



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

## Nachhaltiger Tourismus in Thailand

Eine Darstellung des Angebots von nachhaltigem Tourismus und des Potenzials zu einer nachhaltigen Entwicklung des Landes

Verfasserin

**Nora-Veronika Mayr**

angestrebter akademischer Grad

**Magistra (Mag.)**

Wien, im Mai 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 057 390

Studienrichtung lt. Studienblatt

Individuelles Diplomstudium

Internationale Entwicklung UniStG

Betreuer:

Dr. Kurt Luger



## **Persönliche Erklärung**

Hiermit erkläre ich, dass die vorliegende schriftliche Arbeit von mir selbstständig verfasst wurde und dass die verwendeten Quellen sowohl korrekt als auch in nachprüfbarer Weise zitiert worden sind. Mir ist bewusst, dass ich bei einem Verstoß gegen diese Regeln mit Konsequenzen zu rechnen habe.

---

Datum, Unterschrift



## **Ich danke**

Dr. Kurt Luger

Renate und Herbert Mayr

Linda Mayr

Stefan Strauß-Aigner

Reinhard Schamberger

Leopoldine und Jakob Art

Martina Hauer

Elisabeth Helmich

Christian Wimplinger



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1. Forschungsinteresse</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2. Aufbau der Diplomarbeit</b> .....	<b>14</b>
<b>2. Methodische Vorgehensweise</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1. Literaturrecherche</b> .....	<b>16</b>
<b>2.2. Qualitative Inhaltsanalyse</b> .....	<b>17</b>
<b>3. Das System des Tourismus‘</b> .....	<b>19</b>
<b>3.1. Tourismus in Zahlen</b> .....	<b>20</b>
<b>3.2. Geschichte des Tourismus</b> .....	<b>23</b>
<b>3.3. Dimensionen des Tourismus</b> .....	<b>26</b>
3.3.1. Ökonomische Dimension.....	26
3.3.1.1. Zahlungsbilanz- oder Deviseneffekte.....	27
3.3.1.2. Einkommenseffekte .....	27
3.3.1.3. Beschäftigungseffekt .....	27
3.3.1.4. Regionaler Ausgleichseffekt.....	27
3.3.2. Sozio-kulturelle Dimension .....	28
3.3.3. Ökologische Dimension.....	29
3.3.4. Informeller Sektor.....	29
<b>3.4. Reisemotive / Push- und Pull-Faktoren</b> .....	<b>32</b>
<b>3.5. Typologie von Touristen</b> .....	<b>35</b>
<b>3.6. Tourismus im Kontext der Entwicklungszusammenarbeit</b> .....	<b>37</b>
3.6.1. Tourismus in Entwicklungsländern .....	37
3.6.2. Tourismus und Entwicklung.....	46
3.6.3. Armutsbekämpfung durch Tourismus .....	47
<b>4. Nachhaltiger Tourismus</b> .....	<b>52</b>
<b>4.1. Was bedeutet Nachhaltigkeit?</b> .....	<b>52</b>
4.1.1. Geschichte eines Begriffs .....	52
4.1.2. Dimensionen der Nachhaltigkeit .....	54
4.1.2.1. Sozio-kulturelle Dimension.....	55
4.1.2.2. Ökonomische Dimension .....	55
4.1.2.3. Ökologische Dimension.....	56
<b>4.2. (Nachhaltige) Entwicklung</b> .....	<b>57</b>
4.2.1. Modernisierungstheorien .....	58

4.2.2.	Dependenztheorien.....	59
<b>4.3.</b>	<b>Nachhaltiger Tourismus.....</b>	<b>65</b>
<b>4.4.</b>	<b>Neue Touristentypologie nach Krippendorf.....</b>	<b>72</b>
<b>4.5.</b>	<b>Bewertungssysteme: Gütesiegel, Zertifizierungssysteme und Indikatoren .....</b>	<b>75</b>
4.5.1.	Gütesiegel und Zertifizierungssysteme für nachhaltigen Tourismus .....	75
4.5.1.1.	Wer entwirft Gütesiegel und nachhaltige Zertifizierungssysteme? .....	76
4.5.1.2.	Wie effektiv sind nachhaltige Zertifizierungssysteme und Gütesiegel?.....	77
4.5.1.3.	Kritik an Systemen.....	78
4.5.2.	Beispiele für Gütesiegel und Zertifizierungssysteme.....	79
4.5.2.1.	Die Blaue Flagge .....	79
4.5.2.2.	Green Globe .....	80
4.5.2.3.	Green Leaf Foundation Thailand.....	81
4.5.3.	Indikatoren für die Überprüfung der Nachhaltigkeit im Tourismussektor.....	82
4.5.3.1.	Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC).....	82
4.5.3.2.	Reisestern .....	83
4.5.3.3.	Sustainable Tourism Benchmarking Tool (STBT).....	85
<b>4.6.</b>	<b>Nachhaltiger Massentourismus als Zukunft?.....</b>	<b>87</b>
<b>4.7.</b>	<b>Nachhaltiger Tourismus = Ökotourismus? .....</b>	<b>90</b>
<b>5.</b>	<b>Nachhaltiger Tourismus in Thailand.....</b>	<b>93</b>
<b>5.1.</b>	<b>Daten und Fakten zu Thailand .....</b>	<b>95</b>
<b>5.2.</b>	<b>Tourismus in Thailand .....</b>	<b>99</b>
5.2.1.	Entstehung und Geschichte .....	99
5.2.2.	Tourismus in Zahlen.....	100
5.2.3.	Politische Rahmenbedingungen .....	104
5.2.3.1.	National Economic and Social Development Plan .....	104
5.2.3.2.	National Tourism Development Plan (2012-2016).....	106
5.2.3.3.	Lokale Agenda 21.....	107
5.2.3.4.	Tourism Master Plan 2012-2016 .....	111
5.2.3.5.	Sustainable Tourism Management in Thailand - A Good Practices Guide for SMEs .....	113
5.2.4.	Umweltbewusstsein der lokalen Bevölkerung in Südthailand .....	114
<b>5.3.</b>	<b>Beispiele für nachhaltigen Tourismus in Thailand.....</b>	<b>120</b>
5.3.1.	Erfolgreiche Projekte.....	120
5.3.1.1.	Community-Based Ecotourism in Phuket und Ao Phangnga.....	120
5.3.1.2.	Koh Kret - „Designated Area for Sustainable Tourism Administration“ ....	126
5.3.1.3.	Vorzeigeregion Koh Yao Noi.....	128



5.3.2.	Organisationen zur Bewerbung nachhaltiger Tourismusentwicklung.....	131
5.3.2.1.	<i>Thai Ecotourism and Adventure Travel Association (TEATA)</i> .....	131
5.3.2.2.	<i>The Thailand Community Based Tourism Institute (CBT-I)</i> .....	132
5.3.2.3.	<i>Network for Environmentally and Socially Sustainable Tourism (NESSThai)</i> 133	
5.3.2.4.	<i>Asian Oasis</i> .....	134
5.3.3.	Resorts mit Nachhaltigkeitsgedanken.....	136
5.3.3.1.	<i>Koh Ra Ecolodge (Koh Ra)</i> .....	136
5.3.3.2.	<i>Lisu Lodge (Chiang Mai)</i> .....	139
5.3.3.3.	<i>Our Jungle House (Khao Sok)</i> .....	140
<b>5.4.</b>	<b>Verständnis von sustainability, sustainable tourism (development) und ecotourism von thailändischen Resorts</b> .....	<b>142</b>
<b>5.5.</b>	<b>Tourismus und nachhaltige Entwicklung am Beispiel von Trekkingtouren in Nordthailand</b> .....	<b>146</b>
<b>6.</b>	<b>Conclusio</b> .....	<b>152</b>
<b>7.</b>	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>157</b>
<b>8.</b>	<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>166</b>
<b>9.</b>	<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>168</b>
<b>10.</b>	<b>Anhang</b> .....	<b>169</b>
10.1.	<b>Anhang 1: Internationale Touristenankünfte (in 1000)</b> .....	<b>169</b>
10.2.	<b>Anhang 2: Aktueller Stand der Agenda 21 konformen Strategien, Institutionen und Gesetzgebung</b> .....	<b>170</b>
10.3.	<b>Anhang 3: Kriterien zur Bewertung der Ökoverträglichkeit von KMUs</b> .....	<b>172</b>
10.4.	<b>Anhang 4: Fragebogen an thailändische Resorts</b> .....	<b>174</b>
	<b>Deutsche Zusammenfassung</b> .....	<b>177</b>
	<b>English abstract</b> .....	<b>179</b>
	<b>Lebenslauf</b> .....	<b>181</b>



# 1. Einleitung

---

*Amazing Thailand* – so bewirbt die staatliche Tourismusbehörde das südostasiatische Königreich als Urlaubsland. Die Image-Kampagne zielt darauf ab, die Vielseitigkeit und Diversität des Landes sowie der Urlaubsangebote, die von Pauschalurlaube am Strand hin zu selbst organisierten Trekkingtouren in den Bergen reichen, zu betonen. *Always Amazes You* ist die Unterschrift des Slogans, der gemeinsam mit einer Aufwertung des Services den Ruf ein Paradies für Sextouristen zu sein, bekämpfen und Thailand als Destination für alle Alters-, Bevölkerungs- und Interessensgruppen etablieren soll.

Zu Beginn der 1960er Jahre hatte der Tourismus weltweit zwar schon an Bedeutung gewonnen, doch war es damals für die Wissenschaftler<sup>1</sup> mehr eine vage Vermutung als eine fixe Gewissheit, dass sein Einfluss, nicht nur auf die Weltwirtschaft, sondern auch auf einzelne Kulturen und Gesellschaften, so stark wachsen und eine wissenschaftliche Beschäftigung mit der Thematik ein unumgänglicher Weg werden würde. Mittlerweile befassen sich unterschiedliche Disziplinen mit Hilfe von unterschiedlichen Methoden und Schwerpunkten mit dem Phänomen des Fremdenverkehrs. Diese so entstandene interdisziplinäre Tourismuswissenschaft ist zu einem wissenschaftlich anerkannten Forschungsgegenstand gewachsen, der sich mit Tourismus in all seinen Facetten beschäftigt. (vgl. Opaschowski 2002: 13)

Tourismus als Industrie zählt heute zu den bedeutendsten Wirtschaftssektoren weltweit. In den vergangenen zehn Jahren ist der Fremdenverkehr als Aktivität um etwa 25% gestiegen und zeichnet für circa zehn Prozent der globalen Wirtschaftsleistung verantwortlich. (vgl. UNEP and UNWTO 2005:2) Als Generator von 235 Millionen Jobs – das bedeutet, dass etwa jeder Zwölfte in dieser „weißen“ Industrie arbeitet – werden in ihm 5% des globalen Bruttoinlandsproduktes erwirtschaftet und er zählt somit zu den größten Arbeitgebern im internationalen Kontext. (vgl. UNWTO o.J.)

Deutlich wird der Stellenwert dieses Wirtschaftszweiges durch die Schaffung einer eigenen Unterorganisation der Vereinten Nationen, die sich mit Fragen zum Tourismus befasst. Die *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) symbolisch feierte

---

<sup>1</sup> In dieser Arbeit wird die Binnen-I-Schreibweise aufgrund des besseren Leseflusses des Textes von der Autorin abgelehnt. Die hier verwendete männliche Form schließt jedoch alle Geschlechter gleichermaßen ein und soll in keiner Weise abwertend aufgefasst werden.

am 13. Dezember 2012 den milliardsten Touristen, der im Jahr 2012 verreist war und rief hierzu am 27. September 2012 den Welttourismustag aus. (vgl. UNWTO 2012a; vgl. UNWTO 2012b)

Neben all den positiven Effekten, die eine Teilnahme an dieser Industrie für Land und Leute haben kann, werden negative Auswirkungen immer deutlicher – vor allem Umweltzerstörung und Ressourcenvernichtung sind schwerwiegende Entwicklungen, denen es gegenzusteuern gilt. Zum Zweck der Orientierung aller am Tourismus Beteiligten sowie zu einer dauerhaften Verbesserung der ökonomischen, ökologischen sowie sozio-kulturellen Situation in Zielländern wurde das Prinzip der Nachhaltigkeit auch im Fremdenverkehrssektor umgesetzt. Die UNWTO bewirbt effektiv die Notwendigkeit der Umstellung auf ein nachhaltiges System der Entwicklung der Tourismusindustrie und ist mit dieser Einstellung bei weitem nicht alleine. Selbst Regierungen in Entwicklungsländern<sup>2</sup>, deren Wirtschaft überwiegend von den Einnahmen aus dem Fremdenverkehr gestützt wird, haben begonnen, Pläne zu einer dauerhaft verträglichen Tourismusedwicklung zu beschließen. Eine Fülle an unterschiedlichen Bewertungssystemen, wie Gütesiegeln und Indikatorenkatalogen, wurde in den vergangenen Jahren entwickelt, deren Vergleich untereinander beinahe unmöglich ist, wie im Zuge der Arbeit kurz umrissen werden wird. Ebenso scheint eine allgemein gültige Definition von nachhaltigem Tourismus *per se* sowie die Formulierung von umfassenden Bewertungskriterien notwendig zu sein, um Fremdenverkehrsentwicklungen auf ihren Grad der Nachhaltigkeit hin überprüfen zu können.

Mittlerweile hat das Schlagwort der Nachhaltigkeit Einzug in die Alltagssprache genommen. Diverse Unternehmen, wie die Supermarktkette BILLA, werben mit diesem Konzept. Selbst der schwedische Möbelhersteller IKEA unterstützt das thailändische Projekt *DOI TUNG*, das sich mit der wirtschaftlichen, ökologischen sowie sozio-kulturellen Entwicklung der Bevölkerung im Norden des Landes beschäftigt, und verkauft die in Zu-

---

<sup>2</sup> In entwicklungspolitischen Kreisen herrscht eine rege Debatte über die Definition von Entwicklungsländern (EL). Dieser Arbeit liegt die Begriffsbestimmung des „Lexikon Dritte Welt“ zugrunde: „Was ein EL ist, welche Merkmale Grundlage einer Definition sind, ist umstritten. Der bedeutsamste Unterschied in den Definitionsversuchen liegt darin, ob [Unterentwicklung] als Zustand/Stadium oder als Struktur begriffen wird. EL sind dann entweder durch Kennzahlen wirtsch. und sozialer Entwicklung oder durch die Struktur ihrer Einbindung in die internationale Arbeitsteilung und deren interne Konsequenzen begrifflich und pol[itisch] bestimmt. (Nohlen 2002: 233) Thailand zählt laut UNCTAD mit einem mittleren jährlichen Pro-Kopf-Einkommen zu den „*developing countries*“. (UNCTAD 2012: 14, 17)

sammenarbeit zwischen dem Möbelhaus und dem Projekt entstandenen, handgefertigten Keramikprodukte.

Thailand zählt zu jenen touristischen Zielländern, die neben einer lokalen Agenda 21 zahlreiche andere Dokumente und Programme verabschiedet haben, die sich mit einem nachhaltigen Aufbau, oder besser, Umbau der Industrie befassen. Trotz der Reputation einer massentouristischen Destination wachsen, langsam aber stetig, kleinere Projekte und Resorts heran, die sich darum bemühen, den Fremdenverkehr für Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft dauerhaft verträglicher zu gestalten.

## **1.1. Forschungsinteresse**

---

Bereits vor dem Beginn meines Diplomstudiums der Internationalen Entwicklung an der Universität Wien hatte Thailand als (Reise)Land mein Interesse geweckt. Auf zwei Reisen lernte ich das Land und die Leute sowie die Tourismusindustrie oberflächlich kennen. Daraus entwickelte sich mehr als ein nur beiläufiges Interesse an der Thematik des Fremdenverkehrs und des vorherrschenden touristischen sowie politischen Systems im thailändischen Königreich. Aus diesem Grund legte ich meinen Studienschwerpunkt regional auf Südostasien sowie thematisch auf die Auseinandersetzung mit Problemen des Tourismus'. Nachdem ich auf universitärer Ebene bereits einige Lehrveranstaltungen zu Thailand besucht hatte, sah ich während drei weiterer Aufenthalte in Thailand vieles mit anderen Augen. Gerade im Hinblick auf die Abfallentsorgung war ich sensibilisiert und sah abseits der Touristenwege erschreckende Szenarien. Riesige Müllberge türmten sich an diversen, auf das ganze Land verteilten Urlaubsorten, gerade in solch einer Entfernung oder in solchen Verstecken, sodass sie im Normalfall von Touristen nicht entdeckt werden. Bei einem der Aufenthalte wurde mir bewusst, dass die Thailänder ihre wohl wertvollste touristische Ressource – ihre faszinierende, teils unberührte Landschaft – gegenwärtig aufs Spiel setzen. Daher stellte ich mir die Frage, ob in Thailand Formen des nachhaltigen Tourismus praktiziert werden und ob bereits staatliche Rahmenbedingungen und Vorgaben in diese Richtung existieren. Ethisch problematische Szenen, die durch die Tourismusindustrie produziert werden, zeigten sich mir erstmals während des Besuchs eines Bergdorfes in Nordthailand. Dort ansässige, ursprünglich aus Myanmar stammende Frauen, die, da sie opulenten goldenen Halsschmuck tragen, der ihre Hälse unnatürlich lang erscheinen lässt, unter der Bezeichnung „Langhalsfrauen“ besser bekannt sind, wur-

den von Reiseagenturen wie Tiere in einem Zoo zur Schau gestellt. War es denn tatsächlich notwendig, diese Menschen so zu präsentieren? Diese und ähnliche Probleme werden seit geraumer Zeit, u.a. von den *Postcolonial Studies*, ausgiebig diskutiert.

Aus den oben genannten Überlegungen entwickelte sich schließlich folgende, der Diplomarbeit zugrunde liegende Forschungsfrage:

**Existiert in Thailand ein Angebot an nachhaltigem Tourismus/Ökotourismus und, wenn ja, inwieweit steckt in der Praxis dieser Tourismusform das Potenzial zu einer nachhaltigen Entwicklung des Landes?**

Die folgenden drei Hypothesen sollen an diese Forschungsfrage heranführen und ihre Beantwortung ermöglichen:

Hypothese 1: In Thailand existieren (Reise)Anbieter und Organisationen, die nachhaltigen Tourismus/Ökotourismus forcieren und ein dementsprechendes Angebot zur Verfügung stellen.

Hypothese 2: Durch nachhaltigen Tourismus ist eine nachhaltige Entwicklung ohne Folgeschäden für die kommenden Generationen in Thailand möglich.

Hypothese 3: Die politischen Rahmenbedingungen in Thailand begünstigen beziehungsweise lassen eine nachhaltige Entwicklung des Tourismussektors erwarten.

## **1.2. Aufbau der Diplomarbeit**

---

Diesem einleitenden Kapitel folgt ein kurzer Abschnitt, der sich mit der methodischen Vorgehensweise dieser Arbeit beschäftigt sowie ihren theoretischen Rahmen bildet. Im Kapitel 3 wird ein Einblick in das System der Tourismuswirtschaft allgemein gegeben. Besonderes Augenmerk wird dabei jenen Ausführungen geschenkt, in denen Fremdenverkehr als ein Werkzeug der Entwicklungszusammenarbeit dargestellt und analysiert wird. Das ihm inhärente Potenzial zu einer Veränderung der politischen und gesellschaftlichen Situation in Entwicklungsländern soll kurz umrissen werden.

Mit der Entstehung sowie der Definition von Nachhaltigkeit, (nachhaltiger) Entwicklung und, am wichtigsten, des Konzepts des nachhaltigen Tourismus‘ befasst sich das

vierte Kapitel. Woher kommt der Begriff der Nachhaltigkeit? Wie findet er Anwendung im touristischen Bereich? Wie wird Nachhaltigkeit in diesem Kontext definiert und welche Möglichkeiten zur exakten Beschreibung der aktuellen Situation gibt es? Darüber hinaus wird ein alternatives Modell des Massentourismus – ein nachhaltiges – vorgestellt und die Frage gestellt, ob seine Umsetzung positive Entwicklungen die Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt einiger Destinationen bedeuten könnte. Abgeschlossen wird dieser Abschnitt mit einer Gegenüberstellung der beiden Konzeptionen *sustainable tourism* und Ökotourismus.

Das fünfte Kapitel befasst sich mit der eigentlichen Thematik des derzeitigen touristischen *status quo* im südostasiatischen Königreich Thailand. Wie hat sich hier der Fremdenverkehrssektor bisher entwickelt? Welche politischen Rahmenbedingungen finden Tourismusbetriebe vor? Existieren Richtlinien für eine nachhaltige Tourismusentwicklung? Diese Fragen werden beantwortet, bevor eine Aufzählung und Analyse von bestehenden nachhaltigen Projekten, Organisationen, deren Ziel eine Verbreitung des Nachhaltigkeitsgedanken ist, sowie von Beherbergungsunternehmen folgt. In diesem Abschnitt wird ebenfalls auf das generelle Umweltverständnis und –bewusstsein der thailändischen Bevölkerung näher eingegangen, die Ergebnisse einer, wenn auch nicht repräsentativen, empirischen Forschung werden präsentiert. An 30 Tourismusbetriebe, die auf deren Webseiten angeben, nachhaltig zu wirtschaften, wurden Fragebögen mit sieben offenen Fragen zum Themenblock „*sustainable tourism*“, „*sustainable development*“, „*sustainable tourism development*“ und „*ecotourism*“ per E-Mail ausgesickt. Die hierdurch gewonnenen Ergebnisse, ob und inwieweit nachhaltiges Denken bei thailändischen Resorts verbreitet ist beziehungsweise ob sie lediglich in ihrem Internetauftritt von Nachhaltigkeit schreiben, in Wirklichkeit jedoch nur einem Trend folgen, jedoch nachhaltiges Denken nicht in ihrer Praxis miteinbeziehen. Anschließend wird die Verbindung von Tourismus und nachhaltiger Entwicklung am Beispiel des Trekkingtourismus in Norden Thailands näher beleuchtet, bevor in Kapitel 6 die Conclusio folgt. Die Beantwortung der Forschungsfrage sowie die Bestätigung der aufgestellten Hypothesen stehen im Vordergrund dieses abschließenden Teils der Diplomarbeit, der damit einen Bogen zurück zum Anfang und der wesentlichen Aufgabe der Arbeit spannt.

## 2. Methodische Vorgehensweise

---

In diesem Kapitel werden die in der Arbeit angewandten Methoden zur Aufarbeitung der Thematik sowie der Erarbeitung der Forschungsfrage angeführt. Eine Literaturrecherche lieferte das benötigte Datenmaterial, welches mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse auf seine Relevanz untersucht und in Kategorien eingeteilt wurde.

### 2.1. Literaturrecherche

---

Die Erkenntnisse der vorliegenden Arbeit wurden zum überwiegenden Teil durch die Methode der Literaturrecherche gewonnen. D.h. bereits vorhandene und publizierte Literatur wurde gezielt und systematisch durch- und untersucht, um die zur Beantwortung der Forschungsfrage und der dazugehörigen Hypothesen wichtigen Elemente herausfiltern und aufarbeiten zu können. Vor allem zu Beginn der Forschung sowie zur Themenfindung wurde die Methode des Schneeballsystems angewandt. Diese Technik zeichnet sich dadurch aus, dass in Standardwerken zur Thematik Tourismus, nachhaltiger Tourismus sowie Thailand die Literaturverzeichnisse nach interessanten und thematisch passenden Artikeln durchforstet wurden, um so ein breiteres Spektrum an Literatur zur Verfügung zu haben.

Neben veröffentlichten Monographien wurden diverse Datenbanken, hauptsächlich jene von JSTOR, nach zweckdienlichen Zeitschriftenartikeln durchsucht. Verwendete Stichwörter waren mitunter „nachhaltiger Tourismus“, „*sustainable tourism*“, „*sustainable tourism Thailand*“ sowie „*ecotourism*“. Bei jenen den Suchkriterien entsprechenden Artikeln wurden im nächsten Schritt die *abstracts* gelesen und in weiterer Folge der gesamte Text. Dabei stellte sich bei der genaueren Lektüre und Befassung mit so manchem Text heraus, dass er für diese Thematik nachhaltiger Tourismus zwar interessant ist, doch für die spezielle Ausprägung dieser Fremdenverkehrsform in Thailand dennoch nicht brauchbar war. Jene Artikel, die sich als relevant für diese Diplomarbeit herausstellten, wurden nochmals akribisch gelesen und die wichtigsten Erkenntnisse aufbereitet und verarbeitet.

Eine weitere Rolle bei der Suche nach passender Literatur stellte das Internet dar. Für einen ersten Überblick über die Thematik Nachhaltigkeit und nachhaltiger Tourismus boten sich Artikel der Online-Bibliothek Wikipedia an. Darüber hinaus waren einige inte-



ressante Bücher als Online-Ausgaben auf *Google Books* verfügbar, was sich ebenfalls als sehr hilfreich im Verlauf der Arbeit herausstellte. Um detaillierte Informationen über die politischen Rahmenbedingungen in Thailand im Bezug auf eine nachhaltige Tourismusentwicklung zu erhalten, war das *World Wide Web* unentbehrlich. Manche Texte oder Webseiten waren leider nur auf Thai online und konnten daher nicht in diese Arbeit einfließen. Trotzdem scheinen mir die verwendeten Informationen als ausreichend, um ein Bild der aktuellen Situation in Thailand zu zeichnen.

Der Internetauftritt von verschiedensten internationalen sowie auch thailändischen Organisationen – staatlich und nicht-staatlich – im Bereich Tourismus und Nachhaltigkeit lieferte eine Fülle an Informationen, deren vollständige Verarbeitung im Rahmen einer Diplomarbeit gänzlich unmöglich ist. Für diese Arbeit relevante Informationen wurden sorgfältig ausgewählt.

## **2.2. Qualitative Inhaltsanalyse**

---

Um die in der Literaturrecherche gewonnenen Daten und Erkenntnisse in angemessener Form für diese Diplomarbeit aufzuarbeiten, wurde die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse gewählt. Qualitativ gearbeitet wird deshalb, weil keine statistischen Auswertungen von Daten erfolgen, sondern eine qualitative Herangehensweise an das Datenmaterial gewählt wurde.

Philipp Mayring befasst sich seit Langem mit dem Konzept der qualitativen Inhaltsanalyse, da er in ihr ein geeignetes Instrument zur Verarbeitung von Daten sieht. Die lange Zeit geltende Meinung, nur quantitative Techniken seien objektiv und zielführend, wurde in den vergangenen Jahrzehnten zunehmend häufiger widerlegt. Mayring spricht sich stark für eine Verbindung der quantitativen und qualitativen Methoden aus, da nur dadurch eine ganzheitliche Betrachtung eines Gegenstandes gewährleistet ist. (vgl. Mayring 2010: 20ff)

Die qualitative Inhaltsanalyse befasst sich mit jeglicher Form von Kommunikation, die es zu interpretieren und analysieren gilt.

„Qualitative Inhaltsanalyse will Texte systematisch analysieren, indem sie das Material schrittweise mit theoriegeleitet am Material entwickelten Kategoriensystemen bearbeitet.“ (Mayring 2002: 114)

Die Grundsätze der qualitativen Inhaltsanalyse lassen sich kompakt in sechs Elemente beziehungsweise Analyseschritte einteilen:

1. Der Gegenstand der Inhaltsanalyse ist Kommunikation, also die Übertragung von Symbolen. Sie kann jedoch auch Bilder oder Musik zum Thema haben, es muss nicht immer nur Sprache sein.
2. Die Arbeit mit Bildern, Texten und Noten – also mit symbolischem Material – ist charakteristisch für die Inhaltsanalyse. Wichtig dabei ist, dass die Kommunikation in irgendeiner Form protokolliert ist, Inhaltsanalyse befasst sich also mit fixierter Kommunikation.
3. Inhaltsanalytiker verfolgen den Grundsatz, dass freie Interpretation des zu analysierenden Materials zu vermeiden ist. Aus diesem Grund gehen sie systematisch vor.
4. Die intersubjektive Nachprüfbarkeit ist für die Inhaltsanalyse ebenso wichtig, deshalb werden oder sollten im Idealfall Regeln befolgt werden.
5. Inhaltsanalysen sollen theoriegeleitet sein. Das bedeutet, der Text wird nicht nur referiert, sondern das Material wird unter einer Fragestellung in theoriegeleiteten Schritten analysiert.
6. Die Inhaltsanalyse ist eine schlussfolgernde Methode, die das Material nicht nur analysiert, sondern die als Teil des Kommunikationsprozesses gesehen werden kann. Dadurch soll es möglich sein, Rückschlüsse auf die Kommunikation zu ziehen – z.B. Aussagen über den Autor beziehungsweise Sender und dessen Absichten.

(vgl. Mayring 2010: 12f)

Das gesamte Datenmaterial wird vor dem Hintergrund der Fragestellung und der Hypothesen durch den Prozess der Kategorienbildung zusammengefasst und geordnet. Gerade auch im Hinblick auf die durchgeführte, wenn auch nicht repräsentative, empirische Forschung, bei der Fragebögen an thailändische Resorts ausgeschickt wurden, eignet sich die qualitative Inhaltsanalyse bestens zur Analyse und Interpretation der Daten.

### 3. Das System des Tourismus‘

---

Gleich zu Beginn soll eine definitorische Einführung in das Begriffssystem Tourismus/Fremdenverkehr gegeben werden. Beide Begriffe werden heute synonym verwendet, am Anfang der Erforschung des Reisens wurde jedoch lediglich von Fremdenverkehr gesprochen. Erstmals erwähnt wurde das Wort Fremdenverkehr vor mehr als einhundertfünfzig Jahren im Zusammenhang mit Fragen zur Prostitution. Der Berliner Arzt Friedrich J. Behrend untersuchte in einer Denkschrift aus dem Jahr 1850 den Zusammenhang zwischen Prostitution und den Ankünften von Reisenden. Es gelang ihm aufzuzeigen, dass obwohl immer mehr Fremdenverkehr in der deutschen Hauptstadt Berlin stattfand, die Polizei es trotzdem geschafft hatte, eine Steigerung der Prostitutionszahlen zu verhindern. (vgl. Opaschowski 2002: 19, 21)

Die Assoziation von Fremdenverkehr mit Prostitution zeigte schon damals die negativen Konnotationen des Begriffes auf, die sich noch über viele Jahre hinweg halten sollten. Fremdenverkehr beinhaltet das Wort „fremd“, das im Deutschen dazu verwendet wird, um etwas zu beschreiben, das einem unbekannt ist. Demnach wurden Reisende als Fremde, als Unbekannte gesehen und galten oft als Feinde. Das althochdeutsche „fram“ bezeichnete Menschen, die sich fern von ihrem Heimatort oder -land aufhielten, es war die erste Bezeichnung für Ausländer oder Nicht-Einheimische. Fremde genossen damals wie auch heute nicht die gleichen Rechte und Privilegien wie Einheimische, sie wurden immer an ihre Auswärtigkeit erinnert und ihnen kam kein Anspruch auf Frieden und Schutz zu. (vgl. Opaschowski 2002: 19f)

Konträr dazu verhielt es sich mit der Gastfreundschaft und allgemein mit Gästen in Griechenland. Dort existierte ein eigenes Wertesystem, das Gastfreundschaft und das Gastrecht als „Grundsätze des öffentlich-rechtlichen Lebens und bürgerliche Tugenden“ ansah. (Opaschowski 2002: 20) Die griechische Gastfreundschaft nahm unglaubliche Ausmaße an: so etwa war es üblich, dass sich ehemalige Gastfreunde, die sich in unangenehmen Situationen, wie etwa in Schlachten und Kriegen, auf gegenüberliegenden Seiten wiederfanden, grundsätzlich mieden. Griechen begegneten sich selbst unter kriegerischen Umständen mit Respekt und Ehrfurcht, während bei den Germanen Fremden „magische Furcht“ und stets Misstrauen entgegengebracht wurde. (Opaschowski 2002: 20)

Das Gastrecht, „die gegenseitige Verpflichtung von Wirt und Bewirteten“, veränderte sich jedoch in neuerer Zeit, den Fremden/Reisenden kamen auch Rechte auf Schutz und Frieden zu. (Opaschowski 2002: 20) Aus Fremden wurden Gäste.

Fremdenverkehr als im deutschen Sprachraum übliche Bezeichnung für nationale und internationale Reiseflüsse, verlor jedoch im Laufe der Zeit an Bedeutung und wurde weitestgehend vom Terminus Tourismus ersetzt, der sich vom englischen *tourism* sowie dem französischen *tourisme* ableiten lässt. (vgl. Opaschowski 2002: 21)

Der Schweizer Tourismuswissenschaftler Claude Kaspar definierte Tourismus folgendermaßen:

„Tourismus ist die Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Reise und dem Aufenthalt von Personen ergeben, für die der Aufenthaltsort weder hauptsächlich und dauernder Wohn- noch Arbeitsort ist.“ (Kaspar 1996)

Da der Tourismussektor zu einer der bedeutendsten Industrien der Weltwirtschaft gewachsen ist, beschäftigt sich natürlich eine Organisation der Vereinten Nationen, die *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) mit dieser Thematik. Ihre Definition von Tourismus stellt sich etwas detaillierter als jene von Kaspar dar:

*„Tourism is defined as the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited. The use of this broad concept makes it possible to identify tourism between countries as well as tourism within a country. ‘Tourism’ refers to all activities of visitors, including both ‘tourists (overnight visitors)’ and ‘same-day visitors’.“* (OECD 2002)

Heutzutage existiert eine Fülle von unterschiedlichen Definitionen des Phänomens Tourismus, dieser Arbeit liegt jedoch jene eben genannte der UNWTO zu Grunde, da sie für die Autorin als die geeignetste scheint und mit ihr die Thematik der Arbeit aufgearbeitet werden kann.

### **3.1. Tourismus in Zahlen**

---

Im Jahr 2011 wurden die meisten weltweiten Reisen (etwa 51%) mit dem Flugzeug und zum Zweck der Freizeit und Erholung (ebenfalls 51% und in Zahlen 505 Millionen Ankünfte) unternommen, wie in Abbildungen 1 und 2 klar ersichtlich ist. 27% der Touristen

gaben an, ihre Reise angetreten zu haben um Freunde oder Verwandte zu besuchen, ebenso wie ihrer Gesundheit, religiösen oder sonstigen Gründen wegen. Aufgrund von beruflichen Verpflichtungen reisten 2011 rund 15%, etwa ein Sechstel aller touristischen Ankünfte war demnach dem Beruf gewidmet. Zweitbeliebteste Fortbewegungsmittel waren jene auf der Straße, Reisen zu Wasser oder auf Schienen bildeten gemeinsam weniger als 10%. (vgl. UNWTO 2012c: 4)

Durch die große Anzahl an Flugreisen und der generellen Beliebtheit von Fernreisen wird es in Zukunft noch wichtiger auf die dadurch entstehenden Emissionen zu achten. Bereits heute existieren Formen von Ausgleichssystemen, bei denen etwa jeder Flugreisende durch einen Aufpreis bereits bei der Buchung seine CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensieren kann.

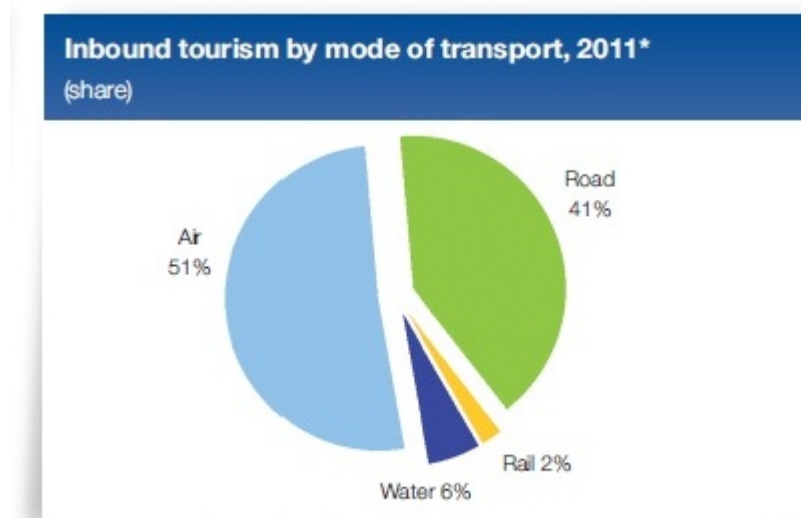


Abbildung 1: Touristenankünfte 2011 nach Zweck der Reise

Die UNWTO bringt regelmäßig die internationalen Touristenankunftszahlen inklusive einer Prognose der Entwicklung des Tourismus bis zum Jahr 2020 beziehungsweise 2030 in einer einfach verständlichen und übersichtlichen Grafik heraus. In jener aus dem Jahr 2011 zeigt sich ein stetes Wachstum des Fremdenverkehrs, wobei zwei Regionen besonders hervorstechen. Europa und der asiatischen und pazifischen Weltregion wird der größte Anstieg an Touristen prognostiziert (Abbildung 3).

Die aktuellsten Prognosen erwarten einen Anstieg des Touristenvolumens auf 1,8 Milliarden bis zum Jahr 2030. Über eine Milliarde Menschen, das sind 57% aller Reisenden, werden schätzungsweise Destinationen in Entwicklungsländer ansteuern, die restlichen 43% der Urlauber reisen in Industrieländer. Für den südostasiatischen Raum werden sich die Touristenankünfte im Vergleich zum Jahr 2010 um mehr als das Zweieinhalbfache

erhöhen: In den kommenden Jahren wird bis 2030 ein Anstieg auf 187 Millionen Personen prognostiziert. Im Vergleich dazu rechnet die UNWTO in Europa im selben Zeitraum



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Abbildung 2: Touristenankünfte 2011 nach Verkehrsmitteln

nicht einmal mit einer Verdoppelung des Touristenvolumens. Knapp über zehn Prozent der internationalen Reisenden werden sich in rund 20 Jahren für Urlaubsorte in Südostasien entscheiden. (vgl. UNWTO 2012c: 15) Diese Schätzungen zeigen deutlich das Wachstumspotenzial des asiatischen Tourismusraumes. Da dieser jedoch gegenwärtig bereits mit negativen Auswirkungen durch die Massen an Touristen zu kämpfen hat, muss das existierende System in Richtung nachhaltiger Entwicklung dringend überarbeitet werden.

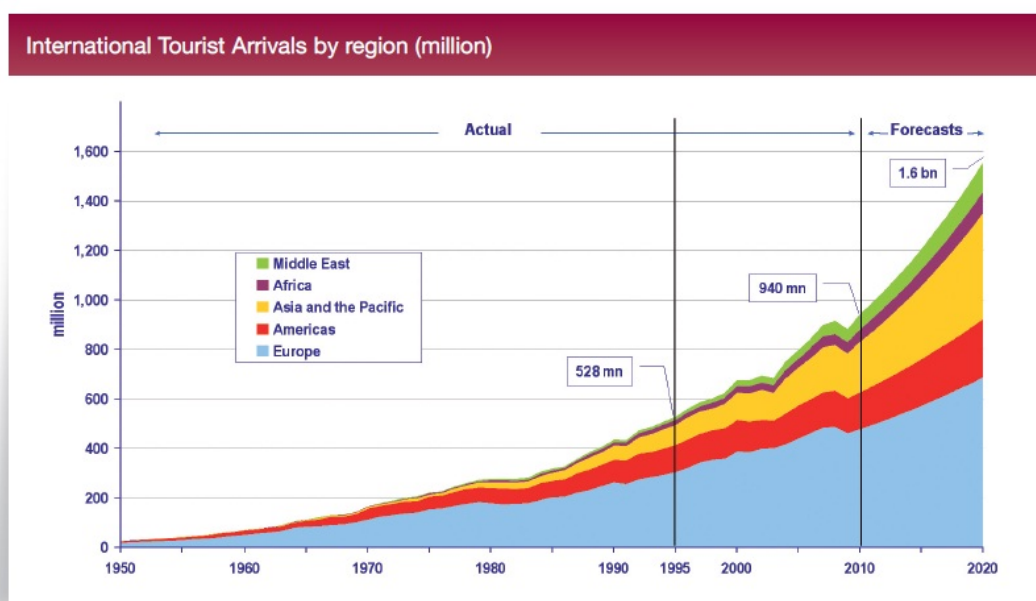


Abbildung 3: Internationale Touristenankünfte nach Regionen (in Millionen)

### 3.2. Geschichte des Tourismus

---

Tourismus ist zu einem weltweiten Phänomen herangewachsen, an dem fast die gesamte Bevölkerung eines Landes in irgendeiner Weise teilhaben kann. Doch wie kam es zu der heutigen intensiven Ausprägung des Reisens? Obwohl die Fremdenverkehrsindustrie erst im letzten Jahrhundert ihren absoluten Höhenflug gestartet hat, ist die Praxis des Reisens keine so rezente Erscheinung, sondern beinahe so alt wie die Zivilisation selbst.

Ihren Anfang genommen hat die Entwicklung des Tourismus bereits im alten Griechenland, wo die Olympischen Spiele ab 776 v. Chr. als der Startzeitpunkt des Eventtourismus gesehen werden können. Zu den Spielen reisten viele Griechen, die in Zeltlagern untergebracht wurden – die erste touristische Infrastruktur war geboren. Internationale Reisen waren bedingt durch die vielen griechischen Kriege jedoch eine Seltenheit. Zur Zeit des Römischen Imperiums änderte sich dieser Zustand, Reisen in die neuen Territorien waren der römischen Mittelschicht ebenso möglich wie die Erholung in eigens eingerichteten Thermen, Bädern und Spas (dieser Luxus war den Griechen ebenfalls bekannt). Als Hauptstadt des Reiches erfuhr Rom ein Wachstum als touristisches Reiseziel. Zur Bewirtung der Gäste entwickelte sich rasch eine basale Infrastruktur aus Beherbergungsstätten, Inns, Bars und Fremdenführern. Somit legte das alte Rom den Grundstein für den modernen Tourismus, der überwiegend von der florierenden Mittelschicht getragen wurde. (vgl. Page 2011: 36f)

Nach den griechischen und römischen Thermenurlaubeu folgte eine Ausbreitung der Reiselust auf ganz Europa. Während der Kolonialisierung und der Eroberung weiter Teile der Erde durch die Europäer begann innerhalb Europas eine eigene Reisebewegung, die vorwiegend von Schülern getragen wurde. Dieser Reisetrend brachte negative Auswirkungen mit sich: Die Anzahl der gut ausgebildeten Schüler stieg zu rasch an, der Arbeitsmarkt hatte keinen dementsprechenden Bedarf, sodass in weiterer Folge viele Gelehrte auf der Straße landeten und/oder sich dem Herumwandern hingaben. (vgl. Opaschowski 2002: 29f)

Ein Umbruch fand statt. Es wurde nicht mehr nur gereist um sich weiterzubilden, durch das neu entstandene Vagabundentum in der mittelalterlichen Zeit wurde es selbstverständlich, Reisen um der Reise selbst Willen anzutreten und das eigene Ich zu erforschen. Ähnliche Reismotive wie heutzutage zeichneten sich bereits ab: Persönlichkeitsentfaltung, Selbstfindung und Selbständigkeit wurden zu Schlagworten unter den deut-

schen Humanisten im 15. Jahrhundert. (vgl. Opaschowski 2002: 30f) Dem Vorbild der humanistischen Reisebewegung folgten die jungen Adelligen Europas im 16. und 17. Jahrhundert. Ihre unter *Grand Tour* bezeichneten Reisen führten sie quer durch Europa mit dem Ziel einer Ausbildung zu noblen, gebildeten und politisch versierten Männern. Politische Bildung und persönliche Unterhaltung der adeligen Fürsten standen gleichermaßen im Fokus, reisen als Vergnügen wurde gesellschaftsfähig. Unerwünschte Konsequenzen dieser Reiseform waren Desillusioniertheit und Machtgier, die von der Bevölkerung nicht toleriert wurde. (vgl. Opaschowski 2002: 31f; vgl. Page 2011: 38ff)

Junge Handwerksgesellen begaben sich auf Wanderschaft, um ihre Ausbildung abzuschließen und ebenso wie die jungen Adelligen neue Wertesysteme kennenzulernen. Junggesellen begaben sich teilweise auf jahrelange Wanderschaft. Dabei lernten sie viele neue Arten der Kameradschaft kennen, sodass sie gelegentlich ihre eigenen Gebräuche und Tugenden zu vergessen drohten. Die Dialektik des Verlusts des eigenen Wertesystems und des Erlernens von handwerklichen Fähigkeiten, die nur im Ausland möglich war, spiegelte sich in den Reisen der jungen Handwerker wieder. (vgl. Opaschowski 2002: 33ff)

Zur Zeit der Aufklärung war es nun das gehobene Bürgertum, das das Reisen für sich entdeckte. Bedeutende Persönlichkeiten wie Goethe und Rousseau bildeten auf ihren Reisen „ihre religiösen, sozialen und politischen Grunderfahrungen“. (Opaschowski 2002: 37) Die Erkenntnis über die Eigentümlichkeiten der eigenen Kultur und des eigenen Standes konnte erst durch den Vergleich mit jenen im Ausland gewonnen werden, was diese Reiseform besonders bedeutend werden ließ. Für Rousseau war klar, dass es bei Reisen nicht um plan- und zielloses Herumirren ging, sondern vielmehr darum, zu lernen, wie richtig gereist wird (*il faut savoir voyager*, Rousseau zit. nach Opaschowski 2002). Die Bildungsreisen zur Charakterbildung und Erziehung fanden zwischen jungen Männern des vorwiegend gleichen sozialen Standes statt, weshalb wenig sozialer Austausch der Stände untereinander stattfand. Ähnlich wie die überwiegende Mehrheit der Touristen heute blieben die Reisenden unter sich und zeigten wenig Interesse an der einheimischen Bevölkerung der bereisten Länder. Viel wichtiger und interessanter war der Austausch von Gedanken und Ideen mit Gleichgesinnten. (vgl. Opaschowski 2002: 37)

Mit der fortschreitenden Industrialisierung und Technisierung der Gesellschaft entwickelte sich die bis dahin unbekannt Form der Gesellschaftsreise, als deren Gründungsvater der Engländer Thomas Cook gilt. Der weltweit erste Reiseveranstalter organisierte Zugreisen durch Großbritannien, später durch ganz Europa. Die erste fand 1841 statt.



(vgl. Opaschowski 2002: 47ff; vgl. Page 2011: 43) Die Gesellschaftsreisen des Cook waren maßgeschneidert auf die Bedürfnisse des Kleinbürgertums, doch selbst Persönlichkeiten wie der Prinz von Wales nahmen die Dienste des Reiseveranstalters in Anspruch. Kulturelle und geschichtliche Bildungsreisen für Jugendliche sind ebenfalls dem Cook'schen Organisationstalent zuzuschreiben, reisen wurde gesellschaftsfähig. Vor allem durch den Ausbau der Eisenbahn und die Dampfschiffahrt war es nicht mehr nur für Adelige und Reiche leistbar und es ergab sich für Menschen aus weniger privilegierten Schichten die Möglichkeit, am Tourismus zu partizipieren. Touristische Unternehmungen wurden vom Luxusgut zu einem Bedürfnis der Massen. (vgl. Opaschowski 2002: 47ff)

Kurz nach der Entstehung von Jugend- und Frauenreisebewegungen entdeckten nationalsozialistische Entscheidungsträger den Fremdenverkehr für ihre gut geölte Propagandamaschinerie, es entstand ein „politisch organisierter *Volks- und Sozialtourismus*“. (Opaschowski 2002: 51 [Hervorhebung im Original]) 1933 entstand unter Josef Goebbels, dem Vorsitzenden des Reichsausschusses für Fremdenverkehr, die „Nationalsozialistische Gemeinschaft Kraft durch Freude“ (KdF). (Opaschowski 2002: 52) KdF wurde zum Inbegriff eines Reiseveranstalters, der selbst den ärmsten Bevölkerungsschichten durch billige Angebote das Reisen ermöglichte. Mit dem Beginn des Zweiten Weltkrieges fand die touristische Propagandaarbeit der Nationalsozialisten ein abruptes Ende, der Krieg und die folgende Armut verpassten der gesamten touristischen Entwicklung einen gewaltigen Dämpfer. Als eine wirtschaftliche Erholung und Stabilisierung langsam einsetzte, begann eine neue Ära für den Fremdenverkehr – eine explosionsartige Entwicklung fand statt, der Massentourismus war geboren. (vgl. Opaschowski 2002: 52f) Die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg war gekennzeichnet von steigenden Einkommen, mehr Freizeit sowie der Möglichkeit zu vermehrt internationalen Reisen. (vgl. Page 2011: 49)

Der deutsche Zukunftswissenschaftler Horst Opaschowski bezeichnet in seinem Buch über den Tourismus das Reisen „als die populärste Form von Glück“. (Opaschowski 2002: 13) Sinn und Zweck von unternommenen Reisen ist neben der Erholung das Gefühl der Freiheit und das „Glücklich-Sein“. Weg vom alltäglichen Geschehen konzentrieren sich Menschen auf andere Dinge – etwa mehr auf sich selbst und die eigenen Bedürfnisse. Daher fühlt man sich im Urlaub freier und glücklicher als zu Hause. Urlaub und Reisen sind als klarer Kontrast zum Alltag zu sehen, Freizeit bedeutet Freiheit und die Möglichkeit Dinge zu unternehmen, die das restliche Jahr über auf der Strecke bleiben. (vgl. Opaschowski 2002: 79; vgl. Page 2011: 63; vgl. Romeiß-Stracke 1989: 34) Die Reiseintensi-

tät wird jedoch, wie viele Bereiche des Lebens, heute ebenso wie damals von Einkommen und Beruf bestimmt. (vgl. Opaschowski 2002: 53) Durch die Fülle an Reisebüros und die Nutzung des Internets bietet die Tourismusindustrie für beinahe jeden Geldbeutel den passenden Urlaub. Neben der Möglichkeit der Reisebuchung spielt das *World Wide Web* gleichzeitig mit anderen Kommunikationsmedien eine wichtige Rolle in der Informationsverteilung und –beschaffung. Reisenden wird über diese Kanäle vermittelt, welche Destinationen zu den *must-sees* gehören, diese Art der Werbung stammt nicht selten von Regierungen aus den Zielländern selbst. (vgl. Page 2011: 51f)

Zahlreiche Faktoren haben zum derzeitigen Stand der Tourismusedwicklung beigetragen. Das Zeitalter des Massentourismus‘, in dem wir uns aktuell befinden, nahm demnach seinen Anfang in den Cook’schen Gesellschaftsreisen. In der Nachkriegszeit des Zweiten Weltkriegs wurde durch technologische Neuerungen sowie das steigende Einkommen und dem Wunsch nach neuen Erfahrungen die Reiseintensität kontinuierlich verstärkt. Offiziell markiert dieser Zeitpunkt den Beginn des massentouristischen Phänomens.

### **3.3. Dimensionen des Tourismus**

---

Nach der ausführlichen Behandlung der Entstehungsgeschichte des Fremdenverkehrs wie wir ihn heute kennen, folgt eine nähere Betrachtung der Dimensionen des Tourismus. Was macht die Tourismusindustrie eigentlich aus? Welche Effekte hat Fremdenverkehr auf die Reisenden und die Bereisten? Diese Fragen sollen geklärt werden, indem die ökonomische, sozio-kulturelle und ökologische Dimension des Tourismus näher beleuchtet werden.

#### **3.3.1. Ökonomische Dimension**

Die Euphorie darüber, dass Tourismus als ein Motor für eine (schnellere) wirtschaftliche Entwicklung fungiert, war vom Anbeginn des Aufstiegs des Tourismus bis vor rund 30 Jahren ungebrochen in den Köpfen der Involvierten verankert.. Aufgrund der positiven Auswirkungen der touristischen Erschließung auf die Wirtschaftssituation der Destinationen zeigten sich vor allem die lokalen Einwohner und Akteure offen gegenüber einer Ausweitung der touristischen Nutzung. (vgl. Krippendorf 1989a: 18f)

Obwohl klar ist, dass der konkrete ökonomische Nutzen des Tourismus von den jeweiligen Zielländern, deren Entwicklungsstand und Struktur der Volkswirtschaft sowie von der Art und Form der touristischen Erschließung abhängig ist, so können doch verallgemeinernd vier Effekte des Tourismus auf die Ökonomie eines Landes abgeleitet werden (vgl. Krippendorf 1989a: 18f):

#### 3.3.1.1. Zahlungsbilanz- oder Deviseneffekte

Ausländische Touristen und deren Ausgaben im Reiseland zählen für die Empfängerländer zu quasi unsichtbaren Exporten, die sich positiv in den Handelsbilanzen der jeweiligen Länder niederschlagen. Vor allem rohstoffarme Staaten, die unter einem chronischen Handelsbilanzdefizit leiden, sind von dieser Art der Deviseneinnahmen abhängig. (vgl. Krippendorf 1989a: 19)

#### 3.3.1.2. Einkommenseffekte

Tourismus bringt für Destinationen positive Einkommenseffekte, die sich in direkte und indirekte Einkommen unterteilen lassen. Als direkte Einkommen werden jene angesehen, die durch die Ausgaben der Touristen (am Urlaubsort) generiert werden. Indirekte Einkommen entstehen durch einen Multiplikatoreffekt: Personen, die im Tourismus tätig sind und direkt davon profitieren, geben ihr so verdientes Einkommen für ihren eigenen Bedarf aus. Dies ist der Fall, wenn beispielsweise ein Raumpfleger mit seinem Gehalt Lebensmittel für seine Familie einkauft. (vgl. Krippendorf 1989a: 19)

#### 3.3.1.3. Beschäftigungseffekt

Allseits bekannt ist die Tatsache, dass der Tourismussektor zu den arbeitsintensiven Dienstleistungssektoren zählt, somit viele Arbeitsplätze schafft und für einen positiven Beschäftigungseffekt sorgt. Es können ebenfalls zwei Ausprägungen von im Tourismus Arbeitenden unterschieden werden. Zum einen existieren jene, die direkt im Tourismus tätig sind, wie Reiseführer und Tourguides. Zum anderen werden Arbeitsplätze in dem Tourismus vor- beziehungsweise nachgelagerten Sektoren, wie etwa in Zulieferbetrieben jeglicher Art, geschaffen. (vgl. Krippendorf 1989a: 19)

#### 3.3.1.4. Regionaler Ausgleichseffekt

Regionale Disparitäten sind nicht nur eine Erscheinung, die in touristisch erschlossenen Ländern auftritt, sondern finden sich weltweit. Aber gerade in Tourismusdestinationen

wird Fremdenverkehr dazu eingesetzt, um in wirtschaftlich abgeschiedenen, und teilweise „rückständigen“, ressourcenarmen Regionen besser in die Wirtschaft des Landes zu integrieren. Dadurch kann eine Abwanderung der Bevölkerung aus jenen ruralen, vorwiegend landwirtschaftlich orientierten Gegenden, denen kaum eine Möglichkeit zur ökonomischen Weiterentwicklung in Aussicht gestellt wird, abgebremst oder gar gestoppt werden. Tourismus und dessen positive Einkommenseffekte wirken sich in günstiger Weise auf die Reduzierung von regionalen Disparitäten innerhalb einer Volkswirtschaft aus. (vgl. Krippendorf 1989a: 19)

### **3.3.2. Sozio-kulturelle Dimension**

Die zweite Dimension der touristischen Entwicklung stellen sozio-kulturelle Einflüsse und Veränderungen dar, die etwa zur selben Zeit wie auch die Umwelt Berücksichtigung fanden. Eine sozialwissenschaftlich geprägte Diskussion über die Einbeziehung der gesellschaftlichen und kulturellen Veränderungsmöglichkeiten durch den Fremdenverkehr in touristische Planungsüberlegungen entfachte. (vgl. Krippendorf 1989a: 20)

Länderspezifisch unterschiedliche Ausprägungen der Veränderungen sind selbstverständlich, Krippendorf (1989a: 20) stellte trotzdem vier Grundtendenzen für sozio-kulturelle Veränderungen fest: Erstens ist der oft genannte Völkerverständigungseffekt des Reisens kaum beziehungsweise gar nicht feststellbar oder schlägt gar ins Gegenteil um. Weiters ist oftmals ein Demonstrationseffekt erkennbar, der sich in der Nachahmung der Lebensweise und Art der Touristen durch die lokale Bevölkerung manifestiert, an lokalen Traditionen wird jedoch noch festgehalten. Konträr dazu kann es selbstverständlich in den touristischen Regionen ebenso zu einer absoluten Ablehnung des Verhaltens der Reisenden kommen und Unzufriedenheit auf beiden Seiten des touristischen Spektrums auslösen. Drittens zeigt sich teilweise der Aspekt der Akkulturation, bei dem eine Anpassung der lokalen Gebräuche und Sitten an jene der Touristen stattfindet. Eigene Traditionen werden vollkommen durch die kulturellen Eigenarten der Touristen ersetzt, eine Art kulturelle Verflachung am Urlaubsort kann die Folge sein. Die vierte und letzte Ausprägung, die sozio-kulturelle Veränderungen durch touristische Erschließung annehmen können, ist die Rolle der lokalen Bevölkerung als Statisten und nicht als mit den Reiseveranstaltern aus dem Ausland gleichgestellte Partner. Die Entwicklung der Tourismusorte wird von außen fremdgesteuert, die Bereisten werden in Planung und Entscheidungen nicht einbezogen, sie treten lediglich als Besitzer von Grund und Boden, auf de-

nen beispielsweise Hotels gebaut werden sollen, in Erscheinung. (vgl. Krippendorf 1989a: 20)

### **3.3.3. Ökologische Dimension**

Nach der anfänglichen Euphorie begannen sich vor gut 30 Jahren negative Auswirkungen des Tourismus auf Regionen, Länder und Bevölkerungsteile zu manifestieren. Vor allem die ökologischen Folgen des unbedachten Handelns während des steten Ausbaus der touristischen Infrastruktur machten sich bemerkbar. An den Orten, an denen massenhafte fremdenverkehrstechnische Erscheinungen prävalent waren, wurden mehr und mehr Umweltschäden sichtbar, die nicht mehr geleugnet werden konnten. (vgl. Krippendorf 1989a: 19f)

Bewusst wurde den Akteuren in diesem Dienstleistungssektor, dass die Zerstörungen das Resultat irreversibler Prozesse waren, die im Endeffekt dazu führen werden dem Tourismus seine eigene Existenzgrundlage zu entziehen. Intakte Naturlandschaften bilden den Grundstein für eine touristische Erschließung und Besuche von Reisenden. Jedoch leidet nicht nur die Umwelt, die Lebensqualität der lokalen Bevölkerung sowie deren Lebensraum, nicht nur auf qualitativer Ebene, werden vermindert. In Folge dessen begannen die Bereisten eine ganzheitliche Betrachtungsweise der Tourismusentwicklung einzufordern, ökonomische, ökologische und sozio-kulturelle Faktoren zu berücksichtigen und eine Kosten-Nutzen-Rechnung mit allen Vor- und Nachteilen aufzustellen. (vgl. Krippendorf 1989a: 20)

### **3.3.4. Informeller Sektor**

Eine Dichotomisierung der Tourismuswirtschaft, vor allem in Entwicklungsländern, in einen formellen und einen informellen Sektor ist üblich, doch laut Vorläufer (1996: 122f) nicht uneingeschränkt annehmbar.

Fakt ist, dass viele Menschen in den Sektor des Fremdenverkehrs drängen und aufgrund des großen Ansturms nicht alle eine Anstellung im formellen Sinn finden können. Wie der Begriff informell schon vermuten lässt, handelt es sich bei dieser Form der Arbeit nicht um eine Anstellung mit allen Vorteilen und Absicherungen wie als Arbeitnehmer eines Hotels, sondern um eine Art der Beschäftigung, die keine Versicherung und kein stetiges Einkommen aufweist. Der Straßenhändler, der mit seinem fahrenden Essensstand in Touristenzentren wie etwa am Patong Beach in Phuket/Thailand umherzieht, ist im Tourismus beschäftigt, jedoch nicht in einer fixen Anstellung. Seine Einkünfte variiere-

ren stark von seinen Verkäufen pro Tag, sollte er einmal krank werden, gibt es für ihn keine Verdienstausschüttung. Jeder Krankentag bedeutet entgangene Einnahmen für ihn. Gerade in Ländern der „Dritten Welt“ und Regionen, in denen hohe Arbeitslosigkeit herrscht, strömen viele Personen auf der Suche nach einer Erwerbstätigkeit in Fremdenverkehrsmetropolen, viele von ihnen landen in einer informellen Arbeitssituation und leben von der sprichwörtlichen Hand im Mund. Eines haben diese Essensstände, fliegende Händler und einige Touristenläden gemeinsam – und darin besteht das Informelle -: Sie sind nicht registriert. Gerade in südostasiatischen Ländern existieren unzählige mobile Garküchen, die von Einheimischen genauso genutzt werden wie von Touristen, die diese als willkommene, exotische und aufregende Abwechslung zur Verpflegung in den Hotels ansehen. Viele Individual- und Rucksacktouristen, die auf eigene Faust die Länder Südostasiens erkunden wollen und für die diese Weltregion ausreichend bekannt ist, verbringen während ihrer Reise selten Zeit in Hotels mit Verpflegung und sind deshalb auf diese Garküchen und Obstverkäufer angewiesen. (vgl. Vorlaufer 1996: 122f)

Charakteristisch für den informellen Sektor im Fremdenverkehr sind, neben anderen Merkmalen, „eine geringe Kapitalausstattung, leichte Marktzugänglichkeit, Arbeit ohne Lizenz und Steuerabgaben, geringe Zahl von Beschäftigten, oft ohne festen Betriebsstandort, fehlende fachliche (formelle) Qualifikation der Beschäftigten“. (Vorlaufer 1996: 124)

Vorlaufer (1996: 123) stellt die Vermutung auf, dass in einigen Ländern rund 50% der im Tourismus Beschäftigten im informellen Sektor Arbeit gefunden haben. Eine hohe Zahl und eine Menge an Leuten, die ohne einen gesicherten Broterwerb leben. Informelle Beschäftigung geht jedoch weit über fahrende Garküchen hinaus, ein Fischer, der neben seiner Fischerei seinen Bungalow an Touristen vermietet, zählt ebenso zu diesem Sektor wie selbsternannte Tourguides. (vgl. Vorlaufer 1996: 123)

Bei der Umlegung eines Schemas des Lebenszyklus‘ eines Produktes auf die touristische Entwicklung einer Region (Abbildung 4) lässt sich allgemein feststellen, dass die Anzahl der in informellen Beschäftigungsarten Tätigen zu Beginn der Entfaltung (Initialphase) höher liegt als jene der formell Beschäftigten. Im Laufe der Weiterentwicklung und des Anstiegs der Touristenankünfte holt der formelle Sektor auf beziehungsweise überholt an einem Punkt die informell Beschäftigten. Zahlreiche Kleinbetriebe, die anfänglich meist nebenerwerblich geführt werden, transformieren sich zu formell angemeldeten Unter-

nehmen. Vorteile dieser Umwandlung zeigen sich in der besseren Kapitalausstattung, dem einfacheren Zugang zu begrenzten Ressourcen, größere Leistungsfähigkeit und nicht zuletzt ein Naheverhältnis zu politischen Eliten. All das bewirkt eine räumliche und zeitliche Verdrängung der informellen Betriebe, formelle Unternehmen sind aufgrund des wachsenden Konkurrenzkampfes und Leistungsdruckes stark um diese Ausmanövrierung/Ausschaltung bemüht. Mit dem Anstieg der Nachfrage (Wachstumsphase) steigt nicht nur der Anteil an formellen Tourismusbetrieben, es zeigt sich auch eine Veränderung in den Besitzverhältnissen der Unternehmen. Viele auswärtige Investoren oder sogar ausländische Tourismusbetreiber drängen auf den nationalen Markt. Durch diese Kapitalspritzen entwickeln sich die vormals informellen Kleinbetriebe zu mittleren und großen Unternehmungen, die bessere Chancen auf dem Tourismusmarkt haben als die lokal geführten kleinen Unternehmen (Konsolidierungsphase). (vgl. Vorlauffer 1996: 124)

Nach der Stagnationsphase der touristischen Entwicklung, welche früher oder später eintritt, kann entweder eine Erneuerung oder ein Niedergang der Fremdenverkehrsdestination erfolgen. Zu beobachten ist, dass bei einer Rezession der Anteil der formellen Tourismusbetriebe wieder abnimmt und informelle Unternehmen wieder vermehrt auf der Bildfläche erscheinen. Mit dem Rückgang der formellen Komponente der Tourismusunternehmen – sprich ausländische Tourismuskonzerne und Investoren ziehen ihr Kapital ab und errichten ihre Zelte anderswo – steigt zugleich die Eigentümerschaft der lokalen Bevölkerung an den touristischen Unternehmungen wieder. Nicht zuletzt werden Hotels und andere Tourismusbetriebe für die Einheimischen aufgrund der sinkenden Besucherzahlen ausländischer Touristen leistbar. Mit der Stagnation oder gar dem Niedergang einer Fremdenverkehrsdestination vollzieht sich ein Wandel der Gästestruktur, vermehrt inländische anstatt ausländischer Gäste frequentieren die betreffende Tourismusregion, parallel sinken die Ansprüche an den Umgang mit der Umwelt oder an die Hotellerie im Ganzen. Beispielhaft für Destinationen in der Stagnations- oder gar Niedergangsphase kann hier das thailändische Seebad Pattaya östlich von Bangkok genannt werden. Möglichkeiten dem Niedergang einer Fremdenverkehrsregion entgegen-zu-wirken, stellen neben der Verbesserung der ökologischen Qualität, der besseren Vermarktung und einer neu überdachten touristischen Raumplanung für das Gebiet, staatliche Investitionen und Maßnahmen dar. Eine Erneuerung des Zielgebietes wird erdenklicher. (vgl. Vorlauffer 1996: 46, 124)

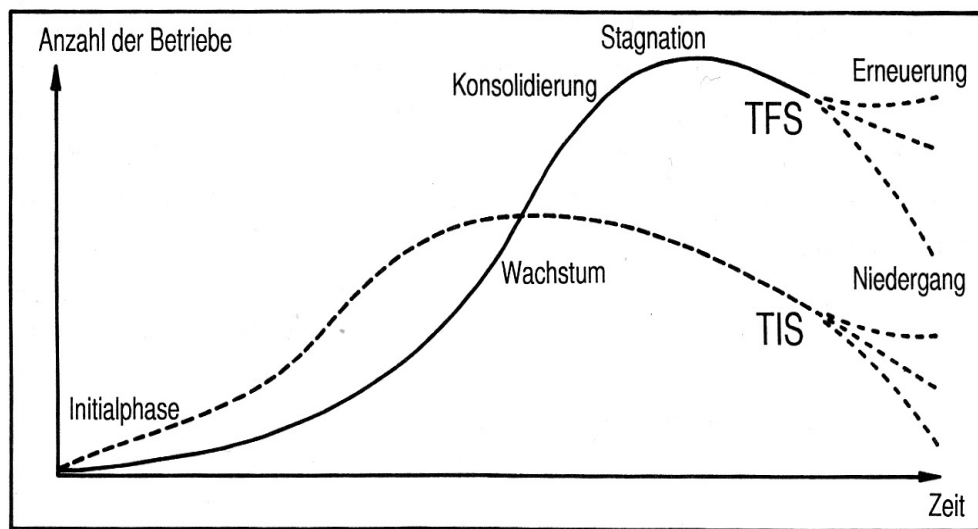


Abbildung 4: Produktlebenszyklus des informellen (TIS) und des formellen (TFS) Tourismussektors.

Zu unterscheiden ist zudem eine „natürlich“ gewachsene Entwicklung des Tourismussektors von einer bis ins kleinste Detail durchgeplanten Introdution des Fremdenverkehrs in ausgewählten Gebieten. Bei Letzterer entfällt die Phase der Dominanz der informell geführten Betriebe, von Beginn an haben formelle Unternehmen die Nase vorne. Konzepte, die mittels privater oder staatlicher Großinvestitionen gemacht werden, bieten von vornherein keinen Platz für den informellen Sektor. (vgl. Vorlauffer 1996: 124f)

### 3.4. Reisemotive / Push- und Pull-Faktoren

---

In Zusammenhang mit der Notwendigkeit des Reisens zum Zweck der Erholung und des Erreichens eines gewissen Lebensstils treten sogenannte *Push*- und *Pull*-Faktoren auf den Plan. Mit dem Streben „Weg von...“ ist nicht bloß die Lust auf eine (nicht unbedingt nur räumliche) Veränderung verbunden, ja die Flucht aus dem Alltag steht sogar klar im Vordergrund. Konträr dazu existieren *Pull*-Faktoren, also „Hin zu“-Kräfte, die Menschen, dazu veranlassen an bestimmte Orte zu reisen. Einer dieser Faktoren, und nicht gerade ein unbedeutender, ist die Natur mit all ihren Spielarten. (vgl. Romeiß-Stracke 1989: 37) So kann etwa eine Reise in die Toskana nicht nur mit dem Wunsch nach gutem Essen gerechtfertigt werden, sondern auch mit der schönen Landschaft. Besonders stark präsentiert sich die Naturlandschaft als eine *Pull*-Komponente in exotischen Urlaubsdestinationen, die natürlich in ihren Marketingstrategien auf diese speziellen Bedürfnisse der Touristen eingehen. Endlos scheinender, von Palmen gesäumter Sandstrand, klares türkisblaues



Wasser und natürlich der obligatorische Sonnenschein ziehen Reisende ebenso an wie grüne Almen, weiße schneebedeckte Berggipfel und frisches Quellwasser, das in kleinen Rinnsalen seinen Weg ins Tal findet, je nachdem, welche Art von Natur eben gesucht wird.

Felizitas Romeiß-Stracke (1989: 37) stellt die These auf, dass die *Push*-Faktoren relevant bleiben, aber einem rückläufigen Trend unterliegen und dass in Zukunft mit einer Verstärkung der *Pull*-Komponenten gerechnet werden kann. Das bedeutet, dass Menschen nicht mehr vorrangig reisen, um von etwas wegzukommen, etwas zu entfliehen, sondern dass sie sich ihre Destinationen gezielt nach für sie entscheidenden Kriterien, wie etwa Meer und weißer Sandstrand oder Berge und grüne Wiesen, aussuchen. Gerade diese Verschiebung in den Reisemotiven von Touristen zeigt sich als bedeutend für die weitere Planung von Tourismusentwicklung und vor allem für die Planung des touristischen Angebotes. Die Naturlandschaft sowie die Erwartung derer Unberührtheit nehmen eine neue, prominente Stellung ein. Reisende wählen ihre Ziele systematisch nach am Urlaubsort vorherrschenden natürlichen Gegebenheiten aus. Freizeiteinrichtungen in den Destinationen rücken in den Hintergrund, wichtiger ist es, die Natur in ihrer ganzen Pracht erleben und erfahren zu können. Nicht zuletzt deshalb, um die Bedürfnisse und Wünsche der Touristen ausreichend befriedigen zu können, ist es notwendig die lokale Umwelt sowie die vorhandenen Kulturlandschaften angemessen zu pflegen und zu erhalten. Frei nach diesem Motto sind unüberlegte, ehrgeizige touristische Ausbaupläne zu verwerfen. Eine verstärkte Rücksichtnahme auf die Konservierung der Naturlandschaft ist unumgänglich. (vgl. Romeiß-Stracke 1989: 37)

Um einen Überblick über die Reisemotiven von Deutschen zu erhalten, führte der Studienkreis für Tourismus im Jahr 1985 in der Bundesrepublik Deutschland eine Umfrage zu genau diesem Thema durch. Die Ergebnisse hat Herbert Hamele (1989: 39ff) in einem Buchbeitrag anschaulich aufbereitet. Die wichtigsten Erkenntnisse werden hier präsentiert.

Die bedeutendste Aussage der Umfrage ist die Wichtigkeit der Erhaltung der Natur. Rund zwei Drittel der deutschen Bevölkerung, in einem Querschnitt aller Bevölkerungsschichten, gaben an, dass sie es als sehr wichtig erachten, die Natur zu erhalten, ebenso wie das Wasser rein zu halten und frische Luft zu atmen. Interessant ist, dass 1985 der Faktor „Natur erleben“ an vierter Stelle der wichtigsten Reisemotive angesiedelt war. Den ersten Platz belegte der Wunsch, „abschalten“ zu können, gefolgt von der Anforderung an die

Reise, dabei zu helfen neue Kräfte zu sammeln. Am dritthäufigsten wurde das Reisemotiv „Raus aus dem Alltag“ genannt. (Hamele 1989: 42)

Heute wie damals ist in den Antworten der Befragten von der Wichtigkeit der Natur in Bezug auf ihre Reise die Rede. So erwarteten viele der Touristen am Urlaubsort unberührte Natur und ursprüngliche Landschaft vorzufinden, was gleichzeitig ein ausschlaggebendes Kriterium für die Wahl des Urlaubsziels war. (vgl. Becker/Job/Witzel 1996: 84; vgl. Hamele 1989: 42ff; vgl. Müller 2003: 95) „Eine schöne Landschaft, viel Natur [und] eine relativ intakte Umwelt“ waren die wichtigsten Beweggründe für die Auswahl der Urlaubsdestination der Befragten. (Hamele 1989: 44)

Viele der touristischen Unternehmungen und Aktivitäten in der Natur haben negative Folgen für die Natur. Obwohl etwa jeder dritte Urlauber Formen von Umweltzerstörung an seinem Urlaubsort entdeckte und sich ebenso darüber echauffierte, so waren sich jedoch die wenigsten der Befragten bewusst, welchen Beitrag sie an dieser Zerstörung haben, ihre Mitschuld erkannte nur eine geringe Anzahl. Als Konsequenz der Entdeckung der Umweltschäden an der Destination beschließt circa jeder fünfte Tourist diesen Ort nicht mehr in seinen zukünftigen Urlaubsplanungen zu berücksichtigen beziehungsweise werden Orte, an denen Verschmutzungen vermutet werden, von vornherein ausgeschlossen. Dies zeigt, wie viel Wert die Reisenden einer intakten Umwelt zuschreiben. (vgl. Hamele 1989: 44, 48f, 52)

Zusammenfassend können anhand der Resultate der Umfrage zwei Aussagen beziehungsweise Forderungen getroffen werden:

- Eine Abkehr von „harten“ Tourismusformen muss stattfinden, sie sollen „sanften“ Alternativen Platz machen und durch diese ersetzt werden. Sanftere Arten von Tourismusentwicklung legen den Fokus auf die Umwelt- und Sozialverträglichkeit ebenso wie sie die Interessen der lokalen Bevölkerung mit einbeziehen. (vgl. Hamele 1989: 53)
- Zur Reduzierung der Fluchtmotive des Reisens, d.h. Urlaub soll nicht mehr nur als eine Flucht vor der zerstörten Umwelt zu Hause gesehen werden, muss eine Verbesserung der Umweltsituation an den Heimatorten stattfinden. (vgl. Hamele 1989: 53)

Eine allumfassende Theorie zur Erklärung der Reisemotive existiert bedauerlicherweise nicht, da die Motivationen, eine Reise anzutreten, so komplex wie die Psyche des Men-

schen selbst sind. Unbestreitbar existieren jedoch intrinsische sowie extrinsische Faktoren der Motivation. Der Ansatz der intrinsischen Triebkraft befasst sich mit der Individualität der Reisenden. Sie besitzen besondere Reize, die sie zu einer touristischen Aktivität bewegen. Eigene Bedürfnisbefriedigung ist in dieser Hinsicht ein essentielles Stichwort, so können Reisen etwa zum Zweck der Selbstfindung (die bereits in den Anfängen des modernen Tourismus ein starkes Motiv darstellte) angetreten werden und in weitere Folge zu einem Gefühl des Glücks beitragen. (vgl. Opaschowski 2002: 13; vgl. Page 2011: 62f) Extrinsische Beweggründe für Touristen bilden etwa die Gesellschaft und Kultur, aus der ein Reisender kommt. Diese kulturelle und soziale Verortung prägt die Einstellungen, Eigenschaften, Vorlieben sowie Ansichten der Menschen von außen her. (vgl. Page 2011: 63)

Eine Unterscheidung zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation der Touristen ist nur eine Sichtweise auf die Beweggründe, die zu einer Reise führen. *Push-* und *Pull*-Faktoren, die sich aus beiden Motivationsgruppen zusammensetzen, lassen sich ansatzweise in folgende Kategorien einteilen:

Push/Weg-von-Faktoren	Pull/Hin-zu-Faktoren
Flucht vor dem Alltag	Leichte Erreichbarkeit
Sozialisierung	Kosten der Reise
Spaß/Aufregung	Werbeposter der Destination
Erholung	Sehenswürdigkeiten/Veranstaltungen
Prestige/Ansehen	Sonne, Sand und Meer
Bildungsmotive	

(Quelle: Page 2011: 66)

### 3.5. Typologie von Touristen

Krippendorf (1984: 137; 1989a: 24) legt die Bedürfnispyramide nach Abraham Maslow auf den Tourismus, besser gesagt auf den Touristen, um. Er ist der Meinung, dass Touristen besonderen Bedürfnissen auf ihren Reisen nachgehen. Zu Beginn steht der Wunsch nach körperlicher Erholung. Sobald dieser gestillt ist, begibt sich der Reisende auf die Suche nach geistiger und emotionaler Erholung, die durch Bewegung und sportliche Aktivitäten erreicht werden kann. Meist sind dies Tätigkeiten, für die im alltäglichen Leben

nicht oder nur unzureichend Zeit gefunden wird sowie Begegnungen und Kontakt mit Menschen, die im Alltag so eher nicht möglich wären. Mit der Umstellung vom Bedürfnis nach physischer Erholung auf jene der psychischen Ebene vollzieht sich eine Art von Emanzipierung des Touristen, durch die er anspruchsvoller wird. Die Anforderungen des Touristen an seinen Urlaub steigen stetig, ebenso wie sein Bewusstsein über seinen Einfluss auf die Gastgesellschaft. Gute Verpflegung und Unterkunft werden als selbstverständlich betrachtet, die Lust seine Kreativität auszuleben und neue soziale Kontakte zu knüpfen, ebenso wie die gesteigerte Fürsorge für die eigene Gesundheit und die Umwelt, verfeinern die Reisepraxis der Touristen. Es vollzieht sich demnach eine Wandlung „vom fremdbestimmten/manipulierten über den informierten/erfahrenen zum emanzipierten/mündigen Touristen.“<sup>3</sup> (Krippendorf 1989a: 24)

Die Zahl der Bürger, die sich mit den Einflüssen des menschlichen Tuns auf die Umwelt genauer befassen und die die Ressourcen auch für nachfolgende Generationen weiterhin nutzbar erhalten wollen, wächst kontinuierlich an. Überzeugt müssen jedoch jene werden, die jedes Jahr in Millionen-Scharen quasi die größte Völkerwanderung unternehmen – die Touristen. Sie müssen beginnen, sich ihrer Reisepraxis und der Auswirkungen ihres Verhaltens bewusst zu werden und lernen, Rücksicht auf ihr Umfeld und die Natur zu nehmen. (vgl. Hamele 1989: 38)

Ebenso wie es viele unterschiedliche Ausprägungen von Tourismusformen gibt, so existieren dementsprechend viele Typen von Urlaubern. Eine mögliche Typisierung der Reisenden findet sich bei Cohen (1974), der aufgrund ihrer Charakteristika vier Unterscheidungen trifft.

- Der organisierte Massentourist

Dieser Typus befindet sich auf einer Pauschalreise, auf der er bestens organisiert ist. Sein Kontakt mit der lokalen Bevölkerung am Urlaubsort beschränkt sich auf ein Minimum, spricht nur das Notwendigste.

- Der individuelle Massentourist

Nutzt im Grunde die gleiche Infrastruktur wie der organisierte Massentourist, jedoch unterscheidet er sich von diesem, indem er durchaus Interesse an anderen Sehenswürdigkeiten zeigt, die nicht im Zuge von geführten Touren angesteuert werden.

---

<sup>3</sup> Eine genauere Beschreibung der Charakteristika dieser neuen Art von Touristen findet sich in Kapitel „Definition nachhaltiger Tourismus“.

- Der Erforscher (*explorer*)

Er kann als abenteuerlustig charakterisiert werden, da er seine Reisen selbständig organisiert und den Kontakt zu den Gastgebergesellschaften sucht, er will ihren kulturellen und sozialen Lebensraum kennenlernen.

- Der Drifter

Unter einem Drifter sind jene Reisenden zu verstehen, die weder Kontakt mit anderen Touristen aufnehmen noch die massentouristische Infrastruktur in Anspruch nehmen wollen. Der Wunsch, intensive Begegnungen mit der lokalen Bevölkerung zu haben steht im Vordergrund. (vgl. Cohen 1974 zit. nach Page 2011: 67)

### **3.6. Tourismus im Kontext der Entwicklungszusammenarbeit**

---

Fremdenverkehr wurde aufgrund seiner internationalen und intersektoralen Verknüpfungen von der Entwicklungspolitik aufgegriffen und für ihre Zwecke operationalisiert. Das in den touristischen Praktiken enthaltene Potenzial zu einer (nachhaltigen) Entwicklung sowie zu einer Verbesserung des Lebensstandards und der Wirtschaft in den Zielländern qualifiziert den Tourismus als Werkzeug der Entwicklungszusammenarbeit. In diesem Teil der Diplomarbeit werden drei unterschiedliche Anwendungsarten des Tourismus in diesem Kontext beschrieben.

#### **3.6.1. Tourismus in Entwicklungsländern**

Tourismus ist ein weltweit boomender Wirtschaftssektor, daher ist es wenig verwunderlich, dass sogenannte Entwicklungsländer sowohl Ziel als auch Ausgangspunkt von Tourismus und Touristen sind. Viele dieser Länder sehen in dieser Entwicklung und der starken Nachfrage nach Reisen in „weniger entwickelte“ Weltregionen eine Chance ihren Anteil am Welttourismusmarkt zu erhalten beziehungsweise zu erhöhen und dadurch parallel eine Sicherung oder Beschleunigung ihres Wirtschaftswachstums zu erzielen. Jedoch steht für Entwicklungsländer nicht nur wirtschaftliches Wachstum im Fokus, die Entwicklung ihrer Gesellschaften als Ganzes soll durch den Aufbau der Fremdenverkehrsindustrie und –infrastruktur gefördert werden. Unabhängig von ihrer Ressourcenausstattung, ihrer Gesellschaftsordnung oder Kultur stellt der Tourismus in den Augen der Entwicklungsländer eine reale Möglichkeit dar, ihre wirtschaftliche Misere zu lindern. Ganz besonders Staaten mit sehr niedrigem Bruttonationalprodukt sowie geringem Potenzi-

al zu einer Erhöhung der alternativen industrie- und agrarwirtschaftlichen Produktion sehen im Fremdenverkehr eine Art Rettungsboot, das ihnen zu Hilfe kommt. (vgl. Vorlaufer 1996: 1f)

Das starke Bevölkerungswachstum, die daraus entstehende Massenarbeitslosigkeit und die Armut sind nur einige Gründe, die Entwicklungsländer dazu zwingen, jegliche ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen und Kräfte in die Überlebenssicherung ihrer Bevölkerung und die damit verbundene Stabilisierung von politischen Verhältnissen zu stecken. Wachsende Zahlungsbilanzdefizite, horrendere Verschuldung und steigende Zerstörung von Ressourcen tragen ebenfalls zur Verschlechterung der Situation der Entwicklungsländer bei. (vgl. Vorlaufer 1996: 1) Tourismus mag in dieser Situation als der Retter in der Not erscheinen, doch bringt er nicht nur positive Effekte für die Gastgesellschaften.

Gerade „Länder des globalen Südens“ setzen auf ihre naturräumlichen Begebenheiten und vorhandenen natürlichen Ressourcen. Das von Touristen des „reichen Westens“ überwiegend im Urlaub gesuchte und erwartete warme Klima, ebenso wie die intakte Natur können Entwicklungsländer ihren Gästen bieten, ohne sich dafür in Unkosten stürzen zu müssen. Reisende aus Industrieländern sind oftmals auf der Suche nach etwas Neuem und Unentdecktem, sie wollen sich selbst als Entdecker sehen und in die entlegensten Weltregionen und sogar in deren abgeschiedenste Ecken vordringen. Ihre Ansprüche an unberührte Landschaften, ökologisch intakte Natur und wenig mit der modernen Zivilisation in Kontakt gekommene Kulturen und Völker werden von „Ländern des Südens“ getroffen. Neben all diesen positiven, von Touristen erwarteten Attributen und Attraktionen, haben Entwicklungsländer jedoch noch einen großen Vorteil gegenüber Tourismusregionen im „globalen Norden“: Sie besitzen einen kaum zu übertreffenden Kostenvorteil. Durch die geringen Arbeitskosten und das Vorhandensein von natürlichen Ressourcen können sie ihre Tourismusdestinationen zu vergleichsweise sehr billigen Preisen anbieten. Für die Urlauber aus Industrieländern werden durch die billigen Lebensbedingungen in ärmeren Destinationen die Preise noch niedriger – je ärmer das Land, desto billiger der Urlaub. So könnte man die Situation für die Urlauber knapp zusammenfassen. (vgl. Krippendorf 1984: 103; vgl. Vorlaufer 1996: 1)

Der Aspekt der internationalen politischen Ökonomie wird in Untersuchungen zum Thema Tourismus bisher unerfreulicherweise meist vernachlässigt, erweist sich jedoch faktisch als ein wichtiger Gesichtspunkt. (vgl. Britton 2008: 386)

Da es für die lokale Bevölkerung erstrebenswert scheint, an der touristischen Wertschöpfung teilzunehmen, versuchen sie dies unter anderem dadurch, dass sie ihren Grund und Boden zu sehr billigen Preisen an die Tourismusindustrie verkaufen und so der touristischen Erschließung zur Verfügung stellen. Je weniger die Länder und Gebiete als Destinationen bekannt sind, desto billiger können Investoren aus Industrienationen Flächen für den Fremdenverkehr erwerben. Die lokale Bevölkerung muss sich, wie generell in der Wirtschaft üblich, mit den ihr gemachten Angeboten zufrieden geben, seien sie auch noch so schlecht. Lehnen sie ab, haben sie keine Möglichkeit, an der Tourismusindustrie zu partizipieren. Gerade für Großunternehmer und Reiseveranstalter gestaltet sich die Situation durch das Gesetz von Angebot und Nachfrage als noch lukrativer. Sie können zudem bessere, ihren Vorstellungen entsprechende Konditionen aushandeln und übermäßig billige Grundstücke ankaufen. Aber nicht nur der Grundbesitz wird zu Ausverkaufspreisen abgegeben, auch die Arbeitskraft, die im Tourismussektor benötigt wird, stellen die lokalen Bewohner zu außerordentlich billigen Konditionen bereit, da ihr Wunsch, etwas vom großen und vermeintlich lukrativen Kuchen namens Tourismus abzubekommen, größer ist als ihr Wunsch nach gerechter Bezahlung. Vor allem Urlaubsdestinationen, die in überdurchschnittlichem Ausmaß von den ausländischen Tourismuskonzernen abhängig sind, müssen sich den Preisvorstellungen dieser beugen. Je stärker die Position am Markt z.B. einer Hotelkette aus dem Ausland ist, desto günstigere Preise kann diese für sich verhandeln, selbst wenn die Destination an sich zu jenen der gehobeneren Preisklasse zählt. (vgl. Krippendorf 1984: 102f; vgl. Vorlaufer 1996: 39)

Der Wettbewerbsvorteil der Entwicklungsländer ergibt sich jedoch nicht nur aus den Verhandlungen der touristischen Großkonzerne mit der lokalen Bevölkerung, sondern ist vielerorts der Kooperation der Regierungen zu verdanken. Diesen Aspekt fasst Karl Vorlaufer in folgendem Zitat prägnant zusammen:

„Wesentlich zahlreicher sind jedoch die Länder, deren Regierungen über eine Niedrigpreispolitik Wettbewerbsvorteile auf dem Welttourismusmarkt zu erzielen versuchen. Steuererleichterungen für das Fremdenverkehrsgewerbe, niedrige Eintrittsgebühren für staatliche Einrichtungen und Gebühren für staatliche Leistungen, aber auch die Festsetzung oberer Preisgrenzen z.B. in der Hotellerie, sind in vielen Ländern Instrumente, über ein niedriges Preisniveau Marktanteile zu sichern.“ (Vorlaufer 1996: 39)

Tourismus existiert in den meisten Fällen auf der Grundlage der ungleichen Arbeitsteilung und Kapitaleinbringung zwischen Stadt und Land – im Fall von Entwicklungsländern besteht diese Ungleichheit sogar zwischen Destinationsland und Ursprungsland der

Touristen und Tourismusbetreiber. Klar ist hier, dass derjenige, der das Kapital einbringt, eindeutig am längeren Ast sitzt. Das bedeutet, dass die Bevölkerung der Urlaubsländer ihre Arbeitskraft einbringt und die nötigen Grundstücke für den Tourismus zur Verfügung stellt. Doch diejenigen, die das Geld für die Entwicklung des Tourismus und den Aufbau einer touristischen Infrastruktur haben, halten die Zügel in der Hand und können bestimmen, welche Maßnahmen gesetzt werden. Gerade dieses blinde Teilhaben-Wollen am Tourismus lässt die lokale Bevölkerung selten erkennen, dass sie sich selbst kontinuierlich in eine Abhängigkeitssituation manövriert, aus der sie schwer wieder herauskommt. Erlöse aus dem Tourismus, die im Urlaubsland bleiben und nicht dem *leakage*-Effekt<sup>4</sup> zum Opfer fallen, werden für die notwendigsten Maßnahmen zu einer nachholenden Entwicklung aufgewendet. Mit dem Verkauf der Grundstücke, geben die lokalen Bewohner ihren größten Trumpf, den sie für eine wirtschaftliche Entwicklung des Landes nutzen können, viel zu billig aus der Hand. Steigen die Preise für Boden mit Anstieg des Tourismusaufkommens, erkennen die Einwohner, dass sie viel zu billig verkauft haben. Im schlimmsten Fall kann dieser Ausverkauf so weit gehen, dass sich die Einheimischen, aufgrund der immer weiter steigenden Grundstückspreise und Nebenkosten, es nicht mehr leisten können, in der eigenen Gemeinde, in der sie womöglich geboren wurden und ihre gesamtes bisherigen Leben verbracht haben, zu leben. Tourismus ist demnach nicht als ein fairer Tauschhandel zu bezeichnen, Kosten und Nutzen sind nicht auf alle teilnehmenden Parteien gleichmäßig und gerecht aufgeteilt. Anfallende soziale Kosten werden nicht von den Verursachern, den Touristen und Tourismusbetrieben, gezahlt, sondern fallen an die Einheimischen zurück. Diese sind mit der Situation teilweise maßlos überfordert und haben keine Möglichkeit, die sozialen Kosten auf irgendeine Weise ersetzt zu bekommen. Gedanken daran, den Reisenden Auflagen aufzuerlegen, damit das Tourismusgeschäft fairer wird und eine Teilung der negativen Kosten (z.B. kann die Umweltzerstörung in Zielländern nicht kompensiert werden) stattfindet, sind selten zu finden. Den Bereisten bleiben viele Nachteile, die niemand mit ihnen teilt und die zu allem Überdross oftmals sogar verniedlicht oder gar geleugnet werden. (vgl. Krippendorf 1984: 102f)

---

<sup>4</sup> Von einem *leakage*-Effekt wird dann gesprochen, wenn der Großteil der durch den Tourismus generierten Einnahmen nicht im jeweiligen touristischen Zielland verbleiben, sondern ins Ausland abfließen z.B. an große Reiseveranstalter.



Mit voranschreitender touristischer Erschließung der Entwicklungsländer, wurde den Eliten der jeweiligen Länder allmählich bewusst, dass Entwicklung per se nicht nur als die Steigerung des Bruttosozialproduktes des Landes gesehen werden kann. Zunächst wurde erwartet, dass mit voranschreitendem wirtschaftlichem Wachstum und steigendem Wohlstand der Bevölkerung in weiterer Folge die politischen und sozialen Probleme der Länder quasi von selbst gelöst werden würden. Nicht mit der Tourismusentwicklung verbundene, nichtwirtschaftliche Ziele wurden zuvor weitgehend ignoriert, in den 1970er Jahren fanden diese ihre Ausprägung in der Vorstellung, dass Tourismus zur Erreichung von Weltfrieden und zur allgemeinen Völkerverständigung beitrage. (vgl. Vorlaufer 1996: 2f) Das Credo der Völkerverständigung war sehr präsent, doch wurde mit fortschreitender Intensität des Tourismusaufkommens bald deutlich, dass nicht nur positive Verständigungseffekte erzielt wurden. Geteilte Meinungen zur Mär der Völkerverständigung sind prävalent, manche sehen im Tourismus ein Mittel zur Kommunikation, das verschiedene Menschen aus unterschiedlichen Erdteilen und sozialen Schichten miteinander ins Gespräch bringt und zu einem Austausch führt. Andere vergleichen die Tourismusentwicklung eher mit der Zerstörungsmacht einer atomaren Bombe. Jost Krippendorf etwa zählt zu den Vertretern ersterer Einstellung: Er merkt an, ihm seien nur wenige positive Beispiele einer übergreifenden Verständigung zwischen Reisenden und Bereisten bekannt und die Möglichkeiten zu erfolgreichen Kommunikationssituationen seien sehr limitiert. Gründe dafür sieht er in den Reisemotiven und den Einstellungen der Touristen, die aus dem Bedürfnis bestehen, das eigene Ich in den Vordergrund zu stellen. Dadurch sind Gefühle der Unter- oder Überlegenheit bei der lokalen Bevölkerung und den Reisenden fast unvermeidlich. Die konträre Situation dieser beiden Gruppen wird gerne übersehen oder schlicht einfach nicht wahrgenommen. Während sich die einen im Urlaub befinden und erholen, arbeiten die anderen und sind Belastungen ausgesetzt. Darüber hinaus haben Touristen oft gar nicht den Wunsch, mit der lokalen Bevölkerung in Kontakt zu treten, sie sind nur auf ihre Erholung fixiert. Tragen die Einheimischen zu dieser Regeneration bei, sind sie erwünscht. (vgl. Krippendorf 1984: 111f; vgl. Opaschowski 2002: 187ff) Diese Ideologie verlor in den letzten Jahrzehnten jedoch zunehmend an Bedeutung. Wichtig war es für die Entwicklungsländer zu erkennen, dass zu einer nachhaltigen Entwicklung neben ökonomischem Wachstum auch sozio-kulturelle, ökologische und politische Dimensionen beitragen. Neben den Entwicklungsfaktoren aus dem magischen Fünfeck von Entwicklung (Nohlen und Nuscheler, siehe Nohlen 2002: 228) sind die eben genannten Größen zu beachten, wenn Tourismus als eine Möglichkeit zur Entwicklung gesehen und genutzt

werden soll. Hohen Stellenwert erhält die Frage nach der Sozialverträglichkeit des Tourismus auf Gesellschaften und deren Kultur. Schlagartige Umgestaltungen von sozialen Beziehungen und kulturellen Techniken soll der soziale Wandel durch Fremdenverkehrsentwicklung nicht aufweisen. (vgl. Vorlauffer 1996: 2f) Mit dem Beginn dieses weltweiten Umdenkens hielt nicht nur in den reichen Ländern des Westens das Denken Einzug, Tourismus müsse mehr sein als wirtschaftliches Wachstum. Die Bevölkerung in touristischen Zielländern, auch in jenen, die zu den Entwicklungsländern zählen, profitiert von einem gesteigerten Selbstwertgefühl und verlangt mehr Mitsprache sowie Entscheidungsgewalt in touristischen Entwicklungsprozessen. (vgl. Krippendorf 1989a: 23)

Abgesehen vom Ruf nach einem sozialverträglichen Tourismuskonzept entwickelte sich in den letzten Jahrzehnten der Anspruch der Umweltverträglichkeit an den Fremdenverkehr, nicht nur in Entwicklungsländern, sondern weltweit. Nachhaltigkeit, nachhaltige Entwicklung, Ökotourismus sind Schlagwörter, die in entwicklungspolitischen Konzepten einen jähen Aufschwung erlebt haben und einen neuen Anspruch an die Entwicklungszusammenarbeit sowie alle Arten der Entwicklung stellen. Trotz des Wissens der Reiseländer um einen sozial- und umweltverträglichen Weg zu (touristischer) Entwicklung halten viele davon noch immer am Paradigma der nachholenden Entwicklung, wie es von den Modernisierungstheoretikern geprägt wurde, fest. Ökonomisches, quantitatives Wachstum steht meist noch immer über einer qualitativen Form der Entwicklung, die sowohl den Wohlstand der Gesellschaft als auch ökologische, soziale und politische Verbesserungen für die Länder bringen kann. Nicht unbeachtet darf der Aspekt der Multidimensionalität von Entwicklung gelassen werden, der zur Folge hat, dass sich wirtschaftlicher Fortschritt und sozio-kulturelle, ökologische und politische positive Veränderungen oftmals ausschließen. Das bedeutet, entweder werden streng qualitative Ziele verfolgt oder die Gesellschaft konzentriert sich auf die Steigerung des Wohlstandes und des Bruttosozialprodukt. Da in vielen Entwicklungsländern prekäre wirtschaftliche Bedingungen vorherrschen, entscheiden sie sich überwiegend für den Weg des ökonomischen Gedeihens und nehmen negative Folgewirkungen, wie Umweltzerstörung und möglichen Verlust von Kultur und Traditionen, in der Hoffnung in Kauf, die positiven Effekte durch wirtschaftlichen Aufschwung würden die Negativfolgen überwiegen. Überdies existiert die Annahme, durch die verbesserte finanzielle Lage der Staaten könnten Programme und Maßnahmen gesetzt werden, um das Fortschreiten von Umweltzerstörung und Kulturver-

lust – etwa durch Denkmalschutz – zu unterbinden. (vgl. Vorlaufer 1996: 3; vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 876, 881)

Bei Karl Vorlaufer (1996: 5) findet sich eine schematische Darstellung (Abbildung 5) des Verlaufs der Diskussion über Fragen der Tourismusentwicklung in der Entwicklungspolitik, speziell in Bezug auf Entwicklungsländer. Es wird aufgezeigt, welche Denkrichtungen großen Einfluss auf das Paradigma der (Tourismus)Entwicklung genommen haben. Dementsprechend wird mit dem Beginn des modernisierungstheoretischen Denkens um 1960 die Phase I der Tourismusentfaltung gleichgestellt. Jene Phase war dominiert von Euphorie und Optimismus von allen am Tourismus Beteiligten. Schlagwörter und Leitthemen waren der Effekt der Völkerverständigung durch den Fremdenverkehr sowie wirtschaftliche Vorteile jeglicher Art – diese Leitsätze haben sich bis heute gehalten. Optimismus und Euphorie wurden etwa zehn Jahre später – zum Zeitpunkt des Aufkommens der Dependenztheorie – von zunehmender Kritik und Ernüchterung abgelöst. Abhängigkeiten der weniger entwickelten Länder von Industrieländern, mit denen sich Dependenztheoretiker befassen, wurden im Tourismus ebenso festgestellt wie in anderen Bereichen. Verstärkt wurden in Phase II die sozialen, kulturellen und ökonomischen Nachteile gesehen, die durch den Fremdenverkehr entstehen können, Rufe wurden lauter, die ein System des ungleichen Tausches identifizierten. Etwa zeitgleich entwickelte sich eine Abwehrhaltung und eine Ablehnung des Tourismus‘ *per se*. Phase III des Diskurses über die Tourismusentwicklung trat um 1980 ein, negative Auswirkungen des Fremdenverkehrs auf die Umwelt führten zu einem langsamen aber stetigen Umdenken, sanftere Reisearten wurden verlangt. Konstruktive Kritik am damaligen Tourismuskonzept wurde ebenso geübt wie sich Protestbewegungen formierten und eine verstärkte Partizipation der bereisten, lokalen Bevölkerung auf allen Ebenen der touristischen Entwicklung gefordert wurde. Die Umsetzungsbemühungen der neuen Anforderungen markieren gleichzeitig eine Epoche der gescheiterten großen Theorien (Modernisierungs- und Dependenztheorie). Ab ungefähr 1990 war der neue Leitgedanke der touristischen Entwicklung die Nachhaltigkeit in allen Prozessen, Ökotourismus stellt bis heute, gemeinsam mit allen anderen bisher genannten Themenkreisen, die Leitthematik des Tourismussektors bis heute dar. (vgl. Vorlaufer 1996: 5)

Fremdenverkehr durchlief viele unterschiedliche Phasen der Entwicklung und Ausprägung (siehe Abbildung 5), die derzeit zu erkennende Epoche ist jene der Rückkehr zur Natur, der Umweltverträglichkeit des Tourismus kommt hoher Stellenwert zu. (vgl.

Romeiß-Stracke 1989: 34; vgl. Vorlaufer 1996: 5) Wie bereits schon in früheren Phasen kommt der Natur und damit dem Anspruch an ihre wohltuende Wirkung auf das Individuum gegenwärtig verstärkte Bedeutung zu. Bisher herrschte jedoch eine Dialektik zwischen dem Ruf nach mehr unberührter Natur und der voranschreitenden Technisierung der Welt. Daher ist es besonders interessant zu beobachten, wie sich der jetzige Anspruch auf Erhaltung und Erfahrung der Natur in Zukunft weiterentwickeln wird. (vgl. Romeiß-Stracke 1989: 34f)

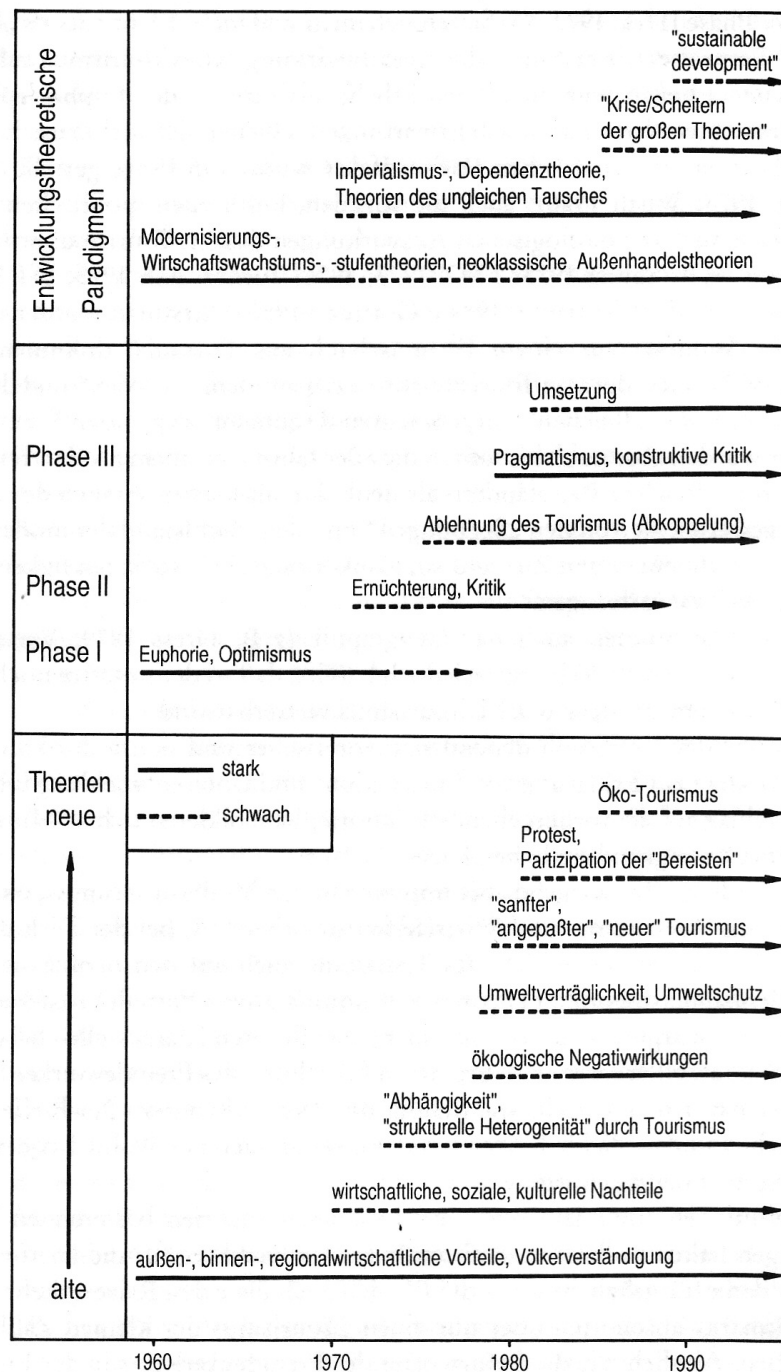


Abbildung 5: Phasen und Leitthemen der wissenschaftlichen und entwicklungspolitischen Diskussion um den Entwicklungsländer-Tourismus mit Blick auf die jeweiligen entwicklungspolitischen Paradigmen.

Trotz der Verschiebung der wichtigen Themen im Tourismus hin zu nachhaltigeren Systemen, ist bisher kaum eine Veränderung in der globalen politischen Ökonomie zu verzeichnen. Gerade abgelegene Destinationen werden von den großen, internationalen Tourismuskonzernen, die die touristische Entwicklung weitestgehend kontrollieren, weiterhin an der kurzen Leine gehalten. Ihr Entwicklungsweg, egal ob ökonomisch oder touristisch, ist gekennzeichnet durch Abhängigkeiten von Industrieländern. Der Löwenanteil am Gewinn der Tourismusunternehmen bleibt nicht im Urlaubsland, sondern fließt in die Heimatländer der großen Konzerne (*leakage effect*). Falls doch die Einheimischen am Umsatz teilhaben, so sind dies überwiegend lokale Eliten. Durch den Fremdenverkehr generierte positive Beschäftigungs- und Einkommenseffekte sind für die lokale Bevölkerung eher limitiert. Sie finden meist Arbeit als Angestellte von großen Unternehmen oder sind Besitzer von kleinen Läden – in beiden Fällen befinden sie sich in Beschäftigungsverhältnissen, die nicht viel Einkommen generieren. Um mehr positive Entwicklungen durch Partizipation am internationalen Tourismusmarkt anzukurbeln, ist eine Machtverschiebung von globalen Konzernen hin zu lokalen Einrichtungen unumgänglich. (vgl. Britton 2008: 406)

Tourismus kann jedoch nicht nur dazu führen, dass die lokale Bevölkerung ihre Lebensweise und Einstellung an jene der Gäste anpasst, sondern sich im Gegenteil positiv auf die kulturelle Basis auswirken. Erst durch den Kontakt mit der anderen – der Kultur der Touristen – nehmen die Bewohner ihre eigene erneut zur Kenntnis, sie sehen sie in einem anderen Licht. Da von den Urlaubern meist gewünscht wird, lokale Gebräuche und Traditionen beim ihrem Besuch zu „entdecken“, wird ihnen das gezeigt, was sie sehen wollen. Natürlich kann behauptet werden, dass alles, was die Lokalen für die Reisenden aufführen, nur Theater ist. Doch steckt trotzdem eine nähere Auseinandersetzung mit der eigenen Identität und Kultur dahinter. Das mag jetzt nicht nur im Kontext des Dritte-Welt-Tourismus zutreffen, sondern kann ebenso in Österreich beobachtet werden. Hier fand in den letzten Jahren eine Rückkehr zu den eigenen Wurzeln statt – bereits fast vergessene traditionelle Kleidung wie das Dirndl und die Lederhose erfreuen sich heutzutage einer Beliebtheit wie schon lange nicht mehr. Zugegeben zeichnet nicht nur die Fremdenverkehrsindustrie und der dadurch entstandene Kontakt mit Touristen für diese Wiedererstarkung des eigenen Traditionsbewusstseins verantwortlich, doch ist sie einer der treibenden Faktoren. In Touristenzentren war es gang und gäbe, dass die im Fremdenverkehr Beschäftigten sich in dieser Tracht zeigten, doch hat sich dies stark verändert. Formale Bälle sowie Hochzeiten werden unter dem Thema Tracht ausgerichtet, man ist wieder

stolz darauf, diese Kleidung zu tragen. Vor wenigen Jahren noch hätten Passanten auf der Straße etwa in Wien die Nase gerümpft, wäre jemand in einem Dirndl an ihnen vorbeispaziert. Tourismus kann sich demnach sowohl negativ als auch positiv auf lokale Kulturen und Traditionen auswirken.

### 3.6.2. Tourismus und Entwicklung

Unumstritten hat die Fremdenverkehrsindustrie Auswirkungen auf die gastgebenden Gesellschaften und deren Volkswirtschaft. Welche positiven Effekte der Sektor auf die Entwicklungsmöglichkeiten eines Landes hat, wird in der Literatur oft diskutiert und soll im Folgenden näher dargestellt werden.

Tourismus ist ein holistisches Konzept, das auf alle Bereiche eines Staates Einfluss nimmt, d.h. ökonomische, sozio-kulturelle, ökologische sowie politische Veränderungen können auftreten. Diese müssen nicht immer zwingend positiv sein, wie in der Arbeit bisher schon angedeutet wurde. Natürlich entstehen durch eine Teilnahme am internationalen Fremdenverkehrsmarkt vorteilhafte Situationen. Bei Telfer (2009: 148) finden sich mögliche positive Effekte des Tourismus auf die Entwicklung eines Landes, Abbildung 6 führt diese an.

<i>Area of Development</i>	<i>Potential Positive Contribution</i>
Economic	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GDP</li> <li>• Foreign exchange</li> <li>• Employment</li> <li>• Income</li> <li>• Poverty reduction</li> <li>• Infrastructure development</li> </ul>
Social/Cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strengthening local culture</li> <li>• Self-reliance</li> <li>• Revitalization of crafts</li> </ul>
Environmental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustainable development</li> <li>• Environmental management</li> <li>• Protected areas</li> </ul>
Political	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empowerment</li> <li>• Self-reliance</li> <li>• Freedom</li> <li>• Image of stability and security</li> </ul>

Auf der wirtschaftlichen Ebene vermag Fremdenverkehr als Devisenbringer, Arbeitgeber sowie als Einkommensquelle für Land und Bevölkerung dienen. Alles in allem kann die Tourismusindustrie das Bruttosozialeinkommen steigern und somit gleichzeitig potenziell zu einer Reduktion der von Armut betroffenen Bevölkerungs-

Abbildung 6: Mögliche positive Effekte des Tourismus auf die Entwicklung eines Landes

-teile beitragen. Mehr Geld im Land bedeutet mehr Kapital für den Ausbauder generellen Infrastruktur. (vgl. Telfer 2009: 148)

Auswirkungen auf das sozio-kulturelle Gefüge können im positiven Sinn das Erstarren der lokalen Kultur sein, eng damit verbunden ist die Möglichkeit der *self-reliance* der Bevölkerung. Das bedeutet, dass die Einheimischen durch den Fremdenverkehr und dessen Fähigkeit zum Strukturwandel dazu befähigt werden, selbständiger oder gar autark gegenüber anderen Wirtschaftsteilnehmern aufzutreten. Dieser Status der Selbständigkeit wird erhöht durch das Erstarren der traditionellen Handwerkskunst, die lokale Bevölkerung widmet sich wieder vermehrt der Herstellung althergebrachter Kunst, meist um sie als Souvenirs an Touristen zu verkaufen. (vgl. Telfer 2009: 148)

Umweltpolitische Verbesserungen durch die Partizipation an der Tourismusindustrie können das Erstarren des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung ebenso wie ein Anstieg von umweltpolitischem Engagement sein. Daraus ergibt sich möglicherweise der Ausbau von Natur- und Wildschutzgebieten, die einen positiven Einfluss auf Mensch und Ökologie haben, da mit neuen Nationalparks meist Trainings und Bewusstseinsbildung der Bevölkerung einher gehen. (vgl. Telfer 2009: 148)

Nicht zu vernachlässigen sind potenzielle vorteilhafte Effekte auf politischer Basis. Neben einer bereits genannten Selbständigkeit der Bevölkerung auch in politischer Hinsicht kann der Tourismus zu einer neuen Art der Freiheit führen. Abhängigkeiten vom (politischen) Zentrum werden abgebaut, lokale Einheimische werden dazu ermächtigt, für sich selbst und ihre Belange einzustehen (*empowerment*). Darüber hinaus kann Fremdenverkehr zu einer Stabilisierung und gesteigerten Sicherheit eines Landes beitragen, da eine Korrelation zwischen einer starken, rentablen Tourismusindustrie und politischer Stabilität bekannt ist. (vgl. Causevic/Lynch 2013; vgl. Telfer 2009: 148)

### **3.6.3. Armutsbekämpfung durch Tourismus**

Zu Beginn der touristischen Entwicklung wurde der Tourismus lediglich als eine Form der Generierung ökonomischen Wachstums gesehen, doch im Verlauf der Zeit wurde klar, dass mehr Kraft in diesem Sektor steckt. Es wurden Diskussionen über den möglichen Beitrag laut, den der Fremdenverkehr zu einer (nachhaltigeren) breiteren Entwicklung der partizipierenden Länder leisten kann.

Die acht von den Mitgliedern der Vereinten Nationen im Jahr 2001 aufgestellten Millennium Development Goals (MDGs), die bis 2015 erreicht werden sollen, weisen eine große Bandbreite an Wirkungsbereichen und Indikatoren auf. (vgl. United Nations

o.J.a) Erstes Ziel der Millennium-Entwicklungsziele ist die Bekämpfung von extremer Armut und Hunger. Eine Unterteilung in drei zu erreichende Unterziele wurde vorgenommen: Erstens zwischen 1990 und 2015 die Halbierung der Anzahl der Menschen, deren Einkommen unter \$1,25 pro Tag<sup>5</sup> beträgt, zu erreichen. Zweitens soll ebenfalls zwischen 1990 und 2015 die Anzahl der an Hunger leidenden Menschen weltweit halbiert werden. Und drittens soll Vollbeschäftigung, ebenso für Frauen und Jugendliche, in ehrbarer Arbeit für alle Menschen erlangt werden. (vgl. United Nations o.J.b) UN Generalsekretär Ban Ki-Moon misst der Bekämpfung der Armut große Bedeutung bei: "*Eradicating extreme poverty continues to be one of the main challenges of our time, and is a major concern of the international community.*" (UNDP 2010)

Als logische Folge der immer wichtiger werdenden Rolle von touristischen Destinationen, vor allem von Entwicklungsländern, hat sich eine Debatte entwickelt, bei der es um das Potenzial und die Möglichkeiten geht, die der Tourismus als Mittel zur Bekämpfung der Armut besitzt. Die UNWTO betonte jüngst im Jänner 2013 die Relevanz des Tourismus als Werkzeug im Kampf gegen die Armut sowie den wichtigen Beitrag, den der Fremdenverkehr bei der Konservierung der Umwelt und generell bei nachhaltiger Entwicklung leistet. Aus diesen Gründen soll Ökotourismus gestärkt werden. (vgl. TTR Weekly, 04.01.2013)

Auf zwei verschiedenen Ebenen kann die Industrie analysiert werden: Zum einen existiert die Makroebene auf der, ganz im neoliberalen Sinn, multinationale Konzerne große Resorts in beliebten Destinationen leiten und so zu einem Aufbau der lokalen Wirtschaft beitragen. Zum anderen arbeiten Nichtregierungsorganisationen im Mikrolevel-Bereich auf einer *grass-roots*-Basis, d.h. mit der lokalen Bevölkerung gemeinsam, an der Entstehung eines gemeindeorientierten Entwicklungsmodells, das vor allem als *pro-poor* verstanden werden kann. (vgl. Mowforth/Munt 2009: 335; vgl. Telfer 2009: 146)

Unterschiedlichste Strategien wurden im Kampf gegen die Armut entwickelt. Der 2003 entwickelte Ansatz des *Sustainable Tourism Eliminating Poverty* (ST-EP) der UNWTO zielt auf Armutsbekämpfung mit Hilfe der Fremdenverkehrsindustrie ab. (vgl. Mowforth/Munt 2009: 339) Besondere Relevanz kommt Tourismus in Gesellschaften und

---

<sup>5</sup> 1,25 US-Dollar- pro Tag ist die offiziell anerkannte Armutsgrenze der Weltbank in Entwicklungsländern. Menschen, die weniger als diesen Betrag zur Verfügung haben, werden als extrem arm eingestuft. (vgl. Weltbank 2010)



Ländern mit geringem Einkommen zu. So etwa nützt die Industrie bestimmte Vorteile – wie Standort, Klima, Landschaft etc. – einzelner Staaten um sie in eine verbesserte Position auf dem internationalen Markt zu führen. Ansonsten bestehende Benachteiligungen in anderen ökonomischen Bereichen werden durch die Gewinne in der Tourismusindustrie ausgeglichen. Möglichkeiten zur Partizipation am System erhalten sonst eher benachteiligte Gruppen (z.B. Frauen) ebenso wie ethnische Minderheiten und Jugendliche. Der inklusive Charakter vereint verschiedenste Gruppierungen unter einer Decke. Als ein besonders arbeitsintensiver Sektor bietet er sich für ärmere Regionen an, die zwar reich an natürlichen Ressourcen und Arbeitskraft sind, jedoch wirtschaftlich eine benachteiligte Stellung einnehmen. Sie können ohne großen Aufwand ein Stück vom großen Kuchen „Fremdenverkehr“ abhaben. Die *supply chain* (Versorgungskette) des Systems zieht sich quer durch sämtliche Sektoren, die Gewinne durch Ausgaben der Touristen kommen somit weitreichend vielen zu Gute (wie etwa der Landwirtschaft, der Transport- und Kunstindustrie). Jene lokalen Einheimischen, die Einkommen aus dem Fremdenverkehr erzielen, verfügen über mehr Geld, das sie wiederum innerhalb ihres Landes ausgeben können. Dadurch entsteht ein Schneeballeffekt, der Vorteile selbst für nicht-touristische Sektoren bringt. Zusätzlich zu den messbaren Effekten existieren jene, die nicht auf den ersten Blick erkennbar sind. Produzenten und Konsumenten zusammenzuführen vermögen nicht viele Industrien, im Tourismus ist es jedoch möglich. Der Kontakt zwischen Touristen und armen Bevölkerungsteilen innerhalb des touristischen Gefüges kann Effekte der Bewusstseinsbildung in Bereichen wie Umwelt, Kultur und Ökonomie haben sowie oftmals zu einer Verbesserung der infrastrukturellen Bedingungen beitragen, von denen beide Parteien profitieren. (vgl. UNWTO o.J.)

Ohne Frage sprechen diese Ergebnisse für den Tourismus als Sektor mit großem Potenzial zu positiven Veränderungen für die Lebensumstände der lokalen Bevölkerung. Nichtsdestotrotz kann er auch negative Auswirkungen nach sich ziehen, denen besondere Aufmerksamkeit zukommen muss. Ein gravierendes Problem ist die Fluktuation und Unvorhersehbarkeit der touristischen Nachfrage. Politische Instabilität ist ein Faktor, der das Reisebedürfnis der Menschen stark beeinflusst, in unruhige Regionen wird ungern gereist. Glücklicherweise ändern sich die Umstände oft schnell und die touristische Nachfrage pendelt sich wieder auf einem konstanten Niveau ein. (vgl. UNWTO o.J.) Länder wie Thailand unterliegen starken saisonalen Schwankungen, während der Regenzeit (Mai bis November) bleiben Touristen aus, nur die Inseln Koh Samui, Koh Phangan und Koh Tao,

die über ein eigenes Mikroklima verfügen und von der Regenzeit nicht so stark betroffen sind wie der Rest des Landes, verzeichnen selbst in den europäischen Sommermonaten viele Touristenankünfte. In anderen Regionen sieht das Bild noch schlechter aus: durch fehlende versicherungstechnische und soziale Absicherungen, vor allem der armen Bevölkerungsschichten, besteht ein großes Risiko in Zeiten geringerer Nachfrage für diese Gruppen. Um die Bevölkerung während touristenarmer Zeiten nicht um ihre Existenz bangen zu lassen, ist eine gute Integration zwischen dem Fremdenverkehr und anderen wirtschaftlichen Sektoren notwendig, da ansonsten eine Sicherung ihrer Lebensgrundlage nicht gewährleistet ist. (vgl. UNWTO o.J.)

Der hohe Bedarf an und Verbrauch von Ressourcen ist ein negativer Charakterzug des Tourismus. Land, Natur, Wasser und Energie sind nur einige wirtschaftliche Faktoren, um die ein Konkurrenzverhältnis zwischen der Industrie und der lokalen Bevölkerung besteht. Adäquate Strategien des Managements sind in dieser Situation unerlässlich. Organisiert werden muss ebenso die Partizipation der armen Bevölkerungsschichten am System des Tourismus‘. Fehlt eine geeignete Integration, so verbleiben die ökonomischen Gewinne nicht innerhalb der Gemeinschaft oder gar des Landes, sondern fließen in die Ausgangsländer und an große Tourismuskonzerne ab. (vgl. UNWTO o.J.)

Bei all den positiven wie auch negativen Implikationen, die der Tourismus auf Volkswirtschaften haben kann, ist es notwendig zu erkennen, dass in ihm nicht das Allheilmittel zur Auslöschung der Armut gesehen werden kann. Er kann jedoch ein wirkungsvolles, mächtiges Instrument in der Armutsbekämpfung darstellen, wenn die richtigen Strategien gewählt werden. Essentiell ist es den Tourismussektor umzubauen, besser gesagt, zu vergrößern: Mehr Touristen sollen mehr Ausgaben pro Kopf tätigen und länger am Zielort verbleiben. Zusätzlich zur Vergrößerung des Sektors soll eine Umschichtung der *benefits* stattfinden. Vor allem den armen Bevölkerungsteilen sollen die Einkünfte aus der Industrie entweder durch direkte oder indirekte Partizipation im System vermehrt zu Gute kommen. Um diesen Zustand zu erreichen, ist eine Einbindung des Privatsektors notwendig. Dort werden die Gewinne eingefahren, deshalb müssen diese Unternehmen dazu angehalten werden (etwa durch die Festsetzung von Mindestlöhnen), die Armen zu begünstigen. Tourismusoperationen sind generell nachhaltiger zu gestalten, Trainings und Bewusstseinsbildung in wichtigen Bereichen wie dem Management von Ressourcen ebenso wie in der klaren Darstellung der Verwobenheit aller Sektoren. (vgl. UNWTO o.J.)

Die UNWTO hat zehn Prinzipien aufgestellt, welche es zu beachten gilt, wenn der Fremdenverkehr die Armut reduzieren soll:

1. Alle Aspekte und Typen von Tourismus können und sollen sich mit Armutsbekämpfung auseinandersetzen.
2. Alle Regierungen sollen Armutsbekämpfung als Schlüsselziel der Tourismusedwicklung inkludieren und Tourismus als mögliches Werkzeug zur Reduktion von Armut in Betracht ziehen.
3. Der Wettbewerb und ökonomische Erfolg von Tourismusunternehmen und –destinationen ist wichtig für die Bekämpfung von Armut – ohne diese können die Armen nicht überleben.
4. Alle Tourismusunternehmen sollen sich mit den Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf die lokalen Gemeinschaften auseinandersetzen und versuchen, den Armen durch ihre Aktivitäten zu helfen.
5. Tourismusdestinationen sollen mit der Armutsbekämpfung, die in Strategien und Aktionsplänen verankert ist, als zentralem Ziel geführt werden.
6. Ein gutes Verständnis davon, wie Tourismus in Destinationen funktioniert, ist notwendig, dazu gehört das Wissen, wie Einkommen verteilt ist und wer davon profitiert.
7. Planung und Entwicklung von Tourismus in Destinationen soll eine breite Palette von Interessen, wie Partizipation und Repräsentation der armen Gemeinschaften, inkludieren.
8. Alle potenziellen Auswirkungen des Tourismus auf die Lebenswelt der lokalen Gemeinschaft sollen berücksichtigt werden. Dazu zählen derzeitige sowie zukünftige lokale und globale Auswirkungen auf die Natur und kulturelle Ressourcen.
9. Beachtung muss der Realisierbarkeit aller Projekte, die die Armen involvieren, Zugang zu Märkten und die Maximierung der Möglichkeiten von vorteilhaften Verbindungen zu angesehenen Unternehmen ermöglichen, geschenkt werden.
10. Die Auswirkungen des Tourismus‘ auf die Armutsbekämpfung sollen effektiv überprüft werden. (vgl. UNWTO o.J., Übersetzung NM)

Werden die eben angeführten Handlungsanweisungen ganzheitlich befolgt, ist eine Reduzierung der Armut durch den Fremdenverkehrssektor möglich. Die Zusammenarbeit aller am Tourismus Beteiligten und vom Tourismus Betroffenen ist unerlässlich, um dieses Ziel der Armutsreduzierung erreichen zu können.

Um alle Verbindungen zwischen Tourismus und dessen Beitrag zur Armutsbekämpfung vollständig verstehen zu können, benötigt es eine Kombination von qualitativen und quantitativen Untersuchungen. Ein Fokus auf die rein quantitativen Daten greift in diesem Fall zu kurz, da Armut nicht nur in Zahlen gemessen wird, sondern ebenfalls soziale und teilweise ökologische Dimensionen einschließt. Eine multidisziplinäre Herangehensweise an die Thematik verspricht ebenso aufschlussreichere Daten zu liefern als eine streng intradisziplinäre Betrachtung. (vgl. Spenceley/Meyer 2012: 311)

## **4. Nachhaltiger Tourismus**

---

Eine unberührte Natur und Landschaft, unverfälschte Kulturen, ein kulturelles Erbe und eine einwandfreie Infrastruktur stellen die wichtigsten Kernkomponenten für eine touristische Entwicklung dar. Auf diesen und anderen Elementen baut der Fremdenverkehr in einem Gebiet auf. Die rasch voranschreitende Ausbreitung des Tourismus führte jedoch dazu, den Fokus lediglich auf die positiven Auswirkungen des Fremdenverkehrs zu legen und die negativen Folgeerscheinungen weitestgehend auszublenden. Doch muss ein Umdenken stattfinden, da der Tourismus seine eigene Existenzgrundlage mit seiner fortschreitenden, teilweise kompromisslosen, Ausbreitung zerstört. (vgl. Lund-Durlacher 2007: 143)

### **4.1. Was bedeutet Nachhaltigkeit?**

---

Nachhaltigkeit – ein Schlagwort, böse Zungen behaupten ein Modewort, an dem in aktuellen Debatten und auf unzähligen Konferenzen kein Weg vorbei führt. Alles und jeder will und soll nachhaltig sein. Doch was genau steckt hinter diesem Prinzip der Nachhaltigkeit?

#### **4.1.1. Geschichte eines Begriffs**

Seine ursprüngliche Herkunft hat der Begriff Nachhaltigkeit in der Forstwirtschaft des 19. Jahrhunderts. In diesem Zusammenhang sprach man von nachhaltigen Waldarbeiten, wenn in einer gewissen Zeitspanne nur so viel Holz geschlägert wurde, wie im selben Zeitraum – im qualitativen und quantitativen Sinn – wieder nachwachsen konnte. Das

bedeutet nicht nur die Anzahl der nachwachsenden Bäume war zu berücksichtigen, sondern ebenfalls die Qualität dieser Nutzhölzer. (vgl. Müller 2003: 31)

Nachhaltigkeit als Konzept war geboren und wurde außerhalb der Forstwirtschaft in anderen Bereichen angewandt. Auf vielen Konferenzen zu den unterschiedlichsten Themen wurde der Nachhaltigkeitsgedanke in Beschlüssen festgeschrieben. Bereits in den 1960er Jahren begann sich internationales Interesse an der Thematik der Nachhaltigkeit, präziser ausgedrückt, an der Vereinbarkeit von ökonomischer und sozialer Entwicklung zu manifestieren. Die Vereinten Nationen setzten 1980 die *World Commission on Environment and Development* (WCED), die in weiterer Folge im Jahr 1983 die Brundtland Kommission hervorbrachte, ein. Die maßgebende Publikation dieser Kommission wurde als Brundtland-Bericht bekannt. In *Our Common Future* wurde 1987 die heute am meisten verbreitete und anerkannte Definition von Nachhaltigkeit und nachhaltiger Entwicklung festgeschrieben. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 6; vgl. Smith/MacLeod/Hart Robertson 2010: 170) „*Sustainable development is a process to meet the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.*“ (UNEP and UNWTO 2005: 8) Diese Begriffsbestimmung ist kurz und prägnant, lässt jedoch großen Spielraum für Interpretationen.

Zusätzlich zur Begriffsbestimmung von nachhaltiger Entwicklung, die als Basis der wissenschaftlichen Diskussion sowie als Referenz für eine „gelungene“ Entwicklung angesehen wird, wurde bereits damals große Relevanz auf die Lösung von Konflikten gelegt: Die Schwierigkeiten, Natur- und Umweltschutz, Wirtschaftswachstum und die Bestrebungen der Armutsbekämpfung unter einen Hut zu bringen, sollten bei der Umsetzung des Nachhaltigkeitskonzeptes überwunden werden. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 6)

Die berühmteste Zusammenkunft auf internationaler Ebene ist wohl der Umweltgipfel von Rio im Jahr 1992, bei dem ein verstärkter Fokus auf Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung gelegt wurde. Die Agenda 21, eine Handlungsanleitung, war das Produkt dieser Konferenz und besagt, dass das Konzept der Nachhaltigkeit (*sustainability*) auf alle Bereiche (sozio-kulturelle, ökonomische, ökologische sowie politische) angewendet und als ganzheitliches Entwicklungsmodell verstanden werden soll. Tourismus war in der Agenda 21 kein Kernelement, trotzdem adaptierten zahlreiche lokale sowie regionale Regierungen die Grundsätze für die Entwicklung ihrer Fremdenverkehrsindustrie. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 7f; vgl. Smith/MacLeod/Hart Robertson 2010: 170)

Nach der Konferenz von Rio folgten in regelmäßigen Abständen weitere Zusammenkünfte, die sich mit derselben Thematik befassten. So traf sich 2002, zehn Jahre nach Rio, die internationale Gemeinschaft zur Johannesburg-Konferenz und dem *World Summit on Sustainable Development* (WSSD), deren Endergebnis ein Implementierungsplan mit neuen Zielen zur Armutsbekämpfung und zum Umweltschutz war. Die Länder dieser Welt werden verstärkt dazu angehalten, nationale Nachhaltigkeitsstrategien zu entwickeln. Deren Implementierung fand bisher überwiegend in europäischen und anderen Industrieländern statt. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 8, 12f) Im letzten Jahr wurde das zwanzigjährige Jubiläum der Nachhaltigkeitsagenda gefeiert – der Gipfel Rio+20 fand ebenfalls wieder in Rio de Janeiro statt. Bereits auf vorhergehenden Konferenzen beschlossene Ziele wurden nochmals bekräftigt.

#### **4.1.2. Dimensionen der Nachhaltigkeit**

Das Konzept der Nachhaltigkeit besteht aus drei Dimensionen – es baut auf einem System von drei Säulen auf (Abbildung 7 zeigt diese drei Säulen). Erstens gilt es, ökonomische Faktoren zu betrachten, die Befriedigung der Grundbedürfnisse ist dabei ein primäres Anliegen. Auf der zweiten Ebene wird von der ökologischen Nachhaltigkeit gesprochen, die sich mit den Limitierungen und Grenzen des Gesamtökosystems auseinandersetzt. Die dritte und letzte Dimension der Nachhaltigkeit ist jene, die sich mit sozialen Belangen beschäftigt. Hierbei ist der zu erreichende Zustand die inter- und intragenerationelle Gerechtigkeit. Unter intergenerationeller Gerechtigkeit wird die Forderung verstanden, zukünftigen Generationen die selben Mittel zur Bedürfnisbefriedigung zur Verfügung zu stellen, wie sie die heutige hat. Intragenerationelle Gerechtigkeit wiederum verlangt den Ausgleich der Interessen zwischen Menschen in Entwicklungs- sowie Industrieländern. Die Reihenfolge der Aufzählung ist willkürlich und spiegelt keine Rangfolge wieder, Fakt ist, dass sich alle drei Säulen gegenseitig beeinflussen. (vgl. Becker/Job/Witzel 1996: 4; vgl. Hauff/Kleine 2009: 7)

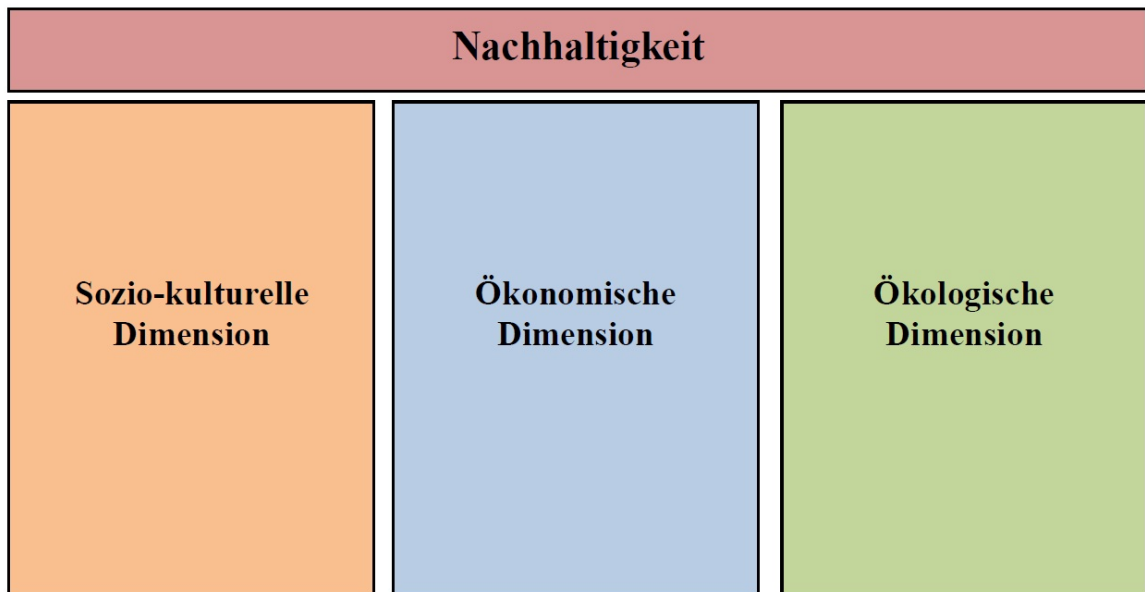


Abbildung 7: 3-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit, eigene Darstellung

#### 4.1.2.1. Sozio-kulturelle Dimension

Soziale Nachhaltigkeit ist dann gegeben, wenn die Menschenrechte respektiert und gleichwertige Möglichkeiten für alle Menschen innerhalb einer Gesellschaft existieren. Um dies zu erreichen, ist eine gleiche und gerechte Verteilung der *benefits* unumgänglich, im Fokus soll dabei immer die Verminderung der Armut, der in Armut lebenden Menschen, stehen. Besonderes Augenmerk wird bei sozialer Nachhaltigkeit auf lokale Gesellschaften gelegt. Ihre jeweiligen Kulturen sollen respektiert und anerkannt werden, ebenso wie eine Stärkung ihrer eigenen Lebenssicherungssysteme erfolgen. Gleichzeitig soll während eine Ausbeutung dieser Gesellschaften jeder Art vermieden werden. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 20ff; vgl. UNEP and UNWTO 2005: 9)

#### 4.1.2.2. Ökonomische Dimension

Unter ökonomischer Nachhaltigkeit wird die Generierung von Wohlstand in allen existierenden Schichten von Gesellschaften verstanden, während alle wirtschaftlichen Aktivitäten so kosteneffizient wie möglich gestaltet werden sollen. Die Wirtschaftlichkeit von Unternehmen und derer Aktivitäten sowie deren Durchführbarkeit auf lange Sicht gesehen sind essentiell wichtige Faktoren einer wirtschaftlichen Nachhaltigkeit. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 18ff; vgl. UNEP and UNWTO 2005: 9)

#### 4.1.2.3. Ökologische Dimension

Die Konservierung und Bewirtschaftung von Ressourcen generell und insbesondere jener, die wichtig für den Lebenserhalt und nicht erneuerbar sind, ist das Ziel der ökologischen Nachhaltigkeit. In diesem Sinne sind Bemühungen zur Minimierung der Luft-, Wasser- und Landverschmutzung sowie die Aufrechterhaltung von natürlichem Erbe und der biologischen Diversität der Erde eine absolute Notwendigkeit. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 17f; vgl. UNEP and UNWTO 2005: 9)

Das eben vorgestellte Drei-Säulen-Konzept ist jedoch in der Debatte um nachhaltige Entwicklung nicht uneingeschränkt anerkannt. Konträr dazu existiert die Ansicht, ein Ein-Säulen-Konzept, das ökologisch dominiert ist und somit den Umweltschutz in den Vordergrund stellt, führe ebenso zu *sustainable development*. Das Postulat der ökologischen Nachhaltigkeit sieht wirtschaftliche und soziale *sustainability* als Teilkonzepte des Umweltschutzes. Alle Aktivitäten sollen ökologisch verträglich gestaltet werden. Diese Denkweise ist durch den Fakt gerechtfertigt, dass eine intakte Umwelt die Lebensgrundlage der Menschen bildet und ohne sie die Existenz der Menschheit nicht gegeben wäre. Ebenso wird betont, dass die Zerstörung der Ökologie und entstehende Folgeerscheinungen nicht mehr reversier- und reparierbar seien. Wohingegen soziale und ökonomische Fehlentwicklungen durchaus begradigt werden könnten. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 8f)

In der Wissenschaft werden überdies zwei differierende Ausformungen des Nachhaltigkeitsgedankens unterschieden. Zum einen wird von einer weichen/schwachen Nachhaltigkeit gesprochen, die davon ausgeht, „dass Natur durch Kapital ersetzt und letztlich alles auf die Frage der Energieeffizienz reduziert werden kann.“ (Müller 2003: 31) Dazu konträr existiert zum anderen ein Modell der harten/starken Nachhaltigkeit, bei dem es nicht möglich ist, Natur oder irgendeine Kapitalart einfach zu ersetzen. Respekt gegenüber natürlicher Ressourcenknappheit ist hierfür maßgeblich und starke *sustainability* ist nur dann gegeben, wenn alle Kapitalarten für sich steigen, im Gegensatz zur schwachen Interpretation von Nachhaltigkeit, in der bereits dann von Nachhaltigkeit gesprochen wird, wenn bloß das akkumulierte Kapital steigt. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 33; vgl. Müller 2003: 31)

Wenn über Tourismus und dessen Entwicklung gesprochen wird, werden unweigerlich Bedenken über die Ethik des gesamten touristischen Systems geäußert. Wer hat sich nicht schon selbst gefragt, welche Auswirkungen eine rapide Fremdenverkehrsentwicklung auf



die Gesellschaft sowie die Umwelt einer Destination hat? Oder ob es in Ordnung ist, wenn Einnahmen aus dem Tourismussektor nicht im Urlaubsland verbleiben, sondern in die Herkunftsländer der großen Reise- oder Hotelunternehmen abfließen und die lokale Bevölkerung sowie die Wirtschaft wenig bis gar nicht davon profitieren? Genau aus diesen Bedenken wurde von der UNWTO im Jahr 1999 der Weltkodex für Ethik im Tourismus zusammengestellt. (vgl. Opaschowski 2002: 312ff; vgl. Smith/MacLeod/Hart Robertson 2010: 55)

Betont wird der allgegenwärtige Grundgedanke, „den Umweltschutz mit der wirtschaftlichen Entwicklung und dem Kampf gegen die Armut auf nachhaltige Weise in Einklang zu bringen, wie es von den Vereinten Nationen 1992 anlässlich des ‚Erdgipfels‘ in Rio de Janeiro formuliert und in der aus diesem Anlass [sic!] verabschiedeten Agenda 21 zum Ausdruck gebracht wurde.“ (UNWTO 1999: 1) Der Kodex besteht aus insgesamt zehn Artikeln, die sich mit den Rechten und Pflichten sowohl der Gastgeber als auch der Touristen befassen, und hat zum Ziel, eine „gerechte, verantwortungsbewusste und nachhaltige Welttourismus-Ordnung zu fördern, die allen Sektoren der Gesellschaft Nutzen bringt [...]“. (UNWTO 1999: 5) Artikel 10 geht näher auf die Umsetzung der in den vorherigen neun Artikeln festgelegten Grundsätze ein. So wird verlangt, dass private und staatliche Gruppierungen gemeinsam an der Durchführung dieser Grundregeln für eine nachhaltige touristische Entwicklung arbeiten. (vgl. UNWTO 1999: 15)

In Artikel 3 des Weltkodex wird dem Konzept der nachhaltigen Entwicklung ein besonders wichtiger Platz eingeräumt. Tourismus soll demnach ein Baustein sein, um nachhaltige Entwicklung umsetzen zu können. (vgl. Opaschowski 2002: 315; vgl. UNWTO 1999: 8) Das folgende Kapitel ist eben dieser Konzeption gewidmet und stellt den Versuch einer Erklärung dieses komplexen Systems dar.

## **4.2. (Nachhaltige) Entwicklung**

---

Das Thema und der Begriff der Entwicklung alleine würden schon eine ganze Diplomarbeit füllen, das zu behandelnde Feld ist sehr weit, immerhin wurde genau zu dieser Thematik bereits ein eigener Studienzweig eingeführt. Eine Begriffsbestimmung ist für diese Arbeit unerlässlich. Deshalb werden hier die für die Thematik der Arbeit grundlegenden und interessanten Definitionen von Entwicklung sowie verschiedene Ansätze und Schulen zu deren Erreichung näher erläutert.

„‘Entwicklung‘ ist ein in den verschiedenen Zusammenhängen verwendeter, entsprechend vieldeutiger, definitorisch kaum exakt faßbarer und dem Meinungs- und Ideologiestreit entrückbarer Begriff.“ (Nohlen/Nuscheler 1982: 48)

Entwicklung ist das erklärte oberste Ziel der weltweiten Entwicklungspolitik sowie der Entwicklungszusammenarbeit. Alle einschlägigen Organisationen, seien sie staatliche oder nichtstaatliche, haben sich diesem Dogma verschrieben und sämtliche Aktivitäten stehen im Zeichen des Bestrebens nach dem Endziel von Entwicklung für alle Länder der Welt.

Neben den Definitionsschwierigkeiten des Begriffs der Entwicklung, steht die Menschheit ebenso vor dem Problem der Messung der Entwicklung. Wie kann gemessen werden, ob oder wie weit ein Land entwickelt ist? Zu diesem Zweck hat das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen 1990 den *Human Development Index* (HDI) eingeführt, der regelmäßig in ihrem *Human Development Report* (HDR) erscheint und Daten von 187 Ländern und von der UN anerkannten Territorien der Welt aufschlüsselt. Zusammengesetzt wird der HDI aus drei großen Komponenten: Lebenserwartung der Menschen bei ihrer Geburt, Einkommen pro Person in realer Kaufkraft sowie dem Bildungsgrad (Einschulungsraten, Alphabetisierungsgrad der Erwachsenen). (vgl. Fischer/Hödl/Parnreiter 2007: 31) Gemessen werden die Indikatoren auf einer Skala von 0 bis 1, wobei 1 den Maximalwert darstellt. Der HDI kann als ein Indikator angesehen werden, der zur Messung nachhaltiger Entwicklung auf gesamtstaatlicher Ebene genutzt wird. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 147ff)

Zwei übergeordnete, große Entwicklungstheorien, die jeweils wieder in detailliertere und leicht voneinander abweichende Ansichten unterteilt werden können, haben sich im Laufe der Zeit herausgebildet. Die Modernisierungstheorien sowie die Dependenztheorien haben je für sich eigene Begriffsbestimmungen und Konzepte von Entwicklung erarbeitet und sehen den Weg zur Entwicklung ebenso unterschiedlich.

#### **4.2.1. Modernisierungstheorien**

Die Modernisierungstheorien entstanden in den 1960er Jahren, ihr Credo war die Ansicht, wirtschaftliches Wachstum sei mit Entwicklung gleichzusetzen. Problematisch war vor allem die Annahme, dass das Entwicklungsniveau der Industriestaaten als Maßgabe für alle zu entwickelnden oder unterentwickelten Länder galt. Es herrschte demnach die An-

sicht, sie befänden sich in einem frühen Stadium gesellschaftlicher Entwicklung, den es zu modernisieren gälte. Der Grund für den unterentwickelten Status der Staaten wurde strikt den internen Faktoren zugeordnet. (vgl. Bachinger/Matis 2009: 98; Kolland 2002: 92) Unterentwicklung wurde als gegebener Status angesehen, dessen Entstehungsgründe von Modernisierungstheoretikern niemals hinterfragt wurden, der Weg der Entwicklung vollziehe sich, ähnlich dem der Industrieländer, schrittweise. Wie lange dieser Prozess der Anpassung an das westliche Niveau dauern würde, würde jeweils von der länderspezifischen Faktorenausstattung (Arbeit, Ressourcen, Kapital) abhängen. (vgl. Bachinger/Matis 2009: 98f) Diese modernisierungstheoretischen Ansichten haben sich mittlerweile als zu engstirnig erwiesen, zu viele Faktoren bleiben unbeachtet. Bereits vom Beginn der Theorieentwicklung an gab es laute Gegenstimmen, die überwiegend in den Reihen der Dependenztheoretiker zu finden sind. (vgl. Nohlen 2002: 228)

#### **4.2.2. Dependenztheorien**

Etwa parallel zur Ausformung der modernisierungstheoretischen Entwicklungsansätze entstand in Lateinamerika konträr dazu die dependenztheoretische Schule. Neben der Neuheit der Entwicklung von Theorien in Nicht-Industriestaaten wurde zudem angenommen, dass nicht inneren Entwicklungsmängeln die Schuld an der Unterentwicklung zu geben sei, sondern dem globalen System – äußere Faktoren zeichnen sich für die Abhängigkeiten der Entwicklungsländer von den Industrieländern verantwortlich. Charakteristisch für die Dependenztheorien ist die Annahme der Existenz eines Zentrum-Peripherie-Systems, das die Abhängigkeiten erläutert. Während die Peripherie, das sind die Länder des Südens, größtenteils als Rohstofflieferant für das Zentrum, das sind die Industriestaaten, fungierte, schöpfte Letzteres alle Gewinne und Vorteile ab, dabei blieb die Entwicklung der Peripherie auf der Strecke. Um der Dependenz entgegen zu wirken, sollten die weniger entwickelten Länder auf ein System der Subsistenz auf gesamtwirtschaftlicher Ebene umsteigen. Die Abkoppelung vom Weltmarkt sollte so lange vollzogen werden bis die Staaten als gestärkte Akteure auf Augenhöhe der Industriestaaten wieder ins System integriert werden können. (vgl. Kolland 2002: 92ff)

Da die Entwicklungsbegriffe der beiden großen Theorien im Laufe der Zeit an Wichtigkeit verloren, da z.B.: nicht nur externe oder interne Faktoren für den Entwicklungsstand eines Landes verantwortlich sind, sprach sich der aus Bangladesch stammende Ökonom Amartya Kumar Sen für eine neue Orientierung des Entwicklungsdiskurses aus. Für Sen

ist Entwicklung als Freiheit definiert, während Unterentwicklung eine Form der Unfreiheit bedeutet. Dieses Entwicklungsverständnis nimmt Abstand von modernisierungs- sowie dependenztheoretischen Überlegungen. Fünf Faktoren, besser gesagt fünf Freiheiten, die einander ergänzen, sind für den Prozess der Entwicklung bedeutsam: politische Freiheit, ökonomische Einrichtungen, soziale Chancen, gesellschaftliche Transparenz sowie soziale Sicherheit.<sup>6</sup> Auf Sens Verständnis von Entwicklung geht ebenfalls die Einführung des *Human Development Index* zurück, seine Ausführungen können als ein Plädoyer für eine qualitative Entwicklung verstanden werden. (vgl. Bachinger/Matis 2009: 154f)

Wer das Konzept der nachhaltigen Entwicklung zu definieren versucht, wird mit gewissen Problemen konfrontiert. Zum einen ist der Terminus normativ, d.h. er beschreibt einen Idealzustand, wie Entwicklung günstigenfalls ablaufen soll, und zum anderen schwingen immer subjektive Ambitionen mit. Seine Multidimensionalität lässt eine klare Definition schwierig bis unmöglich werden. Versuche dazu gibt es in der Fachliteratur genügend. (vgl. Aronsson 2000: 15)

Neben der berühmten Definition nachhaltiger Entwicklung der Brundtland Kommission von 1987 existieren unzählige weitere Auslegungen des Konzeptes. Der Schweizer Hansruedi Müller, Leiter des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF), gibt eine für ihn umfassendere und ausführlichere Definition von nachhaltiger Entwicklung:

„Unter **nachhaltiger Entwicklung** wird jene Zunahme der Lebensqualität – das heisst des wirtschaftlichen Wohlstandes und des subjektiven Wohlbefindens – verstanden, die mit geringerem Einsatz an nicht vermehrbaren Ressourcen sowie einer abnehmbaren Belastung der Umwelt und der Menschen erzielt wird, mit dem Ziel, die Optionen zukünftiger Generationen nicht zu beschneiden.“ (Müller 2003: 33 [Hervorhebung im Original])

Nachhaltige Entwicklung ist demnach ein Konzept zur Erschaffung einer besseren Lebenswelt für alle Menschen, egal ob gegenwärtig oder zukünftig. Mit den Ressourcen der Erde soll verantwortungsvoll umgegangen werden und der Nutzen, welcher aus deren Gebrauch gezogen wird, soll verteilt werden.

Eine interessante Aussage zu *sustainable development* findet sich bei Lars Aronsson (2000: 15): „*There is no absolute sustainable development, rather sustainability can be seen as a process towards something which, from some angles, is more sustainable than what has been before.*“ Es gibt demnach nach Aronsson keine absolute nachhaltige Ent-

---

<sup>6</sup> Eine detaillierte Beschreibung der Sen'schen Freiheiten findet sich bei Bachinger/Matis 2009: 156ff

wicklung, es gibt nur Prozesse, die nachhaltiger sind als andere vor ihnen. Um sustainable development ansatzweise verstehen und umsetzen zu können, ist es notwendig festzulegen welche Dimensionen dazu beitragen und einen interdisziplinären Ansatz zur Untersuchung zu wählen. Soziale und kulturelle, ökonomische, geographische und ökologische sowie politische Größen sind für eine ganzheitliche Betrachtung und Erfassung des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung essentiell. Weiters ist zu bedenken, dass sustainable development kontextuell definiert ist, d.h. es muss in einem gewissen Kontext verortet sein um daraus Sinn machen und das Konzept anwenden zu können. (vgl. Aronsson 2000: 15)

Nachhaltige Entwicklung baut auf den drei Prinzipien der Nachhaltigkeit auf. Im Konkreten werden einige Minimalanforderungen gestellt, deren Erfüllung es bedarf, um von *sustainable development* sprechen zu können.

Die wirtschaftliche Säule soll einen gewissen Mindestlebensstandard und die Möglichkeit der Befriedigung der Grundbedürfnisse garantieren, während sie gleichzeitig auf die Grenzen der Ökologie achtet und diese nicht zu überschreiten versucht. Eine durch die Menschen vorgenommene Trennung des Ökosystems in unterschiedliche Systeme wird versucht rückgängig zu machen. (vgl. Becker/Job/Witzel 1996: 5f)

Mindestanforderungen an die soziale Dimension sind Emanzipation und die Möglichkeit der Partizipation der Gesellschaft an den Entwicklungsprozessen. Sinnbildlich für eine nachhaltige Entwicklung sind demzufolge nicht nur soziales und gesundheitliches Wohlbefinden, sondern die Gelegenheit zur Teilhabe an Entscheidungsverfahren sowie die Chance zur Partizipation in allen politischen und gesellschaftlichen Sphären. (vgl. Becker/Job/Witzel 1996: 6f)

Ökologische Gegebenheiten betreffend ist *sustainable development* dann erreicht, wenn folgende Kennzeichen (idealerweise) vollständig erfüllt sind. Die aus der Forstwirtschaft stammende Forderung, die Nutzung von erneuerbaren Ressourcen dürfe die Rate der Erneuerung, des Nachwuchses, nicht übersteigen, behält ihre Relevanz im Zusammenhang mit nachhaltiger Entwicklung. Bei nicht erneuerbaren Ressourcen soll darauf geachtet werden, die Rohstoffe nur in (maximal) jenem Tempo zu verbrauchen, in dem praktikable Alternativen erzeugt werden können. Das dritte Kriterium der ökologischen Dimension von *sustainable development* betrifft die Abfallwirtschaft. Die Menge an Abfall und Reststoffen soll selbstverständlich so gering wie möglich gehalten werden, aber überdies wird Wert darauf gelegt, das Assimilationsvermögen der Umwelt durch die

Masse an Überresten nicht zu übersteigen. (vgl. Constanza 1992, zit. nach Becker/Job/Witzel 1996: 4f)

Das Kernelement einer nachhaltigen Entwicklung bildet der unbestreitbare Fokus auf Ökologie und Umwelt, deren Erhaltung oder gar Verbesserung. (vgl. Becker/Job/Witzel 1996: 6f) Es existieren jedoch ebenso andere Ansichten, die die Vorrangstellung der Umwelt als nicht gerechtfertigt sehen. Demzufolge sind soziale und ökonomische nachhaltige Entwicklungen wichtiger als die ökologische Sicherung. Die Menschen, deren Wohlbefinden und Lebensstandard, stehen im Vordergrund der Vertreter dieser Sicht- und Denkweise, die Erhaltung natürlicher Ressourcen und der Umwelt wird lediglich aus einem Grund erstrebt: Sie werden benötigt, um das wirtschaftliche Vorankommen beizubehalten. Umweltschutz wird demnach nur als Mittel zum Zweck gesehen. Noch extremer ist der Standpunkt, unter nachhaltiger Entwicklung sei die Wahrung der derzeitigen Systeme der Produktion und des Konsums. (vgl. Redclift 2008: 120f) Gerade in Ländern der Dritten Welt finden sich zwar ansatzweise alle drei Wertesysteme der Nachhaltigkeit verwirklicht, doch werden umweltpolitische Belange oftmals in den Hintergrund gestellt – die ökonomische und soziale Dimensionen sind eher erfüllt als die ökologische. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 10)

Eine weitere Herangehensweise an das Konzept der nachhaltigen Entwicklung ist der Fokus auf die Menschen und ihre kulturellen Systeme. Akteure in der Entwicklungsdebatte sollen die Betroffenen sein, es soll ihnen möglich sein, sich selbst zu verwirklichen und sich zu ermächtigen, sowohl Architekten als auch Umsetzer dieses neuen Konzeptes zu sein. Wichtig an dieser Stelle anzumerken ist der Fakt, dass bestehende wirtschaftliche, soziale und ökologische Systeme nicht einfach von heute auf morgen nachhaltig gemacht werden können. Gerade arme Bevölkerungsschichten, die womöglich ihr Leben seit jeher nachhaltig führen, sehen sich nicht selten mit einem Dilemma konfrontiert. Um den Weg aus der Armut zu beschreiten, müssen sie ökonomisch effizienter leben. Diese wirtschaftlichen Zugewinne können oft nur unter Aufgabe ihres nachhaltigen Lebensstils verwirklicht werden, es entsteht eine Art Tauschgeschäft. In diesem Fall wäre der zentrale Punkt nachhaltiger Entwicklung die Sicherung einer nachhaltigen und gefestigten Lebensgrundlage für die Bevölkerung. (vgl. Redclift 2008: 122)

Es zeigt sich deutlich, dass, obwohl es eine anerkannte Definition von nachhaltiger Entwicklung gibt, bei weitem kein absoluter Konsens über den Begriff herrscht. Das Konzept

lässt unterschiedliche Auslegungen und Interpretationen zu, welche Schritte notwendig sind, sodass die Interessen aller Akteure, wie verschieden sie auch sein mögen, gewahrt werden können.

Georgia Carvalho stellt in einem Buchbeitrag vier Hypothesen auf, die sich mit der Rolle befassen, die die Internationale Politische Ökonomie zu einer erfolgreichen Implementierung von nachhaltiger Entwicklung spielt. Die Hypothese 1 geht davon aus, dass der strukturelle Kontext relevant ist. In unserer globalisierten Welt spielen einzelne Akteure mehr oder weniger wichtige Rollen, sie interagieren miteinander. Das internationale politische System hat die Kraft/Macht, Einfluss auf Entscheidungen zu nehmen. Jeder „Spieler“ in diesem System wird logischerweise nur Aktivitäten durchführen, die seine eigene Position auf der globalen politischen Bühne stärken und nicht schwächen. Daher würden es die wenigsten riskieren, mit ihrem Engagement für nachhaltige Entwicklung, möglicherweise an Prestige zu verlieren. (vgl. Carvalho 2008: 137f)

Obwohl beim Thema des globalen Umweltschutzes ein Konsens zwischen allen *global players* zu bestehen scheint, so beteiligen sich jedoch die wenigsten aktiv an seiner Umsetzung. Papier ist geduldig, lautet ein Sprichwort, das hier zutrifft. In zahlreichen Dokumenten und Abkommen ist festgehalten, dass Maßnahmen für den Schutz der Ökologie gesetzt werden müssen. Sehen Akteure in einer Maßnahme einen Nachteil für sich selbst, so ziehen sie sich in diesem Fall aus der Verantwortung (z.B.: Kyoto-Protokoll).

Die zweite Hypothese unterstreicht die Wichtigkeit von historischen Prozessen in der Umsetzung von nachhaltiger Entwicklung. Der Struktur des Weltsystems liegt der Gedanke zu Grunde, dass historische Verläufe zu beachten sind, um ein ganzheitliches Bild von den weltweiten Entwicklungsprozessen zu erhalten. Vor allem die heutige Situation des „globalen Südens“ ist unter diesen Gesichtspunkten zu betrachten. Dependenz- wie Weltsystemtheoretiker sind sich einig, mit dem globalen Vorstoß des kapitalistischen Systems auch in entlegene Regionen den Beginn des wachsenden Drucks auf die Umwelt zu identifizieren. Abhängigkeitsverhältnisse begannen sich zu bilden, die Peripherie spielt den Part des Zulieferers, doch alle positiven (ökonomischen) Effekte verbucht das Zentrum für sich. Mit fortschreitender Industrialisierung und Internationalisierung litten die traditionell vorherrschenden wirtschaftlichen, sozio-kulturellen und ökologischen Systeme in den Regionen der Peripherie. Meist ursprünglich nachhaltige Prozesse wurden der Einbindung in die internationale Ökonomie geopfert. Bedauerlicherweise gestaltet sich die Rückkehr zu nachhaltigen Verhaltensweisen, vor allem in ehemaligen kolonialisierten

Ländern, um einiges schwieriger und langwieriger als deren vorherige Aufgabe. Der Entwicklungsweg des Westens wird von Entwicklungsländern vorwiegend noch als Standard gesehen, dessen Beispiel es zu folgen gilt – Rohstoffexploitation sowie die Anhäufung von Kapital und die Intensivierung von Technologie werden nachgeahmt und als Richtmaß gesehen. Dadurch ist ein Umdenken und Ablassen, vor allem der Entwicklungsländer, von diesem destruktiven Pfad hin zu einem nachhaltigen aufgrund der historischen Verwurzelung des Systems in naher Zukunft mehr Illusion als wahrscheinliche Prognose. (vgl. Carvalho 2008: 138ff)

In Hypothese 3 wird die Thematik der Zentrum-Peripherie-Beziehungen nochmals aufgegriffen. Strukturelle Abhängigkeiten und ungleiche Entwicklung existieren im globalen System, jeder Staat nimmt eine ihm historisch gewachsene Position – in der Peripherie, der Semi-Peripherie oder dem Zentrum – im internationalen Gefüge ein. Durch das abhängige Verhältnis zwischen Peripherie- und Zentrumsstaaten erfolgt eine gegenseitige Beeinflussung, die jedoch von Seiten des Zentrums viel stärker ist. Vorgaben und Maßnahmen werden der Peripherie aufoktroiert, dadurch hängt eine „erfolgreiche“ Entwicklung dieser vom Wohlwollen der Zentrumsstaaten ab. Exzessiver Abbau und Ausbeutung natürlicher Ressourcen, die der Peripherie zugehören, stellen keine Wegbereiter für nachhaltige Entwicklung dar. (vgl. Carvalho 2008: 140ff)

Die vierte und letzte Hypothese nimmt an, dass internationale Institutionen von großer Bedeutung für eine erfolgreiche nachhaltige Entwicklung sind. Untrennbar miteinander verbunden sind ökonomische und politische Dimensionen sowohl im nationalen als auch im internationalen Kontext, was zu der Annahme kommen lässt, dass Entwicklungsprozesse ebenso von diesen Dimensionen abhängig sind und von internationalen Institutionen geformt werden. Die Rolle dieser Einrichtungen ist nicht unumstritten, von vielen Seiten wird Kritik geübt, dass sie zu viel Kontrolle über die Prozesse und Mechanismen der Entwicklung eines Landes haben. Sie können entscheiden, wem finanzielle Mittel zufließen und wem nicht, überdies wird ihnen teilweise vorgeworfen, bestehende Abhängigkeitsverhältnisse und ungleiche Entwicklung zu erhalten anstatt sie aufzulösen. (vgl. Carvalho 2008: 142f)

Internationale Politische Ökonomie nimmt eine wichtige Funktion im Streben nach einer nachhaltigen Entwicklung ein, die meist unterschätzt wird und noch intensiver untersucht zu werden hat. Ein Bruch mit dem derzeitigen System präsentiert sich als unumgänglich. (vgl. Carvalho 2008: 144f)



### 4.3. Nachhaltiger Tourismus

---

Das touristische System stößt immer öfter an seine Belastungsgrenzen, das war selbst Jost Krippendorf 1989 schon bewusst. Fremdenverkehrsentwicklung sollte eine neue Richtung einschlagen. (vgl. Krippendorf 1989c: 165ff)

Lange Zeit wurde Tourismus ausschließlich als Mittel zur Erlangung von ökonomischem Nutzen angesehen, andere Dimensionen und negative Folgeerscheinungen wurden ausgeblendet. Durch Verleugnung der negativen Implikationen auf die Gesellschaften und die Umwelt und den Fokus auf wirtschaftlichen Zuwachs wurde der Tourismus lange Zeit zu positiv dargestellt und nicht anerkannt, dass die negativen bei weitem die positiven Auswirkungen überschatten können. Der Tourismus in seiner heutigen Form bedarf einer ganzheitlichen Betrachtung, d.h. ein neues Kosten-Nutzen-Denken ist wichtig, um die Branche für alle Beteiligten profitabel zu machen. Mit der startenden Emanzipierung der lokalen Bevölkerung in den Zielländern wurden Rufe aus deren Reihen laut, soziokulturelle sowie ökologische Effekte des Fremdenverkehrs stärker zu berücksichtigen. Wachsendes Interesse und die Wahrnehmung von touristischen Folgeerscheinungen durch die lokale Bevölkerung ist jedoch nicht einzig den durch Tourismus entstandenen Diskursen zuzuschreiben. Die Lernbereitschaft ist ebenso auf gesamtgesellschaftliche Veränderungen zurückzuführen. (vgl. Krippendorf 1989a: 21)

Krippendorf (1989a: 21) nennt dieses immer stärker werdende Selbstbewusstsein der Menschen in touristischen Zielländern den „Aufstand der Bereisten“ und versteht darunter die wachsende Skepsis der Bevölkerung gegenüber der boomenden Tourismusedwicklung. Ablehnung oder Protest stehen am Beginn der kritischen Haltung, in weiterer zeitlicher Folge wird aus diesen Stellungen offener Widerstand, der organisiert zu Tage tritt. Ultimativer Ausdruck des Unwillens und der Unzufriedenheit der bereisten Bevölkerung ist schlussendlich die Äußerung der Abwehrhaltung in politischen Debatten, in denen Mitsprache und Selbstbestimmung in den touristischen Entwicklungsstrategien sowie eine gemäßigte Form des Fremdenverkehrs gefordert wird. Die Genese dieser Denk- und Handlungsweisen fand als erstes in Ländern mit langer touristischer Geschichte statt, erst Mitte der 1980er begannen die erst vor kurzem erschlossenen, jedoch boomenden Entwicklungsländer ebenfalls in diesen Tenor einzustimmen. (vgl. Krippendorf 1989a: 21)

Mit der Erkenntnis, dass ein lediglich auf den Grundpfeilern des Tourismus ausgerichtetes wirtschaftliches Vorankommen zu einer Instabilität führe, die jederzeit in eine Um-

kehr der Entwicklung münden könnte, begann die Suche nach anderen Möglichkeiten zur Stabilisierung und zum Fortschreiten der ökonomischen Situation der jeweiligen Länder. Wachsende Hinterfragung des gesamten touristischen Konzeptes fand ebenso im Feld des Reisens in „Dritte Welt Länder“ statt. Kritik wurde von Reisenden aus dem reichen Westen ebenso geübt wie von den Bereisten in den Ländern des „globalen Südens“. Beanstandungen der Richtung, in welche sich die Tourismusedwicklung bewegte, wurden erstmalig auf einem Workshop der asiatischen christlichen Kirchen in Manila im Jahr 1980 geäußert. (vgl. Krippendorf 1989a: 22f)

Jost Krippendorf (1989a: 25ff) hält ein Plädoyer für eine ganzheitlich-orientierte Tourismuspolitik. Er stellt darin die Behauptung auf, dass alle Probleme, mit denen Ferienregionen zu kämpfen haben, großteils auf die zu einfache Betrachtung des Tourismus‘ und die starre Fixierung auf die wirtschaftliche Entwicklung der Länder/Regionen zurückzuführen sind. Krippendorf nennt das das „Übergewicht der wirtschaftlichen Argumente“. (Krippendorf 1989a: 25) Der Tourismusforscher plädiert für eine ganzheitlich-orientierte Tourismuspolitik im Sinne einer globalen und differenzierteren Darstellung des Fremdenverkehrs. Dies ist zu erreichen durch:

Die Ausweitung auf nicht-ökonomische Ebenen und die Entwicklung von Werkzeugen mit denen alle drei Dimensionen – Ökonomie, Ökologie und Soziologie – als gleichwertig und untrennbar dargestellt und akzeptiert werden. Die Überwindung der Problematiken, die eine interdisziplinäre Ansicht des Tourismus in sich birgt, wurde in der Schweiz im Rahmen eines Forschungsprojektes zu erreichen versucht. (vgl. Krippendorf 1989a: 25)

Abbildung 8 zeigt klar, worauf bei der Entwicklung eines Tourismuskonzeptes geachtet werden muss. Während negative Folgeerscheinungen (sozio-kulturelle, ökologische und ökonomische) so minimal wie möglich gehalten werden sollen, liegt der Fokus auf der Maximierung des Nutzens aller am Tourismus Beteiligten – Bereiste, Tourismusunternehmen und Touristen.

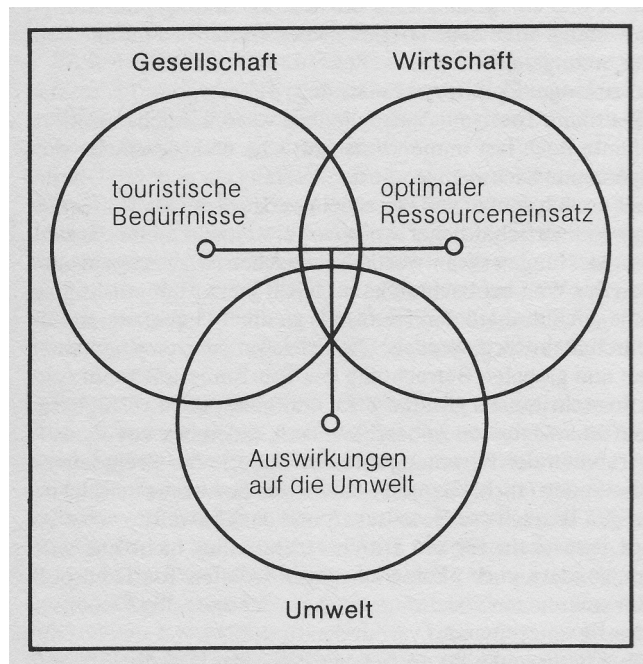


Abbildung 8: Fremdenverkehrspolitischer Zielrahmen

Um mit ihren Problemen fertig zu werden, müssen der Fremdenverkehr und alle Involvierten von einer reinen und ausschließlichen Betrachtung des Tourismus Abstand nehmen und ihn als Teil einer größeren Gesamtheit sehen, mit der er in einem Abhängigkeitsverhältnis steht. Erholung, Arbeit und Wohnen prägen den Fremdenverkehr, Ziel ist es schlussendlich, diese drei Erscheinungen in eine harmonische und ausgeglichene Verbindung zu bringen. (vgl. Krippendorf 1989a: 26ff)

Der schweizerische Tourismusforscher Jost Krippendorf bezeichnete die jüngsten Entwicklungen in der Tourismuswelt als Sand im Getriebe ihrer Maschinerie, bisher reibungslos verlaufende Abläufe beginnen zunehmend nicht mehr so problemlos zu funktionieren. Massenhaftes Verreisen und die damit einhergehenden Ströme an Touristen, die alle das Gleiche – nämlich die Flucht aus den Städten – suchen, erweisen sich zunehmend als nicht so aussichtsreich und unproblematisch wie angenommen. Diese Erkenntnis findet wachsende Verbreitung, immer mehr Menschen entdecken für sich, dass die kurze Auszeit vom Alltag nicht genug ist. Ein Ruf nach mehr Lebenszeit und Freizeit wird lauter und lauter. Aber nicht nur Touristen fordern eine Veränderung des Reiseverhaltens, Umweltschützer und Ökologen schließen sich, natürlich mit ihren eigenen Anforderungen und Änderungswünschen, den Reisenden an. Der rasche und rücksichtslose Ausbau von Straßennetzen, der Bau von Freizeitanlagen und die damit einhergehende Verdrängung von Lebens- und Naturraum sollen ihnen zu Folge reduziert oder gar gestoppt werden.

Eine dritte Gruppe von Menschen, die sich eine Änderung im System wünschen, stellen die Bereisten, die einheimische Bevölkerung, dar. Die Versprechen von positiven Effekten durch den Anstieg des Tourismus haben sich oftmals nicht bewahrheitet, negative Folgeerscheinungen, wie das Gefühl außen vor gelassen und regelrecht von Reisenden überrollt zu werden, treten ans Licht. Nicht selten bekommt man als Tourist deshalb das Gefühl, die Einheimischen hätten gar keine Lust, am Tourismus zu partizipieren, dabei wollen sie lediglich die Möglichkeit erhalten, selbst mitzubestimmen und nicht alles von außen aufoktroziert zu bekommen. Im Vordergrund steht bei ihnen der Wunsch, den Freizeitraum wieder für sich selbst, als Lebensraum, nutzen zu können. (vgl. Krippendorf 1984: 18f) Dieser Wunsch der Abkoppelung vom Tourismussystem lässt sich aufgrund der zahlreichen sozio-kulturellen und ökologischen Negativeffekte nachvollziehen. In vielen Regionen haben die Einwohner jedoch nicht das Glück, in der Lage zu sein, auf den Ausbau des Fremdenverkehrssektors zu verzichten. Sie sind auf die wirtschaftlichen Vorteile, die für sie potenziell durch den Fremdenverkehr entstehen können, fixiert und sind teilweise blind für die negativen Folgeerscheinungen. Immer mehr setzt sich das Credo durch, ökonomische Entwicklung nicht um jeden Preis zu forcieren, sondern Kriterien der Nachhaltigkeit zu beachten. Eine nachhaltige Entwicklung der Wirtschaft ist demnach nur möglich, wenn auf die Ressourcen, seien sie sozio-kultureller oder natürlicher Art, geachtet und eine langfristige Sicherung dieser gewährleistet wird bzw. werden kann. (vgl. Vorlauffer 2004: 876)

Jost Krippendorf gilt gemeinhin als der Begründer des umwelt- und sozialverträglichen Tourismus. Mit seinen Denkweisen und Ansichten hat er den Tourismuswissenschaften theoretische Anregungen für die Verbesserung der herrschenden Fremdenverkehrssituation weltweit gegeben.

Mit der Idee des sanften Tourismus macht Krippendorf deutlich, auf welche Weise sich nicht nur der Tourismussektor selbst, sondern auch die Touristen, die das touristische Angebot in Anspruch nehmen, verändern sollen, um Fremdenverkehr nachhaltig und für alle Teilnehmer sinnvoll zu gestalten. Der Schweizer betont, dass eine Umgestaltung des Reisens und der Reisepraktiken auf allen Ebenen stattzufinden hat. Gerade deshalb ist es wichtig zu erkennen, dass jeder Reisende mit seiner eigenen Art zu Reisen und seiner Selbstreflexion wichtige Schritte in Richtung einer positiven Veränderung des Sektors machen kann. (vgl. Krippendorf 1989b: 66)

Das Konzept des sanften Reisens von Krippendorf kann als Vorgänger des heutigen nachhaltigen Tourismus gesehen werden. Jungk (1989: 60) produzierte eine übersichtli-

che Gegenüberstellung der jeweils radikalen und polaren Eckpunkte des harten und sanften Reisens.

Hartes Reisen	Sanftes Reisen
Massentourismus	Einzel-, Familien- und Freundesreisen
Wenig Zeit	Viel Zeit
Schnelle Verkehrsmittel	Angemessene (auch langsame) Verkehrsmittel
Festes Programm	Spontane Entscheidungen
Außengelenkt	Innengelenkt
Importierter Lebensstil	Landesüblicher Lebensstil
„Sehenswürdigkeiten“	Erlebnisse
Bequem und passiv	Anstrengend und aktiv
Wenig oder keine geistige Vorbereitung	Vorhergehende Beschäftigung mit dem Besuchsland
Keine Fremdsprache	Sprachenlernen
Überlegenheitsgefühl	Lernfreude
Einkaufen („Shopping“)	Geschenke bringen
Souvenirs	Erinnerungen, Aufzeichnungen, neue Erkenntnisse
Knipsen und Ansichtskarten	Fotografieren, Zeichnen, Malen
Neugier	Takt
Laut	Leise

(Quelle: Jungk 1989: 60)

Nachhaltiger Tourismus legt schließlich das Konzept nachhaltiger Entwicklung auf den Sektor des Fremdenverkehrs um, was in folgendem Zitat deutlich wird:

*„Sustainable tourism applies the concept of sustainable development to the tourism industry and strives towards tourism that has the least possible impact on host communities and the environment, while maintaining economic viability.“* (Smith/MacLeod/Hart Robertson 2010: 169)

Unverzichtbar für den Erfolg des Konzeptes nachhaltigen Tourismus‘ ist die Betrachtung des Systems nicht als ein Nischenprodukt, sondern als eine Form der ganzheitlichen Un-

tersuchung und Umstrukturierung des weltweiten Fremdenverkehrssystems. (vgl. Becker/Job/Witzel 1996: 9)

Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass nicht der Markt bzw. die Anbieterseite die Einstellung und die Wünsche der Touristen bzw. der Nachfrageseite gestalten, sondern dass diese Entwicklung in die entgegengesetzte Richtung funktioniert. Demnach gestalten kritische Reisende mit ihren spezifischen Anforderungen an die Tourismusbranche das Angebot des Fremdenverkehrssektors. (vgl. Becker/Job/Witzel 1996: 132)

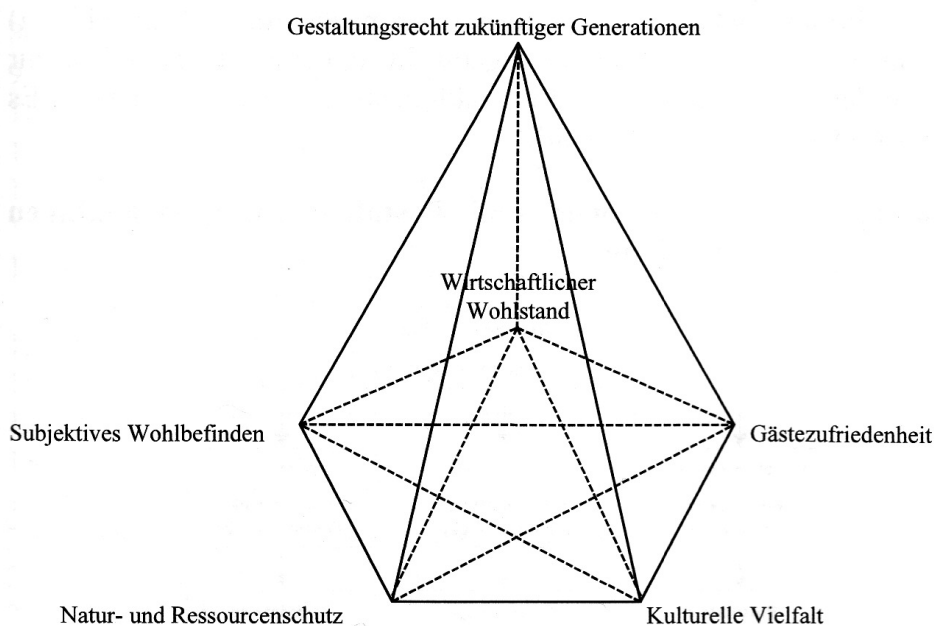


Abbildung 9: Magische Fünfeck-Pyramide einer nachhaltigen touristischen Entwicklung

Um überhaupt von nachhaltiger Entwicklung im Tourismussektor sprechen zu können, ist es eine Notwendigkeit die Sozialverträglichkeit sowie den ökonomischen Wohlstand zu steigern. Ebenso ist eine längerfristige Erhöhung des Umweltbewusstseins aller am Tourismus Beteiligten wesentlich. Hansruedi Müller (2003: 34f) veranschaulicht in seiner „Magischen Fünfeck-Pyramide“ der Nachhaltigkeit im Tourismus, welchen Dimensionen seiner Meinung nach besondere Beachtung gewidmet werden soll (Abbildung 9). Die für ihn maßgeblichen Eckpunkte sind Natur- und Ressourcenschutz, kulturelle Vielfalt, Gästezufriedenheit, wirtschaftlicher Wohlstand sowie subjektives Wohlbefinden. Alle diese Punkte stehen miteinander in Verbindung und sind voneinander abhängig, d.h. Veränderungen in einem dieser Bereiche wirken sich unweigerlich auf die anderen aus. Das opti-

male Ausmaß eines jeden Eckpunktes ergibt sich aus der Verbindung aller Ziele – das Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen gilt es zu erreichen und zu respektieren. Müller weist auf die Maßnahmen hin, die getroffen werden müssen, um Nachhaltigkeit im Fremdenverkehr real umzusetzen. „Um langfristig die touristische Prosperität sicherzustellen, müssen sich die touristischen Produktionskosten quantitativ und qualitativ an den Wertsteigerungen sowie am Anpassungsvermögen von Natur und Kultur orientieren.“ (Müller 2003: 34) Das bedeutet, dass ohne eine Rücksichtnahme auf Kultur und Natur in Zielländern ein dauerhaft verträglicher Aufbau des touristischen Systems nicht möglich ist. Eine Überbeanspruchung dieser Faktoren zu Gunsten von gesteigertem Einkommen soll nicht stattfinden.

Die Erkenntnis über die Wichtigkeit einer intakten Umwelt und Landschaft als touristischer Ressource hat bereits die Mehrheit der bedeutenden Reiseländer gewonnen. Denn nur durch ausreichenden Umweltschutz und die Absicherung der für den Tourismus sonst noch wichtigen Ressourcen kann eine nachhaltige Entwicklung gewährleistet werden. In diesem Sinne entstanden mit zum Teil ausländischer Hilfe und Einflussnahme aufgestellte Maßnahmenkataloge für die Reisedestinationen. Die UNESCO und der WWF kämpfen an vorderster Front für diese Belange: Als ersten Aktionspunkt gegen die Zerstörung von Ökologie und weiteren touristischen Ressourcen werden Gesetze erlassen, Vorgaben gemacht und die (touristische) Planung in die Hände nationaler und internationaler Organisationen gelegt, mit dem Ziel, u.a. Schutzgebiete auszuweiten, Umweltverträglichkeitsprüfungen für geplante Großbauprojekte einzuführen sowie Entwicklungspläne (national, regional und lokal) zu erstellen. Überdies wird an manchen Destinationen versucht einer Übernutzung oder falschen Nutzung der touristischen Flächen durch eine Regulierung oder Beschränkung der erlaubten Urlauberzahlen vorzubeugen. (vgl. Vorlaufer 1996: 211)

Zweitens werden Umweltbildungs- und Aufklärungsprogramme für die lokale Bevölkerung in den Reiseländern organisiert, um ihnen den Stellenwert der Natur etc. für die touristische Erschließung bewusst zu machen. Obwohl die Ergebnisse aus solchen Kampagnen weltweit eher bescheiden ausfallen, so bilden sich vielerorts bereits kleine, lokale Gruppierungen, die sich für den Umwelt- und Artenschutz einsetzen. Auf der thailändischen Insel Phuket etwa werden von Hotelbetrieben und örtlichen Organisationen, wie beispielsweise den Pfadfindern oder von Schulklassen, Strandsäuberungsaktionen durchgeführt. (vgl. Vorlaufer 1996: 212)

Der dritte Maßnahmenkomplex, der unternommen wird, beinhaltet den Versuch der Popularitätssteigerung von Reiseformen, die sowohl sozial- als auch umweltverträglich sind. Aktivitäten an den Destinationen selbst sollen ebenfalls unter dem Motto der ökologischen und gesellschaftlichen Verträglichkeit stehen – Ökotourismus wird propagiert. Jedoch ist für den Erfolg dieser Form des Reisens eine Veränderung der Denk- und Handlungsweisen der Touristen unerlässlich und erweist sich in der Realität als schwieriger als theoretisch angenommen. (vgl. Vorlaufer 1996: 212)

#### **4.4. Neue Touristentypologie nach Krippendorf**

---

„Der kritische Verbraucher nicht nur zu Hause, sondern auch auf Reisen sein. Ein neuer Tourist, der seine Bedürfnisse klar äußert und sich auch danach verhält. Ein Käufermarkt also und nicht mehr ein Verkäufermarkt. Ein Markt, in dem der Konsument und nicht mehr der Produzent das Sagen hat.“ (Krippendorf 1989a: 24)

Im Sinne des Nachhaltigkeitsgedankens typisiert Krippendorf (1989b: 66ff) eine neue Form von Touristen. Acht wichtige Charaktereigenschaften schreibt er diesem neuen Touristenbild zu:

1. „Der neue Tourist ist ein einsichtiger Tourist.“ (Krippendorf 1989b: 66)

Einsichtig ist dieser neue Tourist genau dann, wenn er sich dessen bewusst ist, ein Tourist zu sein. Das Wissen darüber, selbstverständlich kein „besserer“ Tourist zu sein, zeichnet diesen Touristentypus ebenso aus wie seine bescheidene, tolerante, offene und kommunikationsfreudige Art gegenüber Bereisten und den jeweiligen destinationsabhängigen Gegebenheiten. Mit diesem Wissen und dieser Einstellung hat der neue Tourist einen Vorteil gegenüber „normalen“ Touristen: Durch seine Selbstreflexion kann er einfacher mit dem Fakt umgehen, dass Reisen zu einer massenhaft auftretenden Erscheinung gewachsen ist, und es sollte ihm leichter fallen, diese Massenhaftigkeit anzuerkennen, anstatt immerzu vor ihr flüchten zu wollen. Der neue Tourist findet sich mit seiner Rolle und den ihm zur Verfügung stehenden Reisedestinationen ab, der Drang immer Neues zu entdecken und zu erschließen, ist bei ihm nicht mehr gegeben. (vgl. Krippendorf 1989b: 66)

2. „Der neue Tourist ist ein konsumkritischer Tourist.“ (Krippendorf 1989b: 66)

Konsumkritisch ist der neue Tourist nicht nur in seinem Alltag, er achtet besonders vor und während seiner Reisen darauf, gegenüber allen Tourismusangeboten sowie gegenüber sich selbst kritisch zu sein. Sowohl Entscheidungen, Einstellungen als auch Offerten werden von ihm hinterfragt, bevor er sich für oder gegen den Kauf einer Reise entscheidet,



für ihn sind die möglichen Konsequenzen seines Handelns von Interesse. Der neue Tourist stellt Überlegungen an, welche positiven oder negativen Auswirkungen sein Urlaub auf alle beteiligten Akteure haben kann. Schadet er etwas oder jemandem oder trägt er mit seinen Handlungen zur Verbesserung von (Lebens)Situationen bei? Durch sein Verhalten, überwiegend Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, von denen er weiß, wer den Reisepreis und sonstige Ausgaben erhält, stellt er sich gegen den massenhaften Tourismus und zeigt Verantwortung, anstatt Menschen, die eventuell vom Tourismus und dessen Einnahmen abhängig sind, auszubeuten. (vgl. Krippendorf 1989b: 66f)

3. „Der neue Tourist ist ein genügsamer und anpassungswilliger Tourist.“ (Krippendorf 1989b: 67)

Genügsamkeit und Anpassungswille charakterisieren diese neue Form von Reisenden, sie gehen auf die bereisten Menschen und deren Kultur näher ein. Mit ihrem Verhalten wollen sie die Ausnutzung der Bereisten durch Touristen und Reiseveranstalter eliminieren, sie genießen die Einfachheit des Reisens und verzichten gerne auf (überflüssige) Luxusangebote, die ihnen von Agenturen schmackhaft gemacht werden. Klares Ziel ihrer Vorstellungen ist es, ihre Reise so zu gestalten, dass von ihr nicht nur einige wenige, wie sie selbst und die Reiseveranstalter, profitieren, sondern dass auch die einheimische Bevölkerung klaren Nutzen aus ihr ziehen kann. (vgl. Krippendorf 1989b: 67)

4. „Der neue Tourist ist ein rücksichtsvoller Tourist.“ (Krippendorf 1989b: 67)

Ein weiteres Charakteristikum, das den neuen Touristen auszeichnet, ist sein Bewusstsein, dass die jeweiligen bereisten Ländern nicht nur aus den Sehenswürdigkeiten und Naturgegebenheiten bestehen, die aus der Werbung von Reisebüros bekannt sind. Sie haben viel mehr zu bieten als nur Sonne, Strand, Meer oder Berge, es existieren Menschen mit eigener Kultur und Tradition, die eigene Bedürfnisse haben, die gestillt werden müssen. Der neue Reisende ist auf die Bevölkerung bedacht, nähert sich und begegnet ihnen mit Respekt und Zurückhaltung (betrachtet sie also nicht wie Tiere im Zoo). Sein Motto lautet in etwa: „Be-geggen statt ent-geggen, er-leben statt aus-leben, achten statt ver-achten, fragen statt ant-worten, suchen statt finden.“ (Krippendorf 1989b: 67)

5. „Der neue Tourist ist ein innengeleiteter Tourist.“ (Krippendorf 1989b: 67)

Zu den allgemein bekannten Reisemotiven zählt das Ferien-vom-Ich-Machen, doch diese neue Art von Reisendem nutzt ihre Tour, um genau das Gegenteil zu erzielen – sie will nicht vor sich selbst davon laufen, sondern sich selbst finden. Die Ansprüche des neuen Reisenden sind nicht sehr hoch gesteckt, er erfreut sich an kleinen Dingen, sucht und braucht nicht ständig das Exotische und Unbekannte. Für ihn ist es wertvoll, Zeit mit Fa-

milie und Kindern zu verbringen, sich selbst zu entschleunigen und für die Dauer der Reise nur auf seine innere Uhr zu achten und hören. (vgl. Krippendorf 1989b: 67)

6. „Der neue Tourist ist ein selbstbeschränkt reisender Tourist.“ (Krippendorf 1989b: 67)

Selbstbeschränkt reisen bedeutet nicht immer ferne Destinationen anzusteuern, sondern sich auch mit Erholungszeiten in der Nähe des Wohnortes, des Wohnlandes oder gar zu Hause gerne zufrieden zu geben. Der neue Tourist vertritt die Ansicht, dass sich weniger weite Reisen als erholsamer und besser gestalten, vor allem für die Umwelt. Egal wohin ihn sein Urlaub führt, er verweilt länger als normale Touristen an einem Ort und ist bemüht eine Beziehung sowohl zu seinem Aufenthaltsort als auch zu dessen Bevölkerung aufzubauen. Dieser Reisende widersetzt sich dem gesellschaftlichen Zwang, immer weiter weg und länger zu reisen. (vgl. Krippendorf 1989b: 67)

7. „Der neue Tourist ist ein experimentierfreudiger, kreativer Tourist.“ (Krippendorf 1989b: 67)

Touristen erwarten viel von ihrem Urlaubsort. Nicht nur sollen viele Aktivitäten und Attraktionen geboten werden, sondern es wird auch Wert darauf gelegt, dass vieles so ist wie zu Hause. Anders zeigt sich der neue Tourist. Er lässt sich auf Neues ein, probiert Dinge aus, die er in seiner gewohnten Umgebung niemals getan hätte oder für die einfach keine Zeit übrig geblieben ist. So lässt sich zeigen, dass ein Anstieg des Bewegungslevels zu verzeichnen ist, sportliche Aktivitäten und Kreativität werden eher ausgelebt als in der Heimat. (vgl. Krippendorf 1989b: 67f)

8. „Der neue Tourist ist ein lernbereiter Tourist.“ (Krippendorf 1989b: 68)

Aufgrund des rasanten Anstiegs des Tourismus allgemein, lernen Kinder immer früher zu reisen. Der neue Tourist zählt zu jener Generation, die mit Reisen bereits aufgewachsen ist und die Fähigkeit besitzt, sich vor der Reise mit der Destination und deren besonderen Begebenheiten auseinander zu setzen. Der neue Tourist hat gelernt, was es bedeutet Tourist zu sein und ist sich seiner Verantwortung in dieser Rolle bewusst. In weiterer Folge werden beispielsweise öffentliche Bildungseinrichtungen, kirchliche Institutionen sowie kulturelle Vereine sehen, wie wichtig es ist, Menschen über das Reisen zu informieren, ihnen zu lehren was von ihnen als Touristen erwartet wird und was sie erwarten können. (vgl. Krippendorf 1989b: 68)

Obwohl Krippendorf (1989a: 25) davon überzeugt ist, dass es diesen neuen Touristen durchaus schon gibt, gesteht er dennoch ein, die Anzahl der unkritischen und passiven

Touristen überwiege weitaus noch die Zahl der problembewussten und aktiven Reisenden. „Aber die Bereitschaft und Offenheit der Menschen für ein anderes Reisen nehmen zu.“ (Krippendorf 1989a: 25) Diese Aussage ist damals wie heute gleichermaßen gültig: es existieren reflektierte Touristen, denen Umwelt und Gesellschaft in Zielländern am Herzen liegen, die große Mehrheit praktiziert jedoch noch immer unreflektierte Reiserarten. Es bleibt abzuwarten, wie sich die Situation weiterentwickelt beziehungsweise ob oder wann sich ein endgültiger Paradigmenwechsel vollzieht.

## **4.5. Bewertungssysteme: Gütesiegel, Zertifizierungssysteme und Indikatoren**

---

Um überhaupt in der Lage zu sein, die Nachhaltigkeit generell und im Speziellen von Tourismus(entwicklung) zu beurteilen, ist ein System der Bewertung notwendig. Aus diesem Grund wurden unterschiedliche Gütesiegel, Systeme der Zertifizierung sowie Indikatorenkataloge entwickelt, die dabei eine Hilfestellung leisten sollen.

### **4.5.1. Gütesiegel und Zertifizierungssysteme für nachhaltigen Tourismus**

Die Funktionen von Umweltgütesiegeln und Zertifizierungssystemen reichen über den Aspekt der Bewertung hinaus. Sie dienen dazu, das nachhaltige touristische Angebot leicht verständlich sowie transparent zu kennzeichnen. Für Tourismusunternehmen und –akteure sowohl auf Anbieter- als auch auf Nachfragerebene stellen Gütesiegel eine Art Leitfaden und Sicherheit dar. Anbieter von touristischen Attraktionen können sich an Vorgaben orientieren, um dadurch ihr Angebot im Sinne der Nachhaltigkeit zu verbessern, während Personen, die zertifizierte Offerten in Anspruch nehmen, sicher sein können, dass bestimmten Nachhaltigkeitsstandards und –kriterien entsprochen wird. Reiseveranstalter können sich an Gütesiegeln orientieren und ihre Vertragspartner konkreter aussuchen, auch für sie bieten Zertifizierungssysteme eine Art Sicherheit. Nicht zuletzt können solche Systeme marketingtechnisch genutzt werden. Manche Kaufentscheidung von Touristen richtet sich nach dem Kriterium der Nachhaltigkeit des Reiseangebotes. Mit einem Gütesiegel wird den potenziellen Kunden signalisiert, dass auf Nachhaltigkeit geachtet wird und sie davon ausgehen können, dass gewissen Anforderungen entsprochen wird. Ein gewisser Grad an Verwirrung darüber, was der Terminus Zertifizierung im Kontext des nachhaltigen und Ökotourismus konkret bedeutet, herrscht nach wie vor vor.

(vgl. Lund-Durlacher 2007: 143f; vgl. Sallows/Font 2004: 91) Geteilte Meinungen zum Thema Bewertungssysteme existieren sowohl in der Wissenschaft als auch in der Praxis, trotz zahlreicher *good practices*-Beispiele. Diverse Publikationen vertreten den Standpunkt, es wäre nicht angebracht unhinterfragt eben solche Schemata als das, was getan werden muss, anzusehen. Vielmehr muss näher definiert werden, was Zertifizierungen überhaupt bedeuten und nach welchen Grundregeln sie arbeiten. (vgl. Sallows/Font 2004: 91f)

#### 4.5.1.1. Wer entwirft Gütesiegel und nachhaltige Zertifizierungssysteme?

Meist zeichnen sich staatliche Organisationen (z.B. Umwelt- und Tourismusbehörden) für die Entwicklung und Einführung von Systemen der Zertifizierung und Gütesiegeln verantwortlich. Neben ihnen agieren auch Nichtregierungsorganisationen auf diesem Gebiet. Klassische NGO-Vertreter sind etwa Tourismusverbände sowie Verbraucher- und Umweltschutzorganisationen. (vgl. Lund-Durlacher 2007: 147)

Der Großteil aller Bewertungssysteme wurde entweder direkt von staatlichen Organisationen ins Leben gerufen oder wurden zumindest finanziell von solchen unterstützt. (vgl. Lund-Durlacher 2007: 147) Von Nichtregierungsorganisationen auf den Plan gerufene Gütesiegel zielen hauptsächlich auf den Ökotourismusmarkt, mit einem speziellen Fokus auf Entwicklungsländer, ab. Darüber hinaus arbeiten sie meist unter dem Leitgedanken des *Fair Trade* und legen besonderes Augenmerk auf sozioökonomische Gesichtspunkte. Die Bedeutung der NGO-Zertifizierungssysteme auf dem Tourismusmarkt ist jedoch marginal. Erhebliche Probleme erfahren sie bald nach ihrer Einführung: Zu Beginn erhalten sie finanzielle Unterstützung von unterschiedlichen – privaten und öffentlichen – Seiten, um ihr jeweiliges System auf die Beine zu stellen. Fallen diese Geldmittel schließlich weg, reichen die eigenen finanziellen Mittel oftmals nicht aus, um das Bewertungsschema kontinuierlich zu erneuern und zu verbessern. Im schlimmsten Fall sehen sich die Nichtregierungsorganisationen gezwungen, ihre Gütesiegel einzustellen. (vgl. Sallows/Font 2004: 99) Dieses Finanzierungsproblem entsteht u.a. aufgrund des Versuchs der Niedrighaltung der Kosten der Zertifizierung. Sprich, für teilnehmende Unternehmen soll der Aufwand so gering wie möglich gehalten werden, um so neue Mitglieder zu werben. Geringe Teilnehmerzahlen an Bewertungsprogrammen zeichnen ebenfalls für diese Bredouille verantwortlich. Die Höhe der Zertifizierungskosten richtet sich bei einigen Systemen nach dem Umsatz der Antragsteller. Ein positives Beispiel für das Wachsen eines Zertifizierungssystems ist die Blaue Flagge. Nach 15 Jahren in denen sie

finanzielle Unterstützung erhalten hat, war es ihr möglich, kostendeckend zu arbeiten und sich schlussendlich selbst finanzieren zu können. (vgl. Lund-Durlacher 2007: 149)

#### 4.5.1.2. Wie effektiv sind nachhaltige Zertifizierungssysteme und Gütesiegel?

In den vergangenen Jahren wurde Gütesiegeln und nachhaltigen Systemen der Zertifizierung vermehrt Beachtung von Fachkreisen geschenkt, obgleich weder die Effektivität dieser Art von Bewertungsprogrammen allgemein als sehr hoch eingeschätzt wird noch die Anzahl der Mitglieder in solchen Vereinigungen angestiegen ist. (vgl. UNEP 2006: 6)

Nur wenige Studien wurden bisher zur Thematik der Effektivität durchgeführt, bis 2006 existierten lediglich einige wenige, nicht repräsentative Untersuchungen. Cathy Parsons präsentierte eine Studie über 30 von *Green Globe* zertifizierte Tourismusunternehmen, deren Ergebnisse als durchwegs positiv bewertet werden können. So gaben etwa 90% der Befragten an, ihren Wasser- sowie Energieverbrauch reduziert zu haben, während 67% angaben, seit dem Beitritt zu diesem Zertifizierungssystem eine Motivationssteigerung unter den eigenen Angestellten bemerkt zu haben. Zwölf der 30 befragten Unternehmen stellten fest, dass aufgrund der neuen Mitgliedschaft bei Green Globe ihren Hotels internationale Aufmerksamkeit zu Teil wurde. Eine weitere Verbesserung des hoteleigenen Führungssystems wiesen 93% der Fremdenverkehrsbetriebe aus. Hohe bis extrem hohe Zufriedenheit mit der Mitgliedschaft war bei 91% (28 Unternehmen) gegeben, während 82% (27 Betreiber) von den Vorteilen, die sie durch Green Globe 21 erfahren, begeistert sind. (vgl. UNEP 2006: 7)

Neben der Zufriedenheit der eigenen Mitglieder und der Verbesserung ihrer Unternehmenspraktiken, können sich viele Zertifizierte über eine wachsende Zahl von Wiederholungsgästen und einer allgemein höheren Zufriedenheit der Gäste freuen. (vgl. Lund-Durlacher 2007: 150) *Capacity building* präsentiert sich als ein weiterer positiver Aspekt von Zertifizierungsmaßnahmen. (vgl. UNEP 2006: 8) Dabei handelt es sich um den Prozess der Informationsweitergabe an die Bewerberunternehmen sowie bereits zertifizierte Mitglieder und deren Mitarbeiter. Ihnen werden wichtige Instrumentarien zu einer nachhaltigen Form des Wirtschaftens vermittelt, ihr Problembewusstsein wird geschärft ebenso wie „Kenntnisse und Fähigkeiten zur Förderung und Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus“ vermittelt. (Lund-Durlacher 2007: 150) Die von Zertifizierungsunternehmen aufgestellten Standards sind von Mitgliedern zu erreichen, was zu einer Steigerung der Qualität und vor allem auch zu einer Erhöhung des Bewusstseins der sozialen und ökologischen Verantwortung der einzelnen Betriebe führt. Trotz der steigenden Zahl von unter-

schiedlichsten Zertifikaten im Tourismussektor stellen diese bisher keine verbesserten Marketinginstrumente für die Inhaber dar. Konsumenten achten bislang zu wenig auf Nachhaltigkeitszertifizierungen oder Ökolabels bei der Wahl ihrer Reiseart und ihres Urlaubsortes. Obgleich viele Studien zum Thema ökologisch und sozial verträglicher Tourismus klar ergaben, dass das Interesse an nachhaltigen Tourismusangeboten kontinuierlich steigt, nehmen Touristen doch eher eine passive Haltung ein. Eine positive Einstellung der Urlauber zur Nachhaltigkeit von Fremdenverkehrsangeboten führt folglich nicht automatisch dazu, dass ökologisch, sozial und ökonomisch nachhaltige Offerten häufiger nachgefragt und gebucht werden. Ein möglicher Grund für die geringe Nachfrage nach nachhaltigen Tourismusangeboten ist die fehlende Kenntnis der Zielpersonen über die Zertifizierungen und Gütesiegel, ihr Bekanntheitsgrad ist sehr niedrig, beziehungsweise null. (vgl. Lund-Durlacher 2007: 150ff)

#### 4.5.1.3. Kritik an Systemen

Kritik an Zertifikaten und Gütesiegeln wird von unterschiedlichen Stellen geübt. Der am öftesten angeführte Kritikpunkt ist die schiere Unübersichtlichkeit der am Markt existierenden Zertifizierungssysteme. Nicht zuletzt die Überforderung der touristischen Nachfrager mit dem Angebot an nachhaltigen Zertifikaten trägt dazu bei, dass Gütesiegelsysteme keine große Rolle am Tourismusmarkt spielen. (vgl. Lund-Durlacher 2007: 153f) Ob und wie effizient Zertifizierungssysteme in Wirklichkeit sind, kann aufgrund von fehlenden Daten zu diesem Thema schwer beantwortet werden. Weder Daten zur Effektivität noch zu den Kosten dieser Systeme sind vorhanden. Da jedoch hohe finanzielle Aufwendungen in solche Programme fließen, diese aber trotzdem mit einer niedrigen Akzeptanz unter den Tourismusnachfragern zu kämpfen haben, kann davon ausgegangen werden, dass die bisherige Entwicklung von Zertifizierungssystemen nicht im Sinne der Effizienz stattgefunden hat. Jene Unternehmen, die sich zuerst um die Aufnahme in ein (neues) Gütesiegelprogramm bewerben, sind solche, die bereits vielen der zu erfüllenden Kriterien entsprechen. Wenn jedoch die Anzahl der Mitglieder niedrig bleibt, bieten Zertifikate keinen Anreiz für andere, kleinere Unternehmungen, die noch stark an ihren Standards arbeiten müssten, um aufgenommen zu werden. Sie sehen in einer Mitgliedschaft keine Vorteile und bewerben sich deshalb meist nicht. Im Gegenteil kann sich für kleine Unternehmen sogar ein Nachteil ergeben, wenn den Anforderungen eines Gütesiegels entsprechen wollen. Die mitunter hohen Kosten, die bei einer Bewerbung und in weiterer Folge einer Mitgliedschaft anfallen, sind im Vergleich mit den potenziellen Absatzsteigerungen

viel zu hoch, was dazu führt, dass die Möglichkeit der Partizipation von Kleinunternehmen, vor allem jener in Entwicklungsländern, limitiert ist. (vgl. Font 2003: 10f zit. nach Lund-Durlacher 2007: 154)

Gütesiegel und Zertifizierungssysteme sind theoretisch eine gute Idee, ihre Ausarbeitung und Umsetzung aus praktischer Sicht lassen jedoch noch viele Wünsche übrig. Um langfristig erfolgreich sowie effizient zu sein, müssen Anforderungen, die von Seiten der touristischen Nachfrager gestellt werden – wie die Kriterien Sicherheit, Qualität und Gesundheit – erfüllt werden. Durch diese verstärkte Orientierung an den Konsumenten könnten diese Systeme ihr Potenzial zu einer Steigerung der sozialen und ökologischen Standards sowie zu einer Erhöhung des Qualitätsniveaus von nachhaltigen Tourismusangeboten besser ausschöpfen. (vgl. Lund-Durlacher 2007: 158)

#### **4.5.2. Beispiele für Gütesiegel und Zertifizierungssysteme**

Um eine genauere Vorstellung davon zu bekommen, wie Gütesiegel und Zertifizierungssysteme funktionieren können, welche Aufgaben sie haben, auf welche Kriterien sie achten, werden hier drei Beispiele angeführt. Eines davon mit einem speziellen Bezug zu Thailand.

##### 4.5.2.1. Die Blaue Flagge

Die Blaue Flagge ist eine nichtstaatliche Arbeitsgemeinschaft, die sowohl Segelboothäfen als auch Badeplätzen (Stränden) jährlich ihr Gütesiegel verleiht, wenn sie den Gütekriterien entsprechen. Im Jahr 2012 wehten in 51 Ländern 3730 Blaue Flaggen, was bedeutet, dass diese Orte dem Kriterienkatalog genügen, der „im Sinne der Agenda 21 für einen umweltbewußten Menschen im Umgang mit Landschaft und Natur“ erstellt wurde. (Die Blaue Flagge o.J.)

Diese Kriterien lassen sich grob in drei große Themenbereiche gliedern: Umweltkommunikation vor Ort, Umweltmanagement und Sicherheitsaspekte sowie Badewasserqualität. Der erste Punkt beinhaltet Aufklärungs- und Bildungsarbeit bei lokalen Bewohnern, Mitgliedern der Vereine im Ort und den Touristen, um ihnen einen sensibleren Umgang mit Natur und Umwelt nahezubringen. Sie sollen zu umweltadäquatem Verhalten und der korrekten Entsorgung von Abfällen (z.B. Altöl der Segelboote) angeregt werden. (vgl. Die Blaue Flagge o.J.)

Das zweite Kriterium befasst sich mit der Qualität, Pflege und Instandhaltung der Baderestellen. Eine umweltgerechte Müllentsorgung ist ebenso zwingend zu gewährleisten

wie Sicherheits- und Sanitäreinrichtungen, die in angemessener Anzahl an den Orten vorhanden sein müssen. Rücksicht auf sensible Naturbereiche sowie die Beschäftigung mit Lösungsansätzen für lokale Umweltprobleme zeichnen jene aus, die mit der Blauen Flagge bedacht werden. Darüber hinaus wird ein Konflikt- und Problemlösungssystem angewandt, welches alle betroffenen Akteure (Wirtschaft, Gewerbe und lokale Einrichtungen) miteinbezieht. (vgl. Die Blaue Flagge o.J.)

Zu guter Letzt entscheidet die Qualität des Wassers an den Badeorten, ob sie sich für eine Blaue Flagge qualifizieren. Gemäß der EU-Badegewässerrichtlinie wird das Wasser physikalisch-chemisch sowie mikrobiologisch überprüft, für die Abwasserentsorgung gelten die Anforderungen der EU-Abwasserrichtlinie. Anspruchsvolle Richt- und Grenzwerte kommen für die Zertifizierung zum Einsatz, die gemessenen Parameter dürfen diese die gesamte Badesaison lang nicht überschreiten. (vgl. Die Blaue Flagge o.J.)

#### 4.5.2.2. Green Globe

*Green Globe* International ist ein in den Vereinigten Staaten von Amerika ansässiges Zertifizierungsunternehmen, das sich seit seiner Gründung 1994 mit dem Aufbau einer nachhaltigen Unternehmensführung spezialisiert hat. (vgl. UNEP 1998: 8) Die Nichtregierungsorganisation ist ein angeschlossenes Unternehmen der *United Nations World Tourism Organization*, deren Anteilseigner das *World Travel & Tourism Council* (WTTC) ist. Überdies besteht eine Verbindung zur *World Health and Education Foundation*, deren vorrangiger Fokus die Verbesserung der Lebensqualität von Kindern ist. (vgl. Green Globe o.J.a)

Um als Tourismusakteur zertifiziert zu werden, gilt es sechs Phasen positiv zu durchlaufen: Ein Fragebogen sowie eine Bewertung des derzeitigen Führungsstandards bilden den Grundstein (die *baseline*) für den Weg zur vollständigen Aufnahme zu *Green Globe*. Unternehmen, die das Level *Green Globe Baseline* erreicht haben, können diesen Status offiziell ausweisen. Die verbleibenden vier Schritte, die jeweils aus eigenen Kriteriensets bestehen, setzen sich aus *compliance* (Einhaltung von relevanten Gesetzen und strategischen Anforderungen), *approach* (einen sozial und ökologisch nachhaltigen Ansatz verfolgen), *performance* (Ausführung aller Maßnahmen dokumentieren) und *communication* (Kommunikation mit interessierten Akteuren) zusammen. Werden alle Kriterien von einem Anwärter erfüllt, wird er zertifiziert. Eine jährliche Prüfung und Bewertung jedes Mitglieds gehört zu den Standards des Zertifizierungsprogramms. (vgl. Green Globe o.J.b: 2, 5)



Die fünf großen Themengebiete, auf die bei allen Anwärtern und deren Führung eines Tourismusbetriebes besonders geachtet wird, bestehen aus der Emission von Treibhausgasen, dem Umgang mit Süßwasserressourcen, dem Management von Abwasser sowie von Abfall und aus dem Umgang mit Energie, die Energieeffizienz und die Konservierung von Energie. (vgl. Green Globe o.J.b: 1)

#### 4.5.2.3. Green Leaf Foundation Thailand

Speziell in Thailand operiert seit 1998 die *Green Leaf Foundation Thailand*. Sie wurde von sechs Organisationen mit derselben Vision, jene, die auch das *United Nations Environment Programme* (UNEP) und die *Tourism Authority of Thailand* (TAT) anstreben, ins Leben gerufen und vergibt Zertifikate für nachhaltig arbeitende Hotels. (vgl. Green Leaf Foundation Thailand o.J.) Die drei von der Green Leaf Foundation Thailand verfolgten Hauptziele sind:

1. *“Promote knowledge and support studies and research in the creation of a good understanding of environmental conservation.*
2. *Assist owners and operators in the tourism industry to develop environmental quality standard in their work place.*
3. *Develop standards of environmental practices for tourism and tourism-related business in responding to consumer’s requirement.”* (Green Leaf Foundation Thailand)

Zertifizierungen reichen von einem bis hin zu fünf Blättern (*leaves*), als Auszeichnung für die von den Mitgliedern geleisteten Beiträge zu einer besseren Umweltqualität in der Tourismusindustrie. Die Bewertung richtet sich nach der für Hotels üblichen Sternbewertung. Ein Blatt weist Unternehmen mit geringen Bestrebungen hinsichtlich ökologischer Standards aus. Fünf Blätter sind die höchste zu erreichende Auszeichnung, sie wird jenen Tourismusbetrieben verliehen, die das qualitativ beste Umweltmanagement aufweisen. Der Prozess der Aufnahme neuer Mitglieder ist in drei Phasen aufgeteilt. Nach der Bewerbung eines Hotels wird in Phase 1 ein Fragebogen verschickt, um zu erfahren, ob grundlegende Anforderungen von Seiten des Hotels erfüllt werden. In Phase 2 – der Qualifikationsrunde – beschäftigt sich der Fragebogen ausschließlich mit Fragen zu umweltrelevanten Aktivitäten des Hotels. Die dritte und letzte Phase besteht ebenfalls aus einer Einschätzung des eigenen Umgangs mit der Umwelt des Hotels, vor allem im Bereich der Operationalisierung. Elf Themenbereiche werden dabei untersucht: Umwelt-

standards, Abfallmanagement, Effizienz der Wasser- und Energienutzung, Einkäufe, Luftqualität innerhalb des Hotels, Luftverschmutzung, Lärmbelästigung, Wasserqualität, Lagerung und Umgang mit Benzin, Gas und Giftmüll, Auswirkungen auf das Ökosystem sowie Kooperation des Hotels mit der Gesellschaft und lokalen Organisationen. Zusätzlich zu den Eigenbewertungen des Hotels findet ein Besuch von Vertretern der Green Leaf Foundation statt, um die Richtigkeit und Wahrheit der Antworten zu überprüfen. (vgl. Green Leaf Foundation Thailand)

Im Jahr 2003 waren thailandweit insgesamt 79 Hotels mit grünen Blättern ausgezeichnet, diese Zahl hat sich bis 2009 fast verdreifacht – 229 Hotelbetriebe erhielten eine Zertifizierung der *Green Leaf Foundation Thailand*. 47 der Zertifizierten sind im Großraum Bangkok anzufinden, während die südthailändischen Provinzen Krabi, Phang Nga – zu der das Touristenmekka Phuket gehört – und Surat Thani – in deren Verwaltung auch die Insel Koh Samui steht – jeweils 13, zehn beziehungsweise 24 den *Green Leaf Standards* entsprechende Hotels beherbergen. (vgl. Green Leaf Foundation Thailand)

#### **4.5.3. Indikatoren für die Überprüfung der Nachhaltigkeit im Tourismussektor**

Neben diversen Gütesiegeln, die fremdenverkehrspolitische Entwicklung auf ihre Nachhaltigkeit bewerten, werden von unterschiedlichen Organisationen Indikatoren zu eben jenem Zweck definiert. Einen umfangreichen Indikatorenkatalog zur Überprüfung wie nachhaltig sich die Aktivitäten und Maßnahmen in der Tourismusbranche gestalten gibt die UNWTO heraus. Hier alle existierenden Indikatoren aufzulisten ist schier unmöglich, daher wird eine subjektive Auswahl getroffen in der einige dieser Kataloge näher erläutert werden.

##### 4.5.3.1. Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC)

*Global Sustainable Tourism Criteria*, bestehend aus zwei verschiedenen Sets von Kriterien: eines für Hotels und Reiseveranstalter sowie eines für die Destinationen selbst, sind von wichtigen tourismuspolitischen Akteuren zusammengestellte Indikatoren, die zu einem einheitlichen Verständnis von nachhaltigem Tourismus führen sollen. Im Einklang stehend mit den *Millennium Development Goals* – besondere Schwerpunkte liegen auf der Armutsbekämpfung sowie der ökologischen Nachhaltigkeit – wurde der Katalog in Übereinkunft mit 32 Organisationen, darunter die UNWTO, das Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) sowie die *Rainforest Alliance*, ausgearbeitet, um eine nachhaltige Entwicklung der Tourismusindustrie voranzutreiben. Organe der Vereinten Natio-

nen partizipieren an diesem Modell ebenso wie Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen, Tourveranstalter, Gesellschaften und Einzelpersonen. Im Jahr 2012 wurde eine überarbeitete zweite Version der Kriterien veröffentlicht, die sich in einigen Punkten von der ursprünglichen Fassung (2008) unterscheidet. (vgl. GSTC) Vier große Themenbereiche dominieren den Katalog:

- Effektive nachhaltige Planung
- Maximierung der sozialen und wirtschaftlichen Vorteile der lokalen Bevölkerung
- Schutz kulturellen Erbes
- Reduzierung der negativen Auswirkungen auf die Umwelt. (vgl. GSTC)

Indikatoren, die sich an die Beherbergungsindustrie richten, sollen elementare Leitlinien für diese darstellen und einen Mindeststandard in Sachen Nachhaltigkeit garantieren. Sie sollen ebenso einen Ansatzpunkt für alle interessierten Unternehmen, die nachhaltige Tourismusprogramme aufbauen wollen, darstellen und darüber hinaus eine einfache Möglichkeit für Reisende sein, nachhaltige Praktiken zu identifizieren. Der Kriterienkatalog dient dazu aufzuzeigen, welche Maßnahmen zu einer nachhaltigen Gestaltung des Tourismus‘ getroffen werden sollen, seine Aufgabe ist es jedoch nicht, eine Anleitung für die Umsetzung der Regeln zu sein beziehungsweise festzustellen, ob die Richtlinien erfüllt sind. Dafür existieren gesonderte Bewertungsverfahren, die mindestens ebenso bedeutend sind wie die Kriterien selbst. (vgl. GSTC) Eine weitere Möglichkeit zur schnellen Identifikation der Nachhaltigkeit einer potenziellen Destination, bereits vor Reiseantritt, bietet der Reisestern an.

#### 4.5.3.2. Reisestern

Der Reisestern ist ein weiteres Indikatorenmodell, das sich bei Becker/Job/Witzel (1996: 130ff) findet und ebenfalls für die drei Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung – sozial, ökonomisch und ökologisch – unterschiedliche Kriterien aufstellt. Ziel dieses Katalogs soll eine Beeinflussung des Reiseverhaltens der Touristen sein, es soll zur generellen Bewusstseinsbildung der Reisenden beitragen. Da eine Analyse des (eigenen) Reiseverhaltens auf der Grundlage dieses Indikatorenmodells dazu gedacht ist, vor einer eigentlichen Reise durchgeführt zu werden, kann durch Betrachtung der Inhalte eine Veränderung des Verhaltens (vor oder während der Reise) stattfinden. Touristen können mit dem Wissen, welches sie durch die Kriterien erlangt haben, aktiv nach Alternativen, egal

ob im Bereich der Unterkunft oder der Transportmittel, suchen. (vgl. Becker/Job/Witzel 1996: 142)

Vorteile gegenüber herkömmlichen Gütesiegeln werden u.a. darin gesehen, dass dem Touristen durch eine einfache, auf den Grundsätzen der Nachhaltigkeitsbilanz beruhende Aufbereitung der für ihn interessanten Daten in Form eines Diagramms, eine immense Erleichterung bei der Analyse der jeweiligen Reiseangebote anhand der für ihn entscheidenden Kriterien geboten wird. Ebenso können Angebote zeitsparender auf ihre Schwachstellen hin untersucht werden. (vgl. Becker/Job/Witzel 1996: 142)

Bei Becker/Job/Witzel (1996: 142ff) findet sich ein relativ einfaches und übersichtliches Konzept für die Bewertung der Nachhaltigkeit des eigenen Reisens. Der Reisestern ist eine Darstellung auf den Grundlagen der Nachhaltigkeitsbilanz<sup>7</sup>. Gemessen werden Auswirkungen in Prozenten von 0 bis 100, die Einteilung folgt dem bewährten Farbschema einer Ampel. Je länger die Zacken des Sterns in der jeweiligen Kategorie sind, desto negativer wirkt sich die Reise bzw. das Reiseverhalten der Touristen auf das ökologische, ökonomische und soziale System des Ziellandes aus. Dementsprechend sind kurze Zacken ein positives Anzeichen. Die fünf Schlüsselindikatoren für den Reisestern sind Raumüberwindung, Wirtschaftlichkeit, Akkulturation, Wohlstand und Arbeitsplatz. Gemessen wird, inwiefern durch das Verhalten der Touristen eine Auswirkung oder Veränderung in den jeweiligen Indikatorbereichen für die lokale Bevölkerung zu erkennen ist. Aus Gründen der einfacheren Anwendbarkeit, auch für die Touristen selbst, wird bei der Aufzählung der Indikatoren im Reisestern auf den Aspekt der Einhaltung der Menschenrechte verzichtet, obwohl diese ein integraler Bestandteil der allgemeinen Nachhaltigkeitsbilanz sind. (vgl. Becker/Job/Witzel 1996: 142ff)

So einfach lesbar der Reisestern mit seinen Farbeinteilungen auch sein mag, gibt es jedoch keine klar definierte Grenze, ab wann es ratsam ist, von einer Reise Abstand zu nehmen beziehungsweise abgeraten wird. Die in Abbildung 10 dargestellte Reise zu einer fiktiven Destination sollte eher nicht angetreten werden, da jeweils zwei der Zacken bis in den roten sowie den gelben Bereich reichen und nur ein Bereich, die Akkulturation, als unbedenklich einzustufen ist.

---

<sup>7</sup> Eine vollständige Aufbereitung der touristischen Nachhaltigkeitsbilanz findet sich bei Becker/Job/Witzel 1996: 133ff.

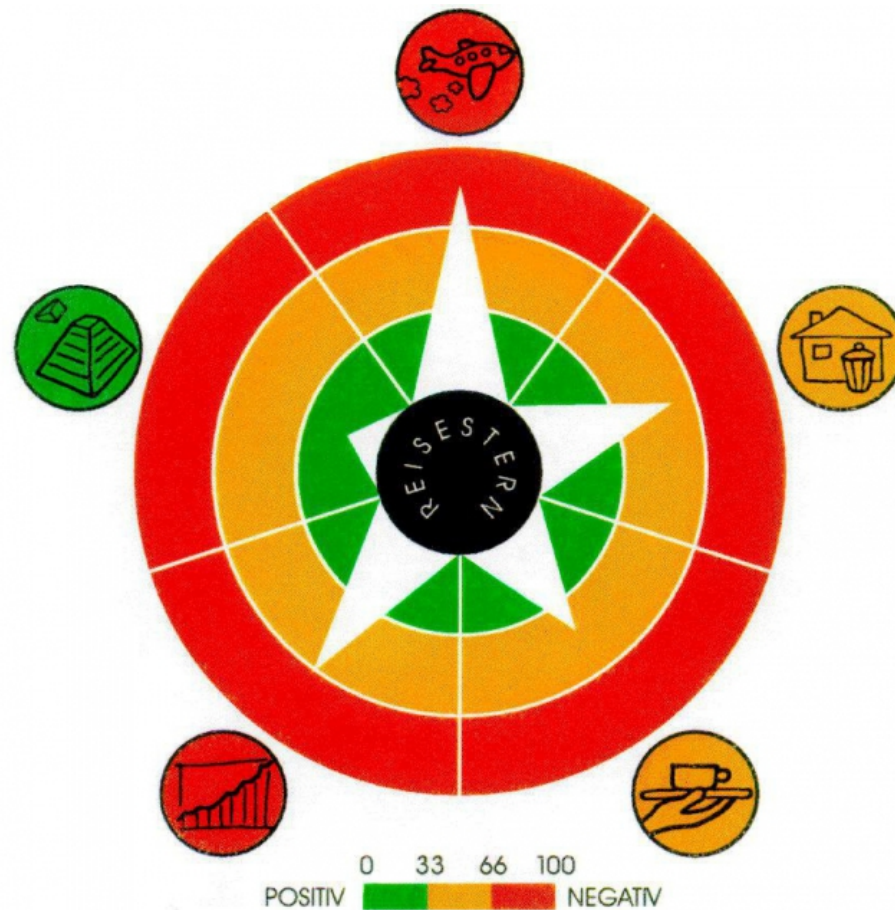


Abbildung 10: Reisestern

#### 4.5.3.3. Sustainable Tourism Benchmarking Tool (STBT)

*Sustainable Tourism Benchmarking Tool* – ein Bewertungssystem, das anhand von quantitativen Indikatoren eine Bewertung der Nachhaltigkeit der Tourismusindustrie ermöglichen soll, wurde in einem Artikel von Cernat und Gourdon (2012) vorgestellt. Dieses Instrument soll zwei Aufgaben erfüllen: Zum einen soll es Probleme in der nachhaltigen Fremdenverkehrsentwicklung aufzeigen sowie zum anderen Entscheidungsträgern ermöglichen, informierte Entschlüsse zu fassen. (vgl. Cernat/Gourdon 2012: 1046)

Basierend auf sieben Schlüsseldimensionen soll durch STBT eine Bewertung des *sustainable tourism development* ermöglicht werden:

- *tourism assets* – jedes Land soll sich seiner Vorzüge und Ressourcen bewusst sein,
- *tourism activity* – misst die derzeitigen touristischen Tätigkeiten eines Landes in Anzahl der Touristenankünfte und den Einnahmen aus diesem Sektor,

- *tourism-related linkages* – durch eine Verknüpfung der Fremdenverkehrsindustrie mit anderen wirtschaftlichen Sektoren können Gewinne bestmöglich gesteigert werden,
- *tourism-related leakages* – es gilt, “verlorene Chancen” zu identifizieren und Möglichkeiten zu deren Nutzung zu schaffen,
- *environmental and social sustainability* – eine Messung der positiven Auswirkungen der Industrie auf die Gesellschaft und die Umwelt soll stattfinden,
- *overall infrastructure* – die Qualität der Tourismusentwicklung hängt von jener der Infrastruktur eines Landes ab,
- *attractiveness* – einer der Hauptgründe für die Wahl einer Urlaubsdestination ist meist die preisliche Wettbewerbsfähigkeit. (vgl. Cernat/Gourdon 2012: 1046)

Dieses Bewertungssystem soll den Leistungs- und Entscheidungsträgern in der Tourismusindustrie in gleicher Weise wie die GSTC eine Hilfestellung zur Feststellung des Verlaufs der Entwicklung des Fremdenverkehrs leisten und gegebenenfalls negative Auswirkungen ausweisen. Ebenso soll es ein Maßnahmenkatalog sein, der mögliche Aktionen zur Verbesserung des Entwicklungsweges aufzeigt. (vgl. Cernat/Gourdon 2012: 1046f)

STBT auf Thailand angewendet zeigt, dass das südostasiatische Land seine Ressourcen effizient nutzt, es eine Ausrichtung auf hochwertigen Tourismus verfolgt, jedoch Maßnahmen setzen sollte, Touristen von längeren Aufenthalten zu überzeugen. Die Querverbindungen zwischen der Fremdenverkehrsindustrie und anderen Sektoren ist in Thailand bisher noch nicht sehr ausgeprägt und die Nachhaltigkeit der Industrie, vor allem im Bereich der ökologischen und humanen Komponenten, ist als problematisch einzustufen. Einmal als attraktives Reiseziel eingestuft, bedarf es eines weiteren Ausbaus der Infrastruktur, um eine nachhaltige Tourismusentwicklung unterstützen zu können. (vgl. Cernat/Gourdon 2012: 1050ff)

Indikatoren zur Bewertung der Nachhaltigkeit von Tourismusangeboten sowie des eigenen Reiseverhaltens existieren zur Genüge. Doch gerade im Bereich der Reiseveranstalter und des Destinationsmanagements wird deutlich, dass diese Indikatorenkataloge lediglich einen normativen Charakter aufweisen und ihnen keine verbindliche Rechtslage zugrunde liegt. Bei Nichteinhaltung der vorgegebenen Richtlinien drohen den Akteuren bis dato keinerlei Konsequenzen. Die Vergleichbarkeit der unterschiedlichen Indikatorenkataloge

ist unmöglich, dieses Problem wäre gelöst, wenn ein einheitliches Kriterienmodell definiert werden würde. Essentiell wäre es deshalb, ein Verzeichnis mit jenen als am wichtigsten betrachteten Indikatoren zu erstellen. Doch wer entscheidet darüber, was als wichtig beziehungsweise unwichtig einzustufen ist? Wer trägt die Verantwortung für den Katalog und wer kontrolliert die Einhaltung der Grundsätze? Mit welchen Sanktionen könnte gerechnet werden, wenn die Richtlinien nicht eingehalten werden? Diese und noch viele Fragen mehr bleiben an dieser Stelle leider unbeantwortet.

#### **4.6. Nachhaltiger Massentourismus als Zukunft?**

---

Das Schlagwort Nachhaltigkeit ist omnipräsent und hat bereits als „*neo-normative phenomenon*“ ebenfalls Einzug in die Tourismusindustrie gehalten. (Weaver 2012: 1030) David Weaver (2012) hat sich mit Nachhaltigkeit und Tourismus auseinandergesetzt und kam in seinem Beitrag zu dem Schluss, dass sich eine neue Form des Fremdenverkehrs entwickelt – nämlich der nachhaltige Massentourismus (*sustainable mass tourism* – SMT). Mit dieser Annahme ist er nicht alleine, Wall (1997: 489) stellt sich ebenso die Frage, ob es nachhaltige Formen von Massentourismus geben kann.

Diese neue Ausprägung des Tourismus wird vom Autor als die über kurz oder lang von den meisten Destinationen gewünschte, aber ebenso zukünftig erwartete Art des Tourismus‘ eingeschätzt. Insgesamt sind fünf Faktoren für die potenziell bevorstehende evolutionäre Wandlung vom Status Quo des Denkens hin zu nachhaltigen Aktivitäten ausschlaggebend. Zunächst sind die „grünen Technologien“ im Vormarsch, da sie aufgrund der immer weiter steigenden Preise für nicht erneuerbare, konventionelle Ressourcen eine teilweise konkurrenzfähige Alternative darstellen. Als zweiten Aspekt betont Weaver das steigende Bewusstsein der Weltbevölkerung hinsichtlich der negativen Folgeerscheinungen des Klimawandels. In den Medien ist der Klimawandel ein allgegenwärtiges Thema, an dem kein Weg vorbeizuführen scheint. Die internationale Finanzkrise der letzten Jahre bildet laut Weaver den dritten Faktor, der zu einem Umdenken in Richtung Nachhaltigkeit führen wird. Durch das Infragestellen des kapitalistischen Systems, der Finanzspekulationen und der realen „Geilheit von Geiz“ – die uns etwa die Elektrohandelskette Saturn in ihrer Werbung weismachen will – besteht für alternative, nachhaltige Systeme eine tatsächliche Chance sich zu etablieren. Die Institutionalisierung von Umweltschutzbewegungen sowie das Internet sind die vierte und respektive fünfte Einflussgröße, die

nachhaltige Gedanken forcieren wird. Institutionen wie *Tourism Concern* und die *International Tourism Partnership* erleben derzeit ein Wachstum und bereiten den Weg für ein nachhaltiges Bewusstsein der Weltbevölkerung. Das Internet unterstützt diese Institutionen dabei nicht unerheblich, da mit dessen Hilfe ihre Reichweite signifikant vergrößert und die Einfachheit der Übermittlung von Informationen beinahe in Echtzeit möglich wird. (vgl. Weaver 2012: 1030ff)

Welche Überlegungen, Anreize und Motivationen den verschiedenen Destinationen Anlass dazu geben, auf nachhaltige Tourismusedwicklung umschwenken, lässt sich an dieser Stelle nicht eindeutig klären. Jedoch ist es sehr wahrscheinlich, dass sie einen von drei hier vorgeschlagenen Entwicklungswegen einschlagen werden.

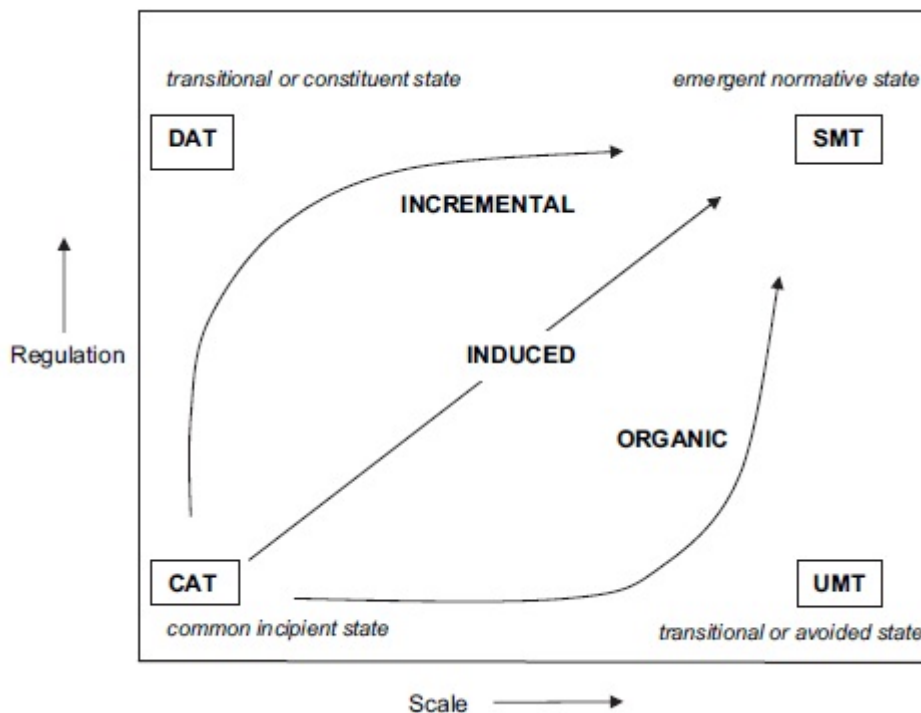


Abbildung 11: Drei Wege zu nachhaltigem Massentourismus (*Sustainable Mass Tourism*)

In Abbildung 11 sind die möglichen Verläufe der Destinationsentwicklung schematisch dargestellt. Ausgangsstadium ist der *circumstantial alternative tourism* (CAT), eine quasi unregulierte Ausbildung von alternativem Fremdenverkehr. Um zu einer nachhaltigen Urlaubsregion zu werden, können die tourismuspolitischen Akteure etwa den *organic*-Pfad einschlagen. Dieser führt über den Umweg des *unsustainable mass tourism* (UMT) als unnachhaltigem Massentourismus zu seinem gewünschten nachhaltigen Gegenstück



hin. Da UMT einen sehr instabilen Zustand für die Destination bedeutet, stellt er gleichsam die Weichen für einen nachhaltigen Massentourismus, der als stabil angesehen werden kann. (vgl. Weaver 2012: 1033)

Der genau entgegengesetzte Weg von CAT zu SMT führt über den *deliberate alternative tourism* (DAT), der durch Regulierungen bestimmt ist und als *incremental*-Pfad bezeichnet wird. Die stufenweise Einführung von (strikten) Regelungen sollen die für den Fremdenverkehr besonders wichtigen kulturellen und sozialen Attribute einer Destination schützen, daher sind Nationalparks Hauptanwender dieses Entwicklungsweges. Gleichwohl haben sich jedoch Länder wie Bhutan und die Dominikanische Republik ebenso für Regulierungen, etwa der jährlichen Besucheranzahl, entschieden. (vgl. Weaver 2012: 1034)

Der dritte und wohl zielstrebigste Weg, um einen Wandel von unreguliertem Alternativtourismus zu einem nachhaltigen Massentourismus herbeizuführen, ist die Beteiligung von Regierungsorganisationen bei der Tourismusplanung. Dabei sollen negative Auswirkungen auf Kultur, Umwelt und Gesellschaft, wie sie bei unnachhaltigem Massentourismus häufig vorkommen, vermieden werden. Meist wird dieser *induced*-Pfad bei großen Megaprojekten eingeschlagen – das mexikanische Touristenghetto Cancun ist ein Beispiel dafür. Nachteilig ist in diesem Ablauf jedoch der Umstand, dass vor dem Aufbau eines nachhaltigen Massentourismus (SMT) zuerst sämtliche menschlichen Abdrücke und die Landschaft zerstört werden müssen, um dann von ganz vorne beginnen zu können. (vgl. Weaver 2012: 1034f) Für die Umwelt und die lokale Kultur ist diese Vorgehensweise teilweise katastrophal.

Die lokale Bevölkerung nimmt in den drei hier aufgezeigten möglichen Entwicklungswegen eine jeweils andere Position und Rolle ein. Auf dem *organic*-Weg, der von Wachstum gekennzeichnet ist, wird sie erodiert und in weiterer Folge dann neu belebt. Im Gegensatz dazu werden die Einheimischen auf dem *incremental*-Pfad dazu befähigt selbst an der Transformation teilzuhaben. Der Umgang mit der Bevölkerung auf dem regulierten (*induced*) Übergang zu nachhaltigem Massentourismus wurde bereits angedeutet. Sie wird zuerst absichtlich von ihrem Standort verdrängt, um dann in weiterer Folge mehr Platz für und Bedarf an lokaler Bewohner zu haben. (vgl. Weaver 2012: 1035)

Willenskraft alleine reicht allerdings nicht aus, um eine Veränderung in Richtung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung anzustoßen. Weaver behauptet sogar, dass die meisten Destinationen, aufgrund ihres Mangels an attraktiven Standortfaktoren, die sie von

anderen Urlaubsgebieten abheben würden, sowie aufgrund instabiler Verhältnisse oder schwerer Erreichbarkeit in der CAT-Phase stecken bleiben werden. (vgl. Weaver 2000 zit. nach Weaver 2012: 1035) Ein zusätzlicher Grund für die weitere Expansion des Massentourismus ist in der Prognose der UNWTO zu sehen, dass bis 2020 mit jährlich zehn Milliarden Touristen zu rechnen ist, die alle untergebracht werden müssen. Durch diese aufschreckenden Zahlen einen nachhaltigen und bedachten Ausbau der Destinationen zu begünstigen, scheint eher fragwürdig. Anzumerken ist an dieser Stelle, dass der Massentourismus nicht zwangsläufig mit katastrophalen Folgen für die Destination enden muss. Selbstverständlich gibt es viele *worst-case*-Beispiele, die eine vollkommene Übernutzung der touristischen Landschaft und Infrastruktur aufzeigen, doch kann Massentourismus ebenso eine hohe Auslastung der Destination bedeuten, die jedoch konform mit dem Gastgeber-Gast-Verhältnis geht. Darüber hinaus wird eine Entwicklung nachhaltiger Fremdenverkehrsorte neben der Instabilität der UMT-Phase ebenso durch soziale und geopolitische Unbeständigkeit angeregt. Auf lange Sicht gesehen entwickeln sich vormals instabile Regionen im Verlauf der Zeit zu attraktiven Urlaubsdestinationen. (vgl. Weaver 2012: 1035)

Obwohl den Ausführungen Weavers zufolge behauptet werden kann, dass nachhaltiger Massentourismus nur für Destinationen mit einem gewissen Grad an Attraktivität eine Option mit Aussicht auf Erfolg darstellt, so bleibt dennoch abzuwarten, welche Entwicklungen sich in den kommenden Jahren abzeichnen werden und welche Relevanz dem *sustainable mass tourism* tatsächlich zukommen wird. (vgl. Weaver 2012: 1036) Zweifellos regt Weavers These Diskussionen zu dieser Thematik an.

#### **4.7. Nachhaltiger Tourismus = Ökotourismus?**

---

Ökotourismus als neue, alternative Form des Tourismus, begann sich Mitte der 1980er im internationalen Kontext zu etablieren. Sowohl Wissenschaftler als auch Fremdenverkehrsagenturen und private Reisende begannen vermehrt Interesse an dieser Art des Reisens zu zeigen. (vgl. Smith/MacLeod/Hart Robertson 2010: 49)

Oftmals werden die Begriffe nachhaltiger Tourismus und Ökotourismus synonym verwendet, selbst in Fachkreisen herrscht teilweise Verwirrung und Uneinigkeit darüber, was die beiden Konzepte genau ausmacht und worin ihre Unterschiede und Gemeinsamkeiten

bestehen. Ökotourismus, nachhaltiger Tourismus und ebenso ethischer Tourismus haben einige Aspekte gemeinsam, die ihre jeweiligen Herangehensweisen an den Fremdenverkehr bestimmen. (vgl. Smith/MacLeod/Hart Robertson 2010: 49) Dennoch ist eine synonyme Verwendung nicht ganz korrekt, da der Ökotourismus, wie der Name schon impliziert, einen konkreten Fokus auf die Ökologie und deren Erhaltung legt, während nachhaltiger Tourismus ein holistisches Konzept darstellt, dem der ökologisch verträgliche Fremdenverkehr als Unterkategorie zugeordnet werden kann.

Eine Definition von Ökotourismus hilft vielleicht, etwas Licht in die Sache der Abgrenzung zu seinem „großen Bruder“, dem nachhaltigen Tourismus, zu bringen:  
*„Ecotourism takes place in unspoiled natural areas and is a form of tourism that strives to conserve the environment, enhance the lives of local communities and educate the visitor.“* (Smith/MacLeod/Hart Robertson 2010: 49)

Ökotourismus findet dieser Definition zufolge in unberührter Natur statt, weshalb der Hauptgrundsatz des Systems in der Bereitschaft der Reisenden zu suchen ist, etwas über kulturelle sowie natürliche Ressourcen der Destination, vor allem aber über die Wichtigkeit dieses Systems für die lokale Gesellschaft, zu lernen. Paradigmatisch für diese ökologisch verträgliche Art des Fremdenverkehrs sind Regionen, die sich durch einzigartige Umwelt, Landschaft und Tierwelt auszeichnen. (vgl. Smith/MacLeod/Hart Robertson 2010: 49)

Fünf Prinzipien, die zwar alle berücksichtigt werden sollen, innerhalb derer jedoch eine unterschiedliche Gewichtung erfolgen kann, zeichnen Ökotourismus aus. Der erste Grundsatz ist die Wahrung der intakten Natur sowie der kulturellen Gegebenheiten, die meist in diesem touristischen Umfeld gemeinsam auftreten. Eng damit verbunden präsentiert sich als zweiter Grundsatz die ökologische Nachhaltigkeit aller Aktivitäten der Touristen sowie der gesamten Industrie. Um Nachhaltigkeit gewährleisten zu können, wird eindringlich auf das Beachten des dritten Aspekts verwiesen: Die Aufklärung und Lernbereitschaft der Reisenden in Sachen Umwelt und deren Konservierung sind vorhanden und werden explizit gewünscht. Das vierte Prinzip des ökologisch verträglichen Fremdenverkehrs bildet die Tatsache, dass sämtliche ökotouristischen Projekte für die lokale Bevölkerung von Vorteil sein müssen. Mitsprache und –bestimmung der Einheimischen sind wichtige Aspekte, die gewährleisten sollen, dass sowohl Ökologie als auch Gesellschaft von den touristischen Aktivitäten profitieren. Neben der Fokussierung auf Umwelt und Soziales stellt der fünfte Grundgedanke des Ökotourismus den Touristen in den Vor-

dergrund, seine Bedürfnisse sollen befriedigt werden und seine Sicherheit soll zu jeder Zeit gewährleistet sein. Dadurch soll die Nachhaltigkeit der Industrie des ökologisch verträglichen Fremdenverkehrs auch zukünftig gesichert werden. (vgl. Page/Dowling 2002 zit. nach Smith/MacLeod/Hart Robertson 2010: 50) Johansson und Diamantis (2004: 310) fassen das Potenzial von Ökotourismus kurz und prägnant in folgendem Zitat zusammen: *„Ecotourism, if implemented and managed properly, can generate vast benefits for the host community: increased financial position, development of infrastructure and social improvements.“*

Die Frage, wie nachhaltig Ökotourismus tatsächlich ist, wird oft gestellt. Und sie ist berechtigt. Eine Reiseart, die von sich selbst behauptet, einen möglichst geringen Einfluss auf ihre Destination zu haben, findet eben solche Urlaubsziele meist in Regionen, die sich weit entfernt vom touristischen Markt befinden. Nachfrager von ökologisch nachhaltigem Fremdenverkehr finden sich vor allem im globalen Westen und Norden, deren Reiseziele jedoch mitunter im globalen Süden. Das bedeutet, dass die Touristen, um eine ökotouristische Erfahrung zu machen, erst von ihren Heimatländern in Europa lange Flüge zu ihrem Urlaubsort antreten müssen. Wie nachhaltig kann eine solche Reise sein, die hohe CO<sub>2</sub>-Emissionen durch den Flugverkehr mit sich bringt? (vgl. Wall 1997: 488) Zur Verteidigung der Ökotouristen muss jedoch an dieser Stelle angemerkt werden, dass sie im Gegensatz zu „gewöhnlichen“ Touristen generell bereit sind, höhere Kosten für ihre umweltverträglichen Reisen in Kauf zu nehmen. Tourismus als solcher hinterlässt Auswirkungen, positiver als auch negativer Natur, Ökotourismus bildet in dieser Hinsicht keine Ausnahme. Doch um eine echte Chance auf Etablierung am (internationalen) Fremdenverkehrsmarkt zu haben, ist eine Balance zwischen Ökosystemen und dem touristischen System unerlässlich. (vgl. Wall 1997: 489)

Wie in fast allen Wirtschaftsbereichen besteht ebenfalls in der Tourismusindustrie die Gefahr, dass das Profitdenken der touristischen Akteure die Oberhand gewinnt und die Grundsätze des ökologisch verträglichen Wirtschaftens vernachlässigt oder gar ganz verworfen werden. Gerade bei ökotouristischen Touren, die mit einer geringen Teilnehmerzahl möglichst geringen Einfluss auf Natur, Umwelt und Gesellschaft ausüben wollen, kann es schnell zu der Überlegung kommen, die Gruppen zu vergrößern, um höhere Gewinne zu erzielen. So werden möglicherweise zu Beginn Führungen für zehn Personen angeboten, diese Anzahl wird kontinuierlich gesteigert, bis die einst guten Vorsätze über Bord geworfen sind und die Touren massentouristische Ausmaße annehmen. (vgl. Wall

1997: 488f) Dies gilt natürlich nicht nur für den Bereich des Ökotourismus, sondern ebenfalls für Bestrebungen einer nachhaltigen Tourismusedwicklung. Die Grenzen der Ökosysteme müssen erkannt und eingehalten werden, die Erkenntnis, dass durch die Übernutzung der Systeme zwar kurzfristig gesteigerte Profite eingefahren werden, jedoch auf lange Sicht gesehen, dadurch die Grundlage für eine funktionierende touristische Nutzung zerstört wird, ist für alle Beteiligten unerlässlich.

Wichtig für die Unterscheidung von nachhaltigen Tourismusansätzen und dem Konzept des Ökotourismus ist die Tatsache, dass die Aktivitäten des letzteren nicht automatisch nachhaltig sein müssen, es aber optimalerweise sind. Um jedoch als Maßnahme zur Erreichung nachhaltiger Entwicklung zu fungieren, ist es notwendig, dass sämtliche Tätigkeiten ökologisch angemessen, ökonomisch durchführbar sowie sozio-kulturell akzeptabel sein müssen. (vgl. Wall 1997: 490)

Im Sinne der durchaus noch vorherrschenden Annahme, dass der Fokus nachhaltiger Entwicklung auf dem Umweltschutz sowie ökologienpolitischen Faktoren liegen soll, kann Ökotourismus als eine Strategie zur Erreichung von *sustainable development* betrachtet werden.

## **5. Nachhaltiger Tourismus in Thailand**

---

Thailand – Land des Lächelns – ist bekannt und berühmt für seine unvergleichliche Gastfreundlichkeit gegenüber den Touristen, die einen generell dazu verleitet sich wohl zu fühlen und den Urlaub wenn möglich für immer andauern lassen zu wollen.

Tourismus spielt, das ist keine Neuigkeit, in der thailändischen Wirtschaft eine herausragende Rolle. Die Erkenntnis jüngerer Datums, dass für einen funktionierenden Tourismussektor die Erhaltung wichtiger Ressourcen, wie etwa eine intakte Umwelt, essentiell sind, führte allerdings zu einem Umbruch im Denken von (tourismus)politischen Akteuren. Wachsender Druck von Seiten verschiedenster Umweltschutzaktivisten trug ebenfalls zu dieser Einsicht bei und zeichnete für die Sicherung dieses fundamentalen Bestandteils der Tourismuspolitik verantwortlich, die durch Investitionen in die Infrastruktur sowie durch den Einsatz von Kontrollinstanzen und die Verabschiedung von Gesetzen gewährleistet wurde. (vgl. Vorlauffer/Becker-Baumann 2004: 887)

Thailands Premierministerin Yingluck Shinawatra sprach sich erst kürzlich (September 2012) auf einer Konferenz nochmals dafür aus, dass der Nachhaltigkeit eine besondere Rolle innerhalb der Tourismusindustrie des Landes zukommen solle. Im Konkreten führte sie an, gerade die touristisch gut erschlossene Provinz Krabi solle sich noch mehr in die Richtung des nachhaltigen Tourismus‘ entwickeln und die Qualität des Angebotes verbessern. Durch eine Ankurbelung des Subsektors Ökotourismus sowie einer Verbesserung der Infrastruktur erwartet die Premierministerin weitere positive Ergebnisse für die Industrie. Die Vorstellung der Regierung von der Entwicklung der Provinzen an der Westküste des Landes sind: *„to preserve ecology and to promote ecotourism including presenting quality tourist attractions to boost the region tourism industry.“* (TTR Weekly, 18.09.2012) Für eine erfolgreiche nachhaltige Entwicklung ist politische Stabilität von großer Wichtigkeit, da ohne eine stabile politische Unterstützung keine Maßnahmen zur Förderung von nachhaltigem Tourismus gesetzt werden können. (vgl. Causevic/Lynch 2013)

Nach dem verheerenden Tsunami am 26. Dezember 2004 wurde versucht, den Wiederaufbau der Tourismusorte an der Westküste des Landes so nachhaltig wie möglich zu gestalten. In Zusammenarbeit mit der UNWTO und dem thailändischen Tourismus- und Sportministerium erarbeitete ein Workshop Indikatoren, die eine nachhaltige Neuentwicklung sowie ein geeignetes Risikomanagement für den Fremdenverkehrssektor in Phuket anleiten sollten. Diese Indikatoren, angelehnt an jene der Welttourismusorganisation, wurden in weiterer Folge angewandt. (vgl. UNWTO 2005) Für Koh Lanta Yai wurde in einer Zusammenarbeit der Universitäten Chulalongkorn (Bangkok) und Berkeley (Kalifornien) gemeinsam mit der *Thai Public Policy Foundation* 2007 ein Gesamtkonzept zur Entwicklung einer nachhaltigen Tourismusindustrie verfasst. (vgl. Berkeley 2007)

In Thailand wird mehr mit dem Begriff „Ökotourismus“ als mit seinem allumfassenden Bruder, dem nachhaltigen Tourismus, geworben. Ein Grund dafür könnte sein, dass für ökologisch verträglichen Fremdenverkehr außergewöhnliche Landschaften und Gebiete eine bedeutende Rolle spielen. Solch Regionen sind etwa Regenwälder und Korallenriffe, die jeweils über ein einzigartiges Ökosystem verfügen, dessen Schutz und Erhaltung erstrebenswert ist. Im thailändischen Königreich sind sowohl Regenwälder als auch Korallenriffe zu finden, um deren Koservierung es im Rahmen der Konzeption des öko-verträglichen Reisens wirbt. Darüber hinaus kann die Bevorzugung des Terminus Ökotourismus gegenüber dem des nachhaltigen Tourismus‘ ebenso daher rühren, dass sich

Menschen unter ersterem womöglich mehr vorstellen können als unter der Bezeichnung „Nachhaltigkeit im Fremdenverkehr“.

Da die Unterschiede der beiden Konzeptionen vor allem im thailändischen Kontext nicht klar ausformuliert und dargestellt sind, werden im vorliegenden Kapitel sowohl nachhaltiger Tourismus als auch ökotouristische Aktivitäten näher behandelt.

## **5.1. Daten und Fakten zu Thailand**

---

Thailand, geographisch zu Südostasien zuordenbar, ist seit 1932 eine konstitutionelle Monarchie, die im Zuge eines unblutigen Staatsstreiches, der zur Abschaffung der absoluten Monarchie führte, entstand. An der Spitze des Königshauses steht der jetzige König Bhumibhol Adulyadej, der bereits seit 1946 das ehemalige Siam regiert. (vgl. Rüländ 1994: 538) Vergleichbar mit der institutionellen Situation in Großbritannien ist in Thailand der Monarch die faktische Staatsoberhaupt, die politische Macht hält jedoch ein Premierminister inne. Auf politischer Ebene zeichneten lange Zeit Turbulenzen das Land, war es doch lange Zeit für seine Putsch(versuche) des Militärs bekannt – der letzte fand 2006 statt, als Premierminister Thaksin Shinawatra von der thailändischen Armee gestürzt wurde. In den darauffolgenden Jahren kam es immer wieder zu blutigen und unblutigen Demonstrationen und Auseinandersetzungen zwischen den Anhängern des ehemaligen Premierministers Thaksin (den Rothemden) sowie den traditionell dem Königshaus näherstehenden Gelbhemden. Der Höhepunkt der Unruhen wurde 2010 erreicht, als bei einem Zusammenstoß von Thaksin-Anhängern und Sicherheitskräften geschätzte 92 Menschen ums Leben kamen. Ein Jahr später, 2011, gelang es Yingluck Shinawatra, der Schwester Thaksins, mit ihrer Partei Puea Thai die Regierungswahlen für sich zu entscheiden. Seither ist sie Premierministerin und arbeitet daran, die in den letzten Jahren entstandene Kluft zwischen den politischen Parteien und deren Mitgliedern zu schließen. (vgl. CIA Factbook) Obwohl in regelmäßigen Abständen Wahlen abgehalten werden, ist es bisher noch nicht gelungen, eine Festigung der parlamentarischen Demokratie zu erreichen. (vgl. Rüländ 1994: 563) Zu groß sind die unterschiedlichen Ansichten der jeweiligen Parteien, sodass das Land ebenfalls zwiegespalten ist. Auf der einen Seite kämpfen die Anhänger von Thaksin und Yingluck, die vor allem in den armen, ländlichen Regionen anzutreffen sind, um Machtgewinn. Auf der anderen Seite stehen die königstreuen Eliten in den Ballungszentren, deren Interessen das Königshaus vertritt und die ihre be-

vorzuzugte Behandlung nicht einbüßen wollen. Die Rolle des Militärs innerhalb der politischen Landschaft ist und bleibt weiterhin komplex, da es als Hüter der Monarchie gesehen werden kann und weniger zu einer Demokratisierung des Landes beiträgt.

Der Großteil der knapp 69,5 Millionen Menschen umfassenden thailändischen Bevölkerung (94,6%) sind Buddhisten, rund fünf Prozent bekennen sich zum Islam und sind vor allem im Süden des Landes, in den malaysischen Grenzgebieten zu finden. (vgl. CIA Factbook; vgl. The World Bank) Nur ein Prozent der Thailänder sind Christen und nur 0,1% der Thai sind anderen Glaubensrichtungen zuzuordnen, die Mehrheit dieser Gruppe bilden die ethnischen Minderheiten im Bergland des Nordens. Ausgestattet mit unterschiedlichsten natürlichen Ressourcen, entwickelten sich im Land einige bedeutende Industriezweige, wie etwa die Gummi- und Holzverarbeitung oder die Fischerei. (vgl. CIA Factbook) Aufgrund der überaus ungleichen räumlichen Verteilung der thailändischen Bevölkerung – im Ballungsraum Bangkok leben über acht Millionen Menschen – besteht eine Dominanzrolle der Hauptstadt in allen (Lebens)Bereichen, wodurch es für ländliche Regionen schwer ist, eigene Entwicklungsimpulse zu setzen und zu verwirklichen. In den abgelegenen Gebieten, vor allem im Norden des Landes, leben neben den 85% der Menschen, die der Ethnie der Thai angehören, die ethnischen Minderheiten, die teilweise mit extremer Armut zu kämpfen haben. (vgl. Rüländ 1994: 531f, 547)

Rund 70% der thailändischen Bevölkerung leben auf dem Land und sind von der Landwirtschaft abhängig, die zwar ihre absolute Vormachtstellung im Zuge eines Strukturwandels verloren hat, jedoch noch immer die Lebensgrundlage vieler Menschen bildet. (vgl. Rüländ 1994: 545)

Geographisch kann Thailand grob in einen aus Gebirgslandschaften bestehenden Norden, eine Zentralebene rund um Bangkok und einen feuchttropischen Süden eingeteilt werden. Klimatisch unterliegt das Königreich dem tropischen Monsunklima, erfährt dadurch jährlich fix wiederkehrende feuchte und trockene Jahreszeiten. (vgl. Rüländ 1994: 528f) Die beste Reisezeit für touristische Aktivitäten ist von November bis April, da dann trockenes, heißes Wetter zu erwarten ist, während von Mai bis September der Südwest-Monsun ergiebige Regenschläge mit sich bringt.

Thailand verfügt über eine relativ gut ausgebaute Infrastruktur, sowohl im Bereich des Schienenverkehrs als auch bei Busverbindungen. Gerade durch diese guten Fortbewegungsmöglichkeiten galt das Land früh bei Rucksacktouristen als beliebtes Reiseziel, da



sie ohne Schwierigkeiten bei niedrigen Kosten von einem Ort zum anderen reisen konnten. Das Eisenbahnnetz hat vier wichtige Routen – von Bangkok in den Norden nach Chiang Mai, von Bangkok in den Süden nach Surat Thani und in weiterer Folge nach Butterworth in Malaysia, von Bangkok in die nordöstlichen Provinzen des Landes und von Bangkok in den Osten Richtung Pattaya.

Im aktuellen *Human Development Report* 2013 liegt Thailand mit einem HDI-Wert von 0,690 auf Rang 103 von 187 analysierten Territorien und Ländern und wird daher den Staaten mit einem durchschnittlichen Entwicklungsgrad zugeordnet. Zum Vergleich: Österreich zählt mit einem Wert von 0,895 zu den sehr hoch entwickelten Ländern und findet sich auf Rang 18 der internationalen Skala wieder. Zwischen 1980 und 2012 hat sich eine gravierende Steigerung des thailändischen HDI-Wertes von respektive 0,490 auf 0,690 vollzogen, was von einer gesteigerten Entwicklung des Landes zeugt. (vgl. HDR 2013) In allen gemessenen Bereichen fand eine qualitative Verbesserung statt, die im Sinne der Bevölkerung ist.

Bei der Messung der Pressefreiheit durch die Reporter ohne Grenzen schneidet Thailand im internationalen Ranking vergleichsweise schlecht ab. Der belegte Platz 135 von 179 angeführten Staaten stellt zwar eine leichte Verbesserung gegenüber dem Vorjahr 2012 dar, in dem Rang 137 belegt wurde, reiht das Land aber im unteren Drittel der bewerteten Staaten ein. (vgl. Reporter ohne Grenzen 2013) Die von *Transparency International* ermittelten Korruptionswerte platzieren das thailändische Königreich in der zweiten Hälfte aller untersuchter Länder (Rang 88 von 157 mit einem Wert von 37). Der *Corruption Perceptions Index* gibt an, wie korrupt ein Land und dessen öffentlicher Sektor einzuschätzen sind. Werte von 0 bis 100 geben den Grad der Korruption an, 0 bedeutet „sehr korrupt“ während 100 angibt, dass ein Land „sehr sauber“ ist und somit die Bestnote erreicht hat. Platz 1 des Index teilen sich Dänemark, Finnland und Neuseeland mit jeweils 90 Punkten – 100%ig korruptionsfrei ist nach diesem Index also zum aktuellen Zeitpunkt kein Land der Welt. (vgl. Transparency International 2012) Die Organisation *Fund for Peace* produziert unter Zuhilfenahme von zwölf Indikatoren<sup>8</sup> den jährlichen *Failed States Index*, der Bericht von 2012 reiht Thailand mit 77 von 120 erreichbaren

---

8 Jeder Indikator wird mit Punkten von 0 bis 10 bewertet, je höher der jeweilige Wert, desto instabiler ist die Situation. Umgekehrt, je niedriger die Punktzahl, desto nachhaltiger ist der Indikator zu bewerten. (vgl. Fund for Peace 2012)

Punkten auf Rang 84 von 177, eine klare Platzierung im Mittelfeld. Acht Indikatorenwerte liegen über fünf Punkten, neben wachsenden demographischen Problemen, gesunkene Fertilitätsraten führen zu einer Überalterung der Bevölkerung, sowie ungleicher ökonomischer Entwicklung fehlt die überwiegende Legitimität der Regierung und des Staates. (vgl. Fund for Peace 2012; vgl. Rüländ 1994: 531) An dieser Stelle sei nochmals auf das angespannte politische Klima innerhalb des thailändischen Königreichs verwiesen. Fragen nach der eigentlichen Machthabe werden gestellt: Arbeitet Yingluck Shinawatra nach ihren eigenen oder besser noch nach den Vorstellungen des Volkes oder fungiert sie doch eher als Marionette ihres Bruders Thaksin und verwirklicht dessen Agenda? Doch nicht nur auf dieser politischen Ebene herrschen Spannungen. Im Süden des Landes, wo eine große Anzahl muslimisch-malaysischer Thais wohnt, toben teils brutale Auseinandersetzungen. Rufe nach einer Abspaltung dieser Regionen von Thailand sind immer wieder zu hören. Sezessionistengruppierungen kämpfen für eine Eingliederung in den malaysischen Staat.

Thailand hat, wenn auch nicht zwingend alleine aufgrund der Massen an Touristen, die jährlich ins Land strömen, mit einigen Umweltproblemen zu kämpfen. Alle sind durch Menschenhand verursacht, die gravierendsten Schwierigkeiten existieren im Bereich der automobilen Abgasemissionen, der Abholzung und der Bodenerosion sowie der Wasserverschmutzung durch Fabriks- und organische Abfälle. (vgl. CIA Factbook; vgl. Rüländ 1994: 550ff) Mangrovenwälder mussten Aquakulturen weichen, die schnelle und halbwegs stabile Einkünfte versprachen, jedoch zahlreichen kleinen Küstenfischern langfristig die Existenzgrundlage entzogen. (vgl. Rüländ 1994: 551) Mit dem wachsenden Konkurrenzdruck durch die Aquakulturen, die billigere Ware in größerem Umfang auf den Markt brachten, sahen sich Fischer gezwungen, ihre bisherige Lebensgrundlage aufzugeben und in anderen Bereichen nach Arbeit zu suchen. Die Tourismusindustrie bietet sich in vielen Teilen des Landes als die beste Alternative an, da mit dem Wachsen des Sektors, dem Ausbau der Infrastruktur und der steigenden Zahl an Touristen, der Bedarf an Arbeitskräften sehr hoch ist.

Geringe (staatliche) Maßnahmen im Bereich des Umweltschutzes waren für die Entwicklung des Landes zwar förderlich, ohne Regulierungen und ein rasches Umdenken, hin zu einer nachhaltigen Entwicklung im thailändischen Kontext besteht allerdings die Gefahr, dass die eigene Existenzgrundlage entzogen wird. (vgl. Rüländ 1994: 552)

## 5.2. Tourismus in Thailand

---

Der Fremdenverkehr stellt den in Thailand wichtigsten Devisenbringer und Arbeitgeber, aus diesem Grund ist er sogar im nationalen Entwicklungsplan verankert. (vgl. Rüländ 1994: 550; vgl. Trupp 2009: 97) Viele Thais arbeiten in diesem Dienstleistungssektor und sind von den daraus generierten Einkommen abhängig. Wie das ehemalige Siam zu einem so beliebten Urlaubsland geworden und der Tourismus zu seiner extremen Vormachtstellung gegenüber anderen Sektoren gekommen ist, darauf soll im Folgenden ebenso eingegangen werden wie auf die aktuellen politischen Rahmenbedingungen und das Umweltbewusstsein und –verständnis der thailändischen Bevölkerung.

### 5.2.1. Entstehung und Geschichte

Bereits in den 1960er Jahren begann sich das südostasiatische Land für den (Massen)Tourismus zu öffnen. (vgl. Trupp 2009: 99) Während des Vietnamkrieges wurde von Seiten des US-amerikanischen Militärs ein Programm zur Erholung der Soldaten während ihrer freien Tage ins Leben gerufen. Diese R&R-Urlaube (*Rest & Recreation*, dt. Ruhe und Erholung) fanden überwiegend in Thailand statt und beinhalteten nicht selten die Dienstleistungen von Prostituierten, weshalb diese Zeit als der Startpunkt für den Sextourismus in Thailand genannt werden kann.

Als Wegbereiter für die massenhaften Touristenankünfte, die in Thailand an der Tagesordnung stehen, zeichnen sich, wie in vielen anderen Urlaubsdestinationen auch, Rucksacktouristen verantwortlich. Sie kamen als „Entdecker“ ins Land, reisten trotz der geringen touristischen Infrastruktur quer durchs Land und erreichten selbst die abgelegensten Gebiete. Interessante und vor allem relativ unberührte Ziele sprachen sich in Backpackerkreisen sehr schnell herum, wodurch Regionen einen ersten Vorgeschmack auf massentouristische Erscheinungen bekamen. Mit dem Populärwerden des Individualtourismus, der dadurch gekennzeichnet ist, dass die Reisenden ihre Routen und Unterkünfte auf eigene Faust suchen und buchen, nicht wie bei Pauschalreisen, bei denen alles bis ins kleinste Detail für die Urlauber durchgeplant ist, zeigten sich die ersten positiven ökonomischen Effekte für die lokale Bevölkerung. Diese begann verstärkt mit dem Aufbau einer den Ansprüchen angepassten Infrastruktur. Mittlerweile kann im thailändischen Kontext von einem „rucksacktouristischen Massentourismus“ gesprochen werden. (Spreitzhofer 2006: 107) Obwohl sich dieser Typ Reisender nicht als Tourist selbst nicht

als Tourist sieht, ist er dennoch Teil des Systems. Im Gegensatz zu Pauschalurlaubern besitzt er jedoch die Fähigkeit, „die Drittwelt-Gesellschaften unbewusst vielfach nachhaltiger zu prägen [...].“ (Spreitzhofer 2006: 118)

Bedauerlicherweise kam Thailand im Verlauf der Zeit ein negativer Ruf zu – es wurde fast ausschließlich als Destination für Sextouristen gesehen,. Das Bild von älteren westlichen Männern, die sich am Strand mit jungen, attraktiven Thailänderinnen zeigen, kam einem in den Sinn wenn vom thailändischen Königreich gesprochen wurde. Bis heute existiert eine florierende Sexindustrie in den Ballungszentren des Landes. Als Tourist durch die Khao San Road in Bangkok – die touristische Einkaufsmeile schlechthin – zu schlendern ohne von Tuk-Tuk-Fahrern zu einer Tour zu den tollsten Erotik-Shows und Vergnügungstempeln überredet zu werden, ist selbst heute beinahe ein Ding der Unmöglichkeit.

Neben der blühenden Sexindustrie gilt Thailand jedoch ebenso als ein Paradies für Rucksackreisende. Backpacker aus aller Welt versammeln sich im südostasiatischen Land, um (mehr oder weniger) auf eigene Faust das Land zu erkunden und Erfahrungen zu sammeln. Sie sehen sich selbst als eine Art Anti-Tourist, vertreten das Motto „Touristen sind immer nur die anderen“, grenzen sich von anderen Reisenden kategorisch ab. Selbstverständlich existiert die Sparte der Pauschalreiseangebote ebenso wie jene der Individualreisen, Thailand kann als echtes Multitalent in Sachen Tourismus angesehen werden. Egal ob Touristen auf der Suche nach Ruhe und Erholung, Spaß und Action, Kultur und Tradition sind, die thailändische Tourismusindustrie ist für jede erdenkliche Anfrage gerüstet und hält entsprechende Angebote bereit. Diese Vielfalt an Aktivitäten sowie die Mentalität der lokalen Bevölkerung und die atemberaubende Natur machen Thailand zu dem beliebten Reiseziel, das es ist.

### **5.2.2. Tourismus in Zahlen**

Trotz der teilweisen politischen Unsicherheit/Unruhen in Thailand erfahren die Expansion der Tourismusindustrie und die Zahl der Urlauber keinen Abbruch. Im Gegenteil, seit den 1980ern erfährt das südostasiatische Land durchschnittliche jährliche Wachstumsraten im zweistelligen Prozentbereich. Dämpfer in der touristischen Entwicklung des Landes beziehungsweise in den Touristenzahlen schlagen lediglich durch Wirtschaftskrisen (1976, 1982, 1997) sowie den Golfkrieg 1991 und die Nachwirkungen des Terroranschlags am 11. September 2001 in den USA zu Buche. (vgl. Libutzki 2004: 679) Abbil-

Abbildung 12 zeigt neben dem stetigen Wachstum der Touristenankünfte von 1960 bis 2000 ebenso die Einnahmen, die in diesem Zeitraum durch die Fremdenverkehrsindustrie generiert wurden.

Die Region Südostasien verzeichnete im Jahr 2011 das größte Wachstum des Tourismus<sup>9</sup> im gesamten asiatischen und pazifischen Weltteil. Mit einem Plus von 10% bei internationalen Touristenankünften hatte diese Subregion klar die Nase vorne. Eine Vielzahl von Ländern konnte einen Anstieg im zweistelligen Prozentbereich verzeichnen, neben Myanmar (+ 26%) und Vietnam (+ 19%) stieg die Touristenzahl in Thailand um ganze 20 Prozent. Damit war Thailand in absoluten Zahlen gesprochen klarer Spitzenreiter in Südostasien, mehr als drei Millionen Menschen mehr bereisten 2011 das thailändische Königreich. Über geschätzte 77 Millionen Touristenankünfte registrierte Südostasien, davon entfielen rund ein Viertel auf das ehemalige Siam (~ 19 Mio. Ankünfte) – eine beachtliche Zahl, die nur von Malaysia überboten wurde (~ 25 Mio.)<sup>9</sup>. (vgl. UNWTO 2012b: 8, 9)

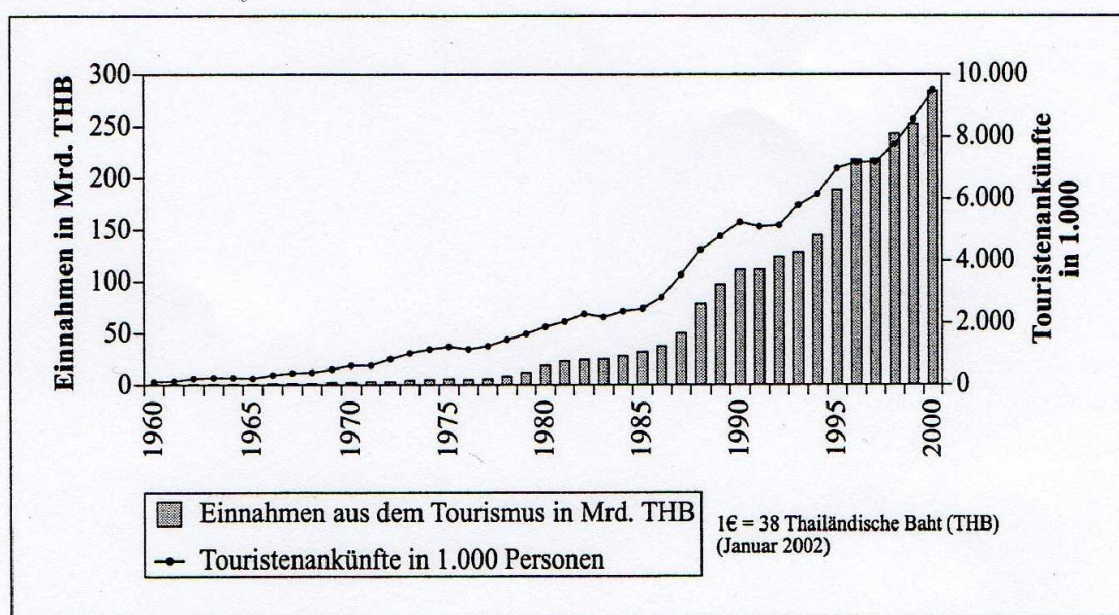


Abbildung 12: Touristenankünfte und Einnahmen aus dem Tourismus (1960-2000)

<sup>9</sup> Exakte Zahlen siehe Anhang 1

Seit etwa 1950 begann im thailändischen Königreich der Anteil der Binnentouristen langsam zu steigen. (vgl. Vorlaufer 1996: 50) Was zuerst nur ein Privileg der reichen Oberschicht Thailands war, entwickelte sich mit dem Aufkommen einer rasant wachsenden Mittelschicht bald zu einem Freizeitvergnügen an dem eine Vielzahl an Menschen teilhaben kann. Die bürgerliche Gesellschaft zeichnete sich für den rapide wachsenden Inlandstourismus verantwortlich. Ein seit jeher beliebter Badeort der Elite des Landes – Hua Hin – verzeichnete einen Zuwachs an einheimischen Touristen ebenso wie die bis dato vorrangig von ausländischen Gästen frequentierten Strände und Orte wie das Seebad Pattaya sowie die Inseln Koh Samui und Phuket. Nicht zu vernachlässigen sind jedoch ebenso die Reisen der lokalen Bevölkerung zu Regionen abseits der Küsten. Zum Zweck von Verwandtenbesuchen oder aus religiösen Überzeugungen aufgesuchte Orte spielen eine wichtige Rolle im thailändischen Binnentourismus. Überdies sind die zahlreichen Nationalparks des Landes nicht einzig auf den Reiserouten der ausländischen Touristen ein häufig eingeplantes Ziel, sondern erfreuen sich auch bei den Thais großer Beliebtheit. Historische Stätten, wie etwa Ayutthaya und Sukothai, die einen essentiell Beitrag zur Ausformung der thailändischen Identität leisten, sind von lokalen Touristen bestens besucht. Doch als das ebenfalls für den Binnentourismus wichtigste Zentrum für Reisen jeglicher Art präsentiert sich die Hauptstadt Bangkok. (vgl. Vorlaufer 1995)

Ein gravierendes Problem, vor allem für sehr beliebte Tourismusdestinationen, stellt das Fehlen einer ausreichenden Abfall- und Abwasserentsorgung dar. Das fehlende Umweltbewusstsein der lokalen Bevölkerung richtet dabei ebenso viel Schaden an, wie die Ignoranz der Touristen gegenüber Umweltbelangen. Gerade auf Urlaubsinseln wie Koh Samui wird das mangelnde Problembewusstsein in Bezug auf Müll schnell zu einer großen Herausforderung. Die Initiativhandlung, den Abfall gedankenlos im Meer zu entsorgen, zieht größere Auswirkungen nach sich als die bloße Verschmutzung des Wassers und des Strandes, der für die Touristen ein nicht zu unterschätzender Faktor für die Wahl einer Destination ist. Korallenriffe und das ohnehin sehr sensible Ökosystem der Unterwasserwelt werden durch den Müll stark beeinträchtigt und können im schlimmsten Fall sogar vollständig zerstört werden. An diesem Punkt ist es wohl überflüssig zu erwähnen, dass die Welt unterhalb der Meeresoberfläche eine unverzichtbare und beträchtliche touristische Ressource darstellt. Die Konsequenzen einer unbedachten Beseitigung von Abfällen in den Ozeanen zeigen sich schnell und führen zu einem Umdenken innerhalb der lokalen Bevölkerung, die vom Tourismus lebt. Anstatt alles in Bausch und Bogen ins Wasser zu kippen, entstehen vielerorts illegale oder wilde Müllkippen, die, meist vor den

Augen der Touristen geschützt, weiter im Landes- oder Inselinneren zu finden sind. (vgl. Vorläufer 1996: 210) So etwas habe ich etwa auf der „Insel der Schildkröten“ – Koh Tao – und auf einer touristisch noch weniger erschlossenen Insel – Koh Jum – an der Südwestküste Thailands gesehen. Nach außen hin scheint die Urlaubskulisse der Marke „Paradies“ perfekt, doch verlässt man die für die Touristen angelegten Wege und Straßen, stößt man auf weniger paradiesische Tatsachen, wie eben jene Müllhalden. Dieses Problem ist jedoch nicht nur typisch für Tourismusländer aus dem „globalen Süden“, das italienische Neapel kämpft beispielsweise ebenfalls seit geraumer Zeit mit den Tücken des Aufbaus einer geregelten Abfallwirtschaft.

Abgesehen von den negativen Auswirkungen infolge unzureichender Entsorgung von Abwasser und Abfall bestehen noch andere Probleme, mit denen Urlaubsdestinationen zu kämpfen haben. Schnell und unkontrolliert gewachsene Touristenzentren etwa sehen sich oft mit einer massiven Degradation der Umwelt konfrontiert, die mitunter durch das rapide Wachstum der Region ausgelöst wurde. (vgl. UN o.J.; vgl. Vorläufer 1996: 210) Der rasante Anstieg von Touristenzahlen ist in Thailand gerade in ökologisch sensiblen Regionen für eine Falschentwicklung der Infrastruktur sowie für die Zerstörung der Vegetation durch Nichtbeachten von Regeln und Anordnungen verantwortlich. Darüber hinaus existiert im südostasiatischen Königreich eine kommerzielle Sexindustrie von noch immer beachtlicher Größe. Konflikte zwischen Touranbietern und der lokalen Bevölkerung sind keine Seltenheit, die traditionelle Kultur wird von den Reisenden beeinflusst. (vgl. UN o.J.)

Tourismus kann als positive Kraft zu einer ökologischen Konservierung beitragen und zeigt den Fortschritt der nachhaltigen Tourismusedwicklung in Südostasien generell und in Thailand speziell. Im Ganzen sind etwa 21% der thailändischen Landfläche als Naturschutzgebiete ausgezeichnet, dazu kommen noch 145 marine Nationalparks, 53 Tierchutzgebiete, 69 Waldschutzzonen sowie 52 Regionen, in denen striktes Jagdverbot besteht. (Dachanee/Surachet zit. nach Parnwell 2009: 249)

Da mit der wachsenden Bedeutung der Tourismusindustrie deutlich wurde, wie wichtig eine korrekte und detaillierte Planung der touristischen Entwicklung ist, wird die Industrie in diesem Prozess vermehrt von thailändischen Universitäten unterstützt. Konferenzen, die als Plattformen zum Austausch zwischen dem Fremdenverkehrssektor und Akademikern dienen, werden zunehmend von Hochschulen organisiert. Eine dieser Zusammenkünfte ist die von der Siam University veranstaltete „*World Conference on*

*Hospitality, Tourism and Event Research & International Convention & Expo Summit*“ im Mai diesen Jahres. (vgl. Newswit, 15.02.2013)

### **5.2.3. Politische Rahmenbedingungen**

Da die thailändische Wirtschaft über die Maßen von Tourismus und den Einnahmen daraus abhängig ist, hat sich im Laufe der Zeit ein für die Region vergleichsweise gut etablierter strategischer und politischer Rahmen entwickelt.

Auf der nationalen Ebene sind sowohl die *Tourism Authority of Thailand* (TAT) als auch das *National Environment Board* für die Umsetzung nachhaltiger Tourismusedwicklung zuständig. Regionale Zweigstellen der TAT zeichnen gemeinsam mit anderen regionalen staatlichen Organisationen für die lokale Verwirklichung des Nachhaltigkeitskonzeptes auf der Ebene des Fremdenverkehrs verantwortlich. Durch regelmäßige Überwachung der touristischen Attraktionen durch die regionalen TAT-Akteure ebenso wie durch die Kontrolle des Umweltzustands und des Bestands natürlicher Ressourcen durch die jeweils zuständigen Ministerien wird der aktuelle Grad der Umsetzung und des Fortschritts gemessen. Zusätzlich wird die lokale Bevölkerung zur Partizipation aufgefordert und in den Überwachungs- und Managementprozess der regionalen Touristenattraktionen miteinbezogen. Obwohl zahlreiche Kontrollorgane vorhanden sind, ist die lückenlose und effiziente Überprüfung dennoch schwierig, da die verabschiedeten Gesetze und Pläne oft nicht genügend aufeinander abgestimmt sind, sondern nur für ihren jeweiligen Fachbereich verfasst wurden und andere Aspekte meist außer Acht lassen. Darüber hinaus herrscht ein Defizit bei der Koordination der Pläne untereinander. In den Prozess der Entwicklung der generellen Strategien zur Förderung nachhaltiger Tourismusedwicklung sind idealerweise alle fremdenverkehrspolitischen Akteure eingebunden. (vgl. United Nations o.J.c) Wie weit etwa lokale Administrationen und Gesellschaften tatsächlich in die Planung involviert werden und ihre Ansichten und Meinungen berücksichtigt werden, kann an dieser Stelle nicht zuverlässig belegt werden. Den offiziellen Angaben des thailändischen Tourismus- und Sportministeriums muss Glauben geschenkt werden.

#### **5.2.3.1. National Economic and Social Development Plan**

Seit 1961 erstellt die thailändische Regierung Fünf-Jahrespläne zur Implementierung der sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung des Landes. Alle Pläne bauen aufeinander auf, Verbesserungen und Änderungen werden laufend vorgenommen, aus Fehlern wird gelernt. Ab dem achten nationalen ökonomischen und sozialen Entwicklungsplan (*National*



*Economic and Social Development Plan*) fand eine Verschiebung der Prioritäten statt. Anstelle von purer Wachstumsorientiertheit und der Ausbeutung natürlicher Ressourcen setzte Thailand nun seinen Fokus auf eine Entwicklung, die die Menschen, deren Wohlbefinden und Entwicklungschancen in den Vordergrund stellte. (vgl. NESDP 2012)

Im derzeitigen elften Entwicklungsplan, der wie alle Entwicklungspläne für eine Zeitspanne von fünf Jahren (2012-2016) aufgestellt wurde, wird von nationalen sowie internationalen Fluktuationen und Veränderungen gesprochen, die zu möglichen Schwierigkeiten, aber auch zu potenziellen Beschleunigern der nationalen Entwicklung heranwachsen können. Erfreuliche Ergebnisse der Evaluierung des zehnten nationalen Entwicklungsplans (2006-2011) waren eine hohe Erwerbstätigkeitsquote, eine starke ökonomische Performance sowie gefestigte Familienbande und ein starker gemeinschaftlicher Zusammenhalt. Diese Faktoren zeichnen unter anderem dafür verantwortlich, dass Thailand den Auswirkungen der Weltwirtschaftskrise von 2008 großteils trotzen konnte. Ein weiterer Grund dafür war die Umstellung des Wirtschaftssystems von einer Strategie bei der ökonomisches Wachstum um jeden Preis an oberster Stelle steht, hin zu einer „*Philosophy of Sufficiency Economy*“. (NESDP 2012) Das bedeutete eine Veränderung des Wertesystems, es soll nicht bis ans Limit der ökonomischen Entwicklung gegangen, sondern so gewirtschaftet werden, dass sich das System von selbst erhält (nicht mehr und nicht weniger). Insgesamt war eine Steigerung der Lebensqualität durch eine erhöhte soziale Sicherung sowie durch den verbesserten Zugang zu ökonomischen Maßnahmen zu verzeichnen. Erfolge konnten in der Reduktion der allgemeinen Armut verbucht werden. Ungeachtet dieser Errungenschaften ist eine Weiterentwicklung des Humankapitals genauso wichtig wie die Verbesserung der menschlichen Sicherung. Die Förderung von *good governance* ist ebenso zu forcieren wie gerechte Wettbewerbsbedingungen. Alle Aktivitäten sollen zu einer nachhaltigen Entwicklung des Landes beitragen und die daraus resultierenden Gewinne sollen gerecht verteilt und zu einer Reduzierung der sozialen Ungleichheit eingesetzt werden. (vgl. NESDP 2012)

Trotz dieser positiven Effekte traten bei der Evaluierung ebenfalls Defizite zu Tage, denen es nun im derzeitigen Entwicklungsplan entgegenzuwirken gilt. Hindernissen der nationalen Entwicklung wie der Degradation der Umwelt, den politischen Unruhen, dem Drogenproblem des Landes sowie der geringen Qualität der Bildung müssen adäquate Strategien entgegengestellt werden. (vgl. NESDP 2012)

Obwohl im elften thailändischen ökonomischen und sozialen Entwicklungsplan Tourismus keine Erwähnung findet, so stehen doch Aktivitäten und Handlungsanweisungen festgeschrieben, die mit einer nachhaltigen Tourismusedwicklung verbunden werden können. Etwa Maßnahmen wie die Konservierung der Umwelt, die Kontrolle und Reduktion der Umweltverschmutzung ebenso wie die Sicherung natürlicher Ressourcen und der Natur durch Ausbau und Errichtung von Naturschutzgebieten jeglicher Art tragen nicht nur zu einer nachhaltigen Entwicklung der gesamten thailändischen Volkswirtschaft mit all ihren Facetten bei, sondern sind ebenfalls Schritte, die einer nachhaltigen Entwicklung des Fremdenverkehrs zugute kommen. Der Partizipation der lokalen Bevölkerung und dem Schutz der Ökologie sowie der natürlichen Ressourcen kommen bei beiden Konzeptionen eine tragende Rolle zu. (vgl. NESDP 2012; vgl. WEPA)

#### 5.2.3.2. National Tourism Development Plan (2012-2016)

Ein Jahr nach dem Tourismus-Masterplan stellte Thailand in Bhutan seinen *National Tourism Development Plan* für den Zeitraum von 2012 bis 2016 vor. Hierarchisch untersteht dieser Entwicklungsplan dem *National Economic and Social Development Plan*. In der Präsentation wurden statistische Daten vermittelt, die besagen, dass über 80% der Touristen während ihrer Reise auf der Suche nach Sonne, Sand und Meer ebenso wie nach naturbelassenen Destinationen sind, Kulturreisen werden in diesem Zusammenhang weniger nachgefragt. Mit Hilfe des Plans soll es Thailand gelingen, seine Konkurrenzfähigkeit zu verbessern und unter die Top-5-Destinationen in Asien aufzurücken, darüber hinaus wird eine 5%ige Erhöhung des Tourismuseinkommens in diesen fünf Jahren anvisiert. (vgl. UNWTO 2012d: 8, 17)

Die Tourismusstrategie der thailändischen Regierung wird in diesem Dokument ebenfalls kurz zusammengefasst und erläutert. Bewahrung und Verbesserung des Standards der Fremdenverkehrsindustrie sind Zielsetzungen, die sich zu jenen des qualitativen Ausbaus der Infrastruktur, des Aufbaus, der Restaurierung und Wiederbelebung von bereits existierenden Destinationen und Sehenswürdigkeiten gesellen. Marketingstrategisch wird ein Konzept verfolgt, das internationale und nationale Qualitätstouristen ansprechen und Thailand zu einer „*world-class tourist destination*“ aufwerten soll. (UNWTO 2012d: 12) Besonderes Augenmerk erhalten die Beseitigung von Umweltproblemen sowie die Entwicklung einer nachhaltigen Tourismusindustrie im Land. Gelingen soll dies durch die Rehabilitierung und den dauerhaft verträglichen Ausbau von Fremdenverkehrsorten, ebenso wie durch die Förderung der Teilnahme von Regierungssektoren, der Zivilgesell-

schaft und lokalen Administrationen am touristischen Gestaltungsprozess. (vgl. UNWTO 2012d: 13, 18)

Übergeordnet über all jenen Strategien und Aktivitäten steht die thailändische Vision für seinen Fremdenverkehrssektor: „*Thailand has a vision to become a quality tourism destination with tourism competitiveness at the international level, thus enabling the country to generate more income and distribute wealth on a sustainable basis.*“ (UNWTO 2012d: 16)

#### 5.2.3.3. Lokale Agenda 21

Thailand gehörte bereits 2003 zu jenen Ländern, die eine nationale Nachhaltigkeitsstrategie nicht nur aufgesetzt, sondern auch aktiv umgesetzt hatten. (vgl. Hauff/Kleine 2009: 13)

In dieser lokalen Agenda 21 Thailands sind alle Bemühungen und Regelungen des Landes zur Implementierung einer nachhaltigen Entwicklung detailliert angeführt. Vier große Teilaspekte bilden den gesamten Aktionsplan: wirtschaftliche, institutionelle, soziale Aspekte sowie jene, die den Umgang mit natürlichen Ressourcen regeln. Jeder Teilaspekt ist ebenfalls wieder in zahlreiche Unterpunkte gegliedert, die es zu verbessern oder umzugestalten gilt, um eine nachhaltige Entwicklung des Landes gewährleisten zu können. Auffällig ist, dass die Handlungsanweisungen im Sinne der sozialen Aspekte deutlich geringer ausfallen als alle anderen. Das größte Augenmerk wird auf den Umgang mit und die Erhaltung von natürlichen Ressourcen gelegt. (vgl. United Nations o.J.c) Obgleich nicht allen Themenbereichen derselbe Grad an Aufmerksamkeit zukommt, so sind doch die drei Grundgedanken der Nachhaltigkeit in der thailändischen Agenda abgedeckt.

Innerhalb der ökonomischen Aspekte zur Implementierung nachhaltiger Entwicklungsstrategien findet sich ein Kapitel, welches sich dezidiert mit nachhaltigem Tourismus befasst. Der Fokus auf den Umweltschutz, die Partizipation der lokalen Bevölkerung sowie die Aufgaben der thailändischen Regierung in diesem Zusammenhang werden in folgendem Zitat deutlich:

*“Ensure that local communities participate in sharing income derived from nature-based tourism in protected areas or areas nearby, by providing lodging, operating tourism programs, serving as guides, providing food, and producing and selling souvenirs. The government establishes guidelines or criteria for tourism management to ensure that the environment is not negatively impacted and supports credit programs and conditions for communities to invest.”* (United Nations o.J.c)

Über die Agenda 21 hinaus existieren Gesetze, die sich mit der Thematik des nachhaltigen Entwicklungsprozesses von Tourismus befassen und diesen fördern sollen. Der *Environmental Quality Promotion Act* aus dem Jahr 1992 befasst sich, wie der Name schon vermuten lässt, mit Möglichkeiten der Qualitätserhaltung und -steigerung der ökologischen Begebenheiten des Landes. Drei weitere Pläne korrelieren beziehungsweise bauen aufeinander auf: Der *National Park Act* (1961) war der erste seiner Art, er stellt das Rahmengerüst für Angelegenheiten in Nationalparks dar. Später folgten detailliertere Regulationen, die die Kontrolle der Aktivitäten von Tourismusveranstaltern (*Park Regulation Act 1992*) sowie die Kontrolle der Handlungen und des Verhaltens von Touristen im Gebiet von Nationalparks (*Park Regulation Act 1990*) zur Aufgabe haben. (vgl. United Nations o.J.c)

Weitere Strategien und Pläne der nachhaltigen Tourismusedwicklung sind zusätzlich zu den Gesetzen aufgesetzt und eingeführt worden. Alleine die Vielfalt an Papieren, die sich mit der Thematik befassen, weist darauf hin, welche Relevanz dem Fremdenverkehrssektor für das thailändische Königreich zukommt. Alle Dokumente wiesen auf die Wichtigkeit der Aspekte des Schutzes touristischer Ressourcen, der Erhaltung sensibler Ökosysteme wie Mangrovenwälder und Korallenriffe, ebenso wie die Konservierung der Ressourcen in marinen Nationalparks. Diverse Programme und Projekte, die der Förderung der Entwicklung des nachhaltigen Tourismus‘ dienen, schließen den Kreis der durch und mit der thailändischen Regierung gesetzten Maßnahmen. Speziell auf die Bewerbung von Ökotourismus und *nature-based tourism* abgestimmte Aktivitäten werden darüber hinaus ebenfalls gesetzt. Dazu gehört beispielsweise das Trainieren lokaler Entscheidungsträger in umweltpolitischen Thematiken, um durch das gesteigerte Bewusstsein der Bevölkerung die Chancen auf eine Teilnahme an Umweltschutzmaßnahmen zu erhöhen. Lokale Gemeinschaften werden in die Welt des Managements der touristischen Ressourcen im Sinne der Nachhaltigkeit eingeführt. (vgl. United Nations o.J.c)

Eine Umstellung der gesamten Fremdenverkehrsindustrie auf nachhaltige Nutzungsarten ist nicht von heute auf morgen zu erreichen. Einige Untersektoren eignen sich mehr für die Umsetzung als andere, insbesondere in den thailändischen Nationalparks haben nachhaltige Tätigkeiten Einzug gehalten. Bei der Errichtung von Naturwanderwegen, Routen für Beobachtungsausflüge sowie von Picknickzonen wird darauf geachtet, sie gemäß der Kriterien der Nachhaltigkeit einzurichten. (vgl. United Nations o.J.c)

Unterschiedliche Interessensgruppen beeinflussen den Nachhaltigkeitsprozess auf den verschiedensten Ebenen. In den vergangenen Jahren hat Thailand den Vorgang der Dezentralisierung eingeleitet, das bedeutet, dass (tourismus)relevante Entscheidungen nicht mehr zentral von einer Stelle (etwa in Bangkok) getroffen werden, sondern den regionalen Entscheidungsträgern und Gesellschaften obliegen. Im Sinne des Partizipationsgedankens ist dies eine erfreuliche Entwicklung. Lokale Nichtregierungs- sowie Regierungsorganisationen und die ansässige Gesellschaft, inklusive der landwirtschaftlichen Arbeiter (Bauern), haben die Möglichkeit, über den Umgang mit touristischen Ressourcen mitzubestimmen. Öffentliche Anhörungen und Besprechungen von Tourismusprojekten, welche potenziell das touristische Kapital beeinträchtigen, sind abzuhalten, in denen darüber abgestimmt wird, ob und inwiefern das jeweilige Vorhaben mit den Ideen der lokalen Gesellschaft konform geht. Zur Bewältigung von Konflikten und Unstimmigkeiten sowohl auf nationaler als auch auf regionaler Ebene arbeitet das *Tourism Promotion and Development Committee* mit den entsprechenden tourismuspolitischen Akteuren zusammen. Die fünf in diesem Kontext entstandenen Abkommen wurden mit den benachbarten Ländern Kambodscha, Laos, Vietnam, China und Myanmar geschlossen und stellen einen gemeinsamen Standpunkt dar. (vgl. United Nations o.J.c)

Thailand hat zwei Bedingungen identifiziert, die eine erfolgreiche Implementierung nachhaltiger Tourismusstrategien deutlich behindern. Zum einen ist ein allgemeines Bewusstsein hinsichtlich der Ökologie, deren Bedeutung und Schutz notwendig und zum anderen bedarf es vor allem den im Tourismus Beschäftigten nicht an Verständnis und Wissen sowie Managementfähigkeiten im Bereich des Ökotourismus fehlen, der für das Land eine besondere Rolle in der gesamten Debatte des nachhaltigen Tourismus‘ und der nachhaltigen Entwicklung einnimmt. Gezielt auf den Bereich des Ökotourismus‘ ausgerichtete Bildungsmaßnahmen werden gesetzt und so erhalten Tourismusbeschäftigte spezielle Trainings und Ausbildungen, um das Konzept des nachhaltigen Tourismus‘ zu verstehen, zu verinnerlichen und vor allem Wissen darüber, wie sie ihr erworbenes Wissen an andere weitergeben können. Schulungen finden für Leiter von Jugendgruppen ebenso statt wie für ganze Gesellschaften, Gastronomie- und Hotellerieangestellte und für Reiseveranstalter, Tourguides und Mitarbeiter in insgesamt 43 Nationalparks. In für die Tourismusindustrie besonders wichtigen Regionen finden Veranstaltungen statt, deren Zweck es ist, lokale Jugendliche und Gesellschaften mit Betrieben in der Region zusammenzubringen. Die dabei entstehenden Programme wie etwa *Beautiful Phuket* organisieren

Müllsammelaktionen, in dem Wissen, dass eine intakte Umwelt nicht nur wichtig für die Tourismusstandorte, sondern ebenso von für die dort Lebenden von großer Bedeutung ist. Finanziert werden diese nachhaltigen Aktivitäten durch nationale Gelder sowie spezielle Kredite, wie sie etwa die Weltbank zur Verfügung stellt. (vgl. United Nations o.J.c)

Auf der Ebene der Institutionen wird von der Zusammenarbeit mit lokalen registrierten NGOs im Zeichen der nachhaltigen Entwicklung und der Unterweisung der Bevölkerung in Umweltbelangen gesprochen. Staatlich anerkannte Nichtregierungsorganisationen (1995 waren es insgesamt 65, davon 61 thailändische und 4 internationale), deren Fokus die Verwaltung natürlicher Ressourcen und der Umweltschutz ist, können um staatliche Unterstützungsgelder ansuchen. Ebenso steht in der Agenda festgeschrieben, über welche Agenda 21-konforme Institutionen, Strategiepläne sowie Gesetzgebungen Thailand derzeit verfügt<sup>10</sup>. In diesem Kontext ist es wichtig, zu erwähnen, dass gerade in spezifischen Bereichen wie der Technologieentwicklung oder der konkreten Evaluierung der Auswirkungen des Tourismus‘ auf Gesellschaft und Umwelt das dringend benötigte Fachpersonal nicht vorhanden ist. Unterstützung erhält das ehemalige Siam diesbezüglich u.a. vom Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP). Problematisch ist der Fakt, dass, falls Evaluierungen durchgeführt werden, nicht die Qualität der Beurteiler im Vordergrund steht, sondern die zu beauftragenden Unternehmen lediglich nach dem Kriterium der (möglichst niedrigen) Kosten ausgewählt werden, was auf die zu geringen finanziellen Mittel, die diesem Bereich zukommen, zurückzuführen ist. (vgl. United Nations o.J.c)

Nachhaltige landwirtschaftliche Entwicklung sowie die Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhaltes innerhalb der ländlichen Gemeinden mit dem Ziel der Qualitätsverbesserung der erzeugten Produkte sind zwei der drei in der Agenda angeführten Punkte. Der dritte Punkt legt den Fokus auf die Fremdenverkehrsindustrie: *„Promote occupations linked to nature-based tourism (ecotourism) by improving natural resources and ensuring their suitability to receive visitors [...]“* (United Nations o.J.c) Darüber hinaus steht die Schaffung von Arbeitsplätzen und Einkommensmöglichkeiten in Tourismus-Regionen auf der Agenda. Durch die Beschäftigung mit der Thematik des Fremdenverkehrs und

---

<sup>10</sup> Anhang 2 zeigt die vollständige Auflistung all dieser Faktoren.

dessen potenzielle Vorteile für ein Gebiet, soll das umweltpolitische Verständnis der lokalen Bevölkerung gesteigert werden. Der Schutz natürlicher Ressourcen ist für die Sicherung der Tourismusindustrie und der für die Einheimischen daraus generierten Effekte unerlässlich. (vgl. United Nations o.J.c)

Gerade auch in ländlichen, von der Landwirtschaft weitestgehend abhängigen Regionen, soll eine Implementierung des Fremdenverkehrs stattfinden. Um dies zu ermöglichen ist es notwendig, geeignete Entwicklungsstrategien für den Umgang mit natürlichen Ressourcen zu erarbeiten, die für einen *nature-based tourism* unerlässlich sind.

#### 5.2.3.4. Tourism Master Plan 2012-2016

Im Zuge des fünften UNWTO Trainingsprogramms zu Tourismuspolitik und –strategien in Brunei 2011 präsentierte das thailändische Ministerium für Tourismus und Sport den *Thailand Tourism Master Plan (2012-2016)*. Die Vision des Landes für den angegebenen Zeitraum zielt auf die nachhaltige Verbesserung und Umgestaltung des Fremdenverkehrssektors ab. (vgl. Ministry of Tourism and Sports Thailand 2011)

„*Thailand as a quality world-class tourist destination, improve tourism competitiveness, as well as create tourism as a significant source of tourism revenue, and distribute such revenue in balance and sustainable manners.*” (Ministry of Tourism and Sports Thailand 2011) Um diese Vorstellung verwirklichen zu können, müssen Maßnahmen, die in fünf Sektoren eingeteilt werden können, aufeinander abgestimmt werden. Die Partizipation des öffentlichen Sektors, der Zivilgesellschaft sowie der lokalen Administrationen, die mit dem Tourismus in Verbindung stehen, ist eine Komponente in der nachhaltigen Veränderung des Fremdenverkehrs. Infrastrukturelle Entwicklung, Entwicklung neuer Tourismusedienstleistungen und –produkte sowie die Verbesserung des Images und die Stärkung des Selbstvertrauens des Sektors sind ebenfalls wichtige Schritte. Mit den bereits existierenden sowie neu zu entwickelnden Touristengebieten befasst sich die fünfte Säule, die zur Nachhaltigkeit beitragen soll. Hier soll beim Aufbau neuer sowie bei der Rehabilitierung bestehender Destinationen spezielles Augenmerk auf die Nachhaltigkeit aller Prozesse gelegt werden. (vgl. Ministry of Tourism and Sports Thailand 2011)

Zusätzlich zu den Ausführungen über das touristische Gesamtkonzept stand die Vorstellung von sieben grünen Konzepten (*Green Concepts*) auf dem Programm. Diese sollen die Verbreitung des *Green Tourism* vorantreiben und sind als eine Art Handlungsanweisungen für alle touristischen Akteure gedacht. Ins Leben gerufen wurde *7 Greens* von der TAT, um die negativen Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft durch die

immer weiter steigende Zahl an Touristen zumindest zu reduzieren oder negative Entwicklungen, wenn möglich, bereits vor ihrem Entstehen zu verhindern. (vgl. TATa)

1. *Green Heart* – Den Touristen soll nahegelegt werden, dass sie sich sozial verantwortlich und umweltbewusst verhalten sollen.
2. *Green Logistics* – Vor allem im Kontext des Fremdenverkehrssektors sollen umweltfreundliche Möglichkeiten des Transports promotet werden.
3. *Green Destination* – Touristische Veranstalter sollen dazu ermutigt werden, verantwortungsvoll geführte Destinationen und Attraktionen, die die Ökologie respektieren, zu bewerben.
4. *Green Community* – Unterstützung soll jenen Tourismusprojekten auf Gemeindebasis (*community-based tourism*) in ruralen und urbanen Gebieten zukommen, die die Erhaltung der Umwelt, des Lebensstils und der Traditionen der lokalen Bevölkerung forcieren.
5. *Green Activities* – Dieser Punkt verlangt nach der Auswahl der touristischen Aktivitäten unter dem Gesichtspunkt, dass diese im Einklang mit der lokalen Bevölkerung unternommen werden können. Z.B.: Elefantenreittouren mit einheimischen Führern.
6. *Green Services* – Sprechen die Ebene der Veranstalter an: Sie sollen Respekt, Fürsorge sowie Sorge für die Umwelt demonstrieren.
7. *Green Plus* – *Green Plus* richtet sich ebenfalls an die Betreiber touristischer Unternehmen und fordert sie dazu auf, *Corporate Social Responsibility* (CSR) auf ihre Arbeitsweise anzuwenden.

(vgl. Ministry of Tourism and Sports Thailand 2011)

„*Thai Tourism going Green*“ heißt eine Kampagne, die durch die Kooperation der TAT, der *Green Leaf Foundation Thailand* und *7 Greens* entstanden ist. Innerhalb dieser Veröffentlichung findet sich eine Karte zur einfachen Suche von „*Green Hotels & Resorts*“. Die Auflistung enthält alle in der Organisation gelisteten Unterkünfte übersichtlich geordnet nach Regionen, um schnell umweltsensitive Beherbergungsbetrieben zu entdecken. (TATb)



#### 5.2.3.5. Sustainable Tourism Management in Thailand - A Good Practices Guide for SMEs

Speziell für thailändische Klein- und Mittelbetriebe publizierte das Umweltinstitut der Chulalongkorn Universität in Zusammenarbeit mit staatlichen und nichtstaatlichen Organisationen sowie wichtigen touristischen Entscheidungsträgern ein Handbuch, das als Anleitung zu einer nachhaltigen Tourismusedwicklung fungieren soll. Gerade Unternehmen dieser Größe, die von Einzelpersonen genauso geführt werden können wie von Nichtregierungsorganisationen oder Gesellschaftsgruppen, sind die wahrscheinlichsten Operatoren von Ökotourismus. Bedauerlicherweise fehlen gerade ihnen oftmals Informationen und der Zugang zu (finanziellen) Ressourcen, die sie in die Lage versetzen würden, ökologisch verträglicher zu arbeiten. Zur Verbesserung der Situation liefert das Handbuch praktische Richtlinien zu einer Verschiebung hin zu nachhaltigem Ökotourismus. Es soll aufzeigen, dass bereits Klein- und Mittelbetriebe (KMUs) nach diesen Kriterien handeln und eine Implementierung in Unternehmen und Gesellschaften möglich ist. (vgl. ERIC 2007: 2f)

Gleich auf den ersten Seiten werden Ängste und Wünsche von thailändischen Tourismusunternehmern, die mit einem Wechsel auf nachhaltige Praktiken verbunden werden, angeführt und thematisiert. So befürchten beispielsweise viele Betreiber ein Sinken ihres Einkommens, wenn sie auf *sustainable tourism* umschwenken. Dabei ist diese Angst vollkommen unbegründet, ganz im Gegenteil: In der Realität hat sich gezeigt, dass viele direkte und positive Einkommenseffekte durch ökologisch und sozial nachhaltiges Management generiert werden können. Positive Erscheinungen für die Resortbetreiber können u.a. sein: ein besseres Image sowie loyale Gäste, motivierte und effizientere Mitarbeiter, neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit internationalen Unternehmen im Bereich des nachhaltigen Tourismus, gute Synergieeffekte durch die Kooperation mit der lokalen Bevölkerung und die Aussicht auf eine langfristige Zusammenarbeit mit dergleichen ebenso wie eine Chance zum Austausch mit anderen, gleichgesinnten Unternehmen. (vgl. ERIC 2007: 4)

Drei Grundprinzipien, denen Betriebe folgen sollen, um dauerhafte, verträgliche Fremdenverkehrsoperationen erfolgreich aufzubauen, bilden den Hauptteil des Handbuchs: *traveller-friendly* (kundenfreundlich), *nature-friendly* (naturfreundlich) sowie

*community-friendly* (gesellschaftsfreundlich).<sup>11</sup> (ERIC 2007: 3, 5ff) Zu jedem dieser Kriterien wurden jeweils vier Indikatoren beziehungsweise detaillierte Handlungsanweisungen und –möglichkeiten formuliert. Unter Kundenfreundlichkeit fallen etwa Merkmale wie eine ästhetische Landschaft, Sicherheit, Sauberkeit und Komfort, die Gelegenheit die lokale Kultur und Natur kennenzulernen und die Einstellung der Mitarbeiter gegenüber den Touristen. Die vier Merkmale für eine der Gesellschaft vorteilhafte touristische Aktivität sind a) die Beziehungen der Betreiber mit den eigenen Angestellten sowie auch b) mit der lokalen Bevölkerung. Dazu gehört deren Chance, an den Aufgaben und der Planung teilzuhaben und somit die Gelegenheit an der Wirtschaft zu partizipieren ebenso wie die Unterstützung der lokalen Kultur durch die Unternehmung. Im Bereich der Vereinbarkeit mit Natur und Ökologie wird von den touristischen Betrieben erwartet, mit Ressourcen wie Wasser, Energie und Chemikalien gut zu haushalten beziehungsweise deren Nutzung zu minimieren, Abfälle fachgerecht zu entsorgen sowie in der Umwelterziehung und -konservierung aktiv zu sein. Generell gesprochen sollen Unternehmen ökologisch verträglicher bauen, landschaftsplanen und ebenso Strategien und Management betreiben, die mit diesen Richtlinien konform sind. (vgl. ERIC 2007: 5ff, 49f)

Alles in Allem scheint dieses Handbuch eine gut durchdachte Anleitung und Hilfestellung für Klein- und Mittelbetriebe zu sein, die ihren Fokus auf sozial, ökologisch und ökonomisch verträglichen Tourismus legen wollen. Im weiteren Verlauf der Arbeit wird sich zeigen, dass gewisse thailändische Tourismusunternehmen bereits viele der genannten Kriterien erfüllen, ob sie von der Existenz des Handbuches wissen beziehungsweise ob sie dezidiert nach den darin vorgestellten Indikatoren handeln, ist leider nicht bekannt.

#### **5.2.4. Umweltbewusstsein der lokalen Bevölkerung in Südthailand**

Um korrekt zu erfassen, welche (Fort)Schritte im Bezug auf nachhaltigen Tourismus und dessen Entwicklung in Thailand bereits gemacht wurden, ist es notwendig, verschiedenste Perspektiven und Facetten zu untersuchen. Einer dieser Gesichtspunkte ist das grundsätzliche Verständnis der thailändischen Bevölkerung von ökologischen Veränderungen und Charakteristika.

---

<sup>11</sup> Eine Auflistung der kompletten Kriterien findet sich in Anhang 3.

In einem Buchbeitrag haben sich Karl Vorlaufer und Heike Becker-Baumann mit Umweltbewertung und –verhalten der thailändischen Staatsangehörigen im Süden Thailands näher befasst. Da allseits bekannt ist, welche wichtige Grundlage eine intakte Umwelt für den Tourismussektor darstellt, ist eine Erfassung des Verständnisses von ökologischen Belangen eine wissenschaftlich hoch interessante Angelegenheit. (vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 876)

Gerade der thailändische Fremdenverkehr ist massiv von der naturräumlichen Beschaffenheit abhängig, Touristen erwarten lange, saubere Sandstrände und ein seinesgleichen suchendes Unterwasserleben bei gleichzeitigem Luxus und Service, der einem jeden Wunsch von den Augen abliest. Massentouristische Entwicklungen in Badeorten und wassernahen Touristenzentren führten zu einer Bedrohung der Natur: Empfindliche Ökosysteme, sowohl zu Wasser als auch an Land, laufen Gefahr aus dem Gleichgewicht gebracht und in weiterer Folge vollkommen zerstört zu werden. (vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 876f) Allein dem steigenden Touristenaufkommen die Schuld an der Degradation von Ökosystemen zu geben, wäre allerdings viel zu kurz gegriffen. (vgl. Ruyabhorn/Phantumvanit 1988: 230; vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 877) Der Abbau natürlicher Ressourcen, wie etwa Erdgas sowohl an der West- wie auch Ostküste Thailands, leisten ebenso wie die Rodung von Mangrovenwäldern zur Gewinnung von Holzkohle einen entsprechenden Beitrag zu diesen negativen Entwicklungen. Riesige Shrimp-Aquakulturen an den Küsten sind der schnell gewachsenen Nachfrage von Meeresfrüchten und Fischereiprodukten auf in- und ausländischen Märkten geschuldet. (vgl. Ruyabhorn/Phantumvanit 1988: 230f)

Zusammen mit dem rapiden Anstieg der Touristenankünfte und dem damit einhergehenden Bedarf nach Gästebetten und Unterkünften, entstand eine Situation der Überforderung für Land und Leute. Phuket und Pattaya zählen mit ihren wunderschönen (Sand)Stränden und ihrem tropischen Klima zu den bekanntesten Seebädern des thailändischen Königreiches. Der Infrastrukturausbau an den Küsten war unaufhaltsam, die Autoren Ruyabhorn und Phantumvanit waren sich 1988 jedoch sicher, dass mit einer Gesamtküstenlänge von 2614 Kilometern, Thailand durchaus in der Lage sein sollte, nachhaltige Entwicklung bei gleichzeitigem Schutz der küstenansässigen Ressourcen, wie der Mangroven, zu erreichen. Die Entwicklung des Küstengebietes solle strukturiert vorangetrieben werden, da nur eine entsprechende Führung und Planung die Nachhaltigkeit der reichen aquatischen und terrestrischen Ressourcen gewährleisten könne. (vgl. Ruyabhorn/Phantumvanit 1988: 231f)

Die Schädigung von Umwelt und Landschaft durch den auftretenden Massentourismus, speziell im Süden Thailands, erfährt eine Verstärkung durch drei andere Syndrome, die meist mit fremdenverkehrspolitischer Entwicklung einhergehen: Das *Suburbia*-Syndrom dient als Bezeichnung für die Schäden an der Umwelt durch den schnellen Ausbau des städtischen Siedlungsgebietes. Dieses Wachstum ist zwar geplant, schreitet jedoch viel zu rapide voran. Das nicht geplante Gegenstück zu dieser Begebenheit stellt das *Favela*-Syndrom dar. Hierbei handelt es sich um ein unkontrolliertes Wachstum der städtischen Flächen und einer Ausbildung von Siedlungsräumen, denen meist die rudimentärste Infrastruktur fehlt. Ökologische Folgeschäden entstehen. Weitere Umweltbelastungen entstehen durch die massive Zunahme von Abfällen liquider und fester Art, sowie deren oftmalige unorganisierte Entsorgung und Deponierung. Das Müllkippen-Syndrom lässt sich vielerorts in Thailand beobachten. (vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 876f)

Verstärkt werden diese drei Syndrome durch einen übermäßigen Anstieg der Bevölkerung in touristisch neu erschlossenen Regionen, die Möglichkeiten zur direkten und indirekten Beschäftigung in diesem Segment bieten. Die fehlende Beachtung von umweltpolitischen Belangen kann jedoch zu einer Gefährdung der ökonomischen Existenz führen. Allerdings ist hier anzumerken, dass meist nicht durch den Fremdenverkehr induzierte Entwicklungen Schuld an der Degradation der Umwelt sind. Er kann sie verstärken, oft ist der Grundstein bereits vorher gelegt worden. (vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 877)

So können negative Entwicklungen im Bereich der Umwelt teilweise darauf zurückgeführt werden, dass die einheimische Bevölkerung, vor allem in Entwicklungsländern, über ein sehr geringes Umweltbewusstsein verfügt. Zusätzlich existieren grundsätzlich relativ niedrige Umweltstandards. Umweltschutzgesetze sowie Kontrollinstanzen wurden erst vor nicht allzu langer Zeit erlassen beziehungsweise eingesetzt, weshalb eine Einhaltung und Beachtung der Gesetze oft (noch) nicht erfolgt. Fehlende Managementkenntnisse im Bereich des Umgangs mit der Ökologie wirken sich auf die Umweltsituation in (Entwicklungs)Ländern ebenso negativ aus wie die nicht selten vorherrschende Korruption, die in vielen Situationen dazu beiträgt, dass bei entsprechender Bezahlung ein Auge bei den Umweltauflagen zugedrückt wird. (vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 877)

Touristen wiederum legen meist ihr eigenes Umweltverständnis und ihre am Wohnort geltenden Umweltstandards auf die Urlaubsdestination um und haben dementsprechende Erwartungen an die Zielgebiete. Eine weitestgehend intakte Umwelt zählt zu diesen Anforderungen, die von der Tourismusindustrie versucht werden zu erreichen. In der Real-

tät bedeutet dies meistens Fremdenverkehrsorte, die nach den ökologisch höchsten Standards realisiert wurden, die jedoch nicht die Lebenswelt der lokalen Bevölkerung widerspiegeln. Berechtigterweise kann daher angenommen werden, dass der Teil der Einheimischen, die in eben solchen Touristenzentren arbeiten, eine Vorreiterrolle in Sachen Umweltbewusstsein und –verständnis einnimmt und dadurch als Aufklärer für den Rest fungiert. Er kennt die umwelttechnischen Probleme und weiß wie diese korrekt einzuordnen sind. Bei Voranschreiten dieses Aufklärungsprozesses innerhalb der lokalen Bevölkerung wird dieser Bevölkerungsgruppe wohl in Zukunft eine wichtige Rolle in der Sicherung der ökologischen Stabilität sowie in der Erhaltung der Attraktivität der Landschaft in Fremdenverkehrsregionen zukommen. Ultimativ tragen die Einheimischen mit ihrem neuen Bewusstsein und Verhalten zu einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in den jeweiligen Regionen bei. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005: 15; vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 877f)

Konkrete Befragungen zur Selbsteinschätzung des Umweltbewusstseins der südthailändischen Bevölkerung, sowie zur Einschätzung jenes der Touristen, trugen erheblich zum Erkenntnisgewinn in dieser Thematik bei. Die Thais und die befragten Touristen schätzten das Umweltbewusstsein der thailändischen Bevölkerung als sehr gering ein, während jenes der ausländischen Urlauber als relativ hoch eingestuft wurde, was eine Vorbildfunktion der Touristen vermuten lässt. Ein sogenannter Demonstrationseffekt tritt ein. Urlauber aus Industrieländern vermitteln der im Tourismus arbeitenden Thai-Bevölkerung neue Umweltwerte, diese werden wiederum an nicht im Fremdenverkehrssektor Arbeitende Thais weitergegeben. Die Tourismusangestellten bilden eine Brücke zwischen Touristen und Einheimischen. Sie sind ebenfalls in der Lage, genau wie ausländische Urlauber, positive aber eben auch negative Folgeerscheinungen durch den Fremdenverkehr und dessen Entwicklung zu erkennen. Negativeffekte sind überraschenderweise für viele thailändische Touristen ein *blind spot*. Tourismusbeschäftigte Thais weisen das größte Problembewusstsein aller befragten Thailänder auf, ihr täglicher Kontakt mit der Industrie trägt maßgeblich dazu bei. (vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 879ff)

Als die am häufigsten genannte negative Auswirkung, die durch ein hohes Fremdenverkehrsaufkommen entstand, nannten die Befragten das Anfallen von Unmengen an Müll. Weitere Negativeffekte sind nach Häufigkeit ihrer Nennung u.a. Zerstörung von Lebensräumen, Verschmutzung allgemein, Massentourismuserscheinungen, Strandverschmutzung, Probleme der Abwasserentsorgung und erhöhter Ressourcenverbrauch. Inte-

ressanterweise erwartet die lokale Bevölkerung *summa summarum* zukünftig wesentlich höhere positive ökologische Effekte durch den Fremdenverkehr als bisher. (vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 881f)

Da die Thematik der Müllentsorgung die thailändische Bevölkerung bei weitem am meisten beschäftigte, soll hier noch etwas näher darauf eingegangen werden. Im Jahr 2004 existierten in ganz Thailand drei Müllverbrennungsanlagen, die sich u.a. auf Koh Samui und Phuket befanden. Grund für diese Standortwahl war die Relevanz der beiden Inseln innerhalb des touristischen Systems. Sie gelten als beliebte Urlaubsdestinationen, können ohne weiteres als Massentourismusdestinationen bezeichnet werden. Der Ansturm der Touristen verursachte ein hohes Müllaufkommen. Um jedoch die Attraktivität der beiden Standorte zu erhalten, war und ist der thailändische Staat überaus bemüht eine geregelte Müllentsorgung, die nicht zu Lasten der Umwelt geht, zu etablieren. Auf Phuket und Samui existierte ein auf kommunaler Ebene verlaufendes Müllsammelsystem mit einer Trennung von trockenem und nassem Müll (z.B. Küchenabfälle). Andere in den Fokus der Untersuchung gerückte Inseln (Phi Phi, Tao und Phangan) wiesen zwar ebenso Mülldeponien auf, diese waren jedoch meist nicht sachgemäß angelegt oder es wurde in periodischen Abständen Müll von den Inseln aufs Festland abtransportiert, um so mit den Abfallmengen zurecht zu kommen. (vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 883ff)

Im Fremdenverkehr Beschäftigte ließen sich häufiger als in tourismusfremden Sektoren Arbeitende als Müllsortierer identifizieren. Obwohl angenommen werden könnte, dass dies der Fall sei, weil die Tourismusangestellten über ein höheres Umweltbewusstsein verfügen, sind die Gründe für die Mülltrennung jedoch weniger ökologischer denn ökonomischer Natur. Händler, die mit Recyclingfirmen – vorwiegend in Bangkok – kooperieren, zahlen relativ gute Preise für recycelbare Altwaren wie Plastikflaschen, was den Mülltrennern ein, wenn auch bescheidenes, Nebeneinkommen beschafft. Der Anteil der Thailänder, die Müll sortieren, liegt auf kleineren Inseln mit weniger lukrativen Einkommensmöglichkeiten um einiges höher als auf Samui und Phuket. Eine Abhängigkeit von diesem zusätzlichen Einkommen ist gegeben. (vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 884f)

Müllverbrennungsanlagen und eine generell bessere Infrastruktur zeigen dafür verantwortlich, dass auf den Inseln Phuket und Samui etwa 84% aller Tourismusbeschäftigten zumindest teilweise ihre Abfälle sachgerecht entsorgen (Müllverbrennungsanlagen, kommunale Müllabfuhr, offizielle Deponien). Weniger gut erschlossene, kleinere Inseln weisen einen höheren Anteil an Personen auf, die darauf angewiesen sind, ihren Müll

selbst zu verbrennen oder zu vergraben. Nur rund 30% dieser Bewohner, die gleichzeitig im Fremdenverkehrssektor beschäftigt sind, greifen auf ökologisch besser verträgliche Wege der Abfallentsorgung zurück, wenngleich der Großteil des Mülls auf den offiziellen, jedoch nicht fachgerecht angelegten, Deponien entsorgt wird. (vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 885)

Interessant ist dennoch, dass trotz der besseren Infrastruktur auf Samui und Phuket viele der Befragten (~ 71% aller Nennungen) angaben, ihre Abfälle zu vergraben, zu verbrennen oder sie diese irgendwo entsorgen beziehungsweise einfach hinters Haus werfen. Besorgniserregend ist vor allem die Häufigkeit der Nennung jener Entsorgungsarten auf den kleineren Inseln: Jeder der befragten im Tourismus Arbeitenden partizipiert an dieser ökologisch schlecht verträglichen Praxis. Besonders erschreckend ist dieses Ergebnis vor dem Hintergrund der erhöhten Fragilität des Ökosystems und der geringeren Absorptionsfähigkeit dieser kleinen Inseln. (vgl. Vorlaufer/Becker-Baumann 2004: 885)

Wichtige Schlussfolgerungen, die aus der durchgeführten Studie von Vorlaufer/Becker-Baumann gezogen werden können, präsentieren sich wie folgt:

Im Tourismus beschäftigte Thailänder weisen ein um einiges höheres Umwelt- und Problembewusstsein auf als jener Teil der thailändischen Bevölkerung, der nicht eine unvermittelt ökonomische Abhängigkeit zu diesem Industriesektor aufweist. Dieses adäquatere Umweltbewusstsein lässt sich nicht nur an stark frequentierten Fremdenverkehrsdestinationen mit entsprechend ausgebauter Infrastruktur zur Müllentsorgung feststellen, sondern ist ebenfalls an weniger touristischen Orten zu erkennen. Ebenso schätzten die thailändischen Befragten das ökologische Bewusstsein der ausländischen Touristen als höher ein als ihr eigenes, das sie als überaus niedrig bis kaum vorhanden einstufen. Somit ergibt sich eine Situation für die Urlauber, in der sie als Vorbilder für die lokale Bevölkerung auftreten. Ihnen ist es möglich den Thailändern aufzuzeigen, welche wichtige Ressource die Umwelt für einen florierenden Fremdenverkehr, und in weiterer Folge für ihre eigene ökonomische Existenz, ist. Paradoxerweise agieren die Urlauber folglich als (Mit)Versursacher von teilweise gravierenden Umweltschäden, während sie gleichzeitig durch ihre eigenen höheren Umweltansprüche Bildungs- und Aufklärungsarbeit an den Destinationsorten leisten. Neben der Vorbildfunktion der Touristen nehmen die im Tourismus Beschäftigten ebenso eine wichtige Rolle in dieser Hinsicht ein. Sie können durch ihr Ansehen innerhalb der Bevölkerung ihre schärferen Ansichten und Standpunkte zum Thema Umweltschutz und Müllentsorgung an die Thailänder weitergeben. (vgl. Vorlau-

fer/Becker-Baumann 2004: 886f) Diese Erkenntnisse aus dem Jahr 2004 werden in den nachfolgenden Ausführungen mit neueren Daten untermauert werden.

### **5.3. Beispiele für nachhaltigen Tourismus in Thailand**

---

Im Folgenden werden thailändische Beispiele, die zeigen, dass nachhaltiger Tourismus bereits Einzug in die Industrie des Landes gehalten hat, angeführt und näher erläutert. Dadurch soll eine Darstellung der derzeitigen Situation erfolgen und gleichzeitig gezeigt werden, dass dieses neue Konzept der Fremdenverkehrsentwicklung durchaus angenommen wird.

#### **5.3.1. Erfolgreiche Projekte**

Den Anfang machen drei erfolgreiche Projekte, zwei im Süden und eines im Norden besser gesagt der Zentralregion Thailands, die mit ihren Aktivitäten erste Schritte in Richtung *sustainable tourism development* setzen und zeigen, dass dieses System funktionieren kann, wenn es im Interesse aller Beteiligten ist.

##### 5.3.1.1. Community-Based Ecotourism in Phuket und Ao Phangnga

Wer an einen Urlaub in Thailand denkt, der hat, nicht zuletzt aufgrund der Medienpräsenz nach dem verheerenden Tsunami im Dezember 2004, meist Phuket als Destination für einen *All-Inclusive* Resorturlaub im Sinn. Kaum vorzustellen, dass gerade in dieser Region Thailands vermehrt Ökotourismusprojekte ins Leben gerufen werden. Eines dieser Projekte ist *Sea Canoe*, ein Unternehmen, das Kajakfahrten auf ökologisch verträglicher Basis innerhalb des unweit entfernten Nationalparks Ao Phangnga anbietet. Weitere Büros befinden sich in Krabi sowie auf Koh Samui, beides ebenfalls beliebte Urlaubsziele, die massentouristisch sehr gut erschlossen sind und generell nicht mit Ökotourismus und nachhaltigen Tourismusformen in Verbindung gebracht werden. (vgl. Sea Canoe)

Gegründet im Jahr 1989 legt *Sea Canoe* größten Wert darauf, den Einfluss der Touristen auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten, weshalb es strikt die Anzahl der Teilnehmer an besagten Touren limitiert. Nur ökologische Verträglichkeit zu postulieren und von Ökotourismus zu sprechen, ist jedoch zu kurz gegriffen. (vgl. Sea Canoe) *Sea Canoe* trägt zusätzlich zum Umweltschutz auch wesentlich zur Entwicklung der lokalen Bevöl-



kerung bei, indem es beispielsweise seine Angestellten für thailändische Verhältnisse zu überdurchschnittlich guten Konditionen einstellt. Die beschäftigten Thailänder verdienen im Durchschnitt mehr als drei Mal so viel wie im Tourismussektor in gleichwertigen Positionen üblich, zusätzlich leiden die Mitarbeiter weniger unter den saisonalen Schwankungen der Tourismusindustrie. *Sea Canoe* bezahlt seinen Mitarbeitern, bei einem Minimum an zehn Tagen Arbeit pro Monat, ihr monatliches Gehalt saisonunabhängig aus, was für Thailand sehr ungewöhnlich ist, da in der Nebensaison viele Tourismusbeschäftigte arbeitslos sind. Guides, die mehr als zehn Tage monatlich arbeiten, erhalten für jeden weiteren Arbeitstag sogar Bonuszahlungen. Grundsätzlich werden bevorzugt Personen beschäftigt, deren alternative Lebensgrundlage auf Tätigkeiten wie Fischerei, Landwirtschaft oder der Arbeit auf Gummiplantagen beruhen würde, was nicht zuletzt auf ihre fehlenden technischen Fertigkeiten sowie ihre nur elementare Schulbildung, die teilweise nicht einmal sechs Jahre beträgt, zurückgeführt werden kann. Der Großteil der im Unternehmen als Guides arbeitenden Thais gehört der ethnischen Minderheit der malaiischen Muslime an, die in südlichen Regionen des Landes teilweise bis zu 25% der Bevölkerung ausmacht. Nicht nur die bei *Sea Canoe* arbeitenden Thais ziehen Vorteile aus dem touristischen Unternehmen, lokale Geschäftsleute werden ebenso in die Ökotourismus-Welt eingebunden. Sie werden beispielsweise von *Sea Canoe* bezahlt, um mit ihren Booten die Kajakführungen zu begleiten oder mit ihren Mini-Vans die Touristen an ihre Bestimmungsorte zu bringen. Die lokale Wirtschaft wird überdies durch die Einkäufe von Lebensmitteln für die Touren in regionalen Geschäften angekurbelt, Werbeinserate für *Sea Canoe* in lokalen Zeitungen generieren ebenfalls Einnahmen. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005: 10f)

Neben der ökonomischen und ökologischen Dimension der Arbeitsweise von *Sea Canoe*, ist dieses ebenso um eine Verbesserung des Lebensstandards der lokalen Bewohner bemüht. So steht das Unternehmen seinen Mitarbeitern in gesundheitlichen und bildungsmäßigen Belangen zur Seite: Lebensversicherungen sowie die Abdeckung aller medizinischen Kosten und Erwerbsunfähigkeitsentschädigungen zählen zu den in der Tourismusbranche eher seltenen Sozialleistungen, die *Sea Canoe* bietet. Weiterbildungsmaßnahmen – wie die Möglichkeit eine (nicht englische) Fremdsprache zu erlernen oder in der Geographie, Flora und Fauna des thailändischen Südens unterrichtet zu werden – kommen den thailändischen Arbeitern ebenfalls zu. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005: 10f)

Anders als man von ökotouristischen Unternehmen erwarten könnte, profitiert ein Betrieb wie *Sea Canoe* von der massentouristischen Infrastruktur der Regionen in denen er operiert. Aufgrund der fortgeschrittenen touristischen Erschließung und des Images der Region ein perfekter Ort für Urlaube zu sein, ist ein (fast nicht enden wollender) konstanter Strom an Touristen gewährleistet. Davon profitieren Ökotourismus-Veranstalter, sie müssen nicht extra Werbung machen, um Reisende auf ihre Destination aufmerksam zu machen. Es reicht lediglich mit großen, teils internationalen, Reiseveranstaltern und –agenturen zu kooperieren und so das eigene Angebot von diesen vermarkten zu lassen. Den nachfragenden Urlaubern werden mehrere Alternativen für Aktivitäten dargelegt, darunter befinden sich etwa die ökologisch verträglichen Kajaktouren von *Sea Canoe*. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005: 8)

Aufgebaut wurde der Sektor des *community-based ecotourism* weitestgehend von ehemaligen Thailandurlaubern, meist europäischer Abstammung, die sich im Land niedergelassen haben. Mit einem anderen Umweltbewusstsein als die thailändische Bevölkerung ausgestattet, verfolgten diese, von den Thais *farang* genannten, Auswanderer die zunehmenden ökologischen Schäden und die sozialen Veränderungen, die durch ein (zu) rapides Wachstum der Fremdenverkehrsindustrie entstanden. Da sie selbst ursprünglich selbst als Touristen in das thailändische Königreich gekommen sind, wissen sie darüber hinaus um die Wünsche und Anforderungen der Urlauber, unter denen vermehrt Rufe nach mehr Natürlichkeit und Authentizität laut werden. In logischer Konsequenz begannen die *farangs* Ökotourismus-Unternehmen aufzubauen, um den negativen Auswirkungen des Tourismussektors auf Umwelt und Gesellschaft entgegenzuwirken. Auswanderer brachten demnach den Stein des ökotouristischen Gedankens ins Rollen und nehmen bis zum heutigen Tag teils noch wichtige Positionen in diesen Unternehmen ein. Legale Eigentümer der Ökotourismus-Betriebe sind zwar durchgängig Thailänder, doch die *farangs* kontrollieren noch immer die Richtung, in die die ökotouristischen Entwicklungen gehen sollen. Im Fall von *Sea Canoe* ist die thailändische Frau eines europäischen Auswanderers die Eigentümerin, Gründer des Unternehmens war jedoch der Ehemann, was dazu führt, dass der Betrieb zwar technisch in lokalem Besitz ist. Doch bedeutet dies keine weite gesellschaftliche Verbreitung oder indigene Kontrolle über das Unternehmen. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005: 12)

Doch gerade diese Kombination erweist sich als vorteilhaft für die Implementierung und das Überleben von Ökotourismus-Betrieben in Phuket und Umgebung. Viele der *farangs* waren, bevor sie ausgewandert sind, in ihren Heimatländern eigenständige Unter-

nehmer, wodurch sie über ein gewisses Know-how verfügen, welches ihnen gemeinsam mit der Denkweise eines Touristen, die ihnen inhärent ist, einen Wettbewerbsvorteil in einem ansonsten übersättigten touristischen Markt verschafft. Die spezielle soziale Stellung der Auswanderer innerhalb der thailändischen Gesellschaft erlaubt ihnen ebenso Praktiken und Strategien zu fördern, was für Thais mit teilweise geringem gesellschaftlichem Ansehen beinahe unmöglich wäre. Komplexe gesellschaftliche Hierarchien erlauben es Thailändern, vor allem der muslimisch stämmigen Bevölkerung, die generell weniger Ansehen genießt, nicht, nachhaltige oder allgemeine Belange, die ihnen am Herzen liegen, vorzutragen. *Farangs* können dies ohne größere Vorbehalte tun. Eben diese sozialen Hierarchien werden im Fremdenverkehr für kurze Zeit aufgebrochen. Thailänder aus „niedrigeren“ Gesellschaftsschichten bekommen durch ihre Anstellung im Tourismussektor die Möglichkeit, über ihre Statusgrenzen hinweg, mit „sozial besser gestellten“ Menschen zu interagieren. Gerade der Kontakt und Austausch mit besser gebildeten Touristen wäre innerhalb der thailändischen Sozialstruktur, außerhalb der touristischen Industrie, undenkbar. Soziale Mobilität wird durch das steigende Einkommen und das wachsende Ansehen für die lokale Bevölkerung durch ihre Beschäftigung bei *Sea Canoe* möglich. Durch die in ihrem Job gemachten Erfahrungen und die guten Verdienstmöglichkeiten im Unternehmen, können sich die Touristenführer ein Leben aufbauen und einen Lebensstandard verfolgen, der ihnen in einem anderen Berufsfeld weitestgehend verwehrt bleiben würde. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005: 12ff)

Dieses praktische Beispiel aus Phuket zeigt, dass Ökotourismus, der durch Auswanderer angestoßen wurde und der durch eine „Gewaltenteilung“ zwischen *farangs* und lokaler Bevölkerung charakterisiert ist, nicht, wie in der Theorie angenommen, schlecht sein muss, sondern für die Region Beschäftigung sowie zusätzliche Sozialleistungen einbringt. Allerdings können gerade durch diese Kontrolle von nicht-thailändischen Personen Gefühle des Neids aufgrund des finanziellen Erfolgs und der Unzufriedenheit aufkommen, wie im Fall von *Sea Canoe*. Die lokale Bevölkerung und Konkurrenten, die ebenfalls Kajaktouren durchführen und in thailändischer Hand sind, sehen in *Sea Canoe* eine Bedrohung und sind gegenüber dem Unternehmen, trotz dessen generell gutem Ruf, negativ eingestellt. Schmierkampagnen sind in diesem Zusammenhang keine Seltenheit, doch diese Praxis ist wohl in jedem anderen Metier, in dem es Neider gibt, ebenfalls zu erwarten. Ablehnende Einstellungen der Thais gegenüber *Sea Canoe* führen dazu, dass der gesellschaftliche Zusammenhalt sowie die Einheit der Bevölkerung in der Region instabil werden. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005: 13f)

Umweltschutz ist eines der Kernelemente des Systems Ökotourismus, das in allen Aktivitäten wiedergespiegelt werden soll. Wenig verwunderlich ist daher, dass die Mitarbeiter in ökotouristischen Unternehmen über ein Basiswissen in Umweltbelangen verfügen. Sie wissen welche negativen Auswirkungen Tourismus auf die Ökologie einer Region haben kann und werden geschult, diese so gut es geht zu vermeiden. Wie bereits erwähnt, kommt ausländischen Touristen, egal ob auf Urlaub oder für immer im Land geblieben, eine Vorreiterrolle zu. Der Demonstrationseffekt, den die Werte, vor allem in Bezug auf die Ökologie und deren Konservierung, auf die lokale Bevölkerung haben, ist maßgeblich für den Erfolg von Ökotourismus-Projekten. Mitarbeiter von *Sea Canoe* sind sich bewusst, welchen Platz eine intakte Umwelt in ihrem Arbeitsumfeld einnimmt, mit deren Zerstörung ist ein Weiterbestehen ihrer Arbeitsplätze gefährdet. Doch nicht nur zu Zwecken der Jobsicherung lernen die Guides über die Flora und Fauna der Region Phuket und Ao Phangnga. Touristen erwarten von Führern im Ökotourismus-Bereich ein gewisses Maß an Wissen über die natürlichen Begebenheiten der Ausflugsziele. Je mehr Informationen die Guides den Urlaubern zur Verfügung stellen können, desto höher fällt ein potenzielles Trinkgeld für diese aus, das zuweilen bis zu 40% des Einkommens ausmachen kann. Angestellte von *Sea Canoe* tragen damit zur Konservierung der Natur erheblich bei, da sie bessere Verdienstmöglichkeiten sowie einen gesicherten Arbeitsplatz nicht riskieren wollen. Demnach ist das Umweltbewusstsein der Mitarbeiter umso größer je länger sie im Unternehmen verbleiben. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005: 15f)

Zusätzlich zu den guten Verdienstmöglichkeiten schätzen viele *Sea Canoe* Guides den Erlebnisfaktor in ihrer Arbeit sehr. Sie sehen die geführten Touren als Spaß an und genießen die Freiheit, die ihnen von Seiten des Managements gelassen wird, es erfolgt keine strikte Kontrolle wie in der Tourismusindustrie teilweise üblich. Freiheit als ein wichtiges Element in der Entwicklungsdebatte findet sich bei Amartya Sen, dessen Konzept in einem vorherigen Kapitel kurz umrissen wurde. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005: 16)

Obwohl die Absichten von *Sea Canoe* mit ihren ökologisch verträglichen Kajaktouren durchaus löblich sind, so zeigen sich doch neben den sozialen Instabilitäten auch negative Auswirkungen auf die Umwelt. Durch den vom Unternehmen ausgelösten Trend des 'Ökotourismus' in der Region Phuket und Ao Phangnga zu etablieren, stieg die Anzahl der Kajaktourenanbieter innerhalb kürzester Zeit rapide an. Da hauptsächlich Ausflugsziele wie Höhlen und Lagunen angesteuert werden, die bis dahin völlig unberührt und teilweise unbekannt waren, wird das sensible Ökosystem dieser Plätze durch die große Zahl an Touristen nur allzu leicht gestört. Nicht zuletzt schlecht geschulte Guides, die in Konkur-

renz zu *Sea Canoe* stehen, passen ihr Verhalten nicht an ihre fragile Umgebung an und vertreiben dadurch Tiere permanent aus ihren Lebensräumen. Im konkreten Fall von Phuket und *Sea Canoe* wirkte sich die wachsende Konkurrenz nachteilig auf die Entwicklung von ökologisch verträglichem Fremdenverkehr und die Umwelt aus. Maßgebliche Innovationen, die generell in Konkurrenzsituationen angeregt werden (können), blieben bisher aus. Im Gegenteil, die unregulierte Expansion – die staatlichen Regulierungen sind zu gering oder werden nicht eingehalten – von Kajakunternehmen stellt ein großes Risiko für das Wachstum des ökotouristischen Sektors dar. Aufgrund der steigenden Degradation der Umwelt sowie der Massen an Touristen, die alle dieselben Orte besuchen, nehmen viele Reiseagenturen das Angebot der Kajakfahrten aus ihrem Sortiment, was wiederum mögliche Jobverluste mit sich bringt. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005: 17f)

Ökotourismus im Nationalpark Ao Phangnga und der Provinz Phuket präsentiert sich als zweiseitiges Schwert. Auf der einen Seite profitiert die lokale Bevölkerung von den guten Einkommenschancen, hat Kontakt auf Augenhöhe zu Touristen, wird in umweltpolitischen Belangen sensibilisiert und findet sich auf Arbeitsplätzen wieder, auf denen sie Spaß an ihren Tätigkeiten hat. Auf der anderen Seite trägt die ökotouristische Expansion paradoxerweise genau dazu bei, was sie zu verhindern sucht: Die Umwelt wird durch die hohe Anzahl an Besuchern an entlegenen Orten mit sensiblen Ökosystemen ge- oder sogar zerstört. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005)

Am Beispiel der Entwicklung des *community-based ecotourism* in Südthailand wird klar, dass ein Überdenken der Standards des ökologisch verträglichen Fremdenverkehrs notwendig ist. Die normativen Anforderungen an das System können in der Realität nur schwer erfüllt werden, Abstriche müssen gemacht werden. *Sea Canoe* agiert bei seinen Touren umweltsensibel, doch werden immer Spuren hinterlassen. Es gilt also die negativen Effekte so gering wie möglich zu halten. Gerade bei *community-based tourism* steht der Gedanke des *empowerment* (der Ermächtigung) der lokalen Bevölkerung im Vordergrund. Idealerweise würde ein *empowerment* in allen Lebensbereichen stattfinden, doch *Sea Canoe* und die Region Phuket zeigen klar auf, dass die ökonomische (bessere Verdienstmöglichkeiten) und psychologische (gesteigerter Status und Selbstvertrauen) Bevollmächtigung der lokalen Bewohner nur auf Kosten der sozialen (Unstimmigkeiten innerhalb der Gesellschaft) und politischen (lokale Initiation und Kontrolle über ökotouristische Entwicklung) Ermächtigung geschehen kann. (vgl. Kontogeorgopoulos 2005)

### 5.3.1.2. Koh Kret - „Designated Area for Sustainable Tourism Administration“

Als Industrie, die großen Einfluss auf und Auswirkungen für die lokale Bevölkerung der Reiseländer hat, ist es besonders interessant zu erfahren, welchen Stellenwert Tourismus für die Bereisten hat beziehungsweise wie sie ihn sehen. Koh Kret gilt als eine Destination, welche stark unter dem Banner des nachhaltigen Tourismus von der Thailändischen Tourismusassoziation (*Tourism Authority Thailand* – TAT) vermarktet wird. (vgl. Dabphet/Scott/Ruhanen 2012) Doch nur weil eine staatliche Organisation *sustainable tourism development* forciert bedeutet das noch nicht, dass die lokalen beteiligten Akteure und Interessensgruppen Kenntnis und Verständnis von diesem Konzept besitzen.

Seit 2003 ist Koh Kret eine ausgewiesene Region unter nachhaltiger Tourismusadministration („*Designated Area for Sustainable Tourism Administration*“, Dabphet/Scott/Ruhanen 2012: 1114). Im Zuge dieser Einteilung gab es Bestrebungen das Verständnis von nachhaltiger Tourismusentwicklung gemeinsam mit dem Konzept des Ökotourismus zu verbessern ebenso wie die Identifikation von Wegen zur Erreichung eines Gleichgewichts zwischen *sustainable tourism development* und ökologischem Schutz der Region voranzutreiben. Weiters sollen die lokalen Akteure in die Lage versetzt werden, die vorhandenen Ressourcen in angemessenem Umfang zu nutzen und vor allem dazu ermutigt werden, am Tourismus engagiert zu partizipieren. Zeitgleich begann die TAT aktiv Werbung für die Destination Koh Kret zu machen, welche vor allem an Tagestouristen aus der Hauptstadt Bangkok gerichtet war und ist. (vgl. Dabphet/Scott/Ruhanen 2012: 1114)

In einer zwischen Juni und Oktober 2008 durchgeführten Studie, die aus Interviews mit lokalen Regierungsorganisationen sowie mit der lokalen Bevölkerung besteht, versuchten Dabphet, Scott und Ruhanen (2012) das Verständnis der Befragten von nachhaltiger Tourismusentwicklung (*sustainable tourism development*) auf der Insel Koh Kret nördlich von Bangkok zu ermitteln. Überdies wurde der Fokus noch auf die Beantwortung der Frage nach den Kommunikationskanälen, auf welchen das nachhaltige Gedankengut übertragen wird, sowie auf die Ausforschung der agierenden Schlüsselakteure gelegt. Diese beiden letzten Punkte haben für die vorliegende Arbeit jedoch wenig Relevanz und werden deshalb, wenn überhaupt, nur kurz angeschnitten. (vgl. Dabphet/Scott/Ruhanen 2012: 1112)

Insgesamt zehn staatliche Vertreter und 45 in Koh Kret ansässige Thailänder nahmen an den Befragungen, die aus semistrukturierten Interviews bestanden, teil. Die Gruppe der

an der Studie teilnehmenden Einwohner bestand sowohl aus im Tourismus Beschäftigten sowie solchen, die in nicht-touristischen Gebieten der Insel wohnen, eine indirekte oder direkte Beteiligung in oder Beeinflussung durch fremdenverkehrspolitische Aktivitäten waren jedoch bei allen in gewisser Form gegeben. Viele der einheimischen Befragten, welche mit dem Tourismussektor verbunden waren, waren entweder als Reiseführer angestellt oder waren Besitzer von touristischer Infrastruktur wie Souvenirgeschäften und Beherbergungsbetrieben. (vgl. Dabphet/Scott/Ruhanen 2012: 1112f)

Die Ergebnisse der Studie präsentieren sich folgendermaßen: Alle zehn befragten Mitarbeiter regierungsnaher Organisationen sowie 25 der 45 interviewten Einheimischen von Koh Kret kannten den Terminus der nachhaltigen Tourismusedwicklung. Die Autoren identifizierten mit Hilfe einer Inhaltsanalyse der Interviews vier unterschiedliche Grundeinstellungen zum Thema nachhaltiger Tourismus unter den Befragten: allgemeiner Zugang zur Thematik (*general approach*), Implementierung (*implementation*), Probleme bei der Identifikation (*unidentified*) und Unbekanntheit des Konzeptes (*unknown*) sind die vier großen Themen. (vgl. Dabphet/Scott/Ruhanen 2012: 1114f)

Jene, die mit dem Konzept vertraut waren, identifizierten dieses als für die Region wichtiges und nützliches Rahmengebilde, unter anderem da es in Verbindung gebracht wurde mit einer Maßnahme zur Steigerung der Sensibilität gegenüber der Umwelt und der sozialen Welt. Ein weiterer Lerneffekt präsentierte sich laut Antworten der Befragten durch das Konzept des *sustainable tourism development*: Der angemessene Umgang mit beschränkten und wertvollen Ressourcen werde innerhalb eines nachhaltigen Entwicklungsprozesses den Teilnehmern am Tourismus vermittelt. Bei genauerer Nachfrage wurde nachhaltige Tourismusedwicklung mit staatlichen Regelungen sowie Plänen und Strategien in Zusammenhang gebracht. Diese Antworten und Bemerkungen wurden von den Autoren dem Punkt „*general approach*“ zugeordnet. (vgl. Dabphet/Scott/Ruhanen 2012: 1115)

Zur Thematik der Implementierung gab rund die Hälfte der Befragten Bemerkungen ab. Sie stellten großteils fest, dass eine gravierende Lücke zwischen der Ideologie des neuen Tourismuskonzeptes und der tatsächlichen Umsetzung in der Wirklichkeit besteht. Kommentare bezüglich der exzessiven Übernutzung des Terminus nachhaltige Entwicklung des Tourismus‘ waren ebenfalls keine Seltenheit, dabei wurde darüber hinaus angemerkt, dass, obwohl der Wechsel auf dieses System einen sehr wichtigen Punkt in der Destinationsentwicklung darstellt, kein Verständnis des generellen Konzeptes oder Ko-

nens darüber innerhalb der Bevölkerung vorhanden und aufgrund dessen eine reale Umsetzung kaum möglich sei. (vgl. Dabphet/Scott/Ruhanen 2012: 1115)

Die beiden letzten identifizierten Themenbereiche sind eng miteinander verbunden. „*Unknown*“ wurde jenen Befragten zugewiesen, die noch nie etwas von einer nachhaltigen Tourismusentwicklung gehört hatten, während denen, die bereits mit dem Konzept in Berührung gekommen waren, es jedoch noch gravierende Verständnisprobleme gab, die Einteilung zu „*unidentified*“ zukam. Grund für diese Schwierigkeiten bei der Definition stellt die breite Auslegbarkeit des Konzeptes dar. Prinzipiell kann es sein, dass jeder Mensch etwas anderes darunter versteht. Der Fokus kann beliebig auf jede der drei Dimensionen des nachhaltigen Tourismus‘ gelegt werden, so stellen die einen ökologische Belange in den Vordergrund, während für sie ökonomische oder sozio-kulturelle Begebenheiten eher nachrangig sind. Zusätzlich tauchten neben den allseits bekannten Dimensionen der Nachhaltigkeit vier weitere in den Interviews der Befragten auf: Integration in die Gesellschaft (*community integration*), Zufriedenheit der Touristen (*tourist satisfaction*), Regulierungen (*regulations*) sowie Aufklärung und Information (*education/information*). Grundsätzlich kann die These aufgestellt werden, je einfacher ein Konzept zu verstehen ist, desto wahrscheinlicher wird es auf den unterschiedlichen Kommunikationskanälen verteilt und erreicht mehr Menschen. (vgl. Dabphet/Scott/Ruhanen 2012: 1115f)

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass jene Befragten, die im Dienst von staatlichen Organisationen stehen ein besseres und detailliertes Verständnis vom Konzept der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus haben als die lokale Bevölkerung. Diese hat zwar größtenteils bereits von *sustainable tourism development* gehört, doch fällt es den meisten schwer, sich ein konkretes Bild davon zu machen. Manche taten nachhaltigen Tourismus sogar schlicht und einfach als ein Modewort ab, von dem zwar jeder redet, doch niemand genau weiß, was es eigentlich beinhaltet beziehungsweise bewirken soll. (vgl. Dabphet/Scott/Ruhanen 2012)

### 5.3.1.3. Vorzeigeregion Koh Yao Noi

Zusätzlich zu Koh Kret bestehen in Thailand noch weitere Vorzeigeregionen, die sich besonders durch die Umsetzung nachhaltiger Tourismusstrategien auszeichnen. Dazu zählen der Bezirk Umphang, das Dorf Prasat in Nakorn Ratchasima, die Gemeinde Kiri-



wong in Nakorn Srithammarat sowie der Bezirk Koh Yao Noi in Pang-Nga, welcher etwas genauer beschrieben wird. (vgl. UN o.J.)

Die Insel Koh Yao Noi im Süden Thailands, zwischen Phuket und Krabi gelegen, hatte aufgrund der industriellen Fischerei in diesem Gebiet (vorwiegend in den 1980ern) mit der starken Zerstörung der Unterwasserwelt zu kämpfen. Fischer verwendeten illegale Fangmethoden wie etwa den Einsatz von Dynamit und Elektroschocks, um in möglichst kurzer Zeit einen großen Fang einzufahren. Seegrass und Korallen wurden stark in Mitleidenschaft gezogen, die Zerstörung dieser Brutstätten für zahlreiche Fischarten führte zu einer starken Reduktion der Fischbestände und überdies zum Verlust der Lebensgrundlage der lokalen Fischerfamilien. Als Gegenreaktion gründete sich die *Small Fishers Group*, die gemeinsam mit sieben Dörfern, Nachbarbezirken und lokalen Bewegungen in Krabi, Phuket und Phang-Nga Strategien zur Verbesserung der Situation entwickelten. Die drei Provinzen schlossen sich schließlich zum *Andaman Network* zusammen, das als Plattform für die regionale Bevölkerung diente um deren Anliegen untereinander besprechen sowie sie der thailändischen Regierung vortragen zu können. (vgl. Buttrees o.J.)

Anfang der 1990er erhielt die Gruppierung Unterstützung von der thailändischen NGO REST (*Responsible, Ecological, Social Tours Project*) beim Aufbau eines *community-based tourism*. Ultimativ sollte dies als Sprachrohr dienen, um die Schwierigkeiten der lokalen Einheimischen einem breiteren Publikum näherzubringen, Verbesserungen zu fordern in der Lage zu sein ebenso wie striktere Kontrolle der Gesetze zu erreichen. 2001 sah die Situation auf Koh Yao Noi bereits ganz anders aus: verschärfte Beaufsichtigung des Fischereisektors ließ illegale Fischerei von der Bildfläche verschwinden. Dies war vor allem der Verwirklichung des CBT auf der Insel zu verdanken, dadurch erhielten Bewohner eine erfolgreiche Methode mit der restlichen Welt zu kommunizieren. (vgl. Buttrees o.J.)

Der Erfolg des gemeindeorientierten Fremdenverkehrsmodells ließ die Einwohner Koh Yao Nois weiter daran festhalten, sie nutzten es als Möglichkeit den Besuchern Einblick in das Leben der Fischer auf der Insel zu geben. Aus einem eher kleinen Projekt entwickelte sich im Laufe der Zeit der *Koh Yao Noi Community-based Ecotourism Club*, der bis heute noch aktiv ist und spezielle Führungen sowie Unterkünfte zur Verfügung stellt. Zu den Leitbildern der Vereinigung zählt der Aufbau eines Tourismussystems, welches auf die sensible muslimische Kultur – der Großteil der auf Koh Yao Noi Lebenden sind Muslime – Rücksicht nimmt und mit ihr kompatibel ist. Seit 2002 ist der Fremdenverkehr

fest in den Aktivitäten der CBT-Gruppe verankert, die Insel wuchs zu einer beliebten Destination nicht nur für Kulturtouristen, sondern ebenso für Regierungsbedienstete und Studenten heran, die alle dieses neue Tourismusmodell entdecken wollten. (vgl. Buttree o.J.)

Konkret war die Einführung des CBT den Bewohnern Koh Yao Noi nicht nur bei der Abschaffung der illegalen Fischerei behilflich, sie führte zusätzlich zum Aufbau der Gemeinschaft, der Entwicklung des Humankapitals auf *grass-roots*-Ebene sowie zur Konservierung der Ökologie und der muslimischen Kultur. Nachhaltigem Ressourcenmanagement und dem Umgang mit Abfall kommen in diesem Zusammenhang eine gewichtige Rolle zu und die Lebensumstände der Einheimischen wurden nachhaltig verbessert. Besonders bemerkenswert sind die aufgestellten Regeln für die Besucher der Insel: Die Touristen haben sich an die kulturellen Werte der Bewohner anzupassen. In diesem Sinne ist es ihnen verboten unangemessene Kleidung zu tragen sowie Alkohol zu trinken. (vgl. Buttree o.J.) Dies mag zwar in manchem Fall dazu führen, dass Touristen der Insel eher fern bleiben, doch erhöht sich durch diese Maßnahme die Qualität der ankommenden Reisenden. Jene, die nicht bereit sind sich lokalen Begebenheiten anzupassen, sind ohnehin besser in einem der noch immer zahlreichen *All-Inclusive*-Clubs aufgehoben. Deutlich wird an diesem Beispiel, dass eine gegenseitige Anpassung sowohl der thailändischen Bevölkerung als auch der Touristen stattfinden muss, um eine erfolgreiche Entwicklung eines nachhaltigen Fremdenverkehrssektors zu erreichen.

Alle drei vorgestellten Projekte können als Bemühungen besser gesagt als erfolgreich durchgeführte Beispiele für eine nachhaltige, ökologisch verträgliche Tourismusedwicklung in Thailand bezeichnet werden. Eine Orientierung an Nachhaltigkeitskriterien ist klar ersichtlich, vergleicht man die Aktivitäten mit den Bewertungsindikatoren des Handbuchs für Klein- und Mittelbetriebe, so sind zahlreiche der dort angeführten Handlungsanweisungen befolgt. Die Projekte arbeiten im Einklang mit der Natur, vermitteln den Touristen ein Bild der traditionellen, kulturellen Begebenheiten, stellen Kontakt zwischen Reisenden und Bereisten her, leisten Bildungs- und Aufklärungsarbeit, orientieren sich aber dennoch an den Wünschen der Touristen und setzen auf gute Beziehungen zwischen den Fremdenverkehrsunternehmen, deren Mitarbeitern sowie der lokalen Bevölkerung.

### 5.3.2. Organisationen zur Bewerbung nachhaltiger Tourismusedwicklung

Alle staatlichen Regeln und Richtlinien bringen Thailand jedoch nur wenig wenn Organisationen und Unternehmen fehlen, die diese beachten und umsetzen. Der gute Vorsatz alleine führt nicht zu einer nachhaltigen Verbesserung der Tourismusindustrie, der Lebenswelten der lokalen Bevölkerung oder der Umweltsituation. Im südostasiatischen Königreich etablierten sich in den vergangenen Jahren einige Vereinigungen, deren Fokus auf der Entwicklung eines *sustainable tourism* liegt.

#### 5.3.2.1. Thai Ecotourism and Adventure Travel Association (TEATA)

Gegründet 1997 vom privaten Sektor ist die *Thai Ecotourism and Adventure Travel Association* (TEATA) ein Anbieter von Ökotourismus-Touren. Dieses Netzwerk, bestehend aus Touranbietern, die sich auf öko-verträgliche Ausflüge spezialisiert haben, setzt sich selbst die Standards hochqualitative Aktivitäten, Management, Mitarbeiter sowie bestens organisierte Ausflüge und Dienstleistungen anzubieten/bereitzustellen. Die Vereinigung zählt einige hochqualifizierte und -spezialisierte Organisationen zu ihren Mitgliedern, die eine Vorbildfunktion für alle anderen einnehmen. Zu diesen vorbildlichen Unternehmen zählen u.a. *Asian Oasis* und *Sea Canoe Thailand*, die beide in dieser Arbeit Erwähnung finden. Oberstes Ziel der TEATA ist die Konservierung von Umwelt, Kultur und Natur – die Verbreitung von Ökotourismus. (vgl. TEATA)

Die vier Grundsätze der Organisation gehen konform mit den Ansprüchen, die an ökologisch verträgliche Reisen und Angebote gestellt werden. In diesem Sinn steht TEATA für die Entwicklung und Bewerbung sowie den Aufbau eines Netzwerks für Ausbildung und Training, sowohl für die eigenen Mitglieder als auch die allgemeine Öffentlichkeit, in Sachen Öko- und Abenteuerurlaub. Eine enge Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung, der Regierung sowie dem Privatsektor zur Verbesserung der ökologischen Konservierung und zur Sicherung der touristischen Entwicklung im Einklang mit Natur, Umwelt und Kultur. Vierter und letzter Grundpfeiler der Philosophie ist die Verpflichtung durch die eigenen Aktivitäten zu demonstrieren, dass Ökotourismus als eine Form des nachhaltigen Fremdenverkehrs gesehen werden kann und durch ihn neue Einkommensmöglichkeiten für die Einheimischen geschaffen werden können. (vgl. TEATA)

Für alle potenziellen und gegenwärtigen Mitglieder des Interessenverbands gelten fünf Prinzipien, die es zu befolgen gilt. Erstens sind alle von TEATA-Mitgliedern ausgeführten Aktivitäten so zu gestalten, dass sie negative Auswirkungen vermeiden oder zumindest auf ein Minimum reduzieren. Die Mitglieder sollen zweitens ihre Tätigkeiten in

Richtung einer Erhaltung von Kultur und Natur in den Destinationen koordinieren und drittens die Teilnahme der lokalen Bevölkerung an touristischen Prozessen fördern und unterstützen, wodurch direkte Vorteile für die regionale Gemeinschaft entstehen. Als vierte Bedingung kommen (Aus)Bildungseffekte zum Tragen: Sämtliche Aktivitäten der Mitglieder unterliegen dem Anspruch, Touristen etwas über die lokalen Begebenheiten zu vermitteln sowie ihnen ein gesteigertes Bewusstsein über die Signifikanz der Anerkennung lokaler Kulturen und des Schutzes der Ökologie zu verschaffen. Die fünfte und letzte zu erfüllende Anforderung betrifft die Sozialverträglichkeit der Projekte. Konkretes Management und anschauliche Pläne zu einer nachhaltigen Entwicklung der sozialen und ökonomischen Bereiche werden von den Mitgliedern erwartet. (vgl. TEATA)

Der Praxis des Netzwerkens kommt eine immense Bedeutung im Kontext der Aktivitäten der TEATA zu. Eigene Strategien für den Aufbau und den Erhalt eines funktionierenden Netzwerks von dem alle Mitglieder profitieren sind existent. Neben dem *networking* innerhalb Thailands bestrebt die Organisation eine Ausweitung der Zusammenarbeit in andere Regionen Asiens. Ein internationales Geflecht von Abenteuer- und Ökotourismusunternehmen soll ultimativ, vorwiegend durch die Hilfe der *International Eco-Tourism Society*, aufgebaut werden. (vgl. TEATA)

#### 5.3.2.2. The Thailand Community Based Tourism Institute (CBT-I)

Ansässig im Norden Thailands, genau in Chiang Mai, und gegründet 2006 unter der Schirmherrschaft des *Thailand Research Fund* (TRF) stellt das *Thailand Community Based Tourism Institute* (CBT-I) einen Zusammenschluss von zwei thailändischen Organisationen mit jeweils speziellen Kenntnissen, doch mit der gemeinsamen Vision einer nachhaltigen Tourismusentwicklung, dar. Das *Responsible Ecological Social Tours Project* (REST) ging eine Partnerschaft mit dem regionalen Büro des *Thailand Research Fund* ein und gründete somit das Institut. Dieses wiederum arbeitet mit den unterschiedlichsten Akteuren im staatlichen und universitären Bereich sowie mit Nichtregierungsorganisationen und Tourveranstaltern zusammen um bestmögliche Ergebnisse zu erzielen. (vgl. CBT-I)

Alle Beteiligten teilen die Ansicht, dass Tourismus als ein Werkzeug zur Entwicklung von gerade Fremdenverkehrsprojekten kleineren Ausmaßes und damit der Unterstützung der Einheimischen fungieren kann. Um jedoch diesen Effekt zu haben, ist vor allem in abgelegenen Regionen eine Partizipation der lokalen Bevölkerung am Prozess des nachhaltigen Aufbaus der Tourismusindustrie unentbehrlich. Sie erhält die Möglichkeit die

Richtung der Tourismusedwicklung mitzuentcheiden und bleibt vor allem für die vorhandenen lokalen Ressourcen verantwortlich. Interkulturelles Lernen, gegenseitiger Respekt und offener Meinungsauustausch sind Faktoren, die zu einem qualitativ höheren thailändischen Fremdenverkehrssektor beitragen können. (vgl. CBT-I)

Die übergeordnete Vision der Organisation verdeutlicht die Ausrichtung auf Zusammenarbeit und nachhaltigen Tourismus: „*Provide support and facilitate cooperation among stakeholders from grassroots to international levels, in order to strengthen the capacity of Thai communities to manage tourism sustainably.*“ (CBT-I) Quer durch alle Ebenen sollen Mitglieder rekrutiert werden wodurch auf einen Methoden- und Wissensmix zugegriffen werden kann, der beim Aufbau von gemeindeorientierten Fremdenverkehrsprojekten unter der Prämisse der Nachhaltigkeit nützlich und notwendig ist.

Zu den Erfolgen von CBT-I zählen der Aufbau von Wissen, Selbstvertrauen und Fähigkeiten der lokalen Bevölkerung in Regionen in ganz Thailand. Wert gelegt wird auf die Erhaltung traditioneller Kulturen und auf die Beachtung und Einhaltung regionaler Gesetzgebung. Die Organisation „*contributed towards more sustainable natural resource management, and lead to the development of Thailand’s largest network of CBT communities*“, was eine beachtliche Leistung darstellt. (CBT-I) Seine Arbeit sieht das Institut jedoch noch nicht getan und betreibt weiterhin Aufklärungstätigkeiten, setzt sich für eine Erweiterung des CBT-Netzwerks und mehr Kooperation zwischen allen Sektoren ein. (vgl. CBT-I)

#### 5.3.2.3. Network for Environmentally and Socially Sustainable Tourism (NESSThai)

Wie der Name schon sagt, ist NESSThai ein Netzwerk, das Einzelpersonen, Organisationen und Gruppen, die mit oder im Fremdenverkehrssektor arbeiten und alle dieselbe Auffassung vom Wert der Diversität jeglicher Form teilen. Touristen werden ebenso eingebunden wie die Thailänder vor Ort. Stationiert ist NESSThai in der Provinz Krabi im Süden Thailands, wo viele Reisende gerne ihren Urlaub verbringen. Die Infrastruktur ist zwar noch nicht so gut ausgebaut wie in der Nachbarregion Phuket, doch steigen die Touristenzahlen kontinuierlich. Gerade deshalb ist es wünschenswert in Krabi den Aufbau einer nachhaltigen Tourismusedwicklung zu fördern. (vgl. NESSThai)

*“This Network was created with the fundamental belief that for tourism to be a sustainable industry, it must encourage respect for differing cultures and environments among all participants; and operate at levels and in a manner appropriate to the very environment which is sustaining the tourism operations. This "environment" comprises the natural, historical and*

*socio-cultural features of a given area which make it exotic, or attractive, and thereby create a "tourism opportunity".*" (NESSThai)

NESSThai betreibt mit seinem *Sustainability Programme* Forschung im Bereich der Nachhaltigkeit. Unterschiedliche definitorische Konzepte werden u.a. auf ihre Stabilität, ihren Respekt vor natürlichen Ökosystemen sowie ihre Betrachtung der Tourismusindustrie und deren zugeschriebene Rolle untersucht. Das Netzwerk bietet interessierten Fremdenverkehrsoperatoren Hilfestellungen in Sachen *sustainability* an, indem es beispielsweise den negativen Einfluss des jeweiligen Unternehmens auf die Umwelt abschätzt und anschließend Handlungsmöglichkeiten zu einer Minimierung dieser Effekte erstellt. Eine Zusammenarbeit der Unternehmen mit der lokalen Bevölkerung wird – dort wo sie nicht schon geschieht – beworben. Chancen der Einheimischen, direkt vom Fremdenverkehr zu profitieren, werden erarbeitet. Dies geschieht im Rahmen des *Greening Tourism* Projektes, dessen übergeordnetes Ziel eine nachhaltigere Verbesserung der gesamten Industrie ist. (vgl. NESSThai)

#### 5.3.2.4. Asian Oasis

*Asian Oasis* wirbt mit dem Slogan *mythical journeys*, die dennoch dem Anspruch von verantwortungsvollem Reisen Genüge tun. Ausflüge werden im bergigen Norden Thailands ebenso angeboten wie im Inselparadies des Südens. Ursprünglich vor etwa 15 Jahren von verantwortungsbewussten Reisenden erschaffen, existiert zum Zwecke der Schaffung eines nachhaltigen gemeindebasierenden Tourismusmodells mit dem Leitbild der Konservierung der natürlichen Umgebung eine enge Zusammenarbeit zwischen *Asian Oasis* und der thailändischen Bevölkerung. (vgl. *Asian Oasis a*)

Kooperationen mit gleichgesinnten Organisationen, lokalen Regierungsvertretern sowie Universitäten stärken die Reichweite und Arbeitsmöglichkeiten von *Asian Oasis*. Gemeinsam mit der *Forest Restoration Research Unit* der Universität Chiang Mai erarbeitet die Organisation Strategien zu einem nichtinvasiven Aufbau der Fremdenverkehrsindustrie in den Berg- und Urwaldregionen. Den Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung verschrieben, legt *Asian Oasis* besonderen Wert auf den Erhalt von Natur, Tradition, Kultur und Gemeinschaft ebenso wie deren Stärkung. Schutzmaßnahmen und Aufrechterhaltung der Natur und Lebenswelt der Bevölkerung tragen zu einem authentischen Erlebnis der Touristen bei. (vgl. *Asian Oasis a*)

Im Jahr 2011 mit Auszeichnungen der *Thailand Boutique Awards* geehrt, zählen zwei der Organisation zugehörige Resorts – die *Lisu Lodge* sowie die *Lanjia Lodge* – zu Promotern nachhaltiger Tourismusedwicklung. Beide wurden stellvertretend für *Asian Oasis* mit einem *Gold Award* für die besondere thematische Idee und die Kultur der Unterkünfte sowie mit einem *Silver Award for Green, Nature and Environment* in der Kategorie Berg- und Waldregion ausgezeichnet. (vgl. Asian Oasis a; vgl. Thailand Boutique Awards) Die nächste Ehrung erhielt *Asian Oasis* 2012, als sie mit dem *Skål Diversey Special Recognition Award*, der zusätzlich zu den Auszeichnungen für Leistungen in der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus vergeben wird, prämiert wurde. Sie erhielt diesen Spezialpreis für hervorragende Tätigkeiten in Schutz und Konservierung der Natur bei gleichzeitigem nachhaltigem Aufbau des Unternehmens. (vgl. Asian Oasis a; vgl. Skål International 2012)

*Asian Oasis* unterstützt die *Green Passport Campaign* des UNEP, dessen herausgegebener Reiseführer Tipps für Touristen, die „grüner“ reisen wollen, zur Verfügung stellt. (vgl. Asian Oasis; vgl. UNEP)

Allen genannten Organisationen gemein ist das Leitbild einer nachhaltigen Umgestaltung der Fremdenverkehrsindustrie des thailändischen Königreichs. Die Beteiligung der lokalen Bevölkerung in Planungsprojekten und in der späteren Durchführung dieser steht an oberster Stelle, da ohne deren Beteiligung die positiven Effekte, gerade für sie, eher gering ausfallen. Eine Einbindung der Thailänder vor Ort hat zur Folge, dass sie ein besseres Verständnis der Abläufe und der Vor- und Nachteile touristischer Aktivitäten erlangen und somit ihr Wissen über die Möglichkeiten der Teilhabe an Projekten vergrößert wird. Mehr Information wird im Optimalfall ebenso dazu führen einen gesteigerten Partizipationswillen bei der Bevölkerung hervorzurufen. Gemeinsam erarbeitete Programme und Diskussionen zu allfälligen Themen dienen dem Meinungs- und Standpunktaustausch zwischen allen Beteiligten und führen zu einer qualitativen Verbesserung der Prozesse sowie zu einer Situation, die für alle akzeptabel ist. Sozio-kulturelle, ökologische und ökonomische Verbesserungen sollen durch den Tourismus erzielt werden, ein strikter Fokus auf nur einen dieser Faktoren ist für eine nachhaltige Entwicklung zu kurz gegriffen, darin sind sich die Netzwerke und Organisationen einig.

### 5.3.3. Resorts mit Nachhaltigkeitsgedanken

Die folgende Auflistung der Resorts ist eine rein zufällige und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, was bei dem großen Angebot in Thailand beinahe unmöglich ist. Wichtigstes Kriterium zur Aufnahme in diese Arbeit war ein Bekenntnis zu einer ökologisch verträglichen beziehungsweise nachhaltigen Form des Tourismus. Eine der Unterkünfte befindet sich im Norden des Landes, in der Nähe von Chiang Mai, und zeichnet sich durch Partizipation der ethnischen Minderheiten in dieser Region an dem Projekt aus. Die beiden anderen Resorts sind im Süden gelegen, eines davon im Nationalpark Khao Sok, das andere auf einer der Westküste vorgelagerten Insel. Klar ist, dass alle Angaben auf den Webseiten mit Vorsicht zu betrachten sind, kein touristischer Anbieter wird sich selbst schlecht darstellen. Dennoch überzeugen die angegebenen Informationen in einem ausreichenden Maß, um hier aufgeführt und näher beschrieben zu werden.

#### 5.3.3.1. Koh Ra Ecolodge (Koh Ra)

Koh Ra ist eine kleine Insel an der Westküste Thailands, die touristisch fast unberührt ist. Auf dieser Insel findet sich die *Koh Ra Ecolodge*, geleitet von zwei Frauen – einer Thailänderin und einer Italienerin – bietet sie Besuchern die Möglichkeit entweder einfach nur einen entspannten Urlaub in unberührter Natur zu verbringen oder aber aktiv an Programmen und Projekten teilzunehmen. Gegründet wurde die Lodge im November 2008 als Teil des *Reef Check Project*, wird viel Wert auf die Natürlichkeit der Unterkünfte sowie das Weiterbestehen unberührter Natur gelegt. Die Philosophie des Resorts ist es aufzuzeigen und darauf zu achten wie individuelles Verhalten sich auf die Umwelt, Ökosysteme sowie die lokale Bevölkerung auswirken kann. Leitbild ist die Kreation eines Modells, das demonstriert wie Ökotourismus, Reisen generell und der Aufenthalt an einem Ort nicht zwingenderweise zusätzlichen Stress für ein Ökosystem bedeuten müssen. (vgl. Koh Ra Ecolodge)

Die Bungalows der Anlage wurden im Einklang mit der Landschaft Koh Ras erbaut, nur natürlich vorkommende Materialien (wie Bambus) wurden verwendet und der umliegende Urwald, in den die Unterkünfte sorgfältig und ohne großartige Rodungen integriert sind, garantiert erfrischende Abkühlung an heißen Tagen. Ebenso wie bei Bauprojekten ist Lokalität bei Mahlzeiten ebenso wichtig. Sämtliche Zutaten sind sorgfältig nach ökologischen und gesundheitlichen Kriterien ausgewählt und teilweise im resorteigenen organischen Garten angebaut. (vgl. Koh Ra Ecolodge)



Mitarbeit als fix Angestellter, als Freiwilliger oder als Nachmittagsbeschäftigung als Tourist ist auf Koh Ra möglich. Ein Austausch zwischen allen beteiligten Personen findet täglich bei den Mahlzeiten statt. Zahlreiche Aktivitäten werden geboten um den Aufenthalt der Reisenden so kurzweilig und ebenso informativ wie möglich zu gestalten. Neben Schnorchel- und Tauchausflügen werden Paddelbootausflüge geboten, bei allen Tätigkeiten wird Wissen über die Insel und das sensible Unterwasserökosystem vermittelt. Für etwas weniger Abenteuerlustige gibt es auf Koh Ra einige gute Wanderwege und die Möglichkeit als Ornithologe die Vogelwelt der Insel zu erkunden. In diesem Zusammenhang existiert ein Projekt, das sich damit befasst alle vorhandenen Spezies zu katalogisieren, Touristen sind herzlich eingeladen daran teilzunehmen. Ein von der Lodge beschäftigter Naturforscher begleitet Besucher auf ihren Streifzügen durch den Dschungel und vermittelt ihnen interessantes Wissen über Flora und Fauna der Umgebung. Fast spielerisch werden Fakten über das Ökosystem vermittelt. Auf den Zug der westlichen Gesundheitswelt aufgesprungen, bietet die Ecolodge allen Yogaliebhabern die Chance selbst im Urlaub nicht auf diese körperliche Betätigung zu verzichten. (vgl. Koh Ra Ecolodge)

In der *Koh Ra Ecolodge* kommt Partizipation, egal in welchem konkreten Ausmaß, eine besonders gewichtige Rolle zu. Sie wird geführt unter den Grundsätzen der „*conservation, sustainability, and reduce-reuse-recycle*.“ (Koh Ra Ecolodge) Sämtliche Infrastruktur wurde unter strenger Beachtung der Bedingungen der fragilen Küstenlandschaft auf der Insel erbaut, Abfälle jeglicher Art werden getrennt, wiederverwertet beziehungsweise direkt an Ort und Stelle kompostiert. Zusätzlich zu den diversen ökologischen Meeresprojekten, die direkt von der Ecolodge und ihren Mitarbeitern durchgeführt werden, engagiert sie sich in Projekten der lokalen Bevölkerung. Ein Ziel ist es diesen einen nachhaltigeren Umgang mit den vorhandenen Ressourcen zu vermitteln, das reicht von Workshops, in der Lodge oder in den jeweiligen Dörfern, für die Bevölkerung bis hin zu organisierten Ausflügen für Schulen, um bereits bei den jungen Thailändern mit der Aufklärungsarbeit zu beginnen. Das Training in Sachen Ökotourismus und Umweltbewusstsein liegt der *ecolodge* sehr am Herzen, deshalb wird es den lokalen Einheimischen ebenso angeboten wie internationalen Schulklassen oder Studentengruppen. Bei letzteren wird zusätzlich zur Umweltweltbildung eine Einführung in die traditionelle Lebensweise der Moken, einem in der Region lebenden Seenomadenvolk, gegeben. (vgl. Koh Ra Ecolodge)

Auf der Insel gelegene Nationalparks werden mit Hilfe von Spezialisten auf ihre Eigenarten untersucht und die Flora und Fauna wird in Studien festgehalten. In enger Verbindung damit steht das Projekt der „*Island Ecology and Conservation*“, bei dem die Ökologie von Koh Ra genauestens aufgezeichnet wird. Mitarbeiter, Wissenschaftler oder Touristen, die Tiere auf ihren Wanderungen entdecken werden dazu aufgefordert die genauen Orte, an denen die Tiere gesehen wurden, in einen Katalog einzutragen. Besonderes Augenmerk wird jedes Jahr auf die Suche nach Schildkrötennestern gelegt, da die Erhaltung und Vermehrung dieser Meeresbewohner auf der Agenda der *ecolodge* steht. In Zusammenarbeit mit *Reef Check* wird kontinuierlich der Zustand der Riffe vor der Insel kontrolliert und in gezielten Aktionen werden die Riffe sowie der Strand gelegentlich von angespültem Müll befreit. Durch die Forschungsprogramme der *ecolodge* trägt sie zu einer nachhaltigen, lokalen Entwicklung bei. (vgl. Koh Ra Ecolodge)

Bestrebungen den ökologischen Fußabdruck der Anlage so gering wie möglich zu halten beinhalten u.a. die Minimierung des Energieverbrauchs, die Reduzierung des Abfalls, lokale Versorgung mit Lebensmitteln sowie eine verbesserte Wassernutzung und die Verwendung regionaler Baumaterialien. Die (Aus)Bildungsmaßnahmen, an Gäste sowie an die Einheimischen gerichtet, sollen Wissen über Umwelt und ökovertägliche Reisearten vermitteln und zugleich aufzeigen wie diese den lokalen Thailändern zu Gute kommen können. Strom wird überwiegend von einem Dieselmotor, der nur abends einige Stunden läuft, generiert, dazu verfügt die *ecolodge* über Solaranlagen und Speicherbatterien. Mit dem Verzicht auf Wasserheizgeräte, Waschmaschinen und Trockner ebenso wie mit dem Einsatz von Leuchtstoffröhren wird Strom eingespart. (vgl. Koh Ra Ecolodge)

Ein CBT-Projekt gemeinsam mit den Moken der Region wurde ins Leben gerufen. Erste Teilergebnisse waren bereits im April 2009 – also fünf Monate nach Eröffnung der *ecolodge* – sichtbar: Die Moken wünschten sich Trinkwasser besserer Qualität sowie Möglichkeiten zum Auffangen und zur Verwendung von Regenwasser. Ausbildungen der Lokalen zu Touristenführern wurden durchgeführt, aus Ausflügen erzielte Gewinne werden in einen Gemeinschaftsfonds investiert, von dem die gesamte Gemeinschaft profitiert. Weitere Kooperation mit anderen gemeinschaftsorientierten Tourismusprojekten findet ebenfalls statt. (vgl. Koh Ra Ecolodge)

Für Thailand eher ungewöhnlich ist die Qualität und Herkunft des Wassers. Gewöhnlicherweise wird Trinkwasser von großen, namhaften Konzernen in Plastikflaschen abgefüllt mit denen die Resorts versorgt werden. Auf Koh Ra existiert jedoch eine eigene Frischwasserquelle. Nach dreifacher Filterung kann das Wasser ohne Bedenken getrun-

ken werden. Abwasser aus der Küche wird ebenfalls biologisch gefiltert und jedes Badezimmer in den Räumlichkeiten besitzt eine eigene Faulgrube, wodurch das Abwasser nicht sofort direkt ins Meer abgeleitet wird. (vgl. Koh Ra Ecolodge)

#### 5.3.3.2. Lisu Lodge (Chiang Mai)

Die *Lisu Lodge* etwa 50km nördlich von Chiang Mai zählt zu den besten und bekanntesten Beispielen von Ökotourismus in Thailand. Ein von der lokalen Bevölkerung ins Leben gerufenes und geführtes Resort, das zwölf Mitarbeiter beschäftigt und nach der – ursprünglich aus China stammenden – ethnischen Minderheit der Lisu, die in der Nähe der Lodge leben, benannt ist, ist Teil eines gemeinschaftsbasierenden Projektes. Dessen Ziele sind vor allem die Konservierung des Naturerbes der *hill tribes* des nördlichen Thailands. Das Land auf dem das Resort erbaut wurde, ist von den Minderheitengruppen geleast und alle baulichen Maßnahmen wurden mit diesen gemeinsam abgesprochen. (vgl. Asian Oasis; vgl. Johansson/Diamantis 2004 : 299) Partizipation und Mitspracherecht der lokalen Bevölkerung werden, wie bei ökotouristischen Unternehmungen idealerweise üblich, auch bei diesem Projekt großgeschrieben.

Was die Bauweise der Lodge selbst betrifft, orientierten sich die Erbauer komplett am traditionellen Stil der Lisu. Sie bietet jedoch nicht nur einen spektakulären Blick auf die Berge und Felder rundherum, sondern versucht im Einklang mit der Tradition den Wünschen der Touristen nach einem bestimmten Maß an Komfort nachzukommen. (vgl. Asian Oasis b)

Organisation und Durchführung von geführten Touren zu Dörfern ethnischer Minderheiten in der Region gehören ebenso zu den Angeboten der *Lisu Lodge* wie Möglichkeiten zur Weiterbildung der Besucher in Bereichen wie Umweltschutz und den generellen Umgang mit der Natur. (vgl. Johansson/Diamantis 2004: 299) Alle Ausflüge werden von einem lokalen Guide geführt, innerhalb der Dörfer wird den Touristen die Ehre zu Teil von einem der Dorfältesten persönlich auf die Sehenswürdigkeiten aufmerksam gemacht zu werden. Darüber hinaus unterrichtet er die Besucher über die Kultur und Traditionen der jeweiligen Ethnie, was für die Gäste die Möglichkeit bietet mehr von ihrer Reise mit nach Hause zu nehmen als nur schöne Fotos, nämlich Wissen. (vgl. Asian Oasis b) Diese Austauschbeziehung zwischen Reisenden und der lokalen Bevölkerung gestaltet sich für beide Seiten vorteilig, da Wissen über die Kultur des jeweils anderen übermittelt wird. Essentiell ist, dass sich alle Beteiligten gleichermaßen auf diese Erfahrungen einlassen und aufgeschlossen für neue Erkenntnisse sind.

Eine Vielfalt an möglichen Touren wird Interessierten geboten. Von halbtägigen Kurzausflügen zum Mittagessen in die *Lisu Lodge* bis hin zu fünftägigen Trekkingtouren durch die Berglandschaft findet sich für jeden nur erdenklichen Geschmack etwas. In diesen Trips inkludiert sind meist das sich bei Touristen großer Beliebtheit erfreuende Elefantenreiten sowie traditionelle Massagen, Rafting- oder Radtouren. Etwas ausgefallener sind Kochkurse oder solche in denen die Teilnehmer lernen Früchte und Gemüse in ansprechende Formen zu verarbeiten ebenso wie ein Ritt auf einem Ochsenkarren durch das jeweilige Dorf. Aufführungen traditioneller Tänze werden ebenfalls geboten. (vgl. Asian Oasis b) Diese authentischen Darbietungen können als förderlich für die lokale Identität und die Bewahrung von Bräuchen gesehen werden. Andernfalls vergessene Werte und Brauchtümer werden für die Touristen erhalten, wodurch eine erneute Auseinandersetzung der lokalen Bevölkerung mit ihrem kulturellen Erbe angestoßen wird. Vor allem bei ökologisch verträglichem und nachhaltigem Tourismus zeigen sich diese positiven Effekte verstärkt.

Mit der Eröffnung der *Lisu Lodge* erhielten die lokalen *hill tribes* Möglichkeiten an der nationalen Wirtschaft zu partizipieren und ihre überwiegend autarke Lebensweise durch Verdienste im Tourismussektor zu ergänzen. Sehr bemüht sind die Verantwortlichen der Lodge jedoch um die nachhaltige Erhaltung der kulturellen Eigenheiten der Bevölkerung, eigene Räumlichkeiten wurden errichtet um den Einheimischen die Gelegenheit zu geben, traditionelle Handwerksstücke herzustellen, die in weiterem Verlauf in einem kleinen Laden zum Verkauf angeboten werden. (vgl. Johansson/Diamantis 2004: 301f) Direkte und indirekte Einkommenseffekte für die Bergvölker entstehen durch die Teilnahme an der touristischen Lebenswelt.

Um negative Effekte durch den Fremdenverkehr so gering wie möglich zu halten beziehungsweise gar nicht erst entstehen zu lassen, operiert die Lodge nach den Prinzipien der *carrying capacity*. Diese besagen, dass zu einem bestimmten Zeitpunkt nie mehr Touristen als Einwohner an einer Destination sein sollen. Auf die Einhaltung dieser Kapazitätsgrenzen wird große Acht gegeben. (vgl. Johansson/Diamantis 2004: 306f)

#### 5.3.3.3. Our Jungle House (Khao Sok)

Im Nationalpark von Khao Sok befindet sich das *Our Jungle House*, das bereits 1985 auf einem Stück Regenwald in privatem Besitz gebaut wurde. Über 80% des Urwaldgrundstücks sind weiterhin unbebaute Fläche und somit unberührte Natur in Reinform. Gründer war ein in Bangkok stationiertes Mitglied des *Peace Corps*, das seine Liebe für Thailand

und die Natur entdeckt hat und bis heute der Eigentümer der Anlage ist. Das Resort selbst bezeichnet sich als den Ökotourismus-Pionier in der Parkregion Khao Sok, welche unumstritten zu den am besten erhaltenen Lebensräumen tropischer Tier- und Pflanzenwelt in ganz Thailand zählt. (vgl. Our Jungle House)

Einige Maßnahmen werden gesetzt um sich den Titel des Ökotourismus-Resorts zu verdienen. Zu Beginn stand die strikte Verwendung von lokalen Baumaterialien sowie Bauarbeitern, bei den Arbeiten wurde streng darauf geachtet so wenig Einfluss auf die Natur zu nehmen wie möglich. Ebenso wie die *ecolodge* auf Koh Ra minimiert das *Jungle House* seine Stromnutzung, größtenteils geschieht dies durch den Verzicht auf Klimaanlage, Fernseher sowie heißem Wasser. Auf extra angelegten Wegen rund um das Resort können die Touristen die Anlage sowie die Natur rundherum genießen und darüber lernen. Invasive Eingriffe in das Ökosystem des Regenwaldes werden vermieden, eine Harmonie zwischen touristischer Nutzung und Natur wird angestrebt. Das Dogma *reduce, reuse and recycle* trifft auf das *Jungle House* ebenso zu wie auf die *Koh Ra Ecolodge*, und verzeichnet erfreuliche Ergebnisse. Seit Beginn des Projektes wurde der Abfall des Resorts, der für Mülldeponien bestimmt ist, bereits um die Hälfte reduziert. Leere Saftverpackungen werden an einen Künstler in Phuket verschickt, der daraus kreative Möbelstücke herstellt. (vgl. Our Jungle House)

Zu einem ökotouristischen Anbieter gehört jedoch zusätzlich zu Umweltschutz und Konservierungsmaßnahmen die Beteiligung der lokalen Bevölkerung an den Projekten. *Our Jungle House* bezieht seine Lebensmittel von lokalen, organischen Produzenten in unmittelbarer Nähe der Anlage. Um den Einheimischen die Chance auf verbesserte Lebensstandards zu bieten, werden sämtliche Dienstleistungen von Lokalen in Anspruch genommen, wodurch ein enormer Beitrag zur Entwicklung der regionalen Wirtschaft geleistet wird. „Unsere Kinder sind unsere Zukunft“ – diesen Spruch haben sich die Mitarbeiter des *Jungle House* zu Herzen genommen und eine Schule für burmesische Kinder, denen andernfalls der Zugang zu Ausbildung verwehrt bliebe, erbaut. Derzeit wird an der Errichtung eines lokalen Kindergartens gearbeitet. Weitere Projekte im Sinne des *community development* wie der Bau eines Gemeinschaftszentrums, der Organisation eines Jugendnetzwerkes zur Konservierung der Natur und lokale CBT-Projekte werden vom Resort unterstützt und gefördert. (vgl. Our Jungle House)

Vom *Jungle House* organisierte Touren durch den Nationalpark reichen von Halbtages- bis zu Ganztagesauflügen und können eine Nachtsafari, einen Elefantenritt, eine Kanufahrt oder das Beobachten der Vogelwelt beinhalten. Geführt werden die Tourgruppen,

die aus mindestens zwei Personen bestehen, von lokalen *guides*, die mit der Flora und Fauna sowie den natürlichen Begebenheiten des Nationalparks vertraut sind. (vgl. Our Jungle House)

Die drei angeführten Resorts erfüllen viele der im Handbuch zu einer nachhaltigen Entwicklung von Klein- und Mittelbetrieben angeführten Kriterien und ähneln sich in vielerlei Hinsicht. Sie haben nicht nur beim Bau ihrer Anlagen darauf geachtet, minimalst invasiv in die natürliche Landschaft einzugreifen, sondern haben lokale, biologische Baumaterialien verwendet, was ihre Fokussierung auf Umweltschutz und –erhaltung aufzeigt. Dazu zählt ebenfalls der Umgang mit Abfall und Abwasser: biologische Abfälle werden kompostiert, nichtbiologischer Müll wird gesammelt, getrennt und, wenn möglich, wiederverwertet. Ein Beitrag zur Entwicklung der Region und der ansässigen thailändischen Bevölkerung wird durch die Anstellung dieser in den Betrieben sowie in den Zugriff auf lokale Dienstleister geleistet. Lokale produzierte Lebensmittel zu verwenden verringert zum einen hohe Transportkosten und Abgasemissionen und löst zum anderen eine Art Multiplikatoreffekt aus, da durch den Kauf bei lokalen Verkäufern diese mehr Einkommen haben und ihr Geld wiederum an anderer Stelle für andere Dienstleistungen ausgeben können. Von den Resorts organisierte Touren werden von lokalen Führern durchgeführt, da diese über eingängiges Wissen der Landschaft, Natur und Tierwelt verfügen und die Reisenden an ihren Kenntnissen teilhaben lassen können. Auf diese Weise wird ein Lerneffekt bei Touristen generiert. Aus eigener Erfahrung ist es interessanter von einem Einheimischen über die natürlichen Begebenheiten unterrichtet zu werden, da das Gefühl der Authentizität viel höher ist.

#### **5.4. Verständnis von sustainability, sustainable tourism (development) und ecotourism von thailändischen Resorts**

---

Insgesamt 30 Fragebögen<sup>12</sup> wurden an thailändische Resorts, die auf ihren Homepages einen dezidierten Fokus auf ökologische Verträglichkeit und Nachhaltigkeit betont haben, per E-Mail verschickt. Leider wurden lediglich vier dieser Fragebögen ausgefüllt retourniert. Ein fünfter Hotelbesitzer antwortete auf die Anfrage, dass es ihm aufgrund fehlen-

---

<sup>12</sup> Der Fragebogen, wie er an die Resorts ausgeschickt wurde, findet sich in Anhang 4.

der Computerkenntnisse leider nicht möglich sei, die Fragen zu beantworten, er jedoch gerne helfen würde und um Zusendung des Dokumentes auf anderem Wege bat. Aufgrund der knapp bemessenen Zeit war dies bedauerlicherweise nicht möglich. Doch sollen die Ergebnisse, wenngleich sie weit entfernt davon sind, repräsentativ zu sein, in diese Arbeit einfließen, da sie überaus interessant sind. Sie verdeutlichen, welches Verständnis von Nachhaltigkeit die Befragten haben und lassen einen Vergleich mit anerkannten Definitionen zu.

Die gestellten Fragen befassen sich mit grundsätzlichen Thematik des nachhaltigen Tourismus‘ und sind offen gestellt worden, um den Befragten die Möglichkeit zu geben ihre Antworten zu elaborieren. Frage eins ist dazu da, abzuklären, ob von den oben genannten Konzepten schon einmal gehört wurde. Darauf folgt eine Bitte der Angabe der eigenen Definition, gefolgt von der Bekanntgabe des Weges auf welchem die spezifischen Kenntnisse erworben wurden. Frage vier zielt auf die jeweiligen Aktivitäten der Resorts ab, die unternommen werden, um als nachhaltig eingestuft zu werden und Punkt fünf erkundigt sich nach etwaigen Zertifizierungen im Bereich der Nachhaltigkeit. Darauf folgt, für den Fall, dass die Befragten mit den Begrifflichkeiten nicht vertraut sind, die Möglichkeit anzuführen, was sie sich unter den Begriffen vorstellen könnten. Abgeschlossen wird der Fragebogen mit der Erkundigung nach der jeweils im Resort und im privaten Bereich angewandten Abfallwirtschaft – wie wird mit Müll umgegangen?

Erfreulich ist, dass alle vier Befragten angegeben haben, mit den Konzepten der Nachhaltigkeit, des nachhaltigen Tourismus‘ und des Ökotourismus‘ vertraut zu sein. Drei der Vier haben durch ihre Arbeit, Einer ebenfalls durch Medien, von dem Paradigma der nachhaltigen Tourismusedwicklung erfahren. Der vierte Befragte gab an im Zuge seiner Ausbildung mit der Konzeption der *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bekanntschaft gemacht zu haben und daraus den Anschluss und das Interesse an der Thematik der Nachhaltigkeit gefunden zu haben.

Auf die Frage nach einer Definition der abgefragten Konzepte Nachhaltigkeit, nachhaltiger Tourismus, Ökotourismus sowie nachhaltige Tourismusedwicklung legte jeder der Befragten sein eigenes Verständnis dar. So unterschiedlich die Antworten auch waren, allen gemein ist der Grundsatz etwas zur Erhaltung der Natur beizutragen sowie positive Effekte für die lokale Bevölkerung zu generieren. Dieser „*new way of tourism*“, der einen Fokus auf Langzeiteffekte legt, wird als ein „*more conscious way of travelling*“ bezeichnet. (Fragebogen A) Genauer gesagt soll diese Form des Fremdenverkehrs eine

„*development in nature*“ und nicht eine Entwicklung der Natur sein (Befragter C) und einen positiven Beitrag für Bevölkerung und die Gemeinschaft leisten (Befragter A). Eine Unterstützung der lokalen Wirtschaft erfolgt u.a. durch die Schaffung von Arbeitsplätzen für die lokalen Thailänder der jeweiligen Region, sie erhalten im Austausch für ihre Arbeitskraft eine monetäre Entschädigung und erlangen neues Wissen beispielsweise über den Aufbau eines nachhaltigen Tourismusunternehmens. (Befragter A) Dieser gesteigerte Wissensstand führt zu einem differenzierteren und reflektierten Umgang mit der Natur und natürlichen Ressourcen, nicht nur im Bereich ihres Arbeitsplatzes, sondern auch in ihrem Zuhause. Eine Art Bewusstseinsbildung findet statt, die neuen (Er)Kenntnisse werden an die Umgebung (wie z.B. die Familie und Freunde) weitervermittelt. So entsteht durch die Anstellung der Thailänder in nachhaltig operierenden Betrieben ein Effekt der Bildung und Aufklärung, der über die direkte Belegschaft hinausreicht und Verbreitung auf die gesamte Gemeinschaft erfährt.

Resort A und B sind sich einig, dass diese neue Art von Tourismus ein gegenseitiges Verständnis zwischen Besuchern und Besuchten hervorruft. Positive Erfahrungen auf beiden Seiten können oder besser sollen gemacht werden, ebenso sollen alle beteiligten Akteure Vorteile aus der eingegangenen Austauschbeziehung erhalten. (Befragter A und Befragter B) Deziert angeführt wurde der Anspruch auf Nachhaltigkeit in ökologischen, sozialen sowie ökonomischen Aspekte von Befragtem D, die drei Übrigen erwähnten diese zwar ebenso, doch verwendeten sie Umschreibungen.

Vor allem die gesetzten Tätigkeiten der Resorts, die eine Eigenbezeichnung von „nachhaltig“ und „ökoverträglich“ rechtfertigen, sind interessant für diese Arbeit. Obwohl nur zwei der vier befragten Unternehmen bisher Zertifizierungen in diesem Bereich erworben haben, so setzen doch alle Aktivitäten in Richtung Nachhaltigkeit und Naturschutz. Der deutliche Schwerpunkt liegt in der Ermöglichung der Partizipation der lokalen Bevölkerung, sowie in der Annahme von lokalen Dienstleistungen. Thailänder aus der Umgebung werden entweder direkt in den Resorts angestellt (A und B) oder profitieren indirekt durch den Verkauf von Lebensmitteln und anderen Gütern an die Unternehmen (C und D). Betrieb B legt großen Wert darauf, die lokalen Einheimischen an den Gewinnen teilhaben zu lassen und lässt Teile seines Einkommens in die Gesellschaft rückfließen. Ganz im Sinne der Philosophie „weniger ist mehr“, versucht das befragte Resort C weniger Mittel effizienter zu nutzen. So wird beispielsweise auf Warmwasser und Klimaanlage verzichtet. In Thailand wird Warmwasser überwiegend nur für Touristen angeboten, diese



wollen auf den Luxus des warmen Duschwassers nicht verzichten. Dabei ist bei den tropischen Temperaturen im südostasiatischen Königreich eine Kaltwasserdusche ohnehin eine willkommene Abwechslung. Stromkosten lassen sich durch den Verzicht von Wasserheizgeräten senken. Energie-Management betreibt das befragte Resort D ebenso, erneuerbare Energie wird in der gesamten Anlage verwendet.

Dass noch einiges an Aufklärung zu leisten ist, vor allem im Bereich der Aufklärung der lokalen Bevölkerung, wird in der Antwort eines Resorts deutlich. Auf die Frage, welche Maßnahmen sie setzen um nachhaltig und/oder ökofreundlich zu sein, antwortete der Befragte: „*[W]e try to involve the locals in our project but this is rather difficult to do since they don't see the benefit in it directly (income).*“ (Befragter A) Die Höhe der zu generierenden Einkommen scheint den Einheimischen in diesem Fall nicht genug Anreiz zu sein, um sich in derartigen Projekten zu engagieren. Interessant wäre zu wissen, welche Vorstellungen die Thailänder konkret haben. Wie hoch müsste ihr Gehalt sein? Liegt es wirklich nur am Faktor Geld, dass sie nicht teilhaben wollen oder gibt es andere Argumente, die sie eventuell sogar abschrecken?

Drei der befragten Tourismusunternehmen (A, C, D) kompostieren ihren biologischen Abfall, der bis zu 50% des anfallenden Mülls ausmachen kann. Resort A verwendet den Kompost als natürlichen Dünger für den eigenen Gemüsegarten sowie für die umliegenden Kaffee- und Gummipflanzungen. Die drei Unternehmen versuchen ebenfalls Plastikmüll so gering wie möglich zu halten und halten sehr viel von der Tätigkeit des Recycling. Nicht-biologischer Müll wird getrennt und wiederaufbereitet. Entweder werden die Materialien an einen lokalen *recycling shop* verkauft (Resort A) oder innerhalb des eigenen Betriebs wiederverwertet (Resort D sammelt Styropor um damit seine Dächer zu isolieren). Essensreste kommen in Betrieb A und B respektive den hauseigenen oder den Tieren der umliegenden Bauern zu Gute, wodurch die Menge an Abfall reduziert wird und Lebensmittel nicht unnötig entsorgt werden.

Die Aufbereitung der erhobenen Daten aus den Fragebögen zeigt deutlich auf, dass jene vier Fremdenverkehrsunternehmen, die auf ihren Internetseiten ihre Nachhaltigkeit betonen, tatsächlich Aktivitäten in diese Richtung – wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß – setzen. Den Befragten muss hinsichtlich ihrer Antworten Vertrauen geschenkt werden, da eine Untersuchung und Kontrolle der Vorgänge vor Ort leider im Zuge dieser Arbeit nicht möglich ist. Einigkeit herrscht bei allen befragten Resorts bezüglich der Rolle der

Natur und der lokalen Bevölkerung in der Umsetzung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung. Ohne deren Teilnahme am Prozess sowie ohne eine Rücksichtnahme auf die Umwelt kann der Aufbau einer nachhaltigen Industrie nicht gelingen.

### **5.5. Tourismus und nachhaltige Entwicklung am Beispiel von Trekkingtouren in Nordthailand**

---

Mit der Beziehung zwischen Tourismus und nachhaltiger Entwicklung hat sich Dearden (1991) am Beispiel des Trekking-Tourismus im Norden Thailands näher auseinandergesetzt. Im nördlichen Teil des südostasiatischen Königreichs leben viele ethnische Minderheiten teilweise noch in Abgeschiedenheit, Fremdenverkehr war für sie lange Zeit kein Begriff. Doch als die ersten Trekker oder Abenteuerurlauber bereits in den 1960er Jahren ohne vorhandene Infrastruktur begannen, selbst die entlegensten Dörfer zu besuchen, entwickelte sich ein neuer Industriezweig, der dem Ethnotourismus zugeordnet werden kann. (vgl. Dearden 1991: 401; vgl. Trupp 2009: 98) Die lokale Bevölkerung, meist unter dem Sammelbegriff *hill tribes* bekannt, sah in den Touristen eine potenzielle Geldquelle, die ihre Lebensumstände zu verbessern im Stande war. Eine nicht geringe Anzahl der Minderheitenvölker lebten als Nomaden, sie zogen von einem Ort an den nächsten und hinterließen vor allem im Bergland Thailands eine Schneise der Waldzerstörung sowie der Bodenerosion. Darüber hinaus fand keine Identifikation mit dem thailändischen Volk statt, was teilweise an der großen Abgeschiedenheit und den Verschiedenheiten zwischen den Bevölkerungsgruppen lag. Diese Begebenheiten trugen dazu bei, dass die Zentralregierung des Landes den Völkergruppen im Hochland kritisch gegenüber stand. (vgl. Dearden 1991: 401f)

Die überwiegende Subsistenzwirtschaft, in der vor allem Hochlandreis, Mais und Opiummohnblumen angebaut wurde, verlor mit steigenden Touristenzahlen an Dominanz. Zwei grundsätzliche Phasen lassen sich bei der touristischen Erschließung der *hill tribes* feststellen: Während der ersten Phase beginnt der Kontakt zwischen Bergvölkern und ausländischen Trekkern gerade erst. Der Kontakt zwischen den Akteuren wird von Trekkingführern, die gute Beziehungen zu den Dorfvorstehern besaßen, hergestellt. Vom Dorf bereitgestellte Leistungen, wie Unterkunft, wurden nicht bezahlt, sondern es galt Tugend der Gastfreundschaft, die Urlauber zu empfangen und zu beherbergen. Geschenke und

medizinische Ausrüstung wurden als Zahlungsmittel verwendet. In dieser ersten Stufe der Vertouristisierung leben die Bergvölker noch abgeschottet von der Zivilisation, der Besuch der Dörfer durch Trekker findet lediglich sporadisch statt. Jene Wanderer, die in die Siedlungen kommen, bietet sich eine Erfahrung, wie sie authentischer nicht sein könnte. Aufgrund der geringen touristischen Penetration lassen sich zu Beginn geringe bis keine Effekte auf die Bevölkerung und ihren Lebensstil erkennen, Anzeichen einer Akkulturation gibt es (noch) keine. (vgl. Dearden 1991: 402ff)

Dies ändert sich mit dem Erreichen der zweiten Phase der Erschließung durch den Tourismusmarkt. Hier wird eine basale Infrastruktur für die Besucher angelegt und erste, wenn auch geringe, Hinweise auf Anfänge einer Akkulturation der Bergbevölkerung an die Kultur der Trekker. In den Trekking-Dörfern werden eigens für den Fremdenverkehr hergestellte Kunstwaren zum Verkauf angeboten, die Anzahl der Besucher steigt kontinuierlich und erste Schilder in englischer Sprache tauchen vermehrt auf. Dorfbewohner lassen sich auf dieser Stufe nicht mehr unentgeltlich fotografieren, sondern verlangen monetäre Abgeltung, traditionelle Tänze werden explizit für das Zielpublikum Trekker aufgeführt und was in der ersten Phase noch zu höflicher Gastfreundschaft zählte, ist nun von den Touristen zu bezahlen: Thai-Whisky und Opium werden nicht mehr kostenlos angeboten. Durch den Verkauf von Kunst- und sonstigen Waren sowie das Bereitstellen von bezahlender Unterkünfte werden von den *hill tribes* erstmals Einkünfte generiert. (vgl. Dearden 1991: 404f)

Je nachdem wie weit fortgeschritten die Öffnung der Bergdörfer für Trekkingtouristen ist, desto mehr zusätzliches Einkommen können die generell armen Bewohner lukrieren. Fünf große Blöcke der Einkünftegewinnung stehen den ländlichen Thai zur Verfügung: Verkauf von Souvenirs, Unterbringungsmöglichkeiten, Transport, Betteln sowie diverse andere (Dienst)Leistungen. Die Bereitstellung von Unterkünften zeichnet sich als Haupteinnahmequelle verantwortlich, die Einkünfte aus dieser Sparte verbleiben zu fast ein Hundert Prozent in den jeweiligen Dörfern. Mit dem Geschäft von eigenhändig gefertigten Kunsthandwerksstücken und Mitbringseln fließen jährlich geschätzte drei Millionen Thailändische Baht<sup>13</sup> in die Siedlungen der Minderheiten. (vgl. Dearden 1991: 405f) Die-

---

13 Umgerechnet mit dem Fremdwährungskurs per 09.04.2013 sind das etwas mehr als €79.000,-.

se Zahl dürfte sich seit 1991 angesichts der wachsenden Popularität von Trekking-Touren in dieser Region beträchtlich erhöht haben.

Ein bei weitem nicht unbeträchtliches Einkommen lässt sich im Transportsektor für die Angehörigen von Minderheitengruppen im Bergland von Thailand erzielen. Elefanten, die von den Menschen seit langer Zeit bereits als Nutztiere in der Forstwirtschaft genutzt wurden, erfuhren durch die touristische Erschließung eine neue Aufgabe. Sie wurden als Transportmittel für Touristen eingesetzt – geführte Touren quer durch den Dschungel auf dem Rücken eines dieser majestätischen Dickhäuter klingen für viele verlockend und werden daher nicht nur im Norden des Landes angeboten (und nachgefragt). Daneben können noch Einkünfte mit der Fertigung von Raftingbooten aus Bambus generiert werden. Auf vielen Trekkingrouten bietet sich eine Möglichkeit ein Stück des Weges auf einem Fluss per Floß zurückzulegen, was als willkommene Abwechslung gesehen werden kann. In diesen Gebieten haben sich viele Einheimische dem Bau dieser Boote gewidmet, weshalb der Bambusbestand, trotz des schnellen Wachses der Bäume, teilweise alarmierend gering ist. Auf diesen Umstand achten die meisten nicht, da sie den zu erlangenden Profit zwischen 600 und 1000 THB beziehungsweise zwischen 15 und 26 Euro pro Raftingboot vor Augen haben. (vgl. Dearden 1991: 406f)

Sonstige Leistungen mit denen die *hill tribes* Geld verdienen bestehen zum Großteil aus dem Verkauf von alkoholischen sowie nicht-alkoholischen Getränken, von Opium und Süßwaren ebenso wie aus der monetären Entschädigung für das Posieren für Fotografien und aus der Aufführung von traditionellen Tänzen für die Reisenden. Im Jahr 1991 wurde geschätzt, dass durch die touristischen Aktivitäten in der Trekkingregion Nordthailand rund dreiundfünfzig Million Thailändische Baht (~ 1,4 Millionen Euro zum Wechselkurs per 09.04.2013) in den Bergdörfern eingenommen wurden. Das Gros dieser Einkünfte verblieb in den Siedlungen, was als positiver Einkommenseffekt durch den Fremdenverkehr zu verstehen ist und wohl auch der Grund für die Partizipation der lokalen Bevölkerung ist. Die fünfte und letzte neue Einnahmequelle stellt das Betteln dar, wobei schwer einzuschätzen ist wie viel Geld tatsächlich mit dieser Praktik eingenommen wird. (vgl. Dearden 1991: 406f)

Ultimativ kann ein Bergdorf noch eine dritte Stufe der touristischen Entwicklung erreichen: die weniger abgelegenen und leichter zu erreichenden Trekking-Siedlungen werden zu fixen Programmpunkten einer Tour durch *hill tribe*-Dörfer. Eine große Anzahl an Tou-

risten besucht täglich den Ort, verweilt jedoch nicht lange, braucht weder Unterkunft noch viel Verpflegung, lässt aber Geld beim Kauf der angebotenen Souvenirs im Dorf. (vgl. Dearden 1991: 405) Bei solchen geführten Ausflügen geht es weniger um kulturellen Austausch (weder von Seiten der Touristen noch der lokalen Bevölkerung), sondern vielmehr darum, zu sehen, wie die jeweiligen Minderheiten leben. Doch oft wird nicht einmal dieser geringe Anspruch der Urlauber, über dessen ethische Korrektheit diskutiert werden kann, erfüllt. Auf einer Reise in den Norden Thailands habe ich solch eine Zurschau-Stellung selbst miterlebt. Mit einem Mini-Van werden die Besucher im Dorf abgeholt, sie haben dann eine gewisse Zeit um sich umzusehen bevor die Fahrt weitergeht. Das „Dorf“ besteht oftmals jedoch nur aus einer Ansammlung aneinandergereihter Verkaufshütten, in denen imposante „Langhalsfrauen“ mit zahlreichen golden farbigen Ringen um ihre Hälse sitzen und versuchen Touristen davon zu überzeugen gerade bei ihnen Souvenirs wie selbst gefärbte Tücher oder Schmuck zu kaufen. Da kann es durchaus vorkommen, dass böse Blicke verteilt werden, wenn Urlauber keine der angebotenen Waren erwerben, woraus die Schlussfolgerung gezogen werden kann, dass die Bewohner in den Besuchern lediglich eine Einkommensquelle sehen und kein Interesse an einer anderen Art des Austausches haben. Von den eigentlichen Wohnhütten der Dorfbevölkerung sehen die Ausflügler in der Regel nichts, es lässt sich lediglich erahnen, dass versteckt hinter Bäumen und Vegetation die Unterkünfte zu finden sind. In solchen Dörfern herrscht eine strikte Trennung zwischen persönlichem und touristischem Lebensraum, der Anspruch darauf ist durchaus verständlich: Wer lässt sich schon gerne von Wildfremden dabei zusehen, wie er seinen Alltag begeht, geschweige denn, lässt sie daran teilhaben, wie er mit seiner Familie wohnt? Nicht selten wird in Zusammenhang mit Touren zu den Siedlungen der ethnischen Minderheiten im Norden Thailands von Menschenzoos gesprochen. Die Menschen werden auf ihr Äußeres und ihre kulturellen Eigenheiten reduziert, wie Tiere im Zoo ausgestellt und von Touristen fast als eben solche betrachtet. Natürlich lässt sich nicht pauschal behaupten, dass alle Reisenden dieselben Denkweisen und Ansichten haben, doch sind sie wahrscheinlich mit der ihnen gebotenen Show zufrieden und glauben etwas über die fremde Kultur der Minoritäten gelernt zu haben. Der Aspekt der Völkerverständigung tritt in diesem Kontext jedoch unmissverständlich in den Hintergrund oder ist nicht existent. Unbestreitbar fungiert der Tourismus in diesen (oft abgelegenen) Bergdörfern dennoch als Katalysator für eine Entwicklung und Verbesserung der Lebensumstände der lokalen Bevölkerung.

Kulturelle, ökologische und räumliche Auswirkungen auf die lokale Bergbevölkerung und die Umwelt durch den Trekking-Tourismus existieren neben den genannten ökonomischen ebenso. Eine der ersten Veränderungen ist die Verwerfung traditioneller Kleidung und die partielle Abwendung von Gebräuchen in den Dörfern, sie verlieren zunehmend an Bedeutung. Dies geschieht entweder aus Gründen der Einkommensgeneration durch den Verkauf der Kleidungsstücke oder aus Gründen der Anpassung an die Gepflogenheiten der Besucher und des Modernisierungswillens der Bevölkerung. Die Zuwendung zu einem monetären System lässt die Sparte des Bettelns als ein Mittel an Geld zu kommen entstehen. Sie ist jedoch nur in einigen wenigen Dörfern als problematisch anzusehen, hängt von den jeweiligen Charakteristika der Minderheitengruppen ab und ist nicht in allen Ethnien verbreitet. (vgl. Dearden 1991: 408f)

Eine problematische Entwicklung der Beziehung zwischen lokaler Bevölkerung und Touristen entsteht im Zusammenhang mit religiösen Objekten. Die Trekker erkennen nicht, dass bestimmte Dinge religiöse Bedeutung für die *hill tribes* haben, sie gehen respektlos mit ihnen um – so ist es vorgekommen, dass Reisende Stätten zu Fotozwecken verändert haben und somit die Einheimischen verärgert haben. Kontakt mit anderen Kulturen ist dennoch nicht nur negativ zu bewerten: gerade durch die Demonstration differierender Lebensweisen tritt manchmal eine Wiedererstarkung der eigenen kulturellen Identität der Bergvölker ein. (vgl. Dearden 1991: 409)

„*Tourism is not environmentally benign*“ was sich im Fall des Trekker-Fremdenverkehrs in Thailand einerseits in einer Knappheit an Bambuswäldern sowie andererseits in einer problematischen Abfallwirtschaft manifestiert. (Dearden 1991: 409) In den Gegenden des Nordens in denen für Raftingtouren geeignete Flüsse und die dadurch entstandene „Bootsindustrie“ existieren, besteht die Möglichkeit einer Verknappung der Bambusbestände, im Entstehen begriffene Recyclingstrategien für benutzte Boote, die flussabwärts in der Regel einfach weggeworfen werden, erweisen sich als zu kostspielig. Ob oder wie problematisch diese Entwicklung ist und welche Auswirkungen sie auf die Bestände und die Raftingindustrie in der Zukunft haben wird, ist derzeit nicht bekannt. Bekannt ist jedoch der Fakt, dass es in den teilweise abgelegenen *hill tribe*-Dörfern von vornherein keine geregelte Müllentsorgung geschweige denn Abfallentsorgungsanlagen gibt. Mit steigenden Touristenzahlen wächst die Menge an produziertem und zu entsorgendem Müll, die Bergbevölkerung ist mit dieser Situation überfordert. (vgl. Dearden 1991: 409f) Werden keine geeigneten Entsorgungswege ermittelt, so kann es zu einer Vermüllung der

Siedlungen kommen, sichtbare Müllhalden oder lose herumliegender Abfall schrecken Touristen ab, sie werden diesen Dörfern fernbleiben und sich jenen zuwenden, die unberührter und weniger erschlossen sind.

Räumliche Veränderungen ergeben sich durch die Suche der Trekking-Touristen nach authentischen Erfahrungen. Die Minderheitengruppen verändern ihre Lebens- und Denkweisen mit wachsender touristischer Penetration, zur gleichen Zeit zerstören sie dadurch die Basis für das Touristenaufkommen – sie verlieren an Authentizität. Trekking-Agenturen, die Ausflüge zusammenstellen und ausführen, schaffen für sich selbst Abhilfe, indem sie neue, bis dato unberührte Bergdörfer in ihre Touren aufnehmen, um dadurch den Reisenden die gewünschten authentischen Erlebnisse bieten zu können. (vgl. Dearden 1991: 410; vgl. Trupp 2009: 100f) Wie lange diese Praktik noch durchführbar ist, ist schwer einzuschätzen. Irgendwann werden die Veranstalter jedoch an den Punkt gelangen, an dem sie feststellen müssen, dass für sie keine neuen Ausweichmöglichkeiten mehr zur Verfügung stehen. In diesem Fall muss ein Plan für die Umgestaltung und *rejuvenation*, der Wiederbelebung der bereits bekannten Trekking-Dörfer entwickelt werden, der sowohl für die Agenturen als auch für die Touristen und vor allem für die Bewohner der Siedlungen vorteilig ist.

Zusätzlich zu diesem Streben nach Authentizität und der damit verbundenen Verlagerung der Trekking-Routen, entstehen in fremdenverkehrsbeginnenden Regionen sogar ganze neue Dörfer. Dieses Phänomen ist vor allem entlang von Raftingstrecken zu erkennen. Das wirtschaftliche Potenzial dieses Tourismus-Zweiges veranlasst das Entstehen von Siedlungen, die jedoch aufgrund ihrer Ausrichtung uneingeschränkt von den Einnahmen aus der Industrie abhängig sind. In der Tat eröffnet der Fremdenverkehr den Minderheiten im Norden neue Einnahmequellen, die sich nicht zwingend an ihren Wohnorten befinden müssen: der Verkauf von traditionellem Kunsthandwerk in Touristenmetropolen wie der thailändischen Hauptstadt Bangkok oder der Provinzstadt Chiang Mai, führt Vertreter der Volksgruppen nach Bangkok. (vgl. Dearden 1991: 410f; vgl. Trupp 2009: 104f) Meist sind es Frauen, die in ihrer traditionellen Kleidung und Kopfbedeckung durch die mit Touristen gefüllten Straßen – wie etwa der Khao San Road und deren Nebenstraßen in Bangkok – tagein tagaus wandern und versuchen Souvenirs und Handwerk zu verkaufen. Nicht zu überhören sind die hölzernen Frösche, die als Hauptware der Minderheitenvertreterinnen bezeichnet werden können.

Durch den Trekking-Tourismus verfügen die *hill tribes* über neue Einnahmequellen, die zu einer geringeren Abhängigkeit von Anbau und Verkauf von Opium führen. Darüber hinaus bietet sich ihnen ein Anreiz ihr Nomadendasein zu beenden, sesshaft zu werden, fixe Dörfer zu errichten und nicht mehr stetig herumzuziehen, wodurch die dadurch entstehenden Waldschäden deutlich reduziert werden. Die größte kulturelle Veränderung der Minderheiten fand in der Abkehr der Subsistenz-Landwirtschaft und der Integration in den Tourismussektor statt. (vgl. Dearden 1991: 408f)

Das Potenzial zu einer nachhaltigen Entwicklung durch Tourismus und im speziellen Fall durch Trekking-Tourismus ist theoretisch gegeben, kann jedoch nur stattfinden, wenn einige Faktoren erfüllt werden. Reisende müssen mit der Erkenntnis ausgestattet werden, dass (kulturelle) Veränderungen der lokalen Bevölkerung unausweichlich sind und nicht zwingend mit der touristischen Erschließung zusammenhängen. Diese Umgestaltungen mögen zwar Touristen davon abhalten gewisse Siedlungen aufzusuchen, doch sind sie für die Einheimischen von Vorteil. Mitsprache und –bestimmung der lokalen Bergbevölkerung in Nordthailand ist unbedingt notwendig um ein weiteres Bestehen sowie die Weiterentwicklung des Trekking-Tourismus und der Dörfer zu ermöglichen. (vgl. Dearden 1991: 411f)

## 6. Conclusio

---

Obwohl in vielen Ländern, sowohl Ausgangs- also auch Zielstaaten touristischer Ströme, ein Umdenken stattgefunden hat und die Notwendigkeit erkannt wird, Tourismusprozesse und deren Entwicklung nicht nur unter streng ökonomischen Prämissen zu betrachten, sondern ebenfalls ökologische und sozio-kulturelle Überlegungen in die Planung und Umsetzung zu integrieren, existiert das alte Schema des wirtschaftlichen Wachstums und der gleichzeitigen Vernichtung von Natur zum Zweck der Tourismusentwicklung trotzdem weiter.

Die erste aufgestellte Hypothese kann nach eingehender Befassung mit dem vorhandenen Datenmaterial – wie wissenschaftlichen Texten und Büchern, Webseiten von Organisationen und Resorts – eindeutig verifiziert werden. In Thailand existieren Organisationen



und (Reise)Anbieter, die sich mit dem Konzept und der Umsetzung des nachhaltigen Tourismus befassen und ihr Angebot an diese Ansprüche anpassen. Zweifelsohne operiert der Großteil der touristischen Anbieter nicht nach nachhaltigen Kriterien, doch die Zahl der gebildeten, im Nachhaltigkeitsgedanken geschulten Personen steigt stetig an und beinhaltet das Potenzial des Aufbaus eines starken, nachhaltigen Tourismussektors im thailändischen Königreich.

Um die zweite Hypothese beantworten zu können, fehlt es leider an einschlägigem Datenmaterial, nicht nur im speziellen Fall für Thailand, sondern allgemein. Erst in einigen Jahren wird sich weisen, ob Nachhaltigkeitsbemühungen ihren Sinn und Zweck, der Ressourcensicherung für zukünftige Generationen ausreichend erfüllen. Mit Sicherheit kann dennoch festgehalten werden, dass Thailand in zahlreichen Dokumenten und Gesetzen seinen Willen das Land in eine Ära des nachhaltigen Tourismus, durch den eine nachhaltige Entwicklung teilweise erreicht werden kann, zu führen, kundtut. Ob Folgeschäden für die nachfolgenden Generationen vermieden werden können, ist an dieser Stelle nicht möglich zu beantworten und wird sich wohl erst im Laufe der Zeit zeigen. In der Literatur zur Thematik des nachhaltigen Tourismus‘ und der nachhaltigen Entwicklung ist eine Korrelation der beiden Konzepte noch nicht eindeutig nachgewiesen. Vermutungen in diese Richtung werden angestellt, es bedarf jedoch noch näherer Untersuchungen und einer langfristigen Betrachtung der Thematik.

Am Beispiel des Trekkingtourismus im Norden des thailändischen Königreichs wurden Ansätze zu einem möglichen Beitrag der Fremdenverkehrsindustrie zu einer dauerhaften Entwicklung des Sektors selbst sowie der Bevölkerung und des Landes dargelegt. Das Potenzial eines nachhaltigen Aufbaus ist theoretisch in allen (Tourismus)Regionen Thailands gegeben, um langanhaltende Ergebnisse und Veränderungen zu erzielen, ist jedoch die Partizipation der lokalen Bevölkerung, nicht nur als Angestellte der Industrie, sondern auf allen Entscheidungsebenen, unerlässlich.

Eine Verifizierung der dritten aufgestellten Hypothese ist möglich, da in Thailand politische Rahmenbedingungen die Umsetzung von nachhaltigen Tourismuskonzepten begünstigen und fördern. Die tatsächliche Situation sieht jedoch großteils anders aus: Nachhaltigkeit im Kontext des Fremdenverkehrs ist ein derart junges Konzept, dass eine Umlegung bisher noch nicht weit fortgeschritten ist. Die Mehrheit der Hotelbetriebe, Reiseveranstalter sowie Touristen haben zwar wahrscheinlich bereits von Nachhaltigkeit gehört,

setzen sie aber in ihren eigenen Aktivitäten nicht um, da für sie selbst vermutlich zu wenig Anreiz besteht. In der konventionellen Form des Massentourismus ist schnelles Geld – für die lokale Bevölkerung sowie für Unternehmen – ohne großen Aufwand zu erzielen.

Viele Unternehmen könnten bereits beim Wechsel der Bettwäsche und Handtücher der Hotelgäste ansetzen. Anstatt jeden Tag neue Garnituren zu verteilen, wäre es ein leichtes den Gästen selbst die Möglichkeit zu geben zu entscheiden, ob und wann sie gerne frisches Bettzeug hätten. Schließlich wechselt niemand zu Hause jeden Tag seine Laken und/oder die Bezüge. Ein möglicher Grund für das Festhalten an dieser Praktik kann die Gastfreundschaft der Thailänder sein: bei ihnen herrscht großer Respekt vor Ausländern/Touristen und das Prinzip „der Kunde ist König“ findet Anwendung. Daher kollidiert ein in den Augen der Thais Rückgang des Service mit ihrem Verständnis von Gastfreundlichkeit.

Wie kann nun nach Auseinandersetzung mit der vorhandenen Literatur und einer empirischen Befragung die Forschungsfrage **„Existiert in Thailand ein Angebot an nachhaltigem Tourismus/Ökotourismus und, wenn ja, inwieweit steckt in der Praxis dieser Tourismusform das Potenzial zu einer nachhaltigen Entwicklung des Landes?“** beantwortet werden?

Thailand ist bis heute ein Idealreiseziel für *All-Inclusive*-Urlauber, also für Massentouristen. Dennoch hat sich in den letzten Jahren eine Verschiebung der Prioritäten von Seiten der Regierung und anderen im Tourismus tätigen Organisationen vollzogen: es wird weniger auf die Quantität der Touristen als auf deren Qualität gesetzt. Natürlich rückt die Anzahl der Reisenden nicht vollkommen in den Hintergrund, doch mehren sich Angebote, die sich an Touristen mit Ansprüchen eines minimal invasiven Fremdenverkehrs richten. Wie mit den Darstellungen von touristischen Organisationen und Interessensgruppen, von Tourismusbetrieben und erfolgreichen Projekten gezeigt wurde, besteht im thailändischen Königreich ein Sektor des nachhaltigen Tourismus. Theoretisch ist das Potenzial einer nachhaltigen Entwicklung durch die Fremdenverkehrsindustrie gegeben, im speziellen Fall liegen Daten zum Trekking-Tourismus im Norden des Landes vor. Auf jeden Fall ist dieses Ziel nur zu erreichen, wenn einige Kriterien beachtet und erfüllt werden. Zum einen ist es wichtig, dass Touristen mit dem Wissen über die Unausweichlichkeit kultureller Veränderungen der lokalen Bevölkerung auf Reisen gehen. Keine Kultur lebt abgeschottet, ist statisch und vollzieht keinerlei Wandel, demnach sind Touristen nicht alleinige Auslöser dieser Art von Veränderung. Obwohl diese Erkenntnis von manchen als feh-

lende Authentizität interpretiert wird und zur Wahl einer anderen Destination führt, kann sie den Einheimischen vorteilig sein: weniger Besucher bedeuten geringere Einflüsse von außen und die Chance den Aufbau einer dauerhaft verträglichen Tourismusindustrie durch Teilhabe und Mitsprache der Bevölkerung am Prozess selbst ist gegeben. Dadurch ist eine langsamere, sozio-kulturell, ökonomisch und ökologisch nachhaltige Weiterentwicklung des Fremdenverkehrs, nicht nur in Nord-Thailand, durchführbar.

Für mich wurde durch die nähere Befassung mit der Thematik des nachhaltigen Tourismus‘ noch deutlicher, welche Relevanz das Konzept heute schon besitzt. Eine klare Verstärkung der Bemühungen in diese Richtung ist dennoch notwendig, um eine dauerhafte Veränderung der Tourismusindustrie zu erwirken. Bisher profitieren nur einige wenige von den Erträgen aus dem Sektor, eine breite Verteilung der Effekte soll jedoch stattfinden, der Zugang zur Industrie soll allen Interessierten ermöglicht werden. Vor allem ohne die Partizipation der lokalen Bevölkerung kann die Konzeption des *sustainable tourism* auf Dauer nicht funktionieren.

Zahlreiche Indikatoren, Gütesiegel und Bewertungssysteme existieren in diesem Zusammenhang bereits, doch scheitert es an ungenügenden Instanzen zur Überwachung dieser Kriterien. Sie sind bisher nur normative Werte, Abweichungen von der Norm werden nicht geahndet, da nur Richtlinien und keine Gesetze vorliegen. Eine Idealvorstellung des Fremdenverkehrssektors wird abgebildet. Die Realität sieht in den meisten touristischen Zielländern folgendermaßen aus: am Beispiel Thailand erkennt man deutlich, dass trotz zahlreicher politischer Vorgaben und Rahmenbedingungen ein Umdenken in Richtung Nachhaltigkeit nur sehr langsam stattfindet. Fehlendes Umweltbewusstsein sowie fehlende oder falsche Informationen über das Konzept der nachhaltigen Tourismusedwicklung behindern ein Wachstum dieser Sparte. Vor allem negative Auswirkungen auf die Ökologie können ungeahnte Ausmaße annehmen: nicht nur wird der Raum für den Fremdenverkehrssektor nicht mehr nutzbar, darüber hinaus kann eine Degradation der Umwelt das Leben der Bevölkerung, selbst jener, die nicht am touristischen System partizipiert, verschlechtern. So kann eine Störung des maritimen Ökosystems zu einem Rückgang der Fischbestände führen, was verheerende Folgen für von der Fischerei abhängige Einheimische hat.

Viel Arbeit muss noch geleistet werden, um Thailand zu einer Destination für Ökotourismus und nachhaltigen Fremdenverkehr zu machen, dabei ist es überaus wichtig, die natürlichen Ressourcen des Landes zu schützen, um zu verhindern, dass die Tourismusind-

dustrie sich selbst ihre Lebensgrundlage sowie jene der lokalen Bevölkerung zerstört. Ultimatives Ziel der touristischen Entwicklung im südostasiatischen Königreich Thailand soll ein Tourismus-Konzept sein, das für alle Beteiligten mindestens in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Sozio-Kultur nachhaltig ist. Idealerweise werden in Anlehnung an die Fünfeck-Pyramide von Müller zwei weitere Dimensionen zu einer nachhaltigen Tourismusedwicklung, von der zukünftige Generationen profitieren können, beachtet: Das subjektive Wohlbefinden der thailändischen Bewohner ist ebenso zu erfüllen wie der Faktor der Gästezufriedenheit. Ich denke in allen fünf Bereichen ist Thailand, in einzelnen Fällen, bereits auf einem guten Weg, um den Aufbau einer nachhaltigen Fremdenverkehrsindustrie mit dem Potenzial einer nachhaltigen Entwicklung des Landes zu erreichen.

## 7. Literaturverzeichnis

---

### Monographien, Sammelbände und Buchbeiträge

- Aronsson, Lars (2000):** The Development of Sustainable Tourism. London [u.a.]: Continuum.
- Bachinger, Karl/Matis, Herbert (2009):** Entwicklungsdimensionen des Kapitalismus – Klassische sozioökonomische Konzeptionen und Analysen. Wien [u.a.]: Böhlau Verlag Ges.m.b.H. und Co. KG.
- Becker, Christoph/Job, Hubert/Witzel, Anke (1996):** Tourismus und Nachhaltige Entwicklung – Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Britton, Stephen G. (2008):** The Political Economy of Tourism in the Third World. In: Page, Stephen/Connell, Joanne [Hrsg.] (2008): Sustainable Tourism – Critical Concepts in the Social Sciences. Volume 2 The impacts of tourism. London, New York: Routledge. 386-410.
- Carvalho, Georgia O. (2008):** Sustainable Development – Is it achievable within the existing international political economy context?. In: Page, Stephen/Connell, Joanne [Hrsg.] (2008): Sustainable Tourism – Critical Concepts in the Social Sciences. Volume 1 Evolution and context of sustainable tourism. London, New York: Routledge. 132-150.
- Fischer, Karin/Hödl, Gerald/Parnreiter, Christof (2007):** Entwicklung – eine Karotte, viele Esel?. In: Fischer et al. (2007): Entwicklung und Unterentwicklung – Eine Einführung in Probleme, Theorien und Strategien. Wien: Mandelbaum Verlag. 13-54.
- Hamele, Herbert (1989):** Natur und Landschaft – Was der Tourist sucht. In: Krippendorf, Jost/Zimmer, Peter/Glauber, Hans [Hrsg.] (1989): Für einen anderen Tourismus – Probleme – Perspektiven – Ratschläge. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH. 38-54.
- Hauff, Michael von/Kleine, Alexandro (2009):** Nachhaltige Entwicklung – Grundlagen und Umsetzung. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Johansson, Yvette/Diamantis, Dimitrios (2004):** Ecotourism in Thailand and Kenia: A Private Sector Perspective. In: Diamantis, Dimitrios [Hrsg.] (2004): Ecotourism: Management and Assessment. London: Thomson. 298-312.

- Jungk, Robert (1989):** Wieviel Touristen pro Hektar Strand? In: Krippendorf, Jost/Zimmer, Peter/Glauber, Hans [Hrsg.] (1989): Für einen anderen Tourismus – Probleme – Perspektiven – Ratschläge. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH. 55-60.
- Kaspar, Claude (1996):** Die Tourismuslehre im Grundriss. St. Galler Beiträge zum Tourismus und Verkehrswirtschaft. Bern, Wien [u.a.]: Haupt.
- Kolland, Franz (2002):** Zwischen Fortschrittsoptimismus und kritischer Gesellschaftsanalyse – Die klassischen Entwicklungstheorien. In: Fischer et al. (2007): Entwicklung und Unterentwicklung – Eine Einführung in Probleme, Theorien und Strategien. Wien: Mandelbaum Verlag. 79-104.
- Krippendorf, Jost (1984):** Die Ferienmenschen – Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen. Zürich [u.a.]: Orell Füssli.
- Krippendorf, Jost (1989a):** Für einen ganzheitlich-orientierten Tourismus. In: Krippendorf, Jost/Zimmer, Peter/Glauber, Hans [Hrsg.] (1989): Für einen anderen Tourismus – Probleme – Perspektiven – Ratschläge. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH. 18-29.
- Krippendorf, Jost (1989b):** Der neue Tourist – Eine Charakterisierung. In: Krippendorf, Jost/Zimmer, Peter/Glauber, Hans [Hrsg.] (1989): Für einen anderen Tourismus – Probleme – Perspektiven – Ratschläge. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH. 66-68.
- Krippendorf, Jost (1989c):** Von der Diskrepanz zwischen Zielen und Wirklichkeit. In: Krippendorf, Jost/Zimmer, Peter/Glauber, Hans [Hrsg.] (1989): Für einen anderen Tourismus – Probleme – Perspektiven – Ratschläge. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH. 165-172.
- Krippendorf, Jost/Zimmer, Peter/Glauber, Hans [Hrsg.] (1989):** Für einen anderen Tourismus – Probleme – Perspektiven – Ratschläge. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH. 63-65.
- Libutzki, Oliver (2004):** Strukturen und Probleme des Tourismus in Thailand. In: Becker, Christoph [Hrsg.]: Geographie der Freizeit und des Tourismus. München; Wien: Oldenbourg. 679-690.
- Lund-Durlacher, Dagmar (2007):** Instrumentarien zur Förderung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung: Zertifizierungssysteme und Gütesiegel – Entwicklungstrends und Zukunftsperspektiven. In: Egger, Roman/Herdin, Thomas [Hrsg.] (2007): Tourismus – Herausforderung – Zukunft. Wien [u.a.]: Lit-Verl.

- Mayring, Philipp (2010):** Qualitative Inhaltsanalyse – Grundlagen und Techniken. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Mäder, Ueli (1989):** Bewußt reisen – Tips für Trips. In: Krippendorf, Jost/Zimmer, Peter/Glauber, Hans [Hrsg.] (1989): Für einen anderen Tourismus – Probleme – Perspektiven – Ratschläge. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH. 78-81.
- Mowforth, Martin/Munt, Ian (2009):** Tourism and Sustainability – Development, Globalization and New Tourism in the Third World. London: Routledge.
- Müller, Hansruedi (2003):** Tourismus und Ökologie – Wechselwirkungen und Handlungsfelder. München [u.a.]: R. Oldenbourg.
- Nohlen, Dieter/Nuscheler, Franz (1982):** Was heißt Entwicklung? In: Handbuch der Dritten Welt. Band 1 Unterentwicklung und Entwicklung: Theorien – Strategien – Indikatoren. Hamburg: Hoffmann und Campe.
- Nohlen, Dieter [Hrsg.] (2002):** Lexikon Dritte Welt – Länder, Organisationen, Theorien, Begriffe, Personen. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.
- Opaschowski, Horst (2002):** Tourismus – Eine systematische Einführung – Analysen und Prognosen. Opladen: Leske + Budrich.
- Page, Stephen J. (2011):** Tourism Management – An Introduction. Amsterdam [u.a.]: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Parnwell, Michael (2009):** The Political Ecology of Sustainable Tourism in Southeast Asia. In: Hitchcock, Michael/King, Victor T./Parnwell, Michael [Hrsg.] (2009): Tourism in Southeast Asia – Challenges and New Directions. Copenhagen: Nias Press. 236-253.
- Redclift, Michael (2008):** The Meaning of Sustainable Development. In: Page, Stephen/Connell, Joanne [Hrsg.] (2008): Sustainable Tourism – Critical Concepts in the Social Sciences. Volume 2 The impacts of tourism. London, New York: Routledge. 118-131.
- Romeiß-Stracke, Felizitas (1989):** Zukünftige Bedingungen von Freizeit und Tourismus. In: Krippendorf, Jost/Zimmer, Peter/Glauber, Hans [Hrsg.] (1989): Für einen anderen Tourismus – Probleme – Perspektiven – Ratschläge. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH. 29-37.
- Rüland, Jürgen (1994):** Thailand. In: Nohlen, Dieter/Nuscheler, Franz [Hrsg.] (1994): Handbuch Dritte Welt. Band 7 Südasien und Südostasien. Bonn: Verlag J. H. W. Dietz Nachf. 528-564.

- Sallows, Margot/Font, Xavier (2004):** Ecotourism Certification Criteria and Procedures: Implication for Ecotourism Management. In: Diamantis, Dimitrios [Hrsg.] (2004): Ecotourism: Management and Assessment. London: Thomson. 89-109.
- Smith, Melanie/MacLeod, Nicola/Hart Robertson, Margaret (2010):** Key concepts in Tourist Studies. Los Angeles [u.a.]: SAGE Publ.
- Spreitzhofer, Günter (2006):** Drifting und Travelling – 30 Jahre Rucksacktourismus in Südostasien: (K)ein Beitrag zur Entwicklung? Eine Bilanz. In: Baumhackl, Herbert et al. [Hrsg.] (2006): Tourismus in der „Dritten Welt“ – Zur Diskussion einer Entwicklungsperspektive. Wien: Promedia Verlag und Südwind.
- Telfer, David J. (2009):** Development Studies and Tourism. In: Jamal, Tazim [Hrsg.] (2009): The SAGE handbook of tourism studies. Los Angeles, Calif. [u.a.]: Sage Publ. 146-165.
- Trupp, Alexander (2009):** Alle Menschen sind gleich, aber einige sind gleicher – Von asymmetrischen Beziehungen im Hilltribe-Tourismus Südostasiens. In: Trupp, Alexander/Trupp Claudia [Hrsg.] (2009): Ethnotourismus – Interkulturelle Begegnung auf Augenhöhe?. Wien: Mandelbaum Verlag. 97-116.
- UNEP (1998):** Ecolabels in the Tourism Industry. First Edition. Paris.
- UNEP (2006):** Tourism Certification as a Sustainability Tool: Assessment and Prospects. United Nations Environment Programme.
- Vorlaufer, Karl (1996):** Tourismus in Entwicklungsländern – Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Vorlaufer, Karl/Becker-Baumann, Heike (2004):** Massentourismus und Umweltbelastungen in Entwicklungsländern: Umweltbewertung und –verhalten der Thai-Bevölkerung in Tourismuszentren in Südthailand. In: Becker, Christoph [Hrsg.]: Geographie der Freizeit und des Tourismus. München; Wien: Oldenbourg. 876-887..

Zeitschriftenartikel:

- Causevic, Senija/Lynch, Paul (2013):** Political (in)stability and its influence on tourism development. In: Tourism Management 34 (2013), 145-157.
- Cernat, Lucian/Gourdon, Julien (2012):** Paths to success: Benchmarking cross-country sustainable tourism. In: Tourism Management 33 (2012), 1044-1056.



- Dabphet, Siripen/Scott, Noel/Ruhanen, Lisa (2012):** Applying diffusion theory to destination stakeholder understanding of sustainable tourism development: a case study from Thailand. In: Journal of Sustainable Tourism, 20:8, 1107-1124.
- Dearden, Philip (1991):** Tourism and Sustainable Development in Northern Thailand. In: Geographical Review, Vol. 81, No. 4 (Oct., 1991), 400-413.
- Kontogeorgopoulos, Nick (2005):** Community-Based Ecotourism in Phuket and Ao Phangnga, Thailand – Partial Victories and Bittersweet Remedies. In: Journal of Sustainable Tourism, 13:1, 4-23.
- Ruyabhorn, Pravit/Phantumvanit, Dhira (1988):** Coastal and Marine Resources of Thailand: Emerging Issues Facing an Industrializing Country. In: Ambio, Vol. 17, No. 3, East Asian Seas, 229-232.
- Spenceley, Anna/Meyer, Dorothea (2012):** Tourism and poverty reduction – theory and practice in less economically developed countries. In: Journal of Sustainable Tourism Vol. 209, No. 3, April 2012, 297-317.
- Vorlaufer, Karl (1995):** Regionale Disparitäten, Tourismus und Regionalentwicklung in Thailand. In: Petermanns Geographische Mitteilungen, 138, 353-381.
- Wall, Geoffrey (1997):** Is Ecotourism Sustainable? In: Environmental Management Vol. 21, No. 4, 483–491.
- Weaver, David B. (2012):** Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence. In: Tourism Management 33 (2012). 1030-1037.

Internetquellen:

- Asian Oasis a: Mythical Journeys.** <http://www.asian-oasis.com/asian-oasis-philosophy/> [letzter Zugriff: 23.04.2013]
- Asian Oasis b:** Lisu Lodge: Hill Tribe Adventure. <http://www.asian-oasis.com/product/lisu-lodge-hilltribe-adventure/> [letzter Zugriff: 20.04.2013]
- Berkeley (2007):** A Master Plan for Sustainable Tourism Development – Koh Lanta Yai, Krabi Province. Working Paper 2007-06. Chulalongkorn University, University of California, Berkeley, Thai Public Policy Foundation. <http://www.iurd.berkeley.edu/publications/wp/2007-06.pdf> [letzter Zugriff: 29.04.2013]
- Buttree, Dusit (o.J.):** Case Study – Community-based Tourism on Koh Yao Noi island, Phang Nga Bay, Southern Thailand, as a Tool for Sustainable Coastal Resource Management and Cultural Empowerment. <http://www.cbt->

- [i.org/admin/uploaded/files/7fe202ef4a53f5a14041a12f886c625da00fee8e.pdf](http://i.org/admin/uploaded/files/7fe202ef4a53f5a14041a12f886c625da00fee8e.pdf) [letzter Zugriff: 17.04.2013]
- CBT-I:** The Thailand Community Based Tourism Institute. <http://www.cbt-i.org/index.php?&lang=en> [letzter Zugriff: 22.04.2013]
- CIA Factbook: Thailand.** <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/th.html> [letzter Zugriff: 11.04.2013]
- Die Blaue Flagge (o.J.):** Blaue Flagge in Deutschland. <http://www.blaue-flagge.de/index.html> [letzter Zugriff: 12.03.2013]
- ERIC (2007):** Sustainable Tourism Management in Thailand: A Good Practices Guide for SMEs. Environmental Research Institute of Chulalongkorn University Thailand. <http://mekongtourism.org/website/wp-content/uploads/downloads/2011/02/Sustainable-Tourism-Management-in-Thailand-A-Good-Practices-Guide-for-SMEs-by-Eric.pdf> [letzter Zugriff: 02.05.2013]
- Green Globe (o.J.a):** <http://www.greenglobeint.com/> [letzter Zugriff: 13.03.2013]
- Green Globe (o.J.b):** Green Globe Baseline Standards. <http://www.greenglobeint.com/downloads/baseline.pdf> [letzter Zugriff: 13.03.2013]
- Green Leaf Foundation Thailand (o.J.):** Green Leaf Standard for ASEAN. [http://www.greenleafthai.org/en/green\\_found/](http://www.greenleafthai.org/en/green_found/) [letzter Zugriff: 13.03.2013]
- GSTC:** Global Sustainable Tourism Criteria. <http://www.gstcouncil.org/> [letzter Zugriff: 29.04.2013]
- HDR (2013):** Human Development Report 2013 Rise of the South: Human Progress in a Diverse World. UNDP. [http://hdr.undp.org/en/media/HDR\\_2013\\_EN\\_complete.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2013_EN_complete.pdf) [letzter Zugriff: 11.04.2013]
- Fund for Peace (2012):** Failed States Index 2012 – Thailand. <http://ffp.statesindex.org/> [letzter Zugriff: 12.04.2013]
- Koh Ra Ecolodge:** Koh Ra Ecolodge. <http://www.kohraecolodge.com/> [letzter Zugriff: 21.04.2013]
- Ministry of Tourism and Sports Thailand (2011):** Tourism Best Practices in Thailand. [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/thailand\\_1-1.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/thailand_1-1.pdf) [letzter Zugriff: 16.04.2013]
- NESDP (2012):** National Economic and Social Development Board: Summary of the Eleventh National Economic and Social Development Plan (2012-2016). <http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/academic/Executive%20Summary%20of%2011th%20Plan.pdf> [letzter Zugriff: 14.04.2013]

- NESSThai:** Network for Environmentally- and Socially-Sustainable Tourism (Thailand).  
<http://www.geocities.ws/nesst.geo/index-2.html> [letzter Zugriff: 22.04.2013]
- Newsnit:** The World Conference on Hospitality, Tourism and Event Research & International Convention & Expo Summit 2013 (WHTER & ICES 2013).  
<http://www.newswit.com/.gen/2013-02-15/8156495baa9a6b8ea5f447a2013b5439/>  
 [letzter Zugriff: 17.04.2013]
- OECD (2002):** Glossary of Statistical Terms – Tourism.  
<http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=2725> [letzter Zugriff: 12.05.2013]
- Our Jungle House:** Our Jungle House. <http://www.khaosokaccommodation.com/> [letzter Zugriff: 21.04.2013]
- Reporter ohne Grenzen (2013):** Rangliste der Pressefreiheit 2013. <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/ranglisten/rangliste-2013/> [letzter Zugriff: 11.04.2013]
- Sea Canoe:** Sea Canoe – The Original. <http://www.seacanoenet/german/> [letzter Zugriff: 03.04.2013]
- Skål International (2012):** Sustainable Development in Tourism Awards. 3<sup>rd</sup> October 2012. [http://skal.org/pdf/sdit\\_awards2012.pdf](http://skal.org/pdf/sdit_awards2012.pdf) [letzter Zugriff: 23.04.2013]
- TATa:** Tourism Authority of Thailand – 7 Greens.  
[https://7greens.tourismthailand.org/en/index.php?mode=main\\_howto](https://7greens.tourismthailand.org/en/index.php?mode=main_howto) [letzter Zugriff: 16.04.2013]
- TATb:** Thai Tourism going Green.  
<http://7greens.tourismthailand.org/images/download/files/en/03.pdf> [letzter Zugriff: 16.04.2013]
- TEATA:** Thai Ecotourism and Adventure Travel Association.  
<http://www.teata.or.th/index.php> [letzter Zugriff: 22.04.2013]
- Thailand Boutique Awards:** Winner Awards 2011.  
<http://2011.thailandboutiqueawards.com/Prize.aspx> [letzter Zugriff: 23.04.2013]
- The World Bank:** Data – Thailand. <http://data.worldbank.org/country/thailand> [letzter Zugriff: 14.04.2013]
- Transparency International (2012):** Corruption Perceptions Index 2012.  
[http://transparency.org/whatwedo/pub/corruption\\_perceptions\\_index\\_2012](http://transparency.org/whatwedo/pub/corruption_perceptions_index_2012) [letzter Zugriff: 11.04.2013]
- TTR Weekly.** Diverse Artikel. <http://www.ttrweekly.com/> [letzter Zugriff: 17.04.2013]
- UNCTAD (2012):** UNCTAD Handbook of Statistics 2012.  
[http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdstat37\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdstat37_en.pdf) [letzter Zugriff: 02.05.2013]

- UNDP (2010):** <http://www.undp.mn/mdg-news060810.html> [letzter Zugriff: 01.05.2013]
- UNEP:** Holidays for a living planet – The Green Passport Campaign. <http://www.unep.org/unite/30ways/story.aspx?storyID=18> [letzter Zugriff: 23.04.2013]
- UNEP and UNWTO (2005):** Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers. <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf> [letzter Zugriff: 15.01.2013]
- United Nations (o.J.a):** Millennium Development Goals. <http://www.un.org/millenniumgoals/> [letzter Zugriff: 04.12.2012]
- United Nations (o.J.b):** Millennium Development Goal No. 1: Eradicate Extreme Poverty and Hunger. [http://www.un.org/millenniumgoals/pdf/MDG\\_FS\\_1\\_EN.pdf](http://www.un.org/millenniumgoals/pdf/MDG_FS_1_EN.pdf) [letzter Zugriff: 04.12.2012]
- United Nations (o.J.c): Lokale Agenda 21 in Thailand.** <http://www.un.org/esa/agenda21/natinfo/countr/thai/natur.htm> [letzter Zugriff: 12.05.2013]
- UNWTO (o.J.):** Tourism and Poverty Alleviation. <http://step.unwto.org/en/content/tourism-and-poverty-alleviation-1> [letzter Zugriff: 19.04.2013]
- UNWTO (1999):** Global Code of Ethics in Tourism. Deutsche Version. [http://www.unwto.org/ethics/full\\_text/en/pdf/Germany.pdf](http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Germany.pdf) [letzter Zugriff: 24.03.2013]
- UNWTO (2005):** Indicators of Sustainable Re-Development and Risk Management for Tourism in the context of Tsunami Recovery, Phuket, Thailand, May 2005. [http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/thailand\\_0.pdf](http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/thailand_0.pdf) [letzter Zugriff: 29.04.2013]
- UNWTO (2011a):** Tourism and Sustainability. December 2011. <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/sustainability.pdf> [letzter Zugriff: 11.01.2013]
- UNWTO (2011b):** Tourism Statistics and the Tourism Satellite Account (TSA). December 2011. <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/statistics.pdf> [letzter Zugriff: 11.01.2013]
- UNWTO (2012a):** UNWTO welcomes the world's one-billionth tourist. <http://media.unwto.org/en/press-release/2012-12-13/unwto-welcomes-world-s-one-billionth-tourist> [letzter Zugriff: 11.01.2013]

- UNWTO (2012b):** World Tourism Day. Tourism and Sustainable Energy. <http://wtd.unwto.org/en> [letzter Zugriff: 12.01.2013]
- UNWTO (2012c):** UNWTO Tourism Highlights 2012. [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr\\_1.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr_1.pdf) [letzter Zugriff: 12.01.2013]
- UNWTO (2012d):** Strategic Tourism Planning: National Tourism Development Plan (2012-2016) THAILAND. [http://asiapacific.unwto.org/sites/all/files/pdf/thailand\\_2.pdf](http://asiapacific.unwto.org/sites/all/files/pdf/thailand_2.pdf) [letzter Zugriff: 02.05.2013]
- UNWTO (2013b):** UN General Assembly: ecotourism key to eradicating poverty and protecting environment. <http://media.unwto.org/en/press-release/2013-01-03/un-general-assembly-ecotourism-key-eradicating-poverty-and-protecting-envir> [letzter Zugriff: 11.01.2013]
- Weltbank (2010):** World Bank's \$1.25/day poverty measure- countering the latest criticisms. <http://econ.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTRESEARCH/0,,contentMDK:22510787~menuPK:574960~pagePK:64165401~piPK:64165026~theSitePK:469382~isCURL:Y~isCURL:Y~isCURL:Y,00.html> [letzter Zugriff: 01.05.2013]
- WEPA:** Legislative Framework – Thailand. <http://www.wepa-db.net/policies/asures/currentsystem/thailand.htm> [letzter Zugriff: 14.04.2013]

## 8. Abbildungsverzeichnis

---

**Abbildung 1:** Touristenankünfte 2011 nach Zweck der Reise. Inbound tourism by purpose of visit, 2011. UNWTO Tourism Highlights 2012. S. 3  
[http://dtx tq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr\\_1.pdf](http://dtx tq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr_1.pdf) [letzter Zugriff: 12.01.2013]

**Abbildung 2:** Touristenankünfte 2011 nach Verkehrsmitteln. Inbound tourism by mode of transport, 2011. UNWTO Tourism Highlights 2012. S. 4.  
[http://dtx tq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr\\_1.pdf](http://dtx tq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr_1.pdf) [letzter Zugriff: 12.01.2013]

**Abbildung 3:** Internationale Touristenankünfte nach Regionen (in Millionen). International Tourist Arrivals by regions (million), 2011. UNWTO Tourism Highlights 2011. S. 11.

**Abbildung 4:** Produktlebenszyklus des informellen und des formellen Tourismussektors. Nach K. Vorlauffer, Zeichnung U. Beha. In: Vorlauffer, Karl (1996): Tourismus in Entwicklungsländern – Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft. S. 125.

**Abbildung 5:** Phasen und Leitthemen der wissenschaftlichen und entwicklungspolitischen Diskussion um den Entwicklungsländer-Tourismus mit Blick auf die jeweiligen entwicklungspolitischen Paradigmen. Nach K. Vorlauffer, Zeichnung U. Beha. In: Vorlauffer, Karl (1996): Tourismus in Entwicklungsländern – Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft. S. 5.

**Abbildung 6:** Mögliche positive Effekte des Tourismus auf die Entwicklung eines Landes. Telfer, David J. (2009): Development Studies and Tourism. In: Jamal, Tazim [Hrsg.] (2009): The SAGE handbook of tourism studies. Los Angeles, Calif. [u.a.]: Sage Publ. S. 148.

**Abbildung 7:** 3-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit, eigene Darstellung.

**Abbildung 8:** Fremdenverkehrspolitischer Zielrahmen. Quelle: Krippendorf, Jost (1989a) nach Beratende Kommission für Fremdenverkehr des Bundesrates, Das Schweizer Tourismuskonzept, Schlussbericht, Bern 1979, S. 57. S. 26.

**Abbildung 9:** Magische Fünfeck-Pyramide einer nachhaltigen touristischen Entwicklung.

Müller, Hansruedi (2003): Tourismus und Ökologie – Wechselwirkungen und Handlungsfelder. München [u.a.]: R. Oldenbourg. S. 35.

**Abbildung**

**10:**

Reisestern.

<http://www.tmdb.de/de/marke/REISESTERN,DE39634186.html>

[letzter Zugriff: 20.03.2013]

**Abbildung 11:** Drei Wege zu nachhaltigem Massentourismus (Sustainable Mass Tourism).

Weaver, David B. (2012): Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence. S. 1033.

**Abbildung 12:** Touristenankünfte und Einnahmen aus dem Tourismus (1960-2000).

Li-butzki, Oliver (2004): Strukturen und Probleme des Tourismus in Thailand. In: Becker, Christoph [Hrsg.]: Geographie der Freizeit und des Tourismus. München; Wien: Oldenbourg. S. 679.

## 9. Abkürzungsverzeichnis

---

CAT	Circumstantial Alternative Tourism
CBT	Community Based Tourism, gemeindeorientierter Tourismus
CBT-I	The Thailand Community Based Tourism Institute
DAT	Deliberate Alternative Tourism
EL	Entwicklungsländer
ERIC	Environmental Research Institute of Chulalongkorn University
KdF	Kraft durch Freude
MDGs	Millennium Development Goals
NESDB	National Economic and Social Development Board
NESSThai	Network for Environmentally- and Socially-Sustainable Tourism Thailand
NGOs	Non-Governmental Organisations, Nichtregierungsorganisationen
REST	Responsible Ecological Social Tours Project
SMT	Sustainable Mass Tourism
SOA	Südostasien
STD	Sustainable Tourism Development
ST-EP	Sustainable Tourism Eliminating Poverty
TAT	Tourism Authority Thailand
TEATA	Thai Ecotourism and Adventure Travel Association
TRF	Thailand Research Fund
UMT	Unsustainable Mass Tourism
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNEP	United Nations Environment Programme
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
WEPA	Water Environment Partnership in Asia
WSSD	World Summit on Sustainable Development
WTTC	World Travel & Tourism Council
WWF	World Wildlife Fund



## 10. Anhang

### 10.1. Anhang 1: Internationale Touristenankünfte (in 1000).

Destinations	Series <sup>1</sup>	International Tourist Arrivals (1000)			Change (%)		International Tourism Receipts (US\$ million)			Share (%)	
		2009	2010	2011*	10/09	11*/10	2009	2010	2011*	2010	2011*
<b>Asia and the Pacific</b>		<b>181,127</b>	<b>204,439</b>	<b>216,996</b>	<b>12.9</b>	<b>6.1</b>	<b>204,155</b>	<b>255,254</b>	<b>289,448</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
North-East Asia		98,017	111,508	115,779	13.8	3.8	101,627	128,579	143,051	49.4	49.4
China	TF	50,875	55,664	57,581	9.4	3.4	39,675	45,814	48,464	16.7	16.7
Hong Kong (China)	TF	16,925	20,085	22,316	18.7	11.1	16,408	22,200	27,686	9.6	9.6
Japan	VF	6,790	8,611	6,219	26.8	-27.8	10,305	13,199	10,966	3.8	3.8
Korea, D P Rp		..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
Korea, Republic of	VF	7,818	8,798	9,795	12.5	11.3	9,819	10,359	12,304	4.3	4.3
Macao (China)	TF	10,402	11,926	12,925	14.7	8.4	18,142	27,790	..	..	..
Mongolia	TF	411	456	456	10.8	0.0	235	244	218	0.1	0.1
Taiwan (pr. of China)	VF	4,395	5,567	6,087	26.7	9.3	6,816	8,721	11,044	3.8	3.8
<b>South-East Asia</b>		<b>62,102</b>	<b>69,886</b>	<b>77,154</b>	<b>12.5</b>	<b>10.4</b>	<b>53,847</b>	<b>68,587</b>	<b>81,871</b>	<b>28.3</b>	<b>28.3</b>
Brunei Darussalam	TF	157	214	242	36.3	13.0	254	..	..	..	..
Cambodia	TF	2,046	2,399	2,882	17.3	20.1	1,082	1,180	1,683	0.6	0.6
Indonesia	TF	6,324	7,003	7,650	10.7	9.2	5,598	6,957	7,952	2.7	2.7
Lao P.D.R.	TF	1,239	1,670	..	34.8	..	268	382	406	0.1	0.1
Malaysia	TF	23,646	24,577	24,714	3.9	0.6	15,772	18,276	18,259	6.3	6.3
Myanmar	TF	243	311	391	27.7	25.9	56	73	..	..	..
Philippines	TF	3,017	3,520	3,917	16.7	11.3	2,330	2,630	3,152	1.1	1.1
Singapore	TF	7,488	9,161	10,390	22.3	13.4	9,368	14,133	17,990	6.2	6.2
Thailand	TF	14,150	15,936	19,098	12.6	19.8	16,056	20,115	26,256	9.1	9.1
Vietnam	VF	3,747	5,050	6,014	34.8	19.1	3,050	4,450	5,620	1.9	1.9

UNWTO Tourism Highlights 2012. S. 8.

<http://dx.tq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr1.pdf> [letzter Zugriff: 12.01.2013]

## 10.2. Anhang 2: Aktueller Stand der Agenda 21 konformen Strategien, Institutionen und Gesetzgebung

---

### National Decision-Making Structure

1. National Sustainable Development Coordination Body:	YES
2. National Sustainable Development Policy:	YES
3. National Agenda 21/other strategy for SD:	YES
4. Local/Regional Agenda(s) 21:	NO
5. Environmental Impact Assessment Law:	YES
6. Major Groups involved in Sustainable Development Decision-Making:	YES

### National Instruments and Programmes

1. Sustainable Dev. or environmental education incorporated into school curricula:	YES
2. Sustainable Development Indicators Program:	YES
3. Ecolabel Regulations:	NO
4. Recycle/Reuse Programs:	YES
5. Green Accounting Program:	YES
6. Access to Internet:	YES
7. Access to World Wide Web:	YES
8. A national World Wide Web Site for Sustainable Dev. or State of the Environment:	YES
9. Address:	<a href="http://www.cpd.go.th">www.cpd.go.th</a>

### Policies, Programmes, and Legislation

**Does your country have either a policy, programme, and/or legislation consistent with Agenda 21 in:**

1. Combatting poverty:	YES
2. Changing consumption and production patterns:	YES
3. Atmosphere:	YES
4. Land Use Planning:	YES
5. Forest and Deforestation:	YES
6. Desertification and Drought:	YES
7. Sustainable Mountain Development:	YES
8. Sustainable Agriculture:	YES
9. Biological Diversity:	YES
10. Biotechnology:	YES
11. Oceans and Coastal Areas:	YES
12. Freshwater Management:	YES
13. Toxic Chemicals:	YES
14. Hazardous Wastes:	YES
15. Solid Wastes:	YES
16. Radioactive Wastes:	YES
17. Energy:	YES
18. Transport:	YES
19. Sustainable Tourism:	YES

14.04.2013]

### **10.3. Anhang 3: Kriterien zur Bewertung der Ökoverträglichkeit von KMUs**

---

#### **T. Traveller-friendly – The operation provides an enjoyable experience for the travellers who appreciate nature and local culture**

##### **T.1. Pristine and aesthetic surrounding**

T.1.1. Quality of regional surrounding (1-5 kms around the business)

T.1.2. Quality of the immediate surrounding (0-500 m around)

T.1.3. Views, possibilities to enjoy the surrounding environment from rooms and other facilities.

##### **T.2. Safety, cleanliness and comfort**

T.2.1. Quality of accommodation (rooms and bathrooms)

T.2.2. Quality of food: variety, freshness, kitchen cleanliness, restaurant atmosphere

T.2.3. Quality of other facilities: garden, swimming pool, beach, etc

T.2.4. Suitability for families with children

##### **T.3. Friendly and efficient staff**

T.3.1. Staff attitude: hospitality and friendliness

T.3.2. Range and efficiency of services for travellers

T.3.3. Capacity to serve the needs of special guests (handicapped, senior, etc)

##### **T.4. Discovery of local nature and culture**

T.4.1. Information, interpretation and activities are offered to discover local nature

T.4.2. Information, interpretation and activities are offered to discover local culture

#### **N. Nature-friendly – The operation is designed and managed in a way that reduces environmental impact and enhances nature conservation**

##### **N.1. Environmental planning: policy, management, landscape and building**

N.1.1. Environmental policy, design and management

N.1.2. Environmental impact of site development, visual impact and integration into landscape and traditional land use

N.1.3. Building materials

##### **N.2. Water, energy and chemicals**

N.2.1. Steps taken to reduce water consumption and dependence from ground/ tap water

N.2.2. Steps taken to reduce energy consumption and/or develop renewable energy

N.2.3. Steps to reduce the use of harmful chemicals

##### **N.3. Waste minimization and disposal**

N.3.1. Steps to reduce waste creation

N.3.2. Steps to dispose of liquid waste in an eco-friendly way

N.3.3. Steps to dispose of solid waste in an eco-friendly way

#### **N.4. Participation in environmental education and conservation**

N.4.1. Awareness raising, training and participation of employees in environmental management

N.4.2. Awareness raising, information and participation of guests in environmental conservation

N.4.3. Contribution and participation in environmental programs with local communities, business groups or environmental organizations

#### **C. Community-friendly – The operation contributes to the welfare of local people and the enhancement of the local culture**

##### **C.1. Relationships with employees**

C.1.1. Fair compensation and benefits for all employees

C.1.2. Good relationship between management and employees

C.1.3. Training programs for employees

##### **C.2. Relationships with local communities**

C.2.1. Good cooperation with local communities, conflict prevention

C.2.2. Cooperation with local communities in environmental management

C.2.3. Contribution to local communities' welfare

##### **C.3. Participation and promotion of economic opportunities**

C.3.1. Employment of local community members

C.3.2. Use of local products, support to local product development and sales

C.3.3. Involvement of local people in tourism related activities/services

##### **C.4. Support to local culture**

C.4.1. Interaction between guests and communities

C.4.2. Promotion of local culture

C.4.3. Contribution to local culture conservation and development

(ERIC 2007: 49f)

## 10.4. Anhang 4: Fragebogen an thailändische Resorts

---

### Sustainable Tourism / Ecotourism

1. Have you ever heard of the terms “sustainability”, „sustainable tourism“, “ecotourism” and/or „sustainable tourism development“?

2. If yes, can you describe what they mean (to you)?

3. If yes, how did you hear about it?

(friends, family, government representatives, government act, the TAT, local leaders, tourists, etc.)

4. What kind of activities do you do for your hotel/resort to be sustainable and/or eco-friendly?

**5.** Do you have any kind of certification for being sustainable and/or eco-friendly?



**6.** If you have never heard of “sustainability”, “sustainable tourism”, “ecotourism” and/or “sustainable tourism development”, can you try to guess what they could mean?



**7.** How do you dispose of any kind of waste (your own, in your hotel/resort)?







## Deutsche Zusammenfassung

---

Tourismus ist zu einem der wichtigsten Wirtschaftszweige weltweit herangewachsen, mehr als einer Milliarde Menschen bietet er einen Arbeitsplatz und ein Rückgang des Wachstums ist nicht in Sicht. Im Gegenteil erwartet die Welttourismusorganisation (UNWTO) bis 2020 einen Anstieg auf 1,6 Milliarden Touristen. Neben all den positiven Effekten, die der Fremdenverkehr auf die lokalen Gesellschaften haben kann, treten immer mehr Probleme wie etwa Umweltzerstörung auf. Im Hinblick auf immer größer werdende Hindernisse, schlägt die Tourismusindustrie eine neue Richtung ein: das omnipräsente Konzept der Nachhaltigkeit wird auf die Entwicklung des Fremdenverkehrssektors umgelegt. Ziele sind die Sicherung der ökonomischen, ökologischen und soziokulturellen Nachhaltigkeit an den Destinationen. Da sehr viele Entwicklungsländer am Tourismus partizipieren und von dessen positiven Effekten abhängig sind, ist es notwendig nachteilige Auswirkungen auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt zu verringern.

Der Gegenstand dieser Diplomarbeit ist eine Untersuchung der Existenz eines Marktes für nachhaltigen Tourismus in einem der beliebtesten Urlaubsländer der Welt – dem südostasiatischen Königreich Thailand. Mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse wurde das durch eine Literaturrecherche gesammelte Datenmaterial zur Thematik in Kategorien aufbereitet, um die zentrale Forschungsfrage beantworten zu können: „Existiert in Thailand ein Angebot an nachhaltigem Tourismus/Ökotourismus und, wenn ja, inwieweit steckt in der Praxis dieser Tourismusform das Potenzial zu einer nachhaltigen Entwicklung des Landes?“ Drei Hypothesen wurden aufgestellt um bei der Beantwortung der Forschungsfrage behilflich zu sein, eine kurze Studie per E-Mail wurde durchgeführt zur zusätzlichen Informationsgenerierung über das Verständnis von nachhaltigem Tourismus, nachhaltiger Tourismusedwicklung und Ökotourismus von thailändischen Fremdenverkehrsunternehmern.

Grundsätzlich bekannt als ein Paradies für Massentouristen und *All-Inclusive*-Urlaube hat Thailand jüngst begonnen nachhaltige Tourismusedwicklung in seine staatlichen Richtlinien aufzunehmen. Darüber hinaus haben viele Unternehmen, vorwiegend Klein- und Mittelbetriebe, begonnen nachhaltiger zu arbeiten. Regierungs- sowie Nichtregierungsorganisationen entstanden zur Unterstützung und Verbreitung dieses Weges, der die Lebensgrundlage zukünftiger Generationen und der Tourismusindustrie selbst erhalten soll. Die Partizipation der lokalen Gesellschaft, die Konservierung der Natur und die Ge-

nerierung ökonomischer Vorteile für die Bevölkerung zählen zu den wichtigsten Zielen der nachhaltigen Tourismusentwicklung. In dieser Arbeit präsentierte Beispiele zeigen, dass im thailändischen Kontext des Fremdenverkehrs durchaus das Potenzial für diese neue Art der Entwicklung vorhanden ist, vor allem in Nordthailand wo Trekking-Urlaube boomen und positive Effekte zu sehen sind. Doch nicht nur dort existieren Tourismusunternehmen, die im Sinne der Nachhaltigkeit operieren. Mehrere Beispiele für funktionierende (Öko)Tourismus-Resorts und –Projekte werden in dieser Arbeit präsentiert.

Wie sich die konkrete Situation in Thailand weiter entwickeln wird und wie sich diese nachhaltige Tourismusform auf die Entwicklung des Landes auswirken wird, bleibt jedoch weiterhin abzuwarten, da bisher zu wenig Zeit vergangen ist, um konkrete Aussagen zu treffen.

## English abstract

---

Tourism has become one of the most important industries worldwide, it employs more than one billion people and its growth is not going to stop any time soon. On the contrary, the World Tourism Organization (UNWTO) expects the sector to reach 1.6bn tourist by the year 2020. Despite all the positive impacts that tourism can have on guest societies, more and more problems emerge – environmental degradation being one of them. In the face of growing obstacles, a new direction has been taken: the omnipresent concept of sustainability is being applied to tourism development. Its goal is to secure economic, ecological and socio-cultural sustainability for the destinations. As there are many developing countries participation in and depending on the tourism industry it is important to decrease detrimental impacts on economy, society and ecology.

The purpose of this thesis is to show whether there exists a market for sustainable tourism in one of the world's most popular tourist destination – the Southeast Asian Kingdom of Thailand. With the help of qualitative content analysis information on the subject gathered through literature research has been arranged in categories in order to answer the central research question: Is there a choice of sustainable tourism/ecotourism businesses in Thailand and does this practice imply the potential capacity of sustainable development of the country? Three hypotheses have been established to assist with the explanation of the research question and a small study via e-mail has been undertaken to generate some more information about the awareness level of sustainable tourism, sustainable tourism development (STD) and ecotourism among Thai business owners.

Generally known as a paradise for mass tourists and all-inclusive packages, Thailand has recently begun to embrace sustainable tourism development in its governmental rules of action. Furthermore many businesses, first and foremost small and medium-sized enterprises, have taken to implement sustainable practices. Governmental and non-governmental organisations have formed to support and promote this path of action that is said to sustain the means of livelihood for future generations and of the tourism industry itself. The participation of the local community, the preservation of nature and the economic benefits for the locals are some of the most important goals of STD. The examples presented in this thesis show that in the context of Thai tourism there exists a potential for this new kind of development, especially in the Northern Thailand, where trekking-tourism booms, positive impacts can be seen. But sustainable tourism enterprises also

exist in other regions of the country. Several examples of functioning (eco)tourism resorts and projects are being presented in this paper.

Nevertheless, it remains to be seen how the situation in Thailand is going to evolve and how this sustainable form of tourism is going to impact the development of the country. Until now too less time has passed to be able to draw concrete conclusions on this matter.

## Lebenslauf

---

### Nora-Veronika Mayr

Wohnadresse: Liechtensteinstrasse 127/9  
1090 Wien

Geburtsort und -datum: Ried im Innkreis, OÖ, 25.Februar 1987

E-mail: nora.mayr@gmx.at

Staatsbürgerschaft: Österreich

#### **Bisheriger Bildungsweg:**

1997 – 2001 Bundesrealgymnasium Ried im Innkreis

2001 – 2006 Bundeshandelsakademie Ried im Innkreis  
(maturiert mit ausgezeichnetem Erfolg, Schwerpunkt  
Management für Klein- und Mittelbetriebe KMU)

Seit 10/2007 Individuelles Diplomstudium Internationale Entwicklung  
an der Universität Wien (Schwerpunkte Tourismus und  
Südostasien)

03/2008 – 02/2010 Diplomstudium Anglistik und Amerikanistik an der Uni-  
versität Wien

Seit 03/2010 Bachelorstudium English and American Studies an der  
Universität Wien

#### **Bisherige Berufserfahrung:**

08/2004 – 09/2004 Ferialarbeit Fa. Wintersteiger AG (Lagertätigkeiten)

08/2005 – 09/2005 Ferialarbeit Fa. Wintersteiger AG (Einkauf)

08/2006 – 10/2006 Ferialarbeit Fa. PC Electric GesmbH (Fertigung)

04/2007 – 07/2007 Leasingarbeit Fa. Fischer Composite Technology (Ferti-  
gung)