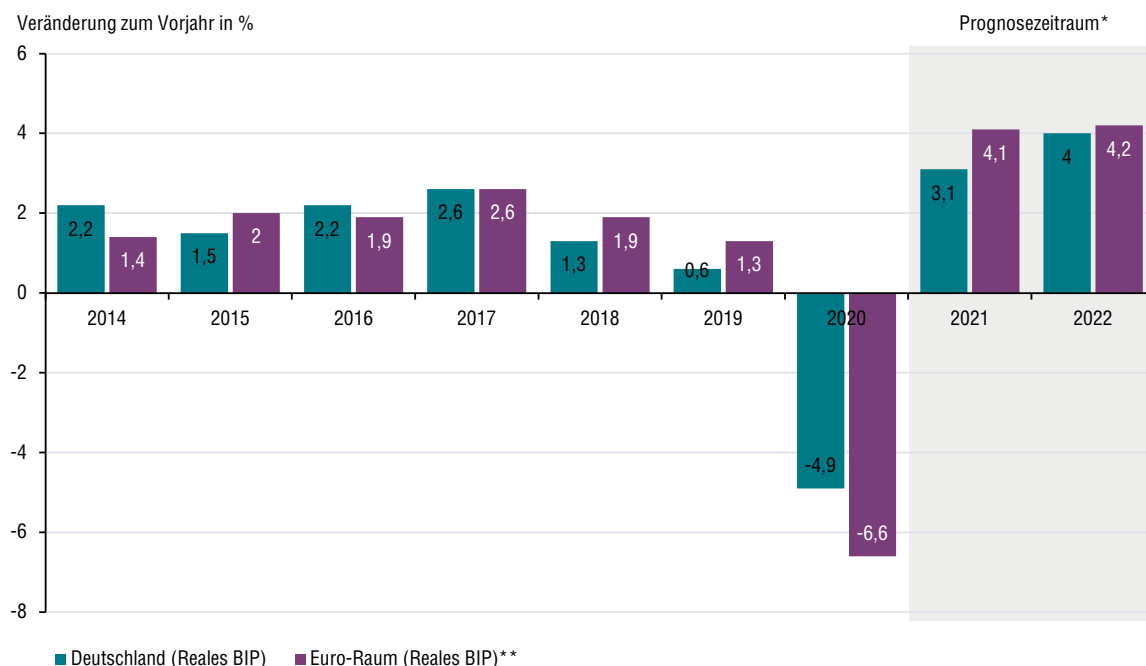
81 Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 c): Ergebnisbericht Reiseanalyse 2020. Struktur und Entwicklung der Urlaubsnachfrage im Quellmarkt Deutschland. Kiel. Seite 3.

82 Vgl. Statista GmbH (2021): URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1223/umfrage/arbeitslosenzahl-in-deutschland-jahresdurchschnittswerte>, letzter Zugriff 30.08.2021.

83 Vgl. Statistisches Bundesamt (2021 a): 1. Quartal 2021: Reallöhne um 2,0 % niedriger als im Vorjahresquartal. In: Pressemitteilung Nr. 300, Juni 2021. URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2021/06/PD21_300_62321.html;jsessionid=16B55EC34EF-BEF6555805F973D34D28B.live721, letzter Zugriff 30.08.2021.



Gr. 58: Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Deutschland und im Euro-Raum



* Prognose des Sachverständigenrates

** Prognose basiert auf saison- und kalenderbereinigten Quartalswerten.

Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Euostat, Statistisches Bundesamt, Berechnungen des Sachverständigenrates, letzter Zugriff 29.06.2021, <https://www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de/konjunkturprognose-2021>.

Bedingt durch Unsicherheit und mangels Ausgabemöglichkeiten u.a. für Urlaub, Freizeit und Mobilität sowie der Schließung vieler Geschäfte – gingen die Konsumausgaben privater Haushalte im Jahr 2020 um 5% zurück.⁸⁴ Es war der stärkste Rückgang seit 50 Jahren. Die Ausgaben wurden aufgeschoben – die Sparquote stieg um 50%.⁸⁵

Im Januar 2020, vor Beginn der Corona-Pandemie, wurde in Deutschland die **allgemeine wirtschaftliche Lage** für das restliche Jahr von 62% der Bevölkerung als „gleichbleibend“ eingeschätzt (Vorjahr: 67%), 28% gingen von einer Verschlechterung aus (Vorjahr: 22%). Der Anteil jener, die eine Verbesserung sahen, blieb mit 11% unverändert. **Anfang 2021** schätzten nur noch 29% die Lage als gleichbleibend ein, 59% gehen von einer Verschlechterung aus (siehe Grafik 59).⁸⁶

Im Januar 2020 hatten 72% ihre **persönliche wirtschaftliche Lage** für das restliche Jahr fast unverändert als „gleichbleibend“ eingeschätzt; jene, die eine Verschlechterung sahen (11%), hatten leicht zugenommen (Vorjahr 9%); mit einer Verbesserung rechneten 17%, etwas weniger als im Vorjahr (18%). Am **Anfang des zweiten Corona-Jahres** 2021 schätzten 68% die Lage als gleichbleibend ein – 20% rechnen mit einer Verschlechterung (siehe Grafik 59).

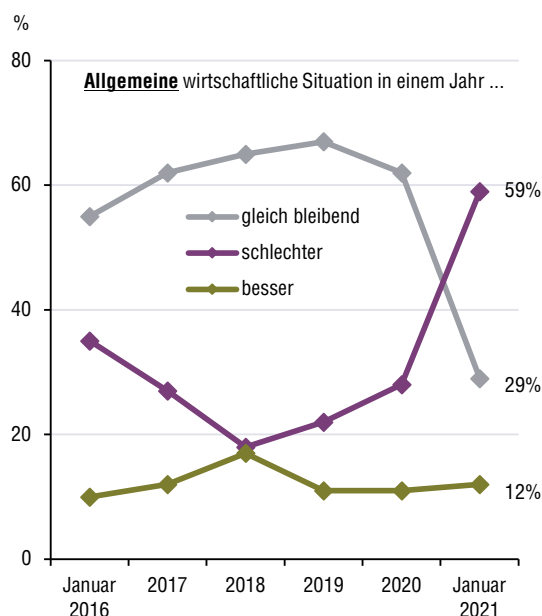
84 Vgl. Statistisches Bundesamt (2021 b): Konsumausgaben der privaten Haushalte 2020 deutlich zurückgegangen. In: Pressemitteilung Nr. 122, März 2021. URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2021/03/PD21_122_811.html, letzter Zugriff 31.07.2021.

85 Vgl. ZEIT ONLINE (2021): Coronakrise lässt privaten Konsum einbrechen. URL: <https://www.zeit.de/news/2021-03/15/corona-krise-drosselt-privaten-konsum>, letzter Zugriff: 21.07.2021.

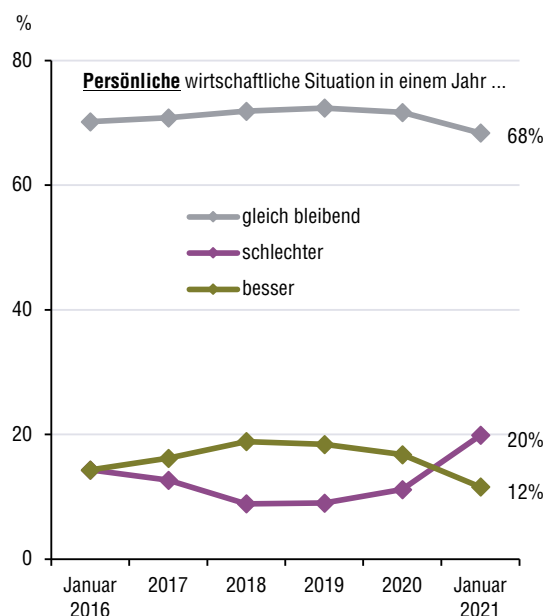
86 Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 c): a.a.O. – Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2021 b): Ergebnisbericht Reiseanalyse 2021. Struktur und Entwicklung der Urlaubsnachfrage im Quellmarkt Deutschland. Kiel.

Gr. 59: Einschätzung der allgemeinen und der persönlichen wirtschaftlichen Lage (Bevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland, 70,6 Mio.)

Wie schätzen Sie die allgemeine wirtschaftliche Situation ein?
Wird diese in ca. einem Jahr besser sein, schlechter sein oder
wird sie gleich bleiben?



Wie schätzen Sie Ihre persönliche wirtschaftliche Situation ein?
Wird diese in ca. einem Jahr besser sein, schlechter sein oder
wird sie gleich bleiben?



Quelle: Egermeier, von Laßberg, Mitteneder, Tuncer, Vielhaber (2021): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Seefeld. Datenbasis: Reiseanalyse 2021 F.U.R.

Die jüngsten Daten des ZEW-Finanzmarktreports vom Juli 2021 deuten auf eine Verbesserung der Wahrnehmung der aktuellen Lage der Wirtschaft hin. So wird die wirtschaftliche Situation in Deutschland erstmals seit zwei Jahren positiv beurteilt und wieder ähnlich eingeschätzt wie Anfang 2019.⁸⁷

Anfang 2020 waren in der Bevölkerung die **Ausgabeabsichten für Urlaubsreisen** im anstehenden Jahr (persönlich mehr oder weniger Geld für Urlaubsreisen auszugeben als im Vorjahr) saldomäßig erneut positiv. Selbst bei der Gruppe mit einem Haushaltsnettoeinkommen von weniger als 2.000 Euro war der Saldo ausgeglichen. Bei den darüber liegenden Einkommensgruppen überwog die Zuversicht, im Jahr 2020 mehr Geld für Urlaubsreisen auszugeben als im Vorjahr. **Anfang 2021** hat sich dieser Positiv-Saldo insgesamt deutlich verstärkt – besonders in den Einkommensgruppen ab 2.000 Euro.⁸⁸

Auch die Urlaubsreiseabsichten für das anstehende Jahr lagen im **Januar 2020** auf dem Niveau der Vorjahre: **61%** äußerten **festen Reiseabsichten**, 11% hielten es für wahrscheinlich, zu verreisen, 13% waren noch unsicher, ob sie verreisen würden oder nicht, und 15% wollten wahrscheinlich oder sicher nicht verreisen. Die niedrigste Einkommensgruppe zeigte mit 31% erneut den höchsten Anteil an Personen, die zumindest am Jahresbeginn keine Urlaubsreise planen (tabellarisch nicht dargestellt).

Im **Januar 2021** zeigen nur noch **33% feste Reiseabsichten**, 15% halten es für wahrscheinlich, zu verreisen, 30% sind noch unsicher, 21% wollen wahrscheinlich oder sicher nicht verreisen. In allen Einkommensgruppen hat sich der Anteil jener, die feste Reiseabsichten haben, signifikant reduziert (um durchschnittlich 30 PP). Der Anteil jener, die wahrscheinlich oder sicher nicht verreisen wollen, ist um durchschnittlich 8 PP gestiegen (tabellarisch nicht dargestellt).⁸⁹

87 Vgl. ZEW Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (2021): Lageeinschätzung zum ersten Mal seit zwei Jahren im positiven Bereich. In: Finanzmarktreport, August 2021. Mannheim. URL: <https://ftp.zew.de/pub/zew-docs/frep/082021.pdf?v=1626075872>.

88 Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 c): a.a.O. – F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2021 b): a.a.O.

89 Vgl. ebd.



Die oben ausgewählten ökonomischen **Rahmenfaktoren** (BIP, Arbeitslosenzahl, Nominal- und Reallöhne und disponibles Einkommen) zeigen, dass zum Zeitpunkt **Sommer 2021** die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie relativ gut abgefedert worden sind – nicht zuletzt durch massive staatliche Finanzhilfen.

An der geäußerten Ausgabenabsicht für Urlaubsreisen hat sich zwischen Januar 2020 und Januar 2021 kaum etwas geändert im Gegensatz zur konkreten Reiseabsicht, die zurückhaltender ausfällt.

Am Reisen-Können hat sich also aus persönlicher finanzieller Sicht nicht viel geändert. Dennoch ist man Anfang des Jahres (trotz zeitweiliger Lockerungen der Corona-Einschränkungen) verunsichert, ob und wann man 2021 wieder reisen soll.

Aller Voraussicht nach wird in den kommenden Jahren die Gesellschaft weiter auseinanderklaffen, die **Polarisierung der Gesellschaft** wird weiter zunehmen. Menschen mit hohem Einkommen und wenig Freizeit auf der einen, Menschen mit wenig Geld und eher mehr Freizeit auf der anderen Seite. Inwieweit sich dies auf Angebot und Nachfrage in Bezug auf Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer auswirkt, bleibt abzuwarten.

Vor-Corona-Einschätzung

- Unter befragten **Reiseveranstaltern** wurde aufgrund einer wachsenden wirtschaftlichen Ungleichheit in der Gesellschaft eine zunehmende Spaltung des Marktes in Luxus- und Billigtourismus gesehen, der die deutsche Tourismuswirtschaft mit einer entsprechenden Produktentwicklung begegnen muss.

Flexiblere Arbeitszeitstrukturen und ein schon vor Beginn der Corona-Pandemie höherer Anteil an Home-Office werden bisherige Standards bzgl. der Tages-, Wochen-, Jahres- und Lebensarbeitszeit zunehmend auflösen. Inwieweit sich das auf die Nachfrage nach Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer auswirkt, bleibt offen.

Durch die Maßnahmen des **Klimaschutzprogramms der Bundesregierung** und deren Verschärfung Ende 2019 sowie die Einführung einer **CO₂-Steuer** seit 2021 ist in den kommenden Jahren mit steigenden Benzin- und Erdgaspreisen sowie mit höheren Flugpreisen zu rechnen.⁹⁰ **Höhere Flugpreise** werden/können sich – vor allem, wenn sie mit Rückgängen des disponiblen Einkommens zusammentreffen – nachteilig auf die Reisetätigkeit insbesondere einkommensschwächerer Bevölkerungsteile auswirken.

Vor-Corona-Einschätzung

- 83% bzw. 77% der befragten **Reiseveranstalter** sahen eine geringe bis mittlere Beeinträchtigung des Interesses an Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer durch Kosten für Emissions-Zertifikate für Fluggesellschaften oder eine Ticket-Steuer für Flugreisen (Luftverkehrsabgabe). Nur jeweils 3% erwarteten bis 2030 eine starke Beeinträchtigung. Ebenfalls 77% sahen eine geringe bis mittlere Beeinträchtigung durch eine europäische Kerosinsteuer für Flugreisen, nur 3% erwarteten dadurch bis 2030 eine starke Beeinträchtigung.

4.2.3 Polit-ökonomische Faktoren in Destinationen des Globalen Südens

Für Entwicklungs- und Schwellenländer ist der Tourismus ein **wichtiger Devisenbringer** – für manche sogar die maßgebliche devisenbringende Einnahmequelle. Viele Länder haben auf den Tourismus als ein „weiteres Standbein“ zur **Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur** gesetzt. Die Hoffnung auf positive und menschenwürdige **Beschäftigungseffekte** ist groß. Trotz notwendiger Relativierungen dieser Erwartungen und anderer erhoffter Effekte wird man davon ausgehen können, dass Entwicklungsländer auch in Zukunft verstärkt als Anbieter auf dem internationalen Urlaubsreisemarkt auftreten und versuchen, zusätzliche Nachfrage zu erzeugen – nicht zuletzt unter Nutzung komparativer Angebotsvorteile (z.B. deutlich niedrigeres Lohnniveau).

⁹⁰ Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 b): a.a.O. Seite 18.

Vor-Corona-Einschätzung

- 86% der befragten **Reiseveranstalter** waren der Meinung, dass der Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer die dortige lokale Wirtschaft stärkt.
- 82% vertraten die Auffassung, dass der Tourismus dringend benötigte Devisen in diese Länder bringt – das sahen auch 67% der Urlauber:innen mit aktueller Entwicklungsländer-Erfahrung (nachfolgend in Kurzform als „**Entwicklungsländer-Reisende**“).⁹¹ Bei den Urlauber:innen verstärkt sich diese Einschätzung tendenziell mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen).
- 77% der **Reiseveranstalter** gingen davon aus, dass der Tourismus zur Verbesserung der allgemeinen Infrastruktur führt, von der auch die einheimische Bevölkerung profitiert.

73% waren der Meinung, dass der Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer Zugang zu menschenwürdigen Arbeitsmöglichkeiten für die Einheimischen schafft. 59% hatten während der letzten fünf Jahre in Empfängerländern Verbesserungen bei der Schaffung von fairen Arbeitsbedingungen für die im Tourismus Beschäftigten wahrgenommen.

- Auch 73 % der **Entwicklungsländer-Reisenden** vertraten die Auffassung, dass der Tourismus gute Arbeitsplätze für die Einheimischen schafft.
- 52% der **Reiseveranstalter** und 45% der **Entwicklungsländer-Reisenden** gingen davon aus, dass der Tourismus einen wichtigen Beitrag leistet zur Armutsbekämpfung in den Zielgebieten. Bei den Urlauber:innen verstärkt sich diese Einschätzung tendenziell mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen).

64% der Reiseveranstalter und 44% der Entwicklungsländer-Reisenden meinten, dass der Tourismus langfristig die wirtschaftliche und politische Stabilität der Entwicklungsländer erhöht.

Man kann davon ausgehen, dass hinsichtlich der quantitativen Weiterentwicklung des Tourismus nach wie vor eine weitgehende **Interessenkongruenz** besteht zwischen den Entscheidungszentren von **Wirtschaft und Politik** in den Ländern des Globalen Südens und den Industriestaaten. Für die Führungsschichten der Entwicklungsländer bietet der Tourismus nicht nur eine attraktive Investitionsmöglichkeit und Einnahmequelle, sondern auch Prestigegewinn, da es sich um einen „modernen“ Wirtschaftssektor handelt. In autoritären Staaten kann er auch zur Stabilisierung der politischen Macht genutzt werden. Von den Quellmärkten der Industrieländer sowie von den Empfängerländern des Globalen Südens dürften weiterhin nachfragestimulierende Impulse ausgehen.

Vor-Corona-Einschätzung

- 56% der Ende 2019 befragten **Reiseveranstalter** sahen in den letzten fünf Jahren Verbesserungen bei der Wertschöpfung in den touristischen Zielgebieten für die einheimischen Leistungsträger.
- 47% hatten Verbesserungen bei der fairen Kooperation zwischen Tourismusverantwortlichen in den Entsende- und Empfängerländern wahrgenommen.
- Andererseits waren 52% der Auffassung, dass der Tourismus neue regionale Ungleichheiten in den Ländern schafft.
- 41% der **Reiseveranstalter** und 29% der **Entwicklungsländer-Reisenden** gingen davon aus, dass der Tourismus dazu beiträgt, dass die durch den Urlaubstourismus in Entwicklungsländern generierten Deviseneinnahmen auch zur

⁹¹ Nachfolgend werden zu Aspekten der Wirkungen des Urlaubstourismus in Länder des Globalen Südens die Zustimmungswerte von befragten Reiseveranstaltern und Entwicklungsländer-Reisenden gleichzeitig dargestellt. **Dabei ist folgendes zu beachten:** Reiseveranstalter konnten bei der Befragung im Herbst/Winter 2019 auf Basis einer 5stufigen Rating-Skala antworten, die von „stimme ganz entschieden zu“ und „stimme eher zu“ über „bin unentschieden“ bis „stimme eher nicht nur“ und „stimme ganz und gar nicht zu“ reichte. Die hier dargestellten Zustimmungswerte basieren auf einer Zusammenfassung von „stimme ganz entschieden zu“ und „stimme eher zu. **Entwicklungsländer-Reisende** hatten (aus Gründen eines ausgeschöpften Forschungsbudgets für Studienkreis-Ekklusivfragen in der Reiseanalyse) im Januar 2019 nur die Möglichkeit der Zustimmung (Ja) – Vgl. dazu Vorbemerkung auf Seite 106. Insofern sind die Zustimmungswerte beider Gruppen **nicht 1:1 vergleichbar**.



Stabilisierung von Unrechts-Regimen beitragen. Bei den Urlaubern verstärkt sich diese Einschätzung tendenziell mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen).

Generell dürfte das **Krisenpotenzial** in Entwicklungs- und Schwellenländern – bedingt durch ungelöste Probleme wie Armut, Nationalitätenkonflikte, fundamentalistische Bewegungen, Religionskonflikte, Demokratiedefizite, autokratische Machtstrukturen, Korruption etc., die sich in gewalttätigen Auseinandersetzungen und politischen Umbrüche niederschlagen – eher zu- als abnehmen.

Dies kann sich **temporär hemmend** auf die touristische Nachfrage von Einzeldestinationen auswirken, wenn dort die **Gewährleistung der persönlichen Sicherheit** im Urlaub in Frage steht. Auch wenn hier eine gewisse „Gewöhnung“ beobachtet werden konnte, bleibt festzuhalten, dass beachtliche Teile der Reisenden diese Risikodimension mehr oder weniger stark „im Hinterkopf“ haben.

Dass Urlauber sehr schnell und deutlich auf solche Probleme oder Verunsicherungen reagieren und ihre Reisepläne kurzfristig ändern, hat sich wiederholt gezeigt: etwa bei den Rückgängen der Urlauberszahlen in Nordafrika und in Ferndestinationen nach den Anschlägen des 11. September 2001, nach den 2011 einsetzenden und erst 2017 endenden negativen Auswirkungen des Arabischen Frühlings auf Urlaubsreisen nach Nordafrika, oder 2016, beim drastischen Einbruch deutscher Besucherzahlen in der Türkei um 1,2 Mio. Damals sah nur noch ein Fünftel der deutschen Türkei-Reisenden die persönliche Sicherheit im Land als gegeben und die politische und soziale Situation als akzeptabel an. Es zeigten sich überdurchschnittliche Rückgänge u.a. bei Erstbesuchern, Frauen, Personen mit höherer formaler Bildung und hohem Haushaltsnettoeinkommen, bei Angehörigen aus oberen sozialen Schichten und gehobenen sozialen Milieus. Erst 2019 erreichten die Urlauberszahlen aus Deutschland wieder fast das Niveau von 2015.

Spontaner, temporärer Verzicht auf den Besuch einer Destination erfolgt vor allem dann, wenn Tourist:innen selbst durch terroristische Anschläge oder Geiselnahmen/Entführungen betroffen oder gefährdet sind.

Vor-Corona-Einschätzung

- 54% der befragten **Reiseveranstalter** sahen bis zum Jahr 2030 eine starke Beeinträchtigung des Interesses, Länder des Globalen Südens zu bereisen, wegen möglicher terroristischer Anschläge auf Tourist:innen in den Zielgebieten. 37% erwarteten eine geringe bis mittlere.

49% bzw. 43% erwarteten eine starke Beeinträchtigung der Nachfrage durch politische Umbrüche oder gewalttätige Auseinandersetzungen in den Zielgebieten; 40% bzw. 49% sahen eine geringe bis mittlere.

31% gingen von einer starken Beeinträchtigung durch das Bewusstsein der Urlauber für die persönliche Sicherheit im Zielgebiet aus; 63% erwarteten eine geringe bis mittlere.

Unter den befragten Reiseveranstaltern wurden steigende Sicherheitsrisiken in den Destinationen als Folge politischer Instabilität und regionaler Krisen als eine große Herausforderung für die Tourismuswirtschaft in den Entsende- und Empfängerländern gesehen. Benannt werden auch Sicherheitsrisiken in Folge der Zunahme sozialer Ungleichheit, Armut und Rassismus/Intoleranz.

Reiseländer können Staaten sein, in denen Menschenrechte massiv verletzt werden. Als Devisenbringer und durch die Anwesenheit von Tourist:innen kann der Tourismus die Regierungen solcher Länder und deren Handeln politisch und wirtschaftlich stützen. Das Bekanntwerden von **Menschenrechtsverletzungen in bestimmten Destinationen** kann die Nachfrage nach Urlaubsreisen dorthin zumindest zeitweise beeinträchtigen. Waren früher Boykottaufrufe gegen Reiseländer, in denen Menschenrechtsverletzungen stattfinden, noch ein beliebtes Druckmittel, ist

dieses heute eher selten geworden. Es hat sich gezeigt, dass vor allem Aufklärung und mediale Berichterstattung unterstützt durch visuelle Beiträge über Menschenrechtsverletzungen Auswirkungen auf das persönliche Reiseverhalten haben können.⁹²

Vor-Corona-Einschätzung

- 71% der befragten **Reiseveranstalter** erwarteten bis 2030 eine geringe bis mittlere Beeinträchtigung des Interesses an Urlaubreisen in den Globalen Süden durch das Bekanntwerden von Menschenrechtsverletzungen, 9% sahen eine starke.

59% hatten in den letzten fünf Jahren Verbesserungen bei der Bekämpfung von Ausbeutung und Diskriminierung besonders gefährdeter Personen wie Kinder, Frauen, indigene Völker, Menschen mit Behinderung und Minderheiten wahrgenommen.

4.2.4 Globale ökologische Faktoren

Die möglichen Effekte des **Klimawandels bzw. der globalen Erwärmung** auf die touristische Nachfrage erscheinen langfristig groß. Der Anstieg des Meeresspiegels dürfte für einige Destinationen/Regionen bereits mittelfristig fatale Auswirkungen haben: Fluten, Überschwemmungen, Menschen, die ihre Heimat verlassen müssen. Destinationen wie die Malediven, die Bahamas, die indonesischen Inseln Bali und Java, aber auch ganze Landesteile wie z.B. in Südvietnam dürften in den kommenden ca. 50 Jahren davon betroffen sein. Für den Tourismus in Länder des Globalen Südens ist dadurch mittelfristig eine gewisse Verlagerung der Touristenströme wahrscheinlich. In diesen Zusammenhang fällt auch die Thematik der **Klimabelastung durch Flugreisen**. Reisen in Länder des Globalen Südens sind entfernungsbedingt fast ausschließlich Flugreisen (2019: 95%) mit besonders klimaschädlichen Auswirkungen. Im Rahmen zunehmender Nachhaltigkeitsdebatten rund um die Klimakrise hat der Begriff „Flugscham“ in der Öffentlichkeit an Bedeutung gewonnen – nicht zuletzt durch die „Fridays-for-future-Bewegung“. Anfang 2020 hatten 73% jener, die in den letzten zwölf Monaten mit dem Flugzeug gereist waren, mehr oder weniger Flugscham – 27% hatten keine. Flugreisende, denen die Problematik bekannt ist und die trotzdem gute Gründe haben, ihren Urlaub in Ländern des Globalen Südens zu verbringen, haben momentan nur die persönliche Option einer CO₂-Kompensation.

Vor-Corona-Einschätzung

- 11% der befragten **Reiseveranstalter** erwarteten bis 2030 eine starke Beeinträchtigung des Interesses an Reisen in Entwicklungsländer durch das Bewusstsein der Urlauber für die Klimabelastung durch Flugreisen; 77% sahen geringe bis mittlere Beeinträchtigungen.

58% rechneten mit einer Zunahme der Diskussionen zum Thema Flugscham; 25% erwarteten keine Veränderung.

Unter den befragten Reiseveranstaltern betrachtete man den Klimawandel und den Wunsch nach klimaneutralen Reisen sowie deren Vermarktung als erhebliche Herausforderung für die deutsche Tourismuswirtschaft.

In den vergangenen Jahren wurde nicht nur deutlich, dass **extreme Naturereignisse** häufiger auftreten; es wurde auch klar, dass die damit einhergehenden materiellen und immateriellen Schäden – nicht zuletzt die Anzahl der Menschen, die dabei zu Tode kamen –, gestiegen sind. Auch der Tourismus in Entwicklungsländer ist davon stark betroffen. Blieben die Auswirkungen starker Erdbeben überwiegend auf die einheimische Bevölkerung beschränkt

92 Vgl. Keefe, J. / S. Wheat / J. Pike (1998): a.a.O. – Thin, L. (2019): a.a.O. – Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. (2016): „Menschenrechte verstehen“ aus der Reihe SympathieMagazine. Seefeld. Gerade in der Tourismusindustrie, die für Hunderttausende Arbeitsplätze schafft und Menschen der verschiedensten Kulturen zusammenbringt, müssen Menschenrechte ganz oben auf der Agenda stehen. Der Roundtable Human Rights in Tourism, ein Zusammenschluss von Reiseveranstaltern und im Tourismus tätigen Akteuren hat es sich zur Aufgabe gemacht Reiseveranstalter zu unterstützen, ihre Wertschöpfungskette strategisch auf Berührungspunkte mit Menschenrechts-Risiken zu durchleuchten und die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf ökologische, sozio-kulturelle und damit auch menschenrechtliche Verträglichkeit zu überprüfen und zu verbessern. (www.humanrights-in-tourism.net) siehe Beitrag Tourismus und Menschenrechte Seite 265. Auf Initiative des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. wird seit 2017 der „TO DO Award Human Rights in Tourism“ verliehen, um für eine an den Menschenrechten orientierte touristische Entwicklung zu sensibilisieren (www.studienkreis.org) siehe Beitrag Seite 258.



(Türkei, Nepal, Philippinen), so hat der Tsunami, die Flutwelle in Südostasien vom Dezember 2004, gezeigt, wie schnell und wie stark dadurch auch die internationale Tourismusbranche und somit das Nachfrageverhalten für bestimmte Regionen zumindest temporär betroffen sein kann. Man wird von einer weiteren Zunahme extremer Naturereignisse mit Katastrophendimension aufgrund der globalen Erwärmung ausgehen können.

Vor-Corona-Einschätzung

- 54% der befragten **Reiseveranstalter** erwarteten, dass das Interesse der Deutschen an Reisen in Entwicklungsländer durch Natur- und Umweltkatastrophen in den Zielgebieten bis 2030 stark beeinträchtigt wird; weitere 40% gingen von einer geringen bis mittleren Beeinträchtigung aus.

4.2.5 Umwelt- und Gesundheitsfaktoren in Destinationen

Die **Umweltbelastung in den Zielgebieten**, z.B. durch den Müllexport aus Europa in Entwicklungsländer ist ein medialer Dauerbrenner. Inwieweit sich dies nachfragehemmend auf das Urlaubmachen in Ländern auswirkt, über welche diesbezüglich in den Medien berichtet wird (z.B. Malaysia, Thailand), bleibt abzuwarten – ebenso ob sich verbaute oder versiegelte Landschaft (z.B. durch touristische Infrastruktureinrichtungen) nachfragehemmend auswirkt.

Vor-Corona-Einschätzung

- 23% der befragten **Reiseveranstalter** erwarteten, dass das Interesse der Deutschen an Reisen in Entwicklungsländer bis 2030 durch eine zunehmende Umweltbelastung in den Zielgebieten stark beeinträchtigt wird; weitere 69% sahen eine geringe bis mittlere Beeinträchtigung.

77% erwarteten eine geringe bis mittlere Beeinträchtigung durch Landschaftsverbauung, z.B. durch große Hotelanlagen; 9% rechneten mit einer starken.

53% hatten in den letzten fünf Jahren in den Zielgebieten des Globalen Südens aber auch eine Zunahme der Beachtung von Umweltstandards wahrgenommen, 50% eine Zunahme der Vermeidung von Plastikmüll. Jeweils 21% bzw. 24% sahen eine Abnahme.

59% hatten eine Zunahme beim Schutz der biologischen Vielfalt wahrgenommen – 23% eine Abnahme.

Nicht zu unterschätzen sind die Befürchtungen mancher Urlauberinnen und Urlauber vor möglichen **Krankheiten/Seuchen** in Zielgebieten des Urlaubstourismus. Bereits vor der Corona-Pandemie stattgefundenen Epidemien, wie etwa SARS, Schweinegrippe oder Ebola, waren Beispiele dafür, dass die Nachfrage nach betroffenen Zielländern zumindest temporär eingeschränkt ist. Ausbruch und bisheriger Verlauf der Corona-Pandemie haben erstmals gezeigt, dass eine hoch ansteckende Virus-Infektion das touristische Geschehen weltweit nahezu vollkommen zum Erliegen bringen kann.

Vor-Corona-Einschätzung

- 49% der befragten **Reiseveranstalter** gingen davon aus, dass bis 2030 das Interesse der Deutschen an Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer durch Krankheiten und Seuchen in den Zielgebieten des Globalen Südens stark beeinträchtigt wird; weitere 43% erwarteten eine geringe bis mittlere Beeinträchtigung.

4.2.6 Faktoren des individuellen Urlaubreiseverhaltens

Die Digitalisierung schreitet weiter voran: Die **Nutzung des Internets** für Reiseinformationen und zur Buchung von Reisen oder Reisebestandteilen sowie das Smartphone als Multifunktionsgerät für Buchungen, Navigation, als Reiseführer oder Bezahlungssystem haben sich etabliert.⁹³ 97% der Entwicklungsländer-Reisenden hatten im Januar 2020

⁹³ Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 b): a.a.O. Seite 18.

Zugang zum Internet – 2001 waren es noch 53%.⁹⁴ Bereits 84% der Entwicklungsländer-Fernziel-Reisenden haben 2019 das Internet zur Informationsbeschaffung für die Planung einer Urlaubsreise genutzt – 51% zur Reisebuchung. Inwieweit das veränderte **Informations- und Buchungsverhalten** die Nachfrage nach Urlaubsreisen in den Globalen Süden stimuliert, bleibt abzuwarten.

Die neuen Informations- und Buchungsmöglichkeiten via Internet und mobile online werden dem Bedürfnis bestimmter Marktsegmente nach **mehr Individualität** beim Reisen weiter entgegenkommen. Im Internet buchbare Baustein-/Modul-Angebote können auch im Entwicklungsländer-Tourismus zu einer weiteren Individualisierung traditioneller Pauschalreise-Angebotsformen führen und zur Differenzierung und Stimulierung der Nachfrage. Es ist zu erwarten, dass auch die Zielgruppe der Senioren Internet, Smartphone und andere technologische Entwicklungen zunehmend stärker nutzen wird.

Vor-Corona-Einschätzung

- Die befragten **Reiseveranstalter** sahen bis 2030 mit großer Mehrheit eine Bedeutungszunahme bei der Nutzung zahlreicher Internet-basierter Informations- und Buchungsmöglichkeiten – besonders häufig (zu über 70%) die Nutzung von Applikationen für Smartphones, professionellen Reiseblogs/Bloggerbeiträge, Preisvergleichsportalen für Flüge und Pauschalreisen und Beiträgen in sozialen Medien von Urlauber:innen – sowie eine Zunahme von Internet-basierten Buchungen der Urlaubsunterkunft und einzelner Leistungen als Bausteinreise oder Zusatzleistungen vor Ort.

Beim Urlaubmachen in Ländern des Globalen Südens dominiert nach wie vor die **Pauschalreise** (je nach Reiseziel bis zu 92%). Diese Reiseform gilt generell als die sicherste. Allgemein zugenommen hat der Wunsch nach einer „**Individualisierung**“ von Pauschalreisen, also dem Wunsch nach individueller, flexiblerer Zusammenstellung von einzelnen „Bausteinen“ für die „persönliche“ Reise (**Dynamic Packaging**), entsprechende Angebote nehmen zu. Unter Fernziel-Reisenden nutzten 2019 nur 66% die Pauschalreise, 11% hatten eine Baustein-Modulreise gebucht, 16% ihre Unterkunft einzeln. Ob individualisierte Pauschalreisen die Nachfrage nach Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens zusätzlich stimulieren könnten, bleibt abzuwarten. Eher wird man davon ausgehen können, dass dies zu einer weiteren Flexibilisierung des Urlaubs- und Reiseentscheidungsverhaltens beiträgt.

Vor-Corona-Einschätzung

- 63% bzw. 61% der befragten **Reiseveranstalter** erwarteten bis 2030 eine Bedeutungszunahme von individualisiertem Pauschalurlaub bzw. Dynamic-Packaging (Baustein-Angebote). 27% erwarteten dies für Vollpauschalreisen – 22% gingen hier von einer Abnahme aus, 51% von keiner Veränderung.

49% gingen von einer zunehmenden Bedeutung selbstorganisierter Reisen aus (z.B. direkt bei Anbietern in den Destinationen).

Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens können von **Abenteuer und Abwechslung** geprägt sein, aber auch von **Genuss, Selbstverwirklichung, Ungebundenheit** und dem **Wunsch nach körperlichem Wohlbefinden**. Für manche wird Urlaub auch zum letzten Abenteuer, zur Herausforderung, zur Suche nach Authentizität (Land und Leute)⁹⁵ und (kalkulierbarem) Risiko. All dies kann zu einer verstärkten Nachfrage nach Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer führen. Solche allgemeinen Urlaubsreisemotive sind insbesondere unter den Fernziel-Reisenden nach wie vor überdurchschnittlich stark vertreten, wie etwa: neue Eindrücke gewinnen, etwas anderes kennen lernen; viel erleben, viel Abwechslung haben, viel unternehmen; andere Länder, viel von der Welt sehen; unterwegs sein, herumkommen; etwas für Kultur und Bildung tun; auf Entdeckung gehen, Außergewöhnlichem begegnen.

Vor-Corona-Einschätzung

- 56% der befragten **Reiseveranstalter** erwarteten bis 2030 bei Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer eine Bedeutungszunahme bei Abenteuerreisen; 56% bzw. 51% sahen dies für Luxusreisen und Kreuzfahrten.

94 Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2001/2006): Reiseanalysen 2001 und 2006.

95 Vgl. Kagermeier Andreas / Albrecht Steinecke (Hrsg.) (2003): Tourismus- und Freizeitmärkte im Wandel. In: Paderborner Geographische Studien zu Tourismusforschung und Destinationsmanagement, Bd. 16. Paderborn Seite 8, 11, 34.



Die (negativen) Ausprägungen der modernen Gesellschaft wie **Stress, Zeitnot und Hektik** könnten das Bedürfnis „nur möglichst weit weg vom Alltag“ erhöhen und somit zu einer steigenden Nachfrage nach Reisen in den Globalen Süden führen. Entsprechende allgemeine Urlaubsreisemotive – wie etwa: Abstand zum Alltag gewinnen; frei sein, Zeit haben – sind insbesondere unter den Fernziel-Reisenden nach wie vor überdurchschnittlich stark vertreten.

Auslandsreisen, insbesondere Fernreisen, sind nach wie vor – wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß – prestigehaftet, je nach sozialem Status, Lebensweltmilieu, persönlicher Reiseerfahrung und praktizierten Urlaubsformen. **Welterfahrenheit** und **Weltgewandtheit gewinnen** auch für mittlere und untere soziale Schichten an Bedeutung. Dies dürfte weiterhin stimulierende Wirkungen auch auf die Nachfrage nach Urlaubsreisen in die Länder des Globalen Südens haben.

In der deutschsprachigen Wohnbevölkerung findet sich inzwischen ein **großer Anteil Entwicklungs- und Schwellenländer-erfahrener Urlauber**. 2019 waren es 36,5 Mio. oder 52%. Von ihnen verfügten 16,6 Mio. über eine aktuelle Erfahrung im Zeitraum 2016-2018. Von den 34 Mio. **Entwicklungsländer-Unerfahrenen** interessierten sich 25% (8,5 Mio.), in den kommenden drei Jahren **erstmalig Urlaub in Ländern des Globalen Südens** zu machen.

Entwicklungsländer-erfahrene Urlauber:innen haben eine **hohe Multiplikatorfunktion** in ihrem sozialen Umfeld in Bezug auf ihre persönlich gemachten Reiseerfahrungen. Ca. zwei Fünftel bis die Hälfte von ihnen gehen davon aus, dass persönliche Erfahrungen sich verständnisfördernd auf die Einschätzung der Probleme dieser Länder auswirken⁹⁶ und auf die Fähigkeit, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern. Diese Meinung wurde von ca. drei Viertel der befragten Reiseveranstalter in Deutschland geteilt.

Bei der im Laufe der Jahre **stark angestiegenen Entwicklungsländer-Reiseerfahrung** kann eine temporäre Nachfragesättigung nicht ausgeschlossen werden, zumindest, was den Besuch bestimmter Destinationen betrifft, die von ihrem touristischen Angebot her (vor allem im Bereich des Badetourismus) zunehmend austauschbarer werden.

4.2.7 Faktoren im Angebotsbereich

Im deutschen Urlaubsreisemarkt ist der **Badeurlaub/Strandurlaub** unter Entwicklungsländer-Reisenden nach wie vor die dominierende Urlaubsform – vor allem im außereuropäischen Mittelmeerraum (Türkei und Nordafrika, 88% bzw. 90%). Daran wird sich auf absehbare Zeit wenig ändern. Unter Fernziel-Reisenden hatten 2019 60% diese Urlaubsform gewählt. Dagegen stellen **Kultur- und Studienreisen** ein kleineres Marktsegment dar (maximal 19% unter Fernziel-Reisenden). In beiden Fällen dürften sich die Ansprüche der Urlauber weiter differenzieren in Bezug auf das „Wie?“ des Urlaubsmachens. Bei einem Teil der Badeurlauber z.B. auch in Richtung des besseren **Kennenslernens von Land und Leuten, Kultur, Natur und Alltag** im Rahmen von organisierten Ausflügen und Rundreisen – bei einem Teil der Studien- und Kulturreisenden in Richtung zusätzlicher **Bade-/Strand-Erlebnisse**. Daraus können sich beim Reisen in Länder des Globalen Südens in beiden Marktsegmenten weitere Stimulanzen ergeben. Im Entwicklungsländer-Potenzial 2020-2022 hatten sich 82% für Badeurlaub/Strandurlaub interessiert, 21% für Kulturreisen und 13% für Studienreisen, unabhängig vom Reiseziel.

Vor-Corona-Einschätzung

- 34% der befragten **Reiseveranstalter** erwarteten bis 2030 eine Bedeutungszunahme des Strand-/Bade-/Sonnenurlaubs, 37% gingen von einer Abnahme aus. 66% erwarteten eine Zunahme der Bedeutung von Studien-/Kulturreisen, 56% bei der Kombination von Badereisen und Studien-/Kulturreisen.

Erlebnis- und Entdeckungsreisen haben beim Reisen in Länder des Globalen Südens an Bedeutung gewonnen und werden dies wohl auch weiterhin tun. 2019 hatten 34% der Entwicklungsländer-Reisenden eine solche Reise unternommen – unter Fernziel-Reisenden waren es 59% – hier hatte die Erlebnis-/Entdeckungsreise (auf der Basis von

⁹⁶ Diese Meinung verstärkt sich tendenziell mit zunehmender Entwicklungsländer-Reiseerfahrung (siehe Seite 119). Eine 2005 vom Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. im Rahmen der Reiseanalyse durchgeführte Ermittlung der Begegnungserfahrungen von Entwicklungsländer-Urlaubern mit Einheimischen ergab, dass ca. drei Viertel intensivere Begegnungen mit längeren Gesprächen über Land und Leute hatten, die Hälfte mehrfach. Vier Fünftel bewerteten diese Begegnungserfahrungen als überwiegend positiv (vgl. Aderhold, P. / A. Kösterke / D. von Laßberg / A. Vielhaber (2006): a.a.O., Seite 114f.).

Mehrfachnennungen) die gleiche Bedeutung wie der Badeurlaub/Strandurlaub. Im Entwicklungsländer-Potenzial 2020-2022 hatten sich 41% für Erlebnis- und Entdeckungsreisen interessiert, unabhängig vom Reiseziel.

Urlaubsangebote zu Ländern des Globalen Südens, die dem im deutschen Urlaubsreisemarkt vorhandenen Interesse bestimmter Marktsegmente nach besserem **Kennenlernen von Land und Leuten**, intensiverem **Erleben des Landes abseits der Touristenpfade** und mehr oder weniger intensiven **Begegnungen mit Einheimischen** entsprechen, können sich grundsätzlich stimulierend auf die Nachfrage auswirken – **vom Badetourismus bis zum Community-based tourism**. „Im Zuge einer allgemein verstärkten Nachfrage nach Authentizität entstanden in den letzten Jahren zahlreiche Plattformen, die authentische Erfahrungen mit Einheimischen abseits der ausgetretenen Pfade des Tourismus versprechen.“⁹⁷

Anfang des Vor-Corona-Jahres (Januar 2019) ...

- ... wollten 70% der **Entwicklungsländer-Reisenden** schon vor Reiseantritt sehr gut über Land und Leute, Sitten und Gebräuche informiert sein. 51% bzw. 46% wollten im Urlaub möglichst viel über die Lebensbedingungen der Einheimischen erfahren bzw. über die soziale und politische Situation im Land.

... erwartete gut die Hälfte, solche Informationen von der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort zu bekommen (u.a. im Rahmen von organisierten Ausflügen). In diesem Zusammenhang wurden auch Informationen über die Menschenrechtssituation, die Rolle der Frau, Umweltprobleme, die Bedeutung der Religion im Alltag und über die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes mehrheitlich als persönlich „besonders wichtig“ oder „wichtig“ angesehen.

... meinten 46%, dass man ein Land nur richtig kennenlernen kann, wenn man die Möglichkeit hat, mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen. 40% möchten die Einheimischen sehr gerne in ihrer ganz alltäglichen Umgebung abseits der touristischen Zentren erleben (z.B. durch Kontakt mit einer einheimischen Familie). 32% sind sehr interessiert an Begegnungen auf der Basis von ähnlichen Berufen oder Hobbys. Gut die Hälfte erwartete, über Möglichkeiten zu Kontakten/Begegnungen mit Einheimischen informiert zu werden.

... wollten 27% sehr gerne einmal ein Entwicklungsprojekt besuchen, das aus Deutschland unterstützt wird.

Vor Beginn der Corona-Pandemie (Herbst/Winter 2019) ...

- ... gingen 50% der befragten **Reiseveranstalter** bis 2030 von einer Zunahme sehr guter Kunden-Informationen seitens der Reiseveranstalter zu den politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Gegebenheiten im Reiseland aus.

... hielten 67% bis 85% es für „besonders wichtig“ oder „wichtig“, dass die Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort über Fähigkeiten verfügt, die Urlaubsgäste über den Alltag der Menschen zu informieren, über das Funktionieren von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, über kritische Themen wie die Menschenrechtssituation, die Rolle der Frau und Umweltprobleme sowie die Ursachen von Entwicklungsproblemen des Landes.

... erwarteten 61% eine Zunahme von organisierten Ausflügen, bei denen man von der Reiseleitung etwas zu diesen Themen erfährt.

... erwarteten 91% von der Reiseleitung, dass sie Begegnungsmöglichkeiten und -erlebnisse mit der lokalen Bevölkerung schafft.

... gingen 75% von einer Zunahme der Möglichkeiten zur Begegnung mit der einheimischen Bevölkerung durch erlebnisorientierte Angebote im Rahmen von Ausflugs- oder Rundreiseprogrammen aus. 70% erwarteten eine Zunahme von Angeboten zu Begegnungsmöglichkeiten mit Einheimischen in ihrer ganz alltäglichen Umgebung, abseits touristischer Zentren – 61% eine Zunahme von Begegnungsmöglichkeiten mit Einheimischen, die einen ähnlichen Beruf oder ein ähnliches Hobby haben wie die Urlauber.

97 Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 b): a.a.O. Seite 36.



In den letzten fünf Jahren ...

- ... hatten 41% der befragten **Reiseveranstalter** eine Zunahme bei der Information und Aufklärung von Urlauber:innen über die gegenwärtige politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung durch Reiseveranstalter im Reise-land wahrgenommen. Nur 18% sahen dies auf Seiten der ausländischen Tourist Boards.

... hatten 62% eine Zunahme von Urlaubsangeboten zum besseren Kennenlernen der Alltagskultur, Religion und des sozialen Lebens der Empfängerländer wahrgenommen.

... hatten 56% den zunehmenden Einsatz qualifizierter einheimischer Reiseleitung wahrgenommen, die den Urlauber:innen interkulturelles Lernen ermöglichen.

Für die nächsten 10 Jahre ...

- ... gingen 44% der befragten **Reiseveranstalter** von einer Bedeutungszunahme von Angeboten für gemeindebasierten Tourismus (Community-based tourism) aus.

... erwarteten 61% eine Bedeutungszunahme von kleinen und mittelgroßen, einfachen Hotels mit landestypischer Atmosphäre; 75% gingen von einer Zunahme kleinerer und mittelgroßer komfortabler, luxuriöser Hotels mit landestypischer Atmosphäre aus. 56% sahen eine Zunahme erlebnisorientierter Unterkunftsangebote.

Auch das Interesse an Urlaubsformen, bei denen **Natur und attraktive Landschaften** im Fokus stehen, dürfte weiterhin steigen. 2019 hatten 18% der Entwicklungsländer-Reisenden einen Natururlaub unternommen – 30% verfügten über eine aktuelle Erfahrung mit dieser Urlaubsform während der letzten drei Jahre. Bei Fernziel-Reisenden waren es 31% bzw. 45%. Im Entwicklungsländer-Potenzial 2020-2022 hatten sich 35% für Natururlaub interessiert, unabhängig vom Reiseziel.

Vor-Corona-Einschätzung

- 71% bzw. 61% der befragten **Reiseveranstalter** erwarteten für Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer bis 2030 eine Bedeutungszunahme von Natururlaub bzw. Wanderreisen.

Auch **umweltverträgliche und sozialverantwortliche Angebotsformen** dürften weiter an Bedeutung gewinnen. Die Ansprechbarkeit eines Teils der Entwicklungsländer-Reisenden für einen Urlaub, der möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich ist, ist seit Jahren gegeben – ebenso (auf höherem Niveau) die Ansprechbarkeit für Angebote, die eine möglichst sozialverträgliche Gestaltung des Urlaubs gewährleisten.

Anfang des Vor-Corona-Jahres (Januar 2019) ...

- ... zeigten 40% der **Entwicklungsländer-Reisenden** Interesse an der Buchung einer Urlaubsreise in den Globalen Süden bei einem Reiseunternehmen, das im Urlaubsland nachweislich Einfluss nimmt auf die Gewährleistung von fairen Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten (Hotelangestellte, Reiseleiter, Dienstleister).

Vor Beginn der Corona-Pandemie (Herbst/Winter 2019) ...

- ... erwarteten 69% der befragten **Reiseveranstalter** bis 2030 eine Bedeutungszunahme von umweltverträglichen Reiseangeboten, die z.B. eine klimaneutrale Anreise ermöglichen. 72% erwarteten dies auch für sozialverantwortliche Reiseangebote (faire Arbeitsbedingungen und Einkommen der im Tourismus Beschäftigten).

... gingen 53% von einer Erweiterung des Angebots für nachhaltiges Reisen auf Seiten der Empfängerländer aus. Ebenfalls 53% meinten, dass deutsche Reiseveranstalter ihr Angebot für nachhaltiges Reisen (z.B. Reisen mit Nachhaltigkeitszertifikaten) ausweiten.

... erwarteten 72% Angebote, die den Besuch eines Sozialprojekts/Umweltprojekts im Rahmen von Ausflugs- und Rundreiseprogrammen ermöglichen.

Ein **gutes Preis-/Leistungsverhältnis** sowie **guter Service** und eine **gastfreundliche Bevölkerung** in den Zielgebieten zählen generell zu den wesentlichen Entscheidungskriterien bei der Reisezielwahl. Sie bedürfen einer aktiven „Pfleger“ – nicht zuletzt vor dem Hintergrund von Billigangeboten (auch bedingt durch Überkapazitäten im Unterkunftsbereich). In der Nebensaison sind solche Angebote z.T. fremdsubventioniert (etwa durch die Souvenirbranche). Die Urlauber:innen verlieren das Gefühl für den Wert einer Urlaubsreise, weil sie nicht nachvollziehen können, wie der Billigpreis einer Pauschalreise zustande kommt. Frustration und Ärger sind vorprogrammiert, wenn (normal kalkulierte) Einzelleistungen vor Ort (wie etwa Ausflugsprogramme) als völlig überhöht erscheinen oder wenn das Gefühl entsteht, Ausflugsprogramme verfolgten vor allem das Ziel, Urlauber:innen zum Kauf von kostspieligen Souvenirs zu animieren.

Unabhängig davon gilt: „Immer billiger“ führt letztlich zu einer Abnahme der Angebotsqualität in den Zielgebieten, zu einer Veränderung der Qualität von Unterkunft und Verpflegung, der Servicequalität und dem gastfreundlichen Verhalten der Menschen innerhalb und außerhalb des Tourismussektors, zu einer Verschlechterung des Image der Destination und letztlich zu einem abnehmenden Interesse, sie zu bereisen.

Vor-Corona-Einschätzung

- 59% der befragten **Reiseveranstalter** hatten in den letzten fünf Jahren eine Zunahme der Qualität touristischer Infrastruktur in den Destinationen wahrgenommen – ebenso viele eine Zunahme der Qualifizierung und Ausbildung des einheimischen Personals.

Durch Konzentrationsprozesse und Verdrängungswettbewerb bei Reise- und Verkehrsunternehmen wurde in den zurückliegenden Jahren das Angebot zunehmend von Preiskonkurrenzen bestimmt. **Billigreise-Angebote** haben auch dazu geführt, dass Bevölkerungsschichten, die bisher nur in einem beschränkten Rahmen Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens unternehmen konnten, dies verstärkt tun.

Vor-Corona-Einschätzung

- 27% der befragten **Reiseveranstalter** sahen bis 2030 eine Bedeutungszunahme von Billigreisen im Entwicklungsländer-Tourismus. 29% erwarteten eine Abnahme.

All-Inclusive-Angebote haben seit Jahren ein zunehmendes Interesse gefunden. Die verstärkte Bereitstellung solcher Angebote in Destinationen des Globalen Südens dürfte weiterhin nachfragestimulierend wirken. Obwohl man bei All-Inclusive-Reisen Nachteile für die einheimische Gastronomie und Geschäfte sieht, dürfte sich dieser Aspekt auch weiterhin kaum hemmend auf die allgemeine Nachfrage auswirken.⁹⁸ Vor allem durch die zunehmende Erfahrung mit dieser Urlaubsform hatte sich z.B. deren Image zwischen 2002 und 2011 deutlich verbessert. Für All-Inclusive-Erfahrene steht die Kalkulierbarkeit der Urlaubskosten (Budgetsicherheit) an erster Stelle der Vorteile dieser Urlaubsform. Der manchmal pauschal unterstellte Ghetto-Charakter der All-Inclusive-Anlagen wurde kaum gesehen. Unter Entwicklungsländer-Reisenden 2019 verfügten bereits 61% über aktuelle All-Inclusive-Erfahrung. Im Entwicklungsländer-Potenzial 2020-2022 hatten sich 69% für All-Inclusive-Reisen interessiert, unabhängig vom Reiseziel.

Vor-Corona-Einschätzung

- 37% der befragten **Reiseveranstalter** erwarteten bei Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer bis 2030 eine zunehmende Bedeutung von All-Inclusive-Reisen. 29% sahen eine abnehmende Bedeutung.

98 Vgl. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung (2011 a): All-inclusive-Reisen. Untersuchung über Volumen und Image von All-inclusive-Reisen im deutschen Urlaubsreisemarkt. Unveröffentlichte Auftragsforschung. Seefeld.



4.2.8 Bewusstsein für unterschiedliche Wirkungen touristischer Entwicklung und für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus

Ein Bewusstsein für die verschiedenen (positiven und negativen) Wirkungen des Tourismus ist in der deutschen Bevölkerung und bei Entwicklungsländer-Urlaubern seit Jahren durchaus vorhanden. Die Wahrnehmung negativer Wirkungen führt nicht automatisch zu Konsequenzen beim tatsächlichen Reiseverhalten. Selbst bei einem nach wie vor gravierenden Problem wie beispielsweise der **sexuellen Ausbeutung von Kindern** im Tourismus hat sich dieser Missstand bisher nicht erkennbar negativ auf die allgemeine Nachfrage nach den tangierten Destinationen ausgewirkt.⁹⁹

Vor-Corona-Einschätzung

- ▶ 34 % der befragten **Reiseveranstalter** und 30% der **Entwicklungsländer-Reisenden** vertraten die Auffassung, dass der Urlaubstourismus in den Zielgebieten des Globalen Südens auch zu Prostitution von Frauen und zu Ausbeutung von Kindern durch Prostitution führt. Bei den Urlaubern verstärkt sich diese Einschätzung tendenziell mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen).
- ▶ 65% der **Reiseveranstalter** hatten in den letzten fünf Jahren eine Zunahme bei der Bekämpfung der Ausbeutung von Kindern durch Prostitution wahrgenommen.

Spätestens seit Beginn der achtziger Jahre ist auch in Zielgebieten des Globalen Südens ein Bewusstsein für negative Wirkungen bzw. Defizite touristischer Entwicklung zu verzeichnen (z.B. Ausbeutung der natürlichen Umwelt, mangelnde „wirtschaftliche“ Partizipation bedürftiger Bevölkerungsschichten am Tourismus, soziale und kulturelle Auswirkungen von unangemessenem/unsensiblen Touristenverhalten). Das hat verschiedentlich zu **Widerstand von Teilen der Bevölkerungen vor Ort** geführt. Wenn sich solcher Widerstand auch direkt gegen Tourist:innen richtet, kann sich dies negativ auf die Nachfrage für eine Destination auswirken: Hier dürfte es jedoch eher zu einer Verschiebung der Nachfrage auf alternative (Entwicklungsländer-)Destinationen kommen als zu einer generellen Abnahme.

Vor-Corona-Einschätzung

- ▶ 29% der befragten **Reiseveranstalter** gingen davon aus, dass sich bis 2030 ein starke Beeinträchtigung des Interesses der Deutschen für Reisen in Entwicklungs- und Schwellenländer ergibt durch den Widerstand der einheimischen Bevölkerung gegen Tourismus; weitere ca. 60% sahen eine geringe bis mittlere Beeinträchtigung.
- ▶ 39% der **Reiseveranstalter** und 28% der **Entwicklungsländer-Reisenden** vertraten die Auffassung, dass der Urlaubstourismus in Entwicklungsländer der ortsansässigen Bevölkerung zu wenig Möglichkeiten bietet, an Entscheidungen über touristische Entwicklung mitzuwirken. Bei den Urlaubern verstärkt sich diese Einschätzung tendenziell mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen).
- ▶ 38% der **Reiseveranstalter** hatten in den letzten fünf Jahren eine Zunahme der Partizipation von Einheimischen wahrgenommen. 50% sahen keine Veränderungen.

30% waren der Meinung, dass der Urlaubstourismus in Entwicklungsländer dazu beiträgt, dass die dortige Kluft zwischen Arm und Reich zunimmt. 18% vertraten die Auffassung, dass er zu Ausbeutung und Diskriminierung von Einheimischen führt, 48% stimmten dem nicht zu.

99 Obwohl der Anteil derjenigen Entwicklungsländer-Urlauber, die bisher nichts vom sexuellen Kindes-Missbrauch durch Tourist:innen gehört haben, mit 9% sehr klein ist, gaben im Januar 2005 nur 16% an, dass sie solche Länder bei ihren Urlaubsreisen meiden würden. Man geht davon aus, dass die meisten der Meinung sind, dass ihr Wegbleiben das Problem nicht lösen würde und dem Land und den Einheimischen bei der Lösung dieses Problems dadurch nicht geholfen würde. Immerhin erwarten 38%, dass die Reisebranche mehr für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung durch Tourist:innen tun sollte. 19% würden vorzugsweise mit einem Veranstalter verreisen, von dem man weiß, dass er sich aktiv für den Schutz von Kindern einsetzt. Vgl. Aderhold, Peter (2005): Zur sexuellen Ausbeutung von Kindern im Tourismus. Hrsg. EED Tourism Watch und F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. Bonn – Die Einschätzungen der Studie wurden fünf Jahre später bei einer erneuten Befragung im Wesentlichen bestätigt. Vgl. u.a. ECPAT Deutschland e.V. und EED Tourism Watch (2010): Ausgewählte Ergebnisse einer Sonderstudie zur sexuellen Gewalt an Kindern im Tourismus und zum Bewusstsein von Reisenden im Rahmen der Reiseanalyse 2010 (RA10).

- 34% der **Reiseveranstalter** und 33% der **Entwicklungsländer-Reisenden** vertraten die Auffassung, dass der Urlaubstourismus in Entwicklungsländer zur Anpassung von dortigen Traditionen und Brauchtum an die Wünsche der Tourist:innen führt. Bei den Reisenden verstärkt sich diese Einschätzung tendenziell mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen).

27% der Reiseveranstalter und 25% der Entwicklungsländer-Reisenden vertraten die Auffassung, dass der Tourismus dazu beiträgt, dass das Geld der Tourist:innen vor allem in die Taschen von wohlhabenden Einheimischen fließt. 41% der Reiseveranstalter stimmten dem nicht zu.

23% der Reiseveranstalter und 19% der Entwicklungsländer-Reisenden meinten, dass der Tourismus dazu führt, dass hauptsächlich die Reiseveranstalter/Reisebüros hier bei uns profitieren. 36% der Reiseveranstalter stimmten dem nicht zu.

- 41% der **Reiseveranstalter** hatten in den letzten fünf Jahren beim respektvollen, angepassten Verhalten der Urlauber im Gastland Verbesserungen wahrgenommen.
- 27% der **Entwicklungsländer-Reisenden** waren der Meinung, dass der Tourismus bei den Einheimischen zu Neidgefühlen gegenüber den reichen Tourist:innen führt.

Ein Bewusstsein dafür, dass Tourismus in Länder des Globalen Südens **Probleme im ökologischen und sozialen Bereich** mit sich bringt, ist bei Entwicklungsländer-Reisenden und den befragten Reiseveranstaltern durchaus vorhanden – ebenso eine nicht unerhebliche Ansprechbarkeit, Urlaubsreisen umwelt- und sozialverträglicher zu gestalten. Für das tatsächliche Reiseverhalten der Urlauber hatte dies aber bisher nur marginale Konsequenzen – wenngleich sich Verbesserungen abzeichnen.

Vor-Corona-Einschätzung

- 30% der befragten **Reiseveranstalter** vertraten am Vorabend der Corona-Pandemie die Auffassung, dass der Tourismus in den Zielgebieten des Globalen Südens die natürliche Umwelt belastet oder zerstört. Bei den **Entwicklungsländer-Reisenden** waren es Anfang 2019 40%. Bei den Reisenden verstärkt sich diese Einschätzung tendenziell mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen).

- 34% der **Entwicklungsländer-Reisenden**, die 2019 in ein Land des Globalen Südens gereist waren, zeigten sich Anfang 2020 persönlich ansprechbar, ihren Urlaub möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich zu gestalten. 52% waren ansprechbar für eine möglichst sozialverträgliche Gestaltung ihres Urlaubs (d.h. bei Berücksichtigung fairer Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einheimischen Bevölkerung).

Bei 65% hatte das Thema Nachhaltigkeit jedoch für die Reiseentscheidung keine Bedeutung gehabt. Nur 2% hatten eine CO₂-Kompensationszahlung geleistet – 5% wollen dies zukünftig tun. 14% hatten bei ihrer Reise überfüllte Orte gemieden – 25% wollen dies zukünftig tun. Bei Fernziel-Reisenden steigt dieser Wert von 18% auf 31%.

- 68% der befragten **Reiseveranstalter** hatten in den letzten fünf Jahren bei der Tourismusbranche in Deutschland eine Zunahme des Bewusstseins für die Notwendigkeit nachhaltiger Tourismusentwicklung wahrgenommen. 59% sahen dies für die Tourismusbranche in den Empfängerländern.

58% erwarteten bis 2030 eine zunehmende Diskussion zum Thema Flugscham.

Unter den befragten Reiseveranstaltern wurde für die deutsche Tourismuswirtschaft eine wichtige Aufgabe darin gesehen, auch vor Ort Nachhaltigkeit durchzusetzen bzw. einzuhalten sowie Angebote nachhaltig zu gestalten, ohne dabei aufgrund von Preissteigerungen Kunden zu verlieren. Für die Empfängerländer besteht die Herausforderung in einer nachhaltigen Produktentwicklung, die strategisch gegen Overtourism ausgerichtet ist.

Das Auftreten von **Overtourism** in Form einer Überlastung von Urlaubsorten/-regionen durch extrem hohe Besucherzahlen, kann sich auch für Destinationen im Globalen Süden nachfragehemmend auswirken, wenn sie zu Lasten unverwechselbarer authentischer Angebotsmerkmale im Bereich von Kultur, Natur und Alltagsleben erfolgen, deren Erhalt sorgsamer Pflege bedarf. Beim Thema Overtourism geht es aber nicht primär um die quantitativen



Aspekte der Überlastung, sondern in erster Linie um die Grenzen der sozialen Tragfähigkeit: Die Konzentration des Tourismus auf einige wenige Highlights kann zur Folge haben, dass Ressourcen für die lokale Bevölkerung knapper werden, Ungleichheiten steigen und sozio-ökologische Konflikte entstehen. Ansätze zur Entzerrung sind die zahlenmäßige Begrenzung und Lenkung der Besucherströme. Überfüllte Orte zu meiden, eine Urlaubsregion zu wählen, für die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert hat, könnte zukünftig ein wichtiger werdendes Kriterium bei der Wahl des Urlaubsreiseziels werden.

Vor-Corona-Einschätzung

- 20% der befragten **Reiseveranstalter** erwarteten, dass bis 2030 das Interesse an Urlaubsreisen in Entwicklungsländern stark beeinträchtigt wird durch touristische Überlastung wegen hoher Besucherzahlen; weitere 66% sahen eine geringe bis mittlere Beeinträchtigung.

47% hatten in den letzten fünf Jahren eine Zunahme der Besucherlenkung in überlasteten oder sensiblen Regionen/Orten wahrgenommen.

Unter den befragten Reiseveranstaltern wurde die Vermeidung von Overtourism als eine wesentliche Herausforderung für die deutsche Tourismuswirtschaft angesehen. Man betont, dass beliebte Destinationen massiv nachgefragt werden und die Entwicklung neuer Reiseziele mit sehr langen Anlaufzeiten verbunden ist.

Neben den möglichen positiven Wirkungen des Tourismus auf die Wirtschaft der Destinationen und den oben genannten negativen Wirkungen sahen Entwicklungsländer-Reisende und Reiseveranstalter aber auch positive Effekte zur **Förderung von Wissen und Verständnis auf Seiten der Urlauber für die jeweiligen politischen, wirtschaftlichen und sozialen Realitäten und Probleme** in Entwicklungs- und Schwellenländern. Solches Wissen bzw. solche Einblicke können Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens zu einem ganz persönlichen Erlebnis mit bleibenden Eindrücken werden lassen. Der Wunsch, so etwas zu erleben, und in der Lage zu sein, zu Hause die persönlichen Eindrücke und Erfahrungen kompetent zu kommunizieren, könnten zu einer steigenden Nachfrage nach Reisen in den Globalen Süden führen.

Vor-Corona-Einschätzung

- 77% der befragten **Reiseveranstalter** und 42% der **Entwicklungsländer-Reisenden** vertraten die Auffassung, dass der Urlaubstourismus in Länder des Globalen Südens bei uns das Verständnis für die Probleme dieser Länder fördert. Bei den Urlaubern verstärkt sich diese Einschätzung tendenziell mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen).

59% der Reiseveranstalter und 34% der Entwicklungsländer-Reisenden meinten, dass der Urlaubstourismus in Ländern des Globalen Südens Einheimischen die Chance gibt, Urlauber:innen über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren. Bei den Urlaubern verstärkt sich diese Einschätzung tendenziell mit zunehmender Entwicklungsländer-Erfahrung (gemessen an der Zahl bisher bereister Länder/Regionen).

71% der Reiseveranstalter und 46% der Entwicklungsländer-Reisenden gingen davon aus, dass der Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern es den Urlauber:innen ermöglicht, sich zu Hause kompetenter und differenzierter über Land und Leute zu äußern.

42% der Reiseveranstalter und 17% der Entwicklungsländer-Reisenden meinten, dass Urlaubsreisen in Entwicklungs- oder Schwellenländer bei Urlauber:innen das Verständnis für Flüchtlinge und Asylbewerber in Deutschland fördern.

- 82% der **Reiseveranstalter** vertraten die Auffassung, dass der Tourismus das interkulturelle Verständnis bei Reisenden und Einheimischen fördert.

Schlussbemerkungen

Die Besonderheit des Kapitels 4.2 besteht darin, dass bei den Einschätzungen nicht-ökonomischer genereller Einflüsse auf die **Entwicklung der Nachfrage** von Urlaubsreisen in Länder des Globalen Südens **Aussagen und Meinungen** von Entwicklungsländer-Reisenden und Reiseveranstaltern in Deutschland berücksichtigt werden, die **ausschließlich vor Beginn der Corona-Pandemie** erfolgten. Es wird also ein „**Normalzustand**“ im deutschen Urlaubsreisemarkt **vor der Corona-Pandemie** sichtbar, dessen Struktur und Besonderheiten genutzt werden können für anstehende Entscheidungen, wie es beim Reisen in Länder des Globalen Südens weitergehen könnte bzw. sollte. Man sieht, wie dieser Markt noch vor kurzem „getickt“ hat.

Das persönliche Anspruchsverhalten an Urlaubsreisen, an die Qualität von Urlaubsreiseangeboten und am Nutzen für die am Tourismus Beteiligten dürfte sich bei den seinerzeit befragten Urlauberinnen und Urlaubern wie bei den Vertreter:innen der Leitungsebene von Reiseunternehmen in Deutschland durch die Corona-Pandemie nicht wesentlich geändert haben. Urlaubsreisen sind bei uns längst zum festen Bestandteil des Lebens geworden. Bei Teilen der Urlauberinnen und Urlauber dürfte die Corona-Pandemie dazu beigetragen haben, sich der persönlichen Wertschätzung von Urlaubsreisen (wieder) bewusst zu werden: So waren im Mai 2020 unter jenen, die für dieses Jahr noch Urlaubsreisen in nahe oder ferne außereuropäische Destinationen planten (Türkei, Nordafrika oder Fernziele) 76% der Meinung, dass ihnen durch die Corona-Pandemie klar geworden sei, wie wichtig für sie die Möglichkeit sei, jederzeit frei zu verreisen. 68% verwiesen auf die Bedeutung des Reisens für das eigene Wohlbefinden – und 57% vertraten die Auffassung, dass Urlaubsreisen sehr wichtig seien für das persönliche Lebensglück.¹⁰⁰

Erfreulich ist, dass das bei beachtlichen Teilen der Entwicklungsländer-Reisenden vorhandene **Interesse am besseren Kennenlernen von Land und Leuten**, an den Lebensbedingungen der Einheimischen, an der sozialen und politischen Situation im Land, an der anspruchsvollen Begegnung mit Einheimischen und **am Buchen der Urlaubsreise** in ein Land des Globalen Südens **bei einem sozialverantwortlichen Reiseunternehmen** auch von der Mehrheit der befragten Reiseveranstalter gesehen wird. Man geht im Herbst/Winter 2019 mehrheitlich davon aus, dass für diese Marktsegmente **entsprechende Urlaubsangebote** innerhalb der kommenden zehn Jahre **an Bedeutung gewinnen**.

Mittelfristig liegen aus Sicht der Reiseveranstalter die **potenziell stärksten hemmenden Faktoren** für den Urlaubstourismus der Deutschen in Länder des Globalen Südens bis 2030 **in den Zielgebieten**: Natur- und Umweltkatastrophen, politische Umbrüche, gewalttätige Auseinandersetzungen, terroristische Anschläge auf Tourist:innen sowie Krankheiten und Seuchen.

Die temporären Auswirkungen solcher Ereignisse können in ihren Dimensionen so stark sein, dass sie die insgesamt positiven und stimulierenden Effekte durchaus neutralisieren oder ins Gegenteil kehren. Die Störanfälligkeit des touristischen Systems durch solche Ereignisse ist – trotz gewisser Gewöhnungseffekte bei den Urlauber:innen – nicht zu unterschätzen und könnte weiter zunehmen.

49% der befragten Reiseveranstalter in Deutschland hatten im Herbst/Winter 2019 starke Beeinträchtigungen durch Krankheiten/Seuchen in den Zielgebieten erwartet, weitere 43% geringe bis mittlere. Nur kurze Zeit später hat die Corona-Pandemie dafür neue Maßstäbe gesetzt.

Interessant sind **tendenzielle Übereinstimmungen** bei befragten Urlaubern und Reiseanbietern bei der **Einschätzung von positiven und negativen Wirkungen** des Urlaubstourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer:

- einerseits bezüglich der Erbringung dringend benötigter Devisen, des Beitrags zur Schaffung akzeptabler Arbeitsplätze, der Armutsbekämpfung, der wirtschaftlichen/politischen Stabilität, der Förderung des Erhalts von Kulturdenkmälern und unseres Verständnisses für die Probleme von Ländern des Globalen Südens sowie der Chance für Einheimische, Urlauberinnen und Urlauber über die politische, wirtschaftliche und soziale Realität in ihrem Land zu informieren
- andererseits hinsichtlich der Belastung/Zerstörung der natürlichen Umwelt, des Problems der Prostitution von Frauen und Kindern und der eingeschränkten Möglichkeiten der ortsansässigen Bevölkerung, an Entscheidungen über die touristische Entwicklung mitzuwirken sowie der Deviseneinnahmen-bedingten Stabilisierung von Unrechtsregimen.

100 Vgl. F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 d): Corona und Urlaubsreisen in RA Online. Kiel.



Wenn es gelänge, positive Wirkungen des Tourismus in Länder des Globalen Südens zu verstärken und Negativwirkungen zu minimieren, würde man dem Ziel einer sozialverantwortlicheren und umweltverträglicheren, also einer nachhaltigen Tourismusentwicklung ein gutes Stück näher kommen.

Es bleibt zu hoffen, dass durch die Erfahrungen mit der Corona-Pandemie bei Urlauber:innen sowie in der Tourismusbranche und Tourismuspolitik nachhaltiges Denken weiter ins Bewusstsein rückt und entsprechend Eingang findet in persönliches Reiseverhalten, unternehmerisches und politisch nachhaltiges Handeln. Es würde die Voraussetzungen verbessern für eine anzustrebende „win-win-win“-Situation – für Reisende, für Menschen in den Destinationen sowie für Urlaubsanbieter dort wie hier.

Hinweis

Ausgewählte Anregungen, die sich im Wesentlichen an Forschungs-Ergebnissen aus Teil II / Kapitel II der Studie orientieren, finden sich vorne auf den Seiten XXIII ff.

Aus den im folgenden Kapitel III enthaltenen 17 Einzelbeiträgen mit Praxisbeispielen für mehr Nachhaltigkeit im Entwicklungsländer-Tourismus ergeben sich aus unterschiedlicher Perspektive weitere Anregungen.

Ansätze von Kooperationspartnern für mehr Nachhaltigkeit im Entwicklungsländer-Tourismus

1 Entwicklungsbezogene Informations- und Bildungsarbeit im Tourismus

Claudia Mitteneder – Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

Die Corona-Pandemie hat im Jahr 2020 das Reisen weltweit und insbesondere in Länder des Globalen Südens stark eingeschränkt. Für das Jahr 2021 wird keine tiefgreifende Veränderung der Situation erwartet. Das UNWTO World Tourism Barometer erwartet vor 2023 keine Rückkehr des Tourismus zum Vor-Corona-Niveau. 43% der Befragten gaben an, dass sie 2023 eine Erholung erwarten, während 41% eine Erholung erst im Jahr 2024 oder später sehen.¹ Dann wird sich vermutlich der Trend weiter fortsetzen, dass immer mehr Menschen immer öfter und immer weiter verreisen, um sich zu erholen und um fremde Länder kennenzulernen.² Das birgt Chancen und Risiken. Denn Reisen hat viele Facetten: Es erweitert den Horizont und ermöglicht Begegnungen zwischen verschiedenen Kulturkreisen. Jedoch kann es auch zur Entfremdung der Einheimischen in ihrer Heimat führen, wenn beispielsweise Touristenströme, Hotelanlagen und Freizeitparks massiv das tägliche Leben der Menschen in den Destinationen beeinflussen und damit deren kulturelle Identität gefährden. An stark besuchten Reisezielen kann es zu Konflikten zwischen der einheimischen Bevölkerung und den Urlauber:innen kommen. Reisende sind dann unter Umständen nicht mehr willkommen, sie werden als Störfaktor gesehen, der den Alltag der Einheimischen belastet. Diese negative Auswirkung des Massentourismus wird heute als Overtourism beschrieben.

Die Tourismusbranche ist aber auch als global drittgrößter Wirtschaftssektor ein wichtiger Arbeitgeber und Devisenbringer. Insbesondere in den Ländern des Globalen Südens stellt der Tourismus eine Schlüsselbranche dar, die viele Arbeitsplätze bietet und, wie sich in der Corona-Pandemie gezeigt hat, auch den Arten- und Naturschutz unterstützt und vor profitgetriebener Ausbeutung bewahren kann.³ Von den Erträgen aus dem Tourismus kommt bei der Bevölkerung häufig zu wenig an – negative Folgen, wie z.B. die Belastung von Umwelt und Klima treffen die Menschen hingegen in der Regel mit voller Wucht. Der Trend zu Fernreisen – häufig in Entwicklungs- und Schwellenländer – verschärft diese Problematik. Doch wie gelingt ökologisch und sozialverträgliches Reisen im 21. Jahrhundert? Wie können möglichst viele an der Wertschöpfung des Tourismus teilhaben? Wie kann die kulturelle Vielfalt eines Landes erhalten bleiben?

Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. hat es sich zur Aufgabe gemacht, Antworten auf diese Fragen zu finden und neue Wege im Tourismus zu gehen – seit mehr als 25 Jahren. Der Verein ist einer der Wegbereiter eines ganzheitlich orientierten, umwelt- und sozialverträglichen Tourismus und einer interkulturell geprägten Reisekultur. Natürlich konnte dieser Weg nicht im Alleingang beschritten werden. Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) fördert beispielsweise im Rahmen seiner entwicklungsbezogenen Informations- und Bildungsarbeit die Herausgabe der SympathieMagazine sowie die Durchführung weiterer Projekte des Studienkreises. Auch Ministerien aus der Jugend- und Umweltpolitik, renommierte Organisationen wie die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) sowie kirchliche Einrichtungen zählen zu den wichtigen Förderern des Vereins. Enge Kooperationen mit der Tourismuswirtschaft, namhafte Reiseveranstalter als Partner und Kunden der Projektarbeit ergänzen das vernetzte Tätigkeitsfeld.

Die Zukunft des Tourismus soll nachhaltig sein – das ist seit 2017 die Losung der Welttourismusorganisation UNWTO. Auch die Entwicklungsziele der Vereinten Nationen sehen vor, dass bis 2030 weltweit Konzepte eines nachhaltigen Tourismus umgesetzt werden. Dies bestätigt den Studienkreis in seinem Leitbild und der jahrzehntelangen Arbeit. Seine Aktivitäten sind den Grundsätzen von Nachhaltigkeit, der Partizipation aller Beteiligten, der internationalen Solidarität, den Prinzipien von Diversität und Chancengleichheit verpflichtet. Der konsequente Einsatz für Menschenrechte, religiöse Vielfalt, interkulturelle Begegnung und gegen gruppenbezogene Menschenfeind-

1 Vgl. UNWTO World Tourism Organization (2021): UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2021. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.1>. Letzter Zugriff: 19.07.2021.

2 Siehe dazu Teil III, Lohmann, Martin: Corona und Urlaubsreisen. Seite 334ff.

3 Vgl. WWF (2021): Mensch, Nashorn und Tiger in Gefahr: Wie Nepal unter Corona leidet. URL: <https://www.wwf.de/themen-projekte/projekt-regionen/himalaja-region/mensch-nashorn-und-tiger-in-gefahr-wie-nepal-unter-corona-leidet>. Letzter Zugriff: 30.08.2021. – ZDF (2020): Afrika: Nationalparks fehlen Safari-Touristen. URL: <https://www.zdf.de/nachrichten/panorama/coronavirus-afrika-safaris-wilderer-100.html>. Letzter Zugriff: 30.08.2021.



lichkeit bzw. Rassismus wird in der praktischen Arbeit des Studienkreises mit Leben gefüllt und ist nicht nur in den Statuten verankert. Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. steht für einen nachhaltigeren, umwelt- und sozialverantwortlichen Tourismus, der auch wirtschaftlich langfristig tragfähig ist.

In vielen Bereichen unseres Lebens spielt Nachhaltigkeit bereits eine wichtige Rolle. Diese positive Entwicklung hat inzwischen auch die Tourismusbranche erreicht und gewinnt weiter an Bedeutung. Zunehmend bieten Reiseveranstalter auch nachhaltige Reisen an und engagieren sich über Stiftungen für sozial- und umweltverträgliche Projekte in den Gastländern. Mittlerweile gibt es weltweit mehr als 100 Nachhaltigkeitssiegel und -zertifikate für touristische Unternehmen, Unterkünfte, Regionen oder Produkte. Laut Reiseanalyse 2020 wünschen sich 43 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung einen ökologisch verträglichen Urlaub und 56 Prozent möchten sozialverträglich verreisen.⁴ Politik, Unternehmen und die Reisenden selbst beginnen zunehmend zu erkennen, dass es allen zugutekommt, wenn man sorgsam mit den Ressourcen des Gastlandes umgeht und die Menschen vor Ort fair behandelt. Das Reisen in Zeiten des Klimawandels fordert ein Umdenken aller Akteure. Luftfahrt- und Touristikunternehmen müssen eine aktive und verantwortungsvolle Klimaschutzstrategie für ihre Angebote entwickeln und die Reisenden benötigen ein bewussteres Wahrnehmen von umweltgerechten Optionen und Alternativen. Die negativen Auswirkungen der Tourismusströme, die damit verbundenen Klimafolgen und Risiken für die Tourismuswirtschaft müssen erkannt und durch gezielte Strategien abgewendet werden. Diese Klimastrategien müssen Informationen über ökologische Auswirkungen des Reisens umfassen, vermeidbare Reisen in den Blick nehmen und eine wirksame Kompensation von schädlichen Emissionen, die durch den Tourismus verursacht werden, beinhalten. Nur wenn die Reisebranche und die Reisenden selbst Verantwortung übernehmen, wird das Reisen auch künftig attraktiv und nachhaltig sein.

Mit seiner entwicklungsbezogenen Informations- und Bildungsarbeit leistet der Studienkreis für die Öffentlichkeit und die Reisebranche einen wichtigen Beitrag zur bewussteren Wahrnehmung der Auswirkungen des Tourismus, seiner besonderen Verantwortung für die Menschen in den bereisten Ländern sowie deren Kultur und Natur, aber auch für die globale Umwelt. Die übergeordnete Zielsetzung besteht darin, den Reisenden einerseits mehr fundierte und Lebenswelt-bezogene Informationen über die Länder des Globalen Südens zu vermitteln – andererseits mit Qualifizierungsangeboten die im Tourismus tätigen Akteure vor Ort anzusprechen und weiterzubilden.

Informationen über politische, ökonomische, soziale und kulturelle Besonderheiten der einzelnen Länder ermöglichen den Urlaubern eine differenzierte Wahrnehmung, erklären globale Zusammenhänge, fördern das gegenseitige Verständnis und tragen dazu bei, Vorurteile abzubauen. Auch wird interkultureller Austausch gefördert und die Begegnung mit der lokalen Bevölkerung erleichtert. Dies setzt das Interesse von Reisenden voraus, sich schon vor Reisebeginn über Land und Leute zu informieren und während der Reise die Möglichkeit an Begegnungen, Kontakten und Gesprächen mit der lokalen Bevölkerung wahrzunehmen. Im Jahr 2019 gab es unter den 16,4 Mio. Personen mit aktueller Urlaubsreiseerfahrung in Entwicklungs- und Schwellenländer während der letzten drei Jahre eine beachtliche Ansprechbarkeit auf das Kennenlernen von Land und Leuten sowie auf interkulturelle Begegnungen.

84% der Urlauber:innen wünschen sich von der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung objektive und glaubwürdige Informationen über Land und Leute und erwarten mehrheitlich von ihr die Fähigkeit, inhaltlich anspruchsvolle Themen vermitteln zu können.⁵ Diesem Wunsch der Reisenden wird erfreulicherweise von engagierten Touristikunternehmen zunehmend entsprochen. Sie bedienen das Interesse ihrer Kunden am besseren Kennenlernen von Land und Leuten, ermöglichen Begegnungen mit der lokalen Bevölkerung und bilden ihre Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort entsprechend aus. Hierbei werden auch die Weiterbildungsseminare für Reiseleiter:innen des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung e.V. genutzt, die mit Unterstützung des BMZ angeboten werden.

Wie die Entwicklungszusammenarbeit im Tourismus selbst ist auch die entwicklungsbezogene Informations- und Bildungsarbeit kein Instrument zur quantitativen Ausweitung des Tourismus. Sie geht davon aus, dass Tourismus in Länder des Globalen Südens stattfindet und will dazu einen qualitativen Beitrag im o.g. Sinne leisten. Das Wecken und Verstärken von Neugier und Offenheit für den Blick hinter die „touristische Kulisse“ auf den Alltag der Länder und Menschen des Südens wird weiterhin ein wichtiges Anliegen bleiben – auch als Beitrag zu einem neuen Weltverständnis beim Reisen. Zielgruppen, wie etwa junge Leute oder Senioren erfordern adäquate Informations-

4 Siehe Teil II, Kapitel 2.4.1, Seite 176.

5 Siehe Teil II, Kapitel 2.3, Seite 157.

und Erlebniskonzepte. Hier wird eine Herausforderung darin liegen, örtliche Agenturen und einheimische Reiseleitung zu gewinnen und zu motivieren, ihren Gästen mit geeigneten Methoden Land und Leute näher zu bringen. Das sich durch die Nutzung neuer Medien zunehmend verändernde Reiseinformationsverhalten der Urlauberinnen und Urlauber wird ebenfalls zu berücksichtigen sein.

Dennoch, es gibt weiterhin viel zu tun. Die Tourismusbranche ist dynamisch, die Reiseströme zwischen Quellmärkten und Urlaubsdestinationen verändern sich stetig und die Zahl der Tourist:innen steigt. Vor dem Hintergrund einer weltweiten Mobilität von über einer Milliarde Menschen werden nachhaltige Strategien umso bedeutender. Wie lässt sich Overtourism vermeiden bzw. wie kann man seinen Folgen sinnvoll begegnen? Und wie beeinflusst ein gesellschaftlicher und technischer Wandel das Reiseverhalten? Wie wirken sich politische Veränderungen in Destinationen auf das Reiseverhalten und die Tourismusbranche aus? Wie gehen wir im Tourismus mit Menschenrechtsverletzungen um? Der Studienkreis stellt sich aktuellen und manchmal unbequemen Fragen und setzt sich kritisch-konstruktiv damit auseinander – in Form eigener Forschungsprojekte und Publikationen sowie in Veranstaltungsformaten wie dem „Ammerlander Gespräch“ und den „ZwischenRufen – ungefragt nachgefragt auf der ITB Berlin“. Die einzelnen Projekte wurden im Laufe der Jahre kontinuierlich weiterentwickelt mit der Zielsetzung, alle am Tourismus Beteiligten für nachhaltiges Reisen zu sensibilisieren und sie bei der Umsetzung zu unterstützen.

Projekte/Maßnahmen

SympathieMagazine – Verständnis für die Welt

Seit über 25 Jahren führt der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. die Herausgabe der Sympathie Magazine fort, die 1974 durch den ehemaligen Studienkreis für Tourismus e.V. in Starnberg erstmals verlegt wurden. Verfasst von ausgewiesenen Landeskennern, liefert die Reihe nicht nur profunde Hintergrundinformationen, sondern weckt Neugierde, Verständnis – ja eben Sympathie – für fremde Länder und ihre Menschen. Ein seit über vier Jahrzehnten erfolgreiches Konzept, das mehrfach ausgezeichnet wurde. Die SympathieMagazine sind ein Plädoyer für eine Reisekultur der Begegnung, des Respekts und des Voneinanderlernens. Sie vermitteln Wissen über gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Hintergründe der jeweiligen Reiseländer. Ein Reiseführer der etwas anderen Art, der seine Leser:innen unterhaltsam informiert und Einblicke in die andere Kultur des Reiselands, in den Alltag der Menschen und damit Blicke hinter die Kulissen gewährt. Die Leser:innen werden mitgenommen in ein Urlaubsziel und sollen angeregt werden, sich mit den Menschen vor Ort und deren Lebensrealität zu beschäftigen. Deshalb sind SympathieMagazine nicht nur spannend, sondern auch eine optimale Vorbereitung für den

Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. steht für ...

**MPATHIERESPEKTTOURISMUSENTWICKLUNG NACHHALTIGKEIT
ZIALVERANTWORTUNG UMWELTVERTRÄGLICHKEIT REISE
PATHIE INTERKULTURELLE KOMPETENZ MENSCH KOMMUNIKATION
IN BEGEGNUNG AUSTAUSCH NETZWERK PARTIZIPATION ZUFUTUR
FTSSICHERUNG BILDUNG KINDERSCHUTZ MENSCHENRECHTEN
LERANZ GENDER TRANSFORMATION PERSPEKTIVEN GERECHTIGKEIT
KEIT MITSPRACHE SELBSTBESTIMMUNG WELTOFFENHEIT
NZEPT ANALYSE SOLIDARITÄT DISKUSSION WISSEN KRITIK
HEBETRACHTUNG GLOBALISIERUNG FRAGEN MENSCHENRECHTEN
JRDE CHANCEN GEMEINWOHL GEMEINSCHAFT OFFENHEIT
IAST GEBER GÄSTE INTEGRATION SELBSTBEWUSSTSEIN REISE
INDE KOMPETENZ MITEINANDER UNTERWEGS SEIN HORIZONTE
INTERN VONEINANDER LERNEN NEUGIER BLICK WECHSEL BEWUSSTSEIN
ENBAUEN DIALOG MIT BESTIMMUNG DURCH BLICK BEREIT**

Quelle: Franzis Print & Media GmbH



nächsten Urlaub und ein interessantes, entwicklungsbezogenes Informations- und Bildungsmedium.

Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. ist Herausgeber von inzwischen über 50 Ländermagazinen, Magazinen zu den fünf Weltreligionen sowie speziellen Themenheften, etwa zu Entwicklung, Globalisierung, Umwelt, „Land und Leute“ oder Menschenrechten. Der Großteil der SympathieMagazine wird über Reiseveranstalter vertrieben, die sie ihren Kund:innen zur Reisevorbereitung und Einstimmung auf das gebuchte Urlaubsziel mit auf den Weg geben. Aber auch in Wirtschaftsunternehmen, die ihre Mitarbeiter:innen auf Auslandseinsätze vorbereiten, in Schulen oder der Jugend- und Erwachsenenbildung finden die Magazine regen Absatz.

Eine Auswahl der aktuellen SympathieMagazine



Quelle: Claudia Mitteneder

Internationale Wettbewerbe – TO DO Award und TO DO Award Human Rights in Tourism

Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. richtet internationale Wettbewerbe aus. Diese tragen zur Anerkennung sozialverantwortlicher Projekte in der Tourismusbranche bei und fördern so die Bewusstseinsbildung der Öffentlichkeit und der am Tourismus Beteiligten zu den Chancen und Herausforderungen des Tourismus.

TO DO Award

Tourismus hat Gewicht, er ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für die Reiseländer – davon muss auch die Bevölkerung vor Ort profitieren. Mit dem internationalen Wettbewerb für sozialverantwortlichen Tourismus, dem „TO DO Award“, zeichnet der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. seit 1995 Initiativen aus, die Partizipation und Mitsprache von Einheimischen bei touristischen Projekten und Angeboten ermöglichen. Ziel ist es, lokale Wirtschaftskreisläufe zu fördern und vorhandene Ressourcen umweltschonend zu nutzen. Das schafft für die Bevölkerung neue Einkommensquellen und Perspektiven, stärkt sowohl Selbstwirksamkeit wie auch kulturelle Identität, fördert Chancengleichheit und gesellschaftlichen Fortschritt. Dazu zählen auch faire Arbeitsbedingungen, Bildungsmöglichkeiten und soziale Absicherung. Mit dem TO DO Award 2020 feierte der Studienkreis ein beeindruckendes Jubiläum: 25 Jahre Engagement für sozialverantwortlichen Tourismus und das mit neuem Teilnehmerrekord. Bisher wurden insgesamt 527 Bewerbungen eingereicht, 61 Projekte prämiert, davon 54 aus Entwicklungs- und Schwellenländern.

TO DO Award Human Rights in Tourism

Menschenrechte sind universell, unveräußerlich und unteilbar. Gerade in der Tourismusindustrie, die Arbeitsplätze für Hunderttausende schafft und Menschen der verschiedensten Kulturen zusammenbringt, müssen Menschenrechte ganz oben auf der Agenda stehen. Auf Initiative des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. wurde mit dem „TO DO Award Human Rights in Tourism“ eine neue Auszeichnung geschaffen und 2017 unter der Schirmherrschaft der Deutschen UNESCO-Kommission auf der ITB in Berlin erstmalig verliehen. Geehrt werden Initiativen, Projekte und Personen, die sich in herausragender Weise für menschenrechtliche Prinzipien in der touristischen Wertschöpfungskette einsetzen. Mit dem Preis verfolgen die Initiatoren das Ziel, politisch Verantwortliche und wirtschaftlich Handelnde für eine an den Menschenrechten orientierte touristische Entwicklung zu sensibilisieren. Die Auszeichnung besitzt Vorbildfunktion für alle Bereiche des Tourismus – weltweit.

Die Preisverleihungen des TO DO Awards und das TO DO Awards Human Rights in Tourism finden alljährlich auf der ITB in Berlin statt, die prämierten Projekte werden so einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht, erhalten durch die internationale Auszeichnung auch in ihren eigenen Ländern die notwendige Anerkennung und Aufmerksamkeit und dienen oft als Vorbildprojekte.

TO DO Award Gewinner 2021 aus Chile: Rutas Ancestrales Araucarias



Quelle: Rutas Ancestrales Araucarias

Intercultural Tour Guide Qualification

Nicht nur die SympathieMagazine spielen bei der Einstimmung auf Land und Leute eine wichtige Rolle. Was Tourist:innen in einem fremden Land wahrnehmen, erleben und lernen hängt auch maßgeblich von einer qualifizierten Reiseleitung und Urlaubsbetreuung ab. Im Rahmen der „Intercultural Tour Guide Qualification“ führt der Studienkreis daher interkulturelle Seminare für Reiseleiter:innen durch, denn diese können ihre Gäste für die kulturellen, religiösen oder politischen Hintergründe eines Landes sensibilisieren. Wenn Tourist:innen im Urlaub auf Einheimische treffen, kann die Hemmschwelle, in Kontakt zu treten, oft groß sein. Dabei gäbe es viel zu erfahren – für beide Seiten. Reiseleitung und Gästebetreuung kommt hier die wichtige Rolle des Vermittlers zu. Sie können ihre Gruppe nicht nur über die kulturellen oder religiösen Besonderheiten, die Sitten und Gebräuche eines Landes informieren, sondern auch dabei helfen, Begegnungen zu ermöglichen. Bei der „Intercultural Tour Guide Qualification“ des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. werden Reiseleiter:innen in einem praxisnahen, interkulturellen Trainingsseminar für ihre Aufgaben sensibilisiert und praktisch geschult. Dabei liegt der Fokus auf entwicklungspolitischen und interkulturellen Themen sowie auf Aspekten der Nachhaltigkeit. Oft ist Fingerspitzengefühl gefragt, wenn es um kontrovers diskutierte gesellschaftliche Themen oder die politische Situation im Land geht. Die Seminarangebote befähigen Tour Guides, sich ihrer Schlüsselrolle als Kulturvermittler bewusst zu werden, eigene Kommunikations- und Argumentationsfähigkeiten zu verbessern sowie eigene Vorurteile und die von Tourist:innen zu erkennen und abzubauen. Die Weiterbildungsseminare tragen dazu bei, dass globale Zusammenhänge besser begriffen und in überzeugender Form vermittelt werden können und Tour Guides und Reisende sich mit Fragen nachhaltiger Tourismusentwicklung auseinandersetzen. Die Seminarangebote richten sich an Reiseveranstalter, Tourist Boards, Tourismusministerien und Tour Guide Associations. Bisher wurden 91 Fortbildungsseminare mit insgesamt 1130 Teilnehmer:innen durchgeführt.



Intercultural Tour Guide Qualification von 16 Reiseleiter:innen in Bolivien



Quelle: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

Dialogprojekte: Zwischenrufe und Ammerlander Gespräch

Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. beteiligt sich aktiv an öffentlichen Diskursen über Fragen touristischer Entwicklung, bringt unterschiedliche Akteure zusammen und fördert den Dialog innerhalb der Branche. Eigene Veranstaltungsformate des Studienkreis wie die „Ammerlander Gespräche“ oder die „Zwischenrufe“ greifen kontroverse Themen touristischer, politischer und gesellschaftlicher Entwicklungen auf, stoßen Debatten an und setzen sich kritisch-konstruktiv mit aktuellen Themen im Tourismus auseinander. Sie richten sich an Entscheidungsträger im Tourismus und an Fachmedien oder, wie die „Zwischenrufe“, an eine breitere Fachöffentlichkeit, insbesondere an Studierende und Fachnachwuchskräfte in der Tourismusbranche. Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. sensibilisiert mit seinen Veranstaltungen und seiner Medienarbeit für die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und umweltpolitischen Auswirkungen des Tourismus sowie für seine globalen Wirkungen. Er setzt sich kritisch mit dem Einfluss von politischen Verhältnissen in Zielländern auf den Tourismus auseinander, ebenso mit Menschenrechtsverletzungen in Tourismusgebieten.

Forschung

Im Rahmen seiner Projektarbeit führt der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. eine Vielzahl von Eigen- und Auftragsforschungen durch. Im Fokus stehen dabei die Bedingungen, Erscheinungsformen und Wirkungen touristischer Entwicklungen – insbesondere in Entwicklungs- und Schwellenländern. Welche Chancen ergeben sich durch eine nachhaltige Tourismusentwicklung? Es werden quantitative Analysen des deutschen Quellmarkts für Urlaubsreisen durchgeführt und dabei ein breites Themenspektrum bearbeitet. Für die Forschungsarbeiten beteiligt sich der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. regelmäßig an der bevölkerungsrepräsentativen Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R), die er 1994 mitgegründet hat. Die Forschungstätigkeit dient der Fundierung und Weiterentwicklung der eigenen Projektarbeit sowie der Optimierung von touristischen Angeboten. Sie berücksichtigt schwerpunktmäßig den deutschen Quellmarkt für Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer. Zum Forschungs- und Beratungsangebot gehören darüber hinaus qualitative Untersuchungen im Rahmen von teilnehmenden Beobachtungen, Experten-, Mitarbeiterbefragungen sowie Durchführbarkeitsstudien. In der „Schriftenreihe für Tourismus und Entwicklung“ werden Themen aus dieser Forschungsarbeit veröffentlicht.

Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. schaut hin, fragt nach, macht aufmerksam, fördert den Dialog. Er bringt die unterschiedlichen Akteure des Tourismus zusammen, um den eingeschlagenen Weg weiter gemeinsam zu beschreiten. Denn: Tourismus braucht Visionen!

Kontakt

Claudia Mitteneder, claudia.mitteneder@studienkreis.org
Geschäftsführung Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.
www.studienkreis.org

2 Nicht „auf Kurs“: Tourismus und die Ziele für nachhaltige Entwicklung

Christina Kamp – freie Journalistin

Ausgesprochen ambivalent – so kann man das Verhältnis zwischen dem Tourismus und den Zielen für nachhaltige Entwicklung gut beschreiben. Die Erkenntnis ist nicht neu, doch nichts hat dies bislang deutlicher gemacht als die Corona-Krise. Sie hat gezeigt, wie sehr der bisherige Weg zur Schaffung von Wohlstand durch Tourismus mit der Gesundheit der Menschheit und unseres Planeten im Konflikt steht.

Über 1,4 Milliarden internationale Touristenankünfte zählte die Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen (UNWTO) noch 2019. Hinzu kamen nach UN-Schätzungen rund 8,8 Milliarden Reisen, die innerhalb einzelner Länder stattfanden. Jahr für Jahr wurden auf der internationalen Tourismusbörse (ITB) in Berlin und anderen Tourismusforen solche Zahlen verkündet, als ob es sich dabei um gute Nachrichten handle. Doch die dahinterstehenden Entwicklungen waren und sind nicht zukunftsfähig. Sie untergraben die Bemühungen der internationalen Gemeinschaft, die Welt auf einen nachhaltigen Entwicklungspfad zu bringen.

Wie ein solcher Entwicklungspfad aussehen kann, beschreibt die Agenda 2030 – ein ambitioniertes Programm, zu dem sich die internationale Staatengemeinschaft 2015 verpflichtet hat, um die Armut auf der Welt zu mindern und Entwicklung zukunftsfähiger zu gestalten. Was dafür im Einzelnen nötig ist, wurde in 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals – SDGs) definiert.

Dieses Programm ist auch für den Tourismus relevant und die Tourismusbranche trägt Mitverantwortung für die Erreichung der Ziele. Dies haben die Vereinten Nationen 2017 mit dem „International Year of Sustainable Tourism for Development“ deutlich gemacht. Die Welttourismusorganisation (UNWTO) betont die 17 SDGs als Anknüpfungspunkte für positive Beiträge des Tourismus zu Entwicklung und Nachhaltigkeit. Nichtregierungsorganisationen setzen auf das transformative Potenzial der Agenda 2030, das über die konkreten Ziele und Zielvorgaben hinausgeht.

So hat Tourism Watch (Brot für die Welt – Tourism Watch, 2016) unter dem Titel „Tourismuswende“ eine Publikation vorgelegt, die deutlich macht, dass sich die SDGs nicht mit einem „Weiter wie bisher“-Ansatz erreichen lassen. Auch unbequeme Herausforderungen wie die nötige Abkehr vom Konsumwachstum müssten konsequent angegangen werden. Nachhaltiger Tourismus, wie er in der SDG-Zielvorgabe 8.9 genannt ist, dürfe nicht als Aufruf zur Tourismusförderung verstanden werden, sondern sei ein dringendes Gebot, den Tourismus in nachhaltige Bahnen zu lenken.

Tourismus in der Agenda 2030

An einigen Stellen ist der Tourismus in der Agenda 2030 explizit erwähnt. Zum Beispiel wird in Zielvorgabe 12.b gefordert, Instrumente zur Beobachtung der Auswirkungen des Tourismus auf die Nachhaltigkeit von Entwicklung zu entwickeln und einzusetzen. In Zielvorgabe 14.7 geht es um die nachhaltige Nutzung von Meeresressourcen, unter anderem durch nachhaltiges Tourismusmanagement zur Förderung wirtschaftlicher Entwicklung für kleine Inselentwicklungsländer und am wenigsten entwickelte Länder.

Doch auch viele weitere SDGs – wenn nicht alle – sind für die Tourismuswende relevant. Dazu zählen grundlegende Bereiche menschlicher Entwicklung wie Ernährung, Bildung oder Gesundheit, aber auch Konsum- und Produktionsmuster, menschenwürdige Arbeitsbedingungen, der nachhaltige Umgang mit natürlichen Ressourcen, Klimaschutz und der Erhalt natürlicher Lebensgrundlagen. Übergreifende Herausforderungen wie Good Governance, Geschlechtergerechtigkeit, die Überwindung von Ungleichheit oder die Stärkung globaler Partnerschaften sind als separate Ziele definiert. Gleichzeitig sind sie aber auch Querschnittsaufgaben, die für alle anderen Ziele ebenfalls relevant sind.

Inwieweit der Tourismus zur Erreichung der einzelnen Ziele beiträgt beziehungsweise diese untergräbt, haben Autorinnen und Autoren aus verschiedenen Ländern in einem Online-Kompodium „Transforming Tourism“ (Transforming Tourism Initiative, 2017) untersucht. Sie stellen besondere Herausforderungen heraus und zeigen konkrete Ansatzpunkte auf, um Veränderungen anzustoßen.



Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster

Eine zentrale Rolle spielt Ziel 12, in dem es darum geht, nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster zu erreichen. Mit diesem Ziel wird die Katze im Genick gepackt, die sich immer wieder so gerne in den Schwanz beißt: Tourist:innen müssen nachhaltige Konsumententscheidungen treffen, doch dazu brauchen sie entsprechende Angebote und Anreize. Unternehmen müssen nachhaltig wirtschaften und ihre Produkte und Dienstleistungen an Nachhaltigkeitsstandards ausrichten. Doch das tun sie erst, wenn ihre Kunden dies verlangen und sie darin Wettbewerbsvorteile sehen. Die Agenda 2030 macht deutlich, dass beides zeitgleich und rasch erfolgen muss. Es bleiben nur noch wenige Jahre bis 2030 – kein langer Zeitraum, in dem man es sich leisten könnte, weiter abzuwarten.

Im Online-Kompodium werden darüber die SDGs hinaus zentrale Aspekte reflektiert, die in der Agenda 2030 zu kurz kommen. Dazu gehören partizipative Entscheidungsprozesse, das heißt im Tourismus insbesondere die umfassende Beteiligung der Menschen in den Tourismusdestinationen. Um auch benachteiligte Bevölkerungsgruppen erfolgreich einzubinden, braucht es gezielte unterstützende Maßnahmen. Um feststellen zu können, inwiefern der Tourismus zur nachhaltigen Entwicklung beiträgt, sind geeignete Monitoring-Instrumente nötig.

All dies ist nun umso dringlicher, da die Corona-Krise den Tourismus massiv ausgebremst hat. Staaten greifen noch stärker als zuvor in die Wirtschaft – und auch in die Tourismuswirtschaft – ein. Damit haben sie die Möglichkeit, politische Maßnahmen gezielt an der Agenda 2030 auszurichten und die Widerstandsfähigkeit der Gesellschaften und der Umwelt zu stärken.

Schwachstelle Klimaschutz

Zu einem der größten Probleme im Tourismus, die die Erreichung der SDGs untergraben, hat sich der Flugverkehr entwickelt. Weniger Fernreisen, weniger fliegen, mehr Naherholung wird zugunsten des Klimaschutzes schon lange gefordert. 2020 gelang es erstmals, doch nicht zum Schutz vor der Klimakrise – der größten Gesundheitsgefahr im 21. Jahrhundert – sondern allein in dem Bemühen, die SARS-CoV-2-Pandemie einzudämmen.

Vierorts verschaffte die Corona-Krise Einheimischen, Natur und Umwelt eine Atempause, manchmal im wahrsten Sinne des Wortes. Insbesondere in Bezug auf die umweltbezogenen SDGs wie den Klimaschutz und den Schutz biologischer Vielfalt auf dem Land und im Wasser war die Welt bislang nicht auf Kurs. Nun hat die Krise gerade bei einigen dieser Ziele zeitweilige Verbesserungen gebracht. Die Natur hat sich vielerorts Lebensraum zurückerobert, die Luft- und Wasserqualität hat sich verbessert.

Der Rückgang der CO₂-Emissionen 2020 im Vergleich zum Vorjahr wird auf vier bis acht Prozent geschätzt und könnte damit erstmals der Zielvorgabe entsprechen. Die liegt – mit oder ohne Pandemie – bei einer Verringerung um mindestens 7,6 Prozent pro Jahr, um zu verhindern, dass die Erderwärmung mehr als 1,5°C betragen wird. Emissionsverringerungen in genau dieser Größenordnung müssen nun aber Jahr um Jahr erzielt werden.

Um die Erderwärmung deutlich unter 2°C zu halten, dürfte die Luftfahrt 2030 nur noch maximal 39 Prozent der Emissionen von 2005 erzeugen, heißt es in einer für das Europäische Parlament erstellten Studie (European Parliament, 2015).

Rückschläge bei der menschlichen Entwicklung

Waren schon vor der Krise die Fortschritte bei den meisten SDGs zu gering, lassen die Auswirkungen der Corona-Krise Zweifel aufkommen, ob die Ziele bis 2030 überhaupt noch erreichbar sein werden. Viele der in den vergangenen Jahren erzielten Erfolge bei der menschlichen Entwicklung könnten durch die Krise zunichte gemacht werden. Deshalb hat die Hauptabteilung Wirtschaftliche und Soziale Angelegenheiten der Vereinten Nationen (UNDESA, 2020b) Szenarien entwickelt, die zeigen sollen, ob und unter welchen Umständen es möglich ist, die Ziele trotz Krise doch noch zu erreichen. Die Szenarien zeigen, dass es vor allem darauf ankommen wird, wie Regierungen, Volkswirtschaften und Gesellschaften mit der Krise und ihren Folgen umgehen. Nach dem optimistischsten der drei Szenarien ist es durchaus möglich, mit neuer Kraft weiter Fortschritte in Richtung der SDGs zu machen und die Krise sogar als Chance zu nutzen.

Die Krise als Chance für das Klima?

In Bezug auf den Klimaschutz besteht von wenigen Ausnahmen abgesehen weiterhin die Gefahr, dass durch die Corona-Krise noch nicht wirklich viel gewonnen wird. Unternehmen könnten sich in Zukunft noch vehementer gegen Auflagen wehren, Regierungen den Schutz der Umwelt und den Kampf gegen den Klimawandel noch zögerlicher angehen.

Für die Luftverkehrsbranche dürfe die Krise nicht zu einem Vorwand werden, ihre Klimaziele zurückzunehmen, heißt es in einem Policy Brief des Generalsekretärs der Vereinten Nationen, „COVID-19 and Transforming Tourism“. Die Gewährung staatlicher Nothilfen könnte an Investitionen in nachhaltige Treibstoffe gebunden werden oder an auf wissenschaftlichen Erkenntnissen basierende Zielvorgaben im Flugverkehr, zum Beispiel die Verringerung von Abfällen. Dass solche Bedingungen möglich sind, habe Frankreich gezeigt, wo ein Hilfspaket für Air France-KLM unter anderem daran geknüpft wurde, dass Air France Kurzstreckenflüge auf Routen aufgibt, wo sie mit der Bahn konkurrieren (United Nations, 2020). Die von der französischen Regierung festgelegten Bedingungen seien allerdings nicht verbindlich, kritisiert Transport & Environment, eine Dachorganisation mehrerer europäischer Nichtregierungsorganisationen mit Schwerpunkt Verkehr. In einer Analyse zum Transportsektor von UN Climate Change (2020) heißt es, die finanzielle Unterstützung für Fluglinien in der Corona-Pandemie sollte daran gebunden werden, dass diese zukünftige Emissionsminderungsziele erreichen und nachhaltige Treibstoffe einsetzen. Bislang wurden in den meisten Fällen solche Chancen für mehr Klimaschutz in Rettungspaketen allerdings vertan.

Nicht „auf Kurs“

So wird die Krise die sektorimmanenten Probleme des Tourismus nicht lösen. Dazu gehören das seit Jahrzehnten enorme Wachstum der Branche mit allen ökologischen Folgen, der hohe Flächen- und Ressourcenverbrauch, die Schwierigkeiten, Besucherströme räumlich und zeitlich zu entzerren und die Abhängigkeit vieler Länder und Regionen vom Tourismus.

Letztere wirkt sich gerade in der Krise auf fatale Weise aus, denn der Tourismus ist eine der von den Anti-Corona-Maßnahmen besonders betroffenen Branchen. Die meisten Tourismusbetriebe sind kleine oder mittelständische Unternehmen. Die Branche ist personalintensiv. Entsprechend viele Jobs sind in der Krise bereits verloren gegangen oder gefährdet. In nicht wenigen dieser Jobs waren die Arbeitsbedingungen bereits vor der Krise prekär, die Bezahlung schlecht. Die Arbeit ist oft saisonal und vor allem in Ländern mit niedrigem Einkommen häufig im informellen Sektor angesiedelt, ohne soziale Absicherung. Entsprechend verfügen viele der im Tourismus Beschäftigten kaum über Ersparnisse, um die Corona-Krise gut überstehen zu können, und die Unternehmen kaum über Rücklagen. So droht in Bezug auf die SDGs nicht nur eine Verschärfung der Armut, sondern auch weiter zunehmende Ungleichheit.

Kein „Zurück zum Normalzustand“

Maßnahmen zum Abfedern der Folgen der Krise und Investitionen in den Neustart müssen gezielt darauf angelegt werden, die SDGs zu befördern. Statt einer reinen Stimulation der Nachfrage, wie sie in Wirtschaftskrisen sonst üblich ist, plädiert das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) dafür, vor allem der zunehmenden Ungleichheit entgegenzuwirken (SDG 10). Dazu müssen vor allem die schwächsten Gruppen gestärkt werden. Das heißt im Tourismus zum Beispiel der informelle Sektor, Frauen und Migrant:innen. Es gilt nicht einfach nur Arbeitsplätze zu erhalten, sondern auch die soziale Absicherung der Beschäftigten zu verbessern, die in vielen Ländern auch im formellen Sektor zu wünschen übrig lässt. Die zivilgesellschaftliche Transforming Tourism Initiative forderte in einem offenen Brief an die UNWTO, dem Prinzip der Agenda 2030, niemanden zurückzulassen („leave no one behind“) auch in den Hilfsprogrammen in der Corona-Krise Geltung zu verschaffen (Transforming Tourism Initiative, 2020).

Die Krise ist eine Chance, die Beiträge des Tourismus zu den SDGs neu zu reflektieren. Entsprechend lautet eine wichtige Empfehlung des Generalsekretärs der Vereinten Nationen, für Gemeinschaften, die vom Tourismus abhängig sind, alternative Einkommensquellen zu erschließen, um sie widerstandsfähiger gegenüber Krisen zu machen. Fähigkeiten und Kompetenzen der Menschen aus der Tourismusbranche sollten in andere Bereiche „umgelenkt“ werden, weg vom Tourismus, hin zu einer intelligenten Mischung verschiedener Sektoren (United Nations, 2020).



Schließlich gilt es zu verhindern, dass sich der Zustand der Umwelt wieder verschlechtert, wenn wieder mehr gereist wird. Ein erheblicher Teil der Mittel zur Ankurbelung der Wirtschaft müsse in die Verringerung der Treibhausgase investiert werden (UNDESA, 2020a).

„Building back better“

Es besteht Einigkeit, dass „besserer“ Tourismus nach der Pandemie weniger negative und mehr positive gesellschaftliche, wirtschaftliche und ökologische Wirkungen haben muss. „Building back better“ lautet der entsprechende Slogan der Vereinten Nationen. Die Krise sei eine noch nie dagewesene Chance, das Verhältnis des Tourismus zur Natur, zum Klima und zur Wirtschaft fundamental zu verändern, heißt es im Policy Brief des UN-Generalsekretärs (United Nations, 2020).

Die Corona-Krise liefert wichtige Erkenntnisse, denn sie wirkt wie ein Zeitraffer und Vergrößerungsglas. In kurzer Zeit und mit großer Wucht hat sie fast alle Bereiche des menschlichen Lebens beeinträchtigt, Schäden verursacht und schnelle Lösungen gefordert. Sie lässt erahnen, was uns durch andere mögliche Krisen in Zukunft noch bevorstehen könnte. Im positiven Sinne hat die Krise aber auch gezeigt, welche entschlossene, ambitionierte und einschneidende Maßnahmen möglich sind, wenn der entsprechende politische Wille, Vertrauen in die öffentlichen Institutionen und Solidarität in der Bevölkerung besteht. Noch ist allerdings die Gefahr groß, dass es weithin einfach nur um eine schnelle Rückkehr zur „Normalität“ gehen wird, unabhängig davon, wie wünschenswert oder nachhaltig diese eigentlich war.

Literatur:

Brot für die Welt – Tourism Watch (2016): Tourismuswende. Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung: Die Transformation im Tourismus gestalten. Berlin. <https://shop.brot-fuer-die-welt.de/images/Profil20-de-v07-Web.pdf>

European Parliament (2015): Emission Reduction Targets for International Aviation and Shipping. Directorate General for Internal Policies. Policy Department A: Economic and Scientific Policy. Brüssel. https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/569964/IPOL_STU%282015%29569964_EN.pdf

International Labour Organization (2020): The impact of COVID-19 on the tourism sector, ILO Sectoral Brief. Genf. Mai 2020. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/briefingnote/wcms_741468.pdf

OECD (2020): Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19). Aktualisiert 2. Juni 2020. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses

Transforming Tourism Initiative (2017): Transforming Tourism. Tourism in the 2030 Agenda. www.transforming-tourism.org

Transforming Tourism Initiative (2020): Open Letter to UNWTO Secretary General Zurab Pololikashvili: COVID 19 – now is the time to transform tourism. http://www.transforming-tourism.org/fileadmin/baukaesten/sdg/downloads/Working_Programme/Open_Letter/Transforming_Tourism_Letter_to_UNWTO.pdf

United Nations (2020): Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism. New York. August 2020. https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-08/sg_policy_brief_covid-19_tourism_august_2020.pdf

United Nations Climate Change, Marrakech Partnership (2020): Climate Action Pathway. Transport. Executive Summary. https://unfccc.int/sites/default/files/resource/ExecSumm_Transport_2.pdf

United Nations Development Programme (2020): COVID-19 and Human Development: Assessing the Crisis, Envisioning the Recovery. Human Development Perspectives. New York. http://hdr.undp.org/sites/default/files/covid-19_and_human_development_0.pdf

UNDESA (2020a): Policy Brief no. 84. Achieving SDGs in the wake of COVID-19: Scenarios for policymakers.
https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/PB_84.pdf

UNDESA (2020b): Sustainable Development Outlook 2020. Achieving SDGs in the wake of COVID-19: Scenarios for policymakers. https://sdgs.un.org/sites/default/files/2020-07/SDO2020_Book.pdf

UNWTO: Internetplattform zum International Year of Sustainable Tourism for Development.
<http://www.tourism4development2017.org>

UNWTO : Internetplattform Tourism for SDGs. <http://tourism4sdgs.org/>

UNWTO (2016): Tourism and the Sustainable Development Goals. United Nations World Tourism Organization (Hg.), Madrid. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419401>

World Economic Forum (2020): The Global Risks Report 2020. 15th Edition. Cologny/Genf.
http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risk_Report_2020.pdf

World Meteorological Organization (2020): WMO Statement on the State of the Global Climate in 2019.
https://library.wmo.int/doc_num.php?explnum_id=10211

Kontakt

Christina Kamp, ChristinaKamp@web.de
freie Journalistin und Übersetzerin mit Schwerpunkt Tourismus und Entwicklung



3 Tourismus und Menschenrechte

Jara Schreiber – Roundtable Human Rights in Tourism e.V.

War das Thema Menschenrechte vor 10 Jahren noch ein Nischenthema für politisch korrekte Reisende, gibt es heute kaum noch einen Reiseveranstalter, der nicht das ein oder andere Menschenrechtsthema aufgreift. Einige Unternehmen haben Beauftragte für Kinderschutz oder Diversity Management – man könnte auch sagen, sie haben Strategien zur Respektierung der Kinderrechte oder zur Beachtung der menschenrechtlichen Pflicht zur Nicht-Diskriminierung. Menschenrechts-Statements werden aus intrinsischer Motivation heraus verfasst oder weil es für die Investor Relations oder Compliance notwendig ist.

Doch Vorreiter in der Branche zeigen, dass noch mehr möglich ist. Mit ganzheitlichen Strategien versuchen sie, die Menschen vor Ort und ihre Bedürfnisse besser zu beachten und langfristige, vertrauensvolle Beziehungen mit Vertragspartnern und Dienstleistern entlang der Wertschöpfungskette aufzubauen. Einige bemühen sich, ihnen mit derselben Verantwortung zu begegnen, wie ihren Kunden und den eigenen Mitarbeitenden. Und sie tun auch aus eigener Motivation gut daran, aus der menschenrechtlichen Perspektive auf ihre Angebote zu schauen. Denn:

Ein Tourismus, der die Menschen und ihre Rechte nicht in den Fokus des wirtschaftlichen Handelns stellt und eine Tourismusentwicklung, die Menschen diskriminiert, in ihrer Meinungsäußerung beschränkt und ihre Beteiligung an Entscheidungen behindert, kann nicht qualitativ und langfristig tragfähig sein.

Wo für den Tourismus Bauern und Fischerfamilien vertrieben wurden, kann kein nachhaltiger Tourismus mehr gedeihen. Wo der Tourismus die Konkurrenz um knappe Ressourcen wie Wasser, Nahrung und Land verschärft oder bestehende ethnische Spannungen nicht beachtet, kann er zu ökologischen Übernutzungen, sozialer Instabilität oder zur Verschärfung von Konflikten bis hin zu bewaffneter Gewalt beitragen.

Reisende haben Interesse, hinter die Kulissen zu schauen. Sie interessieren sich für die Arbeitsbedingungen des Hotelpersonals und touristischer Dienstleister und fühlen sich unangenehm berührt, wenn prekäre Arbeitsbedingungen sichtbar sind. Wo Kinder am Strand betteln, weil ihre Eltern zu wenig verdienen und keine Zeit haben, sich um sie zu kümmern, kann kein Gast entspannen. Nur wo Mitarbeitende motiviert, die Umwelt intakt und die lokale Bevölkerung respektiert ist, kann sich ein qualitativ hochwertiges Tourismusprodukt etablieren, das Reisende gerne wieder buchen und weiterempfehlen und das in Krisenzeiten (relativ) resilient ist.

„Alle Menschen sind frei und gleich an Würde und Rechten geboren“. So beginnt die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte. Als sie am 10. Dezember 1948 von der Generalversammlung der Vereinten Nationen verabschiedet wurde, ahnte niemand, dass der weltweite Tourismus zu einem Massenphänomen und einem Motor der Globalisierung mit international agierenden Unternehmen und Konzernen werden würde.

In den folgenden Jahrzehnten kamen zahlreiche internationale Abkommen und Vereinbarungen hinzu, welche die politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Rechte der Menschen festschreiben und die Staaten in die Pflicht für ihre Umsetzung nehmen. 2011 haben die Vereinten Nationen die Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte verabschiedet. Diese formulieren zum ersten Mal die verbindliche Verantwortung von Unternehmen zur Respektierung und Förderung der Menschenrechte und fanden u.a. Eingang in Rahmenwerke der Europäischen Kommission und die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen.¹ Seither gewinnt das Thema Menschenrechte nicht nur auf der internationalen politischen Bühne und in der öffentlichen Wahrnehmung an Bedeutung, sondern wird auch in der Unternehmensführung immer wichtiger.

Immer mehr Staaten verabschieden nationale Aktionspläne (NAP), in denen klare – aber auf Freiwilligkeit basierende – Umsetzungsvorgaben der Leitprinzipien für Unternehmen beschrieben werden.² In Deutschland wurde 2016 ein NAP veröffentlicht. Das Ergebnis des im Jahr 2020 durchgeführten Monitorings zur Umsetzung dieser Handlungsempfehlungen in deutschen Unternehmen zeigte jedoch deutlich, dass die im NAP festgelegten Ziele

¹ OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen:
<http://www.oecd.org/daf/internationalinvestment/guidelinesformultinationalenterprises/oecdguidelinesformultinationalenterprises.htm>

² Übersicht zur Entwicklung von NAPs weltweit: <https://globalnaps.org/>

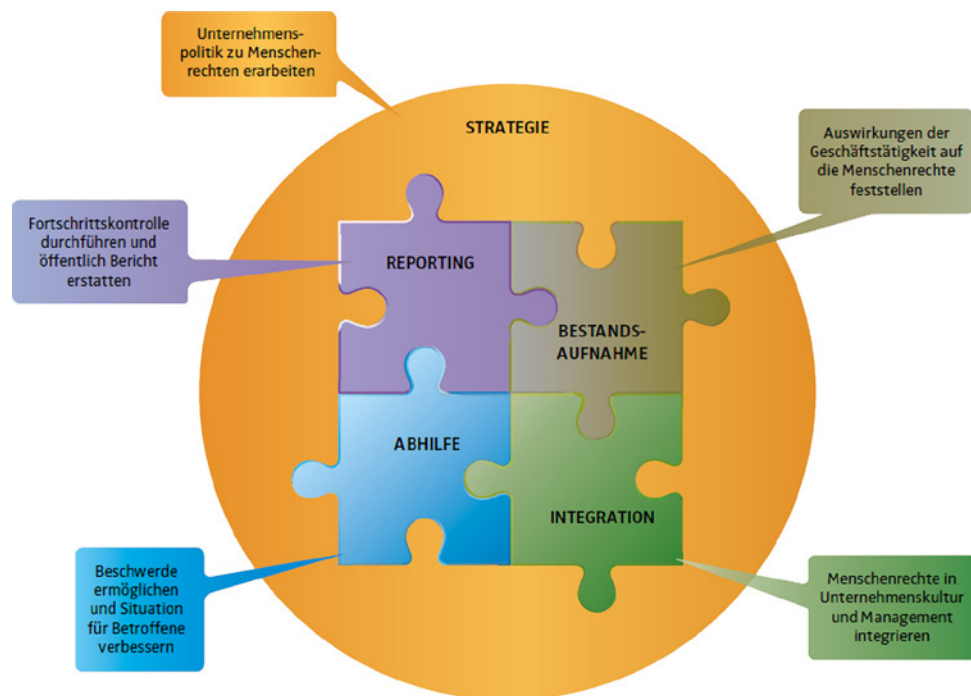
nicht erreicht wurden³ und führte zu einer intensiven Diskussion über die Einführung eines rechtlich bindenden Lieferkettengesetzes für Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitenden. In verschiedenen anderen Ländern gibt es bereits verbindliche rechtliche Instrumente, die die Durchsetzung von nachhaltigen Lieferketten in den Blick nehmen⁴, z.B:

- Modern Slavery Act UK 2015
- Loi de Vigilance, Frankreich 2017
- EU CSR-Reporting Gesetz, 2018
- Modern Slavery Act, Australien 2018
- Wet Zorgplicht Kinderarbeid, Niederlande, 2019

Seit 2011 die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte verabschiedet wurden, ist klar: Unternehmen haben nicht nur eine moralische, sondern auch eine völkerrechtliche Verantwortung, die Menschenrechte zu respektieren. Sie sind angehalten, mit menschenrechtlicher Sorgfalt (due diligence) zu handeln. Dafür müssen sie strukturelle Voraussetzungen zur langfristigen Verankerung der Menschenrechte im Unternehmen und entlang der gesamten Wertschöpfungs- und Dienstleistungskette schaffen und ihre Geschäftstätigkeit strategisch auf die Auswirkung hinsichtlich aller Menschenrechte überprüfen. Prioritär berücksichtigen sollten Unternehmen dabei menschenrechtliche Risiken,

- die einen großen Personenkreis betreffen, deren Folgen für eine kleine Anzahl von Personen besonders gravierend sind oder bei denen ein potenzieller Schaden unwiderruflich ist (Severity)
- auf die das Unternehmen einen direkten, unmittelbaren Einfluss hat (Leverage)

Schritte zur Umsetzung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte in der Unternehmenspraxis



Quelle: Integration der UN-Leitprinzipien in die Unternehmensprozesse. Schematische Darstellung. Roundtable Human Rights in Tourism, Managementleitfaden (2015).

Menschenrechtsverletzungen fallen nicht vom Himmel – sie sind oft strukturell verankert und können nicht immer individuell von Unternehmen beseitigt werden. Kleine und mittelständische Reiseveranstalter können ihre Kräfte bündeln, gemeinsame Initiativen der Reiseverbände und Branchengrößen haben mehr Aussicht auf Erfolg.

³ <https://wirtschaft-entwicklung.de/wirtschaft-menschenrechte/nap-monitoring>

⁴ Eine Übersicht zu bestehenden Regularien in Bezug auf Lieferketten bietet die Friedrich-Ebert-Stiftung in ihrer Studie „Unternehmen und Menschenrechte“ (2019): <http://library.fes.de/pdf-files/iez/15675.pdf>



In dem Bewusstsein, dass die Achtung der Menschenrechte nicht zum Wettbewerbsnachteil im hoch-kompetitiven Reiseveranstaltergeschäft werden dürfe, haben 2012 verschiedene Tourismusakteure den **Roundtable Human Rights in Tourism als internationale Multi-Stakeholder Initiative ins Leben gerufen, um das Thema menschenrechtliche Sorgfalt im Tourismus strukturiert zu bearbeiten**. Der Austausch zwischen Reiseveranstaltern, Reiseverbänden, zivilgesellschaftlichen Organisationen, Multiplikatoren sowie Zertifizierern hat den Startpunkt gegeben, sich auf hohem Niveau und in vertrauensvoller Zusammenarbeit auszutauschen. Seit 2016 als gemeinnütziger Verein organisiert, bildet der Roundtable ein Netzwerk und eine Plattform für interessierte Akteure im Tourismus und besteht heute aus mehr als 30 Mitgliedern aus sechs Ländern. Im Deutschen NAP wird er als Brancheninitiative für den Tourismus genannt. Neben Formaten wie Workshops, Paneldiskussionen und Symposien bietet der Roundtable verschiedene praxisorientierte Unterstützungsangebote zur Einführung menschenrechtlicher Sorgfalt für Reiseveranstalter. Dazu gehören ein allgemeiner Managementleitfaden zur Umsetzung der UN-Leitprinzipien in ihren fünf Bereichen (siehe Kasten oben), Handreichungen zum Thema Fahrpersonal und zum Angebot von Reisen in Postkonflikt-Gebiete, sowie das Online-Tool „Get Started“⁵, das den Zusammenhang verschiedener menschenrechtlicher Risikofelder zu Gliedern der touristischen Dienstleistungskette aufzeigt, diese anhand zahlreicher Beispiele und Fallstudien erläutert und mögliche konkrete Maßnahmen für Reiseveranstalter nennt. Mit seinem Angebot unterstützt der Roundtable vor allem kleine und mittelständische Reiseveranstalter dabei, ihre Wertschöpfungskette strategisch auf Berührungspunkte mit Menschenrechts-Risiken zu durchleuchten und die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf ökologische, sozio-kulturelle und damit auch menschenrechtliche Verträglichkeit zu überprüfen.

Die Auswirkungen touristischer Geschäftsbeziehungen entlang der Wertschöpfungskette können Reiseveranstalter durch eine menschenrechtliche Wirkungsanalyse (Human Rights Impact Assessment – HRIA) in einer Destination tiefergehend begutachten. Die Durchführung eines HRIA folgt fünf methodischen Phasen, die international anerkannt sind und in Einklang mit den UN-Leitprinzipien stehen.

Integration der UN-Leitprinzipien in die Unternehmensprozesse. Schematische Darstellung.



Quelle: Methodische Phasen zur Durchführung eines Human Rights Impact Assessments (HRIA).
Roundtable Human Rights in Tourism, HRIA Report (2020).

Ein HRIA hilft Unternehmen dabei, ihr Verständnis dafür zu verbessern, wie sich ihre Aktivitäten und Tätigkeiten auf die Menschenrechte verschiedener Stakeholder auswirken, und arbeitet darauf hin, erkannte Risiken zu mindern und zu managen. Fokus eines solchen Assessments ist der intensive Dialog mit verschiedenen Stakeholdern (Anspruchsgruppen) in einer Destination, die direkt und indirekt Bezug zur Geschäftstätigkeit des Unternehmens haben.

2019 führte der Roundtable Human Rights in Tourism ein exemplarisches HRIA mit Fokus auf die touristische Wertschöpfungskette in Thailand und Myanmar aus Sicht eines europäischen Reiseveranstalters durch. Im September 2019 fand im Rahmen dieses Pilotprojekts eine zweiwöchige Vor-Ort-Konsultation entlang der Lieferkette einer „typischen“ Reise in beiden Ländern statt. Dafür wurden insgesamt 409 Stakeholder (Angestellte in tourismusbezogenen Unternehmen, informell Arbeitende, Hotelmanager:innen, Gemeindevertreter:innen, Vertreter:innen von internationalen Organisationen und Regierungen, zivilgesellschaftlicher Organisationen oder Gewerkschaften, sowie externe Expert:innen) konsultiert.

5 <https://www.humanrights-in-tourism.net/get-started>

Übersicht HRIA in Thailand und Myanmar 2019: Ablauf, untersuchte Gebiete und konsultierte Stakeholder



Quelle: Roundtable Human Rights in Tourism

Der Projektbericht zum HRIA⁶ fasst die Ergebnisse des Assessments anschaulich zusammen und erläutert, welche konkreten Maßnahmen europäische Reiseveranstalter (alleine oder in Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteur:innen) ergreifen können, um die erkannten negativen Auswirkungen touristischer Aktivitäten auf die Rechteinhaber:innen in den untersuchten Destinationen zu verbessern. Eine Schritt-für-Schritt Anleitung mit zahlreichen Vorlagen und praktischen Hilfestellungen entlang der fünf methodischen Phasen eines HRIA finden Reiseveranstalter auch im „Get-Started“ Online-Tool auf der Webseite des Roundtable Human Rights in Tourism, das im Rahmen dieses Projekts um einen Teil zu HRIA erweitert wurde.⁷

Basierend auf den Konsultationen wurden für Thailand und Myanmar zentrale Problembereiche identifiziert und für diese jeweils die Höhe des Schweregrads (Severity) und der Einflussmöglichkeit durch Reiseveranstalter (Leverage) definiert, um Maßnahmen zu priorisieren. Anbei werden je zwei der erkannten Risiken in den Ländern skizziert⁸:

Thailand

Verlust der kulturellen Identität

Die reiche Kultur der Menschen und ihre Traditionen ist der Hauptgrund für Reisende, nach Thailand zu kommen. Die befragten und besuchten Gemeinden haben eine positive Einstellung zum Tourismus und heißen Tourist:innen, die ihre Dörfer besuchen, willkommen. Gleichzeitig fühlen sie sich „kulturell ausgebeutet“, ohne wirtschaftlich davon zu profitieren. Die größten wahrgenommenen negativen Auswirkungen beziehen sich auf die Sorge vor „kultureller Degradierung“ und unangemessenem Verhalten der Tourist:innen, das zu einer Veränderung der Sitten und Lebensweisen führt, die nicht zu den traditionellen lokalen Kulturen gehören. - Schweregrad: mittel, Einflussmöglichkeit für Reiseveranstalter: mittel – hoch

Arbeitsbedingungen

Die Arbeitsbedingungen und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden variierten deutlich zwischen den besuchten Hotels und besuchten Lodges. Die Arbeitsbedingungen sind im formellen Sektor im Allgemeinen akzeptabel, auch für Wanderarbeiter:innen in der untersuchten Wertschöpfungskette. Einige besuchte Hotels lagern bestimmte Dienstleistungen wie Wäscherei, Schreinerei oder Wartung aus. Diese nicht direkt vom Hotel angestellten Arbeiter:innen haben mit schwierigeren Arbeitsbedingungen zu kämpfen. Die Arbeitsbedingungen in der eher informellen touristischen Wertschöpfungskette, z. B. in der Landwirtschaft, im Transportwesen oder in der Souvenirproduktion, sind schwierig. - Schweregrad: mittel – hoch, Einflussmöglichkeit für Reiseveranstalter: mittel – hoch

⁶ <https://www.humanrights-in-tourism.net/hria-thailand-myanmar-report-2020>

⁷ <https://www.humanrights-in-tourism.net/human-rights-impact-assessment>

⁸ Eine ausführliche Zusammenfassung aller Schlüsselergebnisse und der empfohlenen Maßnahmen für die aufgezeigten Risiken sind im Projektbericht zu finden.



Myanmar

Wirtschaftliche Inklusion

Das Potenzial für wirtschaftliche Inklusion ist in der burmesischen Tourismusbranche besonders hoch. Im Vergleich zu anderen Sektoren, wie z.B. dem Bergbau, ist es für Mitglieder lokaler Gemeinschaften relativ einfach, am Tourismus zu partizipieren und ihren Anteil zu erhalten. Der hohe Grad an Informalität in der Branche ermöglicht es Menschen mit Unternehmergeist, ihr eigenes Unternehmen zu gründen und ohne hohen Verwaltungs- oder Steuer- aufwand vom Tourismus zu profitieren – bei gleichzeitig hoher Verletzlichkeit. - Schweregrad: mittel, Einflussmög- lichkeit für Reiseveranstalter: hoch

Schutz des kulturellen Erbes

Das materielle und immaterielle Kulturerbe ist der Hauptgrund für Reisen nach Myanmar und wird daher als ein wichtiger Aspekt für die touristische Entwicklung des Landes angesehen. Neben kulturell unangemessenen touris- tischen Aktivitäten und respektlosem Verhalten von Tourist:innen standen verschiedene Fragen im Zusammenhang mit der 2019 erfolgten Ernennung von Bagan zum UNESCO-Weltkulturerbe sowie die Frage, wie der Tourismus positiv zum Schutz des Kulturerbes beitragen kann, im Vordergrund der Gespräche. Die Besorgnis ist groß, dass einmal zerstörtes Kulturerbe nicht wiederhergestellt werden kann. - Schweregrad: hoch, Einflussmöglichkeit für Reiseveranstalter: mittel – hoch

Die identifizierten Risiken können sich durch zahlreiche externe Faktoren verschärfen oder verringern. Ein solches Assessment ist daher immer eine Momentaufnahme und der Anfang eines Prozesses, des stetigen In-Dialog-Blei- bens mit den konsultierten Stakeholdern, um relevante Maßnahmen zu eruieren und zu planen, die gemeinsam und in unterschiedlichen Konstellationen durchgeführt werden können. Am Anfang dieses Prozesses steht auch das Projekt.

Ausblick

Die Corona-Pandemie ist die größte Herausforderung, die der Tourismus bisher meistern musste. „Build back better“ ist der Slogan des Jahres 2020 – denn es besteht Einigkeit, dass ein Zurück zum alten Normal nicht er- strebenswert ist. Die Krise hält ein Brennglas auf bestehende Konflikte und Risiken im Tourismus. Die Kosten einer nicht nachhaltigen Tourismusentwicklung, die die Rechte der Bewohner in Reisegebieten vernachlässigt und die Arbeitenden in Hotels und der touristischen Dienstleistungen zu wenig vor Ausbeutung schützt, sind offensichtlich geworden. Overtourism oder Streiks von Zimmermädchen und Hotelmitarbeitenden waren die sichtbarsten Symptome vor Corona. Der massive Einbruch des Tourismus durch die Pandemie trifft wieder die schwächsten Akteur:innen und vulnerablen Gruppen in den Destinationen am härtesten.

Der Menschenrechtsrahmen zeigt klare Leitplanken auf, an denen sich ein zukunftsfähiger Tourismus orientie- ren muss. Für Reiseveranstalter bedeutet es verantwortungsvolles Geschäftsverhalten in den Mittelpunkt eines Unternehmens zu stellen, in stetigen engen Austausch mit allen Partnern und Dienstleistern in den Destinationen zu gehen, und gemeinsam klare gemeinsame Rahmenbedingungen für eine langfristige menschenrechts-basier- te Zusammenarbeit zu erarbeiten. Die menschenrechtliche Sorgfalt ist ein sich entwickelnder Prozess, eine große Chance, kontinuierlich zu lernen und sich zu verbessern. Unternehmen, die sich diese Werte zu eigen machen, werden widerstandsfähiger und erfüllen gleichzeitig die bestehenden und kommenden gesetzlichen Vorschriften.

Kontakt

Jara Schreiber, jara.schreiber@humanrights-in-tourism.net
Koordinatorin Roundtable Human Rights in Tourism e.V.
www.humanrights-in-tourism.net

4 Kinderschutz als Teil menschenrechtlicher Sorgfaltspflicht – Das Engagement der Tourismusbranche gegen sexuelle Ausbeutung von Minderjährigen

Josephine Hamann, Jana Schrempp – ECPAT Deutschland e.V.

Abstract:

Die Autorinnen beschreiben aus der Perspektive einer Kinderrechtsorganisation die Entwicklungen hinsichtlich menschenrechtlicher Sorgfaltspflicht im touristischen Feld. Die relevanten internationalen Vorgaben und Verpflichtungen werden analysiert und aktuelle Entwicklungen in der Branche und in ausgewählten Destinationen beispielhaft aufgezeigt. Ein Ausblick reflektiert die aktuelle Lage vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie.

Problembeschreibung

Die sexuelle Ausbeutung von Kindern auf Reisen und im Tourismus ist ein schweres Verbrechen und eine massive Verletzung der Rechte jedes einzelnen Kindes. Die Thematik wurde auf internationaler Ebene erstmals in den frühen 1990ern als drängendes Problem wahrgenommen. Die Erkenntnisse beruhten auf bekanntgewordenen Fällen von extrem gewalttätiger Ausbeutung von Kindern in Südostasien durch reisende Täter:innen.¹ Die Rahmenbedingungen, die zur sexuellen Ausbeutung von Kindern beitragen, sind oftmals sehr komplex. Armut spielt hierbei eine große Rolle, ist aber längst nicht der einzige Risikofaktor. Kinder sind per se verletzlich für Übergriffe, Gewalt und Manipulation. Sie sind weltweit von sexualisierter Gewalt und Ausbeutung betroffen, werden von Tourist:innen oder Reisenden sexuell ausgebeutet, werden gehandelt und täglich zirkulieren Bilder der Gewalt millionenfach im Internet.

Internationale Verpflichtungen für Staaten und Unternehmen

In der Präambel der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte verkündet die UN Generalversammlung diese „als das von allen Völkern und Nationen zu erreichende gemeinsame Ideal“.² Menschenrechtliche Vorgaben geben die Rahmung für unser Zusammenleben. Sie spiegeln wider worauf sich die beteiligten Akteure einigen konnten, sie stellen somit immer einen breiten Konsens aber häufig auch Kompromisse dar. Als Teil der internationalen Menschenrechtsverträge der Vereinten Nationen (UN) legt die UN Kinderrechtskonvention von 1989 die Rechte aller Kinder -weltweit- fest.³ Demnach ist jeder Mensch, der das achtzehnte Lebensjahr noch nicht vollendet hat, als Kind zu verstehen. Die Konvention beschreibt in 54 Artikeln die politischen, kulturellen, sozialen und ökonomischen Rechte von Kindern. Weitere Zusatzprotokolle ergänzen spezifische Schutzrechte bspw. in bewaffneten Konflikten oder auch hinsichtlich Menschenhandel und Ausbeutung. Darüber hinaus hat die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) sexuelle Ausbeutung als eine der schlimmsten Formen der Kinderarbeit definiert.⁴

Sowohl Staaten als auch Familien und der Gesellschaft im Ganzen wird die Verantwortung zugeschrieben, diese Rechte von Kindern zu verwirklichen und zu schützen. Die Staaten, die die Kinderrechtskonvention und ihre Zusatzprotokolle unterzeichnet und ratifiziert haben, müssen sich in regelmäßigen Berichtsverfahren und vor dem Kinderrechteausschuss der UN für ihre Maßnahmen oder bestehende Schutzlücken rechtfertigen. Im Rahmen dessen obliegt es Staaten Regularien für den Privatsektor zum Schutz der Kinderrechte zu etablieren. Auf internationaler Ebene legen verschiedene Richtlinien die Verantwortung von Unternehmen für den Schutz von Menschenrechten fest und beschreiben deren menschenrechtliche Sorgfaltspflicht. Betrachtet man die geschichtliche Entwicklung, hat der ehemalige UN-Sonderbeauftragte für Unternehmen und Menschenrechte John Ruggie mit den UN Guiding Principles on Business and Human Rights⁵ (UNGP) im Jahr 2011 einen großen Durchbruch auf internationaler Ebene erreicht. Die UNGP schreiben sowohl dem Staat als auch Unternehmen eine entscheidende Rolle zu, die Rechte von Menschen weltweit zu wahren. Staaten wurden von der UN dazu aufgerufen, nationale Aktionspläne zu entwickeln, um die UNGP umzusetzen. Deutschland kam dieser Forderung im Jahr 2016 nach und beschreibt im

1 Festschrift zum 30jährigen Jubiläum von ECPAT International: <https://www.ecpat.org/news/ecpat-30-year-anniversary/> (Stand 1.12.2020).

2 UN Allgemeine Erklärung der Menschenrechte <https://www.un.org/depts/german/menschenrechte/aemr.pdf>.

3 UN Convention on the Rights of the Child: <https://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/crc.aspx>.

4 ILO Worst Forms of Child Labour Convention, 1999 (No. 182) and Recommendation (No. 190).

5 United Nations. (2011). Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations "Protect, Respect and Remedy" Framework.



Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte⁶ die Verantwortung von Unternehmen aktiv die Rechte der Menschen entlang der Wertschöpfungs- und Lieferkette zu schützen. Die Sustainable Development Goals (SDGs) konkretisieren diese Forderung nochmal. Die SDGs der UN aus dem Jahr 2015 legen 17 globale Ziele für eine nachhaltige Entwicklung bis zum Jahr 2030 fest. Unternehmen werden hierbei ebenfalls spezifisch benannt eine entscheidende Rolle für die Erreichung dieser Ziele zu spielen. Die Abschaffung sexueller Ausbeutung von Kindern ist gleich in mehreren Zielen benannt.⁷

Die bisher genannten Richtlinien gelten für alle Unternehmen und sind nicht sektorspezifisch. Speziell für die Reise- und Tourismusbranche ist darüber hinaus der Global Code of Ethics in Tourism⁸ eine wichtige Grundlage, der von der Welttourismusorganisation UNWTO entworfen wurde. Artikel 2.3 beschreibt, dass jegliche Ausbeutung von Menschen, besonders aber die sexuelle Ausbeutung (auch von Kindern) mit den Zielen des Tourismus nicht vereinbar ist. Staaten und Stakeholder im Tourismus sollen laut dem Kodex diese Straftaten gemeinsam bekämpfen.

Building Back Better – als Leitlinie für einen Wiederaufbau des Tourismus

Das Jahr 2020 hatte enorme Auswirkungen auf den weltweiten Tourismus. Grenzen wurden geschlossen, das öffentliche Leben stand in vielen Ländern immer wieder still, Reisen waren fast nicht mehr möglich. Tourismus als drittgrößter Exportsektor der globalen Wirtschaft, macht in manchen Ländern über 20% des Bruttoinlandsproduktes aus. Gerade diese Länder sind von der Corona-Pandemie stark betroffen. Die UNWTO schätzt, dass bis zu 120 Millionen direkte Jobs im Tourismus in Gefahr sind.⁹

Im Laufe der Pandemie wurden Forderungen nach dem Wiederaufbau eines Tourismus laut, der nachhaltiger und resilienter ist. Der Hashtag #buildingbackbetter bezieht sich auf eines der UN Prinzipien im Wiederaufbau nach Naturkatastrophen. Das Thema Nachhaltigkeit spielt, wenn auch häufig auf den ökologischen Bereich reduziert, schon längere Zeit in vielen Tourismussegmenten eine Rolle. Es scheint jedoch so, als gewinne es durch die Corona-Krise zunehmend an Bedeutung.¹⁰ Besonders die akuten sozialen Auswirkungen der Pandemie sind aber gravierend. Wenn kein Einkommen mehr generiert werden kann und den Menschen dadurch die Lebensgrundlage entzogen wird, drohen Armut und Hunger. Die Weltbank schätzt, dass 2020 zusätzlich bis zu 115 Millionen Menschen weltweit in extreme Armut gedrängt werden – aufgrund der Corona-Pandemie.¹¹

Armut ist nicht der einzige, aber ein wesentlicher Risikofaktor, der die Vulnerabilität von Kindern und Jugendlichen sexuell ausgebeutet zu werden extrem erhöht. Auch technische Entwicklungen, die bspw. Sexualstraftäter:innen per Internet Zugang zu Kindern und Jugendlichen weltweit ermöglichen, stellen ein großes Risiko dar. Es ist viel Unsicherheit sowohl bei Fachkräften als auch bei Eltern wahrzunehmen und die Betreiber sind nur unzureichend zum Schutz von Kindern als besonders vulnerable Gruppe verpflichtet. Besonders während der Lockdowns, als sich ein Großteil des Lebens im digitalen Raum abspielte, sind die Risiken der online Kontaktabbahnung zu Kindern gestiegen.¹² Die Gefahr besteht, dass Sexualstraftäter:innen Kontakte mit Kindern herstellen und die erhöhte Vulnerabilität von Minderjährigen, sobald Reisen wieder möglich sind, ausnutzen. Es liegt in der Verantwortung aller Akteur:innen im Reise- und Tourismussektor diesen Risiken entgegenzuwirken und präventive Maßnahmen für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung zu etablieren.

Die Umsetzung von Schutzmaßnahmen durch touristische Unternehmen ist dabei von zentraler Bedeutung. Sie können Reisende darauf aufmerksam machen, dass sexuelle Ausbeutung von Kindern in allen Ländern strafbar ist.¹³ Unternehmen können entlang der Wertschöpfungskette sicherstellen, dass Kooperationspartner Kinderschutzmaßnahmen umsetzen und sich klar gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern positionieren. Diese beiden

6 <https://www.auswaertiges-amt.de/blob/297434/8d6ab29982767d5a31d2e85464461565/nap-wirtschaft-menschenrechte-data.pdf>

7 Die SDGs 5.2, 5.3, 8.7 und 16.2 sind für diese Thematik relevant: <https://sdgs.un.org/goals>

8 <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>

9 <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>

10 Ein Hinweis hierzu liefert diese Befragung: <https://www.futouris.org/aktuelles/befragung-zeigt-hohe-nachhaltigkeitsorientierung-im-tourismus-auch-nach-corona-krise/>

11 <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2020/10/07/covid-19-to-add-as-many-as-150-million-extreme-poor-by-2021>

12 https://ecpat.exposure.co/covid19?utm_source=Website&utm_campaign=Hero

13 Dies nennt sich Extraterritorialitäts-Prinzip. Nach dem deutschen Strafgesetzbuch können Sexualstraftaten gemäß § 5 Nr. 8 StGB auch dann in Deutschland verfolgt werden, wenn die Tat im Ausland begangen wurde.

Beispiele von Schutzmaßnahmen sind auch Bestandteil der sechs Kriterien des Kinderschutzkodex im Tourismus von The Code. The Code ist eine Initiative von ECPAT¹⁴ und unterstützt touristische Unternehmen weltweit dabei Maßnahmen gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern auf Reisen und im Tourismus zu etablieren. Mitgliedsunternehmen verpflichten sich, die sechs Kriterien des Kinderschutzkodex umzusetzen. Die genaue Ausgestaltung der Kriterien obliegt allerdings jedem einzelnen Unternehmen, da entsprechende Maßnahmen an die Unternehmensstrukturen angepasst werden müssen. Somit können bspw. Unternehmen, die bereits eine umfassende Menschenrechtserklärung haben, diese um die Rechte und das besondere Schutzbedürfnis von Kindern erweitern. Beschwerdemechanismen müssen etabliert werden, um es sowohl Kund:innen als auch Mitarbeitenden zu ermöglichen, Situationen zu melden, die gegen Menschenrechte verstoßen. Im ganzen Prozess ist es empfehlenswert Fachstellen hinzuzuziehen, die sich mit dem Thema auskennen. ECPAT Deutschland schult an 20 touristischen Ausbildungsstätten die zukünftigen Fachkräfte des Tourismus und kooperiert mit 25 deutschen Unternehmen sowie drei Verbänden zur Umsetzung von Kinderschutzmaßnahmen. Beispielsweise bewirbt die Arbeitsgruppe Kinderschutz des Deutschen Reiseverbands gemeinsam die Meldeseite www.nicht-wegsehen.net. Dort können Verdachtsituationen sexueller Ausbeutung von Kindern, auch ohne Kontaktangabe, online gemeldet werden. Diese Plattform wird von vielen Mitgliedsunternehmen von The Code ebenfalls Reisenden empfohlen, damit sie sich bei beobachteten Situationen, die ein ungutes Bauchgefühl hervorrufen, an die Polizei oder ECPAT Deutschland wenden können.

Die Zusammenarbeit mit den Destinationen ist wichtig, um vorhandene Netzwerke zu stärken und sich gemeinsam gegen sexuelle Ausbeutung zu engagieren. Viele Tourismusdestinationen haben nationale Aktionspläne für den Schutz von Kindern erstellt, einige auch spezifisch gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern. Costa Rica, Uruguay, Nicaragua, Sri Lanka¹⁵ oder auch Bhutan legen beispielsweise in den Aktionsplänen Maßnahmen fest, die auf nationaler Ebene umgesetzt werden.¹⁶ Dies beinhaltet nationale Kampagnen wie die „No hay excusas“ (Keine Ausreden) Kampagne¹⁷ in Uruguay, die u.a. durch Poster, Videos und Flyer auf stereotypes Denken und damit verbundene Ausreden im Kontext von sexueller Ausbeutung von Kindern aufmerksam macht. Auf städtischer Ebene bestehen ebenfalls Kampagnen und Projekte gegen sexuelle Ausbeutung der Kinder und Jugendlichen. Als Beispiel ist hier das Projekt „La Muralla Soy Yo“ (Der Schutzwall bin ich) in Cartagena, Kolumbien zu nennen. Fundación Renacer/ECPAT Colombia initiierte dieses Projekt im Jahr 2009 als Antwort auf die Problematik der sexuellen Ausbeutung von Kindern und Jugendlichen. Unterschiedliche Akteure in Cartagena, wie bspw. Hotels, Restaurants, Taxifahrer:innen und Strandverkäufer:innen arbeiten im Rahmen des Projektes zusammen, um sexuelle Ausbeutung der Minderjährigen zu bekämpfen. Der Kinderschutzkodex von The Code wird ebenfalls von einer Vielzahl an touristischen Unternehmen in Cartagena umgesetzt.¹⁸ Leider wird der Schutz von Kindern noch immer von einer Vielzahl an deutschen Unternehmen als nicht relevant für ihre Unternehmenstätigkeiten angesehen.¹⁹ Das Bewusstsein des Tourismussektors für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung ist deutlich ausgeprägter als in anderen Sektoren. Der World Travel & Tourism Council (WTTTC) hat im Jahr 2019 eine Task Force gegründet, um Menschenhandel und die sexuelle Ausbeutung von Kindern zu bekämpfen. Mitglieder der Task Force sind Vertreter:innen der Reise- und Tourismusbranche wie beispielsweise Marriott International, Emirates oder auch Amex GBT.²⁰ Dieses Engagement der Branche ergibt sich aus einem gestiegenen Problembewusstsein auf Seiten der Unternehmen wie auch der Kund:innen, durch staatliche Vorgaben und durch bekannt gewordene Fälle.

Es wird deutlich, dass die Wahrung der Rechte von Kindern als Teil der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht von Unternehmen vielerorts umgesetzt wird und einige Unternehmen ihrer Verantwortung diesbezüglich nachkommen. Auch von Seiten der Regierung muss dies stärker in den Fokus gerückt werden. Gerade in dieser entscheidenden Umbruchsphase bestehen Chancen Kinder und Jugendliche zukünftig besser zu schützen. Die Risiken sexueller Ausbeutung haben sich durch die Pandemie drastisch verstärkt. Es liegt in unserer Verantwortung diese Risiken innerhalb der eigenen Möglichkeiten bestmöglich zu minimieren.

14 ECPAT ist ein weltweites Netzwerk von Kinderrechtsorganisationen, die sich gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern einsetzen. Weitere Informationen: www.ecpat.org

15 <https://www.end-violence.org/sites/default/files/paragraphs/download/National%20plan%20of%20action%20for%20children%20in%20Sri%20Lanka%202016-2020.pdf>

16 [https://www.ecpat.org/wp-content/uploads/2016/04/Regional%20CSEC%20Overview_Latin%20America%20\(English\).pdf](https://www.ecpat.org/wp-content/uploads/2016/04/Regional%20CSEC%20Overview_Latin%20America%20(English).pdf)

17 <https://www.unicef.org/uruguay/nohayexcusas>

18 <http://www.lamurallasoyyo.org/la-muralla-soy-yo.php?la=en>

19 Deutsches Global Compact Netzwerk. (2017). Kinderrechte in deutschen Unternehmensaktivitäten: Status und Bedeutung. https://www.unicef.org/csr/css/German_principles_Kinderrechttdfinal.pdf

20 <https://www.protectingchildrenintourism.org/world-travel-tourism-council-takes-action-against-human-trafficking/>



ECPAT – Das Netzwerk

ECPAT ist ein internationales Netzwerk von 121 Organisationen in 103 Ländern. Es fördert die globale Vernetzung und Zusammenarbeit gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern, betreibt Lobbyarbeit auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene, veröffentlicht Studien und Analysen und führt Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit durch.

ECPAT begann seine Arbeit 1990 als Kampagne End Child Prostitution in Asian Tourism. Seither hat sich das zivilgesellschaftliche Netzwerk zu einem anerkannten internationalen Akteur zur Bekämpfung der sexuellen Ausbeutung von Kindern entwickelt. Regierungen und zivilgesellschaftliche Organisationen auf der ganzen Welt erkennen ECPAT als einziges internationales Netzwerk an, das sich ausschließlich diesem Arbeitsbereich widmet. Der Hauptsitz von ECPAT International befindet sich in Bangkok, Thailand, wo die Bewegung vor über 30 Jahren ihren Anfang nahm.

Kontakt

Josephine Hamann, Jana Schrempp, info@ecpat.de
ECPAT Deutschland e.V.
www.ecpat.de

5 Die tropische Urlaubsinsel Phu Quoc versinkt in Plastikmüll – WWF Projekt Phu Quoc, Vietnam

Martina von Münchhausen, Dr. Stefan Ziegler – WWF Deutschland

Plastikmüll in den Weltmeeren

Die massive Verschmutzung unserer Meere durch Plastikmüll ist zu einer der größten globalen Herausforderungen geworden. Seit 1950 ist die Produktion von Kunststoffen in einem kaum vorstellbaren Ausmaß gestiegen: nämlich um das Zweihundertfache. Und sie wächst weiter, jedes Jahr um vier Prozent. Schon heute müsste sich die gesamte Menschheit auf die Waage stellen, um die derzeitige Jahresproduktion von 396 Millionen Tonnen aufzuwiegen. Jährlich gelangen acht Millionen Tonnen davon als Abfall ins Meer. Dies entspricht einer Lastwagenladung pro Minute. Der überwiegende Teil – etwa 80% stammt, global betrachtet, von Land.

Über die Hälfte der Plastikmüleinträge in den Meeren stammen aus den fünf schnellwachsenden Wirtschaftszonen China, Indonesien, Philippinen, Thailand und Vietnam.

Eine rapide steigende Bevölkerung, ein schnelllebiges Konsum- und Wegwerfverhalten, fehlende oder mangelhafte Abfallsammel-, Wiederverwertungs- und Entsorgungssysteme und dazu lange Küstenlinien, die den Müll von ungesicherten Deponien ins Meer wehen, sind die Hauptursache dafür.

Vietnam

In Vietnam wird nur 14% des Plastikmülls recycelt, der Rest – etwa 15.000 Tonnen täglich –, landet auf Mülldeponien oder ohne Behandlung direkt in der Umwelt und gelangt durch die zahlreichen Flüsse Vietnams ins Meer. Die marinen Habitate und ihre Meeresbewohner leiden unter der zunehmenden Verschmutzung. Am Beispiel der vietnamesischen Insel Phu Quoc zeigt sich das deutlich. Der Tourismus spielt dabei eine ausschlaggebende Rolle. Nur eine kategorische Vermeidung von Einwegplastik und Verpackung führt zu einer Reduzierung von Plastikmüll und kann letztendlich die Zerstörung der Meeresökologie aufhalten.

Urlaubsdestination Phu Quoc in Vietnam

Die Insel Phu Quoc im Golf von Thailand, südlich des Festlands von Vietnam, ist mit 589 km² die größte Insel Vietnams mit ca. 110.000 Einwohnern.

Die Gewässer um die tropische Insel verfügen über eine hohe marine Artenvielfalt, zu deren Schutz im Jahr 2001 ein Nationalpark eingerichtet wurde, der neben einem Waldgebiet auf der Insel ebenfalls Meeresareale an der Küste einschließt. Es gibt dort noch intakte Seegraswiesen, Korallenriffe und vom Aussterben bedrohte Meereschildkröten. Die Reptilien verwechseln immer wieder im Wasser treibende Plastiktüten mit Nahrung. Häufig werden auch Wale gefunden, deren Mägen mit Plastik gefüllt sind. Ein weiteres Problem ist, dass sich marine Tiere in Geisternetzen und anderen großen Müllfragmenten verfangen können und auf diese Weise verenden.

Die reiche Unterwasserwelt und die langen Sandstrände locken Tourist:innen. Lange Zeit galt Phu Quoc als Geheimtipp. Doch in den letzten Jahren stieg die Besucherzahl auf zwei Millionen (2017). Angestrebt werden mindestens fünf Millionen Besucher bis zum Jahr 2025. Entsprechend intensiv schreitet der Bau von touristischer Infrastruktur voran. Überall entstehen neue Hotelanlagen und Restaurants. Die Grundstückspreise steigen rasant und die einheimische Bevölkerung kann sich die hohen Mieten kaum noch leisten. Vor Beginn der Corona-Pandemie und dem Erliegen des internationalen Tourismus, setzte sich das Gros der ausländischen Besucher aus Russland und China zusammen. Die europäischen Gäste, zunächst sehr interessiert an der Möglichkeit eines verlängerten Badeurlaubes nach den Rundreisen durch Vietnam, Laos oder Kambodscha, sind zunehmend abgeschreckt durch die scheinbar außer Kontrolle geratene Müllsituation auf der Insel.

Obwohl die direkt an den Hotels und Resorts angrenzenden oder durch Shuttles erreichbaren privaten Strände natürlich mehrmals täglich gründlich gereinigt und der angeschwemmte Plastikmüll eingesammelt wird, bietet die Insel an allen öffentlichen Orten ein deutlich anderes Bild.



Nur Gästen, die ihre Resorts nicht verlassen und im aufgeräumten Mikrokosmos der Hotelanlagen verweilen, entgeht der bedenkliche Zustand der Insel.

Was sind die Ursachen der zunehmenden Vermüllung an Land und vor allem im Meer?

Plastikmüll überall

Der Verpackungsmüll der Tourist:innen und Einwohner:innen der Insel fliegt überall auf der Insel umher. Die Müllentsorgung und Verwertung auf Phu Quoc ist angesichts der täglich größer werdenden Müllmengen vollkommen unzureichend und überlastet. Das Müllaufkommen ist in den letzten Jahren von 50 Tonnen Müll pro Tag (2015) auf 150 Tonnen (2018) angestiegen. Davon ca. 40% Plastikmüll. Viele Gemeinden auf der Insel sind aufgrund der schlechten Erreichbarkeit nicht an ein Sammelsystem der lokalen Müllabfuhr angebunden und der Müll wird direkt in den Flüssen entsorgt, verbrannt oder ins Meer gekippt. Im Meer und an den Stränden sammelt sich jedoch nicht nur der hauseigene Müll von Phu Quoc, sondern auch der angeschwemmte Plastikmüll des Nachbarlandes Kambodscha und dem vietnamesischen Festland.

Die existierenden offiziellen Müllhalden haben längst ihre Kapazitätsgrenzen erreicht.

Die offenen, ungesicherten Halden sind nichts weiter als aufgehäufte Berge aus unsortiertem Müll, eine stinkende und auch gefährliche Mischung aus feuchtem organischen Müll und Restabfällen, bestehend aus Plastik, Papier, Glas, Batterien oder Schlimmerem. Dieser Müllmix ist weder brennbar, noch kompostierbar, noch im Nachhinein irgendwie zu trennen oder zu sortieren. Geschweige denn, dass dies irgendwem zuzumuten wäre.

Die höherwertigen Abfallstoffe, wie PET Flaschen, Metalle oder Glas werden meist von den Haushalten, Hotels und Restaurants direkt an den informellen Sektor abgegeben oder verkauft. Einige Familien auf Phu Quoc leben als sogenannte „Waste Picker“ davon und halten dadurch eine Art Kreislaufsystem am Laufen.

Der größte Teil des Mülls wird jedoch von Hotels und Haushalten ungetrennt in Containern oder Säcken am Straßenrand platziert, abgeholt und lagert und vergammelt dann auf der Deponie oder verweht ins Meer.

Der Schlüssel für eine bessere Müllentsorgung und -aufbereitung und der zaghafte Weg in eine Art von einfacher Kreislaufwirtschaft wäre, die simple und einfache Trennung des Mülls durch Haushalte und Tourismusakteure.

Einige Hotels verarbeiten den hauseigenen Biomüll aus der Hotelküche zu Kompost und verwerten ihn in den eigenen Hotelgärten. Zwar lassen sich punktuell einige Ansätze für Wiederverwendung finden, z.B. Trinkhalme aus Bambus statt Plastik, die dann aber nach einiger Verwendung und aufwendiger Reinigung auch dem Restmüll zugeführt werden.

Zum allgemeinen Wohlbefinden der Gäste werden die Abfälle im Hotel nach gängigen Fraktionen Plastik, Papier oder Glas getrennt und auch hier von privaten „Waste Pickern“ abgeholt.

Doch der Löwenanteil des Hotelmülls landet ebenfalls dort wo er nicht hingehört und großen Schaden anrichtet.

Community based waste collection at Da Chong Village Phu Quoc – November 2019



Quelle: Nguyen Minh Duc, WWF-Vietnam

Was macht der WWF?

Um direkt an der Stelle anzusetzen, wo Plastikmüll ins Meer zu geraten droht, arbeitet der WWF Vietnam vordringlich mit jenen Gemeinden zusammen, die nicht an die kommunale Müllsammlung angeschlossen sind und ihren Hausmüll entweder verbrennen oder ins Meer werfen. Es sind genau jene Siedlungen in unmittelbarer Nähe zu den gefährdeten Seegraswiesen im Meeresschutzgebiet.

Auf kommunaler Basis wurde eine „Müllabfuhr“ etabliert. WWF hat die Müllbehälter bereitgestellt (siehe Bild) und die Bewohner haben jeweils eine Familie ausgewählt, die den Müll etwas vortrennt, die Container sammelt und an die Zufahrtsstraßen zur Leerung bringt. Für das Minisystem wird eine Gebühr erhoben und die Verantwortlichen entlohnt. Ein kleiner Ansatz mit großer Wirkung.

Allerdings stößt die Gebühr nicht bei allen Familien auf Zustimmung. Warum für etwas bezahlen, wenn man den Müll einfach weiterhin hinter dem Haus kostenlos verbrennen und verschwinden lassen kann. Es benötigt also einiges an Aufklärungsarbeit.

Mit den auf Phu Quoc ansässigen Hotel- und Tourismussektor versucht der WWF konsequente Vermeidungsstrategien zu etablieren. Solange langfristig keine echte Verbesserung des kommunalen Abfallmanagements in Sicht und finanziell realisierbar ist, bleibt Reduktion und Vermeidung der einzige Weg, um Umwelt und Natur zu schützen.

Die Hotels kennen die desolate Situation und sind sich auch bewusst, dass jedes Stück nicht vermiedenes Einwegplastik oder Verpackungselement aus ihrem Umfeld ein weiterer Beitrag zur Verschmutzung der Meere ist. Es sind daher die internationalen Vertreter der Branche, die den Ansatz der Vermeidung begrüßen und umzusetzen versuchen. Speziell sind das Hotelketten, deren Mutterkonzerne bereits eine Plastikvermeidungsstrategie etabliert haben.

Dennoch, es bleibt die Befürchtung, dass sich die Strukturen kurzfristig nicht so schnell verbessern lassen. Dies hängt mit den damit verbundenen Kosten zusammen. Ein marodes System auszutauschen erfordert große Investitionen. Und Müllgebühren in einer kostendeckenden Höhe in der Bevölkerung einzuführen, ließe sich sozial kaum durchsetzen.

Der WWF setzt daher zunächst auch auf eine veränderte Haltung seitens der Bevölkerung. In vielen der von WWF Vietnam organisierten Veranstaltungen und Schulungen geht es um die richtige Mülltrennung und Aufklärung, was



passiert, wenn die Plastikflut nicht von Verbraucherseite gedrosselt und eingeschränkt wird. Doch man spürt, dass das Thema die Menschen bewegt, denn an den regelmäßig durchgeführten Clean up Aktionen an den Stränden und öffentlichen Plätzen nehmen immer noch viele Menschen aller Altersgruppen teil.

Abschreckende Bilder und aufklärende Videos informieren über die Müllschwemme, die nicht nur Küsten und Strände verunreinigen, sondern sich immer mehr auf der Insel ausbreiten und auch vor Kinderspielflächen und Grünanlagen nicht halt machen. Dennoch, das alltägliche Leben in Vietnam und auf der Insel ist geprägt von Einwegplastik und Verpackung. Alles ist doppelt und dreifach verpackt. In den Geschäften, an Straßenständen und auf den Märkten ist Plastik ein ständiger Begleiter und dabei so praktisch und billig, um die Lebensmittel bei großer Luftfeuchtigkeit und Hitze hygienisch zu verpacken und frisch zu halten.

Eine weitere Zielgruppe sind die Tourist:innen. Mit Aufklärungsfilmen versucht der WWF Vietnam bereits auf den Flügen, an den Flughäfen, in Hotels und in den sozialen Medien die nationalen und internationalen Gäste vorzubereiten und zu sensibilisieren: Finger weg von Einwegplastik und Augen auf beim Einkauf! Aber die europäischen Gäste – in der Heimat mit strengen EU Gesetzen konfrontiert und alarmiert – ziehen es mittlerweile vor, der Insel fern zu bleiben.

Kurzfristige Lösungen und Perspektiven

Die Bioabfälle zu trennen, um daraus hochwertigen Kompost zu schaffen, wäre ein erster guter Schritt für Phu Quoc. Schließlich gibt es in Vietnam eine rege Nachfrage nach qualitativ hochwertigem Kompost. Phu Quoc ist ebenfalls nicht sehr weit vom Festland entfernt. Daher fallen die Transportkosten nicht so sehr ins Gewicht.

Jede Form der Mülltrennung an der Quelle ist die Grundvoraussetzung für ein funktionierendes Recycling von festen Wertstoffen. Kompostierung und Refuse, Reduce und Reuse sind wirksame Maßnahmen, um die Restmüllmenge zu reduzieren. Da Mülltrennung keine triviale Angelegenheit ist, bedarf es Schulungen der einzelnen Haushalte auf der Insel. Die Einführung einer Art Umwelt-Tourismus Gebühr (vergleichbar mit der auf den Balearen) könnte solche Prozesse finanzieren. Denn hier ist eine sehr individuelle und zeitaufwendige Betreuung notwendig. Ähnliche Projekte auf dem Festland, die der WWF mit seinen kommunalen Partnern bei mittlerweile über 4.500 Haushalten durchführt sind vielversprechend und sorgen fortan für eine Trennungsrate von 90%.

Die bereits erfolgreichen Projekte der privaten Initiativen in den Kommunen auf Phu Quoc, die nach wie vor nicht an ein Müllsammelsystem angeschlossen sind, müssen sich verstetigen und ausgeweitet werden. Jede einzelne Mülltonne hilft, deren Inhalt nicht im Meer landet!

Die Forderung an den Tourismussektor und Tourist:innen sind einfach: Vermeiden, Vermeiden, Vermeiden oder mit anderen Worten: Einfach weglassen!

Kontakt

Martina von Münchhausen, Expertin für nachhaltigen Tourismus, martina.vonmuenchhausen@wwf.de
Dr. Stefan Ziegler, Programmleiter Mekong, stefan.ziegler@wwf.de
WWF Deutschland
www.wwf.de

6 Nachhaltiger Tourismus in Zentralasien am Beispiel von Kirgistan

Dagmar Schreiber – freie Journalistin

Nachhaltigkeit ist keine europäische Erfindung der Neuzeit

Wer die Nomadenkultur Zentralasiens kennenlernen darf bzw. das, was das „fortschrittsaffine“ sowjetische System von ihr übriggelassen hat, kann erkennen, dass Menschen in dieser Kultur schon seit Jahrtausenden nachhaltig leben. Mit ihren Herden folgen sie zyklisch dem Lauf der Jahreszeiten in der Natur, und sie hinterlassen wirklich nur das, was man nachhaltigen Tourist:innen wie ein Mantra vorbetet, Fußspuren. Ehrlicherweise muss man zugeben, dass die Herden auch Fraßspuren hinterlassen. Da, wo die Bevölkerung wächst und die Sehnsucht nach bescheidenem Wohlstand ebenfalls, wachsen auch die Herden und mit ihnen die Fraßspuren – es kommt zur Überweidung, und die Nachhaltigkeit hat das Nachsehen ...

Aber zurück zum Tourismus. Kann Tourismus nachhaltig sein in Ländern, in denen man diesen Begriff lange gar nicht kannte und ihn jetzt inflationär und bubble-artig vor allem dort benutzt, wo es definitiv nicht nachhaltig zugeht?

Ja, er kann. Und er ist es vor allem dort, wo die Politik am wenigsten dirigistisch ist und wo die Tourismus-Planer:innen und Macher:innen ihr Produkt mit den traditionellen Lebensweisen verknüpfen.

Die Geburt des Tourismus auf der Seidenstraße

Die fünf Nachfolgestaaten der Sowjetunion in Zentralasien sind Kasachstan, Kirgistan, Tadschikistan, Turkmenistan und Usbekistan. Sie selbst nennen sich Seidenstraßenländer, denn hier verlief mehr als 1000 Jahre lang der legendäre Handelsstrang von China in den Nahen Osten und nach Europa. Sozusagen wurde der Tourismus hier erfunden: Handelsreisende, Missionare, Wissenschaftler, Abenteurer, zwielichtige Gesellen – alles außer dem modernen Massentouristen war hier schon lange unterwegs.

„Ex oriente lux“ hieß es früher, und dieser Osten, dieser Orient war hier. Hier war der Reichtum, hier ging die Sonne auf. Nach der Entdeckung des Seeweges nach Indien versank Zentralasien ab dem Spätmittelalter in der Bedeutungslosigkeit, und die Eroberung durch Russland und anschließend die sowjetische Präsenz machten aus dieser geschichtsträchtigen, an Bodenschätzen und arbeitsamen Menschen reichen Gegend einen Hinterhof jenseits des eisernen Vorhangs. Noch heute haben die meisten Menschen Schwierigkeiten, die zentralasiatischen Länder zu nennen und auf der Karte zu verorten. Einzig Usbekistan mit seinen Wüstenperlen Samarkand, Bucharä und Chiwa hatte bereits zu sowjetischen Zeiten eine nennenswerte Anzahl von Besucher:innen aus dem Ausland, die man „Intouristen“ nannte. Auch eine Infrastruktur gab es damals schon, ganz klassisch mit großen Hotels, Exkursionsbussen und zahlreichen Fremdenführer:innen, die in fast allen Sprachen parlieren.

Tourismus im postsowjetischen Zentralasien

Der Fall des Eisernen Vorhangs brachte die Möglichkeit, diese Länder zu besuchen. Erste Abenteurer machten sich auf den Weg, kamen unbeschadet wieder, zeigten Bilder von atemberaubenden Landschaften und freundlichen, offenherzigen Menschen inmitten einer exotisch anmutenden Alltagskultur – aus dem Bächlein von Reisenden wurde ein Fluss. Die Corona-Pandemie verhinderte ein Anschwellen zum Strom, und noch ist nicht klar, ob es diesen Strom jemals geben wird.

Die fünf Länder entwickelten verschiedene Tourismusstrategien. Usbekistan verließ sich auf das alte Rezept Medresen, Minarette und Mausoleen und köchelte auf dem zuverlässigen Feuer eines streng staatlich dirigierte Tourismus einen gleichbleibend guten Plow¹ mit der Markenbezeichnung „1001 Nacht“. Leider fällt dem Seidenstraßen-Tourismus in Usbekistan seit geraumer Zeit das letzte bisschen authentische Seidenstraßen-Atmosphäre zum Opfer, denn im Namen der Modernisierung und für den Bau neuer Hotels riss und reißt man ganze historische Wohnviertel in Bucharä, Schahrisabz und Samarkand ab. Medresen, Minarette und Mausoleen werden bald nackt und ohne ihr historisches Umfeld stehen.

1 Plow (pilaw, palau): typisches zentralasiatisches Gericht aus Reis, Mohrrüben und Fleisch.



Turkmenistan baute hohe Hürden auf und lässt nur eine kleine Anzahl von vorher auf Bravheit geprüften Reisenden ins Land. Der bürokratische Aufwand für eine Reise ist immens, und die Möglichkeit, im Land authentisches Leben kennenzulernen, geht gegen Null.

In Kasachstan begann man frühzeitig, von sagenhaften zehn Prozent Bruttoinlandsprodukt (BIP) zu reden, die man mit Tourismus verdienen könnte. Man bürokratisierte den eben erst wie ein zartes Pflänzchen aus dem Boden sprießenden Wirtschaftszweig und machte ihn damit zum Bonsaigewächs. Auch die hochfrisierten Statistiken können aus diesem Zwerg keinen Mammutbaum wachsen lassen. Dabei hätte das Land durchaus Potenzial für einen naturbasierten Abenteuer Tourismus.

In Tadschikistan hatte man mit einem blutigen Bürgerkrieg zu tun, von Tourismus konnte keine Rede sein. Erst um 2010 sprach es sich langsam herum, dass der Pamir bereist werden kann, auf einer Schotterpiste über das Dach der Welt. Seitdem wächst die Anzahl der Interessenten unaufhaltsam und die wenigen Beherbergungsstätten sind in der Hochsaison auf Monate vorher ausgebucht. Das Land ist zu arm, um staatliche Infrastrukturprogramme im Tourismus durchzuziehen – und das ist möglicherweise die Chance für ein vernünftiges Wachstum nach dem Motto *learning by doing*. Die Aga-Khan-Stiftung und kleinere Stakeholder der internationalen Entwicklungshilfe machen größtenteils einen guten Job.

Das kleine Gebirgsland Kirgistan macht vieles richtig, und zwar auf nomadische Art, sich weitgehend instinktiv auf die Natur und auf Netzwerke (in diesem Falle gute Berater:innen) verlassend.

Prämissen des kirgisischen Tourismus

Aus den Zutaten grandiose Landschaft + agrarisch geprägte Wirtschaftsweise + exotische Nomadenkultur + niedrige Kosten + hohe Arbeitslosigkeit + großer Lernwille + wenig Bürokratie wurde, teilweise mit Hilfe ausländischer Expert:innen, ein Nischenprodukt mit Alleinstellungsmerkmal entwickelt, das sich sehen lassen kann. In puncto wirtschaftlicher, sozialer, kultureller und ökologischer Nachhaltigkeit darf der kirgisische Tourismus als der vorzeigbarste in Zentralasien gelten.

Im Detail: Kirgistan ist arm, wie fast alle Hochgebirgsländer. Die russisch-sowjetische Besetzung hat zwar der Bevölkerung die Alphabetisierung, Elektrizität und ein (ehemals) robustes Gesundheitssystem gebracht, aber ansonsten, wie in allen kolonialen Gebieten, zu starken Disbalancen geführt. Wirtschaft und Budget sind stark von ausländischen Rohstoff-Firmen abhängig, die extremen Raubbau an der Natur betreiben. Trotz beträchtlicher Landflucht leben 63 Prozent der Menschen immer noch auf dem Land, viele in entlegenen Gebirgsregionen. Dort gibt es, mit wenigen Ausnahmen der Lohnarbeit in der Rohstoff-Förderung, keine Arbeit außer kleinteiliger Selbstversorgerlandwirtschaft, von der die Überschüsse, sofern überhaupt vorhanden, auf den lokalen Märkten verkauft werden. Das gilt auch für die extensive Viehzucht, die noch in halbnomadischer Wirtschafts- und Lebensweise betrieben wird. Der Nutzungsdruck auf die Natur ist immens. Die Bevölkerung wächst, die Herden auch. Bis auf die entlegensten Alpen wird das Vieh getrieben, auch vor Naturschutzgebieten wird nicht Halt gemacht. Die Kontrolle durch Ranger:innen ist de facto nicht existent, wer doch erwischt wird, opfert ein Schaf ... Von den nicht eben reichlich vorhandenen Bäumen werden viele illegal zu Heiz- und Kochzwecken gefällt. Wilderei ist ein ernstes Thema.

Mit Tourismus kann den Menschen unter die Arme gegriffen werden, allerdings nur, wenn er als nachhaltiger, gemeindebasierter Agrotourismus aufgebaut wird und wenn er sich in der Fläche entwickelt. Das bedeutet, dass in den Dörfern Privathaushalte ihre Häuser teilweise als Gästehäuser umfunktionieren und auf den Hochalpen auch Jurten² zu Beherbergungszwecken aufgestellt werden. Mit der Beherbergung und dem Bekochen vornehmlich ausländischer Tourist:innen lässt sich mindestens genauso viel Geld verdienen, wie mit Viehzucht. Landflucht kann gestoppt werden, Kinder gehen zum Studium (Tourismus, Sprachen, Management) und kommen zurück aufs Dorf. Der Nutzungsdruck auf die Natur sinkt, weil eine kleinere Herde zur Selbstversorgung ausreicht, die monetäre Einkommenseite wird durch den Tourismus abgedeckt. Und zu guter Letzt ist der Reisende so dicht dran am „richtigen Leben“, dass er einen ganzen Rucksack voller neuer Eindrücke mit nach Hause nimmt und auch die kirgisische Familie durch die Kommunikation gewinnt.

2 Jurte: transportables rundes Filzzelt der zentralasiatischen Halbnomaden und Nomaden.

Partner wie Helvetas bauten seit 1994 in Kirgistan gemeinsam mit lokalen Akteuren vorbildliche Netzwerke von CBT-Gästehäusern in allen touristisch relevanten Landesteilen auf. Lokale Koordinatoren managen die Knotenpunkte dieses Netzwerkes und navigieren die Ströme der Reisenden. Interessante Produkte wurden entwickelt, die gut auf den Stärken des Landes aufbauen: großartige Landschaften, halbnomadische Weidewirtschaft mit Herden von Pferden und anderen Tieren, darauf aufbauende Lebensweise.

Dank des Einsatzes des Tourismusberaters des Präsidenten (1994-2002, Max Haberstroh) wurde die Politik auf diese Art von Tourismus fokussiert. Eine minimale staatliche Einmischung ermöglichte die Entwicklung von tragfähigen Marktstrukturen im Tourismus. Helvetas führte Schulungen durch, durch Mikrokredite wurden kurzfristig die notwendigen Investitionen abgesichert. Zusätzlich zu den Beherbergungsstrukturen wurden kulinarische Angebote entwickelt, die eine gute Mischung von einheimischen („exotischen“) Speisen und Getränken und von Ausländer:innen bevorzugten Gerichten darstellen. Die Zuliefer:innen von Stutenmilch und Joghurt, Lammfleisch, Gemüse und Obst können somit am Tourismusboom teilhaben.

Nationale Traditionen wurden wiederbelebt, hier soll vor allem die Herstellung von Jurten und Teppichen aus Filz genannt werden. Flankierende Marketingmaßnahmen führen zu einer stabilen Nachfrage und einem guten Absatz. Ein kreativer Aufschwung sondergleichen setzte ein, das Filzhandwerk erlebte eine Renaissance. Nationale Brands wie TUMAR entstanden. Tausende Frauen landesweit können von zu Hause aus zum Familieneinkommen beitragen, indem sie Taschen, Kissen, Kleidung, Schmuck und Spielzeug aus Filz herstellen. Die Wolle der Tiere wird wieder verwendet, auch die Viehzüchter:innen partizipieren von diesem Aufschwung. Viele kleine Firmen entstanden, die einen breiten Markt von originellen Souvenirs beliefern: Liköre aus Bergkräutern, Kosmetik aus Kräutern, Honig und Stutenmilch, Ledererzeugnisse usw.

Auch die nationale Rezitations- und Musiktradition kommt wieder zu Ehren. Konzerte auf traditionellen Musikinstrumenten im nomadischen Jurtenambiente zählen mittlerweile zu den Highlights.

Zahlreiche einheimische und ausländische Anbieter von Touren nutzen inzwischen diese Strukturen. Einige der einheimischen Anbieter gehen einen Schritt weiter. Sie entwickeln das ganze System in Richtung zu mehr Nachhaltigkeit.

Der Tourismus nährt die Einheimischen, auch das Filzhandwerk boomt wieder.



Quelle: Dagmar Schreiber



Zwei Präzedenzfälle

Die Firma **Kyrgyzland** ist ein typisches Familienunternehmen, welches vorbildlich alle Komponenten des nachhaltigen Tourismus in Kirgistan entwickelt.

Die Eltern, erfahrene sowjetische Bergsteiger, verschönern sich ihren Lebensabend, indem sie ein Gästehaus am Issyk-Kul³ betreiben. 40 bis 60 Personen können in zwei zweckmäßig ausgebauten Dorfhäusern, einem Zirkuswagen und in Zelten im herrlichen Obstgarten untergebracht werden. In den beiden Speiseräumen treffen sich Reisende aus aller Welt, nicht selten sitzt man hier bis Mitternacht und tauscht sich aus. Alle drei Kinder der Familie und auch die Schwiegerkinder sind inzwischen „eingestiegen“. Sie arbeiten als Bergführer:innen und Tourenanbieter:innen, organisieren und begleiten wundervolle Trekkingtouren zu Fuß und Pferd. Sie geben Dutzenden von Menschen in den umliegenden Dörfern Arbeit: Fahrer:innen, Träger:innen, Pferdezüchter:innen, Köch:innen, Reinigungspersonal, Gemüsebauer:innen, Guides. Im Gästehaus gibt es einen winzig kleinen, bis unter die Decke vollgestapelten Laden, der niveauvolle Souvenirs aus Handarbeit verkauft. Die Gastgeber:innen sind oft tagelang unterwegs, um die Handwerkerfamilien zu besuchen und ihnen ihre Erzeugnisse abzukaufen. Ihr Feedback, was die Reisenden gern erwerben, ist wichtig für die Handwerker:innen. Eine Filzkooperative im Nachbardorf kann darauf zählen, dass Gruppen aus dem Gästehaus auch in die Filzwerkstatt kommen und bei master classes dabei sind bzw. gar im eigenen Jurtendorf mit herrlichem Blick auf den Issyk-Kul übernachten oder eine Jurte, einen Teppich etc. erwerben. So unterstützen sich alle gegenseitig, das Ergebnis ist ein funktionstüchtiges Netzwerk.

Der jüngste Sohn der Familie, ein erfolgreicher Bergsteiger, hat aus Liebe zur Sache Trainings- und Zertifizierungskurse für kirgisische Mountain Guides organisiert. Gemeinsam mit Sponsoren und Partnern aus Deutschland, der Schweiz und Großbritannien wurden seit 2007 über 100 Mountain-Guides ausgebildet, ein Viertel davon bestanden die strengen Zertifizierungen nach jahrelanger Ausbildung – und nun ist Kirgistan das einzige Land in Zentralasien und der ehemaligen Sowjetunion, wo nach international gültigen Maßstäben (seit 2017 IFMGA⁴) zertifizierte Guides ausgebildet werden. Für sicherheitsbewusste westliche Urlauber:innen ein Alleinstellungsmerkmal! Selbiger Sohn hat beispielgebend das bisher saisonal begrenzte Angebot der Firma diversifiziert und bietet nun auch Frühjahrs-touren mit botanisch-ornithologischem Profil an sowie Skitouren im Winter. 2020 durchquerte er mit Kollegen das Land mit Fahrrädern, auf der Suche nach neuen Eindrücken und aktiven, aber sanften Reisemöglichkeiten.

Und zu guter Letzt ist er mit seiner Frau, ebenfalls Bergsteigerin, Hauptförderer eines Kinderheims in der Nähe von Bischkek. Jeder Dollar, der nicht dringend für das Familienbudget gebraucht wird, kommt dem Kinderheim zugute. Während des Corona-Lockdowns tat er sich mit Bergsteigerfreunden zusammen, um den Lenin-Gletscher vom Müll zu befreien, den „Kollegen“ hier jährlich hinterlassen.

Diese Familie steht exemplarisch für Kirgistans Entwicklung eines kleinen, aber feinen Tourismus, und zwar weitgehend ohne externe Hilfe. Man kann sogar sagen: Solche Familienfirmen leben nachhaltigen Tourismus.

Novi Nomad ist eine mittlerweile einschlägig bekannte Firma, die routiniert und unter Ausnutzung aller möglichen Kooperationsangebote und Marketingpartnerschaften vor allem den Agrotourismus entwickelt. Reisende können in Familien wohnen und bei der Walnuss- oder Baumwollernte helfen, sie sind auf den Hochalmen bei Viehzüchter:innen zu Gast und besuchen Genossenschaften von Handwerker:innen, lernen Kirgistans multiethnische und multireligiöse Gesellschaft kennen und absolvieren Kochkurse. Diese Art von Reisen hat eine große Strahlkraft, sodass mittlerweile fast kein Veranstalter an Elementen aus diesem Nachhaltigkeits-Repertoire vorbeikommt.

Ausblick für die Zeit der Pandemie und danach

Kirgistan hat(te vor der Pandemie) ein gesundes Wachstum des Tourismus aufzuweisen. Tourist:innen waren fast überall im Land präsent, auf eine gute Art und Weise, die sich wohltuend vom Overtourism vieler Weltgegenden unterschied. Die Arbeitsteilung von Staat und Privatwirtschaft ist beispielgebend für die Region. Der Staat hat durch unbürokratisches Herangehen vieles ermöglicht und war vor allem verantwortlich für eine wesentliche Initialzündung: Die Abschaffung der Visapflicht für die Bürger zahlreicher Länder von 2012. Damit war Kirgistan das erste Land der Region, das ausländischen Reisenden „Tür und Tor“ öffnete. Die Anzahl der Tourist:innen verdoppel-

3 Issyk-Kul (Yssyk-Köl): riesiger, als Sommerfrische beliebter Hochgebirgssee in Kirgistan.

4 IFMGA: International Federation of Mountain Guides Associations, <https://www.ifmga.info>.

te sich prompt binnen einer Saison. Die Marktstrukturen waren fast ohne Probleme in der Lage, diesen Zustrom zu bewältigen. Einige Hotspots platzten freilich aus allen Nähten – hier kommen wir an die Grenzen des Wachstums. Der riesige Hochgebirgssee Songköl beispielsweise wurde vom „Geheimtipp“ zum Eldorado. Das empfindliche Ökosystem auf 3.200 Meter Höhe muss nun Hunderte Jurten mehr verkraften, die Abwasserfrage und nicht nur diese wird sicher noch von sich reden machen. 2018 wurden 1,4 Millionen Tourist:innen in Kirgistan gezählt, das darf als realistisch gelten und ist für ein Land mit nur 6,5 Millionen Einwohner:innen keine schlechte Kennziffer. 2019 lief ähnlich gut, und 2020 kam, wie überall, der große Einbruch. Durch die Corona-bedingte Stilllegung des Incoming Tourismus verlor das Land nach eigenen Einschätzungen 400 Millionen Dollar. Das sind fast fünf Prozent des ohnehin nicht üppigen Bruttoinlandsprodukts. Man darf dem Land wünschen, dass es bald wieder Gäste empfangen kann.

Was an Kirgistans Reisebranche beeindruckt, ist der „Flow“, eine Art traumwandlerische Sicherheit in der Art und Weise der (Selbst-)Organisation. „Nomaden muss man die Gastfreundschaft nicht beibringen“, pflegt man in ganz Zentralasien zu sagen, „sie wird ihnen in die Wiege gelegt“. Es scheint einen unausgesprochenen Konsens zwischen fast allen Anbietern zu geben, Massen- bzw. Overtourism zu vermeiden. Es gibt viel Individualtourismus, die Voraussetzungen dafür (Information und Infrastruktur) sind gut. Organisierte Gruppen sind klein bis mittelgroß, sie werden dezentral untergebracht. Der weitaus größte Teil der Reisen durch das Land findet in der Natur statt, große Zusammenballungen von Menschen wie auf den Märkten sind die Ausnahme und können temporär „abgewählt“ werden. Das erlaubt auch in kritischen Zeiten wie dieser eine Fortsetzung der touristischen Tätigkeit. Wir sollten Kirgistan unbedingt im Auge behalten als eine Destination, in der Tourismus sowohl den Reisenden als auch den Gastgeber:innen guttut.

Kontakt

Dagmar Schreiber, sh.dagmar@gmail.com
Freie Journalistin



7 **LGBT+ Tourismus und Menschenrechte mit besonderem Augenmerk auf Länder des Globalen Südens. Ein Überblick**

Rika Jean-François – Messe Berlin

LGBT+

LGBT ist eine seit den 1990er Jahren, ursprünglich in den USA geprägte, gängige Abkürzung für „Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender“; also für Personen, die in ihrer sexuellen Orientierung und Gender Identität von der heterosexuellen Norm abweichen.

Die Abkürzung ist nicht statisch und wurde in den letzten Jahren um weitere Buchstaben (Q für „Queer“, I für „Intersexual“...) als Optionen des Selbstverständnisses ergänzt, da sich einige Menschen von keiner dieser Kategorien richtig erfasst fühlen. Um dies zu vereinfachen, ist inzwischen international oft ein Sternchen oder angefügtes Plus „+“, welches Nicht-Ausgrenzung und Vielfalt symbolisieren soll, in Gebrauch.

Die Bezeichnung „LGBT Community“ wird für die gesamte internationale LGBT+ Gemeinschaft verwendet, obwohl es sich hierbei selbstverständlich nicht um eine homogene Gruppe handelt, sondern sich diese durch große Diversität auszeichnet.

Dementsprechend driften die Erfahrungen innerhalb der Community weit auseinander, abhängig von Hautfarbe, Herkunft, Gender Identität, sozialem Status, Qualifikation etc. Insbesondere für Menschen, die Ausgrenzung erfahren, spielt die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft, zu einer „Familie“ mit einem starken „Wir-Gefühl“ dennoch eine wichtige Rolle.

LGBT+ im Kontext Tourismus und Menschenrechte

LGBT+ Belange sind Menschenrechtsbelange, das betrifft auch den Tourismus.

Artikel 1 der universellen Erklärung der Menschenrechte besagt, dass alle Menschen frei und gleich geboren sind. Der speziell für die Tourismusindustrie von der United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) 1999 etablierte „Global Code of Ethics“¹ beinhaltet Richtlinien für die Tourismuswirtschaft, um die negativen sozialen, kulturellen, ökonomischen und ökologischen Einflüsse des Tourismus zu minimieren und stattdessen nachhaltigen Nutzen für alle zu generieren. Die 2011 vom UN-Menschenrechtsrat gebilligten „Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs)“ unterstreichen die in allen Geschäftsbereichen unerlässliche Verantwortung, die Rechte der anderen zu respektieren und nicht zu verletzen, was Unternehmen wie Regierungen klar verpflichtet, die Umsetzung der Menschenrechte selbstverständlich auch im Kontext von Tourismusentwicklung zu gewährleisten. Erstmals wurde auch eine UN Resolution explizit gegen Gewalt und Diskriminierung von Angehörigen der LGBT+ Community verabschiedet.²

Dennoch sind verschiedenste Menschenrechtsverletzungen im Tourismus noch immer an der Tagesordnung, eben auch aufgrund sexueller Orientierung; eine Tatsache, die im Diskurs gegenüber anderen Menschenrechts-Übertretungen oft vernachlässigt wurde. Angehörige der LGBT+ Community wurden und werden auch heute noch, trotz gesellschaftlicher sozialer Fortschritte und vielfach eingeführter fortschrittlicher Gesetzgebung, aufgrund ihrer sexuellen Orientierung oder Gender Identität weltweit diskriminiert; im täglichen Leben als auch im Urlaub. Hierbei existieren allerdings extrem große regionale Unterschiede von Destination zu Destination.

Sich dessen bewusst, hielt UN Generalsekretär Ban Ki-moon im März 2012 eine historische Rede vor dem UN-Menschenrechtsrat in Genf, in der er Länder rund um den Globus aufforderte, gleichgeschlechtliche Beziehungen

1 vgl. <https://un.org/en/universal-declaration-human-rights> und <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>: UNWTO (1999) 'Global Code of Ethics for Tourism'

2 vgl. <https://www.hrc.org/news/ten-ways-the-united-nations-has-protected-lgbtq-human-rights>

zu dekriminalisieren und die Diskriminierung von LGBT+ Angehörigen zu beenden. Er sprach von einer der großen, vernachlässigten Menschenrechts-Herausforderungen.³

Um dieser Diskriminierung im Rahmen der CSR Politik der ITB entgegenzutreten, engagiert sich die ITB Berlin als weltweit größte, einflussreiche Reisemesse, für diese diskriminierungserfahrene, aber für den Tourismus sehr lukrative Zielgruppe.

Seit etwa 1999 hatten auf der ITB Berlin bereits einzelne offen als LGBT+ auftretende Reiseanbieter ausgestellt; 2003 gab es erstmals einen von der ITB organisierten LGBT+-Gemeinschaftsstand und 2010 wurde LGBT+ Tourismus zum offiziellen Segment ernannt, was einen Meilenstein darstellte.⁴ Mittlerweile ist der LGBT+ Travel Pavillon der ITB der weltweit internationalste Messeauftritt.

LGBT+ Travel

Geschichtlich gesehen, wurde die LGBT+ Reisebranche von Menschen, die selbst Diskriminierung erlitten haben, ins Leben gerufen. Reisen als eine Pause, ein Entkommen vom diskriminierungserfahrenen oder sich selbst verleugnenden Alltag. LGBT+ Reisende zogen sich anfänglich an wenig besuchte Orte zurück und trafen dort möglichst Gleichgesinnte, die im Alltag die gleichen Probleme zu bewältigen hatten. 1973 wurde dann in den USA die erste „Gay“ Rundreise von Hanns Ebstein organisiert, der seitdem als Vater des LGBT+ Tourismus gilt. Seit den 1980er Jahren entstand mit wachsender Selbstorganisation und Sichtbarkeit der LGBT+ Communities eine eigene Urlaubsinfrastruktur für die damals noch in erster Linie „Gay“ Traveler.

Die zunehmende Akzeptanz in fortschrittlich orientierten Ländern führte nach und nach dazu, dass sich bestimmte Orte zu bevorzugten LGBT+ Reisezielen entwickeln konnten; zuerst in Nordeuropa und den USA, später in Spanien und in Städten wie Buenos Aires oder Kapstadt, wo erste Hochburgen entstanden. Das Interesse an weiteren Regionen wuchs rapide, und damit die Angebote.

Seit 2000 in den Niederlanden die weltweit 1. gleichgeschlechtliche Ehegesetzgebung verabschiedet wurde, erließen mehr und mehr Länder Gleichstellungs-Gesetze. Durch die offizielle Anerkennung der Lebensweise entstand eine offeneren LGBT+ Sichtbarkeit, die auch auf zunehmende Unterstützung der Mehrheitsgesellschaft zählen konnte. LGBT+ Hochzeitstourismus und mittlerweile auch „Rainbow“-Familienreisen entwickelten sich zu neuen Geschäftsfeldern.

Trotz dieser positiven Entwicklungen versteckt nach Schätzungen etwa ein Viertel der LGBT+ Traveler (abhängig natürlich vom Herkunftsland und Reiseziel) noch immer die eigene sexuelle Orientierung auf einer Reise⁵, denn im Gegensatz zu von Rassismus Betroffenen steht den meisten LGBT+ Reisenden die selbstverleugnende Möglichkeit der Camouflage zur Verfügung. LGBT+ Traveler sind sich der Gefahr diskriminiert zu werden, stets bewusst und in vielen Urlaubsregionen ist es de facto noch immer eine Herausforderung, offen als homosexuell aufzutreten, sowohl für Gäste als auch für die lokale Bevölkerung.

Da es bei LGBT+ Personen nach Schätzungen um 3-8% der Bevölkerung geht,⁶ die statistisch gesehen mehr als die

3 „We should all be outraged when people suffer discrimination, assault or even murder simply because they are lesbian, gay, bisexual or transgender. We should all speak out when someone is arrested and imprisoned because of who they love or how they look. This is one of the great neglected human rights challenges of our time...“, United Nations Secretary-General Ban Ki-moon to the International Conference on Human Rights, Sexual Orientation and Gender Identity (Oslo, 15-16 April 2013).
Vgl. <https://www.unfe.org/ban-ki-moon-discrimination-can-never-justified/>

4 Weitere wichtige Meilensteine: Im Januar 2011 organisierte die ITB in Indien den landesweit ersten Workshop zu LGBT+ Tourismus während der in New Delhi stattfindenden Touristik-Messe SATTE; es folgte ebenfalls erstmalig, ein ITB Symposium in Warschau und 2012 wurde die erste „Pink Corner“ auf der ITB Asia in Singapur realisiert. Weitere Informationen zum ITB LGBT+ Travel Segment unter: www.itb-berlin.com/lgbt

5 Lt. einer von Virgin Holidays in Großbritannien durchgeführten Umfrage tarnen 23% der englischen LGBT+ Reisenden ihre sexuelle Orientierung, wenn sie in den Urlaub fahren. Vgl. World Tourism Organization (2017), Affiliate Members Global Reports, Volume fifteen – Second Global Report on LGBT Tourism, UNWTO, Madrid, S.26, <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418619> or download: https://genctraveller.files.wordpress.com/2017/05/unwto-iglta_globalreport_lgbttourism_lw.pdf

6 Aufgrund der oft einhergehenden Stigmatisierung und Sensibilität des Themas ist keine verlässliche, exakte Datenerhebung möglich. Sehr konservative Schätzungen sprechen von 3% einer jeweiligen Bevölkerung, progressive von bis zu 8% und mehr. Dem LGBT-Spektrum insgesamt ordneten sich in einer Online-Umfrage 2016 in Deutschland beispielsweise 7,4 Prozent der Befragten zu.
Vgl. www.jetzt.de/lgbt/dalia-studie-zu-lgbt-anteil-in-der-bevoelkerung



Durchschnittsbevölkerung reisen und vielfach auch über „doppeltes Einkommen – ohne Kinder“ verfügen (wobei sich das momentan im Wandel befindet), sind sie eine sehr begehrte Zielgruppe, nicht nur für den Tourismus.

Überdurchschnittlich hohes Interesse an Kultur, gehobener Gastronomie und Hotellerie, gepaart mit überdurchschnittlicher Kaufkraft, macht LGBT+ Reisende interessant für alle touristischen Anbieter (Shopping, Luxus, Airlines, Car Rentals, Kreditkarten...). Einmal von der Ehrlichkeit der Ansprache überzeugt, sind LGBT+ Reisende treue und krisenresistente Kund:innen.⁷ Jährlich werden über 35 Millionen internationale Touristenankünfte allein durch LGBT+ Reisende generiert⁸ und die weltweiten Reiseausgaben werden von der Branche inzwischen auf jährlich über 200 Milliarden US\$ geschätzt.

Viele Destinationen haben dieses immense Potenzial, das LGBT+ Travel bereithält, erkannt und sprechen gezielt LGBT+ Traveler an. LGBT+ Tourismus ist inzwischen ein boomendes und dynamisches Reisesegment, das in den vergangenen Jahren stetig gewachsen ist und eine treibende Kraft für ökonomische Entwicklung in den zugewandten Destinationen darstellt. Gezielte Marketing-Aktionen ebnen dabei den Weg zu mehr Akzeptanz auch in der Bevölkerung.⁹ Dadurch reichen die positiven Auswirkungen von LGBT+ Tourismus viel weiter – Destinationen, die LGBT+ Tourist:innen willkommen heißen, sind signifikant für den Kampf für universelle Menschenrechte.

Positive Zahlen demonstrieren, dass Destinationen und Unternehmen, die sich für Gleichheit und Inklusion einsetzen, ökonomische und soziale Vorteile haben, wohingegen Anti-LGBT+ Bewegungen gegen die Interessen der Tourismuswirtschaft und der sozio-ökonomischen Entwicklung einer Destination stehen. Destinationen, die auch ihre eigene (LGBT+) Bevölkerung mit Respekt behandeln, sind im klaren Vorteil und ziehen nicht nur LGBT+ Reisende an, sondern auch deren Freunde, Familie und „Verbündete“ („Allies“).

Im Umgang mit dem Thema existieren weltweit große Differenzen: Während sich in fortschrittlichen Ländern Millennials inzwischen die Frage stellen, ob speziell konzipierte LGBT+ Reisen mit eigener Infrastruktur nicht bereits überflüssig geworden sind, da es keiner Nischen und Rückzugsorte mehr bedarf, ist es für LGBT+ Angehörige in weniger emanzipierten Ländern noch ein ferner Traum, überhaupt offen als LGBT+ Person aufzutreten und zu reisen.

In konservativen Ländern öffnet das Internet insbesondere LGBT+ Community Mitgliedern ein „Tor zur Welt“ und das Gefühl nicht „allein“ zu sein. Es zeigt auf, dass es auch andere, befreite Lebensperspektiven geben kann. Online Marketing Kampagnen, aber auch LGBT+ Travel Blogger und Portale, können einen großen Einfluss ausüben.¹⁰

Ein wichtiger Meilenstein für internationalere Akzeptanz des LGBT+ Travel Segments war die Entscheidung der UN World Tourism Organization (UNWTO) gemeinsam mit der Internationalen Gay & Lesbian Travel Association (IGLTA)¹¹ einen „Global Report on LGBT Tourism“ herauszugeben (1. Auflage 2012, 2. Auflage 2017), insbesondere auch das bahnbrechende Vorwort des damaligen Generalsekretärs Taleb Rifai: „Wir haben eine kollektive Verantwortung uns gegen Diskriminierung zu stellen, gegen Stereotypen anzugehen und zu einer bewegenden Kraft

7 Vgl. landing page Community Marketing & Insights (CMI), <https://cmi.info/>: Die LGBT+ Community verfügt über hohe verfügbare Einkommen, welche bevorzugt bei LGBT+ inklusiv-agierenden Firmen ausgegeben werden, allein in den USA über eine Kaufkraft von 1 Billion US\$ [am.: trillion]. Die Kaufkraft der globalen LGBT+ Population wird auf 3.6 Billionen US\$ [am.: trillion], geschätzt, vgl. LGBT Capital, „Estimated LGBT Purchasing Power: LGBT-GDP,“ (2018). Dadurch, dass die Bereitschaft, mit der eigenen sexuellen Orientierung offen umzugehen, zunimmt, werden auch Umfrageergebnisse zunehmend akkurater.

8 Vgl. World Tourism Organization (2017), Affiliate Members Global Reports, Volume fifteen – Second Global Report on LGBT Tourism, UNWTO, Madrid, S. 44, https://genctraveller.files.wordpress.com/2017/05/unwto-iglta_globalreport_lgbttourism_lw.pdf

9 Community Marketing & Insights (CMI): Philadelphia Case Study: Nach nur 18 Monaten gezielter Marketing Kampagne vervielfachte sich das touristische Einkommen der Stadt und die Akzeptanz für die oftmals marginalisierte LGBT+ Community stieg. Vgl. <https://cmi.info/lgbtq-research-downloads/#tourism-hospitality-studies>

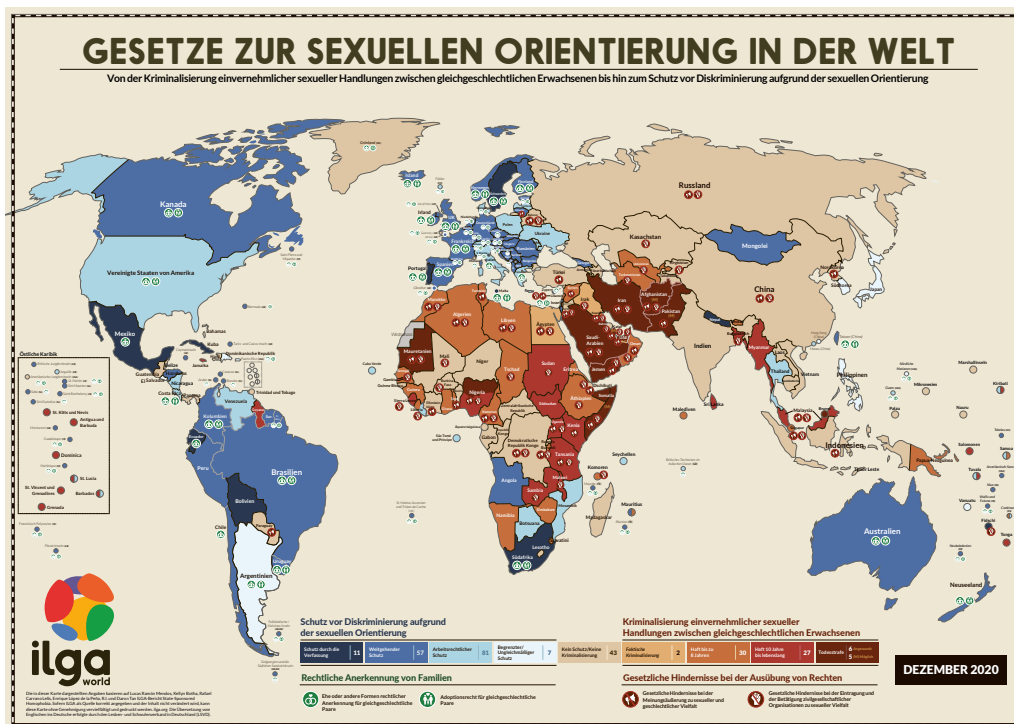
10 Eine touristische Transgender-Bewegung entstand z.B. erst mit dem Zugang zu Social Media; das „T“ hat sich erst in den letzten Jahren verstärkt in das LGBT+ Travel Segment eingebracht. Einen wichtigen Beitrag leistete 2016 eine neue globale Marketing- und Werbekampagne von Greater Fort Lauderdale: Erstmals thematisierte eine Destination Transgender in einer Mainstream Werbung und setzte Transgendermodelle ein.

11 Die 1983 gegründete International Gay & Lesbian Travel Association (IGLTA), Mitgliedsorganisation der UNWTO, ist die führende mitgliederbasierte globale Organisation für LGBT Tourismus mit Mitgliedern in mehr als 80 Ländern und der Mission, weltweit Information und Ressourcen für LGBT Reisende und LGBT Tourismus zur Verfügung zu stellen und die signifikante soziale und ökonomische Bedeutung des Segments zu demonstrieren. Das „L“ für Lesbian wurde erst 1997 hinzugefügt. Vgl. <https://iglta.org>

für soziale Veränderung zu werden. Ich baue deshalb auf jede/n von Ihnen, die Vorteile, die mit LGBT Tourismus assoziiert werden zu nutzen und zu Botschaftern von gegenseitigem Verständnis und von Respekt für universelle Menschenrechte zu werden.“¹²

Nichtsdestotrotz wird Homosexualität nachwievor in mehr als 70 Ländern diskriminiert bzw. strafrechtlich verfolgt und bestraft, in 11 Ländern existiert noch die Todesstrafe. Auch das Fehlen explizit LGBT+ positiver Gesetzgebungen in den meisten Ländern der Erde führt oftmals zu willkürlichen Verfolgungen.

Gesetze zur sexuellen Orientierung in der Welt



Quelle: ILGA World

Die ILGA World erstellt bereits seit 2006 jedes Jahr einen „Homophobia Report“, inklusive eines Kartenüberblicks.¹³

Seit 2012 veröffentlicht auch der schon seit 1970 publizierende Spartacus Traveller, ein Portal für schwules Reisen, einen „Gay Travel Index“, der speziell für Reisende die gesetzliche Lage und Lebensbedingungen der LGBT+ Community weltweit widerspiegelt, basierend auf den betreffenden Gesetzgebungen, Kriminalstatistiken und Quellen von NGOs, Human Rights Watch etc.¹⁴

LGBT+ Tourismus und Länder des Globalen Südens

Bezüglich der Frage nach der Akzeptanz von LGBT+ Tourismus in Schwellenländern oder Ländern des Globalen Südens ergibt sich kein einheitliches Bild, die Situation ist außerordentlich komplex und es gibt keine umfassenden Untersuchungen. Eine Annäherung ist nur über exemplarische Betrachtungen möglich.

¹² Vorwort Taleb Rifai, UNWTO Second Global Report on LGBT Tourism, 2. Auflage 2017, S. 8, https://genctraveller.files.wordpress.com/2017/05/unwto-iglta_globalreport_lgbttourism_lw.pdf

¹³ Die ILGA World („International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex Association“) leistet Menschenrechts-Lobbyarbeit und ist der seit 1972 existierende Dachverband für Mitgliedsorganisationen aus 162 Ländern und Territorien. Das letzte Up-date des ILGA World's State-Sponsored Homophobia Report, aus dem die obige Abbildung stammt, wurde am 15. Dezember 2020 veröffentlicht. Siehe <https://ilga.org/state-sponsored-homophobia-report-2020>

¹⁴ „...Our aim is to monitor the safety of queer people in each country and also increase the awareness on grievances. We are convinced that there are holidaymakers who choose countries where the queer community is an accepted and beloved part of society. But there are also holidaymakers who consciously want to travel to a country in order to enter into a dialogue with the oppressed local queer community. The index is intended to provide either type of holidaymaker with trustworthy and valid information...“, vgl. <https://spartacus.gayguide.travel/blog/spartacus-gay-travel-index/>



Wie bereits festgestellt, hat das LGBT+ Reisesegment eine große ökonomische Bedeutung und viele touristisch attraktive Länder des Globalen Südens versuchen ein Stück vom sogenannten „Regenbogen-Kuchen“ abzubekommen, sogar auch, wenn die Bedingungen in ihren Ländern für die eigene LGBT+ Bevölkerung noch restriktiv sind. Tourismusministerien, Fremdenverkehrsämter oder Agenturen setzen sich oftmals für eine Liberalisierung ein, während andere Regierungsorganisationen noch einer konservativen Politik anhängen.

Es gibt Beispiele, wie durch die Öffnung gegenüber LGBT+ Reisenden zunehmend auch im Land Barrieren überwunden werden können, da der Umsatz stimmt und Vorurteile entkräftet werden. Im Zuge dessen kann dann auch die Akzeptanz für die lokale LGBT+ Community steigen. Gerade auch in repressiven Ländern entsteht durch den LGBT+ Tourismus für sie mehr Sichtbarkeit, mitbedingt auch dadurch, dass viele der LGBT+ Traveler auf ihren Reisen bewusst Kontakt zur lokalen Community suchen.¹⁵

Allgemein nach ihrer Reise-Motivation befragt, sagen beispielsweise 69% der amerikanischen LGBT+ Reisenden, dass sie auch „neue Orte kennenlernen wollen“, 47% wollen „andere Kulturen erfahren“.¹⁶

Dementsprechend ist das Interesse an Fernreisen in der LGBT+ Community stetig gestiegen, auch in Gebiete, in denen keine explizite Akzeptanz vorherrscht; so ist z.B. die Insel Bali in Indonesien, ein überaus beliebtes LGBT+ Reiseziel, obwohl dort offiziell kein LGBT+ Tourismus gefördert wird und Homosexualität nachwievor strafbar ist; es herrscht eine stille Duldung seitens der Autoritäten.

Wie in Indonesien, ist stille Duldung auch in vielen weiteren bei LGBT+ Reisenden beliebten, konservativen asiatischen Urlaubsdestinationen die herrschende Umgangsform gegenüber den zahlreich einreisenden, zahlungskräftigen LGBT+ Tourist:innen, wie etwa auf den vom Tourismus stark abhängigen Malediven, oder in Sri Lanka oder Singapur; solange sie nicht offen sichtbar auftreten oder die sexuelle Orientierung thematisieren, funktioniert alles stillschweigend.

In Indien ist die Situation liberaler: Nicht erst seit im September 2018 das aus der Kolonialzeit stammende Gesetz zur Kriminalisierung von Homosexualität aufgehoben wurde, steigt – mit Unterstützung gesellschaftlich anerkannter Persönlichkeiten und auch Bollywoods – besonders in der urbanen Mittelschicht die Akzeptanz. Dennoch ist diese noch stark abhängig vom jeweiligen Bundesstaat, vom Bildungs- und Aufklärungsstand.^{17 18}

In Nepal erfolgte die Entkriminalisierung bereits 2007 und 2008 folgte auch ein Antidiskriminierungsgesetz. Macau und Südkorea sind ebenfalls als fortschrittlich einzuordnen. Das mit Abstand in Bezug auf LGBT+ am Fortschrittlichsten orientierte Land in Asien ist Taiwan, das schon seit 2003 ein Geschlechter-Gleichbehandlungsgesetz und 2019 als erstes asiatisches Land die Ehe für alle einführte; die „Taiwan Pride“ ist inzwischen ein jährliches Großereignis.¹⁹

Thailand betreibt ein ausgesprochen fortschrittliches LGBT+ Marketing, wobei die Akzeptanz der allgemeinen Bevölkerung nicht immer deckungsgleich mit der offiziellen Politik ist. Ähnlich verhält es sich in Hong Kong, Kambodscha und Vietnam, wo Homosexualität in der traditionellen Kultur ebenfalls noch mit einem Stigma behaftet ist.

In Malaysia und besonders im Sultanat Brunei ist die Situation hingegen kritisch und gefährlich.

15 CMI 24th Annual LGBTQ Tourism & Hospitality Survey, U.S. Overview Report, December 2019, Community Marketing & Insights (CMI), S. 9: “25% of all LGBT+ travelers want to celebrate or explore local LGBTQ community life”; S. 20: “48% of urban LGBT+ travelers want to explore local LGBTQ neighborhoods”, siehe <https://cmi.info/>

16 CMI 24th Annual LGBTQ Tourism & Hospitality Survey, U.S. Overview Report, December 2019, Community Marketing & Insights (CMI), S. 9: “69% want explore some place new”; S. 45: “47% want to experience and learn about other cultures”; 52% strongly or somewhat agree, that they would even do that in “LGBT+-unfriendly destinations as long as they feel safe as a tourist”, siehe <https://cmi.info/>

17 Die ITB hatte im Rahmen des Goa Travel Marts 2011 einen Workshop zu LGBT+ Tourismus in Goa geplant, der allerdings aufgrund von handfesten Protesten des katholischen Erzbischofs und konservativer hinduistischer Gruppen abgesagt werden musste; stattdessen fand nur eine Pressekonferenz statt, die eine vitale öffentliche Diskussion auslöste – die Times of India berichtete tagelang.

18 Der philanthropische Arm der IGLTA, die 2012 gegründete IGLTA Foundation, führt einen speziellen Arbeitskreis für Emerging Destinations; u.a. gibt es derzeit eine Initiative, Indien bei internationalen touristischen Einkäufer:innen als LGBTQ+ freundliche Destination einzuführen.

19 Pride Events sind im LGBT+ Tourismus eine attraktive Größe; diese Demonstrationen, Paraden und Festivals, die an die Stonewall Unruhen von 1969 in New York erinnern und überall auf der Welt von LGBT+ Communities organisiert werden, um Erreichtes zu feiern und gleichzeitig zu mahnen, sind inzwischen meist stark kommerzialisiert und ziehen viele Besucher:innen in die veranstaltenden Städte. In konservativen Ländern sind sie teilweise verboten und die Teilnahme ist gefährlich.

In Süd- und Mittelamerika zeichnet sich ein anderes Bild ab als in Asien.

Mexiko und Brasilien sind beispielsweise gespalten; einerseits gibt es fortschrittliche Gesetze und besonders Brasilien gilt als touristische LGBT+ Hochburg (Rio, São Paulo...), dessen Vermarktung als LGBT+-Hotspot von den brasilianischen Tourismuswerbern gefördert wird, andererseits sind beide Länder für Homosexuelle unsicher.²⁰

Argentinien hingegen ist Vorreiter: Schon 2002 wurde in Buenos Aires, erstmals in Südamerika, ein Gesetz verabschiedet, das gleichgeschlechtlichen Paaren die gleichen Rechte wie heterosexuellen Paaren zugestand; seit 2010 gibt es landesweit die Ehe für alle. Argentinien promotet sich mit Regierungsunterstützung aktiv „LGBT+ welcoming“ und steht ganz oben auf der Liste der LGBT+ freundlichen Urlaubsziele,²¹ dicht gefolgt von Uruguay.

Ob mit oder ohne Regierungsunterstützung, viele Reiseunternehmen oder Hotelketten in Südamerika initiieren Aufklärungskampagnen und bemühen sich gezielt um LGBT+ Reisende.²²

In Kolumbien hat sich die Tourismusagentur „ProColumbia“, in den letzten Jahren durch erfolgreiche Awareness Kampagnen als „Best Practice“ hervorgetan und auch Costa Rica und Puerto Rico sind progressiv aufgestellt, obwohl bei Teilen der Bevölkerung noch Ressentiments bestehen. Die unabhängigen karibischen Inseln hingegen sind traditionell sehr homofeindlich; im Gay Travel Index schneidet nur Kuba gut ab, Jamaika am schlechtesten.²³

Erschreckend ist die Situation in den Staaten des Mittleren Ostens, sowie in vielen afrikanischen Ländern. Homofeindliche Gesetze basieren auf religiöser, islamischer Gesetzgebung oder existieren noch seit der Kolonialzeit, mit zum Teil drastischen Strafen, von Freiheitsentzug bis zur Todesstrafe.²⁴ Hinzu kommen vielfach Zwangsunterziehung und Operationen, Misshandlungen, Schikane, Mobbing und Hate Crimes.

Es zählt jeder kleine Fortschritt; so hat etwa Jordanien 2015 an dem UN Sicherheitsrats-Treffen teilgenommen, bei dem zum 1. Mal in dessen Geschichte exklusiv das Thema LGBT+ diskutiert wurde. Ein wichtiger Schritt, signalisierte er doch die Bereitschaft zur Auseinandersetzung. Auch der Libanon, Marokko und Tunesien zeigen sich zunehmend bereit, vorsichtige Öffnungen zuzulassen, ebenso der Oman. Dennoch bleibt das Thema trotz relativer Toleranz, die im Gegensatz zur harschen Gesetzgebung steht, auch weiterhin tabuisiert. Gleichwohl gibt es zahlreiche Berichte von LGBT+ Paaren, die diese Länder mit Vorliebe und unbehelligt bereisen, allerdings stets „in the closet“.

Ganz im Süden des afrikanischen Kontinents, in Kapstadt, findet LGBT+ Tourismus wiederum im großen Stil statt: Die Stadt ist eine von LGBT+ Travelern höchst beliebte Enklave im sonst sehr homofeindlichen Südafrika; ein Paradox, da in vielen Teilen des Landes und insbesondere in den Townships nach wie vor Hassverbrechen gegen Homosexuelle ausgeübt werden und lesbische Frauen von sogenannten „corrective rapes“ bedroht sind.²⁵ Die südafrikanische Gesetzgebung ist sehr fortschrittlich; dennoch ist die Stimmung im Land, außerhalb von Kapstadt, eine andere. Auch in denjenigen afrikanischen Staaten, die sich in Bezug auf ihre Gesetzgebung positiv abheben, wie Mozambique, Angola und Botswana,²⁶ hinkt gesellschaftliche Akzeptanz oft hinterher.

Sehr konservative afrikanische touristische Destinationen sind Namibia, Rwanda, Kenia, Ghana, Gambia, Sambia, Mauritius, Malawi und auch Uganda.

20 Brasilien hat immer noch die weltweit höchsten Raten an Gewalt gegen LGBT+ Menschen. Die Internet-NGO ALL OUT und lokale Aktivist:innen hatten mit einer erfolgreichen Petition 2019 dazu beigetragen, dass Gewalt gegen LGBT+ in Brasilien endlich für strafbar erklärt wurde. Siehe <https://allout.org/de/highlights>

21 Die Cámara de Comercio Gay Lésbica de Argentina, (CCGLAR) hat sich zur Aufgabe gemacht, den LGBT+ Tourismus nach Argentinien zu fördern. Mission der weltweit ins Leben gerufenen LGBT+ Handelskammern ist es, lokale LGBT+ Unternehmen mit einem weltweiten Netzwerk anderer LGBT+ Handelskammern, Regierungsmitgliedern, Unternehmenspartnern und Individuen zu verbinden. Vgl. <http://ccglar.org/home/>

22 Siehe #NecesitamosMasBesos oder die Marriott Kampagne #LoveTravels

23 Vgl. <https://spartacus.gayguide.travel/blog/spartacus-gay-travel-index/>

24 Siehe <https://ilga.org/state-sponsored-homophobia-report-2020> und vgl. <https://spartacus.gayguide.travel/blog/spartacus-gay-travel-index/>

25 Als „corrective rapes“ werden an lesbischen Frauen vorgenommene Vergewaltigungen bezeichnet, die diese von heterosexuellen Sexualpraktiken überzeugen sollen.

26 Das ITB Partnerland 2017, Botswana, hat 2019 Homosexualität dekriminallisiert, das entsprechende Gesetz aus der britischen Kolonialzeit wurde vom Hohen Gericht aufgehoben. Die Organisation für Lesben, Schwule und Bisexuelle in Botswana (LEGABIBO) war als Nebenklägerin aufgetreten, siehe <https://legabibo.wordpress.com/>



In Uganda beispielsweise, das sich in den letzten Jahren durch Gorilla-Watching im High-End-Tourismus etablieren konnte, ist sowohl die Gesetzgebung konservativ als auch Homophobie weit verbreitet; es kommt immer wieder zu tätlichen Übergriffen und Hetzjagden auf dort lebende Homosexuelle.²⁷ Uganda ist ein anschauliches Beispiel für Zerrissenheit: Das Tourismusministerium ist sehr daran interessiert sich international weiterhin als exquisite Tourismusdestination zu etablieren, während andere Regierungsorgane Homophobie propagieren. Dem Uganda Tourism Board und dem Tourismusministerium ist durchaus bewusst, dass sich schlechte Presse aufgrund von Homophobie negativ auf die Entwicklung des internationalen Tourismus auswirkt. Ihnen kommt eine Schlüsselrolle bei der Öffnung des Landes zu.

Tourismus hat Einfluss

Tourismus kann Türen öffnen, um Menschenrechte umzusetzen. Touristische Unternehmen können eine Vorbildfunktion innehaben und Prozesse anstoßen. Die Unterstützung durch offizielle Stellen ist wichtig; mögliche Lösungen beinhalten immer die Kooperation zwischen Regierungsinstitutionen, zivilgesellschaftlichen Organisationen und privaten Unternehmen. Das UN-Menschenrechtssystem ist dabei die Grundlage. Die Zusammenarbeit mit einer größtmöglichen Auswahl an Regierungsagenturen kann erreichen, dass die staatlichen grundgesetzlichen Obligationen eingehalten werden und dadurch Menschen vor homophoben Übergriffen geschützt werden können.

Gerade weil sich nicht wenige touristische Zielgebiete in Ländern mit erheblichen Demokratie-, Menschenrechts- und Regulierungsdefiziten befinden, ist es für sozial verantwortlich agierende Unternehmen unumgänglich, menschenrechtliches Risikomanagement umzusetzen. Sie müssen an jedem Standort die gleichen verantwortlichen Standards ansetzen und sich nicht den Gegebenheiten vor Ort „anpassen“, um Konflikten aus dem Wege zu gehen. Es reicht nicht mehr aus, sich lediglich gegen Diskriminierung auszusprechen; zunehmend mehr Konsument:innen erwarten, dass Unternehmen sich einmischen und aktiv für Menschenrechte eintreten.

Die Accor Hotelkette lässt beispielsweise alle Sub-Unternehmen und Service-Anbieter, mit denen sie zusammenarbeitet, eine „Group Procurement Charter“ unterzeichnen, die diese dazu verpflichtet, sich an die aufgeführten sozialen Standards zu halten; Inklusion und Nicht-Diskriminierung stehen ganz oben.²⁸

Ein weiteres gutes Beispiel ist die seit 2015 von führenden globalen Unternehmen gegründete internationale Initiative „Open for Business“. Deren „Open Business Report“ untermauert mit konkreten Zahlen, dass sich Inklusion auszahlt.²⁹

Veranstalter müssen also sicherstellen, dass auch ihre Geschäftspartner eine LGBT+ freundliche Unternehmenspolitik verfolgen – aufgrund der Komplexität der Wertschöpfungsketten, dem nötigen Trainings-Aufwand³⁰ und der eventuell fehlenden Bereitschaft der Partner kein leichtes Unterfangen. Doch Veranstalter haben oft Druckmittel in der Hand, die sie nutzen können.

Eine wichtige Rolle bei der Einforderung von Menschenrechten kommt auch Organisationen wie der IGLTA oder auch Messen wie der ITB zu, die über eine weltweite Plattform verfügen, Aufmerksamkeit generieren und als Vermittler und Verfechter fungieren können.^{31 32}

27 Vgl. Tourism Watch: „Encouraging Change – Uganda as LGBTQI* Travel Destination“, K. Mc Andy, 08.12.2019, <https://www.tourism-watch.de/en/focus/encouraging-change>

28 Vgl. <https://group.accor.com/en/commitment/planet-21>; group.accor.com › PDF-for-pages › Charte-Achats-21

29 Vgl. <https://open-for-business.org/> und <https://open-for-business.org/reports>

30 Um wirklich „gay- bzw. LGBT+ friendly“ zu sein, muss das Personal in Hotels, aber auch Reiseleiter:innen, Fahrer:innen etc. speziell geschult werden. Dabei geht es um Sensibilisierung, um Respekt und das Vermeiden von Fauxpas. LGBT+ Reisende wünschen keine „Sonderbehandlung“ – es geht um die Umsetzung von gleichen Rechten.

31 Als Malaysia 2019 Partnerland der ITB Berlin war, kam es aufgrund der LGBT+ Politik Malaysias zum Konflikt. Das Thema wurde aber offen bei einer Paneldiskussion des ITB Kongress angesprochen; u.a. war auch eine geflüchtete transsexuelle Person aus Malaysia dazu eingeladen. LGBT+ Aktivist:innen nutzten die weltweite Aufmerksamkeit durch die ITB und demonstrierten am ITB Samstag in Kuala Lumpur für ihre Rechte. Die IGLTA griff das Thema auf und organisierte bei ihrer Jahrestagung im Mai 2019 eine Live-Schaltung mit einer führenden Aktivistin. Der Kontakt wird kontinuierlich aufrechtgehalten.

32 Die ITB hat inzwischen in ihren Richtlinien-Katalog für potenzielle Partner, bzw. Gastländer mitaufgenommen, dass ein nachhaltiger Entwicklungsplan vorgestellt werden muss, der explizit auch das Thema Wahrung von Menschenrechten, insbesondere auch LGBT+ Rechten, in der betreffenden Destination beinhaltet.

Die kleinen Fortschritte, die selbst in den hochgradig homophoben Ländern erzielt werden können, sind aber besonders auch auf die mutige Arbeit kleiner NGOs zurückzuführen; sie sichtbar zu machen und möglichst global zu vernetzen, um sie zu stärken und zu schützen, muss ebenfalls Teil von Menschenrechts-Strategien sein.

Damit LGBT+ Veranstalter ihrer Klientel gerade in homophoben Ländern umfassend Orientierung in Bezug auf lokale kulturelle Normen geben können, ist der Kontakt zu diesen NGOs und der Community vor Ort extrem wichtig, deren Erfahrungen müssen in Sicherheits- und Verhaltenskonzepte unbedingt miteinfließen. Die große Mehrheit (80%) befragter amerikanischer LGBT+ Reisender gibt beispielsweise an, dass LGBT+ Freundlichkeit in Destinationen für sie wichtig bzw. sehr wichtig ist,³³ 52% der Befragten geben aber auch an, dass auch ein nicht-LGBT+ freundliches Reiseziel in Frage käme, solange ihre Sicherheit gewährleistet sei.³⁴

Das Thema Aufklärung ist vielschichtig und sensibel: Nicht-kooperative Regierungsorganisationen, konservative lokale Gesetze und Moral-Vorstellungen verhindern oft genug Fortschritt und blockieren Akzeptanz, ebenso wie die Sorge, dass religiöse Werte verletzt werden oder dass die eigene gesellschaftliche Identität verloren gehen und von „westlichen Werten“ überrannt werden könnte.

Kann Tourismus trotzdem auch in besonders konservativen Staaten Türen aufstoßen oder ist diese Hoffnung losgelöst von der Realität, wie teilweise behauptet wird? Saudi Arabien sieht beispielsweise noch immer die Todesstrafe für homosexuelle Handlungen vor. Inwieweit sind nun aber die inzwischen einsetzenden Lockerungen für Frauen auch mitzurückzuführen auf das massive Vorhaben, sich touristisch zu öffnen?

Wie verhält es sich mit Destinationen, die bereits fortschrittliche Gesetzgebungen hatten, deren konservative Regierungen aber wieder Rückwärtstrends angestoßen haben und die zeigen, dass einmal Erreichtes nicht garantiert ist? Kann auch hier die positive Kraft des Tourismus mithelfen, dass sich das Blatt wieder wendet? Politisches Handeln und Leadership bleiben wichtig, Akzeptanz ist ein fortwährender Prozess.

„Es ist für die LGBT-Community essenziell, dass Organisationen, wie die UNWTO ihre Arbeit fortsetzen und weiter unermüdlich gleiche Rechte für die LGBT+ Weltbevölkerung einfordern. Die Community ist auf diese Unterstützung angewiesen“, sagt John Tanzella, Präsident der IGLTA.³⁵

Die Debatte, inwieweit LGBT+ Tourist:innen ihren heißbegehrten „Pink Dollar“ in einem Land mit problematischer Menschenrechtslage ausgeben sollten und ob Reisen in diese Länder ethisch überhaupt zu vertreten seien, bewegt die Gemüter. Es besteht Konsens bei den verschiedenen LGBT+ Travel Akteur:innen, keine generellen Destinations-Boykotte als Druckmittel zu propagieren. Allen sozial konservativen Destinationen den Rücken zu drehen, wäre taktisch falsch. Boykotte können enormen Schaden für die betroffene Bevölkerung vor Ort anrichten; insbesondere die lokalen LGBT+ Gemeinschaften fürchten, ohne Besucher:innen abgeschottet zu sein, damit ihre Sichtbarkeit zu verlieren und ohne internationale Anteilnahme ihrem Schicksal überlassen zu werden. Dieser negative Einfluss auf die vor Ort lebende LGBT+ Community wiegt damit schwerer, als der andererseits verständliche Wunsch, negativ agierende Destinationen durch Einkommensdefizite abzustrafen. Die Devise geht im Gegenteil dahin, diese Orte erst recht zu besuchen und progressive Partner in der jeweiligen Destination zu finden. So können Grenzen erweitert, Druck ausgeübt und die transformative Kraft des Reisens genutzt werden.

Natürlich müssen LGBT+ Reisende und ihre „Allies“ selbst entscheiden, ob sie sich in der Lage fühlen, ihren Urlaub mit dieser Mission zu verknüpfen.

33 CMI 24th Annual LGBTQ Tourism & Hospitality Survey, U.S. Overview Report, December 2019, Community Marketing & Insights (CMI), S. 14: “39% of American LGBT+ travelers say it is very important for them to travel to destinations which are LGBT+ friendly; 41% say it is important; 15% are neutral”, siehe <https://cmi.info/>.

34 Siehe Seite 287, Fußnote 16

35 Vorwort John Tanzella, UNWTO Second Global Report on LGBT Tourism, 2. Auflage 2017, S. 9, https://genctraveller.files.wordpress.com/2017/05/unwto-iglta_globalreport_lgbttourism_lw.pdf



Fazit

Diskriminierung aufgrund von sexueller Orientierung und/oder Gender Identität ist ein Menschenrechtsthema. Sowohl die Sichtbarkeit der LGBT+ Reisenden als auch die der jeweiligen lokalen LGBT+ Community hat durch den Fokus des Tourismus zugenommen. LGBT+ Tourismus hilft dabei, die Sichtbarkeit und Akzeptanz von LGBT+ Personen weltweit zu stärken und „Normalität“ zu kreieren.

Dennoch ist es ein langer Weg: LGBT+ Travel ist heute zwar ein florierendes und lukratives Reise-Segment mit ausgeprägter eigener Infrastruktur, das LGBT+ Tourist:innen in vielen fortschrittlichen Destinationen gleichberechtigt und frei Urlaub erleben lässt, das aber gleichzeitig aufgrund von auch in touristischen Regionen noch immer fortbestehender LGBT+ Diskriminierung und Verfolgung vor vielen Herausforderungen steht.

Besonders in vielen Ländern des Globalen Südens ist die Situation für LGBT+ Reisende schwierig. Sie sind in den meisten Fällen zwar als gut zahlende Gäste willkommen, aber nur solange sie ihre wahre Identität verleugnen. Die Angehörigen der LGBT+ Communities in diesen Ländern leiden oftmals unter der Verwehrung ihrer rudimentären Menschenrechte. Einige Länder sind dadurch trotz prinzipieller Reisebereitschaft vieler LGBT+ Angehöriger „No-Go-Areas“; das Engagement für die ansässigen Communities steht bei LGBT+ Travel Organisationen dennoch weiterhin auf der Agenda.

Zwischen den verschiedenen touristischen Destinationen, ihren Gesetzen und sozialen Normen, existieren größte Unterschiede. Akzeptanz ist ein langwieriger Prozess, bei dem die Tourismusindustrie eine wichtige Rolle spielen kann. Die gesamte Wertschöpfungskette ist dabei gefordert.

Aufklärung einerseits, aber auch direkte Berührungen, wie sie durch Tourismus ermöglicht werden, können helfen, gegenseitige Vorurteile abzubauen. Ebenso wie Tourismus ein Vehikel gegen Xenophobie und Rassismus sein kann, kann Tourismus auch Homophobie bekämpfen, die LGBT+ Community vor Ort stärken, international vernetzen und dadurch Auswege aufzeigen.³⁶

Meinungsführern, privaten Tourismusunternehmen, multinationalen touristischen Kooperationen wie kleinen Veranstaltern, ebenso wie Regierungsorganisationen, öffentlichem Sektor, Verbänden und NGOs sowie Wissenschaft und Forschung fallen wichtige Rollen bei der Durchsetzung von LGBT+ Menschenrechten in touristischen Destinationen zu. Um Erfolg zu haben, müssen die Mechanismen und Kanäle der jeweiligen Regierungsorganisationen verstanden werden. Alle Akteure können zur Verbesserung der Menschenrechtslage beitragen, in fortschrittlichen, wie in konservativen Regionen.

Tourismus birgt die Chance, Brücken zu bauen, gesellschaftlichen Wandel zu bringen und die Lebensqualität von lokalen Gemeinschaften und marginalisierten, diskriminierten Gruppen zu verbessern. Die ökonomische Kraft der Reisebranche bewirkt, dass Weltanschauung-Wechsel stimuliert und Gedankenprozesse in Gang gesetzt werden. Es macht Mut, dass einige Staaten positiv auf diese Bemühungen reagieren.

Orte, in denen auch die lokale Bevölkerung gut leben kann, sind auch gute Orte zum Besuchen.

Kontakt

Rika Jean-François, M.A., rika.jeanfrancois@messe-berlin.de
Corporate Social Responsibility Beauftragte der ITB Berlin,
www.itb-berlin.com/lgbt, www.itb-berlin.de

³⁶ Unter Umständen können für Betroffene auch neue Jobs in der Tourismusindustrie geschaffen werden; das bedeutet sowohl persönliche als auch kollektive Stärkung.

8 Mehr qualifizierte Beschäftigung im Tourismus und Gastgewerbe in Ruanda

Nico Beunders (MA), Dr. Carmen Nibigira – GIZ International Services

Unser Projekt ist Teil der Hanga-Ahazaza-Initiative, die von der Mastercard-Stiftung als Teil ihres ambitionierten Young-Africa-Works-Programms finanziert wird. Dieses Programm hat zum Ziel, 30 Millionen jungen Afrikanern und hierbei insbesondere jungen Frauen zu einer würdigen und erfüllenden Arbeit zu verhelfen. In der Hanga-Ahazaza-Initiative sind 14 Partnerorganisationen zusammengeschlossen, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, 30.000 junge Frauen und Männer im ruandischen Tourismus und Gastgewerbe dabei zu unterstützen, eine würdige und erfüllende Arbeit zu finden. GIZ International Services führt dabei die Komponenten berufliche Aus- und Fortbildung (TVET) und Upskilling für junge Beschäftigte in der Branche durch. Das Vorhaben läuft von Februar 2018 bis Dezember 2021 und wird bei Projektende folgende Ziele erreicht haben: mehr als 3.500 junge Beschäftigte werden qualifiziert, 20 nahezu das gesamte Spektrum abdeckende Lehrpläne werden für die berufliche Aus- und Weiterbildung entwickelt und überarbeitet, mehr als 200 Lehrkräfte/Ausbilder:innen werden weiter qualifiziert, das Lernen am Arbeitsplatz wird optimiert und es wird eine Berufsberatung eingeführt. Dies wird mit einer größtmöglichen Beteiligung der Branche erreicht, um so viele beschäftigungsrelevante Qualifikationen wie möglich vermitteln zu können.

Einleitung

Ruanda ist kein gewöhnliches Reiseziel in Afrika. Ohne Zugang zum Meer ist das Land 20% größer als Hessen, hat aber mehr als doppelt so viele Einwohner (26.338 km² groß mit 12,3 Millionen Einwohnern). Als Teil des Albert Grabens ist es überwiegend gebirgig. Das „Land der 1000 Hügel“ bietet schöne, grüne Landschaften und eine bemerkenswerte Vielfalt an Ökosystemen, von Savannen bis zum üppigen Regenwald. Die berühmten Berggorillas leben im Nationalpark Volcanoes, am über 4.500 Meter hohen Karisimbi-Vulkan. Fast am Äquator gelegen und mit der Hauptstadt Kigali auf über 1.500 Metern Höhe hat das Land das ganze Jahr über ein angenehmes, tropisches Klima. Aber das wohl bemerkenswerteste Merkmal des Landes ist die Entschlossenheit des ruandischen Volkes und seiner Regierung, die Traumata des Völkermords an den Tutsi von 1994 zu überwinden und zu einem führenden Beispiel für Fortschritt und gute Regierungsführung in Afrika zu werden. „Die Zukunftsbestrebungen in dieser Hinsicht sind extrem hochgesteckt. In der kürzlich verfassten Vision 2050 wurde das Ziel festgelegt, bis 2035 den Status eines Landes mit mittlerem Einkommen im oberen Bereich und bis zum Jahr 2050 den Status eines Hochlohnlandes zu erreichen.“¹

Geografisch sind die Bedingungen für die fast 1,9 Millionen Menschen, die noch immer von der Subsistenzlandwirtschaft abhängig sind, schwierig. Nahezu 70% aller Arbeitskräfte sind in der Landwirtschaft tätig.² Das Bevölkerungswachstum ist eines der höchsten in Afrika. Die derzeitige Bevölkerung von 12.300.000 könnte im Jahr 2030 16 Millionen Einwohner erreichen.³ 78 Prozent der 12 Millionen Menschen sind 35 Jahre oder jünger. Das Bevölkerungswachstum schmälert nicht nur das Wachstum des Bruttonationaleinkommens pro Kopf und erhöht die Belastung für die Umwelt, sondern verringert auch die verfügbare Ackerfläche pro Person. Seit den 1980er Jahren leidet Ruandas Agrarwirtschaft unter einer zunehmenden Fragmentierung der landwirtschaftlichen Betriebe, mit deren Ertrag eine Familie kaum noch zu ernähren ist. Obwohl der Armutsanteil von astronomischen 80% im Jahr 1994 kontinuierlich gesunken ist⁴, leben 38% der ruandischen Bevölkerung immer noch in Armut, davon 16% in extremer Armut.⁵ „Die wirtschaftlichen und sozialen Errungenschaften sind weiterhin beeindruckend. Das BIP-Wachstum pro Kopf liegt seit 2006 bei durchschnittlich 5 Prozent pro Jahr und ist damit nach Äthiopien das zweithöchste auf dem Kontinent.“⁶

1 „Future Drivers of Growth in Rwanda: Innovation, Integration, Agglomeration, and Competition.“ Conference Edition. World Bank, Washington, DC 2019 p. xvii

2 „Future Drivers of Growth in Rwanda: Innovation, Integration, Agglomeration, and Competition.“ Conference Edition. World Bank, Washington, DC 2019 p. xv

3 Employment and Labour Market Analysis Rwanda, GIZ Rwanda, Kigali 2018

4 „Future Drivers of Growth in Rwanda: Innovation, Integration, Agglomeration, and Competition.“ Conference Edition. World Bank, Washington, DC 2019 p. 5

5 Rwanda Statistical Yearbook 2019, National Institute of Statistics in Rwanda p.iv

6 „Future Drivers of Growth in Rwanda: Innovation, Integration, Agglomeration, and Competition.“ Conference Edition. World Bank, Washington, DC 2019 p. 3



Die Lebenserwartung bei Geburt hat sich von 31 Jahren im Jahr 1994 auf 69 Jahre im Jahr 2015 erhöht.⁷

Beschäftigung

Die demographische Entwicklung verstärkt die Herausforderungen auf dem ohnehin komplexen Arbeitsmarkt: Ruanda, mit einer Bevölkerung von 11,63-16,02 Millionen Einwohnern (2015-2030), wird Jahr für Jahr eine Anzahl von Neuzugängen auf dem Arbeitsmarkt aufnehmen müssen, die der Hälfte der Neuzugänge in Deutschland entspricht. Die Neuzugänge beliefen sich in den Jahren 2015-20 auf jährlich 280.000 Personen. Im Zeitraum 2025-2030 wird die Zahl voraussichtlich auf 347.000 steigen.⁸

Eine besorgniserregende Zahl ist die NEET-Quote (Not in Employment, Education or Training/nicht in Beschäftigung, Schule oder Ausbildung) in Höhe von 31,8% bei Jugendlichen zwischen 16 und 30 Jahren. Bei den Frauen liegt der Anteil bei 40%.⁹ So verwundert es nicht, dass die Schaffung von Arbeitsplätzen eine der Hauptprioritäten für die Regierung Ruandas (GoR) ist.

Tourismus

Der Tourismus ist einer der wichtigsten Wirtschaftssektoren, der wesentlich zur sozioökonomischen Entwicklung des Landes beiträgt. Bemerkenswert ist, dass der ruandische Tourismussektor bis zu 30% der ruandischen Exporte und 5% des BIP ausmacht (RDB, 2019). Die Regierung Ruandas sieht im Tourismus einen wesentlichen Wirtschaftssektor, der das Potenzial hat, das Wirtschaftswachstum und die Entwicklung im Land anzukurbeln und durch die Einnahmen aus der Tourismusbranche zur Armutsbekämpfung, zur Schaffung von Arbeitsplätzen, zum Exportwachstum und zum Wohlstand beizutragen. Der Tourismus ist die größte Devisenquelle des Landes mit Einnahmen von 438 Millionen US-Dollar im Jahr 2017. Das Rwanda Development Board erwartet, dass bis 2024 im Tourismus über 800 Millionen US-Dollar erwirtschaftet werden. Wenig überraschend wird sich COVID 19 jedoch negativ auf diese Prognose auswirken.

Von den 1,5 Millionen Besuchern, die Ruanda im Jahr 2017 gezählt hat, kamen 4% aus Europa, 3% aus Asien und 2% aus den USA. Aus diesen Schlüsselmärkten für den interkontinentalen Tourismus, von dem Ruanda weitgehend abhängig ist, kamen insgesamt weniger als 150.000 Tourist:innen. Ruanda ist kein Reiseziel, das Fernreisende in großer Zahl anzieht. 33% der Einnahmen aus dem Tourismus entfallen auf Geschäftsreisen, 29% auf Besuche und 27% auf Freizeittourismus. Diese geringen Zahlen spiegeln sich auch bei den spezialisierten Tourismusberufen wider. In Ruanda gibt es z.B. weniger als 150 registrierte Fremdenführer:innen, von denen nicht einmal alle in Vollzeit arbeiten. Das berufsbildende Lehrangebot für Reiseleiter:innen entspricht zudem kaum dem Bedarf der Branche. Die Höherqualifizierung dieser begrenzten Zahl von Reiseleiter:innen ist daher eine sehr wichtige Maßnahme.

High-End-Tourismus

Ruanda hat sich aus guten Gründen dafür entschieden, auf einen Tourismus mit hohem Ertrag und geringem Volumen auf der Grundlage von Wildlife und Naturschutz zu setzen: Nur weniger als 100 Tourist:innen pro Tag können die berühmten Berggorillas besuchen, um die Habituation so gering wie möglich zu halten. Aufgrund des verbesserten Naturschutzes steigt die Zahl der Gorillas, die vor einigen Jahrzehnten noch vom Aussterben bedroht waren, stetig an. Die gesamte Berggorillapopulation, die sich Ruanda mit Uganda und der DRK teilt, ist auf über 1000 Tiere angestiegen (IUCN, 2019). Die jährliche Kwita Izina, die Namensgebungszeremonie für Gorillas, ist in Ruanda zu einem großen nationalen Ereignis geworden. Im Jahr 2020 wurden 24 Babygorillas getauft, um ein Zeichen für den Tierschutz zu setzen. Die Einnahmen aus dem Tourismus spielen eine wichtige Rolle für den Schutz der Gorillas, der sich zu einer internationalen Erfolgsgeschichte entwickelt hat. 10% der Einnahmen der Nationalparks gehen an die benachbarten Gemeinden, die ebenfalls dabei unterstützt werden, direkt und indirekt vom Tourismus in Form von Beschäftigung und Geschäftschancen profitieren zu können. Diese gelungene Gewinnbeteiligung hat die Wilderei, die vor einigen Jahrzehnten zu einer Bedrohung erheblichen Ausmaßes geworden war, fast vollständig stoppen können. Im Jahr 2018 wurde der Preis für eine Gorilla-Genehmigung auf \$ 1.500 verdoppelt, eine Maßnahme, die in der Branche nicht unumstritten war. Aber die Naturschutzökonomie lässt vermutlich keine andere Wahl. Der

⁷ Idem, p.5.

⁸ Employment and Labour Market Analysis Rwanda, GIZ Rwanda, Kigali 2018 p. 21

⁹ Employment and Labour Market Analysis Rwanda, GIZ Rwanda, Kigali 2018 p. 21

Volcanoes Nationalpark liegt in einem dicht besiedelten ländlichen Gebiet. Eine wachsende Gorillapopulation hat dazu geführt, dass der Park auf Kosten landwirtschaftlicher Nutzflächen erweitert werden sollte, was jedoch mit hohen Kosten verbunden wäre. Die Gemeinden werden ermutigt, den Tourismus zu unterstützen, da in diesem Sektor mehr Gewinn als durch andere Landnutzungsformen erzielt werden kann.

Die Marketingstrategie, die auf einen Tourismus mit hohem Ertrag und geringem Volumen setzt, bedeutet, dass Spitzenleistungen angeboten werden müssten. Auch wenn High-End-Unterkünfte außergewöhnliche Leistungen anbieten, ist die Servicequalität im Allgemeinen die Achillesferse des ruandischen Tourismus und Gastgewerbes.

Um die Einnahmen aus dem Tourismus zu steigern, strebt das Rwanda Development Board daher an, die Aufenthaltssdauer in Ruanda von fünf auf neun Tage zu erhöhen, indem den Tourist:innen mehr Alternativen und eine größere Auswahl an Reisezielen und Attraktionen geboten werden. Um dieses Ziel zu erreichen, hat die Regierung Ruandas weitreichende Initiativen zur Wiederbelebung und Entwicklung des Tourismussektors, zur Beschleunigung der Investitionen in den Tourismus auf relevanten Gebieten und zur Gewinnung strategischer Investoren und Partner in der Tourismusbranche angestoßen.

MICE-Tourismus

Die Tatsache, dass Ruanda keine Küste hat und die nächstgelegenen Hafenstadt in 1.400 km Entfernung liegt, ist gleichermaßen eine Belastung für Handel und Industrie. Doch Ruanda war so weitsichtig, seine zentrale Lage auf dem afrikanischen Kontinent zu nutzen. Die Regierung Ruandas hat erheblich in den Luftverkehr investiert (Rwandair; neuer Flughafen), um die Anbindung an die wichtigsten Drehkreuze (London, Brüssel, Mumbai und Guangzhou) zu ermöglichen und zu einem Luftfahrtkreuz für Süd-, Ost- und Zentralafrika zu werden. Laut der International Conference and Convention Association (ICCA) schaffte es Ruanda im Jahr 2019, nach Kapstadt das zweitbeliebteste Ziel für internationale Konferenzen und Veranstaltungen in Afrika zu werden. Dies ist das Ergebnis der mutigen und innovativen Bemühungen, ein attraktives MICE-Ziel in der Region und darüber hinaus zu werden. Die Regierung Ruandas hat in den Bau des Kigali Convention Centre investiert. Diese Strategie hat darüber hinaus neue Investitionen angezogen, da die meisten internationalen High-End-Hotelketten, die vorwiegend vom MICE-Markt leben, sich mittlerweile in Ruanda niedergelassen haben.

Beschäftigung

Der direkte Beitrag der Tourismusbranche zum BIP betrug 2018 5,7%. Der direkte Beitrag zur Beschäftigung stieg auf 135.828 (2,9%). Es wird prognostiziert, dass der Anteil der Branche am BIP Ruandas im Jahr 2028 deutlich auf 12,5% ansteigen wird (WTTC, 2018). Es wird erwartet, dass Tourismus und Gastgewerbe bis 2050 mit schätzungsweise 10.000 Nettoarbeitsplätzen pro Jahr (im Durchschnitt) bei der Schaffung neuer Arbeitsplätzen führend sein werden (NSDEPS, 2019). Um diese ehrgeizigen Ziele zu erreichen, sind Arbeitskräfte ein zentraler Aspekt bei der Planung und Entwicklung des Tourismus. Die Reformen legen einen Schwerpunkt auf die berufliche Bildung. Das ruandische Bildungssystem wird dabei marktorientiert und kompetenzbasiert ausgerichtet.

Der Arbeitsmarkt

Wie kommen junge Menschen zu einem Arbeitsplatz in einer weitgehend informellen Wirtschaft, in der es praktisch keinen formellen Arbeitsmarkt gibt? Und wie finden Arbeitgeber die am besten geeigneten Kandidat:innen? Nur 5% der arbeitslosen Ruander:innen haben Arbeitsvermittlungsdienste oder Online-Tools zur Arbeitssuche genutzt. Persönliche Kontakte (32%) sind für Absolvent:innen einer beruflichen Ausbildung der wichtigste Mechanismus, um eine erste Stelle zu finden. Dies bedeutet, dass die soziale Herkunft durch das Sozialkapital zu einem bestimmenden Faktor wird. Junge Menschen aus armen Verhältnissen verfügen ohnehin bereits häufiger über eine schlechtere Qualifikation, aber ihnen fehlen zudem die nötigen Kontakte.

Bildung und Berufsbildung

Der Zugang zu Bildung scheint kein Problem mehr darzustellen, aber die Qualität ist immer noch die Achillesferse des Bildungssystems. Die berufliche Bildung genießt in der Branche einen schlechten Ruf, vor allem weil das Niveau der Qualifikationen, die die Absolvent:innen beschäftigungsfähig machen, als sehr niedrig angesehen wird. Obwohl die Regierung Ruandas berufliche Bildung als wichtigen Wachstumsmotor gefördert hat, mit dem Ziel,



dass 60% der Jugendlichen einen Berufsbildungsabschluss erwerben, konnte das Budget hierfür nicht entsprechend erhöht werden. Die demografische Entwicklung führt zu einer ständig wachsenden Zahl junger Menschen. Die Schulen und ihre Infrastruktur lassen zu wünschen übrig. Der Mangel an Ressourcen aller Art macht es schwierig, das erforderliche Niveau beschäftigungsrelevanter Qualifikationen zu erreichen.

Ausbilder:innen haben einen niedrigen sozialen Status und noch niedrigere Gehälter. Diese richten sich nach dem Niveau der formalen Ausbildung: Ist dieses niedrig, kann das Gehalt deutlich unter 100 Euro im Monat liegen. Berufserfahrung spiegelt sich nicht in den Gehältern wider, sodass es für Beschäftigte in der Branche keinen Anreiz gibt, eine Tätigkeit als Lehrkraft in Betracht zu ziehen. Unterrichten wird oft als letzte Möglichkeit für Berufsanfänger:innen gesehen. Dadurch entsteht ein Teufelskreis von niedrigen Qualifikationsniveaus: „Schlechte Unterrichtsqualität führt zu einer schlechten Qualifikation, die letztlich das geringe Produktivitätswachstum erklärt.“ (NSDEP S. 7) Den Schulen fehlt es oft an angemessenen Ressourcen und der Infrastruktur für den praktischen Unterricht, wie Lehrküchen oder Geld für die praktische Arbeit. Für die Ausbildung zur Köchin/zum Koch werden Verbrauchsmaterialien benötigt, die in vielen Fällen nur gekauft werden können, wenn die Auszubildenden selbst das nötige Geld mitbringen. Es ist nicht ungewöhnlich, dass eine Klasse von Auszubildenden der Lehrkraft bei der Zubereitung eines Hähnchens zuschaut.

Die Mängel in der Berufsausbildung führen zu einem Mangel an jungen Fachkräften. Spitzenhotels und Tourismusunternehmen rekrutieren ihre leitenden Mitarbeiter:innen oft aus Nachbarländern mit einer weiter entwickelten Branche, wie Kenia, Tansania oder Uganda. Der Mangel an gut ausgebildetem und erfahrenem Personal in einer expandierenden Branche führt zu „Wilderei“. Dieses Phänomen wird häufig als Grund dafür genannt, dass Unternehmen nicht in die Ausbildung ihrer Mitarbeiter:innen investieren. Obwohl aktuelle Daten fehlen, zeigt eine Studie aus dem Jahr 2012, dass nur 27,5% der Unternehmen in der Branche angeben, Mitarbeiter:innen auszubilden und nur 7,3% haben Ressourcen für die Berufsausbildung bereitgestellt.

Derselben Quelle zufolge bieten nur 30% der Betriebe in der Branche Praktikumsplätze an, wobei der Löwenanteil auf Qualitätsunternehmen entfällt. Praktika sind ein verpflichtender Teil des Lehrplans, sodass verzweifelte Auszubildende am Ende für ihr Praktikum bezahlen müssen. Aufgrund synchroner Curricula auf verschiedenen Ebenen überschwemmen in den letzten Monaten des Jahres Tausende von Auszubildenden die Branche auf der Suche nach einem Praktikum mit 300 Stunden. Vor den Weihnachtsferien, in denen die Hilfe von Praktikant:innen nützlich wäre, ist das Praktikum offiziell beendet.

Projektinterventionen

Lehrplanentwicklung

Die Probleme im Bereich Berufsbildung bedeuten für unser Vorhaben, dass durch die Lehrplanentwicklung alleine die Ausbildung junger Fachkräfte nicht verbessert werden kann. Wir konnten fast alle Prioritäten bei der Lehrplanentwicklung und -überarbeitung berücksichtigen. Wir sind uns bewusst, dass eine zweiwöchige Schulung für über 200 Lehrkräfte nicht ausreicht, um wirklich etwas zu bewirken. Solange sich Berufserfahrung nicht in den Gehältern niederschlägt und solange Gehälter und Status niedrig sind, wird die Fluktuation unter den Lehrkräften hoch bleiben. Sobald sie eine fachliche Qualifizierung bekommen, wird die Versuchung groß sein, damit in der freien Wirtschaft zu arbeiten.

Aufgrund des Mangels an Daten über Qualifikationslücken mussten wir diese in Workshops erheben. Arbeitgeber sind nicht in der Lage insgesamt einen Monat lang für die vorgeschriebene Teilnahme an einer Lehrplanerarbeitung zur Verfügung zu stehen, in der sie zudem keinen unmittelbaren Nutzen sehen. Es war uns möglich, den Prozess der Lehrplanentwicklung und -überarbeitung so zu straffen, dass der Branchenbeitrag maximiert werden konnte. Da wir uns an hochrangige Expert:innen aus der Branche gewandt hatten, mussten wir die hohe Zahl vorgeschriebener Workshops reduzieren, um sie zu einer Teilnahme bewegen zu können. Wir haben in jeder Phase des Prozesses Branchenexpert:innen als Berater:in für die Entwicklung und Überarbeitung beauftragt. Es wurden Online-Workshops und Validierungssitzungen durchgeführt, die sich als sehr produktiv und kostengünstig erwiesen. Kosteneffizienz ist entscheidend, um die Abhängigkeit von externer Finanzierung für derartige Prozesse zu verringern.

Lernen am Arbeitsplatz

Da Praktikant:innen nicht als kompetent und nützlich angesehen werden, erhalten sie nur Aufgaben mit geringen Qualifikationsanforderungen.

Das Fehlen einer Praktikumskultur in Ruanda führt dazu, dass Unternehmen, Schulen und die Praktikant:innen selbst nicht genau wissen, was darunter zu verstehen ist. Der private Sektor wurde noch nie nach dem Bedarf an Einstiegsqualifikationen und Ausbildungsmöglichkeiten gefragt. Praktikant:innen werden jeden Praktikumsplatz akzeptieren, den sie zu dem Preis bekommen, den sie sich leisten können. Die stillschweigende Vereinbarung ist, dass am Ende der sechs oder acht Wochen das Praktikum bescheinigt wird. Es kann sein, dass die Lehrkräfte nicht einmal vorbeikommen. Und die Praktikant:innen haben danach immer noch keine attraktive Stelle in Aussicht. Sie wissen nicht, wie sie potenzielle Arbeitgeber:innen kontaktieren sollen. Beschäftigungsfähigkeit steht jedoch als ein wesentlicher Bestandteil in den Lehrplänen.

Unser Projekt hat sich auf das Lernen am Arbeitsplatz konzentriert und diese Komponente in die Lehrpläne integriert. Von der Einführung eines dualen Systems, in dem praktische Fertigkeiten am Arbeitsplatz erworben werden, sind wir jedoch noch weit entfernt. Wir haben über 200 betriebliche Ausbildungs koordinatoren:innen geschult, um sicherzustellen, dass die Praktikant:innen die richtigen Fähigkeiten erwerben und dass die Unternehmen von den Praktikant:innen profitieren, da sie wissen, welche Aufgaben sie ihnen übertragen können.

Das Niveau des Unternehmertums ist in diesem Sektor immer noch niedrig. Eigentümer:innen und sogar Manager:innen haben oft keinen Branchenhintergrund. Das Personalmanagement steckt noch in den Kinderschuhen. Für die Besitzer:innen oder Manager:innen eines Hotels scheint es bequemer zu sein, junge Gelegenheitsarbeiter:innen ohne Ausbildung einzustellen, im Vertrauen darauf, dass sie ihre Aufgaben bei der Arbeit erlernen. Servicequalität und Arbeitsproduktivität sind folglich gering.

Berufsberatung

Die Berufsberatung steckt praktisch noch in den Kinderschuhen, was ein Spiegelbild des schlechten Verhältnisses zwischen Berufsbildung und der Branche ist. Nur 2% der Absolvent:innen der beruflichen Aus- und Weiterbildung oder einer Hochschulbildung finden ihren ersten Arbeitsplatz durch die Unterstützung ihrer Ausbildungsstätte, wobei die Schulen in einem Kontext, in dem der Arbeitsmarkt weit entfernt davon ist, effektiv und transparent zu sein, eine nützliche Rolle spielen könnten.

Wenn wir das Lehrangebot in der Berufsbildung als „den Weg von der Rekrutierung bis zur Beschäftigung“ verstehen, beginnt die Reise mit der Rekrutierung der richtigen Auszubildenden. Tourismus und Gastgewerbe sind derzeit zu oft der letzte Ausweg für Auszubildende, die keine anderen Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt für sich sehen. Schnupperpraktika könnten genutzt werden, um Auszubildenden die Möglichkeit zu geben, die Branche und potenzielle Arbeitsplätze kennenzulernen. Der Kontakt mit der Branche ist wahrscheinlich die bestmögliche Berufsberatung. Begeisterung kann im wirklichen Leben viel besser vermittelt werden als in einem schulischen Umfeld, insbesondere wenn die Infrastruktur zu wünschen übriglässt. Das größte Problem besteht darin, dass die Schulen selbst in ihrer eigenen Region nur begrenzt Kontakt zur Branche und zu Unternehmen haben. Im Laufe des Vorhabens haben wir ein Rahmenwerk zur Berufsberatung entwickelt und Hochschuldozent:innen in dessen Anwendung geschult. Unser GIZ-Schwesterprojekt „Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung in Ruanda“ hat die Einrichtung von Job- und Berufsberatungszentren an Fachhochschulen unterstützt. Durch die COVID-19-Pandemie konnten eine Reihe von Job- und Karrieremessen, teilweise als Roadshow geplant, nicht durchgeführt werden. Dies war letztendlich sogar von Vorteil. Stattdessen wurde eine virtuelle Karrieremesse organisiert, die vom Rwanda Development Board (RDB) und der Tourismuskammer unterstützt wurde, indem sie ihre Kanäle in den sozialen Medien zur Werbung für die Veranstaltung genutzt haben. Damit hat sie ein breiteres Publikum (mit über 120.000 Zuschauern) im ganzen Land erreicht und ist zu einer lebendigen und dynamischen Plattform geworden. Das Konzept wird sowohl vom Chief Skills Office des RDB als auch von der Tourismuskammer weiter unterstützt. Wenn unser Projekt eine längere Laufzeit hätte, würden wir uns auf die Integration von Lernen am Arbeitsplatz und Berufsberatung konzentrieren.



Ein Pilotvorhaben für die Umsetzung von Ausbildungsprogrammen gemeinsam mit der Wirtschaft

Der Hintergrund

Bars, Resto-Bars und beliebte Restaurants sind das Rückgrat des ruandischen Gastgewerbes. Bars sind insofern Teil des gesellschaftlichen Lebens, als der Bierkonsum zu Hause minimal ist. Auszugehen, um Bouchettes zu essen und etwas zu trinken, ist ein wichtiger Teil des ruandischen Lebensstils. Das Erlebnis für die Gäste ist allerdings allzu oft alles andere als optimal. Ruanda verfügt über schätzungsweise 7.500 Bars, die einen sehr breiten Kundenstamm aus allen sozialen Segmenten haben, sodass die Auswirkungen mangelnder Qualitätsstandards enorm und im ganzen Land zu spüren sind. Obwohl eine weitere Aufschlüsselung fehlt, zeigen die Daten des RDB, dass über 60.000 Menschen im Nahrungsmittel- und Getränkektor beschäftigt sind.

Sehr viele Unternehmen scheinen nicht nach professionellen Standards geführt zu werden und somit ihrem Potenzial nicht gerecht zu werden. Bedienung und Barpersonal werden schlecht bezahlt, und die Arbeitsbedingungen lassen zu wünschen übrig. Der Grad der Informalität ist hoch. Zusammen mit einer geringen sozialen Wertschätzung führt dies zu einer niedrigen Arbeitszufriedenheit und folglich zu einer hohen Fluktuation.

Die Partnerschaft

Nicht nur die Regierung Ruandas betont, dass der Privatsektor sich aktiv an der beruflichen Aus- und Weiterbildung und an Höherqualifizierungsmaßnahmen beteiligen sollte. Die internationale Zusammenarbeit hat verstärkt Interesse an öffentlich-privaten Partnerschaften (PPP). Interesse und Engagement des Privatsektors in der beruflichen Ausbildung sind weitgehend Neuland.

Wir führen ein Pilotprojekt in Partnerschaft mit der zweitgrößten Brauerei Ruandas für eine zweitägige Schulung für Kellner:innen und Barpersonal durch, dessen Grundlage das gemeinsame Interesse an der Verbesserung der Servicequalität ist. Dies ist ein sinnvolles Experiment. Die Kosten für die Schulung werden geteilt: Die Brauerei stellt hauptsächlich Sachleistungen zur Verfügung: Serviertechniken werden in der Lehrbar der Brauerei unterrichtet, wo Verbrauchsmaterial zur Verfügung gestellt wird. Die Brauerei nutzt die Schulung nicht für kommerzielle Zwecke, sondern sieht sie als Teil ihres CSR-Programms.

Die Vorteile

Die Schulung hat viel Begeisterung und Anerkennung erfahren: Sie scheint eine große Lücke in diesem Sektor zu füllen. Das Lohnendste ist zweifelsohne, dass wir durch die Schulung mit einem Segment des Arbeitsmarktes in unserer Branche in Kontakt kommen, das normalerweise übersehen wird, sowie mit jungen Beschäftigten, die im Niedriglohnsektor gelandet sind.

Obwohl im Rahmen der Rekrutierung und Evaluierung noch zuverlässigere Daten gesammelt werden, sieht es so aus, als hätten die meisten Kellner:innen und Barkeeper keine spezielle Ausbildung oder berufliche Schulung gehabt. Für eine Minderheit scheint es der Wunschberuf zu sein; alle anderen machen diese Arbeit in Ermangelung anderer Möglichkeiten. Ein niedriges berufliches Qualifikationsniveau geht Hand in Hand mit niedrigen Gehältern und unzulänglichen Arbeitsbedingungen in Bezug auf Unterbeschäftigung, Informalität und Arbeitsplatzsicherheit. Der soziale Status des Berufs ist gering. Für junge Kellner:innen scheint sexuelle Belästigung ein Thema zu sein. Bessere Löhne, Arbeitsbedingungen und Gesundheits- und Sicherheitsstandards sind Voraussetzungen dafür, dass junge Beschäftigte eine würdige und erfüllende Arbeit finden können. Die ersten Erfahrungen mit dem zweitägigen „Art of Serving“-Training zeigen, dass ein Empowerment in Reichweite ist. Kellner:in zu sein, kann zu einem Beruf werden, der einen mit Stolz und Leidenschaft erfüllt.

Die Zukunft

Auf der Grundlage der Empfehlungen des Rwanda Development Board und der Tourismuskammer erwägen wir nun die Einrichtung eines landesweiten Schulungsprogramms zur Verbesserung der Servicequalität in Bars und Resto-Bars im ganzen Land. Trotz seiner wirtschaftlichen und sozialen Relevanz hat dieses Segment des Gastgewerbes bisher noch nicht viel Aufmerksamkeit erhalten.

COVID 19

Es kann keine Geschichte über den Tourismus und das Gastgewerbe erzählt werden, ohne die Auswirkungen von COVID-19 zu erwähnen. Die Pandemie hat verheerende Auswirkungen für ein Reiseziel, das hauptsächlich auf Fernreisende und High-End-Märkte ausgerichtet war. Die Nachfrage kam abrupt zum Erliegen. Der Volcanoes Nationalpark, die Heimat der ikonischen Berggorillas, wurde geschlossen, weil man Angst hatte, dass Gorillas durch die Besucher infiziert werden könnten, da die genetische Ähnlichkeit zwischen Mensch und Gorilla 98% beträgt. Eine ähnliche Sorge bestand bei den Schimpansen im Nyungwe Nationalpark und im neuen Gishwati-Mukura-Nationalpark. Jetzt sind die Parks wieder geöffnet, verlangen aber einen COVID-Test.

Die Grenzen waren von Ende März bis zum 1. August 2020 geschlossen. Noch im Januar 2021 – durch die neue Welle wieder verschärft – gilt eine Ausgangssperre. Bars und Nachtclubs sind offiziell geschlossen. Auch die Landesgrenzen bleiben zu. Die Förderung des Inlandstourismus erscheint als die logische Alternative, die niedrige Kaufkraft stellt jedoch ein erhebliches Hindernis dar. Ungefähr die Hälfte der angestellten Ruander:innen hat einen einfachen Beruf, der keine besonderen Fähigkeiten erfordert. Der Monatslohn liegt für die Unterschicht unter der Armutsgrenze. Relativ gut bezahlte Berufe wie Fachkräfte, Manager:in und Techniker:in machen weniger als 10% der gesamten erwerbstätigen Bevölkerung aus. Aber in einem Land, in dem das tägliche Leben genauso teuer ist wie in einigen europäischen Ländern, haben die Menschen kein Geld für Freizeitaktivitäten mehr übrig. Obwohl die Maslowsche Bedürfnishierarchie in der Wissenschaft diskutiert wird, liegt es auf der Hand, dass selbst die obere Mittelschicht ihr Geld lieber für ein eigenes Haus, ein Auto und eine gute Schule für ihre Kinder als für einen Urlaub oder gar ein verlängertes Wochenende ausgibt.

Der MICE-Tourismus, der größte Anteil am Tourismusmarkt, ist praktisch zum Erliegen gekommen. Ruanda hat zwar einen Wettbewerbsvorteil durch seine Lage im Herzen des Kontinents, aber da auch Afrika mit dem Virus zu kämpfen hat, sind Konferenzen kein Reiseanlass mehr. Früher waren die sozialen Kontakte und das Networking die Hauptvorteile von Konferenzen, aber durch COVID-19 trat an ihre Stelle Angst. Wenn Konferenzen veranstaltet werden, nehmen die meisten Teilnehmer:innen online teil. Selbst wenn eine Gebühr bezahlt wird, leidet die Wertschöpfungskette der Konferenz, einschließlich Flüge, Transport, Unterkunft, Reisen nach der Konferenz usw., stark. Dies wirkt sich auch auf die Lernmöglichkeiten am Arbeitsplatz für die Studierenden unseres brandneuen Studiengangs für Veranstaltungsmanagement an Fachhochschulen aus.

Da sich die Aussichten für eine vollständige Erholung unserer Branche nach der COVID-19-Pandemie in Richtung 2024 oder sogar 2025 verschoben haben, ist es von entscheidender Bedeutung, Arbeitsplätze in der Branche zu erhalten und eine Abwanderung von Fachkräften in Sektoren mit einem widerstandsfähigeren Profil zu verhindern. Wir haben uns zunehmend auf die Ausbildung junger Beschäftigter in der Branche konzentriert, jetzt, da schätzungsweise 80% des Tourismussektors stillliegen oder reduziert arbeiten.

Wir sind uns auch bewusst, dass die lokalen Bars und Restaurants das Rückgrat der Branche bilden, auch wenn sie oft übersehen werden, da wir dazu neigen, uns auf den internationalen Tourismus zu konzentrieren. Sie können ihren vollen Betrieb jederzeit wieder aufnehmen, sobald die Beschränkungen aufgehoben werden.

Schlussfolgerungen

Die Erwartungen an den Tourismus und das Gastgewerbe sind sehr hoch, vor allem als Exportbranche, da sie Tourist:innen im obersten Segment anziehen. Es wird erwartet, dass der Sektor jährlich 10.000 neue Arbeitsplätze schaffen wird. Die Tourismusindustrie hat jedoch noch einen langen Weg vor sich, um landesweit und auf allen Ebenen die erwarteten Qualitätsstandards beim Service zu erfüllen. Das System der beruflichen Bildung ist erst zwölf Jahre alt. Es wurde bereits viel erreicht, aber die Berufsausbildung vermittelt noch nicht die Fähigkeiten, die nötig sind, um Menschen beschäftigungsfähig zu machen und die den Bedarf der Branche treffen. Um sicherzustellen, dass der Sektor ein echtes Interesse an Absolvent:innen der beruflichen Aus- und Weiterbildung entwickelt, muss die Beziehung zwischen der Branche und der beruflichen Aus- und Weiterbildung gestärkt werden. Die berufliche Aus- und Fortbildung kann nicht ohne erhebliche und dauerhaft zusätzliche Mittel verbessert werden. Die Ausbildung kann nicht länger als eine alleinige Verantwortung der Regierung gelten. Die Branche entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette muss ihrer Verantwortung gerecht werden und menschenwürdige Arbeitsbedingungen (Gehälter!) und solide Karriereperspektiven bieten.



Kontakt

Nico Beunders (MA), Dr. Carmen Nibigira, Senior Tourismus Experten der GIZ International Services Komponente der Hanga Ahazaza-Initiative, finanziert durch die Mastercard-Stiftung,
nico.beunders@giz.de; carmen.nibigira@giz.de
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH

9 Die Digitalisierung des Reisemarktes

Online-Buchungsplattformen und Bewertungsportale setzen touristische Kleinunternehmer:innen im Globalen Süden unter Druck und verändern das Reisen

Antje Monshausen – Tourism Watch, Brot für die Welt, Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e.V.

Die Digitalisierung ist einer der mächtigsten Trends im Tourismus. Für immer mehr Menschen beginnt eine Reise auf dem digitalen Weg. In Deutschland recherchieren 87 Prozent aller Reisenden auch digital nach Urlaubsinformationen.¹ Viele informieren sich über Bewertungsplattformen wie TripAdvisor und buchen über Booking oder Airbnb. Das Lesen von Bewertungen anderer Kund:innen ist zu einer wichtigen Informationsquelle für die Mehrheit der Reisenden geworden.² Dazu kommt, dass mittlerweile in Deutschland mehr Urlaubsreisen online gebucht werden (44%), als nach einem persönlichen Beratungsgespräch (39%).³ Dieser Trend wird sich vermutlich verstärken: bereits vor Corona wuchs der Markt für Online-Buchungen um jährlich 13 Prozent⁴ und trägt damit überproportional stark zum allgemeinen Wachstum des Tourismus bei, das vor Corona global bei etwa vier Prozent jährlich lag. Analysten gehen davon aus, dass sich der Online-Reisemarkt nach Corona schneller erholen wird, als der traditionelle Buchungsmarkt und dass sich die vorgenannten Trends sogar in größerer Geschwindigkeit fortsetzen werden.⁵

Bei Reisen in Entwicklungsländer nutzen die Deutschen zwar weiterhin mehrheitlich die Angebote von Reiseveranstaltern und Reisebüros, doch zeigt sich auch hier, dass der Trend zur Digitalisierung das Reisen verändert: Bereits 2016 zeigte eine Studie in 19 Ländern, dass zwei Drittel aller Reisenden ihr Smartphone zum wichtigsten Reisebegleiter erklärten⁶ und so auch unterwegs immer wieder online Informationen einholen, Dienstleistungsanbieter buchen oder Restaurants vergleichen.

Buchungsplattformen bieten längst nicht mehr nur Einzelleistungen, wie Hotels oder Flüge an, sondern decken zunehmend die gesamte Dienstleistungskette am Urlaubsort ab. Von zu Hause aus lassen sich bequem Anreise, Hotel, Taxi, Restaurant, Tourguide und der Museumsbesuch buchen. Dadurch verändern sich grundlegend die touristischen Wertschöpfungsketten mit Folgen auch für Kleinst- und Kleinunternehmen in den Reiseländern.

Zwischen Hoffnung und Ernüchterung – Kleinanbieter vor Ort

Auf den ersten Blick scheint die Möglichkeit für lokale Tourismusunternehmen, ihre Angebote direkt online zu vermarkten, große Chancen zu bieten. Idealerweise hätten die Unternehmen vor Ort direkten Zugang zu den Reisenden aus allen Teilen der Welt. Doch in der Realität sorgen Buchungsplattformen nicht für mehr Chancengleichheit – im Gegenteil. Besonders trifft das touristische Kleinunternehmer:innen in Ländern des Globalen Südens wie Tauchschulen, Anbieter:innen von Homestays oder Kochkursen. So zeigen Studien aus afrikanischen und asiatischen Ländern⁷, dass es vielen Klein- und Kleinstanbieter:innen zum Teil schlichtweg nicht möglich ist, digitale Angebote so attraktiv zu gestalten, wie es der Markt erfordert. Ihnen fehlt es an formalen Kenntnissen und dem Zugang zu neusten Technologien, deshalb werden sie in Online-Suchmaschinen oder bei den großen Plattformen nicht gefunden. Reisende wiederum buchen ihre Angebote vor allem über die großen Portale, die starken Druck bezüglich Preisen, Rabatten usw. auf die Anbieter:innen ausüben.

Auch die Kommissionsstrukturen der Buchungsplattformen sind für kleine Anbieter:innen nachteilig: Befragungen in Indien zeigen, dass Online Reiseveranstalter und Plattformen von Hotels zwei- bis dreimal höhere Vermittlungsgebühren verlangen als klassische Reiseveranstalter. Die Befragten gaben darüber hinaus an, dass bei vielen die Gewinne zurückgingen, wobei sich auch zeigte, dass einige Anbieter:innen ihre Vermarktung und ihren Umsatz

1 https://v-i-r.de/wp-content/uploads/2020/03/web_VIR-DF-2020.pdf

2 z.B. 60 Prozent der Reisenden in Großbritannien: <https://www.statista.com/statistics/321500/influence-of-travel-review-sites-on-holiday-decision-making-united-kingdom-uk/#statisticContainer>

3 https://v-i-r.de/wp-content/uploads/2020/03/web_VIR-DF-2020.pdf

4 <https://www.marketresearchfuture.com/reports/online-travel-market-5182>

5 Statista Mobility Market Outreach 2020, präsentiert bei ITB virtual convention, 15.9.2020

6 <https://www.egencia.com/en/expediaegencia-study-reveals-the-smartphone-as-the-most-indispensable-travel-companion>

7 z.B.: https://www.oii.ox.ac.uk/archive/downloads/publications/The_Internet_and_Tourism_in_Rwanda.pdf; <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00130095.2017.1350104>; <https://www.tourism-watch.de/de/schwerpunkt/wie-tourismusprojekte-kambodscha-die-digitale-kluft-ueberwinden>



durchaus verbessern konnten.⁸

Wer kann Buchungsplattformen besser nutzen? Detailergebnisse der Studie „Techno-disruptions an Travel“

Im Auftrag von Brot für die Welt untersuchte die indische Nichtregierungsorganisation IT for Change, wie Online-Plattformen den indischen Reisemarkt durchdringen. Die Studie nimmt die Folgen digitaler Geschäftsmodelle auf Kleinst- und Kleinunternehmen sowie mittelständische Betriebe (KKMU) im formellen und informellen Bereich in den Blick. Zwei Reiseziele in Indien wurden analysiert:

Jaipur:

Die nordindische Stadt ist ein beliebtes und gut erschlossenes Reiseziel von Backpacker:innen, Luxusreisenden und Kulturinteressierten aus Indien und der ganzen Welt. Tourist:innen finden eine breite Auswahl an Unterkünften und Aktivitäten wie spezialisierte Kulturführungen, Ausflüge zu lokalen Märkten oder Wellnessangebote.

Manali:

Der wichtige Ausgangspunkt für Natur- und Abenteuerurlaub liegt in der ökologisch sensiblen Himalaya-Region. Der Ort ist vor allem bei preisbewussten Reisenden aus dem In- und Ausland beliebt. Noch prägen dort lokale Kleinunternehmen die Tourismuswirtschaft.

Reiseveranstalter:innen/lokale Reisebüros:

- In Jaipur: bestehende Geschäftsbeziehungen und Kundenkontakte können weiter genutzt werden
- In Manali: gestiegener Wettbewerb und Preisdruck hat lokale Anbieter aus dem Markt vertrieben

Hotels:

- In beiden Orten hängen die Hotels und Gastehäuser erheblich von den Plattformen ab und haben kaum Verhandlungsmacht.

Reiseführer:innen/Tour Guides:

- In Jaipur: Spezialisierte Guides, wie Vogelkundler:innen oder Kulturanbieter:innen können über Plattformen neue Kund:innen akquirieren.
- In Manali: Bei vorgebuchten Touren durch Plattformen kommen oft Tourenführer:innen aus anderen Orten mit, kaum lokale.

The winner takes it all – die Marktmacht der globalen Buchungsplattformen

Wenige Buchungsportale dominieren den Markt: Der Marktanteil der Booking Holding in Europa liegt bei 68%. Zusammen mit den Marken von Expedia und HRS vereinen sie über 90% aller Hotelbuchungen.⁹ Die Portale können so die Zugangsregeln zum Markt bestimmen. Hohe Gewinnmargen und die Finanzierung mit Risikokapital machen Rabattschlachten möglich. Undurchsichtige Algorithmen erlauben Preismodelle, bei denen kleine, oft familiengeführte Unternehmen nicht mithalten können. Die digitalen Geschäftsmodelle basieren auf der Personalisierung und Optimierung von Daten, die es den Plattformen erlauben, zielgenau ihre Nutzer anzusprechen. Teil der Beziehung zwischen lokalen Anbietern und Buchungsplattformen ist, dass die Kundendaten zumeist bei der Buchungsplattform verbleiben. Direktkommunikationen oder Initiativen zur langfristigen Kundenbindung durch die lokalen Anbieter:innen werden so erschwert, was ihre Wettbewerbsstellung zusätzlich verschlechtert.

⁸ <https://www.tourism-watch.de/de/eigenpublikation/techno-disruptions-and-travel>

⁹ <https://www.dmm.travel/nc/news/online-buchungsportale-mit-mehr-macht-als-je-zuvor/#:~:text=In%20Deutschland%20liegt%20der%20Marktanteil,bei%20etwa%2066%2C6%20%25.>

Veränderungen des Reiseverhaltens vor Ort

Die Buchungsplattformen ändern nicht nur die Handelsbeziehungen zwischen globalen und lokalen Unternehmen, sondern auch das Reisen selbst. Sie fördern einen schnellebigen und immer standardisierten Tourismus: Durchsetzen können sich vor allem Angebote, die dem allgemeinen Geschmack der Reisenden am besten gefallen, weil die Bewertungen anderer Reisender auf den Plattformen immer bedeutsamer für das Buchungsverhalten neuer Kund:innen wird. Darüber hinaus arbeiten die meisten Plattformen mit vorgefertigten „Produkt-Beschreibungen“, die kaum Raum für individuelle Besonderheiten lassen. Einige gemeindebasierte Tourismusanbieter:innen haben deshalb Abstand genommen von der Vermarktung ihrer Angebote über Buchungsplattformen, weil Kund:innen aufgrund der Darstellungen auf den Buchungsplattformen mit unrealistischen Erwartungen in Bezug auf internationale Standards anreisen und es so immer wieder zu unbefriedigenden Erfahrungen für Anbieter:innen und Reisende kam.

Die Algorithmen der Buchungsplattformen und die Fokussierung auf Angebote mit den meisten und besten Bewertungen führen zu Problemen wie lokaler Ressourcenknappheit oder Over-Tourism. Die touristischen „Highlights“ einer Region gewinnen an Bedeutung und werden stärker frequentiert, während sich neue Anbieter oder „Sehenswürdigkeiten in der zweiten Reihe“ immer schwerer etablieren können. Und auch der Trend zu kürzeren Reisedauern bei der Haupturlaubsreise¹⁰ kann durch die Nutzung von Buchungsplattformen forciert werden. Reisende, die schon vor Abreise alle Aktivitäten vor Ort gebucht haben, nehmen sich keine Zeit mehr, den Urlaubsort zu erkunden und überraschende Entdeckungen jenseits der bestbewerteten Angebote zu machen.

Es geht auch anders – die digitale Tourismuswende gestalten

Es existieren auch positive Optionen, die Digitalisierung zu nutzen. Den großen Buchungsmonopolen stehen – zahlenmäßig noch wenige – Plattformen und Anbieter gegenüber, die online authentische Reiseerfahrungen zu fairen Konditionen anbieten. Genossenschaftliche Modelle beispielsweise, bei denen Risiken und Kosten geteilt werden, können gerade für gemeindebasierte Tourismusangebote eine Ergänzung ihrer eigenen Vermarktungsbemühungen sein. Wollen diese Plattformen eine Chance haben, müssten sie sich dringend professionalisieren und überregional vernetzen.

Plattformanbieter können ihre Geschäftspraktiken ändern, wenn ihre Dienstleister, also z.B. die solo-selbstständigen Taxifahrer:innen, sich organisieren und Regierungen regulativ eingreifen, wie der kenianische Markt für Taxis und Mitfahrgelegenheiten zeigt: Nach Jahren des Lohndumpings und der Ausbeutung, werden die Anbieter seit Februar 2020 in die Haftung genommen. Die nationalen Regulierungen sehen vor, dass die Plattformen an Gesetze zu Arbeitsbedingungen und Gesundheitsschutz gebunden sind. Die Fahrer:innen konnten durch Streiks bewirken, dass die Kommissionen der Plattformen deutlich gesenkt wurden. Neue Plattformen am Markt treten mittlerweile mit deutlich niedrigeren Abgaben für die Fahrer:innen an.¹¹

Anforderungen an Regierungen

Wie in anderen Wirtschaftsbereichen auch, braucht die zunehmende Digitalisierung und damit einhergehende Durchdringung des Tourismusmarktes durch Plattformen starke und effektive Regulierungsmaßnahmen. Die Politik muss die zunehmend ungleich verteilten Chancen und Risiken, die durch die Aktivitäten der großen Plattformen entstehen, eindämmen. Sie muss die lokale Wirtschaft stärken, den nachhaltigen Tourismus fördern und bessere, digitale Innovationen seitens der Industrie einfordern und unterstützen.

10 https://www.drv.de/public/Downloads_2019/Archiv_Reisen_in_Zahlen/DRV_ZahlenFakten_2018_FINAL_190816.pdf

11 <https://www.tourism-watch.de/de/schwerpunkt/kampf-auf-nairobis-strassen>, <https://www.the-star.co.ke/news/2020-02-04-uber-bolt-among-taxi-apps-ordered-to-get-licences-or-get-off-road/>, <https://urbwise.com/2020/02/06/ntsa-puts-taxi-hailing-firms-in-a-tight-spot-with-these-new-rules/6568/>, <https://weetracker.com/2019/09/19/digital-taxi-pricing-dilemma-faced-by-drivers/>



Das umfasst:

- Entwicklung einer kohärenten und umfassenden Datenpolitik,
- Erhöhung der Kapazitäten der lokalen, regionalen und nationalen Verwaltung zur Nutzung von datengestütztem Tourismus-Management,
- Erweiterung von Strategien zur Beschränkung der Macht von Plattform-Monopolen,
- Stärkung der Rechtsinstrumente hinsichtlich der Rechenschaftspflichten von Unternehmen (einschließlich digitaler Reiseveranstalter und Buchungsplattformen),
- Erhöhung der Datenkompetenz von Klein-, Kleinst- und mittelgroßen Unternehmen (KKMU) durch Ausbildung und Kapazitätsaufbau,
- Unterstützung von KKMU durch Regulationsmaßnahmen,
- Anbieten von alternativen Plattformen, die Marktchancen für kleinere Akteur:innen eröffnen sowie
- Sicherstellung der ökologischen und sozial verträglichen Ausgestaltung des Tourismus.

Anforderungen an Buchungsplattformen und digitale Reiseveranstalter

Buchungsplattformen und digitale Reiseveranstalter sind in erster Linie Wirtschaftsunternehmen wie andere auch. Sie sind gefordert, ihre Geschäftspraktiken an den Zielen für nachhaltige Entwicklung auszurichten.

Dazu gehört:

- Verankerung und Umsetzung menschenrechtlicher, sozialer und ökologischer Sorgfaltspflichten,
- Transparente und faire Gestaltung von Algorithmen,
- Zusammenarbeit mit staatlichen und kommunalen Einrichtungen und Bereitstellung von verfügbaren Informationen zum Monitoring der Tourismusentwicklung sowie
- Nutzung der Kommunikationsmacht des Unternehmens, um Reisende zu verantwortungsbewusstem Tourismus anzuregen.

Empfehlungen für Reisende

Verantwortungsvolles Reisen ist auch im digitalen Zeitalter möglich. Nachhaltige Reiseentscheidungen stärken lokale wirtschaftliche Strukturen, schonen die Umwelt und fördern den Respekt gegenüber den Gastgeber:innen sowie den gegenseitigen Austausch.

Dazu gehört:

- Informationen über Land und Leute bei der Reiseplanung zu berücksichtigen und nicht allein auf Buchungs- und Bewertungsplattformen zu vertrauen,
- Buchungsplattformen verantwortungsvoll auswählen und kleinere, auf Nachhaltigkeit spezialisierte Veranstalter nutzen, sowie
- Raum für „Offline“-Angebote zu lassen und lokale Dienstleistungen zu nutzen, die nicht über Buchungsplattformen vertrieben werden.

Kontakt

Antje Monshausen, antje.monshausen@brot-fuer-die-welt.de

Leiterin der Arbeitsstelle Tourism Watch, Brot für die Welt, Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e.V.

www.tourism-watch.de

www.brot-fuer-die-welt.de

10 **Tourismus neu denken!**

Cornelia Kühhas – respect_NFI | Naturfreunde Internationale

Der internationale Tourismus ist in den ersten sieben Monaten des Jahres 2020 um 70 Prozent zurückgegangen, das bedeutet ein Minus von 700 Millionen internationalen Ankünften sowie einen wirtschaftlichen Verlust von 730 Mrd. US-Dollar bei den Exporteinnahmen – die aktuellen Zahlen der UNWTO zeigen die Auswirkungen der COVID-19 Pandemie auf die weltweite Tourismuswirtschaft drastisch auf. Mit einer Erholung wird erst im dritten Quartal 2021 gerechnet, frühestens 2023 soll das Niveau von 2019 erreicht werden, so die UNWTO.

„Reset“ statt nur „wieder hochfahren“!

Bis dahin soll der Tourismus also wieder „hochgefahren“ werden. Doch die Tourismuswelt wird „nach Corona“ anders aussehen. COVID-19 hat die Welt heftig getroffen und gleichsam in ihren Grundfesten erschüttert. Hatten wir im Frühling 2020, zu Beginn der Pandemie, noch die Hoffnung, dass sie in wenigen Monaten wieder vorbei sein wird, zeigt sich nun mit neuerlichen Lockdowns und Reisebeschränkungen, dass Corona tiefe Schneiden in die touristische Landschaft geschlagen hat und ebenso tiefe Wunden hinterlassen wird. Nutzen wir dies für einen Neustart im Tourismus! Ein Zurück in die alten Muster und Strukturen mit den bekannten negativen ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen ist keine Alternative. Vielmehr ist es Zeit, die Krise als Chance zu nutzen und den Tourismus ganz neu zu denken. „Reset statt (nur) hochfahren“ muss die Devise sein!

Das Bewusstsein der Reisenden hat sich verändert

Die Pandemie hat auch etwas bei uns Menschen, bei uns Konsument:innen und Urlauber:innen bewirkt: Durch die derzeit sehr beschränkten Reisemöglichkeiten bekommt die Freiheit zu reisen für viele von uns einen höheren Stellenwert. Gesundheit und Sicherheit sind bei der Wahl des Urlaubsziels an die erste Stelle der Auswahlkriterien gerückt, wie eine Umfrage des Österreichischen Umweltzeichens und des Österreichischen Vereins für Konsumentinformation vom Frühsommer zeigt; das selbe Bild zeichnet eine Studie der European Travel Commission (ETC), die im Herbst 2020 durchgeführt wurde. Demnach sind Gesundheit und Sicherheit für 21 Prozent der befragten Europäer:innen die wichtigsten Faktoren bei der Reiseplanung.

Das deutsche Zukunftsinstitut sieht den so genannten „Resonanz-Tourismus“ als Trend, der sich durch die Corona-Krise noch verstärken wird. Also ein Tourismussystem, bei dem „Beziehungserfahrungen“, authentische Erlebnisse und Begegnungen im Mittelpunkt stehen. „Der Post-Corona-Tourismus wird ein Beziehungs- und Entwicklungstourismus sein“, heißt es in der Studie des Zukunftsinstituts. Die Reisenden sehnen sich nach „authentischen“ Erfahrungen, nach dem Erleben von Kultur und Natur, nach dem Austausch mit der lokalen Bevölkerung ... Eine neue Qualität des Reisens also, auf die nun mehr Wert gelegt wird.

Gerade diese Resonanz ist zugleich auch der Kern einer nachhaltigen touristischen Entwicklung. Sie ist das, was einen nachhaltigen, fairen Tourismus ausmacht!

Authentische Urlaubserlebnisse statt oberflächliches Konsumieren

In den letzten Jahren boomten Kurzurlaube, oft mehrmals im Jahr und gerne mit dem Flugzeug. Für wenige Tage in eine Stadt fliegen, die Sehenswürdigkeiten abklappern, ein schnelles Foto auf Instagram posten... und wieder zurück nach Hause. Also genau das Gegenteil von Resonanz. Denn dafür braucht es vor allem Zeit – Zeit für die Vorbereitung auf eine Reise und vor allem Zeit, die man am Urlaubsort verbringt.

Voraussetzung für authentische Urlaubserlebnisse ist, dass touristische Angebote gemeinsam mit der ansässigen Bevölkerung und mit den Akteurinnen und Akteuren in der Region entwickelt werden und, dass aus Betroffenen Beteiligte werden. Eine weitere Voraussetzung ist, dass dabei auf die naturräumlichen und soziokulturellen Gegebenheiten und die vorhandenen natürlichen Ressourcen Rücksicht genommen wird und die vorhandenen Kapazitätsgrenzen respektiert werden. Denn nur ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Gästen und Einheimischen ermöglicht eine Win-win-Situation für alle Beteiligten: einen erholsamen und genussvollen Urlaub für die Gäste, Wertschöpfung für die Gastgeber:innen sowie Begegnungen und Austausch auf Augenhöhe – all das, was ein authentisches, „echtes“ Urlaubserlebnis ausmacht.



Das gilt insbesondere auch für ländliche Regionen. Mit Corona ist der Outdoor-Tourismus zum neuen Mainstream geworden, wie es Bilder von Menschenmassen in den Bergen im Sommer 2020 drastisch gezeigt haben. Damit steigt der Druck auf die Ökosysteme und die Destinationen sind gefordert, die Besucherströme mit geeigneten Maßnahmen zu lenken.

Lenkung braucht es auch in anderen Bereichen. Für einen nachhaltigen, zukunftsweisenden Tourismus müssen entsprechende Rahmenbedingungen geschaffen und Wettbewerbsverzerrungen aufgelöst werden. Es braucht gleiche Spielregeln für alle und die dafür notwendigen verpflichtenden Vorgaben und Gesetze. Dies gilt für Umweltstandards – Stichwort: Besteuerung von Kerosin – ebenso wie für soziale Standards, Stichwort: Arbeitsbedingungen.

Gerade jetzt während der Pandemie werden soziale Missstände im Tourismus und die Folgen prekärer Beschäftigungsverhältnisse, insbesondere in den Ländern des Globalen Südens, besonders krass sichtbar: Zigtausende Menschen haben mit einem Schlag ihren Job, ihre Einnahmequelle verloren, und sind ohne jegliche soziale und finanzielle Absicherung sich selbst überlassen. Resonanz in diesem Zusammenhang bedeutet einen fairen Umgang mit den im Tourismus tätigen Menschen und die Achtung der Menschenrechte – von einer angemessenen Bezahlung und guten Arbeitsbedingungen bis hin zu adäquaten Aus- und Weiterbildungsangeboten – und das entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dies ist zugleich auch die Basis für die Motivation der Mitarbeiter:innen – und letztendlich für die Qualität des touristischen Angebots und für die Zufriedenheit der Gäste von entscheidender Bedeutung.

Nachhaltigkeit fördert Resilienz

Nachhaltige Tourismusmodelle schaffen Einkommensquellen für die Bevölkerung in den Destinationen, die Wertschöpfung bleibt zum Großteil in der Region, der Tourismus ist ein wirtschaftliches Standbein, aber nicht das einzige. In der Krise konnten wir beobachten, dass Destinationen, die partizipatorisch entwickelt und auf regionalen Netzwerken und Strukturen aufgebaut sind, weniger stark unter der Krise leiden.

Der Weg ist das Ziel

Auch wenn die Tourismuswirtschaft aktuell stark mit den Folgen der Pandemie zu kämpfen hat, darf die Klimakrise nicht in den Hintergrund rücken. Denn auch der Tourismus und die damit verbundene Mobilität sind Treiber des Klimawandels. Es braucht daher rasch wirksame Konzepte und Strategien zur Reduktion der CO₂-Emissionen, Klimaneutralität muss auch hier das Ziel sein. Die Fridays-for-Future-Bewegung hat bereits vor der Corona-Pandemie ein Umdenken angestoßen, nun braucht es rasches Handeln.

Kompensationszahlungen sind hier ein kleiner Baustein, aber nicht das Allheilmittel. Wesentlich ist, dass – wo immer möglich – klimafreundliche Transportmittel bevorzugt werden und Flüge zu einer Ausnahme werden. Statt mehrerer Kurztrips per Flugzeug also nur eine bewusst ausgewählte Flugreise, verbunden mit einem längeren Aufenthalt in der Destination, damit auch dort Wertschöpfung generiert wird. Und damit durch das Mehr an Zeit – ganz im Sinn der Resonanz – auch mehr Erlebnis und ein intensiveres Kennenlernen von Land und Leuten ermöglicht wird.

Für nähere Ziele braucht es die Möglichkeit einer bequemen An- und Abreise mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln bis zur Unterkunft. Der Knackpunkt ist nach wie vor viel zu oft die so genannte „letzte Meile“ von der Bahn- oder Busstation zum Urlaubsziel. Hier sind die Tourismusregionen gefragt, entsprechende Angebote zu entwickeln. Good-Practice-Beispiele gibt es genug, sie müssen flächendeckend umgesetzt werden.

Nachhaltigkeit darf nicht bloß ein „Add-on“ sein, sondern muss integrativer Bestandteil touristischer Angebote werden!

Die Forderung nach einer nachhaltigen Ausrichtung der Tourismuswirtschaft ist nichts Neues. Tourismuskritische NGOs und Wissenschaftler:innen machen schon seit vielen Jahren, ja Jahrzehnten, auf die Schattenseiten der Tourismusentwicklung aufmerksam und zeigen den Weg zu einem nachhaltigen, fairen Tourismus auf. Jetzt ist es höchste Zeit, dass alle Beteiligten zusammenstehen und den Tourismus gemeinsam auf neue Beine stellen. Der globale Wegweiser dafür ist die Agenda 2030 mit ihren 17 Sustainable Development Goals, die ein „gutes Leben für alle“ als Ziel vorgegeben hat, bei dem niemand zurückgelassen werden soll. Der Tourismus als einer der größten

Wirtschaftszweige der Welt muss endlich Verantwortung übernehmen und seinen Beitrag zur Realisierung einer nachhaltigen globalen Entwicklung leisten.

Quellen:

Der neue Resonanz-Tourismus. Studie der Zukunftsinstitut GmbH, 2020
<https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/der-neue-resonanz-tourismus/>

Monitoring sentiment for domestic and intra-european travel. European Travel Commission, 2020
<https://etc-corporate.org/reports/monitoring-sentiment-for-domestic-and-intra-european-travel-wave-1/>

Reisen nach Corona. Wie sieht nachhaltige Urlaubsplanung “nach Corona” aus? Umfrage des Österreichischen Verein für Konsumenteninformation und des Österreichischen Umweltzeichens, 2020
<https://www.umweltzeichen.at/de/tourismus/nachhaltiger-tourismus/reisen-nach-corona-wie-sieht-eine-nachhaltige-urlaubsplanung-nach-corona-aus>

Berlin Deklaration „Transforming Tourism“ (2017)
<http://www.transforming-tourism.org/berlin-declaration-on-transforming-tourism.html>

Offener Brief der Transforming Tourism Initiative an die UNWTO (2020): COVID 19: Now is the time to transform tourism!
http://www.transforming-tourism.org/fileadmin/baukaesten/sdg/downloads/Working_Programme/Open_Letter/Transforming_Tourism_Letter_to_UNWTO_01.pdf

Kontakt

Cornelia Kühhas, cornelia.kuehhas@respect.at
Dlin, respect_NFI | Naturfreunde Internationale
www.tourismus.nf-int.org



11 Gesucht: Ein kluger Neuanfang

Klaus Betz, freier Journalist

Das Thema Tourismus und Klimawandel besorgt viele. Doch wirbt man beim Reisen für freiwillige Klimakompensationen, wird's schwierig. Und Flugscham ist aus Sicht von Entwicklungsländern keine Lösung.

Die Meldung der europäischen Flugsicherheitsbehörde Eurocontrol wurde kaum wahrgenommen. Warum auch, da doch der nationale und internationale Flugverkehr in Corona-Zeiten eh dramatisch geschrumpft ist – auf das Maß der fünfziger und sechziger Jahre des vorigen Jahrhunderts. Mit Folgen für alle Beteiligten – auch für die Tourismusbeschäftigten in den Entwicklungsländern, in der Reisebranche und natürlich auch für alle interessierten Urlauber:innen.

Besagte Meldung von Eurocontrol erläutert in Bezug auf die Vor-Corona-Zeit nämlich unmissverständlich: „Im europäischen Luftverkehr wird der weitaus größte Teil des klimaschädlichen Kohlenstoffdioxids (CO₂) bei Langstreckenflügen ausgestoßen. Obwohl diese über 4000 Kilometer langen Verbindungen nur 6,2 Prozent der Abflüge ausmachten, waren sie für knapp 52 Prozent des CO₂-Ausstoßes verantwortlich. Weitere 23,2 Prozent CO₂ entfielen auf Mittelstrecken zwischen 1500 und 4000 Kilometer, die einen Anteil von 19,6 Prozent der Starts ausmachten.“

Die Hoffnung, dass die weltweit verbreitete Corona-Pandemie einen Rückgang des globalen CO₂-Ausstoßes insgesamt erwirkt, ist indes eine trügerische. Der mehr oder weniger zusammen gebrochene Flugverkehr (minus 74 Prozent bei internationalen Flügen, rund 50 Prozent bei Inlandsflügen), die massiven Umsatzeinbrüche bei Reiseveranstaltern sowie der kaum noch stattfindende Kreuzfahrt-Tourismus, der Ausfall von Dienstreisen, zahllosen Konferenzen und Tagungen, haben kurzfristig zwar – auf das weltweite Reisen bezogen –, eine Reduzierung verursacht, aber insgesamt gesehen, so der UN-„Emission Gap Report“, hat das Corona-Geschehen (inkl. Handel, Landwirtschaft und Industrieproduktion) allenfalls zu einem Rückgang der globalen CO₂-Emissionen von sieben Prozent geführt. Während die Erderwärmung andererseits voranschreitet. In Richtung drei Grad bis zum Ende des Jahrhunderts. Statt der im Pariser Klimaabkommen anvisierten 1,5 Grad.

Um das 1,5 Grad-Ziel dennoch zu erreichen, verfolgt die Europäische Union die Absicht, den Ausstoß von Treibhausgasen bis 2030 im Vergleich zu 1990 um mindestens 55 Prozent zu senken.¹ Doch wenn alle darauf warten, bis die politischen respektive gesetzlichen Rahmenbedingungen dafür geschaffen sind und eingehalten werden, bleibt es eher ein ambitioniertes Ziel.

Der Reihe nach: Einen Neuanfang und damit auch einen klimawirksamen Beitrag beim Reisen zu leisten, gelingt nur, wenn das Verursacherprinzip berücksichtigt wird. Das kann über verschiedene Formen von Ausgleichsmaßnahmen (Kompensationen) geschehen. Die erste und älteste Kompensationsregelung – außerhalb des Reisens – kennen wir hierzulande schon lange. Sie betrifft das Thema Wasser und Abwasser und ist längst ein fester Bestandteil unseres Alltags. Wir alle zahlen deshalb Abwassergebühren, die in der Wasserrechnung enthalten sind, weil wir einen bestimmten Teil unseres Trinkwassers verschmutzt in die Kanalisation zurückfließen lassen (also: emittieren, eintragen). Dementsprechend gilt: Wer mehr Wasser verbraucht und in der Folge damit auch verschmutzt, zahlt mehr.

Die zweite Möglichkeit ist eine Art Ausgleichsmaßnahme bis zum Erreichen der in Deutschland für 2045 anvisierten Null-Emissionen, die vorausschauend denkt und ebenfalls auf das Verursacherprinzip zielt. Dies geschieht seit 1. Januar 2021 mit der neu eingeführten CO₂-Steuer (auch Kohlenstoff-Steuer oder carbon tax genannt). Ziel ist es logischerweise, den klimawirksamen Ausstoß von Treibhausgasen zu verringern. Schrittweise werden sich für die Verbraucher:innen deshalb die Benzin-, Diesel- und Heizölpreise in der Zukunft verteuern (weniger beim Gas). Um zwischen sieben und neun Cent respektive um 15 bis 17 Cent. Ob nun beim Autofahren, beim Heizen oder beim Reisen. Man könnte auch sagen: Wer weniger fährt, heizt oder reist, zahlt weniger.

Die Bemessungsgrundlage der CO₂-Steuer orientiert sich am Preis der Emissionszertifikate, die über die europäische Energiebörse in Leipzig gehandelt werden. Allerdings galten diese „Verschmutzungsrechte“ bislang lediglich für den Bereich der Energiewirtschaft, der Industriekonzerne und der Fluglinien. Handel und Dienstleistungen

¹ Nach dem wegweisenden Urteil des Bundesverfassungsgerichtes vom 29. April 2021 strebt Deutschland bis 2030 eine Senkung um 65 Prozent an und bis 2045 netto Null Emissionen

kommen nun neu hinzu. Für eine emittierte Tonne des CO₂-Spurengases zahlen die Unternehmen gegenwärtig noch 25 Euro; mit einer absehbar jährlichen Steigerung bis auf 55 Euro pro Tonne CO₂ und ab 2025 auch weit darüber hinaus. (Schweden ist derzeit schon bei 120 Euro pro Tonne und die Schweiz plant im Verlauf der Jahre eine CO₂-Abgabe von knapp unter 200 Euro).

Jedenfalls: Mit den Einnahmen aus der CO₂-Steuer werden anstehende staatliche Fördermaßnahmen bezahlt. So der Plan. Zum Beispiel für die Gebäudesanierung, für den Aufbau der Infrastruktur bei zunehmender Elektromobilität oder eben für den Umstieg von fossilen auf erneuerbare Energien. Das wäre die erwähnte Kompensation für den Übergang.

Der Haken dabei: Obwohl diese Vorgehensweise auf lange Sicht ihren positiven Beitrag zum Weltklima leisten kann, bleibt sie, fiskalisch gesehen, eine zunächst rein nationale Maßnahme. Heißt also: Von den eingenommenen CO₂-Steuern geht nichts an Entwicklungs- und Schwellenländer. Etwa, um dort dann klimawirksame Vorhaben zu finanzieren, die der jeweiligen Bevölkerung einen ökosozialen Nutzen bringen – von denen wiederum wir, als Urlauber:innen, profitieren könnten.

Dies zu erreichen, ist derzeit nur über eine dritte Form der Kompensation möglich. Über die **ökosoziale Kompensation**, die beim Reisen bislang freiwillig und damit auch die schwierigste ist.

Welche Kriterien – am Beispiel von Studiosus Reisen – muss eine ökosoziale Klimakompensation erfüllen?

„Es muss ein Nullsummenspiel sein, die Emissionen müssen eins zu eins ausgeglichen werden. Durch unser Klimaschutzprojekt in Südindien beispielsweise können nun rund 3.600 Kleinbauernfamilien mit Biogas statt mit Feuerholz kochen. Das spart pro Anlage etwa fünf Tonnen Treibhausgase pro Jahr ein. Diese mit dem so genannten Gold Standard zertifizierten Klimaprojekte steigern die Energieeffizienz und tragen wesentlich zur Entwicklung des näheren Umfelds bei: Die Rodung der Wälder wird vermieden. Die Rückstände aus den Biogasanlagen werden als Dünger verwendet und steigern so die landwirtschaftlichen Erträge. Der Bau der Anlagen schafft Arbeitsplätze vor Ort und sichert den Frauen als offizielle Eigentümerinnen eine höhere Stellung. Die Familien werden zudem durch das Projekt unterstützt, ihre Kinder zur Schule zu schicken. Die Wirkungen sind also über die CO₂-Kompensation hinaus auch durch ihren sozialen Nutzen vielfältig.“

Peter Mario Kubsch, Geschäftsführender Gesellschafter, Studiosus Reisen München GmbH
(Siehe auch: www.studiosus-foundation.org, inkl. Link zur Kompensation, d. Verf.)

Weil sie voraussetzt, dass wir bereit sind, ob als Urlauber:innen oder als Konsument:innen im Alltag, die Situation der Volkswirtschaften in den Entwicklungs- und Schwellenländern mit zu denken. Fest steht: Viele Entwicklungsländer leben von den Einnahmen im Tourismus, ihr Kapital ist, verkürzt gesagt, die sogenannte „exotische Urlaubskulisse“. Die aber kann uns hinterrücks sehr schnell abhanden kommen.

Alte Autos mit hohem Schadstoffausstoß in Entwicklungsländer zu verbringen oder Plastikmüll zu exportieren, verschönert unseren Urlaub dort genauso wenig wie etwa die Abholzung von Wäldern oder die durch den Klimawandel entstehende soziale Not nach Unwetter-Situationen, Hitzeperioden, Waldbränden oder Überschwemmungen.

Darüber hinaus dann auch noch aus Flugscham fernzubleiben, verschärft die Lage eher, als dass es für Entwicklungs- und Schwellenländer eine Lösung ist. So gesehen ist die Alternative „nicht fliegen“ nur eine scheinbare. Viel wirkungsvoller wäre es daher, eine längere Urlaubsreise pro Jahr zu unternehmen statt drei kürzeren. Und darüber natürlich die freiwillige Kompensation nicht zu vergessen.

Und doch wird es, so steht zu befürchten, noch ein langes und zähes Ringen geben, bis dieses Denken, den CO₂-Ausstoß beim Reisen zu kompensieren, „normal“ sein wird.

Einer der Gründe: Die Reiseindustrie war in der Vergangenheit nie eine politisch orientierte Branche. Dazu war sie auch lange Zeit nicht gezwungen, weil es seit jeher eine stillschweigende Allianz mit Reisenden und Urlauber:innen gegeben hat, die bei tourismusinduzierten Umweltfragen stets gemeinsam das immer gleiche Henne-und-Ei-Spiel praktiziert haben. „Wir würden ja, wenn die Nachfrage vorhanden wäre“, sagten die Reisefirmen und die Verbraucher:innen antworteten: „Wir würden ja, wenn es Angebote dafür gäbe.“



So kam und kommt es zum gegenseitigen Blockieren und Bremsen, weil beim Reisen zwischen dem Wollen und Können eine seit vielen Jahrzehnten vorhandene Verhaltensbarriere liegt, die nur schwer zu überwinden ist. Ähnlich dem Vorsatz, dass man zwar sein Leben ändern möchte, aber das Ändern nicht lebt. Warum? Weil Ferien oder Urlaubsreisen immer mit dem Wunsch nach einem unbeschwerten Lebensgefühl verbunden sind („Wir lagen in der Wiese und baumelten mit der Seele“). Während dieser Zeit, während dieses Ausspannens gibt es nun einmal, im Unterschied zum Alltag, kaum Platz für einen wie auch immer gearteten Störfaktor. Das Wort „Ausspannen“ erklärt es ja förmlich. Doch würde der Klimawandel als ständiger Urlaubsbegleiter zum Himmel stinken, so wie das bei Abwässern oder Autoabgasen der Fall sein kann, müsste man nicht länger diskutieren. Einerseits.

Andererseits ist fast jede Urlaubsplanung auf Seiten der Konsument:innen am Preis orientiert und nicht selten auch knapp auf Kante genäht. Zusätzliche Kosten lässt das Budget häufig nicht zu. Deshalb versucht man „Nebenkosten“ zu vermeiden. (Was den preislich berechenbaren „All-Inclusive“-Urlaub in der Vergangenheit für viele so attraktiv gemacht hat).

Sobald jedoch eine CO₂-Kompensation beim Reisen als selbstverständlicher und im Preis integrierter Bestandteil einer Buchung zur Anwendung käme – ohne sie als „Zusatzkosten“ an den Pranger zu stellen –, würde sich das Blatt schlagartig wenden. Bei einem mit 300 Passagieren besetzten Jumbo-Jet auf dem Hin- und Rückflug von Frankfurt nach Bangkok kämen auf diese Weise rund 31.200 Euro an Kompensationszahlungen zusammen. In nur einem einzelnen Flugzeug. Bei einem Charter-Flug von Frankfurt nach Antalya und zurück könnten es bei einer Auslastung mit 200 Passagieren in der Summe zwischen 3200 und 4400 Euro sein. Bei (zu Vor-Corona-Zeiten) ermittelten 4.4 Mio. Türkei-Reisen aus Deutschland, die zu 95 Prozent mit dem Flugzeug stattfinden, käme man, grob geschätzt auf zwischen 35 und 40 Millionen Euro an Kompensationszahlungen.

Würde diese Vorgehensweise für den globalen Flugverkehr (wie auch für Schiffsreisen) eingeführt, kämen pro Jahr voraussichtlich mehr als eine halbe Milliarde Euro zusammen, die weltweit in Klimaschutzprojekte fließen könnten. Ein zügiges dessen, was bislang durch freiwillige Kompensationszahlungen im deutschsprachigen Raum geflossen ist und bei weitem nicht ausreicht.

Ziel und Wirkung von Klimaschutzprojekten in Entwicklungsländern

Ausgereifte Klimaschutzprojekte verfolgen mehr als das bloße „Bäume pflanzen“. Es geht darum, mithilfe von Wissenstransfer und nachhaltigen Technologien sowohl den Lebensstandard der Bevölkerung in Entwicklungs- und Schwellenländern zu verbessern; wie auch gleichzeitig dafür zu sorgen, dass diese im Bemühen um mehr Wohlstand sich selbst in die Lage versetzen können, schädliche Technologien zu überspringen oder gar nicht erst anzuwenden (Kohlekraftwerke, industrialisierte Landwirtschaft, ausufernde Mobilität auf der Basis von Verbrennungsmotoren).

Dazu zählen deshalb in erster Linie – im lokalen und regionalen Maßstab – der Bau von Solar-, Wasser-, Windkraft- oder Biogasanlagen. Teilweise auch die Wiederaufforstung. Und bei der Nutzung von Kommunikations- und IT-Technologien das dörfliche Solarkiosk zum Aufladen der mobilen Geräte. Im Endeffekt entstehen so allmählich auch immer mehr zukunftsfähige Jobs und damit einhergehend die Überwindung von Armut.

In Zahlen: Die beiden konkurrierenden Non-Profit-Organisationen Atmosfair und MyClimate, können derzeit in der Addition (Basis: 2019) mit Kompensationserträgen von rund 45 Millionen Euro arbeiten und sind mit annähernd 160 Projekten in rund 50 Ländern aktiv. (Siehe dazu die jeweiligen Jahresberichte von Atmosfair² und MyClimate³).

Sollte eine mehr oder weniger unbemerkt eingepreiste CO₂-Kompensation beim Reisen üblich werden, werde der Geldsegen nicht dazu führen, „dass uns die Projekte ausgehen“, weiß MyClimate-Sprecher Janosch Menger. „Wir kommen nicht in Engpässe.“ Im Gegenteil, man habe „ein ausreichend großes Team“ und noch „viele, viele Klimaschutzprojekte in der Pipeline.“

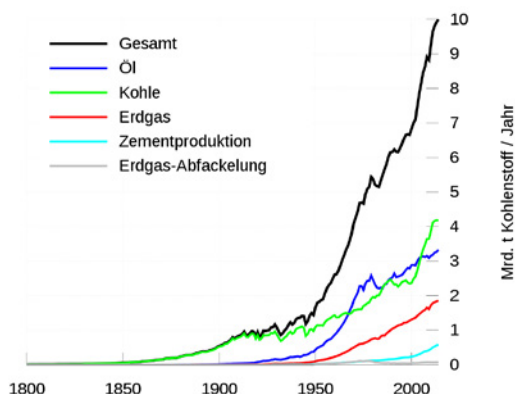
Doch weil wir heutzutage eher als gegenwartsorientierte Gesellschaft denken und handeln, laufen wir mit dem fortschreitenden Klimawandel und den sich verändernden Bedingungen derzeit häufiger hinterher als dass wir voraus-

2 https://www.atmosfair.de/wp-content/uploads/atmosfair_2019_jahresbericht_deutsch.pdf

3 https://www.myclimate.org/fileadmin/user_upload/RB_2019_Stiftung_myclimate_Konzern.pdf

schauend agieren. Der Grund läge in der Tatsache, so die Skeptiker, dass rund die Hälfte der CO₂-Emissionen, mit der die Menschheit seit der industriellen Revolution die Atmosphäre verschmutzt hat, erst nach 1990 entstanden sind (siehe Grafik). Und dort, in der Atmosphäre, verbleiben diese Schadstoffe auf zunächst unabsehbare Zeit. Soll im Umkehrschluss heißen: Was heute an CO₂-Verschmutzungen reduziert oder unterlassen wird, kann sich nicht morgen schon positiv auswirken. Eher in einem weiter entfernten Übermorgen. Doch heute damit anzufangen, ist wichtiger denn je und ganz im Sinne der Fridays-for-Future-Generation.

Globale Kohlenstoffemissionen aus fossilen Quellen zwischen 1800 und 2013



Quelle: Wikipedia. https://de.wikipedia.org/wiki/Kohlenstoffdioxid_in_der_Erdatmosph%C3%A4re

Deshalb verfolgt eine ganze Reihe von kleineren und mittleren Reiseveranstaltern (vorwiegend beim Dachverband „forum anders reisen e.V.“) inzwischen den Gedanken, wo immer es möglich ist, die ökosoziale Klimakompensation künftig einzupreisen. Lies: in den Reisepreis zu integrieren. Ohne dass dies sonderlich ausgewiesen wird oder, der Abschreckungseffekt beim Reisen schlechthin, als „Nebenkosten“ deklariert werden.

Mehr noch. Um die Debatte darüber in der Tourismusbranche anzustoßen, vertritt das forum anders reisen e.V. unterdessen fünf konkrete Positionen in Form einer Selbstverpflichtung (neudeutsch: Commitment), die mit dem Titel „Tourism For Future“ überschrieben ist. Dazu zählen:

- „Qualität vor Volumen – die Industrialisierung des Tourismus braucht nachhaltige neue Regeln! Wir sind für weniger Reisen, aber dann richtig und qualitativ.“
- Fairness vor Profit – nur mit partnerschaftlichem Wirtschaften erfüllt der Tourismus seinen selbstgesteckten Anspruch auf Völkerverständigung und eine Perspektive für bessere Lebensumstände durch lokale Wertschöpfung.
- Klimaschutz als Verpflichtung – freiwillig war gestern. Die großen Player spielen mit Nachhaltigkeit und werden erst etwas tun, wenn sie müssen.
- Die Natur ist kein Spielplatz – nicht alles, was möglich ist, ist auch zulässig. Der Erhalt von Tier- und Pflanzenwelt ist Verantwortung des Tourismus.
- Der soziale Fußabdruck des Reisens zählt – bei Menschenrechten hört der Spaß des Reisens auf! Wir brauchen neue und konsequente ethische Grenzziehungen, um Menschenrechte und Kinderschutz im Tourismus zu gewährleisten.“

So vorzugehen kommt dem Ansinnen von Entwicklungsländer-Reisenden durchaus entgegen. Sie wünschen sich zusehends Reiseanbieter, so zeigen Umfragen, bei denen die Nachhaltigkeit respektive der ökosoziale Ansatz einen hohen Stellenwert haben. Doch funktioniert dieses Wunschdenken gegenüber den Reiseanbietern nicht als Einbahnstraße. Wir müssen uns wohl auch als Konsumenten – als Bürger:innen zuhause und als Besucher:innen in einem exotischen Urlaubsland – mit den Zusammenhängen zwischen dem gedankenlos-verbrauchenden und dem bewusst-schonenden Wirtschaften auseinander setzen. Von daher ist und bleibt es entscheidend, bei künftigen Reisen die Chance für einen klugen Neu-Anfang wahrzunehmen, statt einfach nur mit der lange aufgestauten Reise-Sehnsucht zu spekulieren und zur Tagesordnung überzugehen.

Kontakt

Klaus Betz, klarobetz@conkret.de
freier Journalist



12 Nachhaltige Destinationsentwicklung als Gemeinschaftswerk

Angela Giraldo – TourCert - Training & Beratung

Wie wird aus einer Destinationsentwicklung ein Gemeinschaftswerk im Sinne der Nachhaltigkeit?

Zunächst ist eine Tourismusdestination ein geografischer Raum, der als Reiseziel ausgewählt wird und alle für den Aufenthalt notwendigen Einrichtungen wie Beherbergung, Verpflegung und Unterhaltung enthält. Die touristischen Akteure arbeiten dabei nicht zwangsläufig im Sinne einer Destinationsidentität oder gar einer Marke zusammen und es verbindet sie auch keine gemeinsame Vision und Destinationsstrategie. Zu einem Gemeinschaftswerk wird es erst durch einen gemeinsamen Prozess der Reflektion der Ausgangslage und der Zukunftsplanung, durch die Vereinbarung von Zielen und Aktionen. Die Ausrichtung an der Nachhaltigkeit wird dabei zu einer gemeinschaftsfördernden Wertgrundlage und motiviert zu einer verbesserten Innovationsdynamik in der Destination. Dies sichert zugleich eine erhöhte Wettbewerbsfähigkeit.

Woran zeigt sich die Nachhaltigkeit einer Destination?

Wichtige Parameter sind dabei die Nachhaltigkeitsaspekte in der Qualität der Dienstleistungen, die erweiterte Kundenorientierung im Sinne einer Sensibilisierung und Motivation für nachhaltige Urlaubsangebote, die Förderung lokaler Wirtschaftskreisläufe mit konsequenter Optimierung der Ressourceneffizienz, der schonende Umgang mit den natürlichen Ressourcen im Sinne naturverträglicher Wirtschaftsweisen, die Quantität und Qualität der Beschäftigung, Barrierefreiheit und die Tourismusakzeptanz bei der lokalen Bevölkerung.

Eine konsequente Nachhaltigkeitsausrichtung schafft Anreize für neue Arbeitsfelder, stärkt die Innovationskraft vor Ort, bietet einen attraktiven Investitionsraum für Unternehmen und steigert die Lebensqualität der lokalen Bevölkerung.

Zum Erfolg benötigt es die Unterstützung und aktive Mitgestaltung der zuständigen politischen Instanzen, das Bewusstsein der Tourismus-Akteure über die wesentlichen positiven wie negativen Auswirkungen der touristischen Aktivitäten; das Engagement und die fremdenfreundliche Kultur der lokalen Bevölkerung.

In den ärmeren Regionen weltweit stellt sich zudem die Frage, inwieweit der Tourismus zur Verminderung von Armut beiträgt und die Existenz- und Arbeitsrechte der Menschen in den Zielgebieten respektiert.

Die Akteure und ihre Vernetzung

Voraussetzungen für eine nachhaltige Destinationsentwicklung sind neben der gemeinsam entwickelten Destinationsstrategie und einem Nachhaltigkeitsrat als oberste Koordinations- und Entscheidungsinstanz die Existenz eines aktiven Partnernetzwerkes von lokalen touristischen Akteuren, die selbst mehr Nachhaltigkeitsaspekte in ihren Betrieben einführen und durch die Zusammenarbeit in der Destination den Gemeinschaftsprozess mitgestalten. Für eine erfolversprechende nachhaltige Destinationsentwicklung sind drei Organisationsebenen wichtig:

- Nachhaltigkeitsrat – die strategische Instanz zur Gestaltung der Destinationsentwicklung
- Partnerbetriebe – das Netzwerk der touristischen Dienstleister
- Koordinierende Organisation im Sinne einer DMO (Destination Management Organisation)

Nachhaltigkeitsrat

Wesentlich ist die Berufung eines Nachhaltigkeitsrats für die Destination. Der Nachhaltigkeitsrat ist ein strategisches Gremium, das über die Ziele und Maßnahmen des Nachhaltigkeitsprozesses berät, die Umsetzung überwacht sowie zur Sicherung der Qualität und Koordination beiträgt.

Partnerbetriebe

Nachhaltigkeit im Reiseziel wird umgesetzt durch die koordinierende DMO und die beteiligten Leistungsträger, die über eine Vereinbarung in einem Netzwerk zu Partnerbetrieben des Destinationsprozesses werden. Es sollen sich möglichst viele Leistungsträger und insbesondere die relevanten Schlüsselakteure in der Destination als Partnerbetriebe beteiligen. So kann sich nachhaltiges Wirtschaften in der Destination immer besser entfalten und der Gast wird die gesamte Destination als nachhaltig wahrnehmen.

Destination Management Organisation (DMO)

Koordinierender Akteur und Umsetzungsorganisation des Nachhaltigkeitsprozesses einer Destination ist die Destination Management Organisation (DMO), die selbst einen Nachhaltigkeitsprozess im Unternehmen durchführt und als federführender Akteur des Destinationsprozesses agiert.

Die DMO ist eine zentrale Organisationseinheit, die sowohl als touristisches Dienstleistungsunternehmen wie auch als koordinierendes, planendes und vermarktendes Organ des touristischen Angebots fungiert, z.B. Kommunal- oder Kurverwaltung, Tourist-Marketing, der Naturparkverwaltung im Naturpark, einer Entwicklungsorganisation oder NGO, einer starken zivilgesellschaftlichen oder Umweltorganisation.

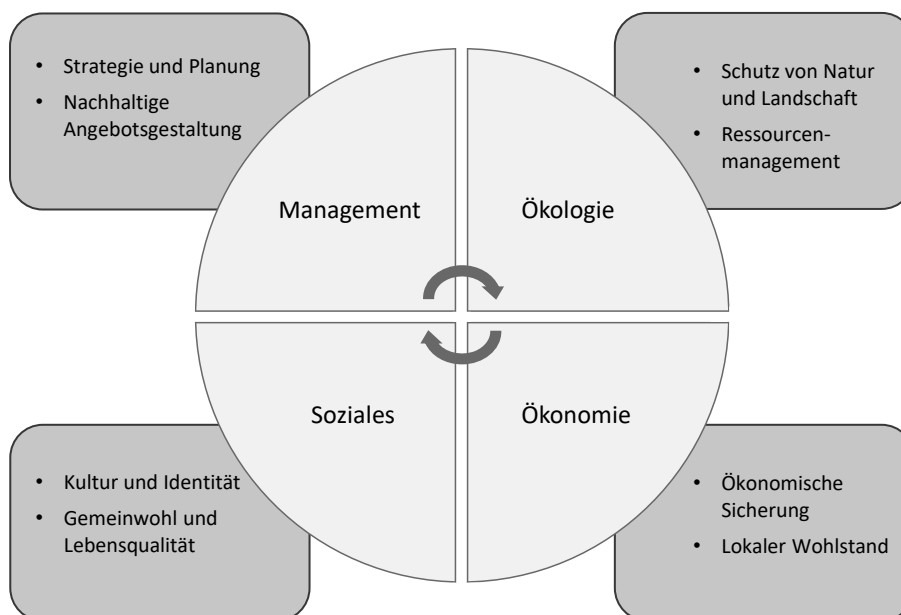
Für die Nachhaltigkeitszertifizierung ist die DMO die zentrale Instanz, die mit ihrem Management, der Kommunikation, ihren Stakeholdern und im Austausch mit den Leistungsträgern und anderen relevanten Akteuren der Destination den Nachhaltigkeits- und Zertifizierungsprozess leitet.

Wie läuft der Prozess zur Einführung einer Zertifizierung als Nachhaltiges Reiseziel?

Folgende sechs Schritte geht eine Destination auf dem Weg zur Zertifizierung:

- Vision & Destinationsstrategie: Vereinbarung von Grundwerten und einer Strategie
- Bestandsaufnahme: Analyse und Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung
- Prozesse & Strukturen: Aufbau der Netzwerkstrukturen und Verankerung des Nachhaltigkeitsansatzes in den Arbeitsprozessen und in den Partnerunternehmen
- Verbesserungswesen: Zielorientierung und kontinuierliche Optimierung
- Nachhaltigkeitsbericht: Transparente öffentliche Information und Kommunikation
- Zertifizierung: Auszeichnung mit dem TourCert-Siegel

Bestandsaufnahme in vier Dimensionen und 8 Handlungsfeldern



Quelle: TourCert GmbH



Nach der Bestandsaufnahme priorisieren die Destinationen in einem Multiakteurs-Entscheidungsprozess die Handlungsfelder, die sie angehen werden. Dazu formulieren sie Ziele und Maßnahmen und benennen Verantwortliche und Fristen in einem Verbesserungsprogramm. Dies wird jährlich überprüft und weiterentwickelt; damit wird ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess in Gang gesetzt.

Destinationszertifizierung und Gemeindetourismus in Lateinamerika

Der Prozess der Destinationszertifizierung kann mit einer angepassten Methodik auch in ländlichen Gemeinden in Lateinamerika seine gemeinschaftsfördernde Dynamik sowie die Verbesserung der Governance und ökosozialen Rahmenbedingungen bewirken. So zeigen uns zertifizierte Gemeinden wie Yunguilla in der Andenregion Ecuadors, dass eine gut funktionierende Gemeindeorganisation nicht nur wirtschaftlich erfolgreich sein kann, sondern zugleich die Tourismuserträge gerecht verteilt werden und neue Arbeitsplätze in nachgelagerten Produktionsbereichen entstehen können. Der Zertifizierungsprozess kann auf einer solchen Grundlage die Organisationsprozesse optimieren und Strategien zur Einkommensdiversifizierung bewusster und geplanter angehen. Als durch die Corona-Pandemie plötzlich keine Tourist:innen mehr nach Yunguilla kamen, konnte die Gemeinde problemlos die Aktivitäten in anderen produktiven Bereichen verstärken (z.B. landwirtschaftliche Produkte, Marmeladen- und Käseherstellung, etc) und war damit wesentlich krisenresilienter als andere Destinationen.

Corona-Pandemie – eine Chance für die lokale nachhaltige Entwicklung?

Destinationen, die vor allem auf den Tourismus gesetzt haben und andere Wirtschaftsbereiche vernachlässigten, sind in der aktuellen Krise besonders verwundbar. Hinzu kommen die ökologischen und sozialen Probleme des Massentourismus mit der Übernutzung natürlicher Ressourcen, prekären Arbeitsbedingungen oder der fehlenden Partizipation der lokalen Bevölkerung an der Gestaltung und dem wirtschaftlichen Nutzen des Tourismus. Die Corona-Pandemie und die dadurch ausgelöste globale Tourismuskrise ist nicht nur Notlage, sondern auch Chance für positive Veränderungen. Die Erhöhung der Resilienz und die integrierte lokale Entwicklung in den touristischen Destinationen ist ein vielversprechender Weg zur lokalen Wertschöpfung und der Transformation im Sinne einer nachhaltigen, kreislaforientierten Wirtschaftsweise.

Empowerment zur Transformation

Nur eine gelebte Nachhaltigkeitskultur wirkt glaubwürdig. Gelebte Nachhaltigkeitswerte bedeuten Verhaltensänderungen auf Individual- und Organisationsebene. Verhaltensänderungen werden im Wesentlichen motiviert durch Emotionen. Kern aller Motivation ist zwischenmenschliche Anerkennung und Wertschätzung. Menschliches Glück entsteht durch gelingende Beziehungen, Vertrauen, Kooperation und Solidarität.

Aus diesen Gründen erscheint uns der ‚Empowerment-Ansatz‘ als richtiges Konzept zur Veränderung in Destinationen. Darunter verstehen wir ein Beratungskonzept, bei dem die Mitarbeitenden und Führungskräfte sensibilisiert, qualifiziert und ermutigt werden, individuelle und organisatorische Verantwortung zu übernehmen und sie in ihrer Organisationskompetenz und ethischen Orientierung zu unterstützen. Es geht darum, alle Akteure in der Destination in ihrer Lernbereitschaft, der offenen Kommunikation und der Methodenkompetenz zu stärken, eine positive, anerkennende Gemeinschaftskultur zu entwickeln und das subjektive Gefühl der Macht- und Einflusslosigkeit zu überwinden.

Entscheidend für den Erfolg dieses Prozesses sind visionäre Akteure, die mit Leidenschaft und Augenmaß in der Destination konsequent einen nachhaltigen Kurs verfolgen, die neuen Leitbilder glaubwürdig vorleben und das Engagement weiterer Akteure gewinnen.

„Wir werden ein neues System schaffen müssen,
das nicht nach Geld und Reichtum strebt,
sondern nach Werten, die vom Herzen kommen.“
Paulo Coelho, brasilianischer Autor

TourCert Destinationszertifizierung

TourCert hat ein international anerkanntes Zertifizierungssystem entwickelt, das die gesamte Wertschöpfungskette im Tourismus im Hinblick auf Nachhaltigkeit durchdringt und weltweit anwendbar ist. Das TourCert-System ist mehr als eine reine Konformitätsprüfung. Es geht um einen gemeinsamen Prozess und die kontinuierliche Weiterentwicklung der Destination auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft.

Innovation und Qualität werden dabei im Zertifizierungsprozess systemisch gestärkt. Im Sinne des Empowerment werden eigenverantwortliche und lernende Strukturen aufgebaut, die den Prozess gestalten. Es werden Nachhaltigkeits-Manager:innen ausgebildet, die ihr Know-How weitergeben und zur Aktion motivieren.

Nach diesem System sind inzwischen Destinationen in Deutschland, der Schweiz, in Ecuador, Peru, Costa Rica und der Dominikanischen Republik zertifiziert.

Kontakt

Angela Giraldo, Angela.giraldo@tourcert.org
Training & Beratung/Gesellschafterin, TourCert gGmbH
www.tourcert.org



13 Kommunikationsstrategien zur Förderung eines nachhaltigeren Tourismus

Jon Andrea Florin – fairunterwegs

Herausforderung: Die Lücke zwischen Einstellung und Verhalten

Leicht resignativ stellt die Reiseanalyse 2020 (Seite 6) fest: „Auch für 2019 zeigt sich: Die Lücke zwischen nachhaltiger Einstellung und nachhaltigem Verhalten auf Urlaubsreisen ist sehr groß. Zwar hat die Mehrheit von 61% der Urlauber:innen eine positive Einstellung zu nachhaltigen Urlaubsreisen, aber nur sehr wenige verhalten sich im Urlaub besonders nachhaltig, indem sie etwa zertifizierte Unterkünfte wählen oder ihren CO₂-Verbrauch kompensieren.“ (FUR, 2020, S. 6).

Fragestellung

In diesem auf einer Abschlussarbeit¹ basierenden Beitrag wird der Frage nachgegangen, mit welchen Kommunikationsstrategien sich diese Lücke verkleinern lässt. Drei Themen werden behandelt:

- Wie groß sind in der Schweiz die Zielgruppen, die für Nachhaltigkeit auf Reisen affin sind, und welche Merkmale weisen sie auf?
- Über welche Kommunikationskanäle werden sie erreicht?
- Und welche Kommunikationsinhalte interessieren sie?

Zielgruppen

Um die Zielgruppe zu erfassen, wurden Daten aus der MACH ausgewertet, der größten Medien- und Konsumforschung der Schweiz mit 9079 Befragten. Dabei wurde herausgefiltert, wer a) bereits nachhaltig handelt, indem er oder sie ethisch produzierte Produkte kauft und b) sich fürs Reisen interessiert.

Die Nachhaltigkeitsaffinen

In dieser Studie wird davon ausgegangen, dass, wer ökologische oder fair gehandelte Produkte im Alltag bevorzugt, dies auch beim Reisen tut. So werden alle zu den Nachhaltigkeitsaffinen gezählt, welche die Frage «Beim Einkaufen achte ich besonders auf Produkte, die nach ethischen Grundsätzen (Fairtrade) produziert wurden» mit «trifft voll und ganz zu» oder «trifft eher zu» beantworten.

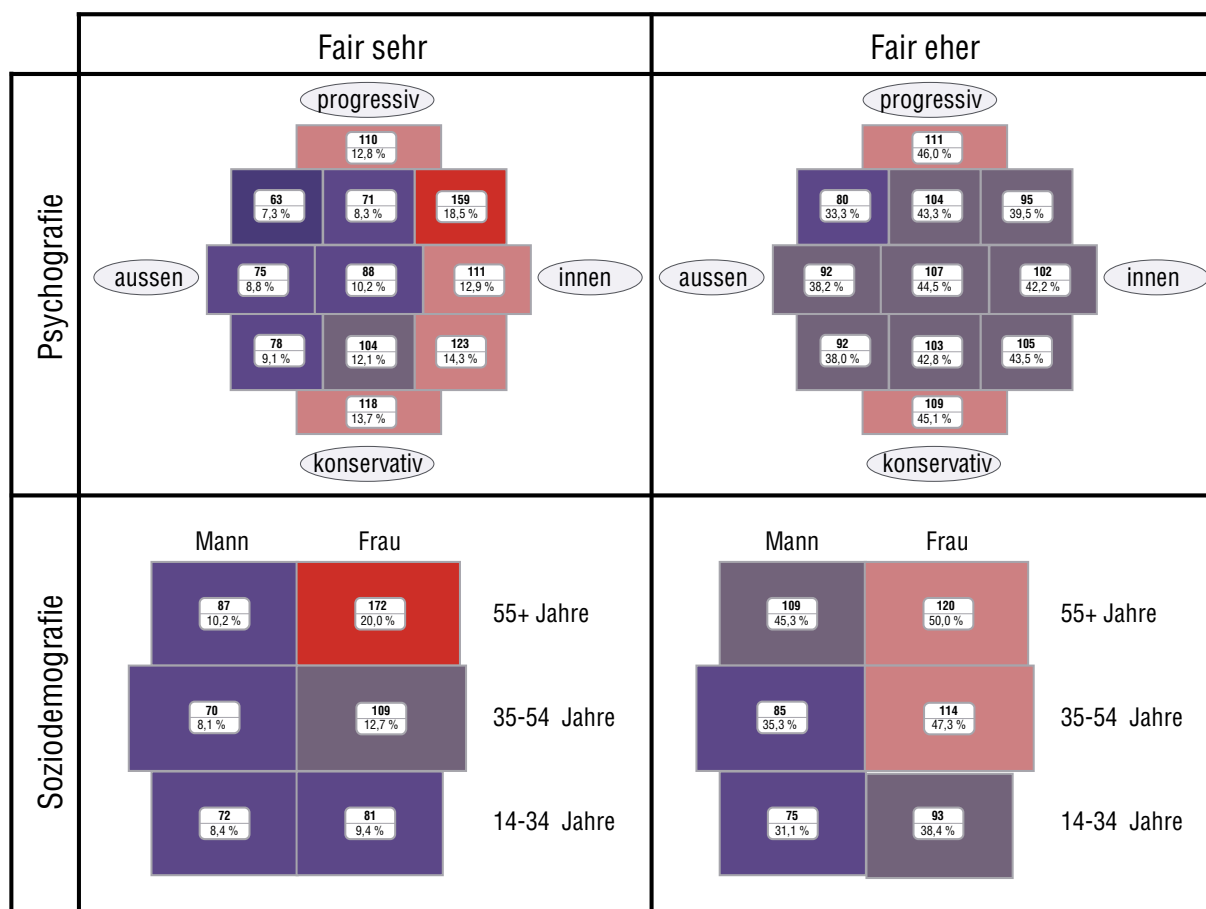
11,6% in der Schweiz Wohnhafte sind «voll und ganz» einverstanden mit der Aussage, dass sie auf ethische Grundsätze bei der Produktion von Produkten achten, 41,5% sind es eher. Total 53%.²

1 Florin, J.A.: «Konzept für die Kommunikation von Handlungsempfehlungen zur Förderung von Nachhaltigkeit im Tourismus», unveröffentlichte Abschlussarbeit am CAS Tourismusökonomie 2019/20 der Universität Bern

2 50,7% der Abstimmenden haben am 29.11.2020 die Konzernverantwortungsinitiative angenommen, welche dafür sorgen wollte, dass Schweizer Unternehmen sich auch im Ausland an Menschenrechte und Umweltstandards halten (sie wurde aber von einer Mehrheit der Kantone verworfen). Das ist in etwa die gleiche Zielgruppe.

Hier die psycho- und soziodemografischen Merkmale der sehr- oder eher-Nachhaltigkeitsaffinen:

Tabelle 1: Affinität zu nachhaltigen Produkten: Gruppe der sehr und eher Affinen



Quelle: MACH Radar 2019. DemoScope © Radar-Psychografie

Markant mehr Frauen und Ältere sagen aus, dass sie Fairtrade-Produkte bevorzugen. Die Achse progressiv-konservativ segmentiert deutlich weniger als die Achse extrovertiert-introvertiert. Der Anteil Konservativer erstaunt auf den ersten Blick, wobei konservativ ja nicht nur autoritätsgläubig und konformistisch impliziert, sondern auch erhaltend und bewahrend.

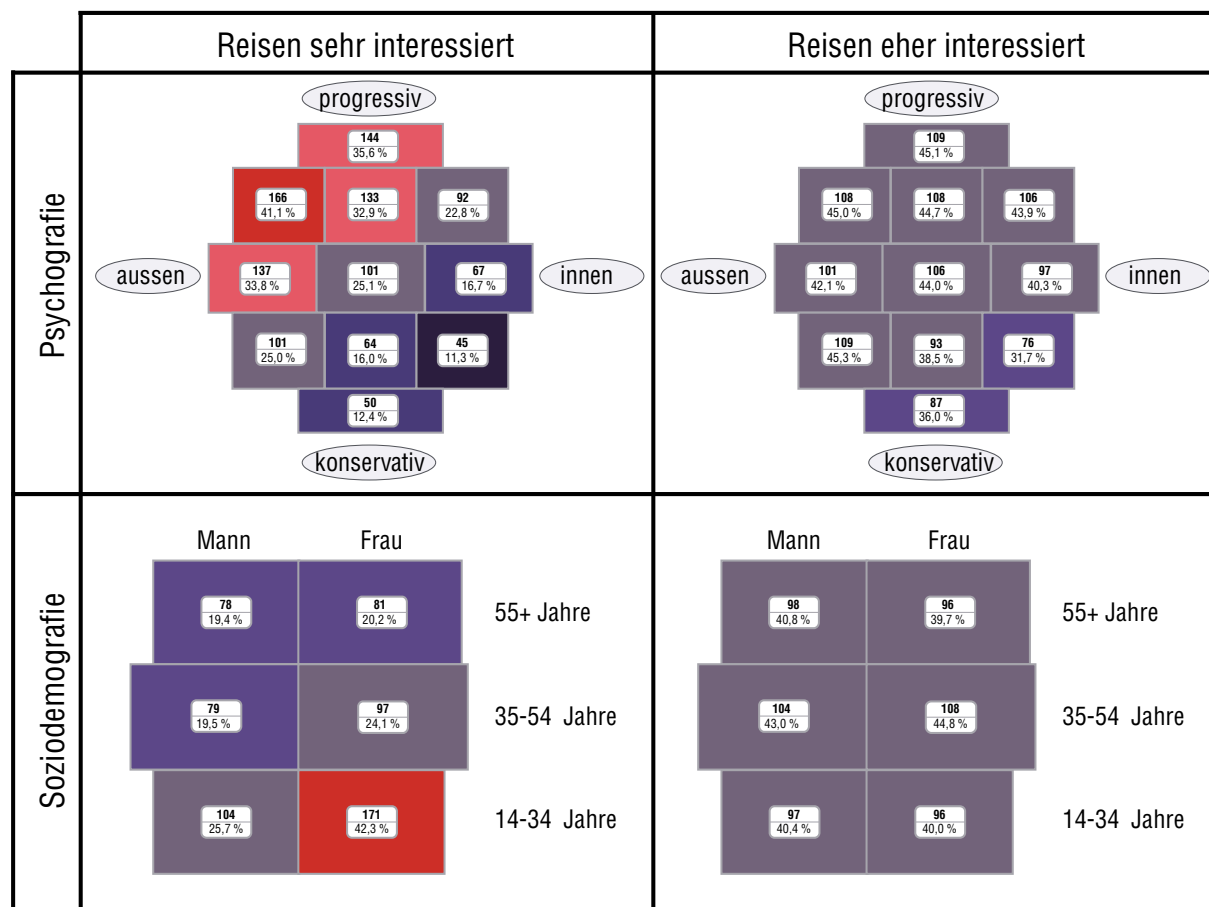
Die Reiseinteressierten

Am Reisen sehr interessiert sind 24,8% der Schweizer Bevölkerung, eher interessiert sind 41,5%. Das ergibt rund 66% Reiseinteressierte. Das Interesse äußert sich folgendermaßen: Den Befragten wird eine Liste mit 30 Themenbereichen von Reisen über Wissenschaft und Technik, Rock, Sport, Volksmusik bis hin zu Geschichten über Prominente vorgelegt. Sie geben an, ob sie das Thema «sehr stark», «eher stark», «weniger» oder «gar nicht» interessiert. Gemäß Bundesamt für Statistik unternahmen im Jahr 2019 «88,2% der Schweizer Wohnbevölkerung mindestens eine Reise mit auswärtigen Übernachtungen». Man kann also reisen, ohne sich besonders dafür zu interessieren.



Zu den psycho- und soziodemografischen Merkmalen der Reisenden:

Tabelle 2: Interesse am Reisen



Quelle: MACH Radar 2019. DemoScope © Radar-Psychografie

Hohes Interesse bei jüngeren Frauen, Außengerichteten und Progressiven: Das ist gegengleich zu den Merkmalen der Nachhaltigkeitsaffinen – außer beim Geschlecht.

Die Sowohl-Reise-als-auch-Nachhaltigkeitsaffinen

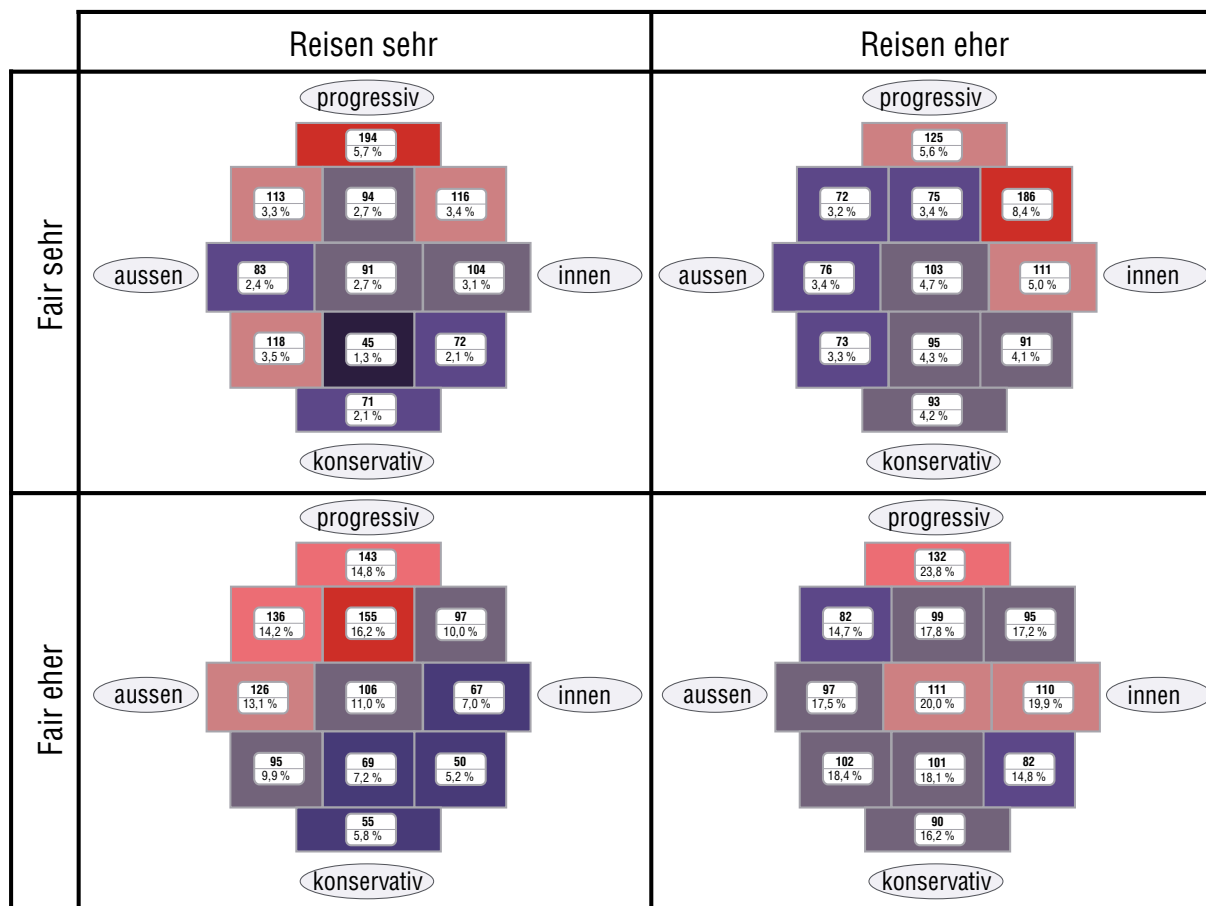
Tabelle 3: Schnittmenge

	Reisen sehr interessiert	Reisen eher interessiert
Fair sehr affin	2,9%	4,5%
Fair eher affin	10,4%	18%

Quelle: Jon Andrea Florin

Zur Schnittmenge der Personen, die auf Fairtrade-Produktion achten und am Reisen interessiert sind, insgesamt rund 36% der Schweizer Wohnbevölkerung:

Von 25% am Reisen und 11,6% am Fairen Handel sehr Interessierten sind also noch 2,9% an beidem stark interessiert. Hohes Reiseinteresse und hohe ethische Anforderungen an den eigenen Lebensstil widersprechen sich offenbar bei zwei Drittel der Ethikaffinen und fast 90% der Reiseinteressierten. Die «eher-Antwortenden» sind weniger streng.

Tabelle 4: Interesse am Reisen und Affinität zu nachhaltigen Produkten

Quelle: MACH Radar 2019. DemoScope © Radar-Psychografie

Eine Anmerkung zur statischen Aussagekraft: Sehr fürs Reisen und für Fairtrade interessieren sich 2,9% der Bevölkerung oder 267 Personen der Stichprobe. Verteilt auf 11 Felder macht dies noch 24 Personen. Stimmen nur 2,1% zu (Affinitätsindex 71), besteht die Stichprobe im Feld noch aus 17,5 Personen. Sie ist zu klein.

Affinitätsindex-Werte von 194 respektive 186 sind äußerst selten. Die Kombination der Gegensätze Interesse am Reisen und Affinität zu Nachhaltigkeit führt zu einer ausgeprägten Profilierung. Insbesondere wird der progressive Anteil der Fairtrade-Kaufenden verstärkt; während die Wertkonservativen, welche faire Produkte vorziehen, verschwinden.

Soziodemografie

Soziodemografisch lassen sich die Zielgruppen so beschreiben: Ist die Nachhaltigkeitsaffinität sehr hoch und das Interesse am Reisen eher stark oder sehr stark, handelt es sich überdurchschnittlich oft um junge oder ältere Frauen, in/nach der Ausbildung oder pensioniert, ohne Kinder im Haushalt. Bei der größeren Gruppe der Eher-Interessierten kommen auch (über 40-jährige) Männer und in einem Haushalt mit Kindern Lebende überproportional oft vor. Alle vier Segmente weisen eine überdurchschnittliche Bildung und Kaufkraft für qualitativ hochwertige Produkte aus und wählen links oder mitte-links.

Fazit

Geht man vom Kaufverhalten aus und kombiniert es mit dem Reiseinteresse, ist die Zielgruppe deutlich kleiner als bei anderen Erhebungsmethoden (etwa der Reiseanalyse). Wichtig – sowohl politisch als auch finanziell – ist sie dennoch.



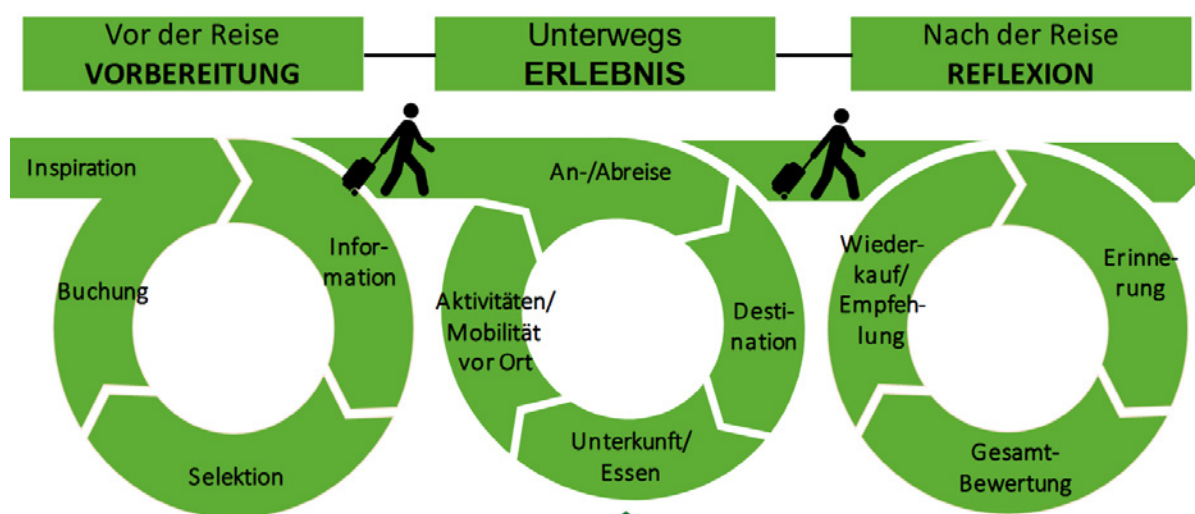
Kommunikationskanäle

In der MACH wird gefragt: «Auf welche Art und Weise informieren Sie sich über Ferien? (Bitte alles Zutreffende ankreuzen.)». Die Antworten wurden nach vier Segmenten Nachhaltigkeitsaffinität und Reiseinteresse in den Ausprägungen «eher» und «sehr» gefiltert. Anzumerken ist, dass Reiseführer fehlen.

Die Rangliste ist eindeutig: Die Suche über das Web dominiert mit über 50% bei allen Segmenten (68% bei den am Reisen sehr Interessierten). Zeitungen und Zeitschriften folgen auf Platz 2 mit rund 32% (bei allen Segmenten). Bei den eher-Reiseinteressierten und eher Nachhaltigkeits-Affinen kommt das Reisebüro auf den dritten Platz (ca. 19%). Auf den Rängen 3 bis 5 folgen – je nach Segment unterschiedlich platziert – Reisebüro, Social-Media und Fernsehen.

Doch diese Betrachtung ist statistisch. Eine dynamische Betrachtungsweise der Nutzung der Kanäle erhält man, wenn man die Reisenden auf ihrer Reise – von der Inspiration bis zum Wiederkauf – verfolgt.

Digitale und analoge Kontaktpunkte von Reisenden auf der Customer Journey



Quelle: Nach Schmücker, D. Horster, E. & Kreilkamp, E., 2019, S. 41

Nun sinkt der Stellenwert der klassischen Medien (TV, Print) markant. Mit ihnen erreicht man die Reisenden nur bis zur zweiten Station (Information). Danach kann praktisch nur noch über Suchmaschinen, Social-Media, Apps und Reiseführer und über das Reisebüro respektive dessen Vertretung in der Destination kommuniziert werden. Dabei wird die Kommunikation dialogisch: Man teilt Erlebnisse, gibt Bewertungen ab und hat Fragen, etwa «Wie gehe ich mit bettelnden Kindern um?».

Fazit

Um handlungsorientierte Informationen zu nachhaltigerem Reisen zu verbreiten, setzt man prioritär auf das Suchmaschinenmarketing und eine prominente Darstellung in den Reisebüros.

Kommunikationsinhalte

Fragt man³, weshalb die Affinen nicht nachhaltiger reisen, werden unter anderem folgende Gründe genannt: höhere Kosten, fehlendes Angebot und Zertifikate, unklarer Nutzen, mühsame Suche nach Angeboten. Die negativen Imagekomponenten – Verzicht und höherer Preis – wirken, während positive Imagekomponenten wie echter, intensiver, entspannter oder hochwertiger zwar wahrgenommen werden, sich aber nicht durchsetzen. Theoretisch formuliert: Die Affinen verfügen über das Problemwissen (warum nachhaltiger reisen), doch fehlt ihnen das Handlungswissen (wie nachhaltiger reisen) und eine erhöhte Motivation durch positives Framing.

3 Die Antworten dazu – unter anderen – aus FUR (2014, S.10)

Fazit

Um nachhaltigeren Tourismus zu fördern, gilt es prioritär, die praktischen Hürden abzubauen, etwa die Suche zu erleichtern.

Ausblick: Der Vergleich mit Fairtrade-Food

Die Marktanteile von Fairtrade-Lebensmitteln in der Schweiz können als Indikator für das Potenzial von «Fairtrade-Reisen» dienen: Die Leader sind Rohrzucker (95% Marktanteil) und Bananen (55%). Die klassischen Produkte des Fairen Handels wie Schokolade und Kaffee nehmen rund zehn Prozent des Marktes ein.⁴ Die Südfrüchte haben deshalb einen derart hohen Anteil, weil die Großverteiler oftmals keine nicht-faire Alternative anbieten. Neuerdings haben Reisebüros Zugriff auf zertifizierte Angebote. Folgen sie dem Vorbild der Großverteiler, dann kann «fares» oder «grünes» Reisen die Bedeutung erhalten, die ihm vom Interesse der Konsument:innen zusteht. Ein Lichtblick in Corona-Zeiten.

Literatur

Bundesamt für Statistik (BfS) 2019. Reisen der Schweizer Wohnbevölkerung 2018. Online (29.7.2020): <https://www.swissstats.bfs.admin.ch/collection/ch.admin.bfs.swissstat.de.issue19105021800/article/issue19105021800-01>

FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (2014): Abschlussbericht zu dem Forschungsvorhaben: Nachfrage für Nachhaltigen Tourismus im Rahmen der Reiseanalyse. Hrsg.: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB). Online (20.7.2020): https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Tourismus_Sport/nachhaltiger_tourismus_nachfrage_bericht_bf.pdf

FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (2020). Reiseanalyse 2020. Erste ausgewählte Ergebnisse der 50. Reiseanalyse zur ITB 2020. Online (19.7.2020): reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2020/03/RA2020_Erste-Ergebnisse_DE.pdf

Schmücker, D., Horster, E. und Kreilkamp, E. (2019). Die Auswirkungen der Digitalisierung und Big Data-Analyse auf eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus und dessen Umweltwirkung. Abschlussbericht. Umwelt, Innovation, Beschäftigung, 07/209, Herausgegeben vom Umweltbundesamt, Dessau-Rosslau als PDF. Online (19.7.2020): https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-12-04_uib_07-2019_big-data_tourismus_0.pdf

Wemf: MACH Consumer – grösste Konsum-Medien-Studie der Schweiz. Online (29.7.2020): <https://wemf.ch/de/medienstudien/mach-consumer/>

Kontakt

Jon Andrea Florin, E-Mail: jon.florin@fairunterwegs.org
Geschäftsleitung fairunterwegs
Website: fairunterwegs.org

⁴ Angaben von Philipp Scheidiger, Swiss Fairtrade.



14 Mehr Einkommen und Beschäftigung im ländlichen Raum (MIERA) Tourismus-Komponente

Elizabeth Bailie – GIZ

Ausgangssituation

Bei den Bemühungen Malawis, integratives Wachstum zu verwirklichen, spielt der Tourismussektor eine wichtige Rolle. Im Jahr 2017 identifizierte die malawische Regierung in ihrer Wachstums- und Entwicklungsstrategie III den Tourismus als einen von neun Schwerpunktbereichen für nachhaltige Entwicklung. Der Tourismus, der bereits 7% des malawischen BIP ausmacht, hat das Potenzial, die Wirtschaft des Landes, die derzeit hauptsächlich auf Landwirtschaft beruht, weiter zu diversifizieren.

Da Afrika südlich der Sahara beim Wachstum der Ankünfte und Einnahmen aus dem internationalen Tourismus über dem globalen Durchschnitt liegt, prognostiziert der World Travel and Tourism Council, dass die afrikanischen Volkswirtschaften in den zehn Jahren von 2019-2029 (gemessen am BIP) die zweithöchste Wachstumsrate im Tourismus und Reiseverkehr verzeichnen werden. Da afrikanische Reiseziele immer beliebter werden, wollen Malawis Regierung, der private Sektor und die Kommunen die Tourismusbranche des Landes stärken.

Tourismus in Malawi

Malawi hat die weltweit größte Artenvielfalt an Süßwasserfischen in den wunderschönen klaren Gewässern des Malawisees. Zudem hat das Land große Erfolge auf dem Gebiet des Naturschutzes erreicht, darunter die weltweit größte Umsiedlung von insgesamt 500 Elefanten und die größte Umsiedlung von 17 Spitzmaulnashörnern per Flugzeug von Südafrika in den Liwonde Nationalpark. Nach Jahren der Wilderei und Zerstörung sind zwei der Nationalparks Malawis nach den unglaublichen Erfolgen bei der Wiedereinführung von Arten wie Nashorn, Löwe, Gepard und anderen nun die Heimat der „Big 5“. Neben Aktivitäten im Rahmen des Wasser- und Wildtiertourismus hat Malawi mit den Bergplateaus, die die Westseite der Südspitze des Great Rift Valley säumen, zudem ein enormes Potenzial für Naturliebhaber. Kulturtourismus wurde als ein weiteres Marketingthema für Malawi ausgewählt. Bekannt als „Das warme Herz Afrikas“ ist Malawi dank der Einflüsse aus dem südlichen, östlichen und zentralen Afrika Heimat einer Vielzahl von Kulturen. Der traditionelle Tanz „Gule Wamkulu“ ist nicht nur ein faszinierendes Ereignis, das man sich ansehen sollte, sondern dank seines althergebrachten pädagogischen Werts in traditionellen Gemeinschaften auch ein interessantes Thema, mit dem es sich zu beschäftigen lohnt.

Malawi verfügt über ein immenses touristisches Potenzial, steht aber aktuell vor zahlreichen Herausforderungen. Beim Tourismus reichen diese von infrastrukturellen Hürden, wie dem Mangel an einer ausreichenden Straßeninfrastruktur, dem Fehlen von Direktflügen ins Land bis hin zu organisatorischen Hürden, wie der mangelnden Zusammenarbeit zwischen den Stakeholdern. Das Destinationsmanagement befindet sich in Malawi noch in einem sehr frühen Stadium, das Land kann noch entscheiden, welche Richtung eingeschlagen werden soll.

Das GIZ-Programm „Mehr Einkommen und Beschäftigung im ländlichen Raum“ (MIERA), das im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) durchgeführt wird, unterstützt die wichtigsten Akteure in Malawi dabei, das Land als Tourismusdestination zu fördern.

Vorgehensweise

Das Programm verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz zur Tourismusentwicklung und geht die Herausforderungen des Sektors in Malawi auf drei Ebenen an:

Nationale Ebene

Auf nationaler Ebene unterstützt MIERA die Positionierung Malawis als Reiseziel auf dem internationalen Markt. In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Tourismus zielt das Programm darauf ab, die Rahmenbedingungen für das nationale Destinationsmarketing zu verbessern, indem es die nationale Tourismuspolitik analysiert und eine Marketingstrategie für Malawi entwickelt. Die Grundlage für beide Prozesse sind umfangreiche Recherchen, unter anderem die Ergebnisse einer Quellmarktanalyse über die Herkunftsländer der Reisenden und eine Wettbewerber-

analyse, in der die Tourismussektoren benachbarter Reiseziele miteinander verglichen wurden. Darüber hinaus unterstützt MIERA die Präsentation Malawis auf internationalen Tourismusmessen, wie der ITB in Deutschland, der weltgrößten Tourismusfachmesse. Durch die Förderung eines öffentlich-privaten Dialogs für eine gemeinsame Verbesserung des Standdesigns und die Unterstützung kleiner malawischer Tourismusunternehmen bei der wirkungsvollen Präsentation ihrer Produkte bemüht sich das Programm, die internationale Sichtbarkeit Malawis zu verbessern.

Institutionelle Ebene

Um die Herausforderungen der touristischen Wertschöpfungskette auf institutioneller Ebene anzugehen, arbeitet MIERA eng mit dem Malawi Tourism Council (MTC), dem Malawi Institute of Tourism (MIT) und der Mzuzu University zusammen. Da der MTC der einzige offizielle aktive Wirtschaftsverband Malawis in diesem Sektor ist, besteht das Ziel darin, die wichtigsten Stakeholder einzubinden, die Zusammenarbeit zwischen der Regierung und dem privaten Sektor zu stärken und eine gemeinsame Vision für die Zukunft zu entwickeln. Die Unterstützung von MIERA für das Malawi Institute of Tourism umfasst eine Überarbeitung der Lehrpläne, die Entwicklung eines Handbuchs für Tourismusunternehmer, die Ausbildung lokaler Reiseleiter, Zertifizierungsprogramme sowie Studienreisen für die Dozent:innen. Die Mzuzu University und MIERA haben gemeinsam ein IKT-Labor mit Computern, Schreibtischen, Stühlen und Airline Ticketing Software für Studierende der Reise- und Tourismuswirtschaft eingerichtet.

Community-Ebene

Um den ganzheitlichen Ansatz zu vervollständigen, bietet MIERA verschiedenen Akteuren auf Gemeinde-/Subdestinationsebene Unterstützung an. Das Programm fördert die Entwicklung digitaler Marketingkonzepte für Unternehmern und Kunsthandwerker, um ihnen beim Aufbau ihrer Geschäfte durch Online-Marketing zu helfen. Lokale Kleinst-, kleine und mittelständische Betriebe (KKMU) erhalten Schulungen und Unterstützung mit dem Ziel, ihre Beziehungen zu Ankerunternehmen in der Tourismusbranche auf eine formelle Basis zu stellen.

Verbesserung der Lebensgrundlagen rund um den Liwonde Nationalpark

Im Rahmen einer öffentlich-privaten Partnerschaft (PPP) mit Central African Wilderness Safari (CAWS) unterstützt MIERA die Gemeinden rund um den Liwonde Nationalpark bei der Entwicklung ihrer Lebensgrundlagen. In dem Bemühen, den Druck auf den Park (z.B. durch illegalen Holzeinschlag, Wilderei oder Raubbau an den natürlichen Ressourcen) zu verringern, bietet das Programm zusätzliche Möglichkeiten der Einkommensschaffung an, wie Training für Dorfspar- und Kreditgruppen, Bewässerungslandwirtschaft und Entwicklung des Ökotourismus.

Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

Seit der COVID-19-Pandemie haben die Unternehmen, deren Zielmarkt internationale Tourist:innen sind, einen Umsatzrückgang von bis zu 97% erlebt. Dies hat verheerende Auswirkungen sowohl auf die formelle als auch auf die informelle Wirtschaft. Lokale Reiseführer:innen, Hersteller:innen und Verkäufer:innen von Kunsthandwerk, Landwirt:innen und Fischer:innen, die ihren Lebensunterhalt in der Regel durch Geschäfte mit dem Tourismus verdienen, haben einen Umsatzrückgang um fast 100% erlitten. Verkäufer:innen von Kunsthandwerk geben an, seit März 2020 weniger als fünf Euro pro Monat verdient zu haben, verglichen mit bis zu 400 Euro pro Monat im Vergleichszeitraum 2019.

Aufgrund der erheblichen negativen wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie hat die Tourismuskomponente des GIZ-Vorhabens MIERA ein neues Projekt aufgelegt: Einkommensschaffende Maßnahmen für die wirtschaftlich am stärksten durch die COVID-19-Pandemie Betroffenen. Das Projekt zielt darauf ab, die Leitlinien der UN-Welttourismusorganisation für Destinationen „grow back better“ zu erfüllen. Während es in der Tourismusbranche ruhig ist, hat die MIERA-Tourismuskomponente mehr als 1.000 Arbeiter:innen, die normalerweise Geld in der mit dem Tourismus verbundenen informellen Wirtschaft verdienen (Reiseleiter:innen, Souvenirverkäufer:innen, Handwerker:innen usw.), befristete Arbeitsverträge angeboten. Diese Beschäftigten arbeiten an der Verbesserung der Infrastruktur der Destination, während die „Türen geschlossen“ sind, mit dem Ziel, das Reiseziel für Tourist:innen attraktiver zu machen, wenn der Tourismus wieder anläuft.



Wirkung

Die folgenden Ergebnisse wurden in den zentralen und südlichen Regionen Malawis erzielt:

- es wurden 30 Wanderwege gepflegt oder neu angelegt
- es wurden 5 neue Campingplätze gebaut
- es wurden 30 neue Picknickplätze errichtet
- es wurden 30 neue Mülleimer aufgestellt
- verbesserte Beschilderung rund um Tourismusziele mit über 50 neuen Schildern
- die grundlegende Straßeninstandhaltung in schwer zugänglichen ländlichen Gebieten in Waldreservaten wurde abgeschlossen
- 1 Neubau eines Kunsthandwerkmarktes für Souvenirverkäufer
- 6 neue Brücken auf Wanderwegen auf dem Berg Mulanje, Malawis „Island in the Sky“

Die Beschäftigten werden über einen Zeitraum von vier Monaten monatlich über ein mobiles Zahlssystem bezahlt, über das sie das Geld direkt auf ihr mobiles Geldkonto erhalten. Sie berichten, dass sie dank dieses Projekts nun in der Lage sind, das Schulgeld für ihre Kinder zu bezahlen, Metallblech für die Dächer ihrer Häuser und Düngemittel für ihre Maiskulturen zu kaufen.

Wirkung

Neben der obigen Liste, die Teil der Aktivitäten der Corona-Maßnahmen ist, hat MIERA eine Reihe von weiteren Ergebnissen erzielt, darunter die folgenden:

- Entwicklung einer nationalen Marketingstrategie für Malawi, die fünf internationale Hauptmärkte (Deutschland, Großbritannien, Niederlande, China und USA) sowie zusätzliche regionale Märkte identifiziert hat
- Überprüfung der nationalen Tourismuspolitik 2019
- Übersetzung und Druck der Malawi-Tourismusbroschüre ins Deutsche
- Content-Entwicklung für die erste deutschsprachige Website von Malawi Tourism
- Entwicklung und Veröffentlichung des Handbuchs „Unternehmertum im Tourismus in Malawi“.
- Zwei Studienreisen nach Deutschland für zehn malawische Tourismusfachleute – eine Studienreise zur Entwicklung des Seen- und Wassertourismus und eine Studienreise zu internationalen Tourismusmarketingmessen
- Video zur Tourismusförderung in Malawi als Reaktion auf die COVID-19-Krise
- Unterstützung bei der Stärkung der Stakeholder-Zusammenarbeit und des Destinationsmanagements in Teildestinationen wie Cape Maclear und Zomba
- Stärkung des MTC als Gremium, das alle privatwirtschaftlichen Akteure in der Tourismusbranche vertritt, durch die Unterstützung des Kuratoriums und des Sekretariats
- 26 formalisierte Vereinbarungen zwischen lokalen KKMU und Ankerunternehmen in der Tourismusbranche
- Stärkung der externen Kommunikation zwischen den Hauptstakeholdern in der Branche; Schulungen sowohl für das Tourismusministerium als auch den Malawi Tourism Council für die Veröffentlichung ihrer eigenen monatlichen Newsletter, die nun selbständig erstellt werden.

Kontakt

Elizabeth Bailie, elizabeth.bailie@giz.de

Tourism Advisor, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH

15 Tourismusförderung palästinensischer Gebiete

Sebastian Plötzgen – GIZ

Rahmenbedingungen für einen Tourismus mit und nach Corona

Palästina: Region und Destination

Schon in der Antike war die Landbrücke zwischen der Mittelmeerküste und dem Jordangraben eine konfliktreiche, aber auch kulturell und religiös ebenso komplexe wie dynamische Region. Als einzige Landverbindung zwischen Europa, Asien und Afrika, trafen hier nicht nur (Söldner-)heere der Großmächte, sondern auch Händler, Künstler und nicht zuletzt Spiritualität und Religion aufeinander.

Die Gegenwart ist kaum weniger komplex. Die palästinensischen Gebiete – West Bank, Gazastreifen und Ostjerusalem – sind eingebettet in und ein Teil von einem der am längsten bestehenden Konflikte der Welt, der sich nur als mehrdimensionale Gemengelage aus nationalen, religiösen, ethnischen und anderen sozio-kulturellen Identitäten verstehen lässt.

Zugleich ist es die Vielfalt und jahrtausendelange Geschichte der Region, die Israel, Jordanien und Palästina zu einem (Pilger-)Reiseziel par excellence hat werden lassen. Knapp 50% der rund 4,5 Millionen Tourist:innen, die 2019 Israel besuchten, bereisten auch die palästinensischen Gebiete – allerdings zumeist nur als Tagesgäste für einige Stunden mit entsprechend geringem Umsatz für die palästinensischen Tourismusanbieter.

Die palästinensischen Gebiete als politisch definiertes Gebiet sind mit Palästina als touristische Destination kaum deckungsgleich. Viele touristische Highlights sind, obwohl nominell in den palästinensischen Gebiete gelegen, der palästinensischen touristischen Wertschöpfungskette aber praktisch entzogen: Ostjerusalem mit der Altstadt, Felsendom und Grabeskirche sind seit 1967 von Israel besetzt; archäologische Stätten wie das Herodion oder Qumran liegen zwar in der West Bank, wurden aber zu israelischen Nationalparks erklärt; das Josefsgrab liegt zwar mitten in Nablus im palästinensischen Autonomiegebiet, ist aber nur jüdischen Gläubigen zugänglich.

Auch dies macht eine nachhaltige Entwicklung und Vermarktung Palästinas als Reiseziel zu einem komplexen und herausforderungsreichen Unterfangen.

Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismussektors

Trotz der politischen Herausforderungen ist der Tourismussektor einer der dynamischsten Bereiche der palästinensischen Wirtschaft. Zwischen 10 bis 20% des BIP werden direkt und indirekt entlang der touristischen Wertschöpfungskette generiert (ca. 55 Mio. monatlich). Die Einnahmen aus dem Angebot touristischer Dienstleistungen sind eine der Hauptdevisenquellen der palästinensischen Wirtschaft.

Auswirkungen Corona

Die Coronakrise hat den palästinensischen Tourismussektor völlig unvermittelt und mit voller Härte getroffen. Nach mehreren Jahren des touristischen Booms mit deutlich steigenden Besucherzahlen – wobei ein hoher Preisdruck und qualitativ kaum unterscheidbare Angebote die Margen zugleich stetig sinken ließen – brachte COVID-19 den Tourismus im März 2020 zum vollständigen Erliegen.

Eine von PSDP durchgeführte interne Studie¹ mit 531 Befragten zeigte im Juni 2020, dass quer durch alle touristischen Sektoren rund 70% der Beschäftigten ihren Job verloren hatten. Staatliche Unterstützungsleistungen oder eine Arbeitslosenversicherung gibt es für die Mehrheit der Beschäftigten nicht.

1 Plötzgen, Sebastian D., "Impact of the Covid-19 Crisis on the Palestinian Tourism Employment Sector. Current Situation and Future Expectations of Palestinian Tourism Employees with Special Reference to Career Paths, Skill Development and Capacity Training", Private Sector Development Programme (PSDP), Gesellschaft für International Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Ramallah 2020. (unveröffentlicht)



Ende 2020 schätzte das palästinensische Tourismusministerium, dass nur 0,1% der rund 210 Hotels und Gästehäuser, 220 Reiseanbieter, 650 selbstständigen Reiseführer:innen, 1.250 Busse, 250 Restaurants und rund 700 Souvenirläden und Handwerksbetriebe überhaupt arbeiteten.

Die Einkommensverluste des Sektors belaufen sich auf geschätzte rund US\$ 10 Mio. monatlich.

GIZ PSDP im Tourismus

Die GIZ unterstützt den palästinensischen Tourismussektor über das bilaterale, BMZ-finanzierte Private Sector Development Programme (PSDP). Kernziele sind die Stärkung der internen Strukturen entlang der touristischen Wertschöpfungskette, sowie der Wettbewerbsfähigkeit der palästinensischen Tourismusanbieter im regionalen und internationalen Wettbewerb.

Vor Corona

Der Fokus von PSDP vor Corona lag i.W. auf technischer und fachlicher Unterstützung palästinensischer Tourismusanbieter in drei Bereichen, mit einem Schwerpunkt auf Nachwuchs- und Frauenförderung:

- Entwicklung neuer, nachfrageorientierter touristischer Produkte und Reiseangebote für den internationalen Markt (Link: <https://hlitoa.com/wp-content/uploads/2019/03/Magazin-Heiliges-Land.pdf>)
- Unterstützung von Marketingaktivitäten (z.B. Messeauftritte auf CMT Stuttgart, ITB Berlin, Pressereisen, FAMtrips, Road Shows) in Kernmärkten in Europa und Nordamerika
- Fort- und Weiterbildungsangebote für Touristiker:innen in Marketing, Kommunikation, Digitalisierung, Geschäftsanbahnung und Kundengewinnung, Produktentwicklung.

Während Corona

Die Coronakrise stellt den palästinensischen Tourismussektor vor enorme Herausforderungen. Als eine der ersten Maßnahmen unterstützte PSDP das Tourismusministerium und die Privatsektorverbände bei der Initiierung der „Palestine Tourism Recovery TaskForce“ als Koordinierungsstelle für alle Corona-Maßnahmen.

Die Einrichtung der Taskforce war eine wichtige Voraussetzung, da Palästina derzeit über keinen nationalen, sektorweiten Tourismusverband oder eine Destination Management Organisation (DMO) verfügt. In der Taskforce ist nun erstmalig der gesamte Tourismussektor gleichrangig vertreten, was die Erarbeitung und Umsetzung von Corona-Maßnahmen möglich macht.

PSDP unterstützte die Taskforce mit einem Team von 12 lokalen und internationalen Tourismusexperten.

Mitglieder der Palestine Tourism Recovery Taskforce



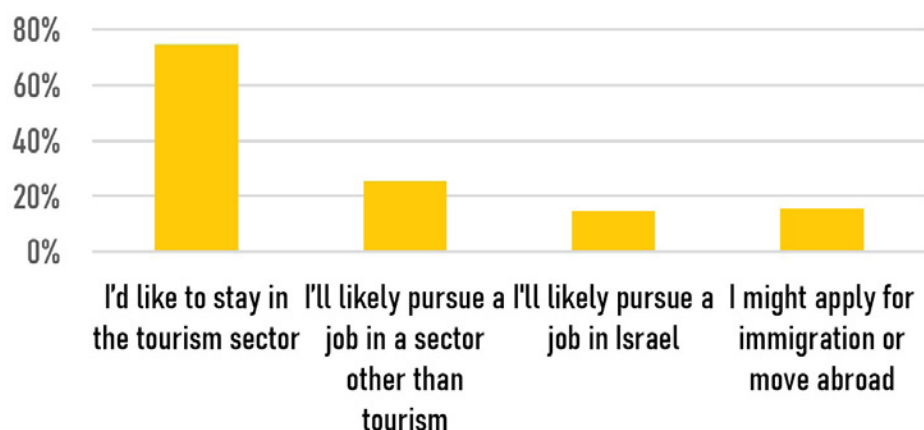
Quelle: GIZ Private Sector Development Programme (PSDP), Palestinian Territories, Sebastian D. Plötzgen, 2020.

In einem zweiten Schritt unterstützte PSDP ein sektorweites Monitoring der Auswirkungen der Coronakrise auf den touristischen Arbeitsmarkt. Im Fokus der Studie standen eine realistische Folgenabschätzung der Pandemie unter verschiedenen Szenarien, insbesondere im Hinblick auf den Erhalt der Lieferfähigkeit der palästinensischen touristischen Wertschöpfungskette. Als wahrscheinlichstes Szenario wurde ein „W“-Verlauf mit wiederholt stark steigender und erneut fallender Nachfrage angenommen, was einerseits eine schnelle Reaktion der Anbieterseite erfordert und zugleich nur schwer überhaupt planbar ist.

Da soziale Sicherungssysteme, wie z.B. Arbeitslosenversicherung oder Sozialhilfe in den palästinensischen Gebieten nicht vorhanden sind, waren und sind viele Beschäftigte gezwungen, sich andere Einkommensquellen zu suchen. Damit einher geht die Gefahr, dass der Tourismussektor einen wesentlichen Teil seiner qualifizierten Arbeitskräfte langfristig verliert.

Bereits im Juni gaben nur noch rund 75% der Befragten an, im Tourismussektor bleiben zu wollen.² Das ist einerseits verständlich und zugleich eine schlechte Nachricht für den ohnehin schon an Fachkräftemangel leidenden Sektor.

Umfrageergebnis: Wie sehen Sie Ihre berufliche Zukunft nach der COVID-19 Krise?



Quelle: Plötzgen, "Impact of the Covid-19 Crisis [...]", s. Anm. 1.

Zugleich sahen 92% der Teilnehmer:innen in der Coronakrise eine Chance, jetzt ihre professionellen Kenntnisse und Fähigkeiten zu verbessern und fast 90% der Befragten waren gewillt dazu online Instrumente zu nutzen; 85% nannten explizit Kenntnisse über persönliche Hygiene im professionellen Arbeitsalltag als Themengebiet.

Umfrageergebnis: Ist die COVID-19 Krise eine Chance für berufliche Weiterentwicklung?

Statement	I agree		I disagree		I don't know	
I want to learn more about personal & professional hygiene and safety at my work.	85,50%	454	7,72%	41	6,78%	36
I'm interested in developing my professional capacities for tourism.	92,09%	489	3,01%	16	4,90%	26
I'm willing to use online tools for self-development.	89,45%	475	4,71%	25	5,84%	31

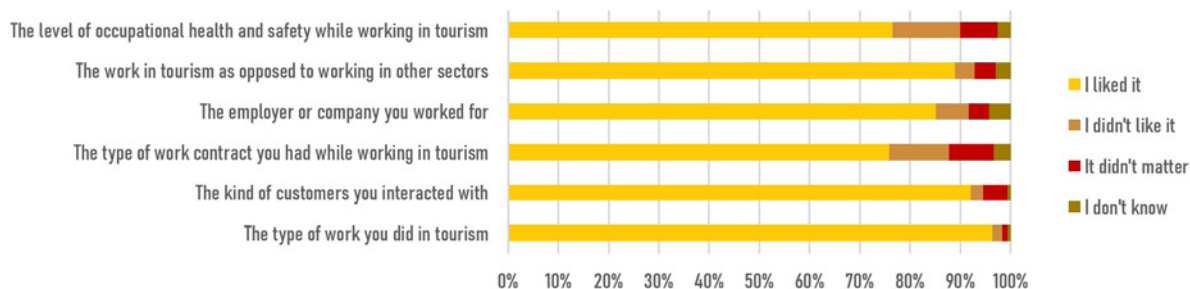
Quelle: Plötzgen, "Impact of the Covid-19 Crisis [...]", s. Anm. 1.

Die hohe Bereitschaft, die aktuelle Krise auch als Chance zur persönlichen Weiterbildung zu verwenden dürfte sich u.a. daher erklären, dass Beschäftigte im palästinensischen Tourismussektor grundsätzlich sehr positiv gegenüber ihrer Arbeit eingestellt sind. Über 96% der Befragten gaben an, ihre Arbeit zu mögen; fast 89% gaben an lieber im Tourismus als in anderen Sektoren zu arbeiten.

² Mehrfachantworten waren erlaubt.



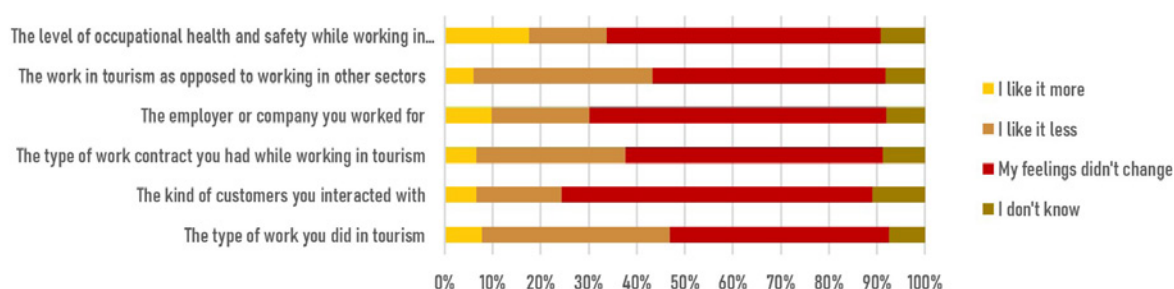
Umfrageergebnis: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrer Beschäftigung im Tourismus vor der COVID-19 Krise?



Quelle: Plötzgen, "Impact of the Covid-19 Crisis [...]", s. Anm. 1.

Die hohe Gesamtzufriedenheit wurde durch die Coronakrise erwartungsgemäß gemindert.

Umfrageergebnis: Hat die COVID-19 Krise Ihre Zufriedenheit mit Ihrer Beschäftigung im Tourismus geändert?



Quelle: Plötzgen, "Impact of the Covid-19 Crisis [...]", s. Anm. 1.

Basierend auf den Studienergebnissen und in enger Abstimmung mit der Taskforce entwickelte PSPD ein Maßnahmenpaket, um die Lieferfähigkeit des Sektors einerseits zu erhalten und zugleich durch gezielte technische Unterstützung den Sektor im Ganzen auf eine Wiederaufnahme des Tourismus unter Corona-Bedingungen vorzubereiten (Schaffung von Rahmenbedingungen auf nationaler Ebene).

Zu den Maßnahmen gehörten u.a.:

- **Initiierung und Begleitung eines kontinuierlichen Branchendialogs** zwischen den Verbänden und dem Ministerium zu aktuellen Entwicklungen des Tourismus lokal und weltweit.
- **Ausarbeitung von sektorweiten Hygiene- und Sicherheitsstandards, um eine grundsätzliche Wiederaufnahme des Tourismus unter Beachtung internationaler Standards zu ermöglichen:** PSPD beauftragte hierzu u.a. mascontour GmbH und Hotel Resilient mit der Ausarbeitung von Standards für die unterschiedlichen touristischen Sektoren und stellte darüber sicher, dass nicht nur internationale Standards berücksichtigt werden, sondern auch, dass die palästinensischen Corona-Standards die vergleichbaren Regeln in Israel und Jordanien mindestens abdecken, um so gemeinsame Rahmenbedingungen für einen grenzüberschreitenden Reiseverkehr sicher zu stellen.
- **Erstellung des „COVID-19 Tourism Operation Manuals for Palestine“³ mit detaillierten Handlungsanweisungen für die einzelnen touristischen Teilsektoren, welche verbindlichen Hygiene- und Arbeitsschutzmaßnahmen zur Anwendung kommen müssen:** Das Handbuch ist eine der derzeit detailliertesten Handreichungen zum Durchführen von Reisen unter Corona-Bedingungen weltweit und bietet in konkreten Schritt-für-Schritt-Anleitungen Handlungsanweisungen für alle touristischen Kernleistungen (Übernachtung, Transport, Reiseführung, Verpflegung), berücksichtigt aber auch Sonderthemen wie Kamel- und Fahrradtouren, Besuche von Handwerksbetrieben und Farmen oder Bedingungen unter denen Tourist:innen die typisch palästinensische Wasserpfeife (arab. Nargile) angeboten werden kann.

3 https://covidready.travel/wp-content/uploads/2020/09/COVID-19_Tourism_operation_Manual_English_final.pdf

- **Aufbau der Jahzeen online Trainingsplattform⁴ mit insgesamt 63 spezifischen Onlinetrainings für einzelne touristische Berufsfelder:** Die Absolvierung der Trainings auf Jahzeen ist seit Oktober 2020 für Tourismusbeschäftigte verpflichtet (Entscheidung des Tourismusministeriums). Hotels müssen z.B. nachweisen, dass ihre Mitarbeiter:innen das jeweilige COVID-Training durchlaufen haben, bevor sie eine Erlaubnis zur Wiedereröffnung erhalten. Zugleich können internationale Reiseanbieter die Trainingszertifikate von lokalen Reiseagenturen anfordern, um sich zu versichern, dass alle eingesetzten Servicekräfte und Leistungsträger geschult sind. Innerhalb von wenigen Wochen registrierten sich über 1.000 Beschäftigte aus allen touristischen Bereichen. Allein im November 2020 wurden die Kursinhalte rund 150.000 mal aufgerufen. Darüber hinaus wird Jahzeen zur Schulung der im öffentlichen Dienst Beschäftigten eingesetzt. Das Tourismusministerium führt z.B. intensive Trainings der Touristenpolizei in ganz Palästina mit Jahzeen durch, um diese mit den neuen Corona-Regeln vertraut zu machen.
- **Einrichtung von COVID-19 Response Officer Positionen:** Jedes touristische Unternehmen in Palästina muss einen Verantwortlichen für die Umsetzung der Corona-Maßnahmen gegenüber dem Tourismusministerium benennen. Die „Response Officers“ sind verantwortlich für das Training der Mitarbeiter:innen, Aufstellen von verbindlichen Hinweisschildern für Mitarbeiter:innen und Gäste und Empfang und Weitergabe von Corona-relevanten Informationen. Bislang sind knapp 1.000 Unternehmen beim Ministerium registriert. Selbstständige (z.B. Reiseführer:innen) sind automatisch zugleich Response Officer.
- **Training des National Hotel Auditor Teams:** Unterstützt von PSDP durch Experten von Hotel Resilient hat das Tourismusministerium (MoTA) zusammen mit der Arab Hotel Association (AHA) ein Team von über 20 Gutachter:innen ausgebildet, die die Umsetzung der Corona-Maßnahmen in den palästinensischen Hotels überwachen. Mit einer von Hotel Resilient speziell für Palästina angepassten Zertifizierungs-Software werden die Hotels in verschiedenen Kategorien bewertet. Nur solche Hotels, die das Zertifizierungsverfahren erfolgreich abschließen, erhalten eine Lizenz vom Tourismusministerium, internationale Gäste zu empfangen. MoTA und AHA veranstalten Schulungen und Trainings für Hotelmanagement an, um Hotels auf die Zertifizierung vorzubereiten.
- **Marketingunterstützung:** PSDP unterstützt den palästinensischen Tourismussektor bei gezielten Marketingaktivitäten in wichtigen Quellmärkten, u.a. in West Europa und Nordamerika. Ein Team von sechs Marketingexpert:innen wurde beauftragt, auf der B2C und B2B Ebene eine Kommunikations- und Marketingstrategie zu entwerfen und umzusetzen. Ende November erschien z.B. das „Palestine Special“ von Frits Meyst und Marco Barneveld auf WideOyster (Link: <https://magazine.wideoyster.com/de/ausgabe-12/>) in Deutsch, English, Niederländisch und Spanisch.

COVID-19 Handbuch und Jahzeen e-Learning Plattform



Quelle: GIZ Private Sector Development Programme (PSDP), Palestinian Territories, Sebastian D. Plötzgen, 2020.

⁴ www.jahzeen.ps



COVID-19 Hoteltraining des Tourismusministeriums in Ramallah und Bethlehem und Marketingkampagne



Quelle: Palestine Ministry of Tourism and Antiquities, Majid Ishaq, 2020. und WideOyster (<https://magazine.wideoyster.com/de/ausgabe-12/>).

Perspektiven

Die Corona-Pandemie wird die weltweite Tourismusindustrie noch weit in 2021 hinein und vermutlich darüber hinaus empfindlich beeinträchtigen. Auch mit der Verfügbarkeit eines zuverlässig wirksamen Impfstoffes ist nicht zu erwarten, dass die Abstands- und Hygieneregeln kurzfristig aufgehoben werden können, zumal die Impfstoffproduktion auch auf Sicht kaum den Bedarf decken werden kann.

Es ist davon auszugehen, dass Reisen mindestens in diesem, eventuell auch noch im Jahr 2022 unter Corona-Bedingungen stattfinden muss.

Die von GIZ PSDP unterstützte Arbeit der Taskforce zielt kurz- und mittelfristig darauf, Rahmenbedingungen in Palästina zu schaffen, die touristisches Reisen mit vertretbarem Risiko für Reisende und Beschäftigte ermöglichen um:

- den Anschluss an die Nachbardestinationen Israel und Jordanien nicht zu verlieren und durch die sektorweite Umsetzung und kontinuierliche Überwachung hohen Hygiene- und Sicherheitsstandards einen reibungslosen Grenzverkehr zu ermöglichen;
- Palästina als sicheres und mit vertretbarem Risiko bereisbare Destination auch während die Coronakrise andauert in internationalen Quellmärkten weiterhin zu positionieren;
- die Lieferfähigkeit des Sektors soweit aufrecht zu erhalten, dass touristische Anbieter kurzfristig auf Nachfrageschwankungen reagieren können.

Ausblick

Die Erfahrung mit vergangenen Krisen hat gezeigt, dass der Pilgertourismus stets der verlässlichste Markt für den palästinensischen Incoming-Tourismus war und obwohl der relative Umsatzanteil der Pilgerreisen zuletzt rückläufig, dürfte sich dieses Segment als erstes erholen.

Zugleich bietet der erzwungene Stillstand, eine Chance das touristische Portfolio Palästinas neu auszurichten. Nach allem, was sich bislang global abzeichnet, wird sich – zumindest mittelfristig – auch das Reiseverhalten und die Anspruchshaltung von Reisenden verändern; weg vom Niedrigpreis- und Gruppensegment hin zu bewussterem Reisen, kleineren Reisegruppen, individuellerer Reiseplanung und höheren Ansprüchen an Servicequalität und sichtbare Hygienestandards.

Auf diese geänderte Nachfrage hatte der palästinensische Tourismussektor bislang keine klare Antwort gefunden. In der aktuellen Krise kann eine Chance liegen, dass sich der Sektor oder zumindest einige Anbieter neu ausrichten und mit einem anderen, nachfrageorientierten Portfolio an den Markt zurückkehren.

Voraussichtlich im Jahr 2021 startet PSDP ein von der Europäischen Union kofinanziertes Tourismusförderprogramm in Ostjerusalem, das das touristische Privatsektorförderprogramm in der West Bank komplementieren wird. Im Vordergrund steht die Entwicklung von innovativen touristischen Angeboten und Dienstleistungen.

Kontakt

Sebastian Plötzgen, sebastian.ploetzgen@giz.de

Programme Advisor, Private Sector Development Programme (PSDP), Palestinian Territories, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH
www.giz.de



16 Resilienz im Tourismus: Warum „zurück zum Normalzustand“ nicht wünschenswert ist

Christina Kamp – freie Journalistin

Wurden im Weltrisikobericht 2020 Infektionskrankheiten nicht zu den zehn wahrscheinlichsten Risiken mit direkten, massiven Auswirkungen auf das menschliche Leben gezählt, hat sich diese Einschätzung inzwischen deutlich geändert. Die Krise, die das Coronavirus SARS-CoV-2 und die Maßnahmen zu seiner Eindämmung ausgelöst haben, stellt uns vor enorme und komplexe Herausforderungen, überall auf der Welt.

Der Tourismus ist eine der am stärksten beteiligten und betroffenen Branchen, nicht nur in der Pandemie, sondern auch angesichts drohender Umwelt- und Klimagefahren. Hinzu kommen Ungleichheit und gesellschaftliche Fragmentierung, die der Weltrisikobericht 2021 als zunehmende Risiken ebenfalls in den Blick rückt.

Wie widerstandsfähig unsere Gemeinschaften und Gesellschaften sind und wie gut oder schlecht wir die vielfältigen Dimensionen dieser und weiterer möglicher Krisen bewältigen, wird sich erst noch herausstellen. Es gibt jedoch Konzepte und Erfahrungen, die dazu beitragen können, unsere Welt nachhaltiger und resilienter und damit insgesamt zukunftsfähiger zu machen.

Resilienz, d.h. Widerstandsfähigkeit oder auch Krisenfestigkeit, ist ein Konzept, dessen Relevanz sich angesichts der aktuellen Krisenerfahrungen stärker und breiter erschließt denn je. Bereits 2014 hat das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) in seinem „Bericht über die menschliche Entwicklung“ Risikofaktoren analysiert, durch die Entwicklungsfortschritte zunichte gemacht werden könnten, und Möglichkeiten zur Stärkung der Resilienz aufgezeigt. Inzwischen hat das „Resilienz-Denken“ auch Eingang in die Tourismusforschung gefunden.

Wessen Resilienz?

Dabei ist die Frage, wie der Tourismussektor oder einzelne Unternehmen die Corona-Krise überstehen werden, unter Resilienz-Gesichtspunkten nur eine unter vielen möglichen Fragestellungen. Sie zielt auf sektor- oder organisationsspezifisches Krisenmanagement ab, mit dem Ziel, baldmöglichst wieder zum „Normalzustand“ zurückzukehren, unabhängig davon, wie wünschenswert oder nachhaltig dieser eigentlich war. Resilienz heißt entsprechend „wertfrei“ betrachtet, einfach wieder „auf die Beine zu kommen“. Diesem engen Verständnis nach hat der Tourismus sich in der Vergangenheit wiederholt als resilient erwiesen: Ob nach Terroranschlägen, Naturkatastrophen oder Wirtschaftskrisen, meist ging es bald schon wieder „weiter wie bisher“ – einschließlich sämtlicher Nachhaltigkeitsdefizite, die die Branche prägen.

Ein anderer Ansatz, der sich in der Tourismusforschung häufig widerspiegelt, fragt nach der Resilienz touristischer Zielgebiete. Betrachtet werden dabei auch gravierende Veränderungen, die durch den Tourismus selbst verursacht werden. Denn auch „Overtourism“ und damit verbundene Überlastungserscheinungen können im kleineren oder größeren Maßstab krisenhafte Ausmaße annehmen.

Breiter entwicklungspolitisch angelegt ist die Frage: Wie müssten Gemeinschaften oder Gesellschaften aufgestellt sein, um mit Krisen oder unerwünschten Veränderungen bestmöglich umgehen zu können? Und: Welche „Vulnerabilitäten“ bestehen, d.h. inwiefern sind Gemeinschaften oder bestimmte Gruppen in einer Gesellschaft besonders gefährdet, anfällig oder verletzlich – also „vulnerabel“? Vor diesem Hintergrund lässt sich der Tourismus darauf hin untersuchen, ob und wie und unter welchen Bedingungen er Widerstandsfähigkeit stärkt, Anfälligkeit mindert und gesellschaftlicher Ungleichheit entgegenwirkt.

Resilient wogegen?

Anders als die Pandemie entwickeln sich viele Krisen über längere Zeiträume hinweg, darunter einige derjenigen, die laut Weltrisikobericht 2021 als am wahrscheinlichsten wahrgenommen werden, allen voran zunehmende Extremwetterereignisse, ein Versagen der Klimapolitik und die Zerstörung der Umwelt, aber auch der dramatische Verlust an biologischer Vielfalt und Ungleichheiten in verschiedenen Ausprägungen.

All dies könnte uns umso härter treffen, je mehr wir es über die Coronakrise aus dem Blick verlieren. Krisen können zeitgleich auftreten und sich gegenseitig verstärken, zum Beispiel wenn der Klimawandel im sibirischen Permafrostboden Krankheitserreger freisetzt, die längst ausgerottet schienen, oder wenn er das Artensterben beschleunigt.

Resilienz als Transformation

Was im Lichte der Corona-Krise und im Schatten vieler weiterer akuter oder bevorstehender Krisen nützt, ist „transformative Resilienz“. Sie beschreibt die Fähigkeit eines Systems, sich komplett zu wandeln und gestärkt aus einer Krise hervorzugehen. Neben abstrakt formulierten Resilienz-Merkmalen in der Literatur zeigen auch ganz praktische Beispiele, dass Krisen sich leichter bewältigen lassen, wenn man nicht nur von einer Einkommensquelle wie dem Tourismus abhängig ist, sondern breiter aufgestellt ist.

Insbesondere der gemeindebasierte Tourismus erweist sich in vielen Fällen als widerstandsfähiger als der konventionelle Tourismus. Wo es Dorfgemeinschaften gelungen ist, sich daraus ein Zusatzeinkommen zu erwirtschaften, zugleich aber ihre landwirtschaftlichen und anderen Aktivitäten beizubehalten, wirkt sich die Krise weit weniger existenzbedrohend aus.

Breit aufgestellt besser durch die Krise

In Wayanad im südindischen Bundesstaat Kerala war es 2018 und 2019 der Home-Stay-Tourismus, der einigen Bäuerinnen und Bauern geholfen hat, Ernteverluste in der Landwirtschaft auszugleichen. Zwei Jahre in Folge war ihr Distrikt durch den Monsun von schweren Überschwemmungen betroffen. Inzwischen haben sie ihren Pflanzkalender anpassen können, um die Risiken zu mindern. Nun bleiben umgekehrt in der Corona-Krise die Gäste aus und die Familien kümmern sich verstärkt um ihre Gemüsegärten, ihre Felder und ihr Vieh und legen auf traditionelle Weise Lebensmittelvorräte an. Entsprechend einem von Kabani (TO DO-Preisträger 2016) entwickelten Konzept haben die beteiligten Familien auf den Bau rein touristischer Unterkünfte von Anfang an verzichtet. Wenn Gäste kommen, werden sie in den Häusern ihrer Gastgeber:innen untergebracht. So entstand zu keinem Zeitpunkt Druck, Unterkünfte auslasten und Investitionen amortisieren zu müssen. Was nicht heißt, dass nicht investiert wird: zum Beispiel in Online-Workshops, Recherchen, Fortbildungen und Vernetzung. Dabei ist Fortbildung keine Einbahnstraße. Auch das Kabani-Team hat von den Bäuerinnen und Bauern gelernt, die Krise besser zu meistern, und baut nun auch im städtischen Umfeld mehr Nahrungsmittel zur Selbstversorgung an.

Auch in Thailand war der gemeindebasierte Tourismus bislang weniger stark von der Corona-Krise betroffen als einige andere Sektoren. Viele Gemeinschaften sind Lernorte für andere und in der Pandemie unterstützen staatliche Stellen den Austausch zwischen thailändischen Gemeinschaften. Angebote wurden weiterentwickelt und neu ausgerichtet, um die Basis des gemeindebasierten Tourismus landesweit zu stärken. Dorfgemeinschaften bekamen Anregungen, gesundheitsbezogene Elemente in ihr Angebot aufzunehmen, zum Beispiel gesunde Gerichte auf der Speisekarte, Meditationskurse oder Heilpflanzen.

In Iran gilt der gemeindebasierte Tourismus ebenfalls als Möglichkeit, ländliche Regionen zu stärken und Landflucht zu verhindern. Die Bevölkerung ist Krisen gewöhnt: politische Instabilität, Handelssanktionen, Erdbeben, Wasserknappheit. Vor diesem Hintergrund hat die Dorfbevölkerung von Esfahk (TO DO-Preisträger 2020) ein touristisches Gemeinschaftsprojekt entwickelt. Die einst durch ein Erdbeben zerstörten Lehmbauten des alten Dorfes wurden erdbebensicher neu aufgebaut und für Gäste nutzbar gemacht. Dazu wurde traditionelles Wissen gemeinsam wiederbelebt und mit modernen Techniken auf den neusten Stand gebracht. Esfahk lebt jedoch weiterhin hauptsächlich von der Landwirtschaft. So kümmert sich die Dorfgemeinschaft in der Corona-Krise um ihre Felder und hat Tanks zur Wasseraufbereitung installiert, um Abwässer zur Bewässerung in der Landwirtschaft nutzbar zu machen.

Krisen als Chancen

Aus den Erfahrungen gemeindebasierter Tourismusprojekte lassen sich belastbare Erfolgskriterien für politische Handlungskonzepte ableiten. Sie können Anregung geben, Rettungspakete und Hilfsprogramme in der Corona-Krise so zu gestalten, dass sie nicht nur kurzfristig Einkommensverluste abfedern, sondern touristische Akteur:innen langfristig zukunftsfähiger machen.



Die Beispiele machen deutlich, dass es strukturell angelegte Grundlagen sind, die in der Krise und durch die Krise hindurch helfen. Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Selbstversorgung (vor allem, aber nicht nur in der Landwirtschaft) und der Einbindung in regionale und internationale Wertschöpfungsketten hilft riskante Abhängigkeiten zu vermeiden. Angebote für ein breites Nachfragespektrum mit Schwerpunkten auf Natur und Gesundheit, die nicht nur von Tourist:innen sondern auch von Einheimischen genutzt werden können, ermöglichen positive Synergien.

Eingeübte Bürgerbeteiligung in den Destinationen und gemeinsame Lernprozesse können helfen, durch Einbeziehung verschiedener Sichtweisen zu gut durchdachten und breit akzeptierten Lösungen zu kommen. Kooperation, Kommunikation und Vertrauen stärken den gesellschaftlichen Zusammenhalt in der Transformationsphase. Dieser Zusammenhalt ist umso wichtiger, je mehr wir es mit sich überlappenden Krisen und zunehmenden Disparitäten zu tun haben.

Ein vorsorgendes Resilienz-Denken stützt und ergänzt das Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung. Es hilft, Schwachpunkte zu erkennen und mit Risiken besser umgehen zu können. Nicht durch „zurück zum Normalzustand“, sondern nur im Sinne von „Krisen als Chancen“ bei hoher Anpassungs- und Transformationsfähigkeit kann es auch den Erhalt der Lebensgrundlagen heutiger und zukünftiger Generationen befördern. So gehen Resilienz und Nachhaltigkeit Hand in Hand.

Literatur:

Daengnoy, Jaranya; Kamp, Christina (2020): Stärker und Besser nach der Krise. Perspektiven zum Inlandstourismus in Thailand. TourismWatch Nr. 103, Dezember 2020.

<https://www.tourism-watch.de/de/schwerpunkt/thailand-staerker-und-besser-nach-der-krise>

Fathi, Karim (2019): Resilienz im Spannungsfeld zwischen Entwicklung und Nachhaltigkeit. Anforderungen an gesellschaftliche Zukunftssicherung im 21. Jahrhundert. Springer VS, Wiesbaden.

Ghods-Moghaddam, Salome (2020): Krisen gemeinsam bewältigen. TODO-Preisträger 2020: Esfahk Historical Village im Iran. TourismWatch Nr. 101, Juni 2020.

<https://www.tourism-watch.de/de/schwerpunkt/krisen-gemeinsam-bewaeltigen>

Hall, Michael; Prayak, Girish; Amore, Alberto (2017): Tourism and Resilience: Individual, Organisational and Destination Perspectives. Channel View Publications, Bristol.

Ray, Joyatri; Mangalassery, Sumesh, K.T., Suresh (2020): Tourismus als sichere Lebensgrundlage? Erfahrungen aus der Corona-Krise. TourismWatch Nr. 101, Juni 2020.

<https://www.tourism-watch.de/de/schwerpunkt/tourismus-als-sichere-lebensgrundlage>

UNDP (United Nations Development Programme)/ DGVN (Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen) (2014): Bericht über die menschliche Entwicklung 2014. Den menschlichen Fortschritt dauerhaft sichern: Anfälligkeit verringern, Widerstandskraft stärken. New York/Berlin.

https://dgvn.de/fileadmin/publications/PDFs/UN_Berichte/HDR/HDR_2014/HDR-2014-Internet.pdf

World Economic Forum (2021): The Global Risks Report 2021.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2021.pdf

Kontakt

Christina Kamp, ChristinaKamp@web.de

freie Journalistin und Übersetzerin mit Schwerpunkt Tourismus und Entwicklung

17 Corona und Urlaubsreisen

Prof. Dr. Martin Lohmann – Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) GmbH

Seit Jahresanfang 2020 beeinflusst das Auftreten und die rasche Ausbreitung des Corona Virus SARS-CoV-2 und der dadurch verursachten Erkrankung COVID-19 das Leben in nahezu allen Ländern der Welt. Die Entwicklung wird als „Pandemie“ angesehen. Die Zahl der Infizierten, der tatsächlich Erkrankten und der an bzw. mit COVID-19 Verstorbenen stieg bis ins Frühjahr 2021 global und auch in Deutschland (CSSE 2021, RKI 2020, Wu & McGoogan 2020). Mit einem raschen Abklingen ist nicht zu rechnen.

Die Erkrankung bzw. die Berichte darüber führen zu Gefühlen von Angst und Unsicherheit, u.a. wegen der Neuartigkeit des Virus, wegen der möglichen persönlichen Betroffenheit auch in westlichen Gesellschaften und wegen seiner raschen und weltweiten Ausbreitung. Die gesellschaftliche Wahrnehmung von und Reaktion auf Corona kann als ein „Massen“-Phänomen (Ortega y Gasset, 1930) betrachtet werden. Gemeint ist, dass nahezu alle Menschen auf die gleichen Reize achten und sehr viele Menschen ähnlich darauf reagieren. Man fokussiert sich auf ein Thema bzw. Risiko und orientiert sich an Autoritäten, von denen Regeln und Führung erwartet werden.

In Deutschland und in fast allen anderen Ländern der Welt wurden teils drastische Maßnahmen zur Eindämmung der Verbreitung des Corona Virus SARS-CoV-2 eingeführt. Diese Vorsichtsmaßnahmen, obwohl deren Durchsetzung in vor-Corona-Zeiten unvorstellbar war, finden weitgehend Akzeptanz in der Bevölkerung (Scheu 2020; Kühne et al. 2020). Sie führen zu erheblichen wirtschaftlichen, sozialen und persönlichen Folgen, die ihrerseits jetzt und in Zukunft auf die Gesellschaft wirken. Man kann ferner vermuten, dass durch die in Deutschland und anderen Ländern eingesetzten Maßnahmen der Prozess der Verbreitung der Infektion zwar verlangsamt wird, aber dennoch fortschreitet.

Dieses eindrucksvolle Geschehen hat einschneidende Auswirkungen auf den Tourismus.

Tourismus und frühere Katastrophen und Krisen im Umfeld

Die Geschichte des Tourismus ist voller Katastrophen und Krisen gewesen, vom Reaktorunglück, über Naturkatastrophen, Wirtschaftskrisen und Kriegen bis zu Terrorattentaten in den verschiedensten Gegenden der Welt, auch in Deutschland. Gewissermaßen war das Vorliegen irgendeiner Krise eher der Normalfall als die Ausnahme. Die Effekte der Krisen auf den Tourismus waren meist zeitlich und regional oder sektoral begrenzt, dann und dort aber heftig, vor allem wenn die Grundvoraussetzungen des Tourismus (Lohmann & Beer 2003) betroffen sind, also die Attraktivität, die Ausstattung und die Erreichbarkeit von Destinationen auf der Angebotsseite und das Reisen können (Ressourcen) und Reisen wollen (Motivation) auf der Nachfrageseite. Für die jeweils betroffenen touristischen Akteure bedeuteten diese Krisen große Herausforderungen mit Handlungserfordernissen, und natürlich gab es auch Effekte auf die touristische Nachfrage (vgl. Lohmann 2018). Allerdings waren die im touristischen Nachfrageverhalten in Deutschland insgesamt sichtbaren Folgen solcher Ereignisse angesichts der jeweils vorangegangenen Dramatik überraschend gering. Dieses „Missverhältnis“ lässt sich zum einen erklären durch die Begrenzung der einzelnen Krisen (zeitlich/regional/sektoral), die auch dazu führt, dass viele der Krisen der Vergangenheit mit der Urlaubswirklichkeit der meisten Deutschen nichts zu tun hatten. Außerdem bringt es die Multi-Optionalität der Kund:innen im Tourismus mit sich, dass ein vorübergehend nicht zur Verfügung stehendes Angebot für sie kein Problem ist, weil andere, ebenfalls geschätzte Produkte als Alternative zur Verfügung stehen.

Die Erfahrungen aus früheren Krisen sind im aktuellen Fall wegen der besonderen Situation (Zenker & Kock 2020) nicht direkt anwendbar. Zwar gab es auch früher Einschränkungen der Grundvoraussetzungen des Tourismus, aber diese waren jeweils begrenzt auf die Nachfrage- oder auf die Angebotsseite und auf einen geografischen Raum, während der Rest der Welt relativ unbeteiligt war. Insofern ist die im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie entstandene Situation im Tourismus ganz außerordentlich. Besonders ist neben der gleichzeitigen Betroffenheit von Angebots- und Nachfrageseite des Tourismus in der ganzen Welt das lange Andauern der Pandemie und die global starke Ausrichtung der Aufmerksamkeit auf die mit diesem Virus einhergehenden Risiken unter Vernachlässigung anderer Risiken. Dennoch kann man aus früheren Krisenerfahrungen „Lehren ziehen“: Die Wirkung einer Krise auf die touristische Nachfrage ist nicht simpel, sondern entwickelt sich über mehrere Stufen und lässt sich nur aus der tatsächlichen Betroffenheit und in Kenntnis anderer Einflussfaktoren ableiten. Um diese zu identifizieren, ist eine angemessene Modellvorstellung hilfreich. Ferner ist nicht alles, was in und nach einer Krise passiert, zwangsläufig deren Folge.



Wirkungspfade im Überblick

Die mögliche Wirkung der Corona-Pandemie kann auf verschiedenen Pfaden den Tourismus beeinflussen. Dies kann auf direktem Wege geschehen, indem touristische Anbieter oder Nachfrager aufgrund von Erkrankung mit dem Virus gewissermaßen ausfallen.

Auf indirektem Wege wirken vor allem die von Politik und Verwaltung erlassenen Corona-Regelungen: Aufgrund der gegen die rasche und weitere Verbreitung des Virus ergriffenen Maßnahmen (u.a. Ausgangssperren, Übernachtungsverbote, Grenzschließungen, Kappen von Verkehrsverbindungen) gibt es kein oder ein verringertes Angebot und eine verringerte Nachfrage, weil Verreisen verboten oder zumindest unerwünscht ist. Betroffen sind hier im Tourismus die Grundvoraussetzungen (Lohmann & Beer 2013) sowohl auf der Nachfrageseite als auch auf der Angebotsseite.

Weiter können die wirtschaftlichen Auswirkungen der getroffenen Maßnahmen die finanziellen Voraussetzungen der potenziellen Tourist:innen verändern. Motivational kann die Reiselust aufgrund des Infektionsrisikos sinken aber auch aufgrund der als unattraktiv wahrgenommenen aktuellen Bedingungen (z. B. unsichere Realisierung möglicher Pläne, befürchteter Geldverlust bei Stornierungen, fehlender Reisespaß unter Hygienebedingungen).

Dabei kann auch das grundsätzliche Image des Reisens eine Rolle spielen: Der Tourismus ist in die Corona-Krise verstrickt: Das Virus wird durch Reisende in die Welt getragen. Immer wieder treten das Virus und der Tourismus gemeinsam auf die Bühne.

Demgegenüber stehen potenziell die persönlichen positiven Effekte von Urlaubsreisen, wie Erholung, Festigung der Gesundheit, soziale Bindungen etc. (vgl. FUR 2019, Modul „Customer Value“ im Rahmen der Reiseanalyse 2019; Lohmann 2019). Das wäre in der jetzigen Zeit ein Pfund, mit dem man wuchern könnte, sowohl zur Prävention wie auch zur späteren vollständigen Wiederherstellung der Gesundheit: Urlaubsreisen, die aus der Masse an Alltagskontakten herausführen, die Bewegung an frischer Luft bieten und so die Abwehrkräfte stärken, können die Ausbreitung des Virus ebenfalls verlangsamen und die Schwere einer möglichen Erkrankung auch senken (s. Hobday 2020).

Corona und das touristische Angebot

Im Frühjahr 2020 waren auf der Angebotsseite Reiseziele überwiegend nicht erreichbar und/oder geschlossen. Seit Mitte Mai 2020 wurden Destinationen, Unterkünfte und Attraktionen schrittweise wieder zugänglich, ab Herbst wurden diese Öffnungen wieder zurückgenommen. Ab November 2020 gab es für deutsche Reisende nur ein sehr begrenztes verfügbares Angebot, das überdies unzuverlässig war, weil ständig kurzfristige Änderungen drohten.

Die Einschränkungen sind für die Tourismusbranche eine wirtschaftliche Katastrophe. Schon im April 2020 schätzte der WTTC, dass aufgrund der Corona Krise 75 Millionen Arbeitsplätze im weltweiten Tourismus gefährdet seien und der Branche über 2,1 Billionen US\$ im Umsatz fehlen könnten (WTTC 2020). Unternehmen werden also vom Markt verschwinden; und den verbleibenden wird der finanzielle Handlungsspielraum eingeschnürt (Reduzierung von Investitionen in die Zukunft, Marketing etc.). In vielen Fällen wird Personal entlassen werden. Diese wirtschaftlichen Katastrophen spielen sich oft in ansonsten strukturschwachen Räumen ab, so auch in vielen Entwicklungsländern (Tourism Review 2020a). „Dominoeffekte“ sind zu erwarten, die auch Unternehmen außerhalb des eigentlichen Tourismus betreffen (z. B. Naturschutz, Handwerk, Industrie, Kultur, s. Tourism Review 2020b). Hinzu kommt für die touristischen Akteure ein weitgehender Kontrollverlust im Hinblick auf die Möglichkeiten, die Situation zu eigenen Gunsten zu beeinflussen.

Effekte auf die Nachfrage

Auf der Nachfrageseite sind durch die Folgen der Maßnahmen gegen die Corona-Pandemie die nötigen Voraussetzungen Reisen-Können (Ressourcen) und Reisen-Wollen (Motivation) betroffen, die zusammen bestimmen, ob und wie im Urlaub verreist wird (Lohmann & Beer 2013). Ressourcen sind dabei sowohl auf individueller Ebene (z. B. Geld, Zeit, Gesundheit) als auch auf kollektiver Ebene (z. B. Reisefreiheit) notwendig.

Im Hinblick auf konkrete Reisepläne potentieller Tourist:innen können im Wesentlichen folgende Punkte eine Rolle spielen:

Hemmend:

- Die fehlende bzw. nicht verlässliche Verfügbarkeit von Tourismus Produkten
- Die Krankheit selbst
- Finanzielle Einschränkungen
- Die soziale Wahrnehmung als Pandemie in unsicheren Zeiten
- Angst vor Regelverstoß
- Image des Tourismus als gefährlich und krankmachend
- Die Einschränkungen des freien Verhaltens im Urlaub, fehlendes Urlaubsgefühl
- Eigene Anforderungen an Sicherheit und Freiheit von Gesundheitsrisiken

Fördernd:

- Aufgestaute Reiselust nach Monaten der Beschränkung
- Wunsch, aus der hässlichen Corona Welt auszubrechen
- Erwartung positiver Effekte einer Urlaubsreise auf Fitness, Gesundheit und damit auf eine Stärkung der Widerstandskraft

Solange das touristische Angebot nicht zugänglich ist oder nicht genutzt werden darf, kann touristische Nachfrage dort nicht entstehen. Das weitgehende Nichtstattfinden von Tourismus im Jahr 2020 ist im Wesentlichen auf das fehlende Angebot zurückzuführen.

Daneben sind die Effekte der Corona-Erkrankung selbst zu nennen, also eigene Erkrankung oder Erkrankung im persönlichen Umfeld, die die touristische Nachfrage potentiell verringern. Erhebungen im Rahmen der Reiseanalyse 2021 zufolge ist in dieser Hinsicht bislang ein kleiner Teil der Bevölkerung betroffen (8% der Befragten im Sept. 2020, FUR 2020) und dies auch nur temporär.

Wirtschaftliche Effekte infolge der Corona-Maßnahmen wirken in unterschiedlicher Weise: Durch die weitgehende Stilllegung des öffentlichen Lebens in Zeiten des Lockdowns oder des Lockdowns light sind im Jahr 2020 in manchen Fällen eigentlich vorgesehene Ausgaben, z. B. für Urlaubsreisen, eingespart worden, so dass jetzt mehr finanzielle Ressourcen bereitstehen. Umgekehrt gab es durch Kurzarbeit oder ganz wegfallende Arbeitsplätze finanzielle Engpässe während des Lockdowns. Manche Berufsgruppen mussten in dieser Zeit aber auch ungewöhnlich viel arbeiten bzw. für den Notfall bereitstehen. Mittelfristig geraten durch die Corona-Pandemie die Weltwirtschaft und mit ihr die deutsche Volkswirtschaft in eine Rezession. Das zeigte bereits die Frühjahrsprojektion 2020 zur wirtschaftlichen Entwicklung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi 2020b). Für das Jahr 2020 rechnet die Bundesregierung mit einem preisbereinigten Rückgang des Bruttoinlandsprodukts um 6,3%. Für das Jahr 2021 wird im Zuge des Aufholprozesses ein Zuwachs in Höhe von 5,2% erwartet (BMWi 2020c). Insgesamt ist aber mit der wirtschaftlichen Entwicklung dämpfenden Auswirkungen bis mindestens 2022 zu rechnen. Diese wirtschaftlichen Folgen werden dazu führen, dass manchen Verbrauchern das Reisen finanziell gar nicht oder nicht im bisherigen Umfang möglich sein wird. Wie die September-Befragungen im Rahmen der RA 2021 gezeigt haben, ist in diesem Bereich die Betroffenheit besonders hoch. Insgesamt 25% der Bevölkerung stufen sich als in wirtschaftlicher Hinsicht betroffen (Arbeitsplatz; Finanzen) ein. Dennoch sinkt der Anteil derjenigen, die für die nächsten 12 Monate ausreichende finanzielle Möglichkeiten zum Verreisen sehen, nur von 62% im November 2019 auf 58% im September 2020 (FUR, 2020). Die wirtschaftlichen Auswirkungen der Pandemie dürften vor allem gesellschaftliche Gruppen treffen, die für die Reisenachfrage weniger bedeutsam sind.

Auch auf die motivationale Seite der Nachfragevoraussetzungen, also das Reisen-Wollen, wirken die Corona-Geschehnisse: Dazu zählt die persönliche Wahrnehmung der Gesamtsituation mit Unsicherheit und Ängsten, die oft ein Spiegel der gesellschaftlichen Reaktion ist. In einer als insgesamt gefährlich angesehenen Lage hat man weniger Neigung, sich den Risiken einer Reise auszusetzen.

Ein für den Tourismus wichtiges Thema ist auch, was die Effekte einer längeren Periode aufgezwungener Untätigkeit sind. Hier ist eine Art „Lähmung“ möglich (Zeisl, Jahoda und Lazarsfeld 1933; Seligman 1972), bei deren



Entstehen die Untätigkeit während des Lockdowns und die verminderten sozialen Kontakte verbunden mit den weiteren Einschränkungen des öffentlichen Lebens und der Virusangst eine Rolle spielen und aus der die Individuen nicht automatisch wieder „erwachen“. Umgekehrt kann man annehmen, dass wochenlange Quarantäne und Nicht-Teilhabe am öffentlichen Leben zu einem großen Drang führen, anschließend herauszukommen, also z. B. Urlaubsreisen zu tätigen. Beide Tendenzen können auch gleichzeitig und in einer Person vorhanden sein und dort dann zu Konflikten führen.

Weitere zu erwartende Effekte unsicherer Zeiten und angstbesetzter Vorstellungen sind die Bevorzugung bewährter Verhaltensweisen und die enge Orientierung an Anderen und an Autoritäten. Schließlich sind auch psycho-soziale Langzeitwirkungen des Pandemiegeschehens nicht auszuschließen. Allerdings zeigt eine Studie des DIW (Entringer und Kröger 2020), dass im Hinblick auf die psychische Gesundheit die Menschen bislang den Lockdown besser verkräftet haben als erwartet. Dies deutet auf eine im Allgemeinen starke Resilienz der Bevölkerung hin.

Tatsächlich zeigen die bisherigen Erhebungen zur Reisetimmung der Deutschen (FUR, 2020) einen nur leichten Rückgang der Reiselust: Es sinkt der Anteil derjenigen, die für die nächsten 12 Monate schon jetzt Urlaubslust verspüren, von 57% im November 2019 auf 53% im September 2020 (FUR, 2020).

Insgesamt zeigen sich damit gute Voraussetzungen auf der Nachfrageseite für einen raschen Neustart, sobald die Bedingungen Reisen wieder möglich machen. Ob und wie die Corona Maßnahmen-bedingten Einschränkungen und Faktoren auf die Reisetimmung wirken, ist allerdings von Person zu Person unterschiedlich, in Abhängigkeit von Aspekten der Persönlichkeit, der Gesundheit, den eigenen Erfahrungen mit bzw. Betroffenheit in Bezug auf die Corona Erkrankung und die Folgen der Maßnahmen, der eigenen Reiseerfahrung und der persönlichen Bedeutung von Reisen. Man wird hier – wie eigentlich nie – die Tourist:innen aus Deutschland nicht alle über einen Kamm scheren können.

Auf die touristische Nachfrageentwicklung in nächster Zeit wirken die Corona Faktoren nur unter anderen. So wie vorher spielen alle anderen natürlichen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen und das touristische Angebot eine wesentliche Rolle. Auch die langfristigen Antriebe des touristischen Verhaltens sind ja nicht verschwunden, sie sind in der Diskussion nur in den Hintergrund getreten. Die grundsätzlichen Motive für Urlaubsreisen (Lohmann 2017), die Einstellungen und Images steuern das Nachfrageverhalten auch in Zukunft, ebenso die bisherigen Erfahrungen als Tourist:innen, die ja in den meisten Fällen angenehm und erfolgreich waren, eben einen „customer value“ hatten (Lohmann 2019).

Ausblick

Die Zugänglichkeit und die Kapazitäten touristischer Angebote werden ausschlaggebend für das tatsächliche touristische Geschehen sein. Diese Zugänglichkeit war im Jahr 2020 nur zum Teil gegeben, entsprechend gab es starke Rückgänge beim Volumen der Urlaubsreisen (-40% zum Vorjahr, FUR 2021) und noch stärkere bei touristischen Produkten der Reiseveranstalter (ca. -75%, a.a.O.). Schwer getroffen sind auf der Angebotsseite sämtliche Segmente der Touristikwirtschaft, also z. B. Hotellerie, Gastronomie, Verkehrsunternehmen, Reiseveranstalter und -büros.

Hinsichtlich der touristischen Nachfragepotenziale führt die Corona-Pandemie und die in diesem Zusammenhang ergriffenen Maßnahmen zu einer vorübergehenden Dämpfung. Diese Reduktion ergibt sich aus einer Kombination von wirtschaftlichen Schwierigkeiten für einen Teil der Bevölkerung und allgemeinen sowie spezifisch tourismusbezogenen Einstellungen und Vorstellungen. Insgesamt sind die Voraussetzungen auf der Nachfrageseite aber weiterhin grundsätzlich gut.

In der Pandemie und auch bei deren absehbarem Ende führen Unsicherheiten und Bedenken zum Abwarten bei der konkreten Reiseplanung und -buchung. Urlaubspräferenzen werden vorübergehend an das Mögliche angepasst. Währenddessen gibt es einen erhöhten Informationsbedarf auf der Kundenseite. Corona-spezifische Bedenken und Sorgen betreffen auch organisatorische und finanzielle Aspekte (z. B. Stornierungsmöglichkeiten). Zusätzliche Anforderungen bestehen an das touristische Angebot im Hinblick auf Hygiene, dann aber auch darauf, ein fröhliches Urlaubserlebnis trotz Vorsichtsmaßnahmen zu gewährleisten.

Die Basis-Triebkräfte für Urlaubsreisen bleiben bestehen, ebenso sind die grundsätzlichen Präferenzen (z. B. für Zieltypen wie Urlaub am Meer oder in den Bergen) unverändert. Wenn der Tourismus also ab 2021 wieder Fahrt aufnimmt, dann tut er das zwar unter anderen Rahmenbedingungen, aber mit den gleichen Personen als Nachfragern, die weitgehend ihre Vorlieben für Destinationstypen, Urlaubsreisearten oder Organisationsformen beibehalten haben. Auch in Zukunft werden touristische Angebote den sich aus den Wünschen, Einstellungen und Vorstellungen der Urlaubsreisenden ergebenden Erwartungen und Ansprüchen gerecht werden müssen, ebenso wie die Kommunikation, die sie bei ihren Urlaubsthemen abholen sollte.

Die durch die Corona-Maßnahmen bedingte Dämpfung des Tourismus wird – wenn auch in abnehmendem Masse – die Jahre 2021 bis 2023 beeinflussen (Lohmann et al. 2020). Es wird erwartet, dass bis 2025 in den allermeisten Parametern touristischen Verhaltens wieder der Pfad der „normalen“ Entwicklung erreicht wird. Allerdings gilt dieser Grundsatz nicht in gleicher Weise für jedes touristische Segment. Stärker und länger betroffen werden voraussichtlich Flugreisen und Reisen in Entwicklungsländer sein.

Literatur:

BMWi (2020a): Wirtschaftliche Entwicklung und Konjunktur. Berlin, www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/wirtschaftliche-entwicklung, Aufruf vom 27.07.2020

BMWi (2020b): Die wirtschaftliche Lage in Deutschland im Juli 2020. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Berlin, www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/wirtschaftliche-entwicklung, Aufruf vom 27.07.2020

CSSE (2021): COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU). <https://www.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>, letzter Aufruf vom 25.01.2021.

Entringer, Th. & Kröger, H. (2020). Einsam, aber resilient – Die Menschen haben den Lockdown besser verkraftet als vermutet. DIW aktuell Nr. 46, 09.06.2020. Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin.

FUR (2019): Modul Customer Value der RA 2019. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., Kiel. Unveröffentlicht.

FUR (2020): Modul Corona Recovery der RA 2021. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., Kiel. Unveröffentlicht.

FUR (2021): Urlaubsreisetrends 2021 - Die Startbedingungen für den Tourismus. Pressematerial zur Eröffnungspressekonferenz der CMT digital in Stuttgart am 26.01.2021. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., Kiel.

Hobday, R. (2020). Coronavirus and the Sun: a Lesson from the 1918 Influenza Pandemic, www.medium.com, Aufruf vom 13.03.2020.

Kühne, S. et al. (2020): Zusammenhalt in Corona-Zeiten: Die meisten Menschen sind zufrieden mit dem staatlichen Krisenmanagement und vertrauen einander. DIW aktuell Nr. 49, 3.07.2020. Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin.

Lohmann, M. (2017): Urlaubsmotive: Warum wir Urlaubsreisen machen. In: Pechlaner, H. und Volgger, M. (Hrsg.): Die Gesellschaft auf Reisen – Eine Reise in die Gesellschaft. Springer, Wiesbaden. S. 49-68.

Lohmann, M. (2018): Einfluss von Krisen und Terrorgefahr auf die touristische Nachfrage. Exkurs. In: von Dörnberg, A.; Freyer, W. & Sülberg, W.: Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement. 2. Auflage. Berlin/Boston (de Gruyter). S. 293-297.

Lohmann, M. (2019): Machen Urlaubsreisen glücklich? In: Groß, S. et al. (Hrsg.): Wandel im Tourismus. Berlin (Erich Schmidt Verlag), pp. 15-29.



Lohmann, M. & Beer, H. (2013): Fundamentals of tourism: what makes a person a potential tourist and a region a potential tourism destination? Poznan University of Economics Review; Volume 13, Number 4, 2013; p-ISSN 1643-5877; pp. 83-97.

Lohmann, M., Schmücker, D., Sonntag, U. & Yasar, N. (2020): Urlaubsreisetrends 2030. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., Kiel.

Ortega y Gasset, J. (1930): Der Aufstand der Massen. Madrid: Revista de Occidente. Hier: 1956, Hamburg: Rowolth.

RKI (2021) COVID-19: Fallzahlen in Deutschland und weltweit. Robert Koch Institut. https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Fallzahlen.html, Aufruf vom 25.01.2021.

Scheu, R. (2020): Warum das Ende der Geschichte nun definitiv zu Ende ist. NZZ, Neue Zürcher Zeitung, 15.05.2020

Seligman, M. E. (1972). Learned helplessness. Annual review of medicine, 23(1), pp. 407-412.

Tourism Review (2020a): Hotels in Bali on Sale as COVID-19 Pandemic hits the Industry. Tourism Review 6. Juli 2020, www.tourism-review.com, Aufruf vom 06.07.2020

Tourism Review (2020b): Lack of Safari Tourism in Africa is dangerous for Animals. Tourism Review 6. Juli 2020, www.tourism-review.com, Aufruf vom 06.07.2020

WTTC (2020). Latest research from WTTC shows-an-increase-in-jobs-at-risk-in-travel-and-tourism. World Travel & Tourism Council (WTTC). <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2020>, Aufruf vom 08.04.2020.

Wu, Z. & McGoogan, J.M. (2020): Characteristics of and Important Lessons from the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Outbreak in China: Summary of a Report of 72314 Cases from the Chinese Center for Disease Control and Prevention. JAMA – Journal of the American Medical Association.

Zeisl, H.; Jahoda, M. & Lazarsfeld, P. F. (1933). Die Arbeitslosen von Marienthal – Ein soziographischer Versuch über die Wirkung langandauernder Arbeitslosigkeit. Leipzig (Verlag S. Hirzel)

Zenker, S. & Kock, F. (2020): The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. Tourism Management, (81) 2020, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>

Kontakt

Prof. Dr. Martin Lohmann, m.lohmann@leuphana.de
NIT, Kiel, Leuphana Universität, Lüneburg
www.nit-kiel.de; www.leuphana.de/institute/luenelab/

Verwendete Literatur (zu Teil I und II)

- Aderhold, Peter / Armin Vielhaber (1981): Tourismus in Entwicklungsländer. Entwicklungspolitik. Materialien Nr. 67. Hrsg. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit. Bonn.
- Aderhold, Peter / Dietlind von Laßberg / Martin Stäbler / Armin Vielhaber (1993): Tourismus in Entwicklungsländer. Entwicklungspolitik. Materialien Nr. 88. Hrsg. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit. Bonn.
- Aderhold, Peter / Dietlind von Laßberg / Martin Stäbler / Armin Vielhaber (2000): Tourismus in Entwicklungsländer. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.
- Aderhold, Peter (2005): Zur sexuellen Ausbeutung von Kindern im Tourismus. Hrsg. EED Tourism Watch und F.U.R. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. Bonn.
- Aderhold, Peter / Astrid Kösterke / Dietlind von Laßberg, Armin Vielhaber (2006): Tourismus in Entwicklungsländer. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.
- Aderhold, Peter / Astrid Kösterke / Dietlind von Laßberg / Birgit Steck / Armin Vielhaber (2013): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Seefeld.
- Asal, Susanne, Vielhaber (2015): Was uns begleitet. In: SympathieMagazin „Land & Leute verstehen“. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Seefeld.
- Bera, Ronald / Klaus Raab (2014): Verlassene Strände. In: ZEIT ONLINE, September 2014. URL: <https://www.zeit.de/reisen/2014-09/kenia-tourismus-tansania>, letzter Zugriff: 11.02.2021.
- Black, Maggie (1995): In the twilight zone. Child workers in the hotel, tourism and catering industry. Hrsg. ILO International Labour Office. Genf.
- BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (Hrsg.) (1973): Urlaub in der Dritten Welt. Materialien Nr. 40. Bonn.
- BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Hrsg.) (1974): Jugendmodellreisen Tunesien 1973/74. Dokumentation 1. und 2. Teil. Bonn.
- BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (Hrsg.) (1976): Tourismus und Entwicklungspolitik. Materialien Nr. 54. Bonn.
- BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (1978): Informationsvermerk „Förderung des Tourismus in Entwicklungsländern“. Ausschussdrucksache Nr. 219, 30.11.1978.
- BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (Hrsg.) (1981): Tourismus in Entwicklungsländer. Materialien Nr. 67. Bonn.
- BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (1993 a): Informationsvermerk „Chancen und Gefahren des Tourismus und praktische Konsequenzen der Entwicklungspolitik“. Ausschussdrucksache Nr. 12/264, 7.7.1993.
- BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (Hrsg.) (1993 b): Tourismus in Entwicklungsländer. Materialien Nr. 88. Bonn.
- BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2011): Der Beitrag des Tourismus zur nachhaltigen Entwicklung und zur Erreichung der Millenniumsentwicklungsziele. Positionspapier. Bonn/Berlin.



- BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2021): Eine Chance für nachhaltige Entwicklung. URL: <https://www.bmz.de/de/entwicklungspolitik/tourismus>, letzter Zugriff: 26.07.2021.
- Bopst, Juliane / Reinhard Herbener / Olaf Hölzer-Schopohl et al. (2019): Umweltschonender Luftverkehr. Hrsg. Umweltbundesamt. November 2019. Dessau-Roßlau. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-11-06_texte-130-2019_umweltschonender_luftverkehr_0.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Carlsen, Jack / Richard Butler (2011): Island Tourism. Sustainable Perspectives. Oxfordshire/Cambridge (USA).
- Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e.V. (2017): Nachhaltiger Tourismus. In: Eine-Welt-Presse 34. Jahrgang, Februar 2017. URL: https://dgvn.de/fileadmin/publications/PDFs/Eine_Welt_Presse/EWP_Nachhaltiger_Tourismus_web_ohne_Beschnittzugaben.pdf, letzter Zugriff: 21.02.2021.
- Dpa-Newskanal (2015): Reisen in autoritäre Staaten: Hilfreich oder skrupellos? In: Süddeutsche Zeitung, März 2015. URL: <https://www.sueddeutsche.de/leben/tourismus-reisen-in-autoritaere-staaten-hilfreich-oder-skrupellos-dpa.urnnewsml-dpa-com-20090101-150305-99-08225>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- DRV (2021): URL: <https://www.driv.de/themen/nachhaltigkeit/kinderschutz.html>, letzter Zugriff: 17.7.2021
- Dworak, Thomas / Andrea Schmölder / Wolfgang Günther et al. (2020): Anpassung an den Klimawandel: Die Zukunft im Tourismus gestalten. Hrsg. Umweltbundesamt. Mai 2020. Dessau-Roßlau. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/376/publikationen/anpassung_an_den_klimawandel_die_zukunft_im_tourismus_gestalten_barrierefrei_v2.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- ECPAT Deutschland e.V. und EED Tourism Watch (2010): Ausgewählte Ergebnisse einer Sonderstudie zur sexuellen Gewalt an Kindern im Tourismus und zum Bewusstsein von Reisenden im Rahmen der Reiseanalyse 2010 (RA10).
- ECPAT Deutschland e.V. (2021): URL: www.ecpat.de, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Egermeier, Susanne, Dietlind von Laßberg, Armin Vielhaber (2018): Deutsche Türkei-Reisende. Strukturveränderungen einer Zielgruppe. Unveröffentlichte Präsentation für Mitglieder des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Seefeld.
- F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 a): Nachhaltiges Reisen: Ansprüche und Verhalten. Modulbericht zur Reiseanalyse 2020. Kiel.
- F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 b): Reiseanalyse Trendstudie 2030: Urlaubsnachfrage im Quellmarkt Deutschland. Kiel.
- F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 c): Ergebnisbericht Reiseanalyse 2020. Struktur und Entwicklung der Urlaubsnachfrage im Quellmarkt Deutschland. Kiel.
- F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2020 d): Corona und Urlaubsreisen in RA Online. Kiel.
- F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2021 a): Urlaubsreisetrends 2021. Die Startbedingungen für den Tourismus. Beitrag von Prof. Dr. Martin Lohmann zur Eröffnungspressekonferenz der CMT Digital 2021 am 26. Januar 2021. Kiel.
- F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2021 b): Ergebnisbericht Reiseanalyse 2021. Struktur und Entwicklung der Urlaubsnachfrage im Quellmarkt Deutschland. Kiel.
- Friedl, Harald (2002): Tourismsethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens. München/Wien.

- GIZ Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (2010): Nachhaltiges Abfallmanagement im Tourismussektor in der mexikanischen Karibik, 2008-2010. URL: <https://www.giz.de/de/weltweit/24475.html>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Gössling, Stefan / Paul Peeters (2015): Eine Bewertung der Ressourcennutzung des Tourismus. Hrsg. Tourism Watch. September 2019. URL: <https://www.tourism-watch.de/de/schwerpunkt/eine-bewertung-der-ressourcennutzung-des-tourismus>, letzter Zugriff: 26.2.2021.
- Gruber, Iris / Gudrun Obersteiner (2018): URBANWASTE - Strategien zur Abfallwirtschaft in touristischen Städten: Analyse des Einflusses des Tourismus auf das Abfallaufkommen – Herausforderungen & Ergebnisse. In: Österreichischer Wasser- und Abfallwirtschaftsverband, TrenntWende, Österreichische Abfallwirtschaftstagung 2018.
- Hartmann, Klaus Dieter (1981): Wirkungen von Auslandsreisen junger Leute. Ein Überblick über Ergebnisse der sozialpsychologischen Forschung. Starnberg.
- Hawke, Angela / Alison Raphael (2016): Global Study on Sexual Exploitation of Children in Travel and Tourism. Hrsg. ECPAT International. URL: <https://protectingchildrenintourism.org/wp-content/uploads/2018/10/Global-Report-Offenders-on-the-Move.pdf>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Hemmati, Minu (1999): Gender & Tourism. Women's Employment and Participation in Tourism. Report for the United Nations Commission on Sustainable Development 7th Session, April 1999. London.
- ILO International Labour Organization (2011 a): Sectoral Brief. Hotels, catering and tourism. Sustainable tourism. Genf. URL: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/briefingnote/wcms_162197.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- ILO International Labour Organization (2011 b): Toolkit on Poverty Reduction through Tourism. Genf. URL: www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/instructionalmaterial/wcms_162289.pdf, Seite 21, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Johnston, Alison M. (2006): Is the Sacred for Sale? Tourism and Indigenous Peoples. London.
- Kagermeier Andreas / Albrecht Steinecke (Hrsg.) (2003): Tourismus- und Freizeitmärkte im Wandel. In: Paderborner Geographische Studien zu Tourismusforschung und Destinationsmanagement, Bd. 16. Paderborn.
- Kamp, Christina (2011): Abholzung für den Flugbetrieb? Protest gegen Agro-Kraftstoffe. In: TourismWatch Nr. 64, September 2011. Bonn. URL: www.tourism-watch.de/content/abholzung-f%C3%BCr-den-flugbetrieb-protest-gegen-agro-kraftstoffe
- Keefe, Jean / Sue Wheat / Jeffery Pike (1998): Tourism and human rights. Hrsg. Tourism Concern. London.
- Kösterke, Astrid (2000 a): Urlaubsreisen und interkulturelle Begegnung. Untersuchung zur Ansprechbarkeit der Deutschen auf Aspekte von interkultureller Begegnung im Urlaub unter besonderer Berücksichtigung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.
- Kösterke, Astrid (2000 b): Urlaubsreisen und interkulturelle Begegnung – eine Befragung junger Leute. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.
- Kösterke Astrid / Dietlind von Laßberg (2005): Urlaubsreisen und Umwelt. Eine Untersuchung über die Ansprechbarkeit der Bundesbürger auf Natur- und Umweltaspekte in Zusammenhang mit Urlaubsreisen. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.



- Kösterke, Astrid (2009): Meet-the-People – Befragung zur Ansprechbarkeit deutscher Urlauber für organisierte Begegnungen mit Einheimischen in Entwicklungs- und Schwellenländern. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.
- Laßberg, Dietlind von (o.J.): Chancen und Grenzen interkulturellen Lernens bei unterschiedlichen Urlaubsarten. Unveröffentlichte Auftragsforschung.
- Laßberg, Dietlind von (1995): Ganzheitlich orientierte Tourismusentwicklung. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.
- Laßberg, Dietlind von (1997): Urlaubsreisen und Umwelt. Eine Untersuchung über die Ansprechbarkeit der Bundesbürger auf Natur- und Umweltaspekte in Zusammenhang mit Urlaubsreisen. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.
- Laßberg, Dietlind von (2015 a): Die andere Seite der Medaille. In: SympathieMagazin „Land & Leute verstehen“. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V., Seefeld.
- Laßberg, Dietlind von (2015 b): Mit Neugier und Offenheit. In: SympathieMagazin „Land & Leute verstehen“. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V., Seefeld.
- Laßberg, Dietlind von. / A. Vielhaber (2015): It depends. In: SympathieMagazin „Land & Leute verstehen“. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V., Seefeld.
- Lenzen, Manfred / Ya-Yen Sun / Futu Faturay et al. (2018): The carbon footprint of global tourism. In: Nature Climate Change 8. Mai 2018. URL: <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Minninger, Sabine (2012): Über den Wolken muss die Freiheit nicht grenzenlos sein. Einbindung des Flugverkehrs in den Europäischen Emissionshandel. Hrsg. Tourism Watch. URL: www.tourism-watch.de/content/ueber-den-wolken-muss-die-freiheit-nicht-grenzenlos-sein, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Monshausen, Antje (2017): Tourismus und Wasserknappheit. URL: https://www.2030report.de/sites/default/files/grossbaustelle/kapitel/Schattenbericht_2017_II-6.pdf, letzter Zugriff: 26.2.21.
- Neef, Andreas (2019): Tourism, Land Grabs and Displacement - A Study with Particular Focus on the Global South. Hrsg. Tourism Watch. Februar 2019. Auckland. URL: https://www.tourismwatch.de/system/files/document/Neef_Tourism_Land_Grab_Study.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Neligan, Adriana / Sebastian van Baal / Edgar Kreilkamp / Thorsten Lang / Leonard Jürgens (2015): Entwicklungsfaktor Tourismus. Hrsg. Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW). Berlin. URL: http://www.btw.de/cms/upload/Tourismus_in_Zahlen/Entwicklungsfaktor_Tourismus/Entwicklungsfaktor_Tourismus_Langfassung_final.pdf, letzter Zugriff: 17.7.2021.
- OECD Organisation for Economic Co-Operation and Development (2021): URL: https://stats.oecd.org/Index.aspx?ThemeTreeld=10&DatasetCode=tourism_rec_exp, letzter Zugriff: 11.02.2021.
- Oxfam (2016): Burning land, burning the climate. URL: <https://www.oxfam.de/system/files/20161026-burning-land-climate-eu-bioenergy-embargo-en.pdf>, letzter Zugriff: 26.02.2021.
- Postma, Albert / Dirk Schmücker (2017): Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. In: Journal of Tourism Futures, Volume 3, November 2017. URL: <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2017-0022>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Pro Wildlife: Reisen um zu töten: Trophäenjagd auf bedrohte Arten. URL: <https://www.prowildlife.de/hintergrund/grosswildjagd-trophaenjagd>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

- Resende-Santos, Joao (2013): Cape Verde and the risks of tourism specialisation: the tourism option for Africa's small states. In: Journal of Contemporary African Studies volume 37, Dezember 2013. Waltham. DOI: 10.1080/02589001.2019.1619916.
- Roundtable Human Rights in Tourism (2021): URL: <https://www.humanrights-in-tourism.net/>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Secretariat of the Convention on Biological Diversity (2015): Tourism supporting Biodiversity - A Manual on applying the CBD Guidelines on Biodiversity and Tourism Development. In: Convention on Biological Diversity. Montreal. URL: <https://www.cbd.int/tourism>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Seifert-Granzin, Jörg / Samuel Jesupatham (1999): Tourism at the Crossroads. Challenges to Developing Countries by the New World Trade Order. Hrsg. von Equations, Tourism Watch, epd-Entwicklungspolitik: Materialien VI/99. Frankfurt/Main.
- Statista GmbH (2021): URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1223/umfrage/arbeitslosenzahl-in-deutschland-jahresdurchschnittswerte>, letzter Zugriff 06.09.2021.
- Statistisches Bundesamt (2021 a): 1. Quartal 2021: Reallöhne um 2,0 % niedriger als im Vorjahresquartal. In: Pressemitteilung Nr. 300, Juni 2021. URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2021/06/PD21_300_62321.html;jsessionid=16B55EC34EFBEF6555805F973D34D28B.live721, letzter Zugriff 06.09.2021.
- Statistisches Bundesamt (2021 b): Konsumausgaben der privaten Haushalte 2020 deutlich zurückgegangen. In: Pressemitteilung Nr. 122, März 2021. URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2021/03/PD21_122_811.html, letzter Zugriff 31.07.2021
- Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.: SympathieMagazine zu Urlaubsreiseländern, Spezialthemen und Weltreligionen, Ammerland / Seefeld. URL: www.sympathiemagazine.de
- Studienkreis für Tourismus und Entwicklung (2001): Die Ansprechbarkeit der Deutschen auf einen begegnungsorientierten Dorfurlaub in der Türkei in Küstennähe. Unveröffentlichte Auftragsforschung. Ammerland.
- Studienkreis für Tourismus und Entwicklung (2011 a): All-inclusive-Reisen. Untersuchung über Volumen und Image von All-inclusive-Reisen im deutschen Urlaubsreisemarkt. Unveröffentlichte Auftragsforschung. Seefeld.
- Studienkreis für Tourismus und Entwicklung (2011 b): Der deutsche Urlaubsreisemarkt für die Türkei unter Berücksichtigung des touristischen Türkei-Image. Unveröffentlichte Auftragsforschung. Seefeld.
- Studienkreis für Tourismus und Entwicklung (2013): Der deutsche Urlaubsreisemarkt für die Türkei mit Spezialthemen Urlaubsreiseentscheidung sowie Urlaubsinformation und Social Media. Unveröffentlichte Auftragsforschung. Ammerland.
- Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. (2013): „Umwelt verstehen“ aus der Reihe SympathieMagazine. Seefeld.
- Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. (2014): „Land & Leute verstehen“ aus der Reihe SympathieMagazine. Seefeld.
- Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. (2016): „Menschenrechte verstehen“ aus der Reihe SympathieMagazine. Seefeld.
- Sustainable Hospitality Alliance (2021): URL: <https://sustainablehospitalityalliance.org>.
- The World Bank (2020): URL: <https://data.worldbank.org/country>, letzter Zugriff: 31.12.2020.



- The World Bank (2021 a): URL: <https://data.worldbank.org/>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- The World Bank (2021 b): URL: <https://www.worldbank.org/en/country/mauritius/overview>, letzter Zugriff: 11.02.2021.
- Thin, Lea (2019): Bon Voyage vs. Boykott, Für Toleranz und Solidarität in LGBTQI*- feindliche Länder reisen oder sie bewusst meiden? Hrsg. Tourism Watch. URL: <https://www.tourism-watch.de/de/schwerpunkt/bon-voyage-vs-boykott>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Tourism Watch (2021): Klimagerechtigkeit im Tourismus? URL: <https://www.tourism-watch.de/de/dossier/klimagerechtigkeit-im-tourismus>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- Tuncer, Gökhan (2015): Win-win: Auf die Reiseleitung kommt es an. In: SympathieMagazin „Land & Leute verstehen“. Hrsg.: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Seefeld.
- Tuncer, Gökhan (2018): Overtourism. Herausforderung für Entwicklungs- und Schwellenländer. Unveröffentlichte Präsentation für Mitglieder des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Seefeld.
- Umweltbundesamt (2021): Nachhaltiger Tourismus. URL: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/nachhaltiger-tourismus#-umweltbelastungen-ermitteln-und-umweltauswirkungen-verringern>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- UN United Nations (2010): The contribution of tourism to trade and development. Note by the UNCTAD secretariat, In: UNCTAD United Nations Conference on Trade and Development, TD/B/C.I/8, Mai 2010. Genf. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/cid8_en.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- UN United Nations (2011): Guiding Principles on Business and Human Rights. April 2011. New York/Genf. URL: https://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf, letzter Zugriff: 13.02.2021.
- United Nations Human Rights (2018): Corporate human rights due diligence: emerging practices, challenges and ways forward. URL: <https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/ExecutiveSummaryA73163.pdf>, letzter Zugriff: 13.02.2021.
- United Nations Human Rights (2021): URL: <https://www.ohchr.org>, letzter Zugriff: 13.02.2021.
- UNWTO World Tourism Organization und UN Women United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women (2011): Global Report on Women in Tourism 2010. URL: www.e-unwto.org/content/j133q0/fulltext.pdf, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- UNWTO World Tourism Organization (2015): Tourism in the 2030 Agenda. URL: <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>, letzter Zugriff: 14.02.2021.
- UNWTO World Tourism Organization (2017): 2017 is the international year of sustainable tourism for development. In: PR 16111, Januar 2017. URL: <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2017-01-03/2017-international-year-sustainable-tourism-development>, letzter Zugriff: 14.02.2021.
- UNWTO World Tourism Organization (2018 a): 'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary. UNWTO. September 2018. Madrid. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284420070>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- UNWTO World Tourism Organization (2018 b): Mainstreaming Biodiversity into tourism Development. In: Convention on Biological Diversity. November 2018. URL: <https://www.cbd.int/tourism/doc/cop-14-tourism-background-document-en.pdf>, letzter Zugriff: 14.06.2021.

- UNWTO World Tourism Organization (2019 a): Methodological Notes to the Tourism Statistics Database. In: 2019 Edition. Februar 2019. Madrid. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284420476>, letzter Zugriff: 01.08.2021.
- UNWTO World Tourism Organization (2019 b): Global Report on Women in Tourism – Second Edition. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284420384>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- UNWTO World Tourism Organization (2019 c): International Tourism Highlights. In: 2019 Edition. August 2019. Madrid. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284421152>, letzter Zugriff: 01.08.2021.
- UNWTO World Tourism Organization (2020 a): Global Tourism Dashboard Regional Profile. URL: <https://unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>, letzter Zugriff: 17.10.2020.
- UNWTO World Tourism Organization (2020 b): Global Tourism Dashboard Regional Profile. URL: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>, letzter Zugriff: 21.09.2020.
- UNWTO World Tourism Organization (2020 c): URL: <https://www.unwto.org/country-profile-outbound-tourism>, letzter Zugriff: 12.05.2020.
- UNWTO World Tourism Organization (2021 a): UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2021. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng>. 2021.19.1.1. Letzter Zugriff: 19.07.2021.
- UNWTO World Tourism Organization (2021 b): URL: <https://www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism>, letzter Zugriff: 21.02.2021.
- UNWTO World Tourism Organization (2021 c): URL: <https://www.unwto.org/Statistics-FAQ>, letzter Zugriff: 21.02.2021.
- Vielhaber, Armin (1976): Entwicklungspolitische Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Tourismus. In: Tourismus und Entwicklungspolitik. Materialien Nr. 54. Hrsg. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit. Bonn.
- Vielhaber, Armin (1978, unveröff.): Entwicklungspolitische Informations- und Bildungsarbeit im Dritte-Welt-Tourismus. Ein empirischer Beitrag zur Zielgruppenanalyse am Beispiel von deutschen Marokko-Touristen.
- Vielhaber, Armin (1993): Einige Anmerkungen zum Dritte-Welt-Tourismus. In: Material zur öffentlichen Sachverständigen-Anhörung „Was bewirkt der Ferntourismus in der Dritten Welt? – Kritische Bilanz und Perspektiven“. Hrsg.: CDU/CSU-Fraktion des Deutschen Bundestages. Bonn.
- Vielhaber, Armin / Hansruedi Müller / Astrid Kösterke / Walter Ender (1997): Fernreisen 2005. Delphi-Studie in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Kommentierter Datenband / Kurzfassung. Hrsg. Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland / Bern / Wien.
- Vielhaber, Armin (1998): Reisende und Bereiste: Soziale Verantwortung beim Tourismus in Entwicklungsländern. In: Gesellschaft für technische Zusammenarbeit (GTZ), Burghard Rauschelbach (Hrsg.): (Öko-) Tourismus: Instrument für eine nachhaltige Entwicklung. Heidelberg.
- Vielhaber, Armin (2002): Plädoyer für den Alltag im Urlaub. Unveröffentlichtes Redemanuskript. Ammerland.
- Vielhaber, Armin (2003): Menschen in Bewegung – Menschen in Begegnung. Unveröffentlichtes Redemanuskript. Ammerland/Antalya.
- Vielhaber, Armin (2005) Von der Tugend des Fragens. In: SympathieMagazin „Fremdes verstehen“. Hrsg.: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Ammerland.



- Vielhaber, Armin (2011): Image Türkei – Italien – Spanien. Unveröffentlichtes Redemanuskript. Ammerland / Antalya.
- Vielhaber, Armin (2015) Reisen als Chance. In: SympathieMagazin „Land & Leute verstehen“. Hrsg.: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. Seefeld.
- Vorlauber, Karl (1996): Tourismus in Entwicklungsländern. Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Darmstadt.
- World Travel & Tourism Council (WTTC) (2020): URL: <https://tool.wttc.org/>, letzter Zugriff: 21.09.2020.
- World Travel & Tourism Council (WTTC) (2021): URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- WWF (2016): Vorsicht bei exotischen Souvenirs. URL: <https://www.wwf.de/2016/november/vorsicht-bei-exotischen-souvenirs>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- WWF (2019): Sommer, Sonne, Plastikmüll – das Mittelmeer erstickt im Plastik. URL: <https://www.wwf.de/themenprojekte/meere-kuesten/plastik/sommer-sonne-plastikmuell-das-mittelmeer-erstickt-im-plastik>, letzter Zugriff: 14.06.2021.
- ZEIT ONLINE (2021): Coronakrise lässt privaten Konsum einbrechen. URL: <https://www.zeit.de/news/2021-03/15/corona-krise-drosselt-privaten-konsum>, letzter Zugriff: 21.07.2021.
- ZEW Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (2021): Lageeinschätzung zum ersten Mal seit zwei Jahren im positiven Bereich. In: Finanzmarktreport, August 2021. Mannheim. URL: <https://ftp.zew.de/pub/zew-docs/frep/082021.pdf?v=1626075872>.

Zu den Autorinnen und Autoren:

Claudia Mitteneder

Geschäftsführerin Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Ludwig-Maximilians-Universität in München mit Abschluss Diplom-Kauffrau war Claudia Mitteneder zunächst in Marketing und Vertrieb für Unternehmen der Luftverkehrsbranche tätig, danach als Geschäftsführerin bei einem auf Gruppen- und Medienreisen spezialisierten Reiseveranstalter. Darüber hinaus verfügt sie über langjährige Erfahrung im entwicklungsbezogenen Tourismus. Später gründete sie eine eigene Veranstaltungs- und Marketingagentur und verantwortete die Marketingaktivitäten für touristische Unternehmen im In- und Ausland. Seit 2015 ist sie beim Studienkreis als Geschäftsführerin tätig und Mitglied des Trainerteams der „Intercultural Tour Guide Qualification“.



Dr. Dietlind von Laßberg

Stellvertretende Vorsitzende

Nach dem Studium der Geografie (Diplom) und der Politischen Wissenschaften (M.A.) promovierte Dietlind von Laßberg im Fach Geografie (Dr. rer. nat.) an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Es folgte ab 1990 die Tätigkeit in den Referaten für Regionalentwicklung und Umweltfragen, Forschung und Ferntourismus des Studienkreis für Tourismus in Starnberg. 1994 war sie Gründungsmitglied des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. und dort zunächst Stellvertretende Geschäftsführerin. Von 2000 bis 2008 war sie Geschäftsführerin des Studienkreis und seit 2010 Mitglied in dessen Vorstand. Seit 2012 ist sie Stellvertretende Vorstandsvorsitzende des Studienkreis sowie Stellvertretende Vorsitzende der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, FUR.



Armin Vielhaber

Ehrevorsitzender

Bereits während seines Studiums der Politischen Wissenschaften (Diplom an der Ludwig-Maximilians-Universität München) und als Referent für Ferntourismus beim Studienkreis für Tourismus in Starnberg beschäftigt sich Armin Vielhaber seit Anfang der 1970er Jahre mit dem Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern – in Form von Forschungsprojekten, Studien, Publikationen. Darüber hinaus war er in Marktforschung, Marketingplanung, Produktqualifizierung und Beratung tätig. 1994 war er Gründungsmitglied des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V., von 1994 bis 2000 dessen Geschäftsführer und von 2000 bis 2012 Vorstandsvorsitzender. Von 1994 bis 2012 war Armin Vielhaber zudem Vorstandsmitglied der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, FUR. Er ist Stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Studiosus Foundation e.V. und seit 2012 Ehrevorsitzender des Studienkreis.



Dr. Gökhan Tuncer*Leiter Intercultural Tour Guide Qualification*

Der Volkswirt und Politikwissenschaftler Dr. Gökhan Tuncer arbeitet als Lecturer am Institut für Sozialwissenschaften an der Humboldt-Universität zu Berlin. Schwerpunkte seiner Tätigkeiten sind die Themen Globalisierung, nachhaltige Tourismusentwicklung, Transformationsprozesse in Schwellenländern sowie das politische System der Türkei. Seit 2002 ist er für den Studienkreis tätig. Als Leiter der „Intercultural Tour Guide Qualification“ und Mitglied des Trainerteams bereitet er Reiseleiter:innen auf ihre vielfältigen Aufgaben vor. Dabei profitiert er von seinem tiefen Wissen und beruflichen Erfahrungsschatz: Gökhan Tuncer entwickelt Modelle des interkulturellen Lernens und Lehrens in der universitären Bildung und führt wissenschaftliche Exkursionen, insbesondere in die Türkei durch.

**Susanne Egermeier***Projektleitung Forschung*

Susanne Egermeier studierte Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Tourismusmanagement an der Hochschule München (Dipl. Betriebswirtin). Sie arbeitete zunächst als Projektmanagerin bei einem auf Gruppen- und Medienreisen spezialisierten Reiseveranstalter, später bei einer Veranstaltungs- und Marketingagentur. Hier war sie mit Projekten zur Vermarktung internationaler touristischer Unternehmen betraut. Seit 2015 ist sie beim Studienkreis für die Forschung zuständig, führt schwerpunktmäßig auf Basis der Reiseanalyse quantitative Untersuchungen des deutschen Quellmarktes für Urlaubsreisen in Entwicklungs- und Schwellenländer durch und arbeitet an Veröffentlichungen zu ausgewählten Marktforschungsergebnissen.





ISBN 978-3-945969-79-3