

„Mensch und Natur im Einklang“

Zielvorgaben im Tourismus

Raj Gyawali

Ob in einer Firma oder in einem Zielgebiet – Kleinanbieter im Tourismus beginnen oft mit großem Interesse und Eifer, Angebote zu entwickeln. Tendenziell nimmt ihre Motivation sehr bald ab. Es gibt unzählige Herausforderungen, die den Tourismus beeinträchtigen und Entwicklungshemmnisse darstellen. In Bandarban, in der Hügel- und Berglandschaft von Chittagong in Bangladesch, zeigt ein aktuelles Pilotprojekt, wie Fokus und Motivation erhalten bleiben können. Es handelt sich um ein Projekt zur sogenannten Destinationsentwicklung und zu nachhaltigem Tourismus.

Vielen Kleinanbietern fehlt das Verständnis, wie Tourismus funktioniert, wie verschiedene Beteiligte und Faktoren zusammenwirken und wie Maßnahmen und Initiativen entsprechend auszurichten sind. Notwendig ist zuerst ein klares Verständnis der touristischen Wertschöpfungskette, also von all dem, was notwendig ist, damit Tourismus funktioniert. Dies umfasst Regulierung, Planung, Arbeitskräfte, Beförderungsmittel, Unterkünfte, Gastronomie, Aktivitäten, Einkaufsmöglichkeiten und Unterhaltungsangebote. Stellt man die in einem Zielgebiet oder einer Gemeinschaft vorhandenen Angebote in jeder dieser Kategorien graphisch dar, können alle Beteiligten leicht ersehen, welchen Platz im Gesamtbild sie jeweils einnehmen.

Projektbeispiel Bandarban

In Bandarban in den Hügeln von Chittagong wurden mit Hilfe einer graphischen Darstellung der Wertschöpfungskette zunächst die „niedrig hängenden Früchte“, die leicht

umzusetzenden Aktivitäten identifiziert. Auf diesen Aktivitäten sollte ein erster Schwerpunkt liegen. Dazu gehören die Entwicklung und Einbeziehung landwirtschaftlicher und kunsthandwerklicher Produkte. Hier können sich besonders viele Men-



Touristinnen kaufen Kunsthandwerk von Einheimischen in Bandarban.

Bidl: TawsifSalam bei
en.wikipedia.org (CC BY-SA 3.0)



Goldener Tempel in Bandarban, Rangamati Hill District.

Bild: Abu Nayeem
bei wikimedia.org (CC BY-SA 3.0)

schen beteiligen. Es wurden Möglichkeiten aufgezeigt, durch die Produktion, Verarbeitung und das Marketing biologisch angebauten Kaffees, der im Tourismus unmittelbar nachgefragt wird, die Lebensgrundlagen vor Ort auf eine breitere Basis zu stellen. Ein Markenversprechen „Bandarban – Mensch und Natur im Einklang“, wurde entwickelt. Dann begann ein Prozess, um sicherzustellen, dass alle Anstrengungen darauf ausgerichtet und umgesetzt werden.

Zielvorgaben und Anpassungen

In Bandarban bestand das Ziel zunächst darin, den Beitrag des Tourismus zum Haushaltseinkommen um 50 Prozent zu erhöhen. Im Anschluss an die graphische Darstellung wurde das Ziel beibehalten, doch die Strategie wurde geändert. Statt die Wertschöpfung bei bereits bestehenden Angeboten zu erhöhen, sollte zuvörderst die Aufenthaltsdauer der Tourist(inn)en verlängert werden. So entstanden Ideen zur Gründung neuer Unternehmen. Ein neuer Wanderweg zu einem Wasserfall wurde initiiert, mit der Möglichkeit zum Mittagessen im Dorf und einer Boots-

fahrt. Die Beteiligten bekamen eine Vorstellung davon, was lokal ist und was nicht, und was für den nachhaltigen Tourismus von zentraler Bedeutung ist. Darauf folgte die jeweilige Anpassung vor Ort, um einen größtmöglichen Nutzen sicherzustellen.

Inzwischen hat sich ein Gastronomie-Festival mit Schwerpunkt auf einer vor Ort entwickelten Speisekarte entwickelt und ist zu einem großen Ereignis in der Region geworden. Ein Markenaufkleber wird allen Herstellern von Kunsthandwerk in der Gegend zur Verfügung gestellt. Die Hoteliers orientieren sich ebenfalls am Label und haben Elemente von Natur und Kultur in ihre Angebote aufgenommen. Ebenso machen sich die Wander- und Touristenführer die Marke zu eigen. Aus- und Fortbildungen legen den Schwerpunkt auf praktische Aktivitäten, um wiederum sicherzustellen, dass das Markenversprechen allen Gästen vermittelt wird. Der Schwerpunkt auf dem Label „Nachhaltigkeit“ mit kleinen Initiativen aller Akteure verändert die Destination in ihrer Gesamtheit zum Positiven. Nachhaltigen Tourismus auf integrierte Art und Weise zu entwickeln, braucht allerdings Zeit.

Hemmnisse

Eines der größten Hemmnisse für den Tourismus in Bandarban ist die Überbetonung der Sicherheitsprobleme durch die Streitkräfte. Dass der Ort an der Grenze zu Myanmar liegt, bringt eine komplizierte, als problematisch wahrgenommene Sicherheitslage mit sich. Dies hat dazu geführt, dass Armee, Polizei und Grenzschutz drei unterschiedliche, nicht koordinierte Kontrollstrategien verfolgen. Gleichwohl haben die Konsultationen mit den verschiedenen Akteuren gezeigt, dass ein besseres Verständnis für die Rolle des Tourismus möglich ist. Allerdings müssen alle noch lernen. Das gilt für die Regierung, den *Bandarban Hill District Council*, wie auch für die Kleinanbieter. Die Chance ist allerdings vorhanden, dass der Fokus auf „Mensch und Natur im Einklang“ in Bandarban einige Entwicklungshemmnisse auflösen kann.

*Der Artikel ist eine gekürzte Fassung aus Heft 85 von *Tourism Watch* vom Dezember 2016, S. 9f.*

Übersetzung aus dem Englischen von Christina Kamp

Zum Autor



Raj Gyawali ist Gründer des Reiseveranstalters *Socialtours Nepal* in Kathmandu und Berater zu nachhaltigem Tourismus.