

Chancen, Perspektiven  
und Voraussetzungen für eine  
verstärkte Zusammenarbeit

# Ethnologie und Tourismus

Dokumentation der Konferenz  
5. und 6. November 2004  
Ethnologisches Museum Berlin



GATE

Gemeinsamer Arbeitskreis  
Tourismus und Ethnologie  
GATE e.V.

Chancen, Perspektiven  
und Voraussetzungen für eine  
verstärkte Zusammenarbeit

# Ethnologie und Tourismus

Dokumentation der Konferenz  
5. und 6. November 2004  
Ethnologisches Museum Berlin



GATE

Gemeinsamer Arbeitskreis  
Tourismus und Ethnologie  
GATE e.V.



(c) Foto: Sylvia Reschke

---

8	<b>Vorwort</b>
10	<b>Einführung</b>
13	<b>10 Jahre GATE e.V. – Bilanz und Thesen zum Verhältnis von Ethnologie und Tourismus</b> Kristina Schilling und Matthias Beyer
18	<b>Tourismusethnologie: Trends und Visionen</b> Christoph Antweiler
28	<b>Von der Theorie zur Praxis – ethnologische Feldforschung im Bereich Tourismus</b> Corinne Neudorfer
38	<b>Tourismus-Ethnologie: Forschung und Lehre an der Universität Bayreuth</b> Marko Scholze
46	<b>Dringend gesucht – Tourismusberater/in mit Allroundkenntnissen</b> Nicole Häusler
55	<b>(Weiter-)Bildung für Nachhaltigen Tourismus – Erfahrungen aus der Praxis</b> Silvia Stuppäck
64	<b>Wirtschaftlichkeit und Ethik im Tourismus – ein Widerspruch?</b> Manfred Häupl
73	<b>Braucht die Praxis Ethnologen?</b> Kundri Böhmer-Bauer
83	<b>Kernergebnisse der Konferenz und Handlungsempfehlungen</b> GATE e.V.
89	<b>Anmerkungen</b>
90	<b>Autorenüberblick</b>
95	<b>Wer und Was ist GATE?</b>
96	<b>Impressum</b>

---

## Vorwort

### Was hat die Tourismuswirtschaft mit der Ethnologie zu tun?

„Nichts!“ war die Antwort eines Konferenzteilnehmers.

Wirklich nichts? Ethnologen<sup>1</sup>, sowie Vertreter aus der Entwicklungszusammenarbeit, der Tourismuswirtschaft und der Weiterbildung diskutierten zwei Tage im Ethnologischen Museum Berlin die Frage, was Ethnologen im Bereich Tourismus den anderen Dienstleistungsbereichen anbieten können. Die Ergebnisse dieser Diskussion werden in dieser Dokumentation vorgestellt und zusammengefasst.

Sowohl diese Konferenz im November 2004 als auch die Publikation sind nur der Anfang einer hoffentlich intensiven Zusammenarbeit von allen Seiten in der Zukunft. Denn nur über eine verstärkte Berücksichtigung der sozialen, kulturellen und sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen können Tourismusprodukte sozialverträglich gestaltet, Reisende auf fremde Länder adäquat vorbereitet und Armutsbekämpfung durch touristische Entwicklungsprojekte wirkungsvoll betrieben werden. Die Einsicht, dass hierfür interkulturelle Kenntnisse sowie Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit den betreffenden Ländern, Regionen und Gemeinden unerlässlich sind, wächst zunehmend. Ethnologen können dieses Fachwissen liefern, sie müssen es aber auch verständlich und praxisnah anbieten können und damit ihre Bereitschaft zeigen, den Elfenbeinturm zu verlassen.

Der „Gemeinsame Arbeitskreis Tourismus und Ethnologie – GATE e.V.“ hofft daher, mit dieser Konferenz einen Anstoß gegeben zu haben für eine interessante, reibungsvolle und vertiefende Diskussion in der Zukunft.

---

GATE möchte sich an dieser Stelle auch noch einmal herzlich beim Ethnologischen Museum Berlin für die gute Zusammenarbeit bedanken. Erst die Kooperation mit Ihnen hat uns den reibungslosen Verlauf der Konferenz ermöglicht.

Die Organisation der Konferenz konnte Dank der finanziellen Unterstützung des Evangelischen Entwicklungsdienstes (eed) sowie der Kooperation Eine Welt durchgeführt werden.

Zudem gilt unser Dank dem Reiseveranstalter Hauser exkursionen sowie dessen Geschäftsführer Manfred Häupl, der nicht nur inhaltlich einen wichtigen Beitrag zur Konferenz leistete.

Und ein großer Dank geht nochmals an folgende GATE-Mitglieder für die gute Organisation der Konferenz und Publikation: Sarah Fischer, Hilde Mahle, Sylvia Reschke, Kristina Schilling, Anja Weber und Annegret Zimmermann. Ein besonderer Dank geht an Susanne Schmitz, der Koordinatorin der Konferenz.

Und natürlich danken wir allen, die mit ihrer Arbeit und ihrem Engagement während der Diskussionen am Erfolg der Konferenz beteiligt waren.

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen sowie neue Ideen und Erkenntnisse!

Nicole Häusler, Matthias Beyer und Silke Krause  
Vorstand GATE e.V.  
Berlin, Januar 2005

# Einführung

## Ethnologie und Tourismus – Möglichkeiten einer Kooperation

Über 100 Vertreter aus Tourismuswirtschaft, Entwicklungszusammenarbeit, Bildungsarbeit sowie aus dem universitären Bereich kamen im Rahmen der zweitägigen Konferenz zusammen, um gemeinsam über den Stellenwert des Tourismus in der Ethnologie sowie über Kooperationsmöglichkeiten zwischen dem Fach und der touristischen Praxis zu diskutieren.

Am ersten Tag der Konferenz stellten zunächst Experten unterschiedlicher Fachrichtungen in zwei Vortragsblöcken ihre Gedanken und Erfahrungen zum Thema vor.

Der erste Vortragsblock mit dem Titel **„Tourismusforschung in der Ethnologie – (k)ein weißer Fleck auf der Landkarte“**

fokussierte den Stellenwert und die zukünftige Relevanz des Tourismus in der ethnologischen Lehre und Forschung. Die Referenten Prof. Christoph Antweiler (Universität Trier), Corinne Neudorfer (Universität Trier) und Marko Scholze (Universität Bayreuth) bezogen hierzu sowohl theoretisch als auch anhand praktischer Beispiele Stellung.

Unter dem gemeinsamen Thema

**„Social und Cultural Know-how – Chance für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus!?“**

des zweiten Vortragsblocks wurden aus Sicht der Entwicklungszusammenarbeit (Nicole Häusler, CIM), einer Nichtregierungsorganisation (Silvia Stuppäck, respect) sowie der Tourismuswirtschaft (Manfred Häupl und Kundri Böhmer-Bauer, Hauser exkursionen) mögliche Handlungsfelder für Ethnologen im Tourismusbereich sowie Defizite und Hindernisse für eine verstärkte Integration der Ethnologie in die Tourismuspraxis aufgezeigt. Abgerundet wurde der erste Tag durch einen Markt der Möglichkeiten, auf dem Institutionen und Firmen ihre Arbeit den Teilnehmern präsentierten und sich persönlich austauschen konnten.

Am zweiten Konferenztag fanden parallel zwei Workshops statt, in denen die Inhalte der beiden Vortragsblöcke weiter vertieft und konzeptionelle Ansätze für die Zukunft erarbeitet wurden.

Der erste Workshop erarbeitete unter dem Titel **„Die Zukunft der interdisziplinären Tourismusforschung“** tourismusrelevante Themen der ethnologischen Forschung sowie mögliche zukünftige Kooperationen für eine interdisziplinäre Zusammenarbeit.

**„Social and Cultural Consulting im Tourismus – Ziele, Handlungsfelder und Strategien für die Praxis“**

lautete das Thema des zweiten Workshops. In Arbeitsgruppen wurden jeweils Schnittstellen und Schwachstellen zwischen Tourismuswirtschaft und Ethnologie, Entwicklungszusammenarbeit und Ethnologie sowie Weiterbildung und Ethnologie formuliert.

Sämtliche Vorträge der Referenten sowie die Kernergebnisse der beiden Workshops und Diskussionsrunden sind Bestandteil dieser Dokumentation.

In den Beiträgen der Referenten zeigte sich die Notwendigkeit, die Touristen „ernster“ zu nehmen als bisher geschehen und detaillierter zu erforschen. Daraus ließen sich Touristen-Typologien mit analytischer Tiefe entwickeln, die neben gesellschaftstheoretischen Erkenntnissen auch bspw. für die touristische Produktentwicklung von Bedeutung sind.

Zahlreiche Handlungsempfehlungen der Gastredner eröffneten ein weites Spektrum anstehender Forschungsschwerpunkte, wie z.B. das Phänomen eines weltweit zunehmenden Binnen-Tourismus: Touristen in den Ländern des Südens sind nicht mehr nur „Ausländer“, sondern zunehmend auch Einheimische.

Deutlich zum Vorschein kam die ethnologische Herangehensweise bei der Tourismusforschung, die im Unterschied zu anderen Fachdisziplinen vor allem die agierenden Menschen mit ihren Vorstellungen (z.B. von Tourismus) in den Vordergrund stellt.

Von Seiten der Entwicklungszusammenarbeit wurde ein breiter Katalog all jener Kenntnisse aufgezeigt, die ein Tourismusberater im Idealfall in sich vereinen sollte. Erläutert wurde dies u.a. an den

Herausforderungen und Möglichkeiten einer touristischen Berater-tätigkeit im Bereich von Community-based Tourism-Projekten. Um im Tourismusgeschäft Fuß zu fassen, so das Fazit, müssen Ethnologen damit beginnen, verstärkt in andere Bereiche hinein zu schauen und ihr fachliches Know-how auf eine breitere Basis stellen.

Hauser exkursionen betonte in seinem Beitrag die Rolle mittelstän-discher Reiseveranstalter, die sich einem nachhaltigen Tourismus verpflichtet fühlen: Durch den Aufbau modellhafter sozialer und öko-logischer Strukturen in neu erschlossenen Gebieten können Stan-dards gesetzt werden, die von nachfolgenden Touristikunternehmen nicht ignoriert werden können. Trekkingtourismus wird von dem Unternehmen als eines der ersten nachhaltigen Tourismusmodelle angesehen.

Ein allgemeines Grundcredo der Konferenz hieß: „Die Praxis braucht Ethnologen, doch in erster Linie brauchen Ethnologen Praxis“ (Böhmer-Bauer).

## 10 Jahre GATE e.V.

### Bilanz und Thesen zum Verhältnis von Ethnologie und Tourismus

Kristina Schilling, Matthias Beyer

#### Tourismusforschung in der deutschsprachigen Ethnologie...

Der Verein GATE e.V. entstand vor zehn Jahren aus einer haupt-sächlich studentischen Initiative. Die meisten Gründungsmitglieder hatten bereits Erfahrung im Bereich Tourismus. Diese waren ent-weder beruflicher Art, z.B. als Reiseleiter oder Reiseverkehrskauffrau oder beruhten auf einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema in einer Magister- oder Doktorarbeit.

Wir alle waren vertraut mit den tourismuskritischen Strömungen, die sich bereits seit Ende der 70er Jahre vor allem mit den ökologischen Folgen des Tourismus beschäftigten. Zwar wurde auch Kritik an den sozio-kulturellen Folgen laut. Die ethnologische Fachdebatte diesbe-züglich verlief aber eher unproduktiv, da man sich dem Thema vor-nehmlich kritisch-emotional denn wissenschaftlich näherte. So über-wog z.B. bei vielen Wissenschaftlern die Angst vor Veränderung durch den einsetzenden Massentourismus in klassischen ethnolo-gischen Feldforschungsgebieten, wodurch sich das wissenschaft-liche Interesse, sich mit dem Phänomen Tourismus zu befassen, in Grenzen hielt.

Anders verlief die wissenschaftliche Entwicklung im Fach Ethnologie in den USA, England und Frankreich, wo man sich bereits seit den 1960er/1970er Jahren kreativ mit dem Thema auseinander setzte. In Deutschland waren bis dahin wissenschaftliche Arbeiten zum Thema Tourismus Einzelleistungen, die in keinem Zusammenhang mit einer Forschungstradition standen.

Mit der Gründung von GATE verfolgten wir darum zwei Absichten: Zum einen, Tourismus als Forschungsgegenstand in der deutsch-sprachigen Ethnologie zu etablieren und zum anderen, ethnolo-gisches Wissen, ethnologische Methodik und ethnologische Ethik in die Tourismusbranche einzubringen. Langfristiges Ziel dabei war es natürlich auch, das touristische Berufsfeld für Ethnologen zu erschließen. Berufsfelder sahen wir dabei vor allem in touristischen

Projekten der Entwicklungszusammenarbeit, in der touristischen Bildungsarbeit und in Berufen der Tourismusbranche selbst.

### **...ist immer noch ein weißer Fleck auf der Landkarte, ...**

Beide Felder, „Ethnologie und touristische Praxis“ und „Tourismusforschung in der Ethnologie“ können nicht ohne einander auskommen und müssen sich ständig gegenseitig bereichern. GATE hat sich an der Schnittstelle der beiden Gebiete etabliert. Zu unseren wichtigsten Projekten gehörten von Beginn an die Sensibilisierung für das Thema Tourismus im Fach selbst, u.a. durch Fachvorträge und -seminare an Universitäten, sowie Öffentlichkeitsarbeit für das Fach, z.B. in Form von Präsentationen und Vorträgen auf Reisemessen wie der Internationalen Tourismusbörse (ITB) in Berlin<sup>2</sup>.

Für seine Arbeit ist GATE angewiesen auf neue, für das Thema Tourismus relevante Forschungsergebnisse der deutschsprachigen Ethnologie. Dass sich das Thema Tourismus hier noch immer nicht durchgesetzt hat, erkennt man leicht, wenn man den Aufsatz von Hans Fischer aus dem Jahre 1982 liest: Die von ihm skizzierten Probleme sind die gleichen geblieben – der Aufsatz könnte von heute sein (vgl. Fischer 1982).

Die Gründe dafür sind einfach herzuleiten: Zum ersten ist die Tourismusforschung bis heute noch immer die Sache Einzelner und einzelner Fachbereiche<sup>3</sup>. Darüber hinaus kommen wesentliche Impulse der Tourismusforschung weiterhin aus dem Ausland und aus anderen Disziplinen, die sich dem Tourismus als Forschungsthema angenommen haben, wie z.B. aus der Volkskunde, Soziologie, Psychologie, Betriebswirtschaftslehre und aus den Tourismuswissenschaften.

Wie in anderen anwendungsbezogenen Forschungsgebieten ist es auch im Falle Tourismus der deutschsprachigen Ethnologie bislang nicht gelungen, einen kreativen Umgang mit dem Thema zu pflegen. Wenn überhaupt, dann setzt sich die jüngere Generation in Magister- und Doktorarbeiten mit dem Thema auseinander. In vielen anderen Publikationen ist Tourismus oft nur deshalb Bestandteil, weil er in den Forschungsgebieten einfach nicht mehr übersehen werden kann. Das alles hat auch zur Folge, dass sich die Tourismusforschung in Deutschland noch nicht entsprechend institutionalisiert hat. In der gemeinsamen Interessenvertretung der deutschen Ethnologie, der Deutschen Gesellschaft für Völkerkunde (DGV), existiert keine ent-

sprechende Arbeitsgruppe und an den Universitäten gibt es nur vereinzelte Projekte, bei denen Tourismus als Forschungsgegenstand im Zentrum steht.

Ein weiteres Hemmnis sind die Lehrenden des Faches Ethnologie, die den Bezug zum Thema Tourismus noch immer zu wenig suchen. Trotz steigender Absolventenzahlen, die vorhersehbar nicht alle im wissenschaftlichen Bereich tätig werden können, gibt es von Seiten der Lehrenden wenig Interesse, anwendungsbezogene Forschungsfelder wie das Thema Tourismus zu erschließen. So ist es auch zu erklären, dass die zumeist studentischen Initiativen, die sich wie GATE im Bereich Tourismus engagieren, wenig Unterstützung erhalten.

### **...der aber ständig kleiner wird.**

Im Rückblick auf die letzten zehn Jahre GATE e.V. wäre Resignation dennoch unangebracht. Denn der vermeintliche weiße Fleck, den die Tourismusforschung in der deutschen Ethnologie darstellt, wird – wenn auch sehr langsam – kleiner.

So ist die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Thema sehr viel differenzierter geworden, auch wenn die wesentlichen Impulse noch immer aus dem Ausland kommen.<sup>4</sup> Das Angebot an Seminaren zum Thema Tourismus an den deutschsprachigen Fachbereichen hat sich enorm erweitert. Vereinzelt gibt es inzwischen Tourismus-Forschungsprojekte.<sup>5</sup>

Auch ist das Interesse am Fach von außen gestiegen. So greifen andere Fächer, die sich mit dem Themenkomplex Tourismus befassen, vermehrt auf vorhandene ethnologische Forschungsergebnisse zurück.

### **Und wie sieht es mit der Praxis aus?**

GATE e.V. ist das Tor, um „fremde“ Kulturen besser verstehen zu lernen. Diesem Anspruch versuchen wir gerecht zu werden: sowohl gegenüber denjenigen, die reisen, als auch gegenüber denjenigen, die sich professionell (theoretisch oder praktisch) mit Tourismus auseinandersetzen. Im Fokus unserer Bemühungen stehen hierbei die Tourismuswirtschaft, die Entwicklungszusammenarbeit, die Bildungsarbeit und nicht zuletzt die Reisenden selbst.

Wir haben bei unserer Arbeit im vergangenen Jahrzehnt immer

wieder feststellen müssen, dass der Begriff „Tourist“ gerne pauschal mit denjenigen gleichgesetzt wird, die vornehmlich zum Zweck der Erholung reisen. Sie gelten für viele als die Hauptverursacher von sozio-kulturellen (und weiteren) Problemen in den touristischen Zielgebieten, die in der tourismuskritischen Debatte seit nunmehr rund 30 Jahren diskutiert und angeprangert werden. Beispiele für den unmittelbaren Beitrag von Erholungssuchenden zu negativen Auswirkungen in den Destinationen (z.B. Akkulturationseffekte) gibt es zahlreich und können nicht verleugnet werden. Aber dies ist eben nur die eine Seite der Medaille.

Denn wir alle reisen – unabhängig von unseren Reisemotiven – in ferne und für uns fremde Länder mit derselben Hoffnung, ja der Erwartung, dass wir von der einheimischen (= „bereisten“) Bevölkerung als Gast empfangen und behandelt werden. Wir alle haben den Anspruch, auch (oder vielleicht gerade) fern der Heimat bestimmten persönlichen Bedürfnissen nachzugehen, für die wir ein gewisses Maß an Respekt, Freiheit, Toleranz und Abstand von Seiten der einheimischen Bevölkerung voraussetzen. Wir alle möchten auch etwas mitnehmen von unserer Reise, sei es die Erinnerung an einen schönen Urlaub, sei es ein konkretes Ergebnis aus einer ethnologischen Feldforschung, oder sei es die Gewissheit, ein (zumal touristisches) Entwicklungsprojekt erfolgreich mitgestaltet zu haben.

Diejenigen, die glauben, sich von den Erholungssuchenden abgrenzen zu können, da sie (scheinbar) nicht Teil des Problems sind, verkennen, dass ein „professionelles“ Reisemotiv (z.B. eine ethnologische Feldforschung, der Einsatz als Entwicklungshelfer oder als Reiseleiter) weder automatisch interkulturelle Kompetenz verleiht noch automatisch dazu legitimiert, sich als etwas anderes (oder gar besseres) zu sehen als das, was wir alle auf Reisen sind: nämlich Touristen!

So legitim auf der einen Seite die Ansprüche und Bedürfnisse der Reisenden sind, so legitim ist auf der anderen Seite die Erwartung der einheimischen Bevölkerung, dass der Gast – unabhängig von seinem Reisemotiv – ihre Sprache, Kultur, Gebräuche und Traditionen respektiert und sich damit auseinander setzt. Nur wenn beide Seiten ernst genommen werden, lässt sich der Anspruch eines verbesserten interkulturellen Dialogs sowie von mehr Sozialverträglich-

keit im Tourismus erreichen und können touristische Produkte entwickelt werden, die sowohl diesem Anspruch gerecht werden als auch realistische Marktchancen bieten. Wir alle können Katalysatoren dieses Prozesses, aber eben auch Teil des Problems sein. Es kommt darauf an, ein gegenseitiges Bewusstsein für die Erfordernisse im Umgang mit unterschiedlichen Werte- und Normenvorstellungen und deren relativer Gültigkeit zu schaffen sowie Wege für die Praxis aufzuzeigen. Dies gilt nicht nur für das unmittelbare Zusammentreffen von Erholungssuchenden mit der einheimischen Bevölkerung sowie touristischen Anbietern vor Ort, sondern betrifft auch diejenigen, die in der Tourismuswirtschaft arbeiten (sei es als Reiseveranstalter, Reisebüro, Incoming-Agentur, Hotelier, Gastronom, Reiseleiter oder in sonstigen Bereichen), sowie diejenigen, die in der Entwicklungszusammenarbeit oder entwicklungspolitischen Bildungsarbeit beschäftigt sind (sei es vor Ort oder in Deutschland, sei es im Tourismus selbst oder auch in anderen Themenfeldern) und nicht zuletzt betrifft es die Ethnologen selbst (sei es bei Tätigkeiten vor Ort oder in Deutschland, sei es im Bereich der ethnologischen Tourismuslehre oder im Bereich der ethnologischen Tourismusforschung).

### **Ausblick**

Seit Beginn unserer Aktivitäten setzen wir uns dafür ein, dem Themenkomplex „Ethnologie und Tourismus“ innerhalb und außerhalb des Fachs eine Öffentlichkeit zu verschaffen.

Die Tatsache, dass auf der Konferenz neben Ethnologen auch zahlreiche Reiseveranstalter, Entwicklungs- und Bildungsexperten teilgenommen haben, zeigt das Interesse der Praxis, sich mit ethnologischen Herangehensweisen im Tourismus auseinander zu setzen. Daher werden wir auch in Zukunft daran arbeiten, dass die Tourismuslehre und -forschung ein Teil der Ethnologie wird und daran, ethnologische Erkenntnisse in der Tourismusbranche, Entwicklungszusammenarbeit und Bildungsarbeit zu etablieren.

---

### **Literatur**

Fischer, Hans 1982: Ethnologie und Tourismusforschung, in: Mitteilungen aus dem Museum für Völkerkunde Hamburg. Neue Folge, Band 12, Hamburg

# Tourismusethnologie: Trends und Visionen

Christoph Antweiler

## Abstract

Unter dem Motto, dass die Ethnologie Touristen genauso ernst nehmen sollte wie die 180 interessanten Typen auf einer abgelegenen Waldlichtung in Neuguinea in einer klassischen Feldforschung, möchte ich zeigen, was eine ethnologische Sicht auf Tourismus bringen kann. Tourismusethnologie nützt sowohl der Tourismuswirtschaft als auch der Ethnologie selbst. Für die Ethnologie ist Tourismus als angewandtes Thema wichtig, erschöpft sich darin aber keineswegs. Ethnologie hat als Fach immer viel mit Tourismus zu tun gehabt. Entgegen verbreiteten Ansichten gibt das Thema Tourismus auch kulturtheoretisch viel her, z.B. in Hinsicht auf Lokalisierungsprozesse, Ethnisierung, Diasporas und Hybridisierung. Die Tourismuswirtschaft kann von ethnologischen Erkenntnissen zu allen Beteiligten im Umfeld von Reisen profitieren. Im Mittelpunkt stehen Interessen, Wünsche und Sichtweisen sowie deren oft schneller Wandel. Hierbei spielen nicht nur diverse Einzelpersonen, Netzwerke und Gruppen im Zielgebiet eine Rolle, sondern auch unterschiedlichste Touristen und Vermittler.

## Tourismus – ein ungeliebtes und doch genuin ethnologisches Thema!

Tourismus ist in einem faszinierenden Spannungsfeld zwischen Person und Welt angesiedelt. Als Phänomen ist Tourismus global, aber jeder Tourist macht seine Reise als Person. Ich halte Tourismus unter anderem deshalb für faszinierend, weil er sich immer in einer spezifisch kulturell geprägten Arena abspielt und trotz standardisierter Formen und Strukturen individuelle Erlebnisse bietet (Löfgren 2001, Strain 2003). Mein Credo ist, dass die Ethnologie das Thema Tourismus viel ernster nehmen muss, als das bislang der Fall ist. Tourismus in seinen vielen Formen bietet ein potentielles Berufsfeld, wo Ethno-

logischen Arbeit finden und kritische Haltungen nutzbar machen könnten (vgl. Shaw und Williams 2002 für die Geographie).

Bei den gegenwärtig Studierenden des Fachs gibt es ein verbreitetes Interesse am Thema. Bei etablierten Fachvertretern stößt das Thema dagegen häufig auf Ignoranz oder Ablehnung. Tourismus wird oft abgelehnt, da er pauschal mit negativen Folgen für Menschen in bereisten Gebieten assoziiert wird. Da Tourismus mit Freizeit zu tun hat, gilt die Beschäftigung mit Tourismus auch leicht als oberflächlich. Aber nicht nur der Mangel an Berufsfeldern spricht dafür, Tourismus endlich auf die ethnologische Agenda zu setzen. Als Disziplin ist die Ethnologie aber schon immer intensiv mit Tourismus verquickt. Das betrifft ihre Themen und Theorien und teilweise auch ihre Institutionen (Nash 1996, Burns 1999, Chambers 2003). Aber es gilt auch für Feldmethoden. Frühe Reisende entwickelten das Reisen zu einer Form der Sozialforschung, wie Stagl (2002) faszinierend zeigt. Ethnologie hat also als Fach immer viel mit Tourismus zu tun gehabt. Tourismus kann sowohl die empirische Ethnologie als auch die Theoriebildung bereichern. Touristische Bilder, Wünsche und Träume sind weltweit in den Köpfen der Menschen (Selwyn 1996, Köck 2001). Sonnenuntergänge, Palmen und Strände sind ubiquitäre Symbole, die geschichtlich erst erfunden werden mussten und eine eigene Sozialgeschichte haben (Inglis 2000, Löfgren 2001). Tourismus ist eines der weltweiten Phänomene, in denen sich interkultureller Umgang konkret manifestiert, und bietet ein methodisch ergiebiges „Fenster“ auf die Dynamik von Interkulturalität. Als soziales Phänomen ist Tourismus zu verbreitet, um es als Thema „nur angewandter“ Ethnologie abzutun. Tourismus ist so interessant und empirisch vielfältig, dass das Thema m.E. auch zu schade ist, um es bei postmodernen Reflektionen zu belassen (Chambers 1997). Im Folgenden gebe ich zehn Empfehlungen für die zukünftige Tourismusethnologie als Quintessenz aus den gegenwärtigen Trends. Ich nenne dazu jeweils einige exemplarische Monographien oder Sammelbände. Danach gebe ich in Form von vier Abbildungen einige Ideen zur konkreten Umsetzung dieser Vision einer Tourismusethnologie.

## Produktive Schwerpunkte der Tourismusethnologie: zehn Empfehlungen

### 1 Motivvielfalt

Ethnologen sollten die in aller Regel sehr vielfältigen Motive bei Reisenden, bei Vermittlern und „Bereisten“ genauer untersuchen. Sie könnten diese Vielfalt dokumentieren, strukturieren und vergleichend nebeneinander stellen. Die bisherige Tourismusethnologie arbeitet allzu ungeprüft mit der Annahme, dass das Fluchtmotiv oder Suche nach „Anderem“ bei Touristen und das Gewinnstreben bei Bereisten die Hauptmotive seien (dagegen Voyage 1997ff., Hennig 1999, Strain 2003). Beim Personal von Reiseveranstaltern finden sich neben materiellen Interessen mit Sicherheit auch noch andere Motive der Beschäftigung mit Tourismus! Auch die Wünsche von sog. Sextouristen erweisen sich bei genauer Untersuchung als so vielfältig, wie es die Motive und Lebenslagen der Sexverkäufer sind (Ryan und Hall 2000, Schlehe 2002).

### 2 Reisende

Ethnologen sollten verstärkt Reisende und Reisegruppen empirisch untersuchen. Es gibt bislang immer noch sehr wenige wirklich detaillierte und dichte Untersuchungen von Touristen (in Ansätzen Crick 1994). Idealerweise sollten Touristen vor, während und auch nach der Reise untersucht werden. Touristen denken oft das ganze Jahr über eine Reise nach. Für manchen ist die Reise ein „persönliches Projekt“ (Strain 2003). Das zeigt sich z.B. an der Bedeutung, die Souvenirs von Reisenden beigemessen wird, leider jedoch erst in Ansätzen von der Ethnologie (Hitchcock und Teague 2000).

Ebenso sollten wir mehr über die Rolle von Tagebüchern und veröffentlichten Schriften wissen, die auf Reisen entstehen (De Botton 2003, Holland und Huggan 2000). Damit könnten Ethnologen die Forschung befruchten, die reisende Personen bislang nur in theoretischer Reflexion in den Mittelpunkt stellt. Auch in der empirischen Forschung finden sich häufig allzu idealtypische Auffassungen von „den Touristen“. Ethnologen könnten die ausgeblendete tatsächliche Vielfalt betonen.

### 3 Aktive Zielbevölkerung

Die aktiv gestaltende Rolle der Menschen in Zielgebieten des Tourismus sollte stärker empirisch herausgearbeitet werden. Derzeit werden „Bereiste“, wie das Wort schon nahe legt, oft noch immer als einheitliche Gruppe und passive Empfänger oder Opfer bezeichnet. Die Annahme der Passivität geht oft einher mit einer prinzipiellen Vorannahme, dass Tourismus schädlich für Umwelt und lokale Kultur sei und dies auch von „der lokalen Bevölkerung“ so gesehen würde. Mitglieder indigener Völker stehen sicherlich in einem besonders prekären Verhältnis zu Tourismus, besonders wenn er von anderen organisiert und vorstrukturiert ist (Butler und Hinch 1999), aber sie sind – wie im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit auch – nicht per se Opfer.

### 4 Körpererfahrungen

Touristen reisen nicht nur im und mit ihrem Kopf, sondern mit ihrem ganzen Körper. Körperlichkeit und Körperbewegung können sogar als Kardinaligenschaften des Reisens gelten. Die Tourismusethnologie sollte demzufolge körperliche Erfahrungen und sinnliche Erlebnisse viel stärker in den Blick nehmen. Hierzu könnten neuere Theorierichtungen zur Ethnologie des Körpers und der Sinne und Performanzstudien nutzbar gemacht werden. Die derzeitigen sozialwissenschaftlichen Tourismusstudien und die leitenden Theorietexte sind dagegen noch stark auf kognitive Fragen oder Medienthemen beschränkt. Dies gilt ganz besonders für theoretische Texte und Fallsammlungen, die nach wie vor vorwiegend Fragen der Repräsentation, Imagination thematisieren und sich dem „gazing“ widmen (Rojek und Urry 1997, Selwyn 1997, MacCannell 1999, Urry 2001, Dunn 2002).

### 5 Orts- und Landschaftsbezug

Ethnologen könnten die spezifische Ortsbezogenheit und den Landschaftsbezug des Reiseerlebnisses eruieren (Abram, Waldren und McLeod 1997, Yamashita 2003). Damit könnten Theorien der Ent-Örtlichung (De-Territorialisierung), die auf dem gegenwärtigen Theoriemarkt en vogue sind, geprüft werden. Wie hoch ist der faktische Grad von Delokalisierung und wie hoch die Austauschbarkeit von Orten tatsächlich?

## 6 Typologien

Die Tourismusethnologie sollte Typologien in der Tourismusforschung bereichern. Ethnologen könnten dazu beitragen, die enorme Vielfalt von Tourismusformen zu eruieren. In der ethnologischen Literatur wird nach wie vor zumeist nur von Bade-, Kultur- oder Ethno-Tourismus geredet, während in der Tourismuswirtschaft, in Touristikmanagementlehrbüchern und in der Fremdenverkehrsgeographie verschiedenste Typologien verwendet werden. Hier könnten Ethnologen die vielen Übergänge und Mischformen dokumentieren. Typologien von Touristen und Tourismus könnten empirisch geprüft, konstruktiv kritisiert und so bereichert werden (Smith 2003). Damit könnten wir die Tendenz im Schrifttum der meisten Fächer, Typologien unkritisch zu nutzen, korrigieren. Aber wir könnten auch der unter Ethnologen verbreiteten Haltung begegnen, jegliche Typenbildung pauschal abzulehnen. Damit wäre ein auch praktisch sehr nützlicher Beitrag geleistet. Differenzierungen zu „dem Touristen“ sind angesichts der derzeitigen Marktsegmentierung von eminenter Bedeutung. Dazu kommt der schnelle Wandel der Motivmischungen und Reisebedürfnisse, der es erforderlich macht, empirisch Schritt zu halten.

## 7 Binnentourismus

Die „Bereisten“ reisen zunehmend selbst (Stronza 2001). Die Tourismusethnologie sollte sich dem weltweit stark zunehmenden Binnentourismus widmen. Besonders in südlichen Ländern, in denen es eine wachsende Mittelschicht gibt, nimmt der „domestic tourism“ derzeit stark zu (z.B. in Indonesien und Indien; Fälle in Ghimire 2001). Wir sollten uns auch mit den verbreiteten Ausflügen und Belohnungsreisen für Angestellte oder Beamte befassen, statt nur Ausländer als Reisende zu sehen.

## 8 Zusammenhänge mit anderen Mobilitäten und Konsumformen

Wir brauchen mehr Studien zu den Übergängen zwischen Tourismus und anderen Mobilitätsformen, statt nur Tourismus i.e.S. zu untersuchen. Wie hängen Grenzüberschreitung, Migration, „traveling culture“ (statt nur „Fremdenverkehr“ i.e.S.) zusammen? Ein

Desiderat sind auch Untersuchungen zu den Mischungen und Zusammenhängen von Reisen mit anderen Formen des Konsums, bes. von Kultur („Destination Culture“, Kirshenblatt-Gimblett 1998) und „heritage“ (Graham, Ashworth und Tunbridge 2000). Welche Rolle spielt simuliertes Woanders-Sein als Konkurrenz zu Tourismus? Wie wird Kultur in Museen, Themenparks, Einkaufsmalls im Vergleich zu typischem Reisen konsumiert (Clifford 1999, Smith 2003)?

## 9 Lokalisierungsstudien

Lokalisierungsstudien innerhalb der Globalisierungsforschung fragen nach der lokalen Umsetzung globaler Ströme. Statt der verbreiteten Lokalstudien brauchen wir Untersuchungen, die Tourismus als lokalisierten Teil kultureller Globalisierung sehen. Bezüglich Tourismus wäre es z.B. wichtig zu wissen, wie sich weltweit ähnliche Auffassungen von Kultur als Differenz auf touristische Wahrnehmung auswirken (Köck 2001, Backes, Goethe, Günther und Magg 2002). Wir sollten herausfinden, wie Strukturen und Dynamiken der Ungleichheit, die global an verschiedensten Lokalitäten ähnlich sind, mit Tourismus zusammenhängen, sei es als Faktor oder auch als Effekt.

## 10 Teilnehmen!

Als Tourismusethnologe sollte jeder von uns gezielt selbst am Tourismus teilnehmen. Wir sollten die Rolle als Tourist erleben, auch wenn sie uns (eventuell) unangenehm ist. Das bedeutet Auto-Ethnologie i.e.S. und die dabei erfahrenen Irritationen können erhellend sein (Greverus 2002). Wir könnten die Meidung des Themas im Fach besser verstehen (Burns 1999) und wir würden dem „Othering“, das wir selbst mit Touristen machen, entgegenreten. Dies wäre bereichernder, als die unproduktive Gleichsetzung von Feldforschung und Tourismus nachzubeten, die genauso überzogen wie pseudo-selbstkritisch ist. Wir könnten z.B. den Ort der eigenen früheren Feldforschung einmal bewusst als Tourist besuchen. Echte Teilnahme würde das Fach weiterbringen und zugleich der Touristikbranche wichtige neue Innensichten vermitteln.

### Umsetzung: Ideen für Forschung, Anwendung, Methoden und Kooperationspartner

In den folgenden Abbildungen mache ich Vorschläge, wie die obigen zehn Empfehlungen konkret umgesetzt werden könnten. Ich nenne zunächst einige vielversprechende Themen (Abb. 1), dann Themen, die vor allem für die Touristik interessant sind (Abb. 2), gefolgt von Methoden (Abb. 3) und schließlich möglichen Partnern für eine Zusammenarbeit (Abb. 4).

Emische Auffassungen von Kultur im sog. „Kultur-Tourismus“
Emische Konzepte zu „Reise“, „Tourist“, Vorstellungen bei Verkäufern und guides
Kognitive Karten der Touristen zu bestimmten Destinationen vor und nach der Reise
Tourismus als Normalaspekt lokaler Kultur (touristic cultures); touristifizierte kollektive Identität (touristic identity), nicht nur in Bali
Neue „hybride Nomaden“ untersuchen (aber empirisch statt nur theoretisch oder anekdotisch, wie in vielen postmodernen/-kolonialen Texten), z.B. die Lebenswelt von Geschäftsreisenden
Fernreisetraditionen aus Ländern mit z.T. gleichen Zielen vergleichen (Japaner vs. Amis, beide nach Australien und Hawaii)
Reisen von Migranten während ihrer Heimatbesuche (Motive, wohin, mit wem?)
Vergleich des Strandverhaltens von Touristen ländlicher vs. städtischer Herkunft (Hypothese: ist unterschiedlich, da Strandleben urbanem Leben ähnelt)
Auswirkungen/Nutzung von Ängsten (z.B. für Städtetouren in arme Länder und Ängste nach „9/11“)
Virtuelles Reisen (Reisen mit und auch ohne Ortsveränderung: „Post-Tourismus“)

Abb. 1: Neuere und mögliche Forschungsfelder

Touristischen Konsum als einen unter mehreren Konsumformen erforschen: Zusammenhänge zum Lebensstil; relevant z.B. für Merchandising etc.
Konkretes Lernen und Wissen der Touristen durch Reisen untersuchen (statt nur Erfahrungen und Erlebnisse); Reisen als Teil lebenslangen Lernens
Soziale und wirtschaftliche Innovationen in Zielregion durch Interaktion
Als Ethnologe selbst Reisen führen und dabei mit Vermittlungsformen experimentieren (und sie vergleichen)
Backpacker-Reiseführer konstruktiv kritisieren (z.B. Stefan Loose)
Ethno-Tourismus steuern, modifizieren (ggf. lokal verhindern?)
Stark zunehmender Tourismus zu Kulturstätten (heritage tourism) weltweit
Nachhaltigkeit erheben aus der Sicht der „Bereisten“/Betroffenen/Getroffenen
Rezeptionsstudien bei Kunden angesichts der Proliferation neuer Reiseformen und Labels von Reisekategorien: wer kauft was mit welcher Angebotskenntnis?

Abb. 2: Anwendungsorientierte Themen

Feldforschung an mehreren Orten, aber vernetzt und trotzdem dicht (auch wenn tendenziell eine Überforderung!)
Systematische Vergleiche, z.B. Pilger-Tourismus nach Zielen x, y, z vergleichen, dito Karnevals-Tourismus (Köln, Venedig, Rio, Trinidad), dito Naturreservate-Tourismus (z.B. Kenia, Tansania, Indien, Indonesien, Philippinen)
Stadtethnologische Methoden zur Klärung sozialer Beziehungen zwischen einander weitgehend Fremden für die Tourismus-Forschung nutzen, z.B. Case History, Netzwerkanalyse
Ethische Fragen, die spezifisch bei Feldforschung zu Tourismus auftreten
Herausforderung für eigene kulturrelativistische Haltung methodisch reflektieren: eigene Ablehnung von Tourismus (bes. evtl. des Ethno- und Bade-Tourismus) und Touristen-Rolle

Abb. 3: Methoden: eigene Stärken einbringen und das Verfahrensspektrum erweitern

Partner für rein akademische Forschung:

- Volkskunde/Europäische Ethnologie, die sehr aktiv zu Tourismus forscht
- Geographie, bes. neuere Richtungen: „Lesen“ von Landschaften, symbolischer Ausschluss von marginalen Menschen/Gruppen
- Umweltpsychologie (Environmental Psychology): Erleben von Landschaften
- Soziologie, bes. die Soziologie des Fremden: Tourist als Typus des Fremden
- Medienforschung und Cultural Studies; dabei jedoch kritisch gegen flotte und empirisch ungedeckte Verallgemeinerungen und Beliebigkeit der Kulturkonzepte

Partner für die außerakademische Praxis:

- Praktiker im Tourismusgeschäft: Ökonomen, Juristen, Reisebüroleute etc.
- Vertreter indigener Gruppen und lokaler Veranstalter zu Ethno-Tourismus und Abenteuer-Tourismus
- Denkmalschützer, Historiker, Archäologen und Kulturpolitiker im Rahmen von Kulturtourismus, Kulturmarketing, Stadtmarketing und heritage Tourism

Abb. 4: Zusammenarbeit mit anderen Fächern und mit Praktikern

Mein kurzes Fazit: Für die Ethnologie ist Tourismus weit mehr als ein Hobby für ethnologische Flachbrettbohrer, sondern kann zum Kern des Fachs beitragen! Für die Touristikbranche hat eine moderne Ethnologie, die kritisch ist, aber nicht traditionalistisch, einiges zu bieten!

**Literatur**

<p>Abram, Simone, Jacqueline Waldren und Donald V. L. McLeod (Hrsg.) 1997: <i>Tourists and Tourism. Identifying with People and Places</i>. Oxford: Berg Publishers (Berg Ethnicity and Identity Series)</p> <p>Backes, Martina, Tina Goethe, Stephan Günther und Rosaly Magg (Hrsg.) 2002: <i>Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur</i>. Freiburg i.Br.: Verlag Informationszentrum 3. Welt (iz3w)</p> <p>Burns, Peter M. 1999: <i>An Introduction to Tourism and Anthropology</i>. London und New York: Routledge</p> <p>Butler, Richard und Tom Hinch (Hrsg.) 1999: <i>Tourism and Indigenous Peoples</i>. London und Boston: International Thompson Business Press (Issues in Tourism Series)</p>	<p>Chambers, Erve (Hrsg.) 1997: <i>Tourism and Culture. An Applied Perspective</i>. Albany: State University of New York Press (SUNY Series in Advances in Applied Anthropology)</p> <p>Chambers, Erve 2000: <i>Native Tours. The Anthropology of Travel and Tourism</i>. Prospect Heights, Ill.: Waveland Press</p> <p>Clifford, James 1999: <i>Routes. Travel and Translation in the Late Twentieth Century</i>. Cambridge, Mass.: Harvard University Press</p> <p>Crick, Malcolm 1994: <i>Resplendent Sites, Discordant Voices. Sri Lankans and International Tourism</i>. Chur: Harwood Academic Publishers (Studies in Anthropology and History, 16)</p> <p>De Botton, Alain 2003: <i>Kunst des Reisens</i>. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag (orig. frz. 2000)</p>
---	---

<p>Dunn, Graham M. S. (Hrsg.) 2002: <i>The Tourist as a Metaphor of the Social World</i>. Wallingford und New York: CABI Publishing</p> <p>Ghimire, Krishna B. (Hrsg.) 2001: <i>The Native Tourist. Mass Tourism Within Developing Countries</i>. London und Sterling, Va.: Earthscan Publications; United Nations Research Institute for Social Development (UNRISD)</p> <p>Graham, Brian, G. J. Ashworth und J. E. Tunbridge 2000: <i>A Geography of Heritage. Power, Culture and Economy</i>. London: Arnold</p> <p>Greverus, Ina-Maria 2002: <i>Anthropologisch reisen</i>. Münster etc.: Lit Verlag</p> <p>Hennig, Christoph 1999: <i>Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur</i>. Frankfurt a.M.: Suhrkamp</p> <p>Hitchcock, Michael und Ken Teague (Hrsg.) 2000: <i>Souvenirs. The Material Culture of Tourism</i>. Aldershot etc.: Ashgate</p> <p>Holland, Patrick und Graham Huggan 2000: <i>Tourists With Typewriters. Critical Reflections on Contemporary Travel Writing</i>. Ann Arbor: The University of Michigan Press</p> <p>Inglis, Fred 2000: <i>The Delicious History of the Holiday</i>. London und New York: Routledge</p> <p>Kirshenblatt-Gimblett, Barbara 1998: <i>Destination Culture. Tourism, Museums, and Heritage</i>. Berkeley etc.: University of California Press</p> <p>Köck, Christoph (Hrsg.) 2001: <i>Reisebilder. Produktion und Reproduktion touristischer Wahrnehmung</i>. Münster: Waxmann Verlag (Münchner Universitätsschriften, Münchner Beiträge zur Volkskunde, 29)</p> <p>Löfgren, Orvar 2002: <i>On Holiday. A History of Vacationing</i>. Berkeley etc.: University of California Press (California Studies in Critical Human Geography, 6)</p> <p>MacCannell, Dean 1999: <i>The Tourist. A New Theory of the Leisure Class</i>. New Edition. Berkeley etc.: University of California Press (1976, New York: Schocken Books)</p> <p>Nash, Dennison 1996: <i>Anthropology and Tourism</i>. London etc.: Pergamon Press (Tourism Social Science)</p> <p>Rojek, Chris und John Urry (Hrsg.) 1997: <i>Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory</i>. London und New York: Routledge</p>	<p>Ryan, Chris und C. Michael Hall 2000: <i>Sex Tourism. Marginal People and Liminalities</i>. London und New York: Routledge</p> <p>Schlehe, Judith 2003: <i>Intime Begegnungen in Tourismuskulturen</i>. <i>Voyage – Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung</i> 2003. Köln: DuMont: 45-63</p> <p>Selwyn, Tom (Hrsg.) 1996: <i>The Tourist Image. Myths and Myth Making in Tourism</i>. Chichester etc.: John Wiley und Sons</p> <p>Shaw, Gareth und Allan Williams 2002: <i>Critical Issues in Tourism. A Geographical Perspective</i>. Oxford Blackwell Publishers (1994) (Institute of British Geographers Studies in Geography)</p> <p>Smith, Melanie K. 2003: <i>Issues in Cultural Tourism Studies</i>. London und New York: Routledge</p> <p>Stagl, Justin 2002: <i>Eine Geschichte der Neugier. Die Kunst des Reisens 1550-1800</i>. Wien etc.: Böhlau Verlag</p> <p>Strain, Ellen 2003: <i>Public Places, Private Journeys. Ethnography, Entertainment and the Tourist Gaze</i>. New Brunswick: Rutgers University Press</p> <p>Stronza, Amanda 2001: <i>Anthropology of Tourism: Forging New Ground For Ecotourism and Other Alternatives</i>, in: <i>Annual Reviews of Anthropology</i> 30:261-283</p> <p>Urry, John 2001: <i>The Tourist Gaze</i>. London etc.: Sage Publications (Erstauflage unter dem längeren Titel "The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies", 1990)</p> <p><i>Voyage – Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung (Studies on Travel und Tourism) 1997-2003</i>. Köln: DuMont</p> <p>Yamashita, Shinji 2003: <i>Bali and Beyond. Explorations in the Anthropology of Tourism</i>. New York und Oxford: Berghahn Books (Asian Anthropologies) (japanisches Original: "Balitō. Kankōjinruigako no ressun", Tokyo, 1999)</p>
--	--

## Von der Theorie zur Praxis – ethnologische Feldforschung im Bereich Tourismus

Corinne Neudorfer

### Abstract

Die theoretische Diskussion zum Thema Tourismus hat in der deutschsprachigen Ethnologie allmählich Einzug gefunden. Das Interesse an der Thematik steigt vor allem bei jüngeren Ethnologen. Doch noch immer ist Tourismus ein ungewohntes Feld, es gibt im Gegensatz zu Nachbardisziplinen wie der Geographie noch wenig Erfahrungen. Dies wird vor allem dann deutlich, wenn es darum geht, eine Tourismus-Feldforschung zu planen und zu organisieren. Anhand ihrer eigenen Erfahrungen mit einem Ökotourismus-Projekt in Nord-Laos zeigt die Autorin, wie sich ethnologische Methoden und Herangehensweisen in einer Feldforschung im Tourismus umsetzen lassen. Betont wird hierbei vor allem eine interdisziplinäre Herangehensweise sowie ein flexibler Umgang mit den verschiedensten Tourismus-Akteuren. Auch die Konfliktfelder zwischen Ethnologie und Praxis werden dargestellt, ohne dabei aus den Augen zu lassen, dass gerade im Tourismus Wissenschaft und Praxis sehr wohl voneinander lernen können.

### Einleitung

In den letzten Jahren entstanden in der deutschsprachigen Ethnologie erste theoretische Überlegungen zum Thema Tourismus. Das Interesse für die Materie steigt und damit auch die Anzahl an theoretischen Auseinandersetzungen von Ethnologen zum Thema Tourismus. Dies zeigten gerade auch Tagungen wie die des Arbeitskreises Tourismus & Ethnologie in München im Dezember 2003 sowie die von GATE e.V. veranstaltete Konferenz im November 2004. Spätestens wenn es darum geht, theoretische Konzepte in „die Tat“ umzusetzen, nämlich in eine konkrete ethnologische Forschung, stellt sich die Frage nach dem „WIE“:

Wie können oder sollen Ethnologen im Bereich Tourismus forschen?  
Wie unterscheiden sich Ethnologen in ihrer Herangehensweise von

ihren Kollegen aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften oder der Geographie – die sich ja schon seit längerem mit der Thematik auseinandersetzen; welchen Beitrag können Ethnologen zusätzlich leisten? Welche ethnologischen Fragestellungen, welche Methoden kommen dafür überhaupt in Frage?

Anhand meiner eigenen Forschung zum Thema „Gemeindeorientierter Tourismus als Instrument der Entwicklungszusammenarbeit (EZ)“ möchte ich darstellen, wie ethnologische Forschung im Bereich Tourismus gestaltet werden kann. Dabei werden nicht nur die Themen-suche und das Forschungsdesign angesprochen, sondern auch Probleme, die sich durch die Komplexität des Themas Tourismus ergeben.

### Hintergrund meiner Feldforschung

Meine Feldforschung führte ich von Januar bis September 2004 in Nord-Laos im Distrikt Muang Sing durch. Muang Sing wählte ich, weil es dort ein Entwicklungsprogramm der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) gibt, das zur Armutsminderung der dort lebenden Akha beitragen soll.

Für gewöhnlich befinden sich die Dörfer der Akha in einer Höhe zwischen 700 und 1600 Höhenmetern und sind nur schwer zugänglich. Ihre Abgeschiedenheit sowie ihre traditionelle Lebensweise haben die Akha allerdings zu einem beliebten Trekkingziel für Individual-touristen gemacht. Gemeindeorientierter Tourismus wurde vor kurzem mit in das Programm der GTZ aufgenommen. In Begleitung von staatlichen Guides, die durch ein von der GTZ gefördertes Training ausgebildet werden, können kleine Gruppen von zwei bis sieben Touristen Tagestouren in die umliegenden Dörfer der Akha buchen und dort übernachten.

Mich interessierte bei diesem Projekt vor allem die Kommunikation und Interaktion zwischen den Dorfbewohnern und den Guides beziehungsweise Projektmitarbeitern. Ich verbrachte die Hälfte meiner Zeit in einem der Akha-Dörfer, während der anderen Hälfte begleitete ich Gruppen zu anderen Akha-Dörfern oder forschte in Muang Sing selbst, wo sich das Büro der GTZ sowie das Tourism Information and Guide Service Office befand.

**Wie unterscheidet sich eine ethnologische Forschung im Bereich Tourismus von anderen Disziplinen?**

Am Anfang jeder Forschung steht natürlich die Literatursuche. Zum Thema "Gemeindeorientierter Tourismus" gibt es in der Ethnologie selbst wenige Artikel oder Bücher. Somit musste ich von Anfang an auf die Arbeiten anderer Disziplinen und v.a. auch von Praktikern aus der EZ zurückgreifen. Dadurch stellte sich mir die Frage, wo und wie sich ethnologische Forschungen im Bereich Tourismus von Nachbardisziplinen unterscheiden.

In der nachfolgenden Tabelle habe ich die Themen aufgestellt, die mir im Bereich Tourismus besonders aufgefallen sind. Rechts habe ich Tourismusthemen aufgelistet, mit denen sich Ethnologen beschäftigen und die in den Werken der anderen Disziplinen naturgemäß weniger Beachtung finden.

**Das Thema Tourismus**

... in den verschiedensten Disziplinen:	... in der Ethnologie:
Umweltverträglichkeit von Tourismus (Geographie)	Vorstellungen bzgl. Umweltschutz und Nachhaltigkeit
Nachhaltigkeit (Raum- und Landschaftsplanung)	Einfluss von Tourismus auf Kultur
Wirtschaftliche Analysen (Wirtschaftswissenschaften)	Interkulturelle Kommunikation
Marktforschung und Zielgruppenorientierung (Psychologie, Wirtschaftswissenschaften)	Fremd- und Selbstwahrnehmung

Stellt man diese verschiedenen Themen nebeneinander, so wird schnell deutlich, dass es sich bei Tourismus um eine sehr vielschichtige und komplexe Materie handelt. Tourismus kann und muss von den verschiedensten Standpunkten aus analysiert werden. Noch etwas fällt auf: Ethnologische Fragestellungen unterscheiden sich von denen anderer Disziplinen durch einen anderen Blickwinkel, einen anderen Schwerpunkt. Während sich andere Wissenschaften oft mit „Themen“ beschäftigen (z.B. Umweltschutz), stehen bei der

Ethnologie die „Menschen“ im Vordergrund (z.B. unterschiedliche Vorstellungen bzgl. Umweltschutz).

Ethnologische Arbeiten zum Thema Tourismus bauen jedoch auch auf den Untersuchungen und Erkenntnissen anderer Fächer auf. Interdisziplinäres Arbeiten ist für Ethnologen im Bereich Tourismus ein unbedingtes Muss – nicht nur, weil es im eigenen Fach noch relativ wenig theoretischen Hintergrund gibt, sondern auch, weil die Arbeiten anderer Wissenschaftler wichtige Impulse für die eigenen Fragen und Vorgehensweisen geben.

**Themenfindung**

Nach meiner Literaturrecherche folgte der nächste Schritt: die Themenfindung. Durch Projektbeschreibungen der GTZ wusste ich, dass es folgende Akteure im Tourismus vor Ort gibt:

- Touristen
- Lokale Bevölkerung, die auf unterschiedliche Weise am Tourismus beteiligt ist (z.B. aktiv als Guides oder Gastgeber)
- private Tourismusunternehmen
- Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit und ihre Projektmitarbeiter
- sowie ein öffentliches bzw. staatliches Tourismusunternehmen (Tourism Office, Guide Service)

Innerhalb des Tourismus gibt es zwischen all diesen Akteuren die verschiedensten Verbindungen und Beziehungen – und damit die verschiedensten Themen.

Ethnologen haben sich in ihren Arbeiten zum Thema Tourismus oft auf den Kontakt zwischen Touristen und Einheimischen konzentriert. Hier gibt es unzählige mögliche Fragestellungen, z.B. zur Art des interkulturellen Kontakts, zu den Erwartungen, die von den verschiedenen Seiten reziprok entstehen, zum Thema Authentizität und Repräsentation der eigenen Kultur oder einfach wirtschaftliche Aspekte von Tourismus und ihre kulturellen Auswirkungen.

Ich selbst fand die Beziehungen zwischen Lokalbevölkerung und Projektmitarbeitern innerhalb eines Tourismusprojektes sehr interessant. Und auch hier gab es wieder verschiedene Fragen: Wie wirken sich Projekte auf die lokale Bevölkerung aus (eine eher klassische Frage)?

Welche Vorstellungen haben die Mitglieder der einzelnen Gruppen (EZ-Mitarbeiter, Guides und Akha) von Tourismus und insbesondere von Gemeindeorientiertem Tourismus?

Wie gestaltet sich Partizipation in einem Tourismusprojekt, wer sind die Entscheidungsträger?

Wie verläuft die interkulturelle Kommunikation innerhalb eines solchen Projektes?

### Methoden und Forschungsdesign

Bereits bei der Themenfindung spielt die Entscheidung für eine bestimmte Methode eine wichtige Rolle. Für Untersuchungen im Bereich von Entwicklungszusammenarbeit findet oft die Schnittstellenanalyse nach Norman Long Verwendung. Die aktorsorientierte Herangehensweise der Schnittstellenanalyse bietet die Möglichkeit, Entwicklungsprojekte ebenso wie deren Zielgruppe als eine Gesellschaft mit jeweils eigenen Weltbildern, Ideen, Vorstellungen zu betrachten. Vereinfacht ausgedrückt: Anhand der Schnittstellenanalyse kann untersucht werden, wie Projektmitarbeiter und lokale Bevölkerung innerhalb der „Arena“ des Tourismusprojektes kommunizieren, interagieren und sich gegenseitig beeinflussen. In meinem Falle waren die verschiedenen Akteure die Akha als betroffene Lokalbevölkerung auf der einen und die Projektmitarbeiter und Guides der lokalen Tourismusbehörden auf der anderen Seite. Bei dieser Herangehensweise ist ein Methoden-Mix sehr wichtig: Verschiedene Gruppen lassen sich nicht mit z.B. den selben Interview-Techniken untersuchen. Teilnehmende Beobachtung, die Methode der Ethnologie, war für meine Forschung unerlässlich. Nur auf diese Weise konnte ich zusätzliche und manchmal konträre Daten zu den durch klassische Interviews „erfragten“ Daten erhalten. Ethnologische Vorgehensweise bedeutet für mich, dass sich Forschung dem Untersuchungsgegenstand anpasst: Flexible Methoden sind gefragt, kreativer Umgang mit Datenerhebung und den erfassten Daten ebenfalls.

Die Gründe hierfür liegen auf der Hand. Kreativ und flexibel muss man sein, weil:

- es noch wenige Theorien und Methoden für ethnologische Tourismusforschung gibt.
- im Tourismus oft viele verschiedene Gruppen aufeinander treffen,

die vollkommen verschiedene Rollen im Tourismus spielen, verschiedene Erwartungen, Hintergründe etc. haben.

Mit den ersten Daten, die im Feld gesammelt werden, muss der Ethnologe sein methodisches Gesamtkonzept überprüfen und evtl. neu gestalten. Dieses Umstellen und Überprüfen ist im Laufe der Forschung immer wieder notwendig.

Sind die ersten Daten gesammelt, sollte man sich fragen, ob die Methoden richtig gewählt sind: Erhalte ich die Informationen, die ich brauche? Stelle ich die richtigen Fragen? Sind meine Fragen für die Gruppen, die ich untersuche, relevant? Sind meine Fragen überhaupt verständlich?

Das heißt auch, dass die Vorbereitung einer Forschung möglichst umfassend sein sollte. Man sollte theoretisch auf alles gefasst sein.

### Ein Beispiel aus der Praxis

Ich persönlich fand es sehr hilfreich, mit folgender Ausgangsfrage zu arbeiten: Was ist ein Tourist? Diese Frage scheint banal – dass sie das nicht ist, kann man schnell an der umfassenden Diskussion in den verschiedensten Wissenschaften erkennen, denn es gibt unzählige Definitionen und Touristen-Typologien. Im Feld erhält diese Frage noch einmal eine ganz neue Perspektive: Es geht darum, aus dem Munde der Betroffenen oder Beteiligten eine möglichst spontane Antwort auf diese Frage zu erhalten.

Für die Projektmitarbeiter vor Ort und auch für die laotischen Guides war relativ klar, was ein Tourist ist: nämlich ein „falang“ (laotisch sowohl für „Franzose“ als auch „westlicher Ausländer, Europäer“) oder sonstiger Ausländer, der zu seinem Vergnügen andere Länder bereist. Bei den Akha konnte ich diese Frage zum Teil gar nicht erst stellen: es gab in der Sprache der Akha keinen Begriff, der sich eins zu eins mit „Tourist“ übersetzen ließ. Allerdings gab es mehrere Möglichkeiten, Touristen zu umschreiben:

- Der laotische Begriff „nak tong tiao“, der genau genommen „umherreisende Person“ heißt, wurde von all jenen Akha verwendet, die bereits mit Guides oder der Tourismusbehörde zusammengearbeitet hatten.
- Akha Souvenir-Verkäuferinnen achten im täglichen Kontakt mit Touristen – ihren Kunden – darauf, dass sie die jeweilige Nationalität erraten.

- Vor allem in Akha-Dörfern werden Touristen mit „sabai dii“ sowohl angesprochen als auch bezeichnet; die laotische Begrüßungsformel „sabai dii“ ist auch Touristen geläufig und wird von diesen häufig verwendet.
- In einem Akha-Dorf, in dem auch die GTZ Projekte durchführt, werden Touristen als „deutsche Personen“ bezeichnet, eine Hütte, die für Touristen erbaut wurde, als „deutsches Haus“.

Was macht man nun mit solchen Daten, die im Grunde verwirrend erscheinen?

In diesem Fall liegt die Vermutung nahe, dass es innerhalb des Projektes „Gemeindeorientierter Tourismus“ bei den verschiedenen Gruppen unterschiedliche Auffassungen gibt, wer oder was genau ein Tourist ist. Die Akha haben sehr wohl eine Kategorie für „fremde Besucher“, in die auch Touristen fallen. Allerdings umfasst diese Kategorie noch viel mehr als die Personen, die von Guides und Projektmitarbeitern als „Touristen“ klassifiziert werden. Denn „fremde Besucher“ sind außer Touristen auch Wissenschaftler (wie die Autorin), EZ-Experten und nicht-laotische Projektmitarbeiter.

Die unterschiedlichen Vorstellungen zum Thema Tourismus haben im Verlauf des Projektes konkrete Auswirkungen auf die Kommunikation zwischen den verschiedenen Gruppen; folgende dem Projektplan entnommene Fragestellungen beispielsweise sollen Projektmitarbeitern in der Diskussion mit Akha helfen, sich über die Einflüsse von Tourismus auf die Gesellschaft klar zu werden:

#### CULTURAL IMPACTS/GENERAL SATISFACTION WITH ECO-TOURISM

Do you think the behavior of tourists is ever rude or offensive ?

Do you ever feel tired or bored with seeing tourists ?

Do you think that tourists come to your village too often ?

Quelle: Schipani 2003:40

Im Dialog mit den Akha kam es auf Seiten der Befragten zu Verwunderungen. Für die Akha waren diese Fragen verwirrend, weil:

- der Unterschied zwischen ausländischen Projektmitarbeitern, Wissenschaftlern oder Touristen für sie nicht relevant ist und der Projektmitarbeiter eigentlich eine Frage hinsichtlich seiner

- eigenen Person stellt,
- Projekte – wie auch manchmal Touristen – bestimmte Waren, Dienstleistungen oder schlichtweg Geld in die Dörfer bringen und somit natürlich als positiv eingestuft werden,
- sie in diesem Moment von einem Projektmitarbeiter befragt wurden, dem man schlecht sagen kann, dass er unhöflich ist, stört oder zu oft kommt.

Arbeitet ein Ethnologe gemeinsam mit einem Forschungspartner, so können Daten dieser Art durchaus für alle Beteiligten von Vorteil sein. Dies setzt allerdings eine gewisse Offenheit sowohl von Seiten der Ethnologen als auch den Forschungspartnern voraus.

#### Partner in der Feldforschung

Die Auswahl eines möglichen Partners richtet sich für einen Ethnologen nach den eigenen Vorstellungen bezüglich der Gestaltung seiner Forschung und der Themenwahl. Hier eine sehr allgemeine Liste möglicher Partner:

- Tourismus-Behörden vor Ort: Ministerien, Fremdenverkehrsämter
- Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit: z.B. GTZ, DED, UN und ihre Organisationen, EU, NRO
- Privater Sektor: STUDIOSUS, Hauser exkursionen, Exotissimo, ...
- Lokale Bevölkerung: „Betroffene“, lokale NRO, Guides
- Universitäten und Forschungseinrichtungen

Die Art und Weise einer Zusammenarbeit mit solchen Partnern kann sich für Ethnologen unterschiedlich gestalten:

- Auftragsforschung (eine verbindliche und zeitgebundene Arbeit wird erwartet)
- Zusammenarbeit im Rahmen eines Projektes (der Ethnologe arbeitet auf längere Zeit z.B. in einem Team)
- Unterstützung und Austausch (eine unverbindliche Art der Zusammenarbeit)
- Verbindung mit Praktikum, Volontariat, freiwilligem Jahr, etc. (besonders während oder im Anschluss an ein Studium)

Es ist als Ethnologe fast unumgänglich, im Tourismus irgendwann auf „Praktiker“ (Institutionen, Wirtschaft, NRO etc.) zu stoßen. Eine Forschung gemeinsam mit oben genannten Partnern bietet Chancen,

Herausforderungen, aber auch gewisse Probleme für Ethnologen. Besonders im Nachhaltigen oder Gemeindeorientierten Tourismus geht es häufig um wirtschaftliche Aspekte. Tourismus soll schließlich ein zusätzliches Einkommen für die Zielgruppe eines Projektes schaffen. Vertreter von Unternehmen und Institutionen erwarten somit, dass eine Forschung zu Tourismus etwas „nützt“. Dieser Nutzwert entspricht dabei nicht dem Wert einer Forschung an sich, wie es Ethnologen gerne unterstreichen. Oft wissen Ethnologen gar nicht, wie nützlich ihre Arbeit sein kann, und oft kommt es nur darauf an, die richtige Rhetorik zu benutzen. Ethnologen müssen im Diskurs mit ihrem Gegenüber immer erklären können, wieso z.B. die Berücksichtigung von Kultur und sozialen Faktoren von Bedeutung ist und was eine Nichtbeachtung für Folgen haben kann.

Erschwerend kommt hinzu, dass sich Ethnologen traditionell weigern, Empfehlungen und Prognosen – sogenannte Ergebnisse – abzugeben. Vor allem dann, wenn sie dies möglichst noch vor Beginn der Forschung oder innerhalb eines bestimmten Zeitrahmens tun sollen. Dies macht den Umgang mit Partnern aus der Wirtschaft oder der Entwicklungszusammenarbeit selten einfacher.

Im oben genannten Beispiel „Was ist überhaupt ein Tourist“ wird deutlich, dass eine ethnologische und emische Herangehensweise mögliche Probleme in der Interaktion zwischen Akteuren aufdecken kann: Ohne eine vorherige Klärung des Begriffs „Tourist“ bzw. „Tourismus“ erhalten Projektmitarbeiter im Dialog mit den Akha keine aussagekräftigen Daten darüber, welche Auswirkungen Gemeindeorientierter Tourismus hat.

### Fazit

Ich selbst hatte während meiner Feldforschung oft das Gefühl, das Gebiet der Ethnologie, wie ich sie in meinem Studium kennen gelernt hatte, zu verlassen. Es gibt einfach noch relativ wenige ethnologische Erfahrungen, auf die man sich stützen kann; und das bei einem Themenkomplex, der so vielgestaltig und komplex ist. Auch das interdisziplinäre Arbeiten sowie die Konfrontation mit Organisationen der EZ stellten vor allem am Anfang eine Herausforderung dar. Abschließend möchte ich nur folgendes anmerken: Ethnologische Forschung im Bereich Tourismus ist sicherlich nicht einfach. Aber diese Art von Forschung ist interessant und, wie man hoffe ich an meinem kurzen Beispiel erkennen kann, durchaus sinnvoll.

### Literatur

- NTA (National Tourism Authority of Laos PDR) 2003: National Ecotourism Strategy and Action Plan 2004-2010. Summary Draft for Final Consultation. Vientiane: National Tourism Authority of Lao PDR (NTA)
- Palm, Petra 2000: Community Based Tourism als eine Form des nachhaltigen Tourismus in kommunalen Gebieten Namibias. Eschborn: GTZ
- Richter, Linda K. 1993: Tourism Policy-Making in South-East Asia, in: Michael Hitchcock, Victor T. King und Michael. J. G. Parnwell (Hrsg.): Tourism in South-East Asia. London und New York: Routledge
- Robinson, Mike and Priscilla Boniface (Hrsg.) 1998: Tourism and Cultural Conflicts. Oxon, New York: CAB International
- Schipani, Steven 2003: The GTZ Community Based Ecotourism Programme in Muang Sing (Sing District, Luang Namtha, Lao PDR). Eschborn: GTZ

- Steck, Birgit, und Wolfgang Strasdas (Hrsg.) 1999: Tourismus in der Technischen Zusammenarbeit. Ein Leitfaden zur Konzeption, Planung und Durchführung von projektbegleitenden Maßnahmen in der ländlichen Entwicklung und im Naturschutz. Eschborn und Roßdorf: GTZ (TZ-Verlags-gesellschaft)
- Strasdas, Wolfgang 2002: The Ecotourism Training Manual for Protected Area Managers. Zschortau: Deutsche Stiftung für Internationale Entwicklung (DSE) und Fachzentrum für Ernährung, Ländliche Entwicklung und Umwelt (ZEL)
- Vorlaufer, Karl 1996: Tourismus in Entwicklungsländer. Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft
- Währlich, Heide 1984: Tourismus – eine Herausforderung für Ethnologen. Problem-dimensionen und Handlungsaspekte im touristischen Bezugsfeld. Berlin: Reimer

# Tourismus-Ethnologie: Forschung und Lehre an der Universität Bayreuth

Marko Scholze

## Abstract

Seit Juli 2000 gibt es an der Universität Bayreuth ein interdisziplinäres Forschungsprojekt von Ethnologen und Geographen, das sich mit Ethnotourismus bei Berbern in Marokko und Tuareg im Niger beschäftigt. Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen das Handeln und die Sichtweise von Berbern und Tuareg, die sich aktiv im Tourismusgeschäft engagieren. Das Projekt fragt danach, warum und wie sich bestimmte lokale Akteure ihre Tätigkeit in diesem modernen Gewerbe angeeignet haben und welche ökonomischen und sozio-kulturellen Konsequenzen sich daraus für ihr Leben und das der übrigen Bevölkerung ergeben. Abschließend geht der Autor auf die Lehre des Themenbereiches Tourismus an der Universität Bayreuth ein.

## Das Teilprojekt Ethnotourismus an der Universität Bayreuth

Auf einer Reise, genauer gesagt auf einer dieser Bummelzugfahrten, die einen von der Großstadt Nürnberg durch die romantische Fränkische Schweiz nach Bayreuth bringen, entstand die Idee, sich an der Uni Bayreuth ethnologisch mit Tourismus zu beschäftigen. Dort saßen nun zufällig der Ethnologe Gerd Spittler und der Geograph Herbert Popp zusammen und kamen ins Reden über Tourismus, während an ihnen die felsige Landschaft vorüberzog. Prof. Popp arbeitete seit Jahren über Tourismus in Marokko und Prof. Spittler begann sich seit einiger Zeit für die Touristen zu interessieren, die in seinem Forschungsstandort, der Oase von Timia im Aïr-Gebirge des Niger, auftauchten. Auf dieser Reise wurde die Idee geboren, ein interdisziplinäres Forschungsprojekt von Ethnologen und Geographen aus der Taufe zu heben, das sich mit Tourismus bei Berbern in Marokko und Tuareg im Niger beschäftigen sollte. Daraus entstand das Teilprojekt A2 „Ethnotourismus: Europäer bei Berbern und Tuareg“, das sich in den Sonderforschungsbereich (SFB-FK

560) „Lokales Handeln in Afrika im Kontext globaler Einflüsse“ der Universität Bayreuth eingliedert. Dieser Sonderforschungsbereich wird von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) finanziert und besteht seit Juli 2000. An dem SFB beteiligen sich 15 Teilprojekte, die sich aus unterschiedlichen fachlichen Perspektiven, u.a. der Ethnologie, Geographie, Afrikanistik, Religionswissenschaft und Soziologie, mit Globalisierungsprozessen in Afrika beschäftigen. Aktuell befindet sich der SFB in der zweiten Antragsphase, die im Juni 2006 endet. Ich selbst war bei der Erstbegutachtung noch nicht dabei, sondern kam erst einige Monate später hinzu, und bearbeite die ethnologische Fallstudie im Niger. Die Erstbegutachtung verlief laut Prof. Spittler problemlos und die Gutachter waren sehr interessiert an dem Thema. An der Begutachtung für den Folgeantrag am Ende der ersten Phase war ich persönlich beteiligt, und auch hier gab es meines Wissens keinerlei Probleme oder Auflagen.

## Saharatourismus bei den Tuareg im Norden der Republik Niger

In meiner Fallstudie geht es um touristische Reisen bei den Tuareg im Norden des Niger. Seit der Kolonialzeit und verstärkt seit den 1970er Jahren hat sich im Niger ein Rundreisetourismus entwickelt, der während der kühlen und trockenen Saison von Oktober bis März jährlich ca. 4000 Touristen vornehmlich aus Frankreich, Deutschland, Österreich, der Schweiz und Italien anlockt. Es ist eine Kombination aus Abenteuerlust, Wüstenromantik und der Faszination für die Tuareg, die die Touristen anzieht. Die ein- bis dreiwöchigen Rundreisen durch das Aïr-Gebirge und die Ténéré-Wüste werden mit Geländewagen und Kamelen unternommen. Geschlafen wird unter dem Sternenhimmel in der Wüste oder in Oasendörfern, die Verpflegung ist einfach und die Touristen sind großen Temperaturschwankungen, d.h. heißen Tagen und kalten Nächten, ausgesetzt. Die Reisen werden organisiert und durchgeführt von mittelständischen, meist auf Wüsten- oder Trekkingreisen spezialisierten europäischen Reiseveranstaltern, die in der Stadt Agadez mit einer der dort ansässigen 38 lokalen Reiseagenturen zusammenarbeiten. Die Agenturen werden bis auf wenige Ausnahmen von Tuareg geleitet. Auch das Personal, die Fahrer der Geländewagen, die Führer, die Köche, die Gehilfen und die Kameltreiber sind Tuareg. Sie stammen fast ausschließlich aus den sozialen Schichten der Noblen

(imajǝghan) und Vasallen (imghad). Den lokalen Agenturen in Agadez kommt eine herausragende Stellung zu, weil es weder einen Binnen- noch einen nennenswerten Individualtourismus im Niger gibt. Ein Großteil der jährlichen Touristen unternimmt eine organisierte Gruppenreise in die Region. Bedenkt man weiterhin, dass sich das touristische Geschehen im Niger fast ausschließlich im Norden des Landes, also im Air und in der Ténéré abspielt, so wird deutlich, dass die Tuareg den Tourismus auf nationaler und lokaler Ebene dominieren und monopolisieren.<sup>6</sup>

Der Befund, dass Tuareg auf lokaler Ebene den Tourismus dominieren, hat mich überrascht, waren mir doch die Tuareg bisher aus der ethnologischen Literatur vor allem bekannt als tüchtige Karawanenhändler, Viehhalter, Gärtner in den Oasen oder Arbeitsmigranten in die Nachbarländer Algerien und Lybien, aber nicht als Protagonisten einer modernen Wirtschaftsform wie dem Tourismus. Mich beschäftigte daher die Frage, wie sich diese Situation entwickelt hat.

### Die Perspektive der Aneignung

Um mich dieser Frage zu nähern, erscheint mir die Perspektive der Aneignung als ein geeigneter Zugang. Der Begriff der Aneignung verweist auf einen aktiven, gestalterischen Prozess, bei dem Menschen fremde Dinge, Praktiken und Ideen in die eigene Kultur übernehmen und integrieren. Die Aneignung beinhaltet einen Prozess der lokalen Interpretation dessen, was angeeignet wird, und häufig bei materiellen Gegenständen eine Umwandlung, die sich an den lokalen Bedingungen und Bedürfnissen orientiert. Durch die Aneignung verändert sich aber nicht nur der Gegenstand, sondern auch der Aneignende.

Aneignungen finden unter bestimmten Voraussetzungen statt. Diese sind für den nigrischen Wüstentourismus vielfältig. Zwei möchte ich herausgreifen. Einmal muss es Tuareg geben, die die Rolle von Pionieren im Tourismus übernehmen. Dies ist keineswegs selbstverständlich und war von Konflikten begleitet, da ihnen am Anfang ihrer Tätigkeit in den 1970er Jahren von der übrigen Bevölkerung vorgeworfen wurde, „den Weißen zu folgen“, d.h. sich vom Islam abzuwenden und zum Christentum überzutreten.

Die Pioniere, die zum Teil auch heute noch aktiv sind, suchten nach wirtschaftlichen Alternativen zu traditionellen Tätigkeiten, teils weil

sie dazu gezwungen waren, z.B. durch den Verlust der eigenen Herde während der schweren Dürren in den 1970er und 1980er Jahren, teils weil ihnen die Arbeit als Karawanenführer, Hirte oder Gärtner zu schwer fiel. Hinzu kam bei diesen Tuareg eine große Neugier auf Europäer, ihre fremde Art sich zu kleiden und zu benehmen, ihre Autos und Motorräder.

Die Interaktion mit den Europäern ist eine zweite Voraussetzung, bildete sie doch den Anstoß für einige Tuareg, sich auf ihrer Suche nach wirtschaftlichen Alternativen für das Tourismusgeschäft zu entscheiden. Es waren Europäer, die den Tourismus im Niger einführen, und sie waren es auch, die die Pioniere auf Seiten der Tuareg zum Tourismus brachten und sie zumindest zu Beginn ihrer Tätigkeit anleiteten. Im weiteren Verlauf der Entwicklung machten sich die Tuareg das Geschäft ab den 1970er Jahren zu eigen und schon Anfang der 1980er Jahren gründeten Tuareg ihre eigenen Reiseagenturen in Agadez.

Beispiele für Aneignungen im nigrischen Tourismus möchte ich kurz anhand von drei Rollen bzw. Tätigkeiten erläutern, die bei der Organisation und Durchführung von Reisen auszufüllen sind.

1. Ein Tuareg, der als Kameltreiber für eine Agentur eine touristische Karawane begleitet, geht dabei Tätigkeiten nach, die er im Prinzip auch als Hirte oder auf einer Karawane ausführt. Er kümmert sich um die Kamele, führt sie auf die Weide, fängt sie morgens wieder ein und lädt das Gepäck auf. Die Aneignung besteht hier vor allem in der Auswahl und Dressur der Kamele für die Kunden. Nur sanfte, oftmals ältere Kamele kommen als Reittiere für die Touristen in Frage, weil sie schneller als andere die ungeübten und ängstlichen Touristen als Reiter akzeptieren und sich von ihnen führen lassen.
2. Eine andere Form der Aneignung leisten die Fahrer der Geländewagen. Sie greifen zwar auf traditionelle Praktiken wie z.B. ihre Orts- und Orientierungskennnisse in der Wüste zurück, aber sowohl das Fahren von Geländewagen als auch Kenntnisse der Automechanik sind fremde Elemente, die sich die lokalen Akteure zu eigen machen müssen. Die Aneignung der Geländewagen zeigt sich auch in der Auswahl bestimmter Automodelle, die für die Wüstenpisten geeignet sind. Bevorzugt wird der Toyota Landcruiser aus den 1980er Jahren, weil er sehr robust ist und nicht soviel Elektronik besitzt wie neuere

Modelle, die im Sand schnell kaputt gehen. Außerdem sind sie billiger als neue Toyotas, und Ersatzteile sind durch die hohe Verbreitung des Autos leichter zu finden.

Die Aneignung bezieht sich weiterhin auf das Fahren in der Wüste. Die Fahrer müssen lernen, wie sie z.B. ihr Gefährt über die Dünenketten bringen, ohne zu versanden und ohne die Insassen zu gefährden. Der Toyota Landcruiser macht den Tourismus im Niger aufgrund der schlechten oder nicht vorhandenen Pisten erst möglich. Entsprechend dieser Bedeutung schätzen die Tuareg ihre Autos, sie sind die Grundlage des Geschäfts. In diesem Sinne kann man sagen, dass die Landcruiser für diese Akteursgruppe die Kamelherden ersetzt haben. Dies kommt auch darin zum Ausdruck, dass die Fahrer ihre Autos mit Kamelnamen belegen und sie mit bunten Sitzbezügen und Decken ausschmücken wie ein Kamel.

3. Die dritte Rolle ist die des Leiters einer Reiseagentur: Er sieht sich mit einer ganzen Anzahl an zunächst neuen Praktiken konfrontiert. Er muss die Agentur mit einem hohen bürokratischen Aufwand gründen und mit Material ausstatten, er muss seine Ausgaben kalkulieren, Buch führen, Steuern zahlen, Personal einstellen und er muss einen europäischen Geschäftspartner finden, der die Reisen in Europa verkauft und Reisegruppen in den Niger schickt. Die Aneignung einer Agentur zeigt sich auf der einen Seite bei der Einstellung des Personals, das sich vor allem aus der Verwandtschaft und den Freunden des Leiters rekrutiert. Auf diese Weise wird das Unternehmen in die Familienwirtschaft eingegliedert. Auf der anderen Seite versucht man den europäischen Geschäftspartner an sich zu binden, indem man ihn in die lokalen Rollenbeziehungen integriert. So ist er nicht nur ein Geschäftspartner, sondern wird zum Freund (amiji). Die Bezeichnung als Freund schmeichelt jedoch nicht nur dem Europäer, sondern bringt für ihn auch Pflichten mit sich, wie z.B. dem anderen die Treue zu halten.

An diesen Beispielen wird deutlich, dass es unterschiedliche Formen der Aneignung gibt und diese sich in ihrer Komplexität und in ihrer Nähe bzw. Distanz zu den traditionellen Praktiken und Sichtweisen unterscheiden. Die Akteure haben demzufolge unterschiedliche Aneignungsleistungen zu erbringen. An den drei Beispielen lassen sich aber auch die Grenzen und Risiken der Aneignung zeigen. Während

ein Kamel lokal reproduziert werden kann, ist dies im Falle des Geländewagens nicht möglich. Im letzten Fall ist die externe Abhängigkeit der Akteure von Märkten, die sie nicht kontrollieren können, größer.

Am deutlichsten werden die Grenzen der Aneignung bei den Leitern der Agenturen. Viele Tuareg scheitern bei dem Versuch, eine Agentur zu gründen. Von den 38 Agenturen in Agadez teilen nur sieben von ihnen den Großteil der Kunden unter sich auf. Misserfolge liegen vor allem daran, dass es den Akteuren nicht gelingt, Kontakte zu Partnern in Europa aufzubauen. Und selbst bei jenen, die sie haben, ist die Beziehung nicht stabil, denn es kommt nicht selten vor, dass europäische Agenturen ihre lokalen Partner wechseln. In den Augen der Tuareg kündigen sie damit ihre Freundschaft auf und begehen Verrat. Andere, deren Agentur nicht läuft, vermuten schwarze Magie, angewendet durch einen Konkurrenten. Auch hier ließe sich von Aneignung sprechen, jedoch verhindert sie einen wirtschaftlichen Erfolg, denn eigene Fehler werden dadurch verdeckt, und es findet kein Lernprozess auf Seiten des Akteurs statt.

Die individuellen Unterschiede in der Kompetenz zur Aneignung sind unter den Leitern der Agenturen besonders groß. Wer Leiter einer erfolgreichen Agentur werden will, kann zwar auf traditionelle Ressourcen wie z.B. der Verwandtschaft als Personal zurückgreifen, aber er muss sich auch weiter von Traditionen lösen als ein Kameltreiber, der nach der Reise zu seiner Herde und Familie im Aïr-Gebirge zurückkehrt und als Hirte arbeitet. Die Leiter von Agenturen müssen sich die meiste Zeit in Agadez aufhalten und reisen nach der Saison nach Europa, um ihre Geschäftspartner oder ihre europäischen Ehefrauen zu besuchen.

Die Agenturleiter leben zwischen den Welten und einige unter ihnen entwickeln eine ausgeprägte interkulturelle Kompetenz. Aber die Loslösung von ihrem Leben im Aïr empfinden sie dadurch umso mehr als Verlust und beklagen umso heftiger das Verschwinden von Traditionen (z.B. ihrer Sprache, das tamajeq, im städtischen Raum). Trotz der individuellen Unterschiede in der Aneignungskompetenz hat das Handeln der Tuareg, die für die Agenturen arbeiten, allgemein dazu geführt, dass der Tourismus heute eine auch bei der übrigen Bevölkerung akzeptierte Tätigkeit ist. Einerseits blieb die befürchtete Bekehrung zum Christentum durch die Weißen aus,

andererseits sind die Einnahmen durch Touristen willkommen. Das Wirtschaftssystem der Tuareg aus dem Aïr-Gebirge wurde dadurch diversifiziert und erlaubt den Akteuren eine Art modernisiertes Nomadentum zu leben, das ihren heutigen Bedürfnissen eher entspricht als Salzkarawanen und Gartenbau.

Die Perspektive der Aneignung ist ein sinnvoller Zugang, um den Handlungsspielraum lokaler Akteure einschätzen zu können. Indem der Blick darauf gelenkt wird, wie, warum und mit welchen Konsequenzen sich lokale Akteure fremde Kulturelemente zu eigen machen und welche Grenzen diese Prozesse haben, lassen sich meiner Meinung nach die Chancen der Aneignung z.B. von Tourismus-Projekten der Entwicklungszusammenarbeit in der lokalen Bevölkerung besser einschätzen.

#### **Fortsetzung des Teilprojekts**

Viele Punkte, u.a. die politischen und globalen Rahmenbedingungen des Handelns und die weiteren Auswirkungen der Aneignungen auf die übrige Bevölkerung, konnte ich aus Zeitgründen nicht ansprechen (siehe Scholze 2004a; 2004b). Die dargestellten Ergebnisse beziehen sich auf die letzte Phase (2000-2003) des Projektes und werden demnächst in Form einer Dissertation erscheinen. In der aktuellen Antragsphase (2003-2006) hat sich der inhaltliche Fokus verschoben. Im Zentrum der Forschung stehen nun Weltkulturerbestätten der UNESCO in Marokko, Niger, Mali und Algerien und ihre touristische Nutzung. Ausgangspunkt ist auch hier die Perspektive der Aneignung, z.B. bei der Frage, ob und wie sich die Ausweisung eines Ortes als Weltkulturerbe auf das Selbstverständnis der Bewohner und lokalen Tourismusanbieter auswirkt.

#### **Lehre an der Universität Bayreuth im Bereich Tourismus**

Seit Beginn des Projektes wurden von Prof. Spittler, Prof. Popp und mir drei Seminare zu Tourismus angeboten. Im WS 2001/02 veranstalteten Prof. Popp und Prof. Spittler gemeinsam das Seminar „Tourismus in Entwicklungsländern“. Im SoSe 2003 haben Prof. Spittler und ich das Seminar „Ethnotourismus“ durchgeführt und schließlich bot Prof. Spittler im SoSe 2004 das Seminar „Reisen zu den Tuareg“ an, das auch eine touristische Komponente enthielt. In den ersten beiden Veranstaltungen ging es um Tourismus allgemein,

d.h. Theorien, Konzepte und Fallstudien wurden behandelt und ethnologische Filme wie „Cannibal Tours“ von Dennis O'Rourke, die sich mit Tourismus beschäftigen, angesehen und besprochen. Die Seminare stießen auf reges Interesse der Studierenden. Zu jedem Seminar kamen ca. 25 Studenten. Ein Großteil davon waren Bachelor-Studenten des Studiengangs „Kultur und Gesellschaft Afrikas“.

Der Bachelor-Studiengang ist praxisorientiert. Die Praxis bezieht sich vor allem auf die Entwicklungszusammenarbeit, aber auch der Tourismus wird von den Studierenden als eine berufliche Alternative angesehen, zumal er in der Entwicklungspolitik zunehmend eine Rolle spielt. In den letzten Jahren wurden zwei Masterarbeiten im Fach Ethnologie in Bayreuth verfasst, die sich mit Tourismus beschäftigen (Sabine Ecker über Bergsteiger-Tourismus in Nepal und Christiane Grau über Tourismus auf Bali).

Ergänzt wurde die Lehre in den Seminaren durch zwei Vortrags-Kolloquien 2000 und 2001, bei denen Professoren (z.B. Ute Luig) und Doktoranden aus ihrer Arbeit berichteten. Hinzu kamen Gastvorträge im ethnologischen Kolloquium, in dem z.B. Judith Schlehe (Universität Freiburg) über Tourismus in der Mongolei und Katharina Schramm (FU Berlin) über Heritage-Tourismus von Black Americans in Ghana vortrugen.

Tourismus spielt in der Lehre an der Universität Bayreuth deshalb eine Rolle, weil es Personen gibt, die sich dafür interessieren, d.h. das Thema ist bisher kein fester Bestandteil des Lehrprogramms. Die Zukunft der Tourismus-Ethnologie in Bayreuth ist daher ungewiss. Prof. Spittler ist bereits emeritiert. Ich selbst werde weiterhin in dem Projekt arbeiten. Es liegt damit in meiner Hand, weitere Lehrende und Studierende für Tourismus-Ethnologie zu begeistern. Vielleicht werde ich mich mit dem Einen oder Anderen einfach mal auf eine Bummelzugfahrt nach Nürnberg begeben.

## Dringend gesucht: Tourismusberater/in mit Allroundkenntnissen

Nicole Häusler

### Abstract

Die Arbeit eines Tourismusberaters hat nur wenig mit Sonne, Strand und Swimmingpool zu tun, vielmehr erfordert sie hinsichtlich des Tourismus tiefgreifende Kenntnisse im Bereich Ökonomie, Ökologie, Soziales und Recht. Dazu gehört das Verfassen eines Business- und Marketingplanes ebenso wie die Zusammenarbeit mit einer Dorfgemeinde im Amazonasgebiet. Die Qualifikationen dafür können durch Studium, Praktika, Weiterbildung und Tätigkeiten im Tourismussektor erworben werden. Doch der Ausbildungsweg ist nie abgeschlossen, denn zum einen ändern sich die Schwerpunktthemen im Tourismus (gestern Ökotourismus, heute Gemeindebasierender Tourismus, morgen „All-Inclusive“-Resorts?), zum anderen ist das Arbeitsgebiet vielschichtig und komplex. Daher ist neben Fachwissen auch eine hohe Flexibilität erforderlich sowie der Wille, immer wieder neu dazu zu lernen und sich auf neue Herausforderungen einzulassen. Ethnologen können hierbei aufgrund ihres Fachwissens vor allem im sozio-kulturellen Bereich tätig werden, z.B. im Monitoring von Tourismusprojekten in Zusammenarbeit von Gemeinden. Sowohl von Seiten der Entwicklungszusammenarbeit als auch des Privatsektors besteht Interesse an einer Kooperation. Dafür müssen die Ethnologen aber auch bereit sein, den Elfenbeinturm zu verlassen und angebotsorientiert zu arbeiten.

### Sonne, Strand und Kokosnusspalmen

– und dazwischen spaziert ein braungebrannter Tourismusberater herum, der abends beim Cocktail die Fragebögen von den Touristen auswertet, die er tagsüber am Swimmingpool befragt hat. Dieses Bild erscheint sicherlich häufig als erster Gedanke, wenn die Berufsbezeichnung „Tourismusberater“ genannt wird.

Die Realität ist eine andere. Die Tätigkeit der Tourismusberatung ist

komplex, vielschichtig und aufgrund der Rahmenbedingungen häufig kompliziert und langwierig.

Im Folgenden wird aufgezeigt, welche Qualifikationen und Fachkenntnisse ein Tourismusberater haben sollte, um diese Arbeit ausüben zu können. Dabei wird vor allem spezifisch auf die Tätigkeit in der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) eingegangen, d.h. Aspekte wie die Erarbeitung von touristischen Masterplänen in einer deutschen Kleinstadt finden keine Berücksichtigung. Ferner wird auf die Rolle und Qualifikation des Ethnologen eingegangen, der im Tourismusbereich tätig sein möchte.

### Voraussetzungen – TUI, Sprachen, Risikobereitschaft

Eine Festanstellung als Tourismusberater ist fast ausgeschlossen. Tourismusberater sind in der Mehrheit freiberuflich tätig, was ein großes finanzielles Risiko bedeutet, da geregelte Einnahmen nicht garantiert sind. Daher wird empfohlen, sich thematisch nicht nur auf den Tourismus zu konzentrieren („Standbein“), sondern sich auch in einem anderen Themenbereich zu spezialisieren, um in seinem Angebot flexibler zu sein („Spielbein“). Dieses Spielbein kann durchaus im Bereich Fremdenverkehr liegen, wie z.B. Reiseleitung oder Reisejournalismus, kann aber auch „artfremd“ sein.

Daneben muss aber auch die Bereitschaft bestehen, unter anstrengenden, ermüdenden und stressigen Arbeitsbedingungen zu arbeiten. Dazu gehört etwa eine sechsstündige mühevollen Wanderung zu einem Dorf in einem Amazonasgebiet, was touristisch erschlossen werden will. Als Tourist kann man sich nach dieser Wanderung auf ein kaltes Bier freuen, das man in einer Hängematte genussvoll zu sich nimmt, während die Sonne untergeht. Als Tourismusberater steht einem an dem Abend noch ein mehrstündiges und zähes Gespräch mit Gemeindemitgliedern bevor, das meist eine Mischung aus finanziellen Forderungen und hohen Erwartungen ist, und trotz aller Müdigkeit meist hohes diplomatisches Geschick von dem Berater erfordert. Und am nächsten Tag hat man meist nicht die Gelegenheit, sich im dornnahen Wasserfall abzukühlen, sondern alle touristischen Aktivitäten der Umgebung müssen in kürzester Zeit besucht werden, da der Auftraggeber nur zwei Tage Zeit gegeben hat für diesen Besuch.

Sollten diese Bedingungen nicht abschrecken, sondern eher als Her-

ausforderung gesehen werden, dann muss ein Tourismusberater weitere Grundvoraussetzungen erfüllen:

Gute Sprachkenntnisse, wenn möglich in Englisch, Französisch, Spanisch und in wachsendem Maße auch Russisch, um weltweit arbeiten zu können. Daneben Berufserfahrung durch Praktika, Lehre oder Mitarbeit im Tourismusgewerbe, wie Hotellerie, Reiseleitung, Reisebüro oder Reiseveranstalter. Durch diese Tätigkeiten werden die dringend notwendigen Erfahrungen gesammelt, um zu verstehen wie Tourismus in der Praxis funktioniert.

Dank eines Touristikstudiums oder Aufbaustudiums im Tourismus kann man sich die theoretische Fachkompetenz aneignen. Dies sollte ein Auslandssemester oder -praktikum einschließen. Dabei wird empfohlen, für mindestens sechs Monate ins Ausland zu gehen, da einem meist erst nach mehreren Monaten die inhaltlichen Zusammenhänge klar werden. Zudem arbeiten Praktikanten meist in lokalen Organisationen vor Ort und stellen aufgrund ihres fehlenden Wissens bezüglich der lokalen Zusammenhänge für die Organisationen in den ersten Wochen eine große Arbeits- und Zeitbelastung dar. Eine Situation, die häufig zu einer Überforderung auf beiden Seiten führt. Um sich aber von vornherein den Druck zu nehmen, sollte daher ein Mindestaufenthalt von sechs Monaten eingeplant werden. So ein Auslandsaufenthalt kann natürlich eine hohe finanzielle Belastung bedeuten, die aber in Kauf genommen werden sollte, da sich mit jedem Auslandsaufenthalt die Chancen für ein Jobangebot verbessern. Auch ist es empfehlenswert, regelmäßig Tourismusmessen und -tagungen im In- und Ausland zu besuchen, zum einen, um die aktuelle Tourismusdebatte zu verfolgen und zum anderen, um Kontakte zu knüpfen oder bestehende zu vertiefen.

Eine weitere Gelegenheit seine Qualifikationen zu verbessern und damit die Möglichkeit, sich Arbeit zu beschaffen, ist die ehrenamtliche Mitarbeit in touristischen Organisationen. All dies erfordert viel Zeit und finanzielle Investitionen, ist aber meist eine gute Chance, um ein wirkliches Standbein als Tourismusberater zu bekommen.

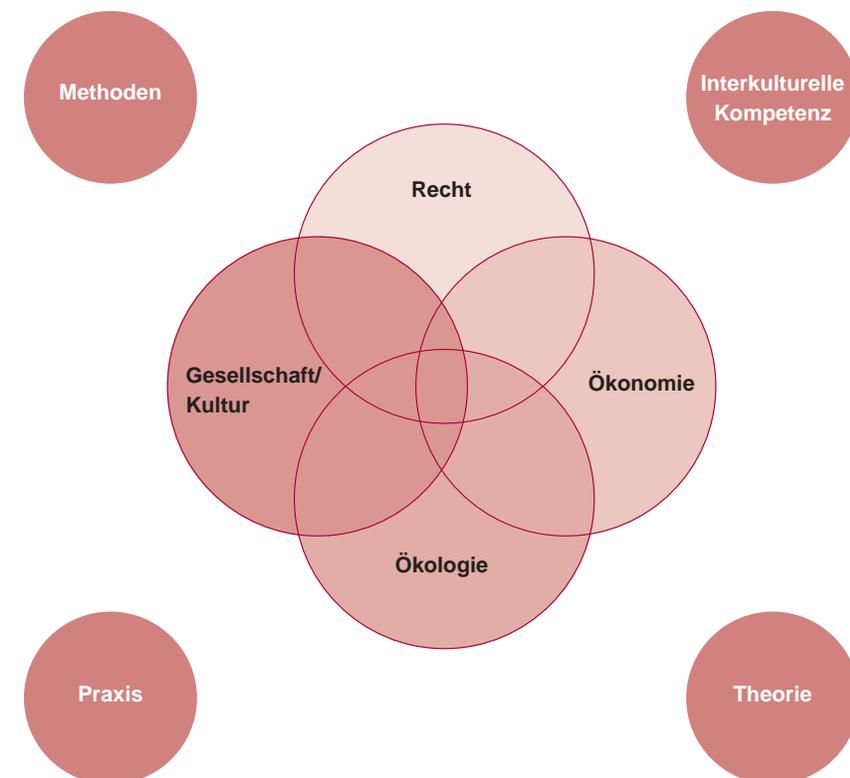
### Fachkenntnisse – bunt und vielfältig

Um die Nachhaltigkeit einer Tourismusentwicklung zu garantieren, sollten vertiefende Kenntnisse über die drei Grundbereiche einer nachhaltigen Entwicklung existieren:

Die touristische Nachhaltigkeit im sozialen/kulturellen, ökonomischen sowie ökologischen Bereich.

Hinzu kommt aber noch ein weiterer Bereich, der von der westlich geprägten Debatte um den Nachhaltigkeitsbegriff meines Erachtens vernachlässigt wird: das Recht. Ohne eine gesicherte, langfristige Rechtssicherheit kann in keinem Land eine nachhaltige Entwicklung erfolgreich durchgeführt werden.

Zudem werden vom Tourismusberater Methodenkenntnisse verlangt sowie interkulturelle Kompetenz und die bereits erwähnten theoretischen und praktischen Fachkenntnisse.



Im Bereich Ökonomie sollten Erfahrungen bestehen im Bereich Marktanalyse, Marketing und Werbung, Produktentwicklung, Kalkulation von Reisen, Verkauf und Vermarktung von lokalen Handwerksprodukten sowie über einkommensschaffende Maßnahmen für Nationalparks durch Tourismus. Auf jeden Fall muss gewusst werden, wie ein Businessplan erstellt wird, da selbst bei einem kleinen Gemeindeprojekt in Nepal errechnet werden muss, ob und ab wann sich dieses Projekt langfristig finanziell rechnet.

In der Ökologie sollte Wissen bestehen im Bereich Umweltauswirkungen durch Tourismus, Umweltverträglichkeitsprüfungen, Zertifizierungssysteme, Müllmanagement. Aber auch das Anlegen eines Wanderpfades kann durchaus zur Aufgabe eines Tourismusberaters gehören.

In den vergangenen Jahren ist für Tourismusberater vor allem in der Entwicklungszusammenarbeit ein weiteres Schwerpunktthema hinzugekommen: die Planung und Einführung von gemeindebasierenden (community-based) Tourismusprojekten. Die Projekte sind einkommensschaffende Maßnahmen für die lokalen Gemeinden und sollen zudem die interkulturelle Verständigung zwischen einheimischer Bevölkerung und Touristen fördern (vgl. Häusler und Strasdas 2003). Insbesondere die Zusammenarbeit mit Dorfgemeinden ist keine einfache Angelegenheit, da hier nicht am Schreibtisch ein touristisches Großprojekt erarbeitet wird, sondern mit Menschen zusammengearbeitet werden muss, die häufig ein anderes Organisations- und Zeitverständnis haben als die Tourismusberater. Daher ist vor allem diese Arbeit sehr komplex und erfordert Kenntnisse in partizipativen Projektmethoden, wie Participatory Rural Appraisal (PRA), Semistrukturierte Interviews, Venn Diagramm, Teilnehmende Beobachtung, Transsects, Erstellung von Karten etc. (vgl. Narayan und Srinivasan 1994, Theis und Grady 1991).

Ferner sollten Kenntnisse im Bereich nationales und internationales Reiserecht bestehen. Auch muss man sich immer wieder mit den lokalen Tourismusgesetzen, Nutzungsrechten, Konzessionen und Lizenzen für Tourismusveranstalter auseinandersetzen.

Bei den sozio-kulturellen Themen werden in der Tourismusdiskussion meist folgende Themen behandelt: Sextourismus, Drogenmissbrauch, Kriminalität, Verlust der traditionellen Kultur sowie Kinderprostitution. Diese Themen müssen sicherlich auch weiterhin eine wichtige Rolle in der Tourismusdiskussion und -planung einnehmen. Darüber hinaus sollten aber von Tourismusberatern auch folgende Aspekte in ihrer Arbeit berücksichtigt werden:

- Wie kann Tourismus zur „sozialen Nachhaltigkeit“ / „local well being“ beitragen?
- Wie kann ein interkultureller Austausch zwischen Touristen und Einheimischen stattfinden, der zu einer positiven Erfahrung auf beiden Seiten führt?
- Wie kann Tourismus die Stärkung der lokalen Kultur/Gesellschaft fördern?

Darüber hinaus sollten Kenntnisse zum Thema Konfliktmanagement vorliegen, da meist spätestens bei der Diskussion über die Verteilung der Einnahmen kurz- oder langfristig Konflikte in der Gemeinde auftreten, die zum Scheitern des Projektes führen können.

Außerdem sollten bei der Ausarbeitung eines Tourismusprojektes, ob nun auf Makro- oder Mikroebene, Kenntnisse über Planungsmethoden, Projektmanagement und Moderationstechniken vorhanden sein.

Natürlich können all diese Techniken nicht sofort und gleich von einem Tourismusberater beherrscht werden. Um diese zu erlangen ist eine Mischung aus „Lessons Learned“ und der Bereitschaft, immer wieder etwas neu zu lernen, gefordert. Und dieses Neue wird praxisbegleitend gelernt oder aber durch die Teilnahme an Fortbildungen.

Dazu zählen vor allem auch die Kenntnisse von Monitoring- und Evaluierungsmaßnahmen. Auch hier sollte bei Tourismusberatern ein Grundwissen existieren, z.B. was „Carrying Capacity“ – Belastungsgrenzen sind oder Methoden wie Limited of Acceptable Change – LAC (vgl. Drumm und Moore 2004) hinsichtlich der ökologischen Auswirkungen von Tourismus.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist das Monitoring von sozialen und kulturellen Auswirkungen im Tourismus. Dazu zählen u.a. (Liste ist nicht komplett!)

- Kulturkontakt (Gäste/Touristen)
- Generationskonflikte
- Wandel in der Geschlechterbeziehung
- Wandel in den traditionellen religiösen Praktiken und der Lebensart (Lifestyle)
- Verlust traditioneller Landrechte
- Kriminalität und Sextourismus
- Vermarktung von lokalen Produkten und religiösen Riten
- Konflikte innerhalb der Community bzgl. der Gewinnverteilung bzw. mit den Nachbargemeinden
- Verdrängung traditioneller Wirtschaftsformen durch Tourismus

In der Tourismusdiskussion wird immer wieder über diese sozio-kulturellen Auswirkungen debattiert. Interessanterweise gibt es aber kaum bis gar keine Langzeitstudien zu diesen Themen, noch sind Parameter oder Indikatoren entwickelt worden, mit denen vertiefend diese Auswirkungen erforscht und analysiert werden können. Daher ist es in der Literatur und Tourismusdiskussion leider weitgehend bei Pauschalisierungen geblieben, die häufig die Ansichten westlicher Tourismuskritiker widerspiegeln, nicht aber die Meinung der einheimischen Bevölkerung.

Vertiefende Forschungen zu diesen Themen sind, da langfristig angelegt, auch kostenintensiv und Geberorganisationen finanzieren meist nur Projekte bis zu einem Zeitraum von drei Jahren. Daher ist von Seiten der EZ kein Geld und Interesse vorhanden, um Langzeitstudien durchzuführen. Aber auch erste Kurzzeitstudien werden ungern finanziert, da auch hier ein Aufenthaltszeitraum bzw. Beobachtungszeitraum von mindestens drei Monaten erforderlich ist.

#### **Joint Venture – EZ und Wissenschaft**

Es sollte aber dringend verstärkt in dem Thema „sozio-kulturelle Auswirkungen von Tourismus“ gearbeitet werden. Daher ist mittelfristig eine Zusammenarbeit von EZ und Wissenschaft zu empfehlen. Die EZ kann die Kontakte und Projekte vermitteln, die Universitäten können Manpower und Fachkenntnisse anbieten – und die Kosten kön-

nen gegebenenfalls sogar in einigen Fällen mit dem Privatsektor geteilt werden, der nach Erfahrung der Autorin zunehmend Interesse an dem Thema zeigt. Zum Beispiel gibt es auf der „Isla del Sol“ im Titicacasee, Bolivien, eine Ökoherberge, die von einer Dorfgemeinde und einem bolivianischen Reiseveranstalter gemeinsam verwaltet wird. Dieser Veranstalter zeigt großes Interesse daran, mehr über die sozialen Auswirkungen seines Geschäftsmodells zu erfahren und wäre daher an einer Zusammenarbeit mit EZ und Wissenschaft interessiert.

Wichtig ist allerdings, dass in diesem Zusammenhang die Universitäten nicht darauf warten, bis die entwicklungspolitischen Geldgeber oder der Privatsektor an sie herantreten, sondern die Universitäten müssen selbst bereit sein, der EZ und der Privatwirtschaft Angebote zu machen, sprich: „Raus aus dem Elfenbeinturm!“

#### **Ethnologen als Tourismusberater**

Vor allem in dem Themenbereich „sozio-kulturelle Auswirkungen von Tourismus“ bietet sich die wissenschaftliche Mitarbeit insbesondere von Ethnologen an. Aber sie können aufgrund ihrer „Soft-Skills“ wie kulturelle Kompetenz und Weitsicht, Verständnis für das Funktionieren einer Kultur (z.B. Organisationsstruktur), ihren Grundkenntnissen von partizipativen Methoden insbesondere auch als Berater von gemeindebasierenden Tourismusprojekten arbeiten. Wichtig hierbei ist das Erlangen von Zusatzqualifikationen und Praxiserfahrungen.

Grundbedingung hierfür ist ein Studium der Ethnologie, das praxisnäher gestaltet werden muss. D.h. bei einem Feldforschungspraktikum sollte nicht nur gelernt werden, wie wissenschaftlich „im Feld“ gearbeitet wird, sondern wie auch gemeinsam Projekte mit den „Erforschten“ bzw. Klienten erarbeitet werden können. Halten sich Ethnologiestudenten drei Monate lang in einem Akha-Dorf in Nordthailand auf, dann sollten sie als Hausaufgaben nicht nur die Kultur dieser Ethnie erforschen, sondern auch lernen, wie gemeinsam ein Projekt erarbeitet werden kann, und wenn es auch nur das Anstreichen des Schulgebäudes ist. Dabei steht dann nicht nur der soziale Zweck im Vordergrund (er ist ein netter Nebeneffekt), sondern die Ethnologiestudenten lernen gleichzeitig, wie mit lokalen

Dorfbewohnern gemeinsam Ziele erarbeitet werden können und welche Methoden dafür angewendet werden sollten.

Fazit: Die Ausführungen haben hoffentlich deutlich gemacht, dass ein geübter Urlauber mit sechsmonatiger Erfahrung als Rucksackreisender sich noch nicht automatisch zum Tourismusberater qualifiziert. Vor allem Praxiserfahrung, Flexibilität und der Wille, immer wieder zu lernen, sind Grundvoraussetzungen, um in diesem Beruf arbeiten zu können.

#### Literatur

- |   |   |
|---|---|
| <p>Drumm, Andy und Alan Moore 2004: Desarrollo del Ecoturismo. Un manual para los profesionales de la conservacion. Vol II, Arlington: The Nature Conservancy</p> <p>Häusler, Nicole und Wolfgang Strasdas 2003: Training Manual for Community-based Tourism. Zschortau: InWEnt</p> | <p>Narayan, Deepa und Lyra Srinivasan 1994: Participatory Development Kit. Training Materials for Agencies and Communities. Washington: World Bank</p> <p>Theis, Joachim und Heather M. Grady 1991: Participatory Rapid Appraisal for Community Development. Kairo: International Institute for Environment and Development</p> |
|---|---|

## (Weiter-)Bildung für Nachhaltigen Tourismus – Erfahrungen aus der Praxis

Silvia Stuppäck

„Es wandelt niemand ungestraft unter Palmen,  
und die Gesinnungen ändern sich gewiß  
in einem Lande, wo Elefanten und Tiger zu Hause sind.“  
Johann Wolfgang von Goethe

#### Abstract

Im ersten Abschnitt des Artikels wird erläutert, inwiefern Reisen bildet und wie neue Ansätze in der touristischen Angebotsentwicklung in den letzten Jahren geschaffen wurden. Des Weiteren wird in dem Artikel die Bildungsarbeit von NRO in diesem Bereich nach Zielgruppen aufgeschlüsselt erörtert und anhand von konkreten Beispielen dargestellt. Die Grenzen der Bildungsarbeit zu anderen methodischen Zugängen sind fließend; hin zur Öffentlichkeitsarbeit auf der einen Seite und zur Beratungstätigkeit auf der anderen Seite. Die Vielfalt der Methoden und der Inhalte in der Querschnittmaterie Tourismus benötigt inter- und transdisziplinäre Ansätze, setzen ein breites und reichhaltiges Wissen voraus und erfordern eine hohe Flexibilität und Reflexivität von Seiten der Vortragenden und Trainer, um den unterschiedlichen Ansprüchen gerecht zu werden.

#### Reisen bildet

Dass Reisen bildet, wissen wir spätestens seit Goethe. Er hat vor allem in seiner italienischen Reise ausführlich dargestellt, welchen persönlichen Nutzen „Reisen mit offenen Augen“ haben kann. Und er war nicht der Einzige. Vor allem unter jungen männlichen Adligen war die sogenannte „Grande Tour“ verbreitet; eine große Reise zu- meist durch die Kulturmetropolen Frankreichs und Italiens, später auch durch die „natürlichen“ Attraktionen der Alpen, mit dem expliziten Zweck der Bildung. Viele Reiseaufzeichnungen und Tagebücher wurden veröffentlicht und es wurden Theorien entwickelt, wie der

höchste Bildungseffekt beim Reisen zu erzielen sei.

Doch das Reisen hat sich geändert. Reisen und Urlaub sind zu Massenphänomenen geworden und haben nicht mehr die Bildung, sondern die Erholung und „Wiederherstellung der Arbeitskraft“ zum Hauptzweck. Auch die vielfach angebotenen Bildungs- und Kulturreisen verdienen diesen Namen nur in einem kleinen Ausmaß. Zumeist handelt es sich um eine Aneinanderreihung von Sehenswürdigkeiten – museal und historisch –, welche kaum Bezüge zu aktuellen Gegebenheiten aufweisen und weder die lokalen Attraktionen hervorheben noch direkt erfahrbare persönliche Zugänge ermöglichen.

Doch im Zuge der seit den 70er Jahren des vorigen Jahrhunderts zunehmend einsetzenden Tourismuskritik haben sich neue Formen der Darstellung und Vermittlung von touristischen Attraktionen entwickelt, welche – auch wenn sie nicht so genannt werden – durchaus Bildungsaspekte miteinbeziehen. Neu an diesen Herangehensweisen ist einerseits eine verstärkte Berücksichtigung der regionalen Identität und andererseits der Gedanke, dass man Spannendes auch in der näheren Umgebung des Wohnorts erleben kann und nicht immer weit weg fahren muss (vgl. Baumgartner und Stuppäck 2004). Ein Beispiel für ein solches Angebot sind die Führungen auf den Spuren des „Dritten Mannes“ durch die Wiener Kanalisation. Die Mischung aus Filmgeschichte (an den Original Drehorten) und die besondere Stimmung in der Kanalisation, verbunden mit hohem Engagement der Führer, machen dieses Angebot zu einem eindrücklichen Erlebnis, welches in vielen Stadtführern als Geheimtipp gehandelt wird.

Erfolgreiche<sup>7</sup> Bildungsangebote im Tourismus weisen fünf Merkmale auf: Sie sind ...

- **Emotional-sinnlich:** Sie vermitteln Inhalte ohne Belehrung, machen Lust auf weiteres Erleben der betreffenden Region.
- **Persönlich-authentisch:** Sie werden mit persönlichen, lokal verankerten Beziehungen des Vermittlers verknüpft.
- **Angreifbar-mitmachbar:** Sie befriedigen auch den Tast-, Greif- und Bewegungsdrang der Teilnehmer. Diese Herausforderung betrifft keinesfalls nur Angebote für Kinder und Jugendliche.

- **Mitnehmbar:** Eine, im besten Fall selbsthergestellte oder selbstgefundene, Kleinigkeit kann – aber muss nicht – mitgenommen werden.
- **Glaubwürdig:** Bildungsangebote brauchen einen glaubwürdigen regionalen Hintergrund. Zugespitzt formuliert, hat es Ischgl sicherlich schwer, eine glaubwürdige Exkursion zur nachhaltigen Tourismusentwicklung anzubieten.

Ein wichtiger Erfolgsfaktor für derartige Angebote ist die (oft implizite) Verknüpfung der Erkenntnisse aus der Erlebnisökonomie mit glaubwürdigen, authentischen und regional verankerten Bezügen. Verkauft wird nicht die „Ware Bildung“ oder ein spezielles Führungs- oder Kulturangebot, sondern das besondere Erlebnis. Vor dem Hintergrund eines sich bereits ankündigenden Booms an Gästen aus den neuen asiatischen Märkten erhält der Vermittlungsaspekt derartiger Angebote eine besondere Bedeutung. Mit Kenntnissen dieser zukünftigen Märkte, pädagogisch-didaktischen Fähigkeiten und der Befähigung, zwischen Kulturen zu vermitteln, ergeben sich hier weite Handlungspotentiale.

### **Bildungsangebote für Nachhaltigen Tourismus im nicht-formalen Bereich**

Die Verbindungen zwischen Tourismus und Bildung sind vielfältig. Geht es einerseits um die Frage, inwiefern Reisen zur Bildung beiträgt (also Bildung durch Tourismus), so stellt die andere Seite die Bildung für Tourismus dar: (Weiter-)bildungsangebote für die Akteure des Tourismus – mit dem Ziel, einen Beitrag zu einem sozial- und umweltgerechten Tourismus zu leisten. Dabei werden für die verschiedenen Akteure unterschiedliche Herangehensweisen verfolgt, wie die folgende Übersicht zeigen wird.

#### **Zielgruppe Reisende**

Ziel ist die Sensibilisierung von Reisenden für sozial- und umweltverträgliches Verhalten. De facto handelt es sich dabei zumeist um Öffentlichkeitsarbeit. So werden Reisende vor allem über spezielle Folder und Broschüren angesprochen, mit Tipps und Hinweisen zu sozial- und umweltverträglichem Verhalten. Wichtig ist in diesem Zusammenhang eine lockere und „angenehme“ Herangehensweise

an das Thema. Der erhobene Zeigefinger, mit der Ansage, was richtig ist und was falsch ist, hat ausgedient. Ziel ist es aufzuzeigen, dass auch ein respektvoller Urlaub Spaß machen kann. Wie überall in der politischen Sensibilisierungsarbeit gilt es, (vereinfacht gesagt) zwei Gruppen zu unterscheiden: Auf der einen Seite Reisende, welche sich Gedanken über ihr Reiseverhalten machen, schon von negativen Auswirkungen des Tourismus gehört haben und nach Hinweisen suchen, wie sie es „richtig“ machen können. Auf der anderen Seite diejenigen, welche bisher noch wenig von der Thematik gehört haben. Gerade bei der zweiten Gruppe ist es wichtig, die Inhalte auf „angenehme“ Weise zu vermitteln.

### **Zielgruppe Multiplikatoren**

Viele Bildungsangebote in diesem Bereich richten sich dezidiert an Multiplikatoren. An erster Stelle sind in diesem Zusammenhang Bildungsmaterialien zu nennen. In den letzten Jahren sind eine ganze Reihe von Materialien insbesondere für die Verwendung in Schulen und in der außerschulischen Jugendarbeit erschienen<sup>8</sup>. Diese Mappen finden besonders im Geographieunterricht Anwendung. Die Erfahrung der letzten Jahre zeigt aber auch, dass mittlerweile die Zahl der Bildungsmaterialien durchaus ausreichend scheint. Vielmehr ist es derzeit angebracht, die vorhandenen Materialien gezielt innerhalb der potentiellen Multiplikatoren zu streuen und in gemeinsamen Workshops Einsatzmöglichkeiten zu erarbeiten. Bei Workshops mit Multiplikatoren zeigt sich, dass diese das Seminar nicht nur besuchen, um Anregungen für den eigenen Unterricht zu erhalten. Viele Teilnehmer kommen auch mit dem Wunsch, Hilfestellungen für das eigene Reiseverhalten zu erhalten und haben das Bedürfnis, die eigenen Reisen zu reflektieren. In diesem Bereich gibt es offensichtlich einen Bedarf nach Reflexion und Weiterbildung für Reisende. Diese Motive sind allerdings nicht immer offen formuliert und es erscheint mir fraglich, ob sich hier tatsächlich zukünftige Ansatzpunkte für Bildungsarbeit öffnen. Ansätze, Reisende mittels Kursen zu „besserem“ Reiseverhalten anzuregen, waren in den 80er Jahren aktuell (vgl. z.B. Zimmer 1988), sind aber mittlerweile nicht mehr in den Angeboten der Volkshochschulen zu finden. Wichtiger erscheint es mir in dieser Hinsicht, diese Besonderheit der Bildung für Nachhaltigen Tourismus zu berücksichtigen. Reisen ist in modernen indu-

strialisierten Gesellschaften ein Bereich, wo jeder Experte ist. Alle waren schon einmal auf Reisen und können mitreden. Daraus ergibt sich neben dem schon erwähnten Bedarf an Reflexion der eigenen Erfahrungen auch die Notwendigkeit, die „Expertise“ für das Thema in die Veranstaltung zu integrieren. Gerade in der Kooperation mit Multiplikatoren, welche ja auch pädagogisch arbeiten, bietet sich die Chance einer Verknüpfung der Konzepte „Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ und „Globales Lernen“.

### **Zielgruppe Tourismuswirtschaft**

Die Tourismuswirtschaft (im weitesten Sinne) als maßgeblicher Akteur ist eine relevante, wenn auch oft wenig „bearbeitete“ Zielgruppe für Bildungsmaßnahmen. Meist wird eine Sensibilisierung für Nachhaltigkeitsthemen angestrebt, bzw. werden Hilfestellungen für die konkrete Umsetzung gegeben. Dabei sind die Grenzen zu Beratungstätigkeiten oft fließend. Dies gilt insbesondere für die Bildungsarbeit in Destinationen, wo im Rahmen von Workshops die Grenze zwischen Vermittlung von Inhalten und dem Arbeiten an konkreten Projekten nicht eindeutig zu ziehen ist. Ein Bereich, in dem viele Bildungsaktivitäten in Kooperation mit der Tourismuswirtschaft stattfinden, ist das Thema „kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus“ (siehe weiter unten).

### **Neue Zielgruppen**

Temporäre Mobilität ist in einer globalisierten Welt im Steigen. Immer mehr (junge) Menschen studieren im Ausland, absolvieren ein Praktikum auswärts oder nehmen an Einsätzen der Entwicklungszusammenarbeit teil. Auch hier handelt es sich um Tourismus, auch wenn die Grenzen zwischen Tourismus und Migration dabei fließend sind. Erfahrungsberichte von Rückkehrern zeigen, dass diese oft unvorbereitet in die Situation gekommen sind, als Tourist betrachtet zu werden, auch wenn sie sich selber nicht so definieren. Neben Aspekten der Kulturvermittlung (welche in manchen Vorbereitungskursen mittlerweile zum Standard gehören) wäre auch eine Reflexion über die eigene Rolle und den persönlichen Zugang zu interkulturellen Fragestellungen hilfreich.

**Beispiel 1: Die Schule des Sanften Reisens**

Die Schule des Sanften Reisens ist ein seit 1995 jährlich stattfindender einwöchiger Ausbildungskurs (Hlavac 2002), der einen kompakten Überblick über das Themenfeld „Nachhaltigkeit im Tourismus“ bietet. Die Schule des Sanften Reisens zeichnet sich durch folgende Merkmale aus:

- Berücksichtigung der Perspektive des Nordens und des Südens. Beispiele aus den Alpen werden genauso behandelt wie Ansätze aus den Ländern des Südens.
- Alle Nachhaltigkeitsdimensionen werden berücksichtigt. Entlang der Idee einer integrierten Regionalentwicklung wird gemeinsam erarbeitet, wie Tourismusentwicklung unter Einbezug aller Akteure sozial- und umweltverträglich und ökonomisch tragfähig gestaltet werden kann.
- Verknüpfung von Theorie und Praxis. Die Vortragenden kommen aus der Wissenschaft, der Tourismusberatung, von öffentlichen Verwaltungen und aus dem Regional- und Tourismusmanagement.
- Der Kurs findet in einer vorbildhaften Tourismusregion statt, und die Tourismusentwicklung der Region ist auch Gegenstand des Seminars (Lernen in und mit der Region).

Die Zielgruppen sind sehr breit gestreut. So befinden sich unter den Teilnehmern Jungakademiker aus verschiedensten Disziplinen, Regionalmanager, Lehrende, Mitarbeiter von NRO etc.

Die Rückmeldungen der Kursteilnehmer sind durchwegs positiv. Die Bedeutung des Kurses liegt weiterhin in der ganzheitlichen Darstellung des Themenfeldes, dem Aufzeigen von positiven Beispielen und in der gewinnbringenden Interaktion zwischen den Teilnehmern. Dies macht den Kurs (zumindest für den deutschsprachigen Raum) einzigartig.

**Beispiel 2: Bildungsarbeit zum Thema „Kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus“**

Die sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus zählt zu den negativsten Begleiterscheinungen der internationalen Tourismusentwicklung. Multilaterale Organisationen und Staaten haben in den letzten Jahren vermehrt konkrete Maßnahmen ergriffen, um derartige Straftaten einzudämmen und zu reduzieren.<sup>9</sup> NRO sind in diesen Kampagnen federführend involviert und treiben den Prozess maß-

geblich voran. Neben einer Implementierung der beschlossenen Verhaltenskodizes auf politischer und wirtschaftlicher Ebene kommt der zielgruppengerechten Bildungsarbeit zur Umsetzung eine tragende Rolle zu. Im Vergleich zur sonstigen Bildungsarbeit für Nachhaltigen Tourismus zeichnet sich die Arbeit in diesem Bereich durch eine umfassende länder- und zielgruppenspezifische Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit aus. Für Reisende werden spezifische Maßnahmen der Aufklärungs- und Sensibilisierungsarbeit entwickelt. Hier sind an erster Stelle Faltblätter und der Einsatz von Videos in den Flügen zu nennen. Derzeit wird aber auch am Flughafen in Wien eine Ausstellung zu dem Thema gezeigt, welche nach ersten Erfahrungen rege frequentiert wird. Für die Tourismuswirtschaft wurden eigene Ausbildungsmodulare konzipiert, welche neben einer Sensibilisierung für das Thema den jeweiligen Akteuren konkrete Handlungsmöglichkeiten vermitteln, um Kindersextourismus zu verhindern. Das Besondere an diesem Themenbereich ist nicht nur der Einsatz von unterschiedlichen Instrumenten für die verschiedenen Zielgruppen, sondern auch die Kooperation zwischen unterschiedlichen Organisationen und Destinationen.

**Institutionalisierte Bildungsangebote**

Während es im nicht-formalen Ausbildungsbereich eine Vielzahl an Angeboten gibt - sowohl hinsichtlich der Zielgruppen als auch hinsichtlich der Themenbreite -, stellt sich die Situation im formellen Bildungsbereich anders dar. In klassischen Tourismusausbildungen ist Nachhaltige Entwicklung selten ein Thema. Oft „versteckt“ es sich in Umweltfächern. Selten werden alle Dimensionen der Nachhaltigkeit berücksichtigt. Insbesondere Fragen der sozialen, kulturellen und institutionellen Nachhaltigkeit finden nur wenig Eingang in die Curricula. Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten, das Thema Nachhaltigkeit in die Tourismusausbildung zu integrieren. Einerseits gibt es spezielle Studiengänge (zumeist Master), die das explizite Ziel haben, Experten im Themenfeld „Nachhaltiger Tourismus“ auszubilden. Im deutschsprachigen Raum ist hier vor allem der Master-Studiengang „Nachhaltiger Tourismus“ in Eberswalde zu nennen. Andererseits gibt es die Möglichkeit, das Thema Nachhaltigkeit in die Tourismusausbildung zu „mainstreamen“, also das Thema in alle Unterrichtsfächer zu integrieren. Ein erfolgreiches Beispiel für einen

derartigen Versuch ist die University North London, wo in Kooperation mit der NRO Tourism Concern in einem dreijährigen Projekt die gesamte Undergraduate-Ausbildung reformiert wurde (vgl. Eber 2002).

### **Zukünftige Ansatzpunkte und der Bedarf an Social und Cultural know-how**

Die Bildungsangebote im Bereich Nachhaltiger Tourismus zeigen eine große Vielfalt: in den thematischen Zugängen, der Methodik, den Anbietern und den Zielgruppen. Die steigende Bedeutung des weltweiten Tourismus wird auch in diesem Bereich den Bedarf nach Bildungsangeboten erhöhen. Schwierig ist in allen Bereichen die Finanzierung derartiger Bildungsangebote. So ist die Finanzierung durch die Wirtschaft für umwelt- und entwicklungspolitische sowie soziale Anliegen grundsätzlich schwierig. Aufgrund der geringen Gewinnmargen und der mehrheitlichen klein- und mittelbetrieblichen Strukturen gilt dies für den Tourismus verstärkt. Inwiefern die beginnende UN-Dekade der Bildung für Nachhaltige Entwicklung in diesem Bereich Impulse setzen kann, wird sich zeigen.

Die zukünftigen Ansatzpunkte ergeben sich einerseits im Bereich der Kulturvermittlung, wobei hier insbesondere der Incoming Tourismus und die „Neuen Märkte“ in Asien einen wichtigen Faktor darstellen. Diese Kulturvermittlung ist aber auch für unterschiedlichste Arten von Auslandseinsätzen (Praktika, Entwicklungszusammenarbeit, Auslandssemester etc.) von Bedeutung, da derartige Einsätze auch als Tourismus zu betrachten sind.

Bezüglich der Rolle des Social und Cultural know-how ist zu sagen, dass dieses immer noch als Zusatzqualifikation gesehen wird. Während in technischen, ökonomischen und naturwissenschaftlichen Berufsfeldern niemand in Abrede stellen würde, dass deren Beherrschung eine jahrelange intensive Ausbildung benötigt, wird im soziokulturellen Bereich immer noch davon ausgegangen, dieses Wissen könne im Rahmen von Wochenendseminaren erworben werden. Der Tourismus als Querschnittsmaterie kann sich auch (und gerade) im Bildungsbereich nicht auf einzelne Disziplinen stützen, sondern benötigt zunehmend einen inter- und transdisziplinären Ansatz. Bildungsarbeit für Nachhaltigen Tourismus kann nicht scharf abge-

grenzt werden. Sie bewegt sich auf einem Kontinuum zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Beratungstätigkeit. Neben der Kenntnis des Feldes und der unterschiedlichen Methoden sind Flexibilität und Selbstreflexion unbedingte Voraussetzungen für die erfolgreiche Durchführung von Bildungsangeboten.

### **Literatur**

- |   |   |
|---|---|
| <p>Baumgartner, Christian und Silvia Stuppäck<br/>2004: Tourismus auf neuen Wegen: Bildung im Urlaub?, in: GdWZ, Grundlagen der Weiterbildung, 2/04</p> <p>Eber, Shirley 2002: Guidelines for Integrating Sustainability into the Undergraduate Curriculum in Leisure and Tourism, in: Integra 1/02</p> | <p>Hlavac, Christian 2002: Schule des Sanften Reisens. Ein einzigartiger Ausbildungskurs zum Thema „Nachhaltige Entwicklung im Tourismus“, in: Integra 1/02</p> <p>Zimmer, Peter 1988: Reisen lernen daheim, in: Krippendorf, Jost, Peter Zimmer und Hans Glauber 1988: Für einen anderen Tourismus – Probleme, Perspektiven, Ratschläge. Frankfurt: Fischer Taschenbuch Verlag</p> |
|---|---|

# Wirtschaftlichkeit und Ethik im Tourismus – ein Widerspruch?

Manfred Häupl

## Abstract

Konzerne, Mittelstand und Kleinbetriebe besitzen innerhalb der Touristik unterschiedliche Handlungsfähigkeiten, was jeweils andere Verantwortung hinsichtlich Nachhaltigem Tourismus bedingt. Hauser, Spezialveranstalter für Trekkingreisen, setzt auf integrativen Tourismus auf der Ebene des persönlichen Kontaktes vor Ort und entwickelt die Programme in engster Zusammenarbeit mit den lokalen Partnern. Zum integrativen Tourismus zählen in sozialer Hinsicht z.B. Unterstützung der lokalen Bevölkerung beim Aufbau von Partneragenturen sowie Ausbildung der lokalen Bevölkerung. Durch die Errichtung modellhafter sozialer und ökologischer Strukturen in neu erschlossenen Gebieten werden Standards gesetzt, die von nachfolgenden Touristikunternehmen nicht ignoriert werden können. Sozial- und Umweltverträglichkeit intern sowie extern sind als Firmenwerte in der Unternehmensphilosophie verankert.

## Begriffsdefinitionen

### „Wirtschaftlichkeit“

In vielen geisteswissenschaftlichen Bereichen werden die Begriffe „wirtschaften“ oder „Wirtschaftlichkeit“ einseitig negativ mit reinem Gewinnstreben gleichgesetzt. Gablers Wirtschafts-Lexikon (1980) zitiert Wirtschaft als:

„Gesamtheit der Einrichtungen und Maßnahmen zur planvollen Deckung des menschlichen Bedarfs nach Gütern.“

Wirtschaftlichkeit ist die Erfolgsmesszahl von Leistungen und Kosten. Für mich bedeutet „wirtschaften“ lohnendes, ertragreiches Handeln, was an sich nicht negativ ist.

Auch die offiziellen Definitionen haben keinen wertenden Charakter. Erst durch die Loslösung und Verabsolutierung des Faktors Wirtschaft haben viele Menschen eine positive Einstellung zur Wirtschaft verloren. Als Schlagwort mag der Begriff „Shareholder Value“ dienen, der die wirtschaftlichen Interessen der Eigentümer einseitig in den

Mittelpunkt wirtschaftlichen Handelns rückt. In der Balance mit anderen Faktoren erhält die Wirtschaftlichkeit wieder ihre positive Bedeutung zurück. Diese Balance zu erlangen, verlangt nach einer bewussten Geschäftsethik.

### „Ethik“

Unter Ethik verstehe ich die Wissenschaft von den sittlichen Werten, Handlungen und Gesinnungen (= Einstellungen). Werte bestimmen unsere Einstellungen, diese wiederum unsere Ziele und damit letztendlich die Handlungen als Ergebnis dieser Verkettung.

Werte > Einstellungen > Ziele > Handlungen

In vielen Firmen ist diese Verkettung den Mitarbeitern nicht oder nur teilweise bewusst. Daraus resultiert eine große Anfälligkeit für Außensteuerungen oder die unbewusste Übernahme der angeblich vorherrschenden „Wirtschaftsethik“ nach dem Motto:

- „Das machen doch alle so.“
- „Wenn ich es nicht tue, macht es ein anderer.“
- „Fressen oder gefressen werden.“

Durch das Festlegen eigener Werte kann eine Firma oder Organisation sich zu einem guten Teil dieser Fremdsteuerung entziehen. Das Team der Firma Hauser beispielsweise hat in mehreren Workshops und Sitzungen die eigenen Werte erarbeitet und für sich verbindlich schriftlich formuliert. Für uns sind die wichtigsten Werte: Offenheit, Ehrlichkeit, Transparenz, Loyalität, Respekt, Engagement, Leistung.

### „Nachhaltigkeit“

Die Debatte um Nachhaltigkeit im Tourismus ist aus der Tourismuskritik der 70er und 80er Jahre entstanden und damit noch recht jung. Die WWF-Definition für Nachhaltigkeit von 1991 lautet:

„Nachhaltige Entwicklung ist Entwicklung, die Lebensqualität verbessert innerhalb der Tragfähigkeit des Lebenserhaltungssystems Erde.“ Wegen des inflationären Gebrauchs des Begriffs gibt es inzwischen auch ironische Abgrenzungen. So äußerte der Leiter des UN-Umweltprogrammes Klaus Töpfer: „Wenn einem nichts anderes mehr einfällt, spricht man von einer ‚nachhaltigen Entwicklung‘.“

### **Balance der drei Faktoren Wirtschaftlichkeit, Ethik und Nachhaltigkeit als Tourismusmodell der Zukunft**

- Nachhaltige Tourismusformen implizieren nicht nur den Schutz der Umwelt, sondern auch langfristige Wirtschaftlichkeit und soziale Gerechtigkeit.
- Nachhaltige Entwicklung erkennt das Recht auf Entwicklung an.
- Nachhaltige Entwicklung strebt eine gesunde Balance der ökonomischen, ökologischen und sozio-kulturellen Bedingungen an.
- Nachhaltig bedeutet nicht statisch, sondern entspricht einem ständigen fortlaufenden Prozess.
- Konkrete Maßnahmen ergreifen derzeit primär Touristen, Entwicklungsdienste und die Tourismusindustrie, weniger der öffentlichen Sektor; z.B. hat die Weltbank Hunderte von Millionen in touristische Projekte investiert, meines Wissens aber noch keinen Dollar in nachhaltige touristische Projekte.

Fazit: Nachhaltige Entwicklung ist nur dann glaubwürdig und kann nur dann funktionieren, wenn das Zusammenspiel der drei Grundfaktoren Wirtschaftlichkeit, Ethik und Nachhaltigkeit in einem gesunden Gleichgewicht steht. Dies sollte das Ziel gemeinsamer Entwicklungen und Projekte auch im tourismusübergreifenden Bereich – also interdisziplinär – sein.

### **Übertragung auf die Touristikbranche**

Die Touristikbranche als geschlossenes Ganzes gibt es nicht, sie besteht aus einzelnen Bereichen mit heterogenen Zielrichtungen. Die jüngeren Zweige der Branche haben seit der Nachkriegszeit bereits erste industrielle Entwicklungen und Prozesse hinter sich, was bei der derzeitigen Diskussion und bei der zukünftigen Ausrichtung gesehen und berücksichtigt werden muss.

### **Fakten zur Branche und IST-Situation**

- Vier europäische Reiseveranstalter generieren allein 50 Millionen Reisen pro Jahr.
- Weltweit kontrollieren zehn Airlines zwei Drittel der Gewinne im Flugsektor.
- Über 80 % des deutschen Marktes teilen sich die sechs größten deutschen Veranstalter.

- Ca. 16 % der Veranstalter gelten als Nischen und Spezialveranstalter, wobei nicht alle dieselbe Reisephilosophie vertreten.
- Nicole Häusler schätzt in ihrem 2002 erschienenen Artikel im Südwind Magazin den Anteil des Ökotourismus in Deutschland auf 7 % bis max. 20 %.

Die Branche zeigt sich zweigeteilt. Zum einen existiert Konzentration und Industrialisierung, verkörpert durch die Großkonzerne (TUI ist im DAX vertreten), zum anderen gibt es eine sehr breite und heterogene Verteilung mittelständischer Betriebe.

Es besteht das Problem der vertikalen Integration der Tourismuskonzerne. Die Wertschöpfung und die damit verbundene Gewinnabführung auf allen Leistungsstufen einer Reise (Flug, Landarrangement, Hotellerie, Produktion, Vertrieb, Verkauf) behindert meiner Ansicht nach eine nachhaltige Entwicklung in den Zielländern.

### **Stand der Nachhaltigkeitsdiskussion innerhalb der Branche**

Die Auseinandersetzung mit Nachhaltigem Tourismus hat innerhalb der Touristik-Branche folgende Stufen durchlaufen:

- Opposition der Touristiker als Reaktion auf die Tourismuskritik der 80er Jahre.
- Allmähliche Annäherung und Differenzierung zwischen Formen von Massentourismus und alternativen Reiseformen.
- Entwickeln von Verständnis für den nachhaltigen Tourismus und erste praktische Umsetzungen.
- Konvergenz – alle Formen des Tourismus können Nachhaltigkeit anstreben.

Inzwischen anerkannter Konsens im Hinblick auf nachhaltige Entwicklung:

- Nachhaltige Entwicklung widerspricht nicht generell Wachstum, erfordert u.U. aber eine regionale Limitierung der Besucherzahlen.
- Nachhaltige Entwicklung verlangt zeitlichen Weitblick und langfristige Planungen.
- Es geht bei nachhaltiger Entwicklung nicht mehr nur um ökologische Themen wie zu Beginn der Debatte, sondern auch um sozio-kulturelle.

- Die Bedürfnisse der Reisenden und Bereisten müssen herausgefunden und aufeinander abgestimmt werden. Das erfordert Offenheit für neue Lösungen und Übernahme von Verantwortung auf allen Seiten.
- Wirtschaftlichkeit ist für beide Seiten wichtig und gewünscht (Sender und Empfänger).
- Nachhaltige Entwicklung erfordert Kompromissfähigkeit.

### **Verinnerlichung der Bedeutung von Nachhaltigem Tourismus innerhalb der Branche**

Dass es bei der nachhaltigen Entwicklung immer noch unterschiedliche Grade der Verinnerlichung ihrer Bedeutung und Akzeptanz in der Touristik gibt, zeigt die Darstellung aus der Dissertation von Peter Schatzl (2004:65) über Nachhaltigkeit im Rahmen des Trekkingtourismus in Nepal.

Fazit: Alle am Tourismus Beteiligten müssen ihre spezifischen Stärken erkennen, bei sich und anderen anerkennen und für nachhaltige Entwicklung einsetzen. Großveranstalter sollten ihre wirtschaftliche und politische Macht gezielt zur Verbesserung der Bedingungen einsetzen, unter denen Massentourismus stattfindet (z.B. Kläranlage für das gesamte Dorf beim Bau eines neuen Clubs, Ausbildung vor Ort in eigenen Hotelfachschulen). Die vertikale Integration darf nicht nachteilig für die Zielländer werden.

Spezialveranstalter müssen sich ihrer Vorbildfunktion bewusster werden und hohe Standards für nachhaltige Modelle setzen. Nachfolgende Anbieter sind dadurch gezwungen, diese Standards zu übernehmen. Spezialisten (Kleinst- und Einzelunternehmer) wirken als Meinungsbildner und müssen diese Rolle in der Nachhaltigkeitsdebatte aktiv spielen.

### **Übertragung auf Hauser exkursionen**

#### **Gründungsgeschichte**

Günter Hauser, ein bekannter Bergsteiger in den 50er und 60er Jahren des 20. Jahrhunderts, lernte während Expeditionen in Asien und Südamerika und seiner Tätigkeit in der Entwicklungshilfe in Westafrika in der Frühphase des Tourismus Menschen und Länder der sogenannten Dritten Welt kennen. 1965 leitete er die erste deutsche Nachkriegsexpedition ins Königreich Nepal. Nach der Erstbesteigung

des 7450m hohen Gangapurna brachte Günter Hauser die Trekkingidee nach Deutschland: Die Berge der Welt sollten nicht nur einigen wenigen Extrembergsteigern zugänglich sein, sondern einem breiteren Kreis. Seine Bücher wie z.B. „Ihr Herren Berge‘ – Menschen und Gipfel im Reich der Inka“ drücken bereits sein Reiseverständnis aus, und der Titel zeigt, dass es für ihn – den begeisterten Bergsteiger – nie nur um Berge, sondern immer um die Menschen ging. Sein Reisekonzept begriff er als integrative Chance für alle Schichten der lokalen Bevölkerung. Trekkingtourismus kann als eines der ersten nachhaltigen Tourismusmodelle verstanden werden.

### **Nachhaltigkeitsfaktoren im Trekkingtourismus**

- Trekking erfordert keine rein touristisch bedingte Infrastruktur. Vielmehr wird Vorhandenes wie Wege und Unterkünfte mitgenutzt, wo es keine Unterkünfte gibt, sind die Reisenden durch Zelte autark.
- Trekking erzeugt einen hohen Beschäftigungsgrad im Reiseland. Das Verhältnis Gast zu lokalen Mitarbeitern liegt bei 1:3-4. Traditionelle Berufsgruppen wie Führer, Träger und Köche kommen zum Einsatz.
- Die Verpflegung ist ortsüblich, das Geld dafür bleibt im Land.
- Trekking ist Reisen auf Augenhöhe. Zu Fuß unterwegs zu sein bietet Chancen echter Begegnungen.

### **Firmenleitbild/Übertragung des Grundmodells auf die gesamte Firmensstruktur**

Nach dem Tod von Günter Hauser 1981 und der Übernahme der Firma durch mich haben wir dieses umwelt- und sozialverträgliche Grundmodell weiterentwickelt und ganzheitlich auf alle die Firma Hauser umfassenden Bereiche übertragen.

Dazu zählen:

- der interne Bereich und die innerbetriebliche Struktur (Umgang mit Mitarbeitern, Machtausübung, Entlohnung, Verinnerlichung des Ökologiedenkens auch in der Firma)
- Reisegäste; der Kunde ist Partner, nicht Melkkuh, ehrliche Ausschreibung und Beratung, nachhaltige Führung durch qualifizierte Reiseleiter, die hier eine Schlüsselrolle übernehmen und entsprechend geschult werden
- Partner vor Ort; Interessensausgleich als Basis, Umgang mit

Einkaufsmacht, Höherqualifizierung lokaler Mitarbeiter, Umwelttrainings, medizinische Schulungen.

### **Sozial- und Umweltprojekte als Leitmodelle für nachhaltige Entwicklung**

Seit der Entwicklung des Firmenleitbildes Anfang der 90er Jahre gibt es ein eigenständiges Umwelt- und Sozialteam innerhalb der Firma Hauser mit eigenem Budget. Hauser fördert derzeit 15 Umwelt- und Sozialprojekte weltweit. Wir verstehen diese Projekte als Modelle, bei denen wir – oft als Pioniere – die Standards für nachfolgende Reiseveranstalter entwickeln und setzen können. Ist der Maßstab erst vorhanden, fällt es Wettbewerbern unter dem Aspekt der Qualität und Wettbewerbsfähigkeit schwer, massiv davon abzuweichen. Nachfolgend einige Beispiele.

#### **Bsp. Grönland-Konferenz 1993 „Wollen Jäger Jäger bleiben?“**

Bei dieser Konferenz wurde ein Abstimmungsprozess mit Inuit in Ostgrönland in Gang gesetzt. Bevor wir die ersten Grönland-Reiseprogramme entwickelten, war es unser Ziel herausfinden, ob die Inuit überhaupt Tourismus in ihrer Region wollen und wenn ja, in welcher Form. Der Verlauf der viertägigen Konferenz war durch die Sprachbarrieren sehr schwierig, es musste von Ostgrönländisch über Dänisch ins Englische und jeweils zurück übersetzt werden. Dadurch kam die ersten Tage keine Kommunikation auf und wir wussten bis zum letzten Tag nicht, was wirklich die Wünsche der Inuit waren. Erst die Rede von Tobias, dem Anführer der Jäger, brachte die Sache ins Rollen. Das Ergebnis war die Aussage der Inuit: „Wir wollen Gäste und Besucher bei uns haben, aber wir wollen keine Fremdenführer werden. Wenn Gäste mit uns reisen, dann müssen sie uns als Jäger, die sie mitnehmen, akzeptieren.“ Diese Aussage wurde zum Leitsatz für unsere Reiseausschreibungen.

#### **Bsp. Entwicklung der Rongai-Route auf der Nordseite des Kilimanjaro**

Als erster Reiseveranstalter Europas haben wir 1991 die bis dahin geschlossene Grenze zwischen Kenia und Tansania auf der Kilimanjaro-seite überquert und den Kilimanjaro von der Nordseite aus touristisch erschlossen. In Folge entstand ein neues Netzwerk an Füh-

ren, Trägern und Köchen, die Infrastruktur wurde verbessert (Bau von Toiletten, Entwicklung eines Abfallkonzepts und Errichtung einer eigenen Hütte auf der Nordseite). Den bis dahin ausschließlich von der stark rückläufigen Waldwirtschaft lebenden Bewohnern der Region Tarakea standen neue Arbeitsplätze und Weiterbildungsmöglichkeiten zur Verfügung. Heute arbeiten während der Saison mehr als 200 für ihren Job qualifizierte Menschen im Bereich des Bergtourismus. Von Anfang an wurden klare Standards in den Bereichen Ökologie und Integration der Bevölkerung gesetzt. Andere Reiseveranstalter aus Frankreich, England, USA haben diese Standards inzwischen übernommen.

#### **Bsp. Müllmanagement in Nepal**

Die Idee war es, ein Programm zu entwickeln mit dem Ziel der ökologischen Sensibilisierung sowohl der Reisenden, der lokalen Partner als auch der Dorfbevölkerungen entlang der Haupttrekkingrouten in Nepal. Als Speerspitze gilt dabei seit 1995 der „clean up trek“, der Touristen einlädt, zum Selbstkostenpreis am Treck teilzunehmen, dafür als Gegenleistung jedoch Müll einzusammeln. Begleitend werden in den Dörfern Umweltschulungen durch nepalesische Partnerorganisationen durchgeführt. Das Projekt ist inzwischen in den Tätigkeitsbereich des SPCC (Sagarmatha Pollution Control Committee) eingeflossen und wird nun unabhängig von Hauser weitergeführt.

#### **Bsp. Reiseleiterkonzept in Nepal**

Ziel dieses Modells ist es, bisherige Stadtführer, die nur für Tageseinsätze bezahlt werden, zu voll qualifizierten Hauser-Reiseleitern auszubilden, die eine komplette zwei bis dreiwöchige Reise führen können. Sie erhalten während der Schulungen durch unseren Vertreter Jürgen Skambraks in Nepal sämtliche Qualifikationen, die wir von unseren Reiseleitern fordern, z.B. hinsichtlich Organisation, Kulturvermittlung, Sicherheitstechniken, medizinischer Kenntnisse, Führungsqualitäten. Die neuen Hauser-Reiseleiter erhalten ein wesentlich besseres Einkommen, sind höher gebildet und gewinnen an Prestige in ihrem persönlichen Umfeld. Ein zusätzlicher Vorteil für unsere Reisegäste ist die Vermittlung der nepalesischen Kultur und des Alltagslebens aus erster Hand.

### Zukunftsaufgaben

Als Zukunftsaufgaben für uns als Reiseveranstalter sehe ich:

- Sensibilisierung der Hauser-Reisegäste für umwelt- und sozialverträgliches Reisen (ohne erhobenen Zeigefinger).
- Bei der Produktentwicklung Schaffung von Räumen für echte Begegnungen in den Zielländern (Zeitfaktor).
- Beratungsfunktion bei unseren Partnern in den einzelnen Zielländern zu übernehmen, damit Fehler vermieden werden, die zu Beginn bei der touristischen Entwicklung in anderen Regionen gemacht wurden.
- Bereitschaft zur interdisziplinären Zusammenarbeit in der Entwicklung (Wissenschaft, Entwicklungshilfe, Tourismus).

### Literatur

Häusler, Nicole 2002: Ökotourismus – Etikettenschwindel oder Allheilmittel? In: Südwind, 11/2002

Schatzl, Peter 2004: Nachhaltigkeit bei organisierten Trekkingreisen: Anspruch und Wirklichkeit am Beispiel von drei Touren in Nepal. Dissertation, Universität Salzburg, Fachbereich Geographie, Geologie und Mineralogie

Sellien, Reinhold (Hrsg.) 1980: Gablers Wirtschafts-Lexikon (6 Bände). Wiesbaden: Gabler

Die Dokumentation der Hauser Umwelt- und Sozialprojekte kann angefordert werden unter: [info@hauser-exkursionen.de](mailto:info@hauser-exkursionen.de)

## Braucht die Praxis Ethnologen?

Kundri Böhmer-Bauer

### Abstract

Zunehmend interessieren sich Ethnologen der jüngeren Generation für das Arbeitsfeld Tourismus. Prinzipiell existieren zahlreiche für Ethnologen interessante Tätigkeitsbereiche, ob bei Reiseveranstaltern, an der Front als Reiseleiter, in der touristischen Aus- und Weiterbildung oder als Berater der Bereisten. Hinsichtlich der Bereisten stellt sich allerdings die Frage, ob Ethnologen – geprägt durch die bisherigen Studieninhalte – überhaupt fähig sind, Angehörige anderer Kulturen als Partner mit dem Wunsch und dem Recht auf Veränderung wahrzunehmen, oder ob sie Ethnien nur für eigene Forschungszwecke kulturell konservieren wollen. Es steht an, die Rolle der Ethnologie und die Aufgaben der Ethnologen in der globalen Gesellschaft zu überdenken. Anstatt der passiven Teilnehmenden Beobachtung ist längst die aktive Teilnahme gefordert.

Obwohl Ethnologen<sup>10</sup> und Touristiker sich mit ähnlichen Themenbereichen beschäftigen – mit Kulturen, Kulturkontakt und Kultur –, sind Ethnologen in der Touristikwirtschaft mit Ausnahme von Reiseleitern so gut wie nicht existent, ihre Forschungsfelder und -ergebnisse unbekannt. Waren bis vor wenigen Jahren regelrechte Berührungängste der Ethnologen hinsichtlich der freien Wirtschaft generell und der Touristik im Besonderen festzustellen, interessiert sich die jüngere Generation zunehmend für die Tourismusforschung und für die Tourismuspraxis als mögliches Arbeitsfeld.

Doch braucht die Praxis Ethnologen?<sup>11</sup> In letzter Konsequenz hängt die Beantwortung der Frage davon ab, welche Kompetenzen Ethnologen in die Tourismuspraxis einbringen und welchen Nutzen sie der lokalen Bevölkerung, den Touristen und den involvierten Privatunternehmen bieten können.

### **Tourismus aus Sicht der Ethnologen am Beispiel der GATE-Unterlagen**

Betrachten wir die Ausführungen zur Idee und zum Hintergrund der GATE-Konferenz, werden die Folgen des Ferntourismus „aus ethnologischer Perspektive“ durchweg negativ gekennzeichnet. An Beispielen möchte ich exemplarisch nachweisen, dass bei den meisten genannten Problemen und Konflikten die Wurzeln nicht oder nicht nur im Tourismus liegen.

GATE: „Oft entsteht das Problem der alleinigen Abhängigkeit der lokalen Ökonomie vom Tourismus: Tourismus ist ein unsicherer Wirtschaftsfaktor aufgrund von Saisonalität, Auswirkungen möglicher politischer Instabilität, Konjunkturschwäche in den Herkunftsstaaten der Touristen etc.“

Anschläge, Entführungen oder Seuchen können die in der Tourismuswirtschaft Beschäftigten in betroffenen Ländern durch Ausbleiben von Touristen existenziell bedrohen, wie nach terroristischen Anschlägen in Pakistan, Entführungen in Algerien oder der Ausbreitung von SARS in China geschehen. Vergleichbare Situationen entstanden in Vor-Tourismus-Zeiten durch Missernten bei Abhängigkeit vom Bodenbau (Hagel, Seuchen, Heuschreckenschwärme), durch Viehverluste bei Nomadenvölkern (z.B. Rinderraub, Epidemien, Weide- und Wassermangel) oder kriegerische Überfälle (Zerstörung oder Raub der Lebensgrundlagen) in vielen Teilen der Welt. Das Problem einer alleinigen ökonomischen Abhängigkeit ist nicht durch den Tourismus entstanden, sondern hat sich auf diesen verlagert. Geklärt werden muss deshalb, was ergänzende Wirtschaftszweige sein könnten, wie politisch instabile Regionen zu stärken sind und was Ethnologen dazu beizutragen gedenken.

GATE: „Häufig bestehen ungerechte Arbeitsbedingungen in der Tourismusindustrie: Der lokalen Bevölkerung bleiben meist nur schlecht bezahlte Jobs, während die Management-Positionen von auswärtigem Personal besetzt werden.“

Der Vorwurf ist, z.B. mit Blick auf Tourismuskonzerne, sicherlich gerechtfertigt, trotzdem muss die Frage erlaubt sein, ob in allen

Ländern bereits qualifiziertes Personal für Managementjobs zur Verfügung steht. Ganz abgesehen davon, dass nicht jeder Manager werden kann und will, schafft Tourismus – egal in welchem Land – Arbeitsplätze unterschiedlichster Anforderungsprofile, die, wie in anderen Wirtschaftszweigen auch, unterschiedlich entlohnt werden. Durch die diversen Arbeitsfelder erhalten auch Menschen mit niedrigem Bildungsstand Chancen, im Tourismussektor Arbeit zu finden; denn ein schlecht bezahlter Job ist in der Regel der Alternative, nämlich kein Job, vorzuziehen. Zudem bestehen bei niedrigqualifizierten Jobs durchaus Möglichkeiten der Höherqualifizierung. Hinzuweisen ist in diesem Zusammenhang auch auf Beispiele wie Dubai, wo die lokale Bevölkerung praktisch nur in der Armee, in Ministerien und Behörden tätig ist, „gearbeitet“ wird von Ausländern – auch Deutschen, Briten und Franzosen –, die an klare Arbeitsverträge gebunden sind und nach deren Ablauf das Land verlassen müssen.

GATE: „Traditionell frauenspezifische Arbeiten werden abgewertet, da tendenziell eher Männer in der Tourismusbranche Geld verdienen können.“

Seit Europäer die Welt bereisen und beschreiben ist eine Abwertung von Frauenarbeit festzustellen, da die meist männlichen Reisenden (auch Ethnologen!) aufgrund ihrer kulturellen Prägung nicht sehen konnten oder wollten, dass Frauen in vielen Ländern politische und wirtschaftliche Macht inne hatten und haben (z.B. Jones 1990), ein blinder Fleck, der auch lange in der Entwicklungshilfe nachzuweisen ist (vgl. BMZ 2002). In vielen Ländern, z.B. in islamisch geprägten Regionen, arbeiten Frauen eher im Hintergrund und überlassen die formellen Geschäfte den Männern (z.B. knüpfen im Iran oder in der Türkei Frauen die Teppiche, männliche Familienangehörige übernehmen den Handel; in Kenia oder Tansania bereiten Frauen Essen, das von ihren Kindern auf der Straße verkauft wird), was nicht heißt, dass Frauenarbeit weniger wert ist. Manche touristischen Dienstleistungen eignen sich zudem eher für Männer, wie z.B. die Begleitung von Gruppen durch unwirtliche Gegenden. Ein Beispiel dafür liefern die Beduinen am Sinai, die über die Jahrhunderte moslemische Reisende unterwegs auf dem Hadsch nach Mekka durch die Berg-, Stein- und Sandwüsten der Halbinsel geleiteten. Heute fliegen die Mekka-

Pilger nach Arabien, die Beduinen führen Trekking- und Wüstentouristen.

GATE: „Kinder und Jugendliche werden durch Arbeit im Tourismus am Schulbesuch gehindert (z.B. in der Kunsthandwerksherstellung oder Betteln).“

Was hindert die Kinder tatsächlich am Schulbesuch? Häufig ist es die wirtschaftliche Lage der Familien, welche die Kinder zwingt, Geld zu verdienen, um das Überleben der Familie (mit) zu sichern oder um wenigstens einem Geschwisterteil den Schulbesuch zu ermöglichen. UNICEF erwähnt im Dezemberbericht 2004 die zahlreichen Aidsweisen, die nicht die Schule besuchen können, weil sie jüngere Geschwister versorgen müssen. In manchen Ländern ist die Arbeitslosigkeit von Schulabgängern so hoch, dass es Eltern sicherer erscheinen kann, das Kind im Tourismus verdienen zu lassen. Zudem ist der Schulbesuch in vielen Ländern mit Kosten verbunden, wie Schulgebühren oder der Anschaffung von Schuluniformen (z.B. Nepal, Indien, Tunesien, Simbabwe).

Diese Ausführungen verdeutlichen, dass die ethnologische Perspektive, wie sie in den GATE-Unterlagen zum Ausdruck kommt, nicht die allein gültige ist; Entwicklungen, die als besorgniserregend bzw. veränderungswürdig eingestuft werden, müssen es aus der Perspektive der lokalen Bevölkerung der bereisten Länder nicht sein, wenn doch, fehlt häufig ein Alternativangebot zur unerwünschten Situation (z.B. für die Aidsweisen).

### **Problem Kulturwandel**

In den GATE-Unterlagen werden Generationenkonflikte, die Gefahr der Zerstörung des kulturellen Erbes und des lokalen Sozialgefüges, Identitätskonflikte oder Ablehnung der bisherigen ethnischen Identität als vom Tourismus verursachte Probleme genannt, wobei der Eindruck entsteht, dass diese Konflikte, die beim Kontakt von Touristen mit indigenen Völkern und ethnischen Minderheiten möglich sind, auf den gesamten Tourismus übertragen werden, obwohl Besuche von Minderheiten einen prozentual verschwindend kleinen Anteil am Gesamttourismus ausmachen. Kulturwandel gibt es, seit

es Menschen gibt. Die Frage darf nicht sein, wie traditionell sollen die Bereisten leben (aus wessen Sicht eigentlich, aus jener der Ethnologen?), sondern wie traditionell wollen sie leben, wobei noch zu klären wäre, was denn eine Gesellschaft bzw. was welche interne Gruppe einer Gesellschaft als traditionell versteht.

Wandel in traditionellen Gesellschaften wird von Ethnologen oft skeptisch beurteilt, obwohl er für die eigene Kultur und die eigene Person akzeptiert wird. Welche Familie im Berchtesgadener Land möchte zurück in die Zeiten ohne Heizung, Waschmaschine und anderen Annehmlichkeiten? Es wird ignoriert, dass auch in Europa der Tourismus vor nicht allzu langer Zeit rasant Einzug gehalten hat u.a. in vormals wirtschaftlich sehr armen Gebieten wie der Alpenregion, Teilen Italiens, Griechenlands oder der Türkei, wo die Menschen z.B. auf Almwirtschaft, Fischerei oder Landwirtschaft und Viehzucht angewiesen waren. Viele Regionen der heutigen Entwicklungs- und Schwellenländer durchlaufen Prozesse ähnlich jenen in den genannten Gebieten vor 30, 50 oder 70 Jahren. Patricia East<sup>12</sup> stellt in der Fotoausstellung „Alpen & Himalaya – Gestern & Heute“ in Bildpaaren jeweils ein Foto aus dem Himalaya von heute und eines aus den Alpen aus den letzten siebzig Jahren mit nahezu identischen Szenen aus dem Bergbauernleben gegenüber und verdeutlicht, dass die Alpenbewohner den gleichen harten Überlebenskampf in unwirtlichen Höhen führten, der heute viele Menschen im Himalaya prägt. Sie betont in ihren Vorträgen, dass die Himalaya-Bewohner sehnsüchtig auf die Errungenschaften der westlichen Welt schauen und die ihnen von den Fremden zugeteilte Rolle als „Akteure im Museum der glückseligen Rückständigkeit“ entschieden ablehnen.

### **Blick der Ethnologen auf Reiseveranstalter**

Unter dem Oberpunkt „Die Teilnehmenden“ ist in den GATE-Unterlagen zu lesen:

„Eingeladen sind Wissenschaftler und Studierende, die sich mit dem Thema Tourismus auseinandersetzen (wollen), Reiseveranstalter, die die Arbeitsfelder der Ethnologen und verwandter Disziplinen kennen lernen und künftig für sich nutzen möchten, z.B. zur Entwicklung von Sozialkriterien für Reiseprodukte, Reiseleiter, die ihre praktischen Erfahrungen einbringen können, Nichtregierungsorganisationen (NRO), die sich mit sozialverträglichem Tourismus auseinanderset-

zen und u.a. bildungspolitisch aktiv sind und Vertreter von Institutionen der Entwicklungszusammenarbeit, die sozial- und umweltverträgliche Tourismusprojekte in sog. Entwicklungsländern durchführen.“

Etliche Reiseveranstalter – hier im Unterschied zu allen anderen Geladenen durch die Wortwahl als passive Nutznießer der Konferenz dargestellt – bilden Reiseleiter nach hohen, eigens entwickelten Standards aus, haben längst Sozial- und Umweltkriterien entwickelt, setzen sich mit sozialverträglichem Tourismus auseinander und unterstützen sozial- und umweltverträgliche Tourismusprojekte (siehe Artikel von Manfred Häupl in der vorliegenden Publikation<sup>13</sup>). Es geht nicht nur darum, die „Erwartungen und Anforderungen“ der Praxis an die Ethnologie zu berücksichtigen, sondern die Kenntnisse und das Wissen der Praxis mit einzubeziehen.

#### **Zusammenfassende Kritik an den GATE-Unterlagen**

- Den Tourismus, wie er in den GATE-Unterlagen angeprangert wird, gibt es nicht. Tourismus teilt sich in zahlreiche Zweige, die sich jeweils an eigene Zielgruppen richten, mit eigenen Bedürfnissen und eigenen Reismotiven. Dabei können dieselben Touristen verschiedenen Zielgruppen angehören bzw. die verschiedenen Tourismusarten können sich überschneiden und miteinander oder mit anderen Reiseformen kombiniert werden.
- Es wird übersehen, dass viele Bewohner sogenannter Entwicklungs- oder Schwellenländer eine aktive Einbindung in den Tourismus wünschen und sich mit diesem Wunsch an Reiseveranstalter in den Industrieländern wenden. In der Ethnologie werden immer noch die Bereisten als Opfer, die Veranstalter als verlängerter Arm des Kapitalismus betrachtet.
- Ethnologen fordern Ansätze, die bei renommierten Reiseveranstaltern längst im Gespräch bzw. umgesetzt sind, was zeigt, dass bisher keine Auseinandersetzung mit der Touristik-Praxis stattgefunden hat.
- Zwar ist in den GATE-Unterlagen zu lesen, dass Kulturveränderungen zum Aufgabenfeld der Ethnologen gehören, doch werden weder Verbesserungsvorschläge gemacht noch Hinweise gegeben, wie sich Ethnologen in den Tourismus einbringen wollen, um die beklagten Zustände zu verbessern, das heißt ein praktischer

Nutzen von Ethnologen ist für Touristiker, Touristen und Bereiste nicht ersichtlich.

- Durchaus vorhandene positive Aspekte des Tourismus werden in den GATE-Unterlagen nicht erwähnt.

#### **Positive Aspekte des Tourismus**

- Tourismus in seinen verschiedenen Ausprägungen ist weltweit als Einnahmequelle attraktiv und – da häufig eine der wichtigsten Devisenquellen – als Wirtschaftszweig in vielen sogenannten Entwicklungs- oder Schwellenländern nicht wegzudenken.
- Durch seine Dienstleistungsorientiertheit ist der Tourismus in seinen verschiedenen Formen einer der arbeitsplatzintensivsten modernen Wirtschaftszweige, der trotz bestehender Problemfelder zahlreiche positive Auswirkungen für die Bevölkerung der jeweiligen Zielgebiete haben kann (wachsender wirtschaftlicher Wohlstand, Verbesserung der Lebensverhältnisse, der Gesundheitsversorgung oder Infrastruktur).
- Tourismus kann zum Naturschutz beitragen, da nur landschaftlich intakte Regionen für Touristen und damit für Touristiker interessant sind.
- Tourismus kann kulturellerhaltend und kulturschützend wirken (z.B. Wiederaufbau der Klöster in Tibet, um Einnahmen aus dem Tourismus zu erzielen, und Verminderung von Repressalien gegen die tibetische Minderheit).

#### **Mögliche Arbeitsfelder für Ethnologen in der touristischen Praxis**

Prinzipiell eröffnet der während des Studiums erworbene emische und holistische Blick Ethnologen zahlreiche Arbeitsfelder im Tourismus.

##### **a) Veranstalterbereich:**

- Projektberatung bei von Veranstaltern geplanten Vorhaben.
- Initiierung von Tourismus-Projekten und deren Entwicklung in Zusammenarbeit mit Veranstaltern, den Agenturen vor Ort und betroffenen lokalen Bevölkerungsgruppen unter Berücksichtigung der von Ethnologen häufig vernachlässigten Bedürfnisse der Touristen. Projekte führen nur zum Erfolg, wenn sie von Touristen

akzeptiert werden. Kein Tourist/Kunde wird sein Verhalten ändern, nur weil es der Reiseveranstalter oder der Ethnologe will(!)?

- Respektvolle und sensible Reiseausschreibungen in Reisekatalogen, Internet, Kundenunterlagen usw..
- Öffentlichkeitsarbeit für Unternehmen, die sozial- und umweltverträgliche Reisen bieten, um ihnen Gehör zu verschaffen und dadurch den Touristen umwelt- und sozialverträgliches Reisen nahe zu bringen.

#### **b) Incoming-Agenturen bzw. lokale Bevölkerung:**

- Beratung der lokalen Agenturen und der vom Tourismus berührten lokalen Bevölkerung hinsichtlich der Möglichkeiten der touristischen Teilhabe.
- Sensibilisierung für Sozial- und Umweltverträglichkeit – häufig fehlt das Bewusstsein dafür (bei uns ist es in langen Jahrzehnten gewachsen, wir gehen z.B. viel länger mit anorganischem Müll um).
- Die lokale Bevölkerung mit unternehmerischem Denken im Hinblick auf langfristige Geschäftspartnerschaften vertraut machen.<sup>14</sup>

#### **c) Reiseleitung:**

- Vermittlung zwischen Kulturen, v.a. beim Besuch von Minoritäten.
- Anregung von von der lokalen Bevölkerung gewünschten Projekten beim Reiseveranstalter.

#### **d) Ausbildung von Reiseleitern und Touristikern:**

- Vermittlung von ethnologischem Fachwissen, z.B. in Länderseminaren für Reiseleiter.
- Vorlesungen an den Berufsschulen für Reiseverkehrsleute und an den Fachhochschulen mit Touristikstudiengängen, um die Führungskräfte von morgen für umwelt- und sozialverträglichen Tourismus zu sensibilisieren.

#### **e) Informationsvermittlung und Meinungsbildung:**

- Abenteuer- und Reisemagazine sowie überfüllte Vortragssäle von Weltenbummlern spiegeln das Interesse und Informationsbedürf-

nis der Allgemeinheit in Bezug auf Reisen, Länder und Kulturen wider.

- Bücher, Reiseliteratur, Zeitungsartikel, Radio und Fernsehen bieten Plattformen für Ethnologen, um sich zum Tourismus verständlich zu äußern und dadurch langfristig das Reiseverhalten betreffend Reiseziele, Reisearten und Reiseunternehmen zu beeinflussen.

#### **Bemerkungen zur Ethnologieausbildung**

Obwohl aufgrund der zur Verfügung stehenden Stellen nur ein Bruchteil der Ethnologie-Absolventen in den Bereichen Forschung und Lehre tätig werden kann, zielt die ethnologische Ausbildung im Großen und Ganzen immer noch auf die klassischen Einsatzfelder Universität und Völkerkundemuseum ab. Der Schwerpunkt der Ausbildung liegt auf thematisch und regional spezialisierter Wissensaneignung, auf Analysen, Feldforschung, Bewerten und Veröffentlichungen. Das Studium befähigt Ethnologen, sich in einer Fachsprache an Fachpublikum zu wenden und mit diesem wissenschaftliche Diskurse zu betreiben. Das Wissen wird in Fachbibliotheken gehortet und konserviert, die Ergebnisse der Forschungen sind betroffenen Bereichen der freien Wirtschaft weder bekannt noch zugänglich (räumlich und sprachlich), weshalb sie weder angewendet noch umgesetzt werden können.

Aufgrund des hohen mit dem Fach verbundenen Ethos zeigt sich bei den Absolventen eine große Scheu, sich in die Praxis einzubringen, Handeln wird während des Studiums nahezu aberzogen. Sie ziehen es vor, als schlecht bezahlte wissenschaftliche Hilfskräfte oder Taxifahrer zu arbeiten oder weichen in die Computerbranche aus, wodurch sie für Ethnologen prädestinierte Felder nicht nur Menschen mit weniger Kenntnissen (und Skrupeln) überlassen, sondern die Chance verpassen, Richtungen und Trends mitzubestimmen. Für die oben genannten Arbeitsfelder wichtige Sekundärkompetenzen werden während des Studiums nicht erworben, wie didaktische Aufbereitung von Wissen, Teamfähigkeit, Führungsqualitäten, wirtschaftliches Grundverständnis. Ganz im Gegenteil: Schreiben in allgemein verständlicher Sprache bzw. für Medien ist in Fachkreisen regelrecht verpönt, wer es dennoch wagt, läuft Gefahr, von Kollegen nicht mehr ernst genommen zu werden.

---

Auffällig ist das Defizit vieler Ethnologen, das eigene Profil bzw. Kenntnisse und Fähigkeiten zu beschreiben.

### Praxis für die Ethnologen

Will sich die Ethnologie nicht innerhalb der nächsten zehn Jahre selbst konservieren, steht es an, ihre Rolle in der globalen Welt grundsätzlich zu überdenken, Aufgaben neu zu definieren und aktuelle Arbeitsfelder zu etablieren. Ethnologen mit erhobenem Zeigefinger sind weder bei Touristikern noch bei den „Bereisten“ gefragt. Anstatt bestehende Verhältnisse nur zu kritisieren, ist neben der beobachtenden Teilnahme aktive Teilnahme gefordert, um Verhältnisse im Tourismus zu verbessern. Die Praxis braucht Ethnologen, doch in erster Linie brauchen Ethnologen Praxis.

---

### Literatur

- BMZ (Hrsg.) 2002: Von Rio nach Johannesburg. Ausgewählte Handlungsfelder der deutschen Entwicklungspolitik seit der Konferenz von Rio de Janeiro (UNCED) 1992 – eine Bestandsaufnahme. Bonn: BMZ (Kapitel 4.8. „Gender und nachhaltige Entwicklung“)
- Jones, Adam (Hrsg.) 1990: Außereuropäische Frauengeschichte. Pfaffenweiler: Centaurus-Verlags-Gesellschaft

---

## Kernergebnisse der Konferenz und Handlungsempfehlungen

GATE e.V.

Mit der Konferenz ist es in Deutschland erstmalig gelungen, Ethnologen, die am Thema Tourismus arbeiten oder interessiert sind, mit Vertretern der Tourismuswirtschaft, Entwicklungszusammenarbeit und Bildungsarbeit zu einem Dialog zusammenzuführen.

Die Frage, welchen Stellenwert der Tourismus innerhalb der ethnologischen Lehre und Forschung hat bzw. künftig haben sollte, wurde dabei ebenso intensiv diskutiert wie das Verhältnis zwischen Ethnologie und touristischer Praxis.

Das rege Interesse an der Konferenz sowie die Beiträge in den Diskussionsrunden und Workshops haben deutlich gemacht, dass sowohl die interne Auseinandersetzung der Ethnologie mit dem Thema Tourismus, als auch die Integration ethnologischer Perspektiven im Tourismus als wünschenswert und notwendig erachtet werden. In beiden Fällen zeigte sich jedoch auch, dass hierfür noch enorme Anstrengungen unternommen werden müssen, um diese Ziele zu erreichen.

Nachfolgend sind die zentralen Ergebnisse der zweitägigen Konferenz zusammengestellt. Zunächst wird der Bereich Ethnologie und touristische Praxis betrachtet. Hier geht es um die Darstellung der wesentlichen Schnittstellen sowie um die Hervorhebung bestehender Defizite und Probleme, die zwischen der Ethnologie auf der einen und der Tourismuswirtschaft, Entwicklungszusammenarbeit und Bildungsarbeit auf der anderen Seite bestehen. Anschließend werden die wichtigsten Ergebnisse für den Bereich Tourismuslehre und -forschung in der deutschen Ethnologie herausgestellt. Handlungsempfehlungen für die Zukunft bilden den Abschluss dieses Kapitels.

### Schnittstellen zwischen Ethnologie und touristischer Praxis

Die von den Konferenzteilnehmern erarbeiteten Schnittstellen bieten wesentliche Ansätze für die ethnologische Lehre und Forschung sowie die künftige Zusammenarbeit zwischen Ethnologie, Entwicklungszusammenarbeit, Tourismuswirtschaft und dem Bildungsbereich.

- Für die Entwicklungszusammenarbeit, Tourismuswirtschaft und Ethnologie ist eine konstruktive Zusammenarbeit mit den Zielgebieten sowie die sozio-kulturelle Tragfähigkeit bzw. Nachhaltigkeit der Tourismusedwicklung gleichermaßen von Bedeutung. Es besteht ein gemeinsames Interesse an einer differenzierten und vertieften Ermittlung der Bedürfnisse von relevanten Zielgruppen (vor allem der lokalen Bevölkerung und der Reisenden).
- Interkulturelle Kommunikation und interkulturelles Management genießt auf allen Seiten einen hohen Stellenwert, ebenso der Vermittlungs- und Bildungsaspekt!
- Die Ethnologie verfügt über Kompetenzen, die eine unmittelbare oder mittelbare Relevanz für die touristische Praxis besitzen:
  - Ethnologen verfügen über wichtige aktuelle länder- und kulturspezifische Kenntnisse.
  - Ethnologen regen die Kulturvermittlung an und können die Sensibilisierung der Touristen bezüglich interkultureller Begegnungen unterstützen (z.B. im Bereich der Bildungsarbeit).
  - Der in der Ethnologie praktizierte Perspektivenwechsel zwischen der Sicht von außen und der von innen kann als eine der Kernkompetenzen von Ethnologen angesehen werden, die auch im Bereich Tourismus stärker zum Einsatz kommen muss.
  - Ethnologen können einen wichtigen Beitrag zu Bedürfnisanalysen von relevanten Zielgruppen sowie zur Abschätzung von sozio-kulturellen Auswirkungen touristischer Entwicklungsvorhaben leisten.
  - Ethnologen haben umfassende Kenntnisse zu partizipativen Methoden. Sie können daher z.B. als Moderatoren und Mediatoren in touristischen Zielgebieten/Entwicklungsprojekten eingesetzt werden, um Interessenskonflikte zu minimieren bzw. Kooperationen anzustoßen.
  - Ethnologen verfügen über das fachspezifische Know-how für die Erarbeitung sozio-kultureller Standards (z.B. geeignete Indikatoren) für eine nachhaltigere Tourismusedwicklung.

### **Defizite und Probleme zwischen Ethnologie und touristischer Praxis**

Neben Schnittstellen wurden in den Diskussionen auch eine Reihe von Defiziten und Problemen angesprochen, in deren Verbesserung bzw. Behebung der Schlüssel für eine verstärkte Kooperation zwischen Ethnologie und touristischer Praxis zu sehen ist:

- Als problematisch für eine verstärkte Zusammenarbeit erweisen sich die unterschiedlichen „Fachsprachen“ (u.a. ein völlig unterschiedliches Verständnis von bestimmten Begrifflichkeiten wie z.B. dem Begriff „Kultur“), die zu Missverständnissen und damit Kommunikationsschwierigkeiten führen können.
- Akteuren aus der Entwicklungszusammenarbeit und der Tourismuswirtschaft mangelt es häufig an Kenntnissen über das Aufgabengebiet der Ethnologie, wodurch ihre Potenziale für die touristische Praxis nicht ausreichend erkannt werden. Umgekehrt hat die Ethnologie wenig Erfahrung und Einblick in die touristische Praxis, was sich als Hindernis für ihre verstärkte Integration in die touristische Praxis erweist (bzw. erweisen kann).
- Es gibt bisher keine Organisationsstruktur bzw. Kommunikationsplattform zwischen den Akteuren der Tourismuswirtschaft, Entwicklungszusammenarbeit, Bildungsarbeit und der Ethnologie.
- Fachinterne Defizite der Ethnologie:
  - Es besteht große Zurückhaltung, konkret Stellung zu beziehen, sowohl politisch als auch gegenüber anderen Disziplinen.
  - Die Informationsvermittlung bzw. -aufbereitung (z.B. von Feldforschungsergebnissen) ist teilweise sehr umfangreich, komplex und damit praxisfern bzw. wenig praxistauglich.
  - Ein weiteres Hindernis für die Praxis stellt die Tatsache dar, dass Ethnologen sich häufig schwer damit tun, konkrete Empfehlungen oder Prognosen (z.B. über zu erwartende sozio-kulturelle Auswirkungen touristischer Entwicklungsmaßnahmen) abzugeben. Dies gilt insbesondere dann, wenn derartige Aussagen auf Grundlage kurzzeitiger bzw. kurzfristiger Analysen getroffen werden sollen. Die Ethnologie denkt und arbeitet in langen Zeithorizonten, die Praxis hingegen (er-)fordert oftmals eine schnelle Reaktion und Aussage.
  - Um soziale und kulturelle Auswirkungen von Projekten prozessbegleitend messen zu können, fehlen bisher geeignete Indikatoren bzw. Standards.

- Aufgrund sehr unterschiedlicher methodischer und theoretischer Richtungen innerhalb der Ethnologie (Sozial-Anthropologie, Kultur-Anthropologie, Angewandte Ethnologie, Historische Ethnologie etc.) ist es schwierig, in der Öffentlichkeit ein klares Bild zu vermitteln, was Ethnologie genau ist und womit sie sich beschäftigt.
- Defizite bestehen weiterhin in der Auseinandersetzung mit entwicklungspolitischen Themen wie z.B. den Millennium Entwicklungszielen oder der Nachhaltigkeitsdebatte, welche in der Ethnologie kaum thematisiert werden.
- Vielen Ethnologen mangelt es an didaktischen Fähigkeiten und v.a. fehlt es an der Präsenz der Ethnologie in der Öffentlichkeit und den Medien!
- Derzeit ist ein inter- und transdisziplinärer Ansatz in der Ethnologie noch zu schwach ausgeprägt.
- Die Ethnologie hat nach wie vor eine starke Ausrichtung auf das Museale und Bewahrende.

### **Kernergebnisse zum Bereich „Tourismuslehre und -forschung in der deutschen Ethnologie“**

Die wesentlichen Ergebnisse der Diskussion zum Bereich „Tourismuslehre und -forschung in der deutschen Ethnologie“ lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Das Thema Tourismus wird, von wenigen Ausnahmen abgesehen, in der Lehre der deutschen Ethnologie kaum berücksichtigt. Dies bestätigt auch eine – von GATE e.V. durchgeführte – kursorische Analyse des Lehrangebotes an ethnologischen Instituten in Deutschland.
- Eine stärkere Auseinandersetzung mit diesem Thema innerhalb der Lehre wird als wünschenswert bzw. notwendig erachtet, auch, um darüber eine Brücke zur touristischen Praxis aufzubauen.
- Grundlagenforschung sowie angewandte Forschung im Tourismus werden gleichermaßen als relevant und wichtig angesehen.
- Die Ethnologie sollte sich zudem stärker als bisher mit den Touristen und ihren Reisemotivationen und -erfahrungen als Forschungsgegenstand auseinandersetzen.
- Ein weiteres wichtiges Forschungsfeld sind Deutungen des Tourismus, von Begrifflichkeiten über Images, Erwartungen und Konflikten bis hin zu einer Imaginären Geographie.

- Die Auseinandersetzung mit Kommunikationsstrategien und -möglichkeiten im globalen Kontext bietet zahlreiche Potentiale als Forschungsfeld für die Ethnologie.

### **Handlungsempfehlungen**

Aus den vorab genannten Kernergebnissen der Konferenz lassen sich nach Einschätzung von GATE e.V. folgende Handlungsempfehlungen ableiten, die als Leitlinien für die künftige Arbeit an diesen Themenfeldern anzusehen sind:

#### **Ethnologie und touristische Praxis:**

- Es gilt, in Zukunft Strukturen aufzubauen, die einen regelmäßigen und intensiven Austausch zwischen Ethnologie und touristischer Praxis ermöglichen. Auf dieser Grundlage könnten sowohl langfristige Kooperationsmodelle entwickelt als auch gegenseitige Befindlichkeiten sukzessive abgebaut werden.
- Die Ethnologie muss einen festen Platz in der (touristischen) Nachhaltigkeitsdebatte einnehmen und dabei ihr fachliches Know-how aktiv einbringen. Nur so kann die Ethnologie nach außen deutlich machen, dass die Berücksichtigung ihrer Fachkompetenz ein Gewinn für die Nachhaltigkeitsdebatte darstellt, und dass sie in der Lage ist, einen wirkungsvollen Beitrag für die Umsetzung sozialverträglicher (nachhaltiger) Tourismusformen zu leisten.
- Die Praxis (er-)fordert eine stärkere Operationalisierbarkeit ethnologischer Forschung und ihrer Ergebnisse. Die Ethnologie muss sich auf diese Herausforderung einstellen, gleichfalls aber auch die potentiellen Nachteile und Gefahren aufzeigen, die mit der Operationalisierbarkeit verbunden sein können.
- Der operative Umgang mit der Sozialverträglichkeit bzw. die Entwicklung von Methoden und Standards für die sozio-kulturelle Komponente der Nachhaltigkeit im Tourismus ist ein wesentliches Aufgabenfeld für die Zukunft. Die Ethnologie sollte hierbei eine tragende Rolle übernehmen und diese große Herausforderung in enger Kooperation mit der Praxis sowie mit anderen Fachdisziplinen (z.B. Ökonomen, Umweltplanern) angehen.

- Ethnologische Untersuchungen müssen um Kurzzeit-Forschungen ergänzt werden, um sie stärker an die übliche Projektpraxis anzupassen.
- Es bedarf einer verstärkten Lobbyarbeit, um ethnologisches Know-how stärker in die Tourismusbranche und die Entwicklungszusammenarbeit zu integrieren. Ethnologen können allerdings nur dann einen nutzbringenden Beitrag in diesen Bereichen leisten, wenn sie über ihr eigentliches Fachwissen hinaus auch über weitere Qualifikationen verfügen. Hierzu zählen insbesondere Kenntnisse in den Feldern Tourismusmarketing, Management und Organisation, Umwelt- und Naturschutz sowie rechtliche Grundlagen.
- Die Tourismusbranche und touristische Entwicklungsvorhaben müssen in weit stärkerem Maße als bisher die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung berücksichtigen. Dies einzufordern, ist nicht zuletzt Aufgabe der Ethnologie.
- Bildungsarbeit ist ein wesentlicher Schlüssel, um die relevanten Akteure für die sozio-kulturellen Belange des Tourismus stärker zu sensibilisieren. Sie muss deutlich intensiviert und um ethnologisches Know-how ergänzt werden.

#### **Tourismuslehre und -forschung in der deutschen Ethnologie:**

- Eine fachpolitische Umorientierung ist notwendig, um dem Themenfeld Tourismus mehr Bedeutung zu geben. Tourismus muss einen eigenen Stellenwert in der Ethnologie bekommen. Empfehlenswert für Forschung und Lehre wäre die Einrichtung einer Ethnologieprofessur im deutschsprachigen Raum, die den Bereich Tourismus schwerpunktmäßig bearbeitet.
- Zukünftige Arbeiten in der ethnologischen Forschung und Praxis müssen stärker interdisziplinär ausgerichtet werden. Damit kann die notwendige Kommunikation mit anderen Fachbereichen unterstützt und Verständnisdefiziten entgegengewirkt werden.
- Durch Stellungnahmen und Einschätzungen zu Ethnologie-relevanten Themen im Tourismus muss die Öffentlichkeitsarbeit intensiviert werden. Forschungsergebnisse müssen stärker nach außen getragen und verständlich vermittelt werden.
- In ethnologischen Fach- und Populärmedien sollten mehr Publikationen zum Themengebiet Tourismus erfolgen. Dabei ist u.a. denkbar, zukünftig Erfahrungsberichte und Beispiele erfolgreicher Zusammenarbeit von Touristikern, EZ-Projekten und Ethnologen zu veröffentlichen.

## Anmerkungen

- <sup>1</sup> Im gesamten Text sind mit der männlichen Schreibweise - aus Gründen der Lesbarkeit - alle Geschlechter gemeint, sofern nicht eine Geschlechtergruppe explizit hervorgehoben wird.
- <sup>2</sup> Mehr über die Arbeit von GATE e.V. auf unserer Homepage unter: [www.gate-tourismus.de](http://www.gate-tourismus.de).
- <sup>3</sup> Insbesondere hervorzuheben ist der Fachbereich IV, Ethnologie an der Universität Trier mit Prof. Christoph Antweiler, der auch auf dieser Konferenz einen Vortrag hält.
- <sup>4</sup> Welche Vielfalt an Themen sich zur Forschung anbietet, zeigt Christoph Antweiler in seinem Beitrag auf.
- <sup>5</sup> Seit 2000 gibt es zum Beispiel an der Universität Bayreuth ein interdisziplinäres Forschungsprojekt von Ethnologen und Geographen, das sich mit Ethnotourismus bei Berbern in Marokko und Tuareg im Niger beschäftigt. Marko Scholze, Ethnologe und wissenschaftlicher Mitarbeiter des Projekts, war Referent auf dieser Tagung.
- <sup>6</sup> Andere lokale Akteure sind die Schmiede („inadan“), die an Touristen vor allem selbst hergestellten Silberschmuck verkaufen und die „Touristenjäger“ („chasse-touristes“) in Agadez und im Air-Gebirge, die ebenfalls Kunsthandwerk an Touristen verkaufen und zusätzliche Dienstleistungen wie Stadt- oder Dorfführungen anbieten.
- <sup>7</sup> Erfolgreich meint hier nicht nur erfolgreich im Sinne von Bildung, Weiterentwicklung der Teilnehmenden, sondern vor allem erfolgreich im touristischen Sinne: Schaffung von attraktiven Angeboten, die wiederholt nachgefragt werden und zu einem touristischen Profil der Region beitragen.
- <sup>8</sup> Beispielhaft sei hier auf die Lehrmittelreihe von AKTE (Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung), EED – Tourism Watch und respect (Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung) hingewiesen (Titel: Kinderarbeit am Beispiel Tourismus; Ferienträume Lebensräume. Partizipation und ökologische Gerechtigkeit am Beispiel Tourismus, Fair Handeln – Auch im Tourismus). Als guter Ausgangspunkt für eine Recherche bietet sich die Datenbank der entwicklungs-politischen Bildungs- und Schulstelle BAOBAB an ([www.baobab.at](http://www.baobab.at)).
- <sup>9</sup> Für nähere Informationen siehe: [www.world-tourism.org/protect\\_children](http://www.world-tourism.org/protect_children).
- <sup>10</sup> In der Ethnologie sind Frauen in der Mehrzahl, nur aus Platzgründen wird die männliche Schreibweise gewählt.
- <sup>11</sup> Zur Praxis rechne ich die vom Tourismus betroffene lokale Bevölkerung der bereisten Länder, Touristen, Incoming-Agenturen und Reiseveranstalter. Der praxisorientierte öffentliche Sektor (Regierungen, Tourismusbehörden, Wirtschafts- und Außenministerien, Umwelt- und Naturschutzministerien, Regionalverwaltungen sowie Nichtregierungs- und Selbsthilfeorganisationen) sind nicht einbezogen.
- <sup>12</sup> Dozentin an der FH München Studiengang Tourismus und Mitarbeiterin von Ecohimal.
- <sup>13</sup> Die Hauser-Philosophie ist z.B. unabhängig von der Rio-Konferenz (1992) entstanden und enthält seit Anfang der 90er Jahre Grundsätze, die im Ethik-Kodex der WTO erst 1999 formuliert wurden.
- <sup>14</sup> Z.B. wurden von einem Dorfoberhaupt auf Samoa im Sommer 2004 entgegen Absprachen vielfach erhöhte Wegegelder verlangt, im Süden Äthiopiens wurden mit vorgehaltener Schusswaffe Touristen zu Dorfbesuchen gezwungen.

## Autorenüberblick

**Christoph Antweiler**, Jahrgang 1956, derzeit Professor für Ethnologie an der Universität Trier. Er studierte Ethnologie in Köln und promovierte 1987 mit einer theoretischen Arbeit zu Kulturwandel. 1991/1992 einjährige Feldforschung in Makassar in Süd Sulawesi/Indonesien. Habilitation 1995 zu Umzugsentscheidungen in Indonesien (Urbane Rationalität, Berlin, Reimer 2000). Hauptforschungsgebiete: Kognition, Stadtkultur, interethnischer Umgang, praxisorientierte Ethnologie und lokales Wissen. Regionalinteressen: Südostasien, insbes. Indonesien, daneben Südasien. Antweiler ist verheiratet mit einer EDV-Trainerin und hat zwei Söhne. Seine Hobbys sind Fußball, das Lesen nichtethnologischer Fachbücher und ... Reisen. Kontakt: antweile@uni-trier.de

### Neuere Veröffentlichungen:

Antweiler, Christoph 2001, <sup>2</sup>2002, <sup>3</sup>2003: Ethnologie lesen. Ein Führer durch den Bücherdschungel, Münster: Lit Verlag  
 Antweiler, Christoph 2004: Handbook of Evolution, Vol. 1: The Evolution of Cultures and Societies, Weinheim: Wiley-VCH, Hrsg. zus. mit F. Wuketits

**Matthias Beyer**, Jahrgang 1970, lebt in Berlin und ist gelernter Hotelfachmann sowie Diplom-Ingenieur der Landschaftsplanung. Er arbeitet seit 2002 als freier Tourismusgutachter und -berater im deutschsprachigen und europäischen Raum sowie in der Entwicklungszusammenarbeit (Schwerpunkt: Lateinamerika). Des Weiteren ist er als Gastdozent an der Fachhochschule Eberswalde im Masterstudiengang „Sustainable Tourism Management“ tätig. Er ist ehrenamtlicher Sprecher des Bundesarbeitskreises Freizeit/Sport/Tourismus und Mitglied im wissenschaftlichen Beirat des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND) sowie Vorstandsmitglied des Gemeinsamen Arbeitskreises Tourismus und Ethnologie e.V. (GATE). Kontakt: m.beyer@arcor.de

### Neuere Veröffentlichungen:

Beyer, Matthias und Nicole Häusler 2004: Der Ferntourismus in Entwicklungsländer wächst – auch der Nutzen für die lokale Bevölkerung? Fach-Pressebeitrag für die Internationale Tourismusbörse Berlin 2004 (deutsch und englisch)  
 Beyer, Matthias 2003: Partizipation als Herausforderung für Tourismusprojekte in der Entwicklungszusammenarbeit. Handlungsempfehlungen für eine partizipative Projektarbeit. Ammerland/Starnberger See: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung  
 Beyer, Matthias 2003: Tourismus und Entwicklungszusammenarbeit – wi(e)der besseren Wissens?! in: Dialog 79. Zeitschrift für das Planen und Bauen in der Dritten Welt 4/2003 – Tourism and Development, Frankfurt am Main: IKO-Verlag

**Kundri Böhmer-Bauer**, Ethnologin, u.a. für Hauser exkursionen tätig (zahlreiche Erkundungstouren in Afrika und Asien), Feldforschungen in Simbabwe und Südafrika.

### Neuere Veröffentlichungen:

Böhmer-Bauer, Kunigunde Dorothea 2003: Balance of power – Frauenmacht und Frauenherrschaft in afrikanischen Königreichen, in: Münchner Beiträge zur Völkerkunde, Band 8, 149-168  
 Böhmer-Bauer, Kunigunde Dorothea 2001: Menschenähnliche archäologische Figurinen aus Zimbabwe, in: Stefan Eisenhofer (Hrsg.): Spuren des Regenbogens. Linz und Stuttgart: Arnoldsche Verlagsgesellschaft, S. 298-304  
 Böhmer-Bauer, Kunigunde Dorothea 2000: Great Zimbabwe - Eine ethnologische Untersuchung. Köln: Köppe Verlag (Studien zur Kulturkunde, Band 115)

**Manfred Häupl**, Inhaber Hauser exkursionen, bereiste bisher 63 Länder, viele mehrfach. Seine Spezialität ist es, pionierhaft mit lokalen Partnern touristisches Neuland zu erschließen. Hauser exkursionen ist Spezialveranstalter für Trekkingreisen (310 Routen in über 90 Ländern).

### Neuere Veröffentlichungen:

Häupl, Manfred 2004: Reisen in nichtdemokratische Länder? Ein Beitrag aus Veranstaltersicht, in: Integra 03/04, Zeitschrift für Integrativen Tourismus und Entwicklung, Wien, S. 16-18  
 Chladek, Karin und Christian Hlavac 2004: Marketing im Alltag engagierter Reiseveranstalter. Ein Gespräch über Marketing, Glaubwürdigkeit und Erwartungen an die Kundschaft mit Manfred Häupl und Christa Englinger, in: Integra 01/04, Zeitschrift für Integrativen Tourismus und Entwicklung, Wien, S. 2-7

**Nicole Häusler** hat Ethnologie, Publizistik und Kommunikationswissenschaften sowie Agrarsoziologie an der Universität Göttingen studiert. Das Thema ihrer Masterarbeit lautete: „Auswirkungen des Tourismus auf die Küstenregion von Goa/Indien unter besonderer Berücksichtigung der lokalen Widerstandsbewegungen“ (6-monatige Feldforschung über ein ASA-Stipendium, 1990). Anschließend hat sie fünf Jahre als Bildredakteurin gearbeitet. Seit 1997 war sie mit Wohnsitz in Bangkok als Reisefotografin und Studienreiseleiterin u.a. für TUI tätig. Von 2000-2002 arbeitete Frau Häusler als Tourismusberaterin bei der thailändischen Nichtregierungsorganisation REST ([www.ecotour.in.th](http://www.ecotour.in.th)). Finanziert wurde ihre Stelle über CIM. Seit 2003 ist sie wieder mit CIM als Tourismusberaterin bei der bolivianischen Schutzgebietsbehörde SERNAP ([www.sernap.gov.bo](http://www.sernap.gov.bo)) in La Paz tätig. Kontakt: [nicole.haeusler@t-online.de](mailto:nicole.haeusler@t-online.de)

Neuere Veröffentlichungen:

Häusler, Nicole 2004: Auf Reisen gegen Armut, in: E + Z – Entwicklung und Zusammenarbeit, 8/9/2004, S. 340-341

Häusler, Nicole 2004: Finanzierung von „Community-based Tourism“-Projekten: Probleme, Risiken und Anforderungen, in: Luger, Kurt, Christian Baumgartner und Karlheinz Wöhler (Hrsg.): Ferntourismus wohin? Der globale Tourismus erobert den Horizont. Innsbruck: Studienverlag

Häusler, Nicole 2003: The Complexity of Multi-Stakeholder Dialog in Ecotourism – The example of Southeast Asia, in: Dialog 79. Zeitschrift für das Planen und Bauen in der Dritten Welt 4/2003 – Tourism and Development, Frankfurt am Main: IKO-Verlag

**Corinne Neudorfer**, Jahrgang 1978, ist Ethnologin und arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Fachbereich IV, Ethnologie an der Universität Trier. Sie studierte in München und Straßburg Ethnologie, Interkulturelle Kommunikation, Museumsethnologie und Romanistik. Ihre Masterarbeit beschäftigte sich mit verschiedenen Formen von Tourismus in Indonesien. Gemeinsam mit Sophie Elixhauser gründete sie im Mai 2002 den Arbeitskreis Ethnologie & Tourismus am Institut für Völkerkunde und Afrikanistik der Universität München. Für ihre Promotion mit dem Arbeitstitel „Gemeindeorientierter Tourismus als Instrument der Entwicklungszusammenarbeit in Muang Sing, Nord-Laos“ forschte sie neun Monate in Laos. Neben Tourismus sind ihre Forschungsschwerpunkte Südostasien, Entwicklungsethnologie und Museumsethnologie.

Kontakt: [neudorfe@uni-trier.de](mailto:neudorfe@uni-trier.de)

**Kristina Schilling (geb. Kortländer)**, Jahrgang 1970, 1989-1993 Lehre und Berufstätigkeit als Reiseverkehrskauffrau, 1993-1999 Studium der Ethnologie, Südostasienwissenschaften und Freizeitpädagogik in Hamburg und London; 1995 Gründungsmitglied von GATE e.V.; nach Abschluss des Studiums verschiedene berufliche Stationen im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, seit 2002 Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Bucerius Kunst Forum, einer Einrichtung der ZEIT-Stiftung, in Hamburg.  
Kontakt: [schilling@buceriuskunstforum.de](mailto:schilling@buceriuskunstforum.de)

Neuere Veröffentlichungen:

Schilling, Kristina 2004: Im Bann der Bildwelt Afrikas, in: Spielmann, Heinz und Ortrud Westheider (Hrsg.): Die Brücke und die Moderne 1904-1914. Hamburg: Hirmer, S. 178-189

Kortländer, Kristina 2000: Das Land des Lächelns. Thailand als Mythos in Reisekatalogen. Münster: LIT

**Marko Scholze** hat in Bayreuth und Bordeaux Ethnologie, Afrikanistik und Religionswissenschaft studiert. Seit Juli 2000 ist er wissenschaftlicher Mitarbeiter von Prof. Spittler am Lehrstuhl Ethnologie der Universität Bayreuth. Zum Thema Tourismus forscht er bei den Tuareg in der Republik Niger für das interdisziplinäre Forschungsprojekt A2 „Ethnotourismus: Europäer bei Berbern und Tuareg“. Dieses Projekt ist Teil des von der Deutschen Forschungsgesellschaft finanzierten Sonderforschungsbereiches 560 „Lokales Handeln in Afrika im Kontext globaler Einflüsse“ an der Universität Bayreuth. Nebenberuflich arbeitet Marko Scholze als Reiseleiter in Marokko für Studiosus Reisen in München.

Neuere Veröffentlichungen:

Scholze, Marko 2004a: „Wir sind moderne Nomaden“. Tuareg als Akteure im Tourismus, in: Kurt Beck, Till Förster und Hans Peter Hahn (Hrsg.): Blick nach vorn.

Festgabe für Gerd Spittler zum 65. Geburtstag. Köln: Rüdiger Köppe, S. 200-209

Scholze, Marko und Ingo Bartha 2004b: Trading Cultures: Berbers and Tuareg as Souvenir Vendors, in: Peter Probst und Gerd Spittler (Hrsg.): Between Resistance and Expansion. Explorations of Local Vitality in Africa. Münster: LIT, S. 69-90

**Silvia Stuppäck** ist Soziologin und leitet den Bereich Bildung bei respect – Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung. Sie arbeitet seit vielen Jahren zu tourismusrelevanten Themen, in der angewandten Forschung, in der Aus- und Weiterbildung und in der Regionalentwicklung. Nach ihrem Soziologiestudium arbeitete sie an einem EU-Forschungsprojekt zu Nachhaltigkeit im städtischen Tourismus (5. Rahmenprogramm) und war zwei Jahre als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Fachhochschule Rapperswil (CH) tätig. Neben einer Ausbildung als Trainerin hat sie das Traineeprogramm der Wirtschaftsuniversität Wien abgeschlossen. Zur Zeit studiert sie berufsbegleitend an der Salzburg Management Business School (MBA – Tourismus und Freizeitmanagement).

## Wer und Was ist GATE?

**GATE e.V. ist Ihr Tor, um „fremde“ Kulturen besser verstehen zu können!**

GATE e.V. ist seit dem Jahr 2000 Mitglied im **Netzwerk DANTE** (Die Arbeitsgemeinschaft für Nachhaltige Tourismusentwicklung/ [www.dante-tourismus.org](http://www.dante-tourismus.org)). DANTE gehören 15 entwicklungs- und umweltpolitische Initiativen und Organisationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz an, die sich gemeinsam für einen sozial- und umweltverträglichen Tourismus einsetzen.

GATE e.V. betreibt **Lobbyarbeit** und versucht, Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft für die sozio-kulturellen Belange des Tourismus zu sensibilisieren.

GATE e.V. ist alljährlich auf verschiedenen **Tourismusböden** präsent und sucht das Gespräch zu Reisenden und Tourismusfachleuten.

GATE e.V. macht **Öffentlichkeitsarbeit**, um das Verstehen „fremder“ Kulturen zu fördern.

**GATE e.V. bietet unter anderem**

**Fachvorträge und -seminare** für Universitäten, Fachhochschulen, Konferenzen, Workshops etc. im In- und Ausland.

**Bildungspolitische Unterstützung und Beiträge** für staatliche und private Bildungseinrichtungen, Nichtregierungsorganisationen etc.

**Artikel** für Fachzeitschriften, Fachpublikationen, Reiseführer etc.

Mitarbeit an der **Erstellung von touristischen Informationsbroschüren und Reisekatalogen.**

Unterstützung touristischer Leistungsträger bei der **Erarbeitung von Sozialverträglichkeitskriterien.**

Unterstützung von touristischen Entwicklungsprojekten und -vorhaben bei der **Durchführung von Sozio-Audits.**

**Hintergrundinformationen** für Medienvertreter.

---

# Impressum

Ethnologie und Tourismus.  
Chancen, Perspektiven  
und Voraussetzungen für eine  
verstärkte Zusammenarbeit.  
Konferenzdokumentation,  
5. und 6. November 2004,  
Ethnologisches Museum Berlin.  
Berlin, 2005

Herausgeber und Copyright:

Gemeinsamer Arbeitskreis Tourismus  
und Ethnologie – GATE e.V.  
Postanschrift:  
c/o Matthias Beyer  
Fidicinstr. 15  
10965 Berlin  
E-Mail: [kontakt@gate-tourismus.de](mailto:kontakt@gate-tourismus.de)  
[www.gate-tourismus.de](http://www.gate-tourismus.de)

Redaktion und Lektorat: Matthias Beyer, Nicole  
Häusler, Silke Krause, Sylvia Reschke, Susanne  
Schmitz, Annegret Zimmermann  
Layout: Büro Brückner + Partner

Finanzierung der Publikation:  
Hauser-exkursionen, München

