

Ökotourismus – Etikettenschwindel oder Allheilmittel?

Das Jahr 2002 wurde von den Vereinigten Nationen zum „Internationalen Jahr des Ökotourismus“ ausgerufen. Um den Begriff und die Ziele gibt es viel Verwirrung. *Nicole Häusler*



Veröffentlicht in: Südwind, 11/02
Cover: N. Häusler

Wohl noch nie wurde inhaltlich so kontrovers bereits im Vorfeld über den Titel eines UN- Jahres diskutiert wie beim „Internationalen Jahr des Ökotourismus 2002“. Allein der Begriff Ökotourismus bedeutet für viele ein Reizwort, da Reiseveranstalter sich häufig bereits dann den Label „Öko“ verpassen, wenn sie mit dem Reisebus in einen Nationalpark fahren und die TouristInnen vom Busfenster aus Affen füttern lassen. Die VerbraucherInnen scheinen nicht so recht zu wissen, ob sie mit dem Begriff eine anstrengende Trekkingtour in Nepal verbinden sollen oder gar den Aufenthalt in einer Bambusbretterhütte auf einer einsamen Insel inklusive Überlebenstraining für drei Tage.

Zudem klebt am Ökotourismus der Ruf, ein schlecht verkäufliches Nischenprodukt zu sein, dass außerdem noch der eigentliche Wegbereiter für den Massentourismus sei. Denn durch ihn werden all die Geheimtipps der RucksacktouristInnen, die beschaulichen Fischerdörfer, goldenen Palmenstrände und freundlichen Einheimischen erst bekannt und damit deren Ursprünglichkeit zerstört.

Ist Ökotourismus also ein reiner Etikettenschwindel, oder ist er gar ein Allheilmittel für den Tourismus? Denn andere wiederum sehen in ihm ein Instrument zum Naturschutz und zur nachhaltigen Regionalentwicklung. Ökotourismus kann beides sein. Seine Auswirkungen hängen sehr stark vom Konzept und der regionalen Umsetzung ab.

Die gesamte Tourismusindustrie ist weltweit eine der am schnellsten anwachsenden Wirtschaftsbereiche. Nach Meinung der Welttourismusorganisation (WTO) hat sie sich inzwischen sogar zur umsatzstärksten Wirtschaftsaktivität überhaupt entwickelt - noch vor der Automobil- und Erdölindustrie.

Eine von neun Personen soll weltweit im Tourismusgewerbe beschäftigt sein, 200 Millionen Arbeitsplätze sind direkt oder indirekt durch Tourismus entstanden und weitere Millionen sollen in den nächsten Jahren dazukommen. Ein Drittel der gesamten Tourismusankünfte entfallen auf Entwicklungsländer. In jedem dritten Entwicklungsland ist der Fremdenverkehr die Haupteinnahmequelle für Devisen. Und es wird mit weiteren Zuwächsen gerechnet.

Die Zahlen über den Anteil des Ökotourismus am gesamten internationalen Tourismus sind sehr unterschiedlich und schwanken zwischen 7% und 20%. Es herrscht aber darüber Einigkeit, dass er derzeit die am schnellsten wachsende Urlaubsform ist. Von einem Nischenprodukt kann also nicht mehr die Rede sein. Dennoch sollte diese Entwicklung mit Vorsicht betrachtet werden. Aufgrund einer fehlenden internationalen Definition und unterschiedlichen regionalen Verständnissen ist nicht unbedingt „Öko“ drin, wo „Öko“ drauf steht.

Der Begriff Ökotourismus wurde von dem englischen Wort „Ecotourism“ abgeleitet. „Ecotourism“ ist aber nicht „ökologischer und umweltfreundlicher Tourismus“, sondern Tourismus in naturnahen Zielgebieten, der bei schlechtem Management zu Umweltzerstörungen führen kann. Das Logo des Internationalen Jahr des Ökotourismus zeigt dann bezeichnenderweise leider auch nur einen jungen Burschen, der mit einem Fernglas Wälder, Vögel und Fische auf einer Erdkugel beobachtet.



Und da Öko „in“ ist, verkaufen immer mehr Reiseveranstalter Tierbeobachtungen, Abenteuer- und Extremtourismus unter dem Logo „Öko“ oder „Grün“ in ökologisch sensiblen Gebieten, ohne sich der Konsequenzen und Verantwortung für diese Art von Reisen bewusst zu sein. Und selbst der neueste Verkaufsschlager „Wellness und Spa“ wird häufig unter der Kategorie Ökotourismus vermarktet. KritikerInnen des Ökotourismusjahres 2002 fürchten daher auch einen endgültigen Ausverkauf dieses Begriffs, wenn damit in Zukunft nicht sensibler umgegangen wird.

Die mittlerweile weltweit wohl bekannteste Definition stammt von ‚The International Ecotourism Society‘. Sie definiert Ökotourismus als „verantwortungsvolle Form des Reisen in naturnahe Gebiete, die zum Schutz der Umwelt und zum Wohlergehen der lokalen Bevölkerung beiträgt.“

Im deutschsprachigen Raum wurde in der Vergangenheit bei der Diskussion um alternative Formen des Massentourismus zunächst der Begriff „nachhaltiger Tourismus“ benutzt. Der Begriff ist aber in der Reisebranche schwer vermarktbar, da er nicht nur elitär und staubtrocken klingt, sondern typische Urlaubselemente wie Spaß, Freude, Komfort, Genuss und Erholung nicht mit ihm in Verbindung gebracht werden.

Außerdem konnten nur 13% der Deutschen im Jahr 2000 überhaupt etwas mit dem Begriff „Nachhaltigkeit“ anfangen. Auch wird der Begriff zunehmend missbräuchlich benutzt. Klaus Töpfer, Direktor des UN-Umweltprogramms meint dazu: „Wenn einem nichts anderes mehr einfällt, spricht man von einer nachhaltigen Entwicklung.“

Und so wird sich wohl auch in der Zukunft in der Reisebranche das Reizwort Ökotourismus durchsetzen, und zwar insgesamt dann, wenn nachhaltiger Tourismus gemeint ist. Die Forderung nach einer international anerkannten Definition zum Schutz vor Missbrauch dieses

Begriffs ist nicht umsetzbar. Es besteht eine Vielzahl von regional unterschiedlichen, gesellschaftlichen Vorstellungen von nachhaltiger (und damit auch ökologischer) Tourismusentwicklung. Wichtig ist es, Kriterien für sozial- und umweltverträglichen Tourismus aufzustellen, die regional veränderbar sind und immer wieder von Gemeinden, NGOs, Regierungen und Tourismusunternehmen diskutiert und hinterfragt werden müssen. Diese Kriterien sollten aber nicht nur für Schutzzonen gelten, sondern ebenso beim Städte- und Kulturtourismus. Denn beliebte Städte wie Venedig und Rom oder jahrhundertalte Tempelanlagen wie Angkor Wat in Kambodscha sind ebenso unmittelbar von den negativen Auswirkungen des Tourismus bedroht wie ein Nationalpark in Costa Rica.

Als ein weltweit positives Merkmal von Ökotourismus wird immer wieder der Erhalt der natürlichen Ressourcen genannt. Zielländer, die außer landschaftlichen Schönheiten nur über wenig andere touristische Ressourcen verfügen, müssen den Erhalt dieser Ressourcen fördern, um auch in der Zukunft als Urlaubsdestination attraktiv zu sein. Zahlreiche Nationalparks und andere Schutzgebiete wären wohl ohne die Aussicht auf eine touristische Vermarktung nie eingerichtet worden bzw. ohne die Einnahmen durch den Tourismus langfristig nicht finanzierbar. In Ghana wurde im Nationalpark Kakum in 30 Meter Höhe ein Gehweg konstruiert. Die BesucherInnen können von dort aus in Vogelperspektive den Regenwald beobachten. Dank dieser Idee sind nicht nur die BesucherInnenzahlen gestiegen, sondern auch in einem erheblichen Maße die Einnahmen für die Parkbehörde.

Im kulturellen Bereich wird häufig der Ausverkauf und die Verwestlichung der einheimischen Kulturen beklagt, da ÖkotouristInnen im Gegensatz zu abgeschirmten All-Inclusive-Club-Reisenden bewusst den Kontakt mit der lokalen Bevölkerung suchen.

Fallbeispiele belegen aber, dass es bei dieser Begegnung statt zu einer Schwächung der Kultur aber auch umgekehrt zu einer Wiederbelebung kultureller Werte und Gebräuche sowie zu einer Stärkung der kulturellen Identität kommen kann. Zudem kann sich heutzutage im entferntesten Winkel der Welt kein Mensch mehr dem Einzug der Medien und der Werbung entziehen, die einen viel stärkeren Einfluss auf Wertewandel und Kulturveränderung nehmen als der Kontakt mit TouristInnen. Und es sollte auch nie vergessen werden, dass keine Kultur oder Gesellschaft statisch ist, sondern immer schon kulturellen Wandlungen unterlag.

Wichtig ist es dennoch, die einheimische Bevölkerung auf die Begegnung mit Fremden und deren Erwartungen vorzubereiten.

In dem Dorf Baan Lorcha leben die Akha, eine ethnische Minderheit in Thailand. Aufgrund ihrer Kultur und Tradition wird der Ort seit vielen Jahren regelmäßig von TouristInnen besucht, die meist für eine halbe Stunde ziellos durch das Dorf laufen und ohne zu fragen, Privathäuser betreten.



Foto: Martin Petrich

Eine thailändische NGO arbeitet seit einem Jahr zusammen mit den BewohnerInnen an einem Besucherplan, der Richtlinien und Informationen für die TouristenInnen beinhaltet. Seit Beginn des Projektes sind aber auch einige beachtliche Veränderungen in der kulturellen Einstellung der DorfbewohnerInnen festzustellen. Zum Beispiel ist es den Akha nicht mehr peinlich, ihre traditionellen Gewänder zu tragen, wozu sicherlich auch Fernsehberühmtheiten beitrugen, die bei ihrem Besuch zu Ehren der Bewohner deren Gewänder trugen.

Aktivitäten wie das Weben waren fast verschwunden. Für das Projekt schlug eine ältere Akha-Frau vor, den Touristen die Webkunst vorzustellen. Ihre Tochter hat diese Tätigkeit übernommen, so dass diese alte Handwerkskunst wieder aufblühte. Auch hatten die BewohnerInnen von Baan Lorcha aufgehört, ihre traditionellen Spiele zu praktizieren. Nun haben sie wieder damit begonnen, um den Touristen einen weiteren Aspekt ihrer Kultur näher zu bringen. Und es kommen immer wieder neue Vorschläge für Aktivitäten hinzu.

Im ökonomischen Bereich kann Ökotourismus natürlich Arbeitsplätze schaffen. Aber auch hier wird immer wieder zu Recht beklagt, dass nicht nur beim Massentourismus sondern auch beim Ökotourismus vor allem die ausländischen Reiseveranstalter, Hotelunternehmer und Fluggesellschaften finanziell vom Tourismus profitieren. Die lokale Bevölkerung bekommt nur die Brotkrumen dieses weltweit größten und stetig wachsenden Wirtschaftszweiges.

Ein wichtiges neues Kriterium in dieser Diskussion spielt daher der Begriff der Partizipation. Der einheimischen Bevölkerung soll eine größere inhaltliche Beteiligung an der Tourismusplanung sowie an dem finanziellen Gewinn zukommen – und zwar unter Einbeziehung möglichst aller gesellschaftlicher Ebenen. In diesem Zusammenhang werden nun verstärkt gemeinschaftlich basierende („community based“) Tourismusprojekte gefördert, bei denen die lokale Bevölkerung schon auf der Dorfebene an der Tourismusentwicklung in seiner Region involviert wird. Die Dörfer entscheiden dabei selbst über die Höhe der TouristInnenzahlen (Belastbarkeitsgrenze), über die Art des Tourismus (Tagesbesuche oder Übernachtungen) und gründen Tourismus-Komitees, die die Einnahmen verwalten. Dieses Konzept beinhaltet darüber hinaus die Förderung von Kleingewerbe (Souvenirverkauf, Gastgewerbe), Sprachkenntnissen, Ausbildung von lokalen Guides, speziellen Frauenprojekten etc.

Die Bewohner der kleinen philippinische Fischerinsel Olango bei Cebu haben in Zusammenarbeit mit einer NGO die Organisation Suba Olango Ecotourism Cooperative (SOEC) gegründet. Drei Viertel der EinwohnerInnen lebten bisher ausschließlich vom Fischfang. Aufgrund von Überfischung in der Region gingen die Gewinne zurück. Der Tourismus



Foto: N. Häusler

bildet nun eine ergänzende Einnahmequelle für die Familien. TouristInnen können bei ihnen Kanu- und Schnorcheltouren buchen oder seltene Seevögel beobachten. Sie erhalten dabei von dem örtlichen Reiseführer auch intensive Erläuterungen zu Fragen des Umweltmanagements.

Mit diesen Projekten sind aber nicht nur intensive Vorbereitungsmaßnahmen verbunden, sondern auch Kompromissbereitschaft und ein langer Atem. Hinzu kommen auch Mehrkosten für die Vorbereitung und die begleitenden Maßnahmen bei der Umsetzung. Diese zusätzlichen Ausgaben müssen zwar von den TouristInnen übernommen werden, da aber laut einer Studie von respect, Zentrum für Tourismus und Entwicklung, etwa drei Viertel aller befragten ÖsterreicherInnen bereit sein sollen, mehr Geld für umwelt- und sozialverträgliche Reiseangebote auszugeben, könnte sich dieses Konzept langsam aber stetig durchsetzen. Und auch die Tourismusbranche hat bereits eine Reihe von Selbstverpflichtungen abgegeben, doch noch hapert es häufig bei der konkreten Umsetzung, da Papier geduldig ist und sich die Mehrkosten von diesen Tourismusprojekten erst langfristig amortisieren werden.

In der Zukunft sollte sich die Diskussion um sozial- und umweltverträglichen Tourismus aber nicht nur auf Produkte von Dorfgemeinschaften oder naturnahen Ökotourismus beschränken. Diese bieten keine Alternative zum Massentourismus, bilden aber eine sinnvolle Ergänzung im touristischen Angebot und können eine wichtige Vorreiterrolle spielen.

Die gesamte Industrie, das heißt auch und gerade die Bettenburgen in den touristischen Zentren, muss in diese Planung involviert werden, da sonst eine positive Tourismusentwicklung regional und weltweit nur schwer durchsetzbar ist. Weltweit verfolgen alternative Tourismusorganisationen dabei einen neuen Ansatz: „Fair unterwegs“ durch fairen Handel und faire Beziehungen im Tourismus.

Neben Fair Trade beim Kaffeekauf im Supermarkt sollen VerbraucherInnen in Zukunft die Möglichkeit haben, im Reisebüro „Faire Reisen“ buchen zu können. Dafür muss in Zukunft auf breiter Ebene durch eine positiv gestimmte Öffentlichkeitsarbeit (weg vom mahnend erhobenen Zeigefinger) Lust und Interesse an einer fairen Art des Reisens geweckt werden. Denn je größer die Nachfrage ist, desto eher müssen die Reiseveranstalter reagieren und umso erfolgversprechender ist die Umsetzung.

Nicole Häusler ist Ethnologin und arbeitet als Beraterin für sozial- und umweltverträglichen Tourismus. Von 1998 bis 2002 lebte sie in Bangkok/Thailand, davon arbeitete sie zwei Jahre lang bei REST (Responsible Ecological Social Tours, www.ecotour.in.th). Im März 2002 war sie die Koordinatorin der südostasiatischen Konferenz zum "Internationalen Jahr des Ökotourismus".