

Fachhochschule Worms
Fachbereich Betriebswirtschaft VIII
Touristik / Verkehrswesen

Sommersemester 2011

Bachelor-Thesis

Prof. Dr. Andreas Wilbers

Thema :

**Volunteer-Tourismus als Instrument einer nachhaltigen
Tourismusentwicklung in Entwicklungsländern**

Marlin Hundertmark
Borchertring 46
22309 Hamburg

Marlin.Hundertmark@gmx.de

Matr.-Nr.: 662935

8. Semester

Datum der Abgabe : 07.06.2011

Ehrenwörtliche Erklärung

"Ich erkläre hiermit ehrenwörtlich, dass

1. ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe,
2. die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken als solche kenntlich gemacht sind,
3. dieses Exemplar mit der beurteilten Arbeit übereinstimmt und
4. diese Arbeit bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht wurde."

Worms, den 06.06.2011

INHALTSVERZEICHNIS

Abkürzungsverzeichnis	V
Darstellungsverzeichnis	VII
Abstract.....	VIII
1 Einleitung	1
1.1 Problemdarstellung	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit	2
1.3 Aufbau der Arbeit	4
2 Begriffliche Definitionen und Abgrenzung	5
2.1 Das Prinzip der nachhaltigen Tourismusentwicklung	5
2.2 Die Bedeutung von Volunteer-Tourismus	12
2.2.1 Begriffserklärungen	17
2.2.2 Entwicklung des Volunteer-Tourismus	24
2.2.3 Zielgruppe und Beweggründe	28
2.2.4 Programme und ihre Struktur	32
3 Der Status Quo von Reiseanbietern auf dem Volunteer-Tourismusmarkt	34
3.1 Not-for-profit-Organisationen	37
3.2 For-Profit-Organisationen	39
4 Entwicklungsländer als Zieldestination für Volunteer-Tourismus	40
4.1 Auswirkungen des Volunteer-Tourismus in Entwicklungsländern	41
4.1.1 Positive Auswirkungen	42
4.1.2 Negative Auswirkungen	44
5 Empirischer Vergleich von Volunteer-Tourismus-Angeboten	49
5.1 Aufbau und Durchführung	50
5.2 Analyse von Volunteer-Reiseprogrammen am Beispiel von Reiseveranstaltern	52

5.3 Ergebnis des empirischen Vergleichs	52
6 Fazit	58
6.1 Überprüfung der aufgestellten Thesen.....	59
6.2 Handlungsempfehlungen	62
6.3 Ausblick.....	68
Glossar.....	71
Anhangsverzeichnis	74
Quellenverzeichnis	115

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

ADiA	Anderer Dienst im Ausland
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
ca.	circa
CBT	Community-based-tourism
CSR	Corporate Social Responsibility
d.h.	Das heißt
DAAD	Deutscher Akademischer Austauschdienst
DED	Deutscher Entwicklungsdienst
Ebd.	Ebenda
EED	Evangelischer Entwicklungsdienst
EFD	Europäischer Freiwilligendienst
EU	Europäische Union
FAR	Forum Anders Reisen
FÖJ	Freiwilliges Ökologisches Jahr
FSJ	Freiwilliges Soziales Jahr
FTTSA	Fair Trade in Tourism South Africa
GIZ	Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit
IBG	Internationale Begegnung in Gemeinschaftsdiensten
IDA	Informations- und Dokumentationszentrum für Antirassismuserbeit
IJGD	Internationale Jugendgemeinschaftsdienste
NGO	Non-Governmental-Organization
NPO	Non-Profit-Organization

NZ	New Zealand
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development
ÖTE	Ökologischer Tourismus in Europa
PPT	Pro-poor-tourism
SCI	Service Civil International
ST-EP	Sustainable Tourism – Eliminating Poverty
TN	Teilnehmer
TRAM	Tourism Research and Marketing
u.a.	unter anderem
UN	United Nations
UNCED	United Nations Conference on Environment and Development
UNCSD	United Nations Conference on Sustainable Development
UNEP	United Nations Environment Programme
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
USA	United States of America
VENRO	Verband Entwicklungspolitik Deutscher Nichtregierungsorganisationen
Vgl.	Vergleiche
WCED	World Commission on Environment and Development
WTO	World Tourism Organization
WWF	World Wildlife Fund
z.B.	zum Beispiel

DARSTELLUNGSVERZEICHNIS

	Seite
Abb. 1 Fünf-Eck-Pyramide	10
Abb. 2 Begriffszusammensetzung	14
Abb. 3 Einordnung von Volunteer-Tourismus	22
Abb. 4 Kategorisierung	23
Abb. 5 Bedürfnispyramide nach Maslow	29
Abb. 6 Kostenaufschlüsselung i-to-i	56

ABSTRACT

Angesichts des sich verstärkenden Wunsches von Touristen „wirklich“ etwas über die Kultur des Reiselandes und über die Einheimischen zu erfahren, behandelt die vorliegende Arbeit eine alternative Tourismusform: den Volunteer-Tourismus. Er ist bestrebt, Urlaub und Ehrenamt miteinander zu verknüpfen. Das Verreisen soll demnach nicht mehr nur der Erholung dienen, sondern auch zur Schärfung des Bewusstseins des Reisenden beitragen. Zurzeit ist Volunteer-Tourismus noch ein Nischenprodukt, das vor allem von Spezialreiseveranstaltern angeboten wird.

Das Ziel der Arbeit ist es, der Frage nachzugehen, ob diese Form des Reisens nachhaltig und ökonomisch profitabel von Seiten der Anbieter gestaltet wird. Zunächst werden im theoretischen Teil die wichtigsten Begriffe definiert. Danach wird auf die Besonderheiten dieser Reiseart eingegangen, um anschließend die Nachfrager und den Anbietermarkt vorzustellen. Im weiteren Verlauf beschäftigt die Arbeit sich mit den Auswirkungen dieser alternativen Reiseform. Anschließend werden in einem empirischen Vergleich mithilfe von qualitativen Interviews Kriterien für die Durchführung eines erfolgreichen, nachhaltigen Tourismus herausgearbeitet. Das Fazit beschäftigt sich dann mit den eingangs aufgestellten Thesen und versucht, Antworten auf die dort gestellten Fragen zu geben. Es werden am Schluss praktische Handlungsempfehlungen formuliert, die dem Tourismusmanagement eine sinnvolle Orientierung geben können. Die Arbeit zeigt erstens, dass Volunteer-Tourismus umweltschonender und lehrreicher als Massentourismus ist. Hingegen lässt sich der Grad der Nachhaltigkeit nicht pauschal beziffern, da die verschiedenen Anbieter unterschiedliche Maßstäbe bei der Umsetzung anlegen. Die innovative Idee, die den Charme des Volunteer-Tourismus ausmacht, ist gleichzeitig eines seiner größten Probleme. Um den Spagat zwischen Entwicklungszusammenarbeit und der Wirtschaft zu schlagen, sind Reiseveranstalter dazu angehalten, ihre Reisen „aufzupeppen“, damit potentielle Volunteer-Touristen ihre Reise nicht in Eigeninitiative organisieren, sondern die Mehrkosten bei einem Reiseveranstalter in Kauf nehmen. Es besteht zudem noch großer Handlungsbedarf bezüglich der Auswahl und Eignung der Kandidaten für den Einsatz. Außerdem müssen den lokalen Organisationen mehr Entscheidungsbefugnisse eingeräumt werden, insbesondere bei der Auswahl der Volunteer-Touristen.

1 EINLEITUNG

1.1 Problemdarstellung

„Wir sind längst so weit und erkennen, dass soziale Verantwortung dem Profit nicht widerspricht, sondern vielmehr die Bedingung dafür ist, dass man im 21. Jahrhundert erfolgreich Geschäfte macht.“¹

Die Diskussionen zum Thema „Corporate Social Responsibility“ (CSR)² haben sowohl in der Politik, in der Öffentlichkeit als auch im Tourismus stetig zugenommen; der Begriff umschreibt den Beitrag des Unternehmens zu einer nachhaltigen Entwicklung.³ Die Nachfrageseite macht ebenfalls deutlich, dass ökologische und soziale Aspekte bei Reisen von großer Bedeutung sind, und begreift die Zusammenhänge, die durch negative Effekte des Fremdenverkehrs entstehen können, und bemüht sich dementsprechend um einen natur- und sozialverträglichen Tourismus.⁴

„**Volunteering**“ bzw. **Freiwilligenarbeit**⁵ in Kombination mit Urlaub ist eine neue Tourismusform, bei der aus Reisenden ehrenamtliche Helfer werden. Viele Reisende haben höhere Ansprüche, indem sie bei sozialen, ökologischen oder archäologischen Projekten mitarbeiten und ihrem Urlaub damit einen tieferen Sinn geben. Volunteer-Tourismus funktioniert vor allem in Entwicklungsländern. Volontäre betreuen beispielsweise Waisenkinder in Peru, zählen Schildkröten in Mexiko oder helfen in Namibia bei einem Artenschutzprojekt für Geparde.⁶ In Großbritannien und den USA

¹ Bolz, Norbert (2009): Reise zum Sinn, Abruf von <http://www.kuoni-annualreport.com/homepage-de/brand-report-2009/reise-zum-sinn/page-2> [28.01.2011].

² Eine Erläuterung des Begriffs corporate social responsibility findet sich im Dossier im Anhang.

³ Vgl. Balderjahn, Ingo (2004): Nachhaltiges Marketing-Management – Möglichkeiten einer umwelt- und sozialverträglichen Unternehmenspolitik, Stuttgart 2001, S. 55.

⁴ Vgl. Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (Hrsg.) (2006): Fair reisen: Nachhaltig die Welt erkunden, Abruf von http://www.verbraucherbildung.de/projekt01/d/www.verbraucherbildung.de/im_brennpunkt/fair_reisen_komplett_1-5.html [10.12.2010].

⁵ Eine Erläuterung des Begriffs Freiwilligenarbeit findet sich im Dossier im Anhang.

⁶ Vgl. Mittermaier, Andrea (2008): Anpacken statt rumflackern, Abruf von http://www.travelbeyond.de/uploads/media/TOURS-Anpacken_01.pdf [09.12.2010].

ist dieser Trend bereits weit verbreitet. Dort gibt es bereits viele Reiseveranstalter⁷, die sich auf den Markt der Volunteer-Reisen spezialisiert haben.

Der Trend hin zu Sinnsuche, Fairness und Nachhaltigkeit, ist im Tourismus bereits deutlich zu erkennen und wird mittlerweile auch in anderen Regionen Europas zu einer immer beliebteren Form des Reisens.

Reiseanbieter im deutschsprachigen Raum sind zunehmend davon überzeugt, dass Volunteer-Tourismus ein wirtschaftliches Potential mit Zukunft birgt.⁸ Vor einigen Jahren waren es hauptsächlich kirchliche Organisationen und NGO's, die solche Reisen anboten, doch steigt die Zahl kommerzieller Organisationen und Reiseveranstalter in Deutschland mittlerweile kontinuierlich.⁹

Inwiefern der Volunteer-Tourismus den Kriterien einer nachhaltigen Tourismusentwicklung genügt, ist davon abhängig, wie die einzelnen Projekte umgesetzt werden. Dabei steht vor allem das Verantwortungsbewusstsein der Anbieter solcher Reiseprogramme im Mittelpunkt. Durch enge Kooperationen mit der lokalen Bevölkerung sowie mit Leistungsträgern und Hilfsorganisationen vor Ort kann sichergestellt werden, dass diese partizipieren und Volunteer-Touristen an den für sie passenden Projekten teilnehmen.¹⁰

1.2 Zielsetzung der Arbeit

Die zentralen Fragestellungen der zu schreibenden Arbeit lauten:

- Kann „Helfen“ im Rahmen einer Volunteer Reise tatsächlich eine nachhaltige Hilfe sein?

⁷ Eine Erläuterung des Begriffs Reiseveranstalter findet sich im Dossier im Anhang.

⁸ Vgl. Uni Blog (Hrsg.) (2009): Volunteer Reisen – eine Auszeit vor, während oder nach dem Studium einmal anders, Abruf von <http://www.uni-blog.info/volunteer-reisen-eine-auszeit-vor-waehrend-oder-nach-dem-studium-einmal-anders/> [09.12.2010].

⁹ Vgl. Reintjes, Carolin (2008): Volunteers im Ausland – frei und willig, Abruf von <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,580790,00.html> [13.12.2010].

¹⁰ Vgl. Vgl. Schiek, Nikola (2009): Volunteer-Tourismus: Risiken und Chancen, Abruf von http://www.tourism-watch.de/files/TourismWatch_Nr.55.pdf [08.12.2010], S. 4.

- Inwiefern können die Reiseveranstalter vom Angebot des Volunteer-Tourismus profitieren?

- Lässt sich mit Volunteer-Tourismus überhaupt Geld verdienen?

Diesen Fragen soll im Laufe der vorliegenden Arbeit anhand folgender Annahmen nachgegangen werden:

- Annahme 1: Veranstalter leisten durch Volunteer-Programme einen signifikanten Beitrag zum natur- und sozialverträglichen Tourismus. Dies bedeutet, dass das neue Tourismuskonzept zur positiven, nachhaltigen Entwicklung der Beteiligten beitragen und gleichzeitig negative Begleiterscheinungen des Tourismus in Entwicklungsländern reduzieren kann.

- Annahme 2: Volunteer-Projekte sind insofern attraktiv, dass sie als erfolgreiche Geschäftsmodelle etabliert werden können. Die Idee ist wirtschaftlich interessant, und zwar vor allem im Jugendreisebereich. Veranstalter konzipieren das touristische Produkt auf Gewinnmaximierung oder zumindest auf eine interessante Marge hin.

Es soll einerseits geklärt werden, welchen Stellenwert Volunteer-Programme in Entwicklungsländern im Reisemarkt spielen. Dies soll anhand einer Analyse von bestehenden Angeboten geschehen, die in Form einer Inhaltsanalyse von ausgewählten Unternehmenspublikationen erfolgt. Die hier formulierten Annahmen werden dann durch eine empirische Erhebung verifiziert oder falsifiziert. Die Befragung erfolgt in persönlichen Gesprächen mit verschiedenen Reiseveranstaltern und Entscheidungsträgern von Volunteer-Programmen. Ferner wird herausgearbeitet, welche Bedingungen erfüllt sein müssen, welche Chancen und Probleme bestehen und durch welche Besonderheiten die einzelnen Teilprozesse von Volunteer-Reisen gekennzeichnet sind. Aus den gewonnenen Erkenntnissen werden schließlich Handlungsempfehlungen abgeleitet, die bei einer möglichen Umsetzung in die Praxis dienlich sein können.

1.3 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Bachelor Thesis gliedert sich in sechs Kapitel.

Im *ersten Teil* der Arbeit wird zunächst das Forschungsgebiet „Volunteer-Tourismus“ vorgestellt und der aktuelle Forschungsstand skizziert bzw. die verwendete Forschungsmethode erörtert.

Nach der Einleitung werden im *zweiten Kapitel* die theoretischen Grundlagen zum besseren Verständnis der anschließenden Kapitel gelegt. Die Inhalte der Begriffe „Nachhaltigkeit“, „Tourismus“ und „Volunteering“ sollen zunächst in einen gemeinsamen theoretischen Kontext eingeordnet werden.

Anschließend wird der Begriff Volunteer-Tourismus definiert und seine Verwendung in dieser Arbeit begründet, wobei er von dem Terminus „Freiwilligenarbeit“ abgegrenzt wird. Nach einem kurzen Rückblick auf die touristische Volunteer-Geschichte folgt eine Charakterisierung der Zielgruppe hinsichtlich demographischer Merkmale sowie ihrer Tätigkeiten vor Ort und ihrem Reiseverhalten bzw. ihren Reismotiven. Dies ist notwendig, um die Wertvorstellungen der Nachfragenden nachvollziehen zu können.

Das *dritte Kapitel* beleuchtet den Volunteer-Tourismus in der Praxis und dessen Akteure. Es werden die Aktivitäten von NGOs und Reiseveranstaltern vorgestellt, um auf diese Weise einen Überblick über den Reisemarkt im Volunteer-Tourismus zu erhalten. In diesem Zusammenhang wird auf Entsendeorganisationen wie NGOs bzw. Anbieter von Workcamps¹¹ eingegangen, die sich dieser Form des Volunteering angenommen haben und ein Pendant zum Freiwilligen Sozialen bzw. Ökologischen Jahr¹² darstellen. Außerdem wird sowohl auf klein- und mittelständische Nischenanbieter als auch auf Großveranstalter eingegangen.

Anschließend befasst sich die Arbeit im *vierten Kapitel* mit den Strukturbedingungen von Entwicklungsländern. Es werden die Auswirkungen von Volunteer-Tourismus in Entwicklungsländern beleuchtet, wobei sowohl auf die wirtschaftlichen und ökologischen als auch auf die sozio-kulturellen Effekte eingegangen wird. Eine kritische Betrachtung inklusive der Abwägung von Chancen und Risiken, die sich für

¹¹ Eine Erläuterung des Begriffs Workcamp findet sich im Dossier im Anhang.

¹² Eine Erläuterung des Begriffs Freiwilliges Soziales / Ökologisches Jahr findet sich im Dossier im Anhang.

alle Beteiligten, in erster Linie Endsendeorganisationen, Reisende und Einheimische durch die Reiseform Volunteer Tourismus ergeben, schließt sich an.

Daran anknüpfend erfolgt im *fünften Kapitel* eine Angebotsanalyse der unterschiedlichen Spezialveranstalter. Durch eine praktische Überprüfung werden der gesamte Aufbau und die Charakteristika einer Volunteer-Reise erforscht. Es soll deutlich werden, ob Reiseveranstalter von dieser Entwicklung profitieren können und welche Probleme bzw. Hindernisse es bei der praktischen Umsetzung zu beachten und zu überwinden gilt. Damit bildet dieser Teil den empirischen Teil der vorliegenden Bachelor Thesis.

Im abschließenden *sechsten Kapitel* erfolgt ein Resümee, das zu den in der Einleitung formulierten Annahmen Stellung bezieht. Außerdem werden Handlungsempfehlungen für das Tourismusmanagement diskutiert. Aus dieser Analyse sollen notwendige Erkenntnisse abgeleitet sowie ein Zukunftsausblick und eine Potentialbewertung formuliert werden, die für die Implementierung von Volunteer-Programmen in Entwicklungsländern essentiell sind.

2 BEGRIFFLICHE DEFINITIONEN UND ABGRENZUNG

Zur Einführung in das Thema sollen zunächst die wichtigsten begrifflichen und theoretischen Grundlagen definiert und erklärt werden.

2.1 Das Prinzip der nachhaltigen Tourismusentwicklung

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ stammt ursprünglich aus der Forstwirtschaft und wurde dort bereits Anfang des 19. Jahrhunderts als Leitprinzip verwendet und bezeichnet eine Wirtschaftsweise, bei der dem Wald nur so viele Bäume entnommen werden, dass sein Bestand nicht gefährdet wird. Mittlerweile wurde dieser Gedanke auf alle materiellen Ressourcen übertragen.¹³

¹³ Vgl. Baumgartner, Christian / Röhler, Christine (1998): Nachhaltigkeit im Tourismus – Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene, Wien 1998, S. 15; Mundt, Jörn W. (2004): Tourismuspolitik, München 2004, S. 328; Müller, Hansruedi (2007): Tourismus und Ökologie – Wechselwirkungen und Handlungsfelder, 3. Aufl., München 2007, S. 26.

Seit der Veröffentlichung des Berichtes der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung (WCED), bekannt geworden als Brundtland-Bericht (1987) unter der Überschrift „Our common Future“ unter der Federführung der norwegischen Ministerpräsidentin Gro Harlem Brundtland,¹⁴ revolutioniert der Begriff: der **Nachhaltigkeit** („sustainability“) bzw. der **nachhaltigen Entwicklung** („sustainable development“) die wissenschaftliche Debatte um Ökologie und Ökonomie.¹⁵ **Sustainable Development** stellt ein gesellschaftspolitisches Leitbild für eine nachhaltige Entwicklung und für das nachhaltige Wirtschaften dar. Demnach dürfen sich einerseits die Lebenschancen zukünftiger Generationen nicht gegenüber den Möglichkeiten der derzeitigen Generation verschlechtern (intergenerative Gerechtigkeit), und andererseits soll sich folglich ein Wohlstandsausgleich zwischen armen und reichen Ländern einstellen (intragenerative Gerechtigkeit).¹⁶

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsdebatte kam es zu einer Vielzahl von Initiativen, internationalen Erklärungen, Verhaltenskodizes, Informationskampagnen, Gütesiegeln und Wettbewerbern in der internationalen Tourismusbranche, die sich allerdings hauptsächlich auf den ökologischen Aspekt von Nachhaltigkeit beschränken.¹⁷

Im Jahre 1997 beauftragte die Generalversammlung der Vereinten Nationen daher die „UN-Kommission für Nachhaltige Entwicklung“, welche für die Umsetzung der „Agenda 21“ verantwortlich ist, das Thema „Tourismus und nachhaltige Entwicklung“ auf die Tagesordnung einer ihrer jährlich stattfindenden Konferenzen zu setzen. Dies geschah dann bei der siebten dieser Konferenzen 1999 in New York, der ersten großen internationalen Konferenz, bei der Umweltthemen auf globaler Ebene thematisiert wurden.¹⁸ Die „Agenda 21“ bezeichnet das verabschiedete Zukunftsprogramm für eine

¹⁴ Vgl. Baumgartner, Christian / Röhrer, Christine (1998): Nachhaltigkeit im Tourismus – Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene, Wien 1998, S. 16.

¹⁵ Vgl. Mowforth, Martin / Munt, Ian (2009): Tourism and Sustainability. Development, globalization and new tourism in the Third World, 3. Aufl., New York 2009, S. 35.

¹⁶ Vgl. Balderjahn, Ingo (2004): Nachhaltiges Marketing-Management. Möglichkeiten einer umwelt- und sozialverträglichen Unternehmenspolitik, Stuttgart 2004, S. 1.

¹⁷ Vgl. Strasdas, Wolfgang (2001): Ökotourismus in der Praxis. Zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern, Ammerland/Starnberger See 2001, S. 85.

¹⁸ Vgl. ÖTE e.V. (Hrsg.) (2007): Gute Beispiele aus der deutschen Tourismuswirtschaft und den Regionen im Spiegel des Arbeitsprogramms „Tourismus und nachhaltige Entwicklung“ der UN-Kommission für Nachhaltige Entwicklung, Bonn 2007, Abruf von http://www.zukunftreisen.de/uploads/media/Wirtschaft_Regionen.pdf [11.02.2011], S. 6.

nachhaltige Entwicklung, das erstmals auf der UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung (UNCED) im Jahr 1992 in Rio de Janeiro verabschiedet und von über 150 Regierungen unterschrieben wurde.¹⁹ Es wurde in dieser so genannten Rio-Deklaration nicht nur das Ziel der Nachhaltigkeit formuliert, sondern auch die Aufgaben der verschiedenen gesellschaftlichen Akteure auf dem Weg dorthin konkretisiert.²⁰ Die nächste UNO-Konferenz für Nachhaltige Entwicklung (UNCSD) findet im Jahre 2012 ebenfalls in Brasilien statt.²¹ Während des Weltgipfels wurde eine Phase der Reflexion über den dauerhaften Schutz der Ressourcen eingeleitet, die in vielen kommenden Konferenzen weiter verfolgt wurde. Auf dieser damaligen Schlüsselkonferenz für nachhaltige Entwicklung bezieht sich allerdings kein Kapitel auf die Tourismusbranche, was als ein Indikator für den geringen entwicklungspolitischen Stellenwert des Tourismus gelten kann.²² Dies sollte sich grundlegend ändern, als unter dem Einfluss der „Agenda 21“ im Jahr 1995 von der spanischen Regierung gemeinsam mit der United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), United Nations Environment Programme (UNEP) und der World Tourism Organization (WTO) auf Lanzarote die „Weltkonferenz für einen verträglichen Tourismus“ einberufen wurde. In deren Präambel wurde zum ersten Mal der mehrdeutige Charakter der touristischen Begleiterscheinungen aufgezeigt.²³

Es handelt sich fast ausschließlich um unverbindliche Absichtserklärungen. Allerdings ist festzuhalten, dass die imagebewusste Tourismusbranche das Thema Nachhaltigkeit größtenteils freiwillig aufgegriffen hat, wobei u.a. auf das gestiegene Umweltbewusstsein der Weltöffentlichkeit und auf die Nachfrageseite Rücksicht

¹⁹ Vgl. Pfiffner, Thomas (2002): Kriterien und Indikatoren für einen nachhaltigen Tourismus, Bern 2002, S. 18f.

²⁰ Vgl. Burschel, Carlo / Losen, Dirk / Wiendl, Andreas (2004): Betriebswirtschaftslehre der Nachhaltigen Unternehmung, München 2004, S. 22; Balderjahn, Ingo (2004): Nachhaltiges Marketing-Management. Möglichkeiten einer umwelt- und sozialverträglichen Unternehmenspolitik, Stuttgart 2004, S. 1.

²¹ Vgl. Aachener Stiftung Kathy Beys (Hrsg.) (2010): Weltgipfel Rio + 20, Rio de Janeiro 2012, Abruf von http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/weltgipfel_rio_20_rio_de_janeiro_2012_1419.htm [11.02.2011].

²² Vgl. Rauschelbach, Burgard (2009): Tourismus für nachhaltige Entwicklung: Zur Standortbestimmung in der internationalen Zusammenarbeit, Abruf von <http://www.gtz.de/de/dokumente/de-tourismus-fuer-nachhaltige-entwicklung.pdf> [24.05.2011], S. 129.

²³ Vgl. Friedl, Harald A. (2002): Tourismsethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens, München/Wien 2002, S.121.

genommen wurde, während mögliche Vorgaben der internationalen staatlichen Umwelt- und Entwicklungspolitik eine eher untergeordnete Rolle spielten.²⁴

Zusammenfassend lässt sich das Folgende festhalten: Während nachhaltige Entwicklung in der Vergangenheit aus einer weitgehend ökologisch geprägten Perspektive (verursacht durch die „Agenda 21“) betrachtet wurde, herrscht heute die Überzeugung vor, dass der nur durch eine umfassende Integration von ökonomischen, sozialen und ökologischen Aspekten eine ganzheitliche Nachhaltigkeit erreicht werden kann. Dieser Ansatz wurde als das **Drei-Säulen-Modell** bekannt, auf das im weiteren Verlauf der Arbeit noch näher eingegangen wird.

Nachhaltigkeit im Tourismus

In der Literatur sind über 70 verschiedene Begriffsbestimmungen für nachhaltigen Tourismus zu finden.²⁵ Das Konzept der Nachhaltigkeit im Tourismus ist nicht wertfrei zu betrachten, und eine einheitliche Sichtweise ist nicht zu ermitteln.²⁶

Nachhaltiger Tourismus basiert auf den **drei Zielsäulen** der Nachhaltigkeit: Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft.²⁷ Die **ökologische Säule** widmet sich dem Erhalt einer intakten und vielfältigen Natur: Mit den Ressourcen wird sparsam umgegangen und man ist bemüht, alternative Hilfsmittel einzusetzen und außerdem das Aufkommen von Abfallstoffen möglichst gering zu halten. Es wird darauf geachtet, eine ökologisch verträgliche Entsorgung bzw. Aufbereitung dieser Stoffe zu gewährleisten. Mit Blick auf die **ökonomische Säule** der Nachhaltigkeit ist eine wirtschaftliche Rentabilität anzustreben, um touristischen Betrieben eine langfristige Lebensperspektive zu bieten. Das Ziel ist es zudem, einen breiten Einkommenseffekt in den Zielgebieten zu erlangen. Regionale Produkte werden primär konsumiert, und in den touristischen Unternehmen werden lokale Arbeitskräfte beschäftigt. Die **sozio-kulturelle** Nachhaltigkeit knüpft daran an und möchte erreichen, dass diese angemessen entlohnt werden und die

²⁴ Vgl. Strasdas, Wolfgang (2001): Ökotourismus in der Praxis. Zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern, Ammerland/Starnberger See 2001, S. 85.

²⁵ Vgl. Baumgartner, Christian / Röhler, Christine (1998): Nachhaltigkeit im Tourismus – Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene, Wien 1998, S. 17.

²⁶ Vgl. ebd., S. 26.

²⁷ Vgl. Öko-Institut (Hrsg.) (2005): Broschüre „INVENT Tourismus – Traumziel Nachhaltigkeit“, Berlin 2005, Abruf von http://www.invent-tourismus.de/pdf/INVENT_Broschuere_051104.pdf [11.02.2011], S. 6f.

Möglichkeit haben, höhere Qualifikationen zu erlangen. Sowohl Mitarbeiter als auch die Einheimischen in den Destinationen sollen sich an der Gestaltung und Planung der Region beteiligen können, um Verständigung, angemessenen Umgang mit kultureller Identität und das Überwinden von Vorurteilen herbeizuführen.²⁸ Diese drei Zielbereiche repräsentieren gemeinsam das **Oberziel einer „nachhaltigen Tourismusentwicklung“** und sollen, wenn möglich, gleichzeitig und gleichberechtigt realisiert werden²⁹ und zudem einen langfristigen wirtschaftlichen Nutzen erbringen.³⁰

Müller beschreibt die Eckpunkte einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus in einer **magischen Fünfeck-Pyramide** und ergänzt die dreidimensionale Betrachtungsweise (siehe Abb. 1). Gebildet wird sie an der Basis von den Aspekten wirtschaftlicher Wohlstand, optimale Bedürfnisbefriedigung der Gäste, intakte Kultur, intakte Natur, Ressourcenschutz sowie subjektives Wohlbefinden der Einheimischen respektive der Mitarbeiter. Die Spitze der Pyramide stellt den intergenerativen Ansatz der Nachhaltigkeit dar, also das Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen.³¹

²⁸ Vgl. Baumgartner, Christian / Röhrer, Christine (1998): Nachhaltigkeit im Tourismus – Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene, Wien 1998, S.19.

²⁹ Vgl. Freyer, Walter (2009): Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 9. Aufl., München 2009, S. 392.

³⁰ Vgl. Rauschelbach, Burgard (2003): Tourismus und Entwicklungspolitik – Aspekte der internationalen Zusammenarbeit, Eschborn 2003, Abruf von <http://www.springerlink.com/content/da4atvyyld8bfpg8/fulltext.pdf> [13.02.2011], S. 1.

³¹ Vgl. Müller, Hansruedi (2007): Tourismus und Ökologie. Wechselwirkungen und Handlungsfelder, 3. Aufl., München 2007, S. 28.

Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen

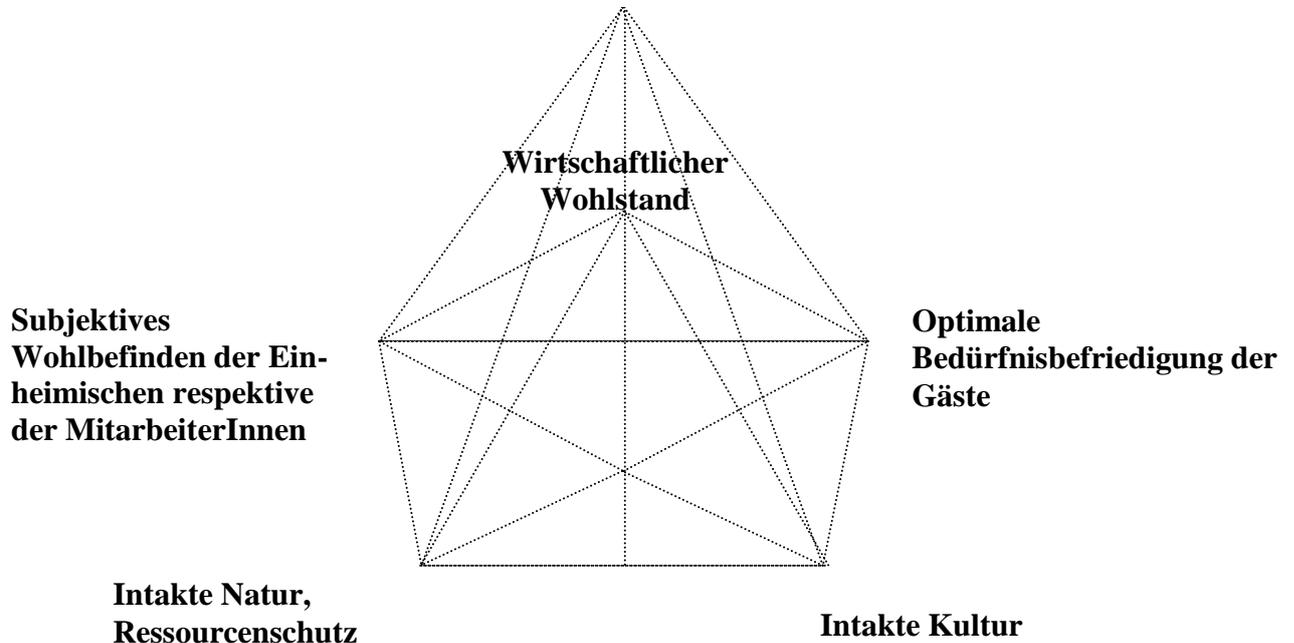


Abb. 1: Fünf-Eck-Pyramide (Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Müller, Hansruedi (1993): Nachhaltigkeit im Tourismus – auf der Suche nach einer neuen Tourismusetik, Bern 1993, S. 13.)

Allerdings sind diese Ziele häufig schwierig zu erreichen. Die Umsetzung eines Vorhabens schließt unter Umständen die Realisierung eines anderen Zieles aus.³² Nachhaltiger Tourismus speziell im Massenmarkt bringt es mit sich, dass es kaum möglich ist, alle Indikatoren gleichzeitig zu verbessern. Eine zwei-wöchige Studienfahrt nach Costa Rica beispielsweise, die dem Reisenden das Land, Leute und die Natur vermitteln möchte, ist auf jeden Fall aus ökonomischem und sozialem Blickwinkel positiv zu bewerten; allerdings erzeugen Fernreisen ökologisch gesehen relativ hohe Treibhausgasemissionen.³³ Nachhaltiger Tourismus wird damit ein in sich widersprüchlicher Anspruch und bedarf deshalb regional spezifischer Lösungen. Angesichts dieser Komplexität und inneren Gegensätzlichkeiten bedarf es einer

³² Vgl. Lichtenberg, Thomas (2005): Beiträge zum Nachhaltigen Tourismus – Schriftenreihe der Fachhochschule Eberswalde, Eberswalde 2005, Abruf von <http://www.fh-eberswalde.de/Master-Studengaenge/Nachhaltiges-Tourismusmanagement/Projekte-Veranstaltungen/Publikationen/Publikation-E1505.htm> [11.02.2011], S. 8.

³³ Vgl. Öko-Institut (Hrsg.) (2005): Broschüre „INVENT Tourismus – Traumziel Nachhaltigkeit“, Berlin 2005, Abruf von http://www.invent-tourismus.de/pdf/INVENT_Broschuere_051104.pdf [11.02.2011], S. 6.

sorgfältigen Planung und eines durchdachten Managements, um langfristig Erfolge verzeichnen zu können.³⁴

Warum ist es nun vonnöten, eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus herbeizuführen? Aderhold lenkt ein, dass „Reisen [...] bewusstseinsmäßig als wertvolles und erhaltenswertes, durch unkontrolliertes Wachstum jedoch zunehmend gefährdetes Gut begriffen werden muss, nicht als Konsumgut im Sinne von gedankenlosem Verbrauch.“³⁵ Laut Reißland, dem Geschäftsführer des Verbandes „Forum Anders Reisen“ (FAR), liegt das Potenzial des nachhaltigen Tourismus bei 20 Prozent; nach einer von der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen im März 2010 durchgeführten Studie interessiert sich somit jeder Fünfte der Deutschen für nachhaltige Tourismusangebote.³⁶ Um beispielsweise ökologische Nachhaltigkeit zu gewährleisten, ist es ratsam, durch touristische Aktivitäten ausgelöste Umweltauswirkungen zu minimieren oder gar völlig zu vermeiden.³⁷ Es bedarf außerdem eines sensibleren Umgangs mit den Destinationen, insbesondere dann, wenn es sich um Entwicklungsländer handelt, damit auf diese Weise die negativen Entwicklungen im Tourismus begrenzt werden.³⁸

Die Organisation Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA) entwickelte beispielsweise ein Gütesiegel für Tourismusangebote, die nach den Kriterien des „Fairen Handels“ gestaltet sind und die deshalb als weltweit erste Label-Initiative für faire Tourismusangebote angesehen wird.³⁹ Die Forderung nach gerechten

³⁴ Vgl. Lichtenberg, Thomas (2005): Beiträge zum Nachhaltigen Tourismus – Schriftenreihe der Fachhochschule Eberswalde, Eberswalde 2005, Abruf von <http://www.fh-eberswalde.de/Master-Studengaenge/Nachhaltiges-Tourismusmanagement/Projekte-Veranstaltungen/Publikationen/Publikation-E1505.htm>, [11.02.2011], S.8.

³⁵ Aderhold, Peter et al. (2006): Tourismus in Entwicklungsländern. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes, Ammerland/Starnberger See 2006, S. 243.

³⁶ Vgl. Nieberding, Taalke (2010): Jobs im Ökotourismus, in: Arbeitsmarkt Bildung Kultur Sozialwesen, Nr. 44 (2010), S. IV-VIII, (S. VIII).

³⁷ Vgl. Mowforth, Martin / Munt, Ian (2009): Tourism and Sustainability. Development, globalization and new tourism in the Third World, 3. Aufl., New York 2009, S. 101.

³⁸ Vgl. Schmicke, Christian (2011): Reiseveranstalter und Nachhaltigkeit, in: Travel One Nachhaltigkeitsreport Touristik, Nr. 1 (2011), S. 6.

³⁹ Vgl. Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung (Hrsg.) (2010): In die Ferien mit Zukunft: Der Faire Handel im Tourismus, Abruf von

Handelsstrukturen und fairer Verteilung der Erträge ist außerdem im Kriterienkatalog des FAR dokumentiert.⁴⁰ Unter dem Zeichen ST-EP (Sustainable Tourism-Eliminating Poverty) wird ein Tourismus gefördert, der in Entwicklungsländern einen erheblichen Beitrag zur Reduzierung von Armut leisten kann, indem Einheimischen qualifizierte Arbeitsplätze und Mitsprache in der Regionalentwicklung angeboten werden.⁴¹

2.2 Die Bedeutung von Volunteer-Tourismus

Die verschiedenen Aspekte des Untersuchungsfeldes Volunteer-Tourismus sollen in den folgenden Abschnitten näher dargestellt und untersucht werden.

Der Gedanke, eine Reise mit Freiwilligenarbeit zu verbinden, ist in der Tourismusindustrie nicht neu. Der Sektor des Volunteer-Tourismus entwickelte sich allerdings erst in jüngster Zeit, weshalb eine allgemeingültige Definition aus diesem Grund nicht zu ermitteln ist.⁴² Ebenso hat die deutsche Tourismuswissenschaft, im Gegensatz zum angelsächsischen Raum, nur im begrenzten Umfang verlässliche Studien zum Thema Volunteer-Tourismus vorgelegt, was die Vergleichbarkeit der entsprechenden Daten erschwert.⁴³ Lediglich Publikationen zu den Themen „Projekttourismus“ oder „Tourismus in Entwicklungsländern“ sind vorhanden, in welche sich diese neue Form des Tourismus einordnen lässt. Projektbesuche werden immer häufiger von Entwicklungs- und Umweltorganisationen wie z.B. dem World

http://www.fairunterwegs.org/fileadmin/ContentGlobal/PDF/Fairer_Handel/EntwicklungFairerHandelImTourismus102010.pdf [02.03.2011], S. 1.

40 Vgl. FAR (Hrsg.) (2008): Unser Kriterienkatalog, Abruf von

http://forumandersreisen.de/content/dokumente/Kriterienkatalog_de.pdf [03.03.2011].

41 Vgl. Luger, Kurt (2006): Tourismus als Entwicklungsmodell. Nachhaltigkeitsversuche, Armutsreduzierung und Regionalentwicklung, in: Baumhackl, Herbert / Habinger, Gabriele / Kolland, Franz / Luger, Kurt (Hrsg.): Tourismus in der „Dritten Welt“. Zur Diskussion einer Entwicklungsperspektive, Wien 2006, S. 127-152, (S. 128).

42 Vgl. Benson, Angela M. (2011a): Volunteer tourism: structuring the research agenda, in: Dies. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 240-251, (S. 243).

43 Vgl. Coghlan, Alexandra (2006): Volunteer tourism as an emerging trend or an expansion of ecotourism? A look at potential clients' perceptions of volunteer tourism organizations, in: International Journal of Non-profit and Voluntary Sector Marketing 11, Nr. 3, (2006), S. 225-237, (S. S.226); Wearing, Stephen (2001): Volunteer tourism: experiences that make a difference, Wallingford 2001, S. 3; Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: Current issues in tourism 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 481); Tourism Research and Marketing (TRAM) (Hrsg.) (2008): Volunteer Tourism: A global analysis, Barcelona 2008, S. 5.

Wildlife Fund (WWF) geplant und durchgeführt.⁴⁴ Dabei werden im Rahmen einer Studien- oder Badereise Projekte von den Reisenden persönlich begutachtet. Dadurch soll ihnen ein Einblick in den Projektalltag gewährt und zur Sensibilisierung für die Anliegen der Entwicklungszusammenarbeit⁴⁵ und des Umweltschutzes beigetragen werden.⁴⁶ Ähnlich legte der 2006 gegründete Reiseveranstalter „Explore and Help“ ihren Schwerpunkt auf diese Art des Wohltätigkeitstourismus: Indem Teilnehmer die Kosten für ihre Reise bezahlen, spenden sie Geld für Gemeinde- oder Umweltprojekte und haben die Möglichkeit, diese Projekte zu besuchen, um zu sehen, wie das von ihnen gespendete Geld benutzt wird.⁴⁷

Weiter als der reine Projektbesuch geht das Konzept der Mitarbeit in Projekten. Während Freiwilligendienste⁴⁸ lange Zeit vor allem im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit verbreitet waren, hat sich nun in der Tourismusbranche ein neues Reisesegment aufgetan. Diese intensivere Form des Austauschs wird *Volunteer Tourism* genannt, wenn die Mitarbeit der Hauptzweck einer Reise ist, hingegen *VolunTourism*, wenn es sich um ein Element eines ansonsten konventionellen Urlaubs handelt.⁴⁹

44 Vgl. Bödecker, Andreas (2011): forum anders reisen – WWF-Projektregionen hautnah erleben, Abruf von <http://www.wwf.de/kooperationen/forum-anders-reisen-ev> [23.05.2011].

45 Eine Erläuterung des Begriffs Entwicklungszusammenarbeit findet sich im Dossier im Anhang.

46 Vgl. Job, Hubert / Weizenegger, Sabine (2004): Tourismus in Entwicklungsländern, in: Becker, Christoph / Hopfinger, Hans / Steinecke, Albrecht (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus in die Dritte Welt, Freiburg/Düsseldorf 2004, S. 629-640, (S. 638); Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung (Hrsg.) (2009): Freiwilligen-Einsatz in den Ferien, als Praktikum oder für ein Zwischenjahr: Wie finde ich ein gutes Angebot?, Abruf von

http://www.fairunterwegs.org/fileadmin/ContentGlobal/PDF/FAQ_s/Freiwilligen_Einsatz_in_den_Ferien.pdf [23.05.2011]; Aderhold, Peter et al. (2006): Tourismus in Entwicklungsländern. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes, Ammerland/Starnberger See 2006, S. 229; Suchanek, Norbert (2000): Ausgebucht – Zivilisationsfluch Tourismus, Stuttgart 2000, S. 130.

47 Vgl. Explore and Help (Hrsg.): Die Idee, Abruf von

http://www.exploreandhelp.de/explore/main.php?kat_id=34&root_kat_id=3&subnavi_found=no [23.05.2011].

48 Eine Erläuterung des Begriffs Freiwilligendienst findet sich im Dossier im Anhang.

49 Vgl. Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: Current issues in tourism 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 480).

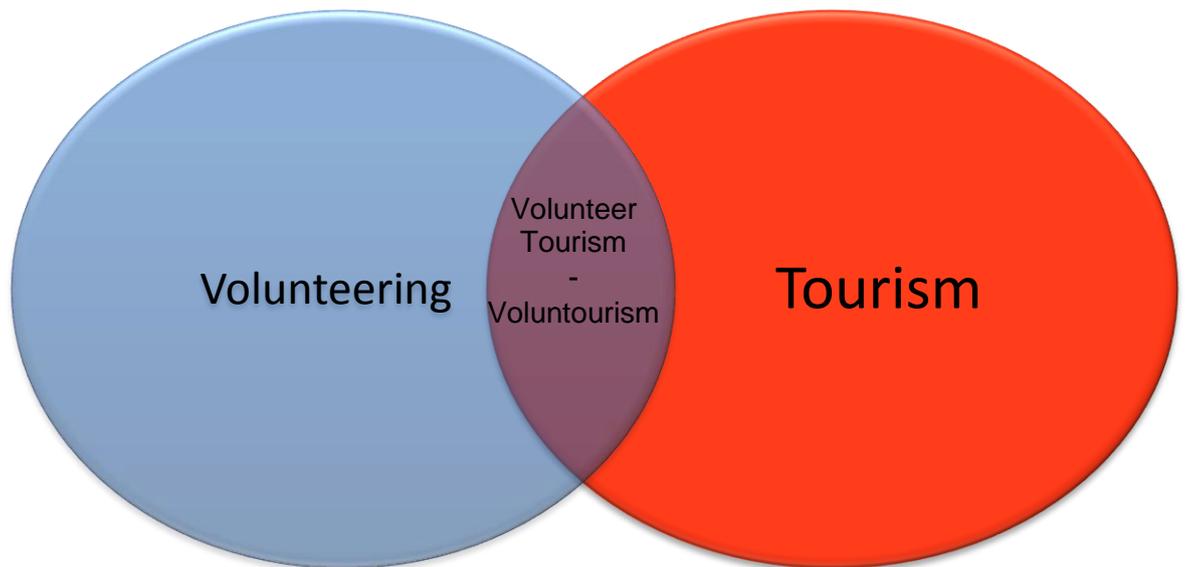


Abb. 2: Begriffszusammensetzung (Quelle: Eigene Darstellung)

In die deutsche Sprache haben diese Ausdrücke bislang kaum Eingang gefunden.⁵⁰ Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird der Begriff „Volunteer-Tourismus“ als Kombination aus Wörtern beider Sprachen verwendet, da „Freiwilligenarbeits-Tourismus“ doch arg holprig klingt. Im deutschen Sprachgebrauch schließt die Freiwilligenarbeit in der Regel die Freiwilligendienste mit ein. Volunteer-Reisen und Volunteer-Tourismus sind aber eindeutig von den Freiwilligendiensten abzugrenzen, die speziell über Träger- beziehungsweise Entsendeorganisationen organisiert werden.⁵¹ Obwohl Ferienangebote für Voluntourism in Entwicklungs- und Umweltprojekten nicht mit Freiwilligeneinsätzen von Hilfswerken verwechselt werden dürfen, bestehen offensichtlich Parallelen und fließende Übergänge zwischen den beiden Tourismusformen.⁵²

Volunteer-Tourismus ist ein wachsender Nischenmarkt im Tourismus geworden und zu verstehen als geradezu zwangsläufige Konsequenz der folgenden Bedürfnisse westlicher

⁵⁰ Vgl. Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationer, in: Current issues in tourism 8, Nr. 6, (2005), S. 479-496, (S.480); Herbst, Gunnar (2009): Freiwillige vor!, Abruf von <http://visozial.org/files/2010/07/Reisen-und-Helfen-Lufthansa-Magazin-2009.pdf> [23.05.2011], S. 21; Müller, Dorothea / Reeh, Tobias (2010): Volunteer Tourism in Namibia, in: tw Zeitschrift für Tourismuswissenschaft 2, Nr. 1 (2010), S. 19-36, (S. 24).

⁵¹ Vgl. Initiative auslandszeit (Hrsg.): Volunteer-Reisen & Volunteer-Tourismus, Abruf von <http://www.freiwilligenarbeit.de/volunteer-reisen.html> [18.04.11].

⁵² Vgl. Tourism Concern (Hrsg.): International volunteering – Gaps in Development, Abruf von <http://tourismconcern.org.uk/index.php?page=gap-years> [07.03.2011].

Gesellschaften - etwas anderes im Urlaub erleben zu wollen, das besuchte Land nicht nur als Tourist kennenzulernen, einen zeitlich begrenzten Ausstieg aus dem Alltag zu vollziehen oder die Natur intensiv und aktiv zu entdecken.⁵³ Sie sind vermehrt auf der Suche nach Tourismusformen, die alternative Erfahrungen abseits vom Massentourismus bieten.⁵⁴ Gegenwärtig ist auch ein gesellschaftlicher Wertewandel von der Spaß- zur Sinngesellschaft zu beobachten. Dazu passt die Kombination Reisen und Helfen sehr gut: Gefragt sind touristische Angebote, die nicht mehr nur Spaß und Abenteuer vermitteln, sondern vor allem neue, authentische, interaktive und individuell sinnvolle Tiefenerfahrungen suggerieren.⁵⁵ So hat beispielsweise die Hotelgruppe Ritz-Carlton für seine Gäste neben Zimmern mit Frühstück auch „Give Back Getaways“ in seinem Angebot. Mit den Einnahmen unterstützen die Hotels Hilfsorganisationen aus der Umgebung. Die „Sinnmärkte der guten Taten“ und des Gemeinsinns sind eng verknüpft mit dem gestiegenen Verlangen der Menschen, der Gesellschaft etwas zu geben, ohne dafür monetär entlohnt zu werden.⁵⁶ Dass die Bedeutung dieses Aspekts immer mehr zunimmt und seit ca. zehn Jahren einen regelrechten Aufschwung unter den deutschen Jugendlichen erlebt, darüber sind sich die Tourismusexperten einig.⁵⁷ Wie lange dieser Boom zukünftig Bestand hat und ob er nur als vorübergehender „Hype“ angesehen werden sollte, ist schwer einzuschätzen.⁵⁸ Die „Initiative auslandszeit“ führt in diesem Zusammenhang an: „Volunteer-Reisen sind eine gute

⁵³ Vgl. Müller, Dorothea/Reeh, Tobias (2010): Volunteer Tourism in Namibia, in: *tw Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* 2, Nr. 1, (2010), S. 19-36, (S.24).

⁵⁴ Vgl. Ooi, Natalie / Laing, Jennifer H. (2010): Backpacker tourism: sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivations, in: *Journal of sustainable tourism* 18, Nr. 2, (2010), S. 191-206, (S.191).

⁵⁵ Vgl. McIntosh, Alison / Zahra, Anne (2007): A cultural encounter through volunteer tourism: towards the ideals of sustainable tourism? In: *Journal of sustainable tourism* 15, Nr. 5, (2007), S. 541-556, (S. 541f.); Romeiß-Stracke, Felizitas / Born, Karl (2003): Abschied von der Spaßgesellschaft. Freizeit und Tourismus im 21. Jahrhundert, Amberg 2003, S. 147; Wearing, Stephen / Lyons, Kevin / Sneed, Suzanne Leigh (2010): Volunteer Tourism, in: Liburd, Janne J. (Hrsg.): *Understanding the sustainable development of tourism*, Oxford 2010, S. 188-204, (S. 190).

⁵⁶ Vgl. Wenzel, Eike (2009): *Sinnmärkte. Der Wertewandel in den Konsumwelten*, Kelkheim 2009, S. 116f.

⁵⁷ Vgl. Callanan, Michelle / Thomas, Sarah (2005): Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment, in: Novelli, Marina (Hrsg.) *Niche Tourism Contemporary Issues, Trend and Cases*, Oxford 2005, S. 183-200, (S. 183); Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: *Current issues in tourism* 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 479); Initiative auslandszeit (Hrsg.): *Volunteer-Reisen & Volunteer-Tourismus*, Abruf von <http://www.freiwilligenarbeit.de/volunteer-reisen.html> [18.04.11].

⁵⁸ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Sven Mangels, Geschäftsführung der Firma explore and help am 15.04.2011.

Alternative zu anderen Formen des Auslandsaufenthalts (z.B. zu Work & Travel, Farm- und Rancharbeit, Au-pair oder auch einem Auslandspraktikum), denn zum einen können die Volunteers nach ihrem Freiwilligenarbeits-Trip neben der Auslandserfahrung auch soziales Engagement vorweisen, was sich sehr gut im Lebenslauf macht; und andererseits ist Volunteering eine sehr flexible Form des Auslandsaufenthalts, von wenigen Wochen bis zu vielen Monaten möglich, an vielen Orten in vielfältigen Projekten weltweit, in der Regel mit einem schlichten Touristenvisum. Das Konzept der Volunteer-Ferien und das große Spektrum an Möglichkeiten des auf kurze Zeit angelegten Volunteering erlauben es einer größeren Bandbreite von Menschen in unterschiedlichen Lebensphasen, als Volunteers zu reisen, selbst wenn sie nicht die Zeit haben, einige Monate lang oder gar noch länger wegzugehen. Außerdem trifft es den Zeitgeist: Bei immer mehr armen und hilfebedürftigen Menschen in der Welt, zunehmenden Umweltkatastrophen und einer wachsenden Zahl an bedrohten Tierarten, über die wir durch die Massenmedien immer mehr erfahren, wächst auch das Bedürfnis bei den Menschen der westlichen Welt, ihre Hilfe anzubieten und etwas Sinnstiftendes neben dem eigenen tristen Alltag zu tun.⁵⁹ Das ließ sich auch an der Tsunamikatastrophe im Jahr 2004 ablesen, denn wohl kaum ein Ereignis hat in der Tourismusgeschichte ein derartiges weltweites Mitgefühl ausgelöst.⁶⁰

Vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Individualisierungsprozesse und der Auflösung traditioneller Gemeinschaftsbindungen gewinnt die Frage, unter welchen Voraussetzungen sich Menschen solidarisch verhalten, unmittelbar an Relevanz. Dabei spricht man häufig von einer „neuen Ehrenamtlichkeit“, die sich im Unterschied zum „alten Ehrenamt“ nicht auf langfristige institutionelle Bindungen bezieht, sondern von vornherein zeitlich befristet ist.⁶¹ Es existieren gegenwärtig unzählige Volunteer-

59 o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Christian Rohde, Leiter Kommunikation der Firma Initiative auslandszeit am 03.03.2011; dass. mit Matthias Beyer, Geschäftsführung der Firma mascontour am 09.03.2011.

60 Vgl. Hirschel, Petra (2011): Gesellschaftlicher Einsatz, in: Travel One Nachhaltigkeitsreport Touristik, Nr. 1 (2011), S. 48.

61 Vgl. Krettenauer, Tobias / Gudulas, Niki (2003): Motive für einen Freiwilligendienst und die Identitätsentwicklung im späten Jugendalter. Eine empirische Untersuchung zur Lebenslaufcharakteristik „neuen sozialen Engagements“, in: Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und pädagogische Psychologie 35, Nr. 4, (2003), S. 221-228, (S. 221f.).

Tourismus betreffende Kampagnen von Organisationen, die eine Reise mit einer „Absicht“ („travel with a purpose“) versprechen und damit um Teilnehmer werben, die einen nachhaltigen Beitrag leisten wollen („come and make a difference“ oder „contribute in a meaningful way“ lauten beispielsweise die Werbeparolen).⁶²

Jedoch gerät diese Art des Tourismus auch immer mehr in die Kritik und wirft viele Fragen auf. Ist es tatsächlich möglich, das Leben von Gemeinden in den Destinationen, in denen Volunteer-Touristen arbeiten, zu verbessern und Armut zu verringern? Oder ist es eher ein Marketinginstrument, das zu einem positiven Unternehmensimage verhilft? Die zentrale Frage lautet daher: Haben Kurzzeitfreiwilligenarbeitseinsätze einen positiven Effekt auf sozial-kulturelle, ökonomische und ökologische Verhältnisse in Entwicklungsländern? Oder ist ein sinnvoller Beitrag nur möglich, wenn es um Langzeitaufenthalte geht? Es sind daher hohe Ansprüche an das touristische Produkt als solches zu stellen. Die folgenden Kapitel sollen das Konzept des Volunteer-Tourismus in seiner komplexen Struktur näher vorstellen und beleuchten, indem der Begriff des Volunteer-Tourismus dekonstruiert wird, Begriffsbestimmungen geliefert werden und der Volunteer-Tourismus in den entsprechenden historischen Kontext eingebettet wird, sowie eine Untersuchung der Art und Weise, wie er mit anderen Tourismussparten zusammenhängt.

2.2.1 Begriffserklärungen

Was verbirgt sich hinter diesem neuen Ausdruck in der Tourismusindustrie? Wie entwickelte er sich und wie lässt er sich genauer definieren? Diesen Fragen soll im Folgenden nachgegangen werden. Wie bereits dargestellt, setzt sich der Begriff „Volunteer-Tourismus“ aus zwei Begriffen zusammen. Aus diesem Grund sollen diese zunächst getrennt voneinander betrachtet werden.

⁶² Vgl. Make a difference (Hrsg.): Voluntourism, Abruf von <http://www.makeadifference.de/social-travel/voluntourism> [11.05.2011].

Volunteer bzw. Volunteering

Das englische Wort „**volunteer**“ heißt in der deutschen Übersetzung Volontär, Ehrenamtlicher oder auch Freiwilliger.⁶³ Freiwilliges und bürgerschaftliches Engagement wird im angelsächsischen Sprachraum „Volunteering“ genannt.⁶⁴ Es handelt sich um „eine freiwillig ausgeführte Tätigkeit, die ohne finanzielle Entlohnung stattfindet. Das generelle Ziel ist, dass anderen geholfen wird. Es handelt sich eine Arbeit, die von einem Menschen aus freiem Willen zugunsten anderer Menschen, außerhalb der unmittelbaren Familie, ohne Bezahlung, allenfalls bis auf ein kleines Entgelt und/oder einem Ausgabenersatz, ausgeführt werden.“⁶⁵

Dennoch ist der Begriff Freiwilligenarbeit in der deutschen Sprache bei weitem nicht so etabliert wie das englische „**Volunteering**“. Manche, insbesondere international agierende Organisationen behelfen sich damit, dass sie auf den englischen Ausdruck zurückgreifen.⁶⁶ Die Unsicherheit bei der Definition des Begriffes Ehrenamt zeigt sich in seinen vielen Nebenausdrücken wie bürgerliches Engagement, Freiwilligenarbeit, Freiwilligenengagement oder Volunteering.⁶⁷ Im Unterschied zu anderen Ländern ist es bisher nicht gelungen, die unterschiedlichen Tätigkeiten und die ihnen jeweils zugeordneten Bezeichnungen unter nur einem Begriff zu zusammenzufassen.⁶⁸ Zum anderen spiegelt die englische Begrifflichkeit auch die Tatsache wider, dass „Volunteering“ vor allem in den USA eine große Bedeutung im Alltag der Menschen hat. Beispiele hierfür sind das „environmental volunteering“, das „volunteering in schools“, das „corporate volunteering“⁶⁹ oder das „virtual volunteering“.⁷⁰

63 Vgl. Initiative auslandszeit (Hrsg.): Volunteer-Reisen & Volunteer-Tourismus, Abruf von <http://www.freiwilligenarbeit.de/volunteer-reisen.html> [18.04.2011].

64 Vgl. Gaskin, Katharine / Smith, Justin, Davis / Paulwitz, Irmtraut et al. (1996): Ein neues bürgerschaftliches Europa. Eine Unterstützung zur Verbreitung und Rolle von Volunteering in zehn Ländern, Freiburg 1996, S. 12.

65 Ebd., S. 31; Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: Current issues in tourism 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 483).

66 Vgl. Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (Hrsg.) (2009): Freiwilliges Engagement in Österreich, Abruf von [http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/5/1/4/CH0139/CMS1218445655316/freiwilligenbericht_let_ztf.3_\(2\).pdf](http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/5/1/4/CH0139/CMS1218445655316/freiwilligenbericht_let_ztf.3_(2).pdf) [25.05.2011], S. 3.

67 Vgl. Rosenkranz, Doris/Weber, Angelika (Hrsg.) (2002): Freiwilligenarbeit. Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit, Weinheim/München 2002, S.9.

68 Vgl. Bock, Teresa (2002): Vom Laienhelfer zum freiwilligen Experten. Dynamik und Struktur des Volunteering, in: Rosenkranz, Doris / Weber, Angelika (Hrsg.): Freiwilligenarbeit. Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit, Weinheim/München 2002, S. 21-30, (S. 17).

69 Eine Erläuterung des Begriffs corporate volunteering findet sich im Dossier im Anhang.

Einige Freiwillige werden auch zugleich als Touristen eingeordnet, die im Rahmen der Freiwilligenarbeit um die Welt reisen, während andere im Heimatland bleiben und dort freiwillige Tätigkeiten ausführen.⁷¹

Volunteer-Tourismus

Zunächst soll geklärt werden, was unter dem Begriff Tourismus zu verstehen ist, wozu die Definition der United Nations World Tourism Organization (UNWTO) herangezogen wird. Tourismus wird bezeichnet als „die Aktivitäten von Personen, die sich an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung begeben und sich dort nicht länger als ein Jahr zu Freizeit-, Geschäfts- oder anderen Zwecken aufhalten [...]“.⁷²

Die gängigste und in der Literatur am häufigsten verwendete Definition von Volunteer-Tourismus formulierte Wearing und lautet wie folgt:

„The generic term “volunteer tourism” applies to those tourists who, for various reasons, volunteer in an organized way to undertake holidays that might involve aiding or alleviating the material poverty of some groups in society, the restoration of certain environments or research into aspects of society or environment.”⁷³ Er lieferte eine Definition des Volunteer-Tourismus, die den Aspekt der Freizeit, den Zusammenhang mit Urlaub sowie die unterschiedlichen Tätigkeiten im Bereich der Umweltarbeit, der Forschung und der Gemeinwesenentwicklung miteinander vereint.

Die Volunteer-Tourismus-Industrie benutzt andererseits oft den Ausdruck Voluntourism „as the conscious, seamlessly integrated combination of voluntary service to a destination and the best, traditional elements of travel, arts, culture, geography, history and recreation, in that destination”.⁷⁴ Diese Definition räumt gründlich mit dem Widerspruch auf, der in der Verbindung von Volunteering und Tourismus besteht, und fügt einen Schlüsselbegriff zur Definition hinzu: Service.

70 Vgl. Initiative auslandszeit (Hrsg.): Volunteer-Reisen & Volunteer-Tourismus, Abruf von <http://www.freiwilligenarbeit.de/volunteer-reisen.html> [18.04.2011].

71 Vgl. Holmes, Kirsten / Smith, Karen (2009): Managing volunteers in tourism. Attractions, destinations and events, Oxford 2009, S. 3.

72 Freyer, Walter (2009): Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 9. Aufl., München 2009, S. 2.

73 Wearing, Stephen (2001): Volunteer tourism. Experiences that make a difference, Wallingford 2011, S.1.

74 Clemmons, David (2009): Voluntourism Defined, Abruf von <http://www.Voluntourism.org> [21.03.2011].

Beide Definitionen kombinieren zwei Elemente – zum einen das, des Tourismus und dann jenes der Freiwilligenarbeit in den Destinationen, die sie besuchen.⁷⁵

Als Volunteer-Touristen werden Personen bezeichnet, die „[...] seeking a tourist experience that is mutually beneficial that will contribute not only to their individual development, but also positively and directly to the social, natural and economic context in which they are involved.“⁷⁶ Man könnte den Volunteer-Touristen als neuen Typus des Touristen auffassen, dessen Werte sich geändert haben.

Klassische Zielgebiete des Volunteer-Tourismus sind je nach Art des Einsatzes meist Länder der Dritten Welt,⁷⁷ in denen NGOs (Non-Governmental-Organization) Hilfsprojekte durchführen.⁷⁸ Die meisten Angebote beziehen sich auf Asien, Südamerika oder das südliche Afrika.⁷⁹ Als derzeit bedeutsame Quellgebiete erweisen sich neben West- und Zentraleuropa insbesondere die Vereinigten Staaten von Amerika und Australien.⁸⁰

Ein Schlüsselement im Volunteer-Tourismus ist die Tatsache, dass die Freiwilligen keine Bezahlung erhalten, sondern sie im Gegenteil für die Freiwilligenarbeit Geld ausgeben.⁸¹ Der Betrag ist gewöhnlich höher als eine „normale“ Reise in die gleiche Destination,⁸² weshalb andere Faktoren als ein günstiger Preis zum Tragen kommen.⁸³

75 Vgl. Ingram, Joanne (2011): Volunteer tourism: how do we know it is „making a difference“?, in: Benson, Angela M. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 211-222, (S. 219).

76 Wearing, Stephen (2004): Examining best practice in volunteer tourism, in: Stebbins, Robert A. / Graham, Margaret (Hrsg.): Volunteering as Leisure/Leisure as Volunteering, Oxford 2004, S. 209-224, (S. 214).

77 Vgl. Zahra, Anne / McIntosh, Alison J. (2007) Volunteer tourism: Evidence of cathartic tourist experiences, in: Tourism Recreation Research 32, Nr. 1, (2007), S. 115-119, (S. 115).

78 Vgl. Müller, Dorothea/Reeh, Tobias (2010): Volunteer Tourism in Namibia, in: tw Zeitschrift für Tourismuswissenschaft 2, Nr. 1, (2010), S. 19-36, (S. 20).

79 Vgl. Wearing, Stephen (2001): Volunteer tourism: experiences that make a difference, Wallingford 2001, S. 2; Hindle, Charlotte (2007): International volunteering: an overview, in: Lonely Planet (Hrsg.): Volunteer – A Traveller´s Guide to Making a Difference Around the World, London 2007, S. 8-22, (S. 15).

80 Vgl. TRAM (Hrsg.) (2008): Volunteer Tourism: A global analysis, Barcelona 2008, S. 44.

81 Vgl. Mowforth, Martin / Munt, Ian (2009): Tourism and Sustainability. Development, globalization and new tourism in the Third World, 3. Auflage, New York 2009, S. 127.

82 Wearing, Stephen (2001): Volunteer tourism: experiences that make a difference, Wallingford 2001, S. 2.

83 Vgl. Tomazos, Konstantinos (2010): Volunteer tourism – an ambiguous marketing phenomenon, Abruf von

http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:nNCT8IEuoWIJ:www.businessperspectives.org/journals_free/im/2010/im_en_2010_4_Tomazos.pdf+Volunteer+tourism+%E2%80%93+an+ambiguous+marketing+phenomenon&hl=de&gl=de&pid=bl&srcid=ADGEEShsTLsDk6Z3cl_uLMLnE_KTYW3qv_KuZVGizfbP0izBm0ZlBl9zZT6VaxHGILNwTRxG05LSsF6oDtGK4Egyn-

Begriffsbestimmung Entwicklungsland

Trotz unzähliger Ansätze gibt es kein festgelegtes, allgemein anerkanntes Übereinkommen über den Begriff des Entwicklungslandes.⁸⁴ Als weitgehende Gemeinsamkeiten gelten: Massenarbeitslosigkeit, Bevölkerungsexplosion, zunehmende Ressourcenzerstörung sowie fatale Verschuldungsprobleme und wachsende politische Instabilitäten.⁸⁵ Zudem sind sie gekennzeichnet durch niedriges Pro-Kopf-Einkommen, schlechte Gesundheitsversorgung,⁸⁶ gravierende Einkommensunterschiede innerhalb der Bevölkerung, veraltete, unangemessene Bildungssysteme, sowie erhebliche und ständig wachsende Abhängigkeit von ausländischen, oft unpassenden Technologien, Institutionen und Wertesystemen. Deshalb ist es fast folgerichtig, dass sich auch die Ziele der Entwicklungsländer weitgehend ähneln. Neben der Beseitigung von Armut, Arbeitslosigkeit und diversen Ungleichheiten gilt es, ein Mindestniveau an Bildung, Gesundheit, Nahrung und Wohnstandard herzustellen und wirtschaftliche und soziale Betätigungsmöglichkeiten auszuweiten.⁸⁷ Durch die Heterogenität der Länder ergeben sich große Probleme hinsichtlich ihrer Vergleichbarkeit.⁸⁸ Unterschiedliche Organisationen haben sich mit der Klassifizierung bzw. Kategorisierung von Entwicklungsländern eingehend beschäftigt: Dazu gehören die Vereinten Nationen, die Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) sowie die Weltbank.

In der vorliegenden Arbeit wird bewusst darauf verzichtet, ihr eine bestimmte Definition zugrunde zu legen. Eine nähere Auseinandersetzung ist für die hier gewählte Thematik nicht relevant.

CFuPhrHaPz62pp2kQNx8MhK7uGLkErPrBZOQURLSJYo2_AjJ6&sig=AHIEtbQ2EwwM1pnmX_yYcteZGP9_BDpfKA [14.04.2011], S. 2.

⁸⁴ Vgl. Aderhold, Peter et al. (2006): *Tourismus in Entwicklungsländern. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes, Ammerland/Starnberger See 2006*, S. 1.

⁸⁵ Vgl. Vorlauffer, Karl (1996): *Tourismus in Entwicklungsländern. Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr*, Darmstadt 1996, S. 19.

⁸⁶ Vgl. Job, Hubert / Weizenegger, Sabine (2004): *Tourismus in Entwicklungsländern*, in: Becker, Christoph / Hopfinger, Hans / Steinecke, Albrecht (Hrsg.): *Geographie der Freizeit und des Tourismus in die Dritte Welt*, Freiburg/Düsseldorf 2004, S.629-640, (S. 629).

⁸⁷ Vgl. Todaro, Michael (1997): *Economic Development*, 5. Aufl., New York, 1997, S.28.

⁸⁸ Vgl. Job, Hubert / Weizenegger, Sabine (2004): *Tourismus in Entwicklungsländer*, in: Becker, Christoph / Hopfinger, Hans / Steinecke, Albrecht (Hrsg.): *Geographie der Freizeit und des Tourismus in die Dritte Welt*, Freiburg/Düsseldorf 2004, S. 629-640, (S. 629).

Einordnung

Einen Überblick, in welchem Bereich sich das Nischensegment Volunteer-Tourismus in der Tourismusbranche einordnen lässt, erhält man durch folgende Abbildung.

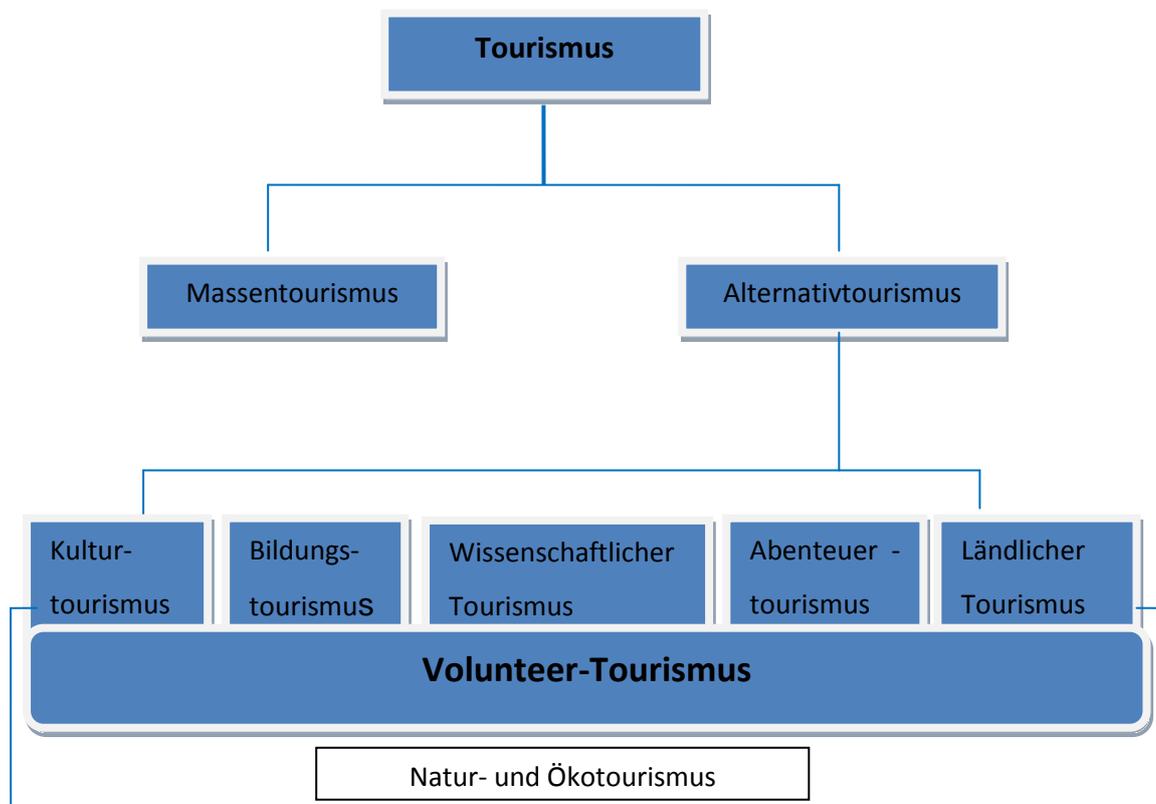


Abb. 3: Einordnung von Volunteer-Tourismus (Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Wearing, Stephen (2001): Volunteer tourism: experiences that make a difference, Wallingford 2001, S. 30.)

Abbildung 3 zeigt die unterschiedlichen Formen des Tourismus, die in Beziehung miteinander stehen. Sie demonstriert gleichzeitig dessen vielschichtige Überschneidungen und Abweichungen voneinander. Das Hauptkriterium des Volunteer-Tourismus ist die Abgrenzung zum Massentourismus hinsichtlich seiner Größe und seinen möglichen Auswirkungen. Er wirkt auf alle Bereiche des Alternativtourismus⁸⁹ ein. Die unterschiedlichen Tourismusformen, bestehend aus Kultur-, Bildungs-, Wissenschafts-, Abenteuer- und Ländlichem Tourismus, bieten somit eine Alternative

⁸⁹ Eine Erläuterung des Begriffs Alternativtourismus findet sich im Dossier im Anhang.

zum Massentourismus, wobei der Öko- bzw. Naturtourismus⁹⁰ gesondert zu betrachten ist, da er sich (im Gegensatz zu den anderen genannten Formen) nur schwer in die gleiche Kategorie eingliedern lässt.⁹¹ Insgesamt beinhaltet der Volunteer-Tourismus derzeit eine Vielzahl unterschiedlicher Spielarten des Alternativtourismus. Konzepte, wie „Serious leisure“, „Community-based Tourism“⁹² (Gemeindeorientierter Tourismus), „Responsible Tourism“, „Charity Tourism“, „sanfter Tourismus“, „Ökotourismus“ und nicht zuletzt „Volunteer-Tourismus“ sind Konzepte, die unter dem Oberbegriff „Alternativtourismus“ zusammengefasst werden.

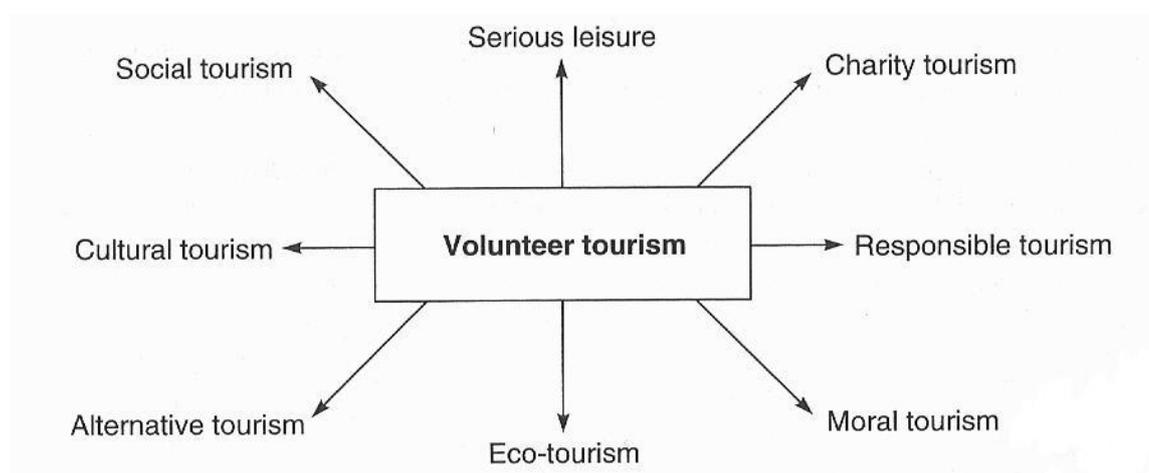


Abb. 4: Kategorisierung (Quelle: Callanan, Michelle / Thomas, Sarah (2005): Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment, in: Novelli, Marina (Hrsg.) Niche Tourism Contemporary Issues, Trend and Cases, Oxford 2005, S. 183-200, S. 185.)

Alle genannten Formen ähneln einander, da sie einen nachhaltigen Tourismus zu verwirklichen versuchen.⁹³ Die verschiedenen Möglichkeiten und Überschneidungen erschweren eine klare Trennung, aber sie zeigen Überlagerungen mit anderen Nischen sowie die Komplexität des Ganzen. Volunteer-Tourismus ist außerdem eng mit diesen alternativen Tourismusarten verknüpft, wie etwa „pro-poor“ oder „fair-trade“-tourism.

⁹⁰ Eine Erläuterung der Begriffe Ökotourismus und Naturtourismus findet sich im Dossier im Anhang.

⁹¹ Vgl. Wearing, Stephen (2001): Volunteer tourism: experiences that make a difference, Wallingford 2001, S. 30.

⁹² Eine Erläuterung des Begriffs Community-based Tourism findet sich im Dossier im Anhang.

⁹³ Vgl. Callanan, Michelle/Thomas, Sarah (2005): Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment, in: Novelli, Marina (Hrsg.): Niche Tourism Contemporary Issues, Trend and Cases, Oxford 2005, S. 183-200, (S. 184).

Pro-Poor-Tourism (PPT)⁹⁴ wird am treffendsten übersetzt mit dem Terminus des „armutsreduzierenden Tourismus“⁹⁵ und ist kein bestimmtes Produkt, das sich im Reisebüro buchen lässt, sondern vielmehr ein Konzept von Tourismusentwicklung und Management, das ebenfalls als ein Teilbereich des nachhaltigen Tourismus angesehen werden kann.⁹⁶

Dieses Kapitel hat gezeigt, dass in der Literatur zu diesem Thema die Erfahrung des Volunteer-Tourismus als alternative Tourismuserfahrung wahrgenommen wird, die sich mit anderen Tourismussparten überschneidet.

2.2.2 Entwicklung des Volunteer-Tourismus

Zu Beginn dieses Kapitels soll ein Einblick in die Geschichte des Volunteering gegeben und im Anschluss die Verbindung zum Tourismus hergestellt werden.

Volunteering führt auf eine lange Tradition zurück, die ursprünglich nicht aus einer neuen Tourismusart entstand, sondern aus dem organisierten „volunteering“, d.h. aus uneigennütigen Freiwilligendiensten auf internationaler Ebene.⁹⁷ Seit Jahrzehnten gibt es Organisationen wie die Internationalen Jugendgemeinschaftsdienste (IJGD), die Kolping-Jugendgemeinschaftsdienste, den Service Civil International (SCI), und die Internationale Begegnung in Gemeinschaftsdiensten (IBG), die sogenannte Workcamps anbieten.⁹⁸ Dieses Phänomen trat zum ersten Mal im Jahr 1915 auf und verschiedene Organisationen entwickelten sich rund um den Erdball. Vorreiter des Volunteer-Tourismus in seiner jetzigen Form stellen Organisationen wie Australian Volunteers Abroad oder Voluntary Service Abroad NZ dar, die in den 70er Jahren gegründet

⁹⁴ Eine Erläuterung des Begriffs Pro-poor-tourism findet sich im Dossier im Anhang.

⁹⁵ Vgl. Luger, Kurt (2006): Tourismus als Entwicklungsmodell. Nachhaltigkeitsversuche, Armutsreduzierung und Regionalentwicklung, in: Baumhackl, Herbert / Habinger, Gabriele / Kolland, Franz / Luger, Kurt (Hrsg.): Tourismus in der „Dritten Welt“. Zur Diskussion einer Entwicklungsperspektive, Wien 2006, S. 127-152, (S. 128).

⁹⁶ Vgl. Pro-Poor Tourism Partnership (Hrsg.): What is pro-poor tourism?, Abruf von http://www.propoortourism.org.uk/what_is_ppt.html [26.05.2011].

⁹⁷ Vgl. Hindle, Charlotte (2007): International volunteering: an overview, in: Lonely Planet (Hrsg.): Volunteer – A Traveller’s Guide to Making a Difference Around the World, London 2007, S. 8-22, (S. 10).

⁹⁸ Vgl. Kamptz, Sibylle von (2009): Urlaub mit einer Prise gutem Gewissen, Abruf von <http://www.news.de/gesellschaft/855029195/urlaub-mit-einer-prise-gutem-gewissen/1/> [26.05.2011].

wurden.⁹⁹ Eine weitere Organisation namens Peace Corps wurde 1961 von John F. Kennedy ins Leben gerufen. Ihre Programme zeichneten sich durch eine lange Aufenthaltsdauer aus, bei der Freiwillige sich für zwei Jahre verpflichteten, im Ausland Hilfe zu leisten. Kurz darauf begannen auch andere Organisationen auf diesen längerfristigen Ansatz zu setzen.¹⁰⁰ Hier ist besonders die Organisation „Earthwatch“ zu nennen. Earthwatch wurde ebenfalls in den 70er Jahren in den USA als Forschungsorganisation von vier Wissenschaftlern gegründet. Sie hat als erste damit begonnen, die Öffentlichkeit und ihre Mitglieder als freiwillige Helfer in wissenschaftliche Arbeiten und Projekte einzubeziehen, um ein Netzwerk engagierter Menschen entstehen zu lassen.¹⁰¹ Nicht Menschen standen mehr im Mittelpunkt der Arbeit, sondern die Tier- und Pflanzenwelt. Balddarauf bekam die Organisation Existenzsorgen, da zu wenig gespendet wurde. Von diesem Zeitpunkt an entstand die Idee, sich an Touristen zu wenden, weil angenommen wurde, dass diese daran interessiert wären, die besuchte Region zu unterstützen. Die angebotenen Ausflüge zu den Forschungsprojekten wurden tatsächlich positiv angenommen, allerdings kam bei den Reisenden auch der Wunsch auf, nicht nur als Zuschauer zu fungieren, sondern auch selbst Hand anzulegen.¹⁰²

Der Beginn des modernen Volunteer-Tourismus lässt sich auf Workcamps zurückführen, die nach wie vor eine Form des Volunteer-Tourismus darstellen. Zwischen den beiden Weltkriegen fanden längere Arbeitseinsätze in Workcamps zunächst im Zeichen von Frieden und Völkerverständigung statt.¹⁰³ Gegründet wurde das Netzwerk SCI nach dem Ersten Weltkrieg von den Schweizern Pierre Ceresole und Helen Monastiere im Jahre 1920, bei dem deutsche und französische Jugendliche

⁹⁹ Vgl. Hindle, Charlotte (2007): International volunteering: an overview, in: Lonely Planet (Hrsg.): Volunteer – A Traveller’s Guide to Making a Difference Around the World, London 2007, S. 8-22, (S. 10); Voluntourism.org (Hrsg.): Voluntourism – Historical Timeline Prior to 2000, Abruf von <http://www.voluntourism.org/inside-history.html> [26.05.2011].

¹⁰⁰ Vgl. Wearing, Stephen (2001): Volunteer tourism: experiences that make a difference, Wallingford 2001, S. 50.

¹⁰¹ Vgl. Riepl, Maggie (2011): Machen Sie sich im Urlaub doch mal nützlich!, Abruf von <http://www.welt.de/reise/Fern/article12734688/Machen-Sie-sich-im-Urlaub-doch-mal-nuetzlich.html> [26.05.2011].

¹⁰² Vgl. Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung (Hrsg.) (2011): Freiwilligentourismus – Reflexionen aus der Perspektive des Südens, Abruf von <http://www.fairunterwegs.org/themen/thema/article/freiwilligentourismus-reflexionen-aus-der-perspektive-des-suedens.html> [26.05.2011].

¹⁰³ Vgl. Gersmann, Elke (2006): Volunteering – freiwillig helfen im Urlaub, Bielefeld 2006, S. 13.

gemeinsam in einem durch den Krieg zerstörten Dorf an der deutsch-französischen Grenze Aufbauhilfe leisteten. Es folgten weitere internationale Workcamps, insbesondere an Orten, die von Zerstörung durch Kriege und Umweltkatastrophen geprägt waren.¹⁰⁴ Während der 60er Jahre kam es zu einem langsamen Wandel im SCI: Die Workcamps wurden kürzer (zwei - drei Wochen) und beschäftigten sich immer häufiger mit sozialen Problemen, und auch die Zusammenarbeit mit anderen NGOs wurde forciert.¹⁰⁵ Heute arbeiten meistens zehn bis 20 Teilnehmer aus verschiedenen Ländern gemeinsam an einem Projekt zur Friedensarbeit, zum Umweltschutz, in Kulturzentren oder mit sozial ausgegrenzten Menschen.¹⁰⁶ Mittlerweile ist die Organisation in mehr als 30 Staaten Europas, Asiens und in den USA, und dazu mit Partnerorganisationen in Osteuropa, Afrika, Lateinamerika und Australien vertreten.¹⁰⁷ Das zentrale Element der Workcamp-Aufenthalte ist heute, folgt man den Selbstdarstellungen der Workcamp-Organisationen, das „interkulturelle Lernen“.¹⁰⁸ Es gibt Organisationen, die explizit mit den Freizeitangeboten während des Workcamps werben. Doch manche Workcamp-Veranstalter distanzieren sich von dieser Entwicklung und betonen, dass sie keine „Billigreiseveranstalter“ seien und sich das Recht vorbehalten, Bewerber, die mit den idealistischen Intentionen des Austausches nichts gemein haben, abzulehnen.¹⁰⁹

Erwähnt wird in der Literatur auch das Phänomen des „Gap Year“ (Überbrückungsjahr), das ebenfalls als Auslöser der neuen Tourismusform gilt, da es in engem

¹⁰⁴ Vgl. Ell, Nikolaus (2002): Begegnung auf gleicher Augenhöhe? Das Workcamp als Ort interkulturellen Lernens, in: Backes, Martina / Goethe, Tina / Günther, Stephan (Hrsg.): Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur, Freiburg 2002, S. 201-216, (S. 203).

¹⁰⁵ Vgl. Karsai, Albert (2009): Taten nicht (nur) Worte, Abruf von http://www.comediantraveller.com/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=18 [26.05.2011].

¹⁰⁶ Vgl. Gersmann, Elke (2006): Volunteering – freiwillig helfen im Urlaub, Bielefeld 2006, S. 13.

¹⁰⁷ Vgl. Karsai, Albert (2009): Taten nicht (nur) Worte, Abruf von http://www.comediantraveller.com/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=18 [26.05.2011]; Ell, Nikolaus (2002): Begegnung auf gleicher Augenhöhe? Das Workcamp als Ort interkulturellen Lernens, in: Backes Martina / Goethe, Tina / Günther, Stephan (Hrsg.): Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur, Freiburg 2002, S. 201-216, (S. 203).

¹⁰⁸ Vgl. Ell, Nikolaus (2002): Begegnung auf gleicher Augenhöhe? Das Workcamp als Ort interkulturellen Lernens, in: Backes Martina / Goethe, Tina / Günther, Stephan (Hrsg.): Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur, Freiburg 2002, S. 201-216, (S. 201).

¹⁰⁹ Vgl. ebd., S. 206.

Zusammenhang mit dem Volunteer-Tourismus steht.¹¹⁰ Für viele sind die Volunteer-Tourismus-Aktivitäten ein Einstieg oder ein Teil eines „Gap Years“. Der Großteil der Volunteer Touristen reist nach oder während des Projekts noch weiter durch das Land oder die Region.¹¹¹

Seit Beginn des 21. Jahrhunderts ist ein enormes quantitatives Wachstum, aber auch eine qualitative Veränderung im Volunteering zu beobachten, wobei sich letztere durch Tendenzen der Kommerzialisierung und Touristifizierung auszeichnet.¹¹² Seit der Jahrtausendwende kann von einem „volunteer tourism rush“ gesprochen werden.¹¹³ Großes Interesse am „gap year“ entstand in den Medien durch Prominente wie Prinz William oder Prinz Harry, die sich in Projekten einiger Entwicklungsländer engagierten.¹¹⁴ Besonders in den letzten Jahren, in denen die negativen Auswirkungen im Tourismus immer offensichtlicher wurden,¹¹⁵ kam es zu einer regelrechten Ausweitung in Richtung Umweltschutzprogrammen im Rahmen von Freiwilligentätigkeiten im Urlaub. Viele karitative Organisationen schlossen sich in jener Zeit mit Reiseveranstaltern zusammen, um sich an dieser neuen Tourismusform zu beteiligen. Dabei ist die Motivation von Unternehmen, an Projekten mitzuwirken und sich ethisch „richtig“ zu verhalten, auf den Wunsch nach einem positiven Image zurückzuführen.¹¹⁶ Die Entwicklung des Segments Volunteer-Tourismus hebt sich insgesamt von der des „normalen“ Tourismusmarktes deutlich ab.

110 Vgl. Mowforth, Martin / Munt, Ian (2009): *Tourism and Sustainability. Development, globalization and new tourism in the Third World*, 3. Auflage, New York 2009, S. 127; Simpson, Kate (2004): *Doing development: the gap year, volunteer tourists and a popular practice of development*, in: *Journal of International Development* 16, Nr. 5, (2004), S.681-692,(S. 681).

111 Vgl. Mowforth, Martin / Munt, Ian (2009): *Tourism and Sustainability. Development, globalization and new tourism in the Third World*, 3. Auflage, New York 2009, S. 127.

112 Vgl. Callanan, Michelle / Thomas, Sarah (2005): *Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment*, in: Novelli, Marina (Hrsg.): *Niche Tourism. Contemporary Issues, Trend and Cases*, Oxford 2005, S. 183-200, (S. 185), TRAM (Hrsg.) (2008): *Volunteer Tourism: A global analysis*, Barcelona 2008, S. 8.

113 Vgl. Callanan, Michelle/Thomas, Sarah (2005): *Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment*, in: Novelli, Marina (Hrsg.) *Niche Tourism Contemporary Issues, Trend and Cases*, Oxford 2005, S. 183-200, (S. 183).

114 Vgl. Holman, Rebecca (2004): *Mind the Gap*, Abruf von <http://positivenation.co.uk/issue101/features/feature3/feature3.htm> [26.03.2011].

115 Vgl. Brown, Sally / Morrison, Alastair (2003): *Expanding volunteer vacation participation: an exploratory study on the mini-mission concept*, in: *Tourism Recreation Research* 28, Nr. 3, (2003), S.73-82, (S. 77).

116 Vgl. Callanan, Michelle/Thomas, Sarah (2005): *Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment*, in: Novelli, Marina (Hrsg.): *Niche Tourism. Contemporary Issues, Trend and Cases*, Oxford 2005, S. 183-200, (S. 185).

2.2.3 Zielgruppe und Beweggründe

In Bezug auf die soziodemographischen Merkmale sind Volunteer-Touristen zwischen 18 und 25 Jahre alt und sind überwiegend weiblich. Es zeigt sich, dass ein Großteil der Volunteer-Tourismus-Programme bisher stark auf junge Teilnehmer ausgerichtet ist, so dass diese Tourismusform auch mit Jugendtourismus assoziiert wird.¹¹⁷ Es engagieren sich heute allerdings immer mehr Berufstätige in ihrem Urlaub, auch Paare und Familien melden sich vermehrt für Projekte, so dass dann auch die Altersstruktur nach oben erweitert wird.¹¹⁸ Der Anteil der Senioren im Urlaubsreisemarkt wächst ständig und bleibt für die Zukunft ein Wachstumsmotor des Tourismus. Dementsprechend bildet diese Zielgruppe einen Potentialmarkt für den Volunteer-Tourismus.¹¹⁹

Die Beschreibung der Charaktere bzw. die Beweggründe von Volunteers sind ein bewährtes Mittel, das Phänomen in seinen spezifischen Ausprägungen zu verstehen.¹²⁰ Das folgende Modell gibt Aufschluss über die Bedürfnisse und Motive der Volunteers, die durch ihr freiwilliges Engagement ihre Bedürfnisse zu stillen versuchen. Es wurde vom US-amerikanischen Psychologen Maslow entwickelt und soll dazu dienen das Reiseverhalten und die Nachfrage im Tourismus zu beschreiben.¹²¹ Die Stufen der Maslow'schen Bedürfnispyramide bilden menschliche Bedürfnisse, die aufeinander aufbauen (siehe Abb. 4).

¹¹⁷ Vgl. Holmes, Kirsten/Smith, Karen (2009): *Managing volunteers in tourism. Attractions, destinations and events*, Oxford 2009, S. 33.

¹¹⁸ Vgl. Herbst, Gunnar (2009): *Freiwillige vor!*, Abruf von <http://visozial.org/files/2010/07/Reisen-und-Helfen-Lufthansa-Magazin-2009.pdf> [23.05.2011], S. 22.

¹¹⁹ Vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R.) (Hrsg.) (2004): *Urlaubsreisetrends 2015. Die RA-Trendstudie – Entwicklung der touristischen Nachfrage der Deutschen*, Hamburg/Kiel 2004, S.94; Simpson, Kate (2004): *Doing development: the gap year, volunteer tourists and a popular practice of development*, in: *Journal of international Development* 16, Nr. 5, (2004), S. 681-692, (S. 681).

¹²⁰ Vgl. Wearing, Stephen (2001): *Volunteer tourism: experiences that make a difference*, Wallingford 2001, S. 10.

¹²¹ Vgl. Brown, Sally (2005): *Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers*, in: *Current issues in tourism* 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 481).

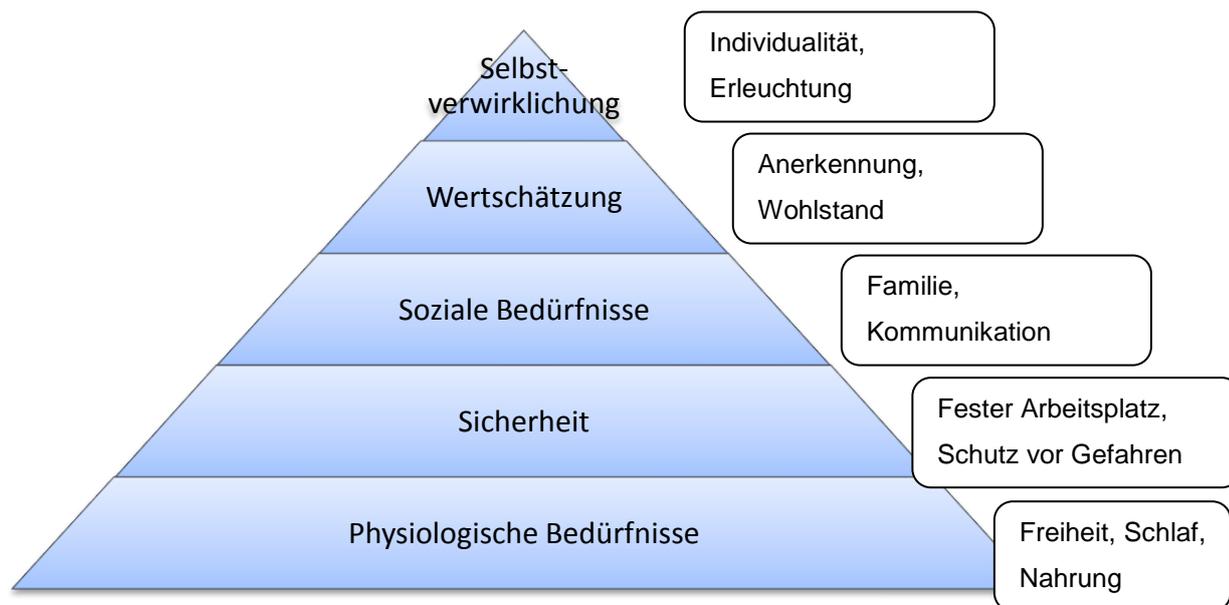


Abb. 5: Bedürfnispyramide nach Maslow (Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Maslow, Abraham H. (1973): Psychologie des Seins, München 1973, S. 37.)

Ein Mainstream-Tourist ist eher darauf bedacht, seine weniger höheren Bedürfnisse zu befriedigen: Diese sind vornehmlich Entspannung, Erholung, Abwechslung, Kontakt und Geselligkeit sowie das Sammeln neuer Eindrücke.¹²² Sie können den egoistischen Motiven zugeordnet werden, wohingegen der sogenannte Ökotourist sich eher der Entwicklung und Verwirklichung seiner Person widmet, was an den höheren Lagen der Maslow'schen Pyramide zu erkennen ist. Die Hierarchie kann insofern auf die Motivforschung der Reiseindustrie übertragen werden, und zwar dahingehend, dass Personen, sofern sie ihre Sicherheitsbedürfnisse gedeckt haben, eher daran interessiert sind, sich und ihr Umfeld in Frage zu stellen und sich weiterführend für die Belange anderer einzusetzen, wie es im Volunteer-Tourismus gegeben ist.¹²³

Die Motive für das Volunteering können zwei Oberbegriffen zugeordnet werden. Diese sind entweder die altruistischen oder die egoistischen Beweggründe.¹²⁴ Es ist deshalb

¹²² Vgl. Freyer, Walter (2009): Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 9. Aufl., München 2009, S. 73; Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: Current issues in tourism 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 482).

¹²³ Vgl. Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: Current issues in tourism 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 481).

¹²⁴ Vgl. Bierhoff, Hans W. (2002): Wie entsteht soziales Engagement und wie wird es aufrechterhalten?, in: Rosenkranz, Doris / Weber, Angelika (Hrsg.): Freiwilligenarbeit. Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit, Weinheim/München 2002, S. 21-30, (S. 26ff.); Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in:

problematisch, die Frage zu beantworten, in welchem Grad das Marketing den Entscheidungsprozess von Teilnehmern beeinflusst, bzw. in welchem AusmaÙe Volunteer-Tourismus-Organisationen Nachfrage kreieren. Es ist ersichtlich, dass sich die ehemals altruistische Philosophie zu einem profitorientierten Wirtschaftsmodell, ausgelöst durch die Vielzahl von unterschiedlichen Organisationen, gewandelt hat.¹²⁵

Altruistische Gründe sind z.B. Verantwortungsbewusstsein für andere; sie grenzen sich damit deutlich von den egoistischen Gründen ab, die den Volunteers ausschließlich selbst etwas bringen sollen. Altruistische Motive können beispielsweise moralische, charakterliche oder spezifische Gründe sein, die sich in persönlicher Aufopferung und Mitgefühl ausdrücken.¹²⁶ Die Motivation der Reisenden, sich für die Tourismusform des Volunteer-Tourismus zu entscheiden, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Sie ist bei Menschen ausgeprägter, die sich auch in ihrer Heimat engagieren, einen höheren Bildungsstand haben und über mehr Reiseerfahrung sowie ein höheres Einkommen verfügen. Für Jugendliche und junge Erwachsene beispielsweise, die sich noch in der Ausbildung befinden, kann ehrenamtliches Engagement ein Mittel sein, berufsrelevante Erfahrungen zu sammeln. Für Berufstätige im mittleren Erwachsenenalter mag es hingegen ein Ausgleich zum beruflichen Alltag darstellen. Für ältere Menschen kann das Engagement wiederum soziale Kontakte und Relevanzerfahrungen bereitstellen. Motive können sich also aufgrund lebensphasenspezifischer Umstände und sozialer Beziehungsmuster verändern.¹²⁷

Current issues in tourism 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 484); Friedl, Harald A. (2002): *Tourismusethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens*, München/Wien 2002. S.164.

¹²⁵ Vgl. Tomazos, Konstantinos (2010): *Volunteer tourism – an ambiguous marketing phenomenon*, Abruf von

http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:nNCT8IEuoWIJ:www.businessperspectives.org/journals_free/im/2010/im_en_2010_4_Tomazos.pdf+Volunteer+tourism+%E2%80%93+an+ambiguous+marketing+phenomenon&hl=de&gl=de&pid=bl&srcid=ADGEEShsTlSdK6Z3cl_uLMLnE_KTYW3qv_KuZVGizfbP0izBm0ZlbIL9zZT6VaxHGILNwTRxG05LSsF6oDtGK4Egyn-CFuPhrHaPz62pp2kQNx8MhK7uGLkErPrBZOQURLSJY02_AjJ6&sig=AHIEtbQ2EwwM1pnmX_yYcteZGP9_BDpfKA [29.05.2011], S. 3f.

¹²⁶ Vgl. Bierhoff, Hans W. (2002): *Wie entsteht soziales Engagement und wie wird es aufrechterhalten?*, in: Rosenkranz, Doris / Weber, Angelika (Hrsg.): *Freiwilligenarbeit. Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit*, Weinheim/München 2002, S. 21-30, (S. 26ff.); Brown, Sally (2005): *Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers*, in: *Current issues in tourism* 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 484); Friedl, Harald A. (2002): *Tourismusethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens*, München/Wien 2002, S.164.

¹²⁷ Vgl. Krettenauer, Tobias/Gudulas, Niki (2003): *Motive für einen Freiwilligendienst und die Identitätsentwicklung im späten Jugendalter. Eine empirische Untersuchung zur Lebenslaufcharakteristik*

Die Reisemotivforschung ist zu dem Fazit gekommen, dass sich die meisten Menschen zum Volunteer-Tourismus entschließen, um anderen zu helfen, denen es schlechter geht als ihnen selbst und die zu den Minderheiten einer Gesellschaft zählen.¹²⁸ Das zweite Thema, das sich herauskristallisiert hat, ist der Wunsch, den weniger Privilegierten etwas zurückgeben zu wollen, da die Freiwilligen meistens aus sozial gehobenen Verhältnissen stammen. Die Entscheidung zur Freiwilligenarbeit bedeutet für sie auch Abstriche zu machen, indem sie sich anpassen und weniger Komfort erleben. Dies hat mit der Vorstellung zu tun, dass sie nach Rückkehr nach Hause ihr eigenes Leben wieder mehr wertschätzen können.¹²⁹ Dazu möchten sie neue Erfahrungen in einer fremden Kultur sammeln.¹³⁰ Eine weitere Motivation besteht darin, Bildung für sich und die eigenen Kinder zu erlangen. Das Kennenlernen von Gleichgesinnten, die die gleichen Werte und Interessen verfolgen, stellt ebenfalls einen integralen Faktor im Volunteer-Tourismus dar, wobei der Spaß für die meisten Volunteers grundsätzlich nicht zu kurz kommen darf.¹³¹

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Volunteer-Touristen nicht nur von einem Motiv erfüllt sind, sondern von einem Mix aus verschiedenen Gründen, wobei die Bildungskraft des einen Motivs die der anderen dominieren kann. Es ist festzustellen, dass Volunteers nicht als eine große, homogene Gruppe anzusehen sind, sondern sich in vielen verschiedenen Kontexten betätigt. Das erschwert ihr Verständnis sowie das ihrer Motive.¹³² Es handelt sich beim neuen Volunteer-Tourismus um eine Mischung aus dem Engagement, etwas für andere zu tun, und dem Wunsch, einen eigenen Nutzen aus

„neuen sozialen Engagements“, in: Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und pädagogische Psychologie 35, Nr. 4, (2003), S. 221-228, (S. 222).

¹²⁸ Vgl. Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: Current issues in tourism 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, S.487ff.; Coghlan, Alexandra (2006): Volunteer tourism as an emerging trend or an expansion of ecotourism? A look at potential clients' perceptions of volunteer tourism organizations, in: International Journal of Non-profit and Voluntary Sector Marketing 11, Nr. 3, (2006), S. 225-237, (S. 225f.).

¹²⁹ Vgl. Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: Current issues in tourism 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 488).

¹³⁰ Vgl. Uriely, Natan / Reichel, Arie / Ron, Amos (2003): Volunteering in tourism: additional thinking, in: Tourism Recreation Research 28, Nr. 3, (2003), S. 57-62, (S. 57).

¹³¹ Vgl. Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: Current issues in tourism 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S.487ff.); Raymond, Eliza / Hall, Colin (2008): The development of cross-cultural (mis)understanding through volunteer tourism, in: Journal of Sustainable Tourism 16, Nr. 5, (2008), 530-543, (S.531).

¹³² Vgl. Sin, Harnng Luh (2009): Volunteer Tourism – “Involve me I will learn”?, in: Annals of tourism research 36, Nr. 3, (2009), S. 480-504, (S. 483).

der Tätigkeit zu ziehen.¹³³ Der Wunsch nach persönlicher Entwicklung, Selbstfindung und Neubeurteilung von Wertvorstellungen ist hierbei maßgeblich.

2.2.4 Programme und ihre Struktur

Wie bereits gezeigt, sind Volunteers im Hinblick auf ihre Motivation, ihre Herkunft und ihre Erwartungen unterschiedlich strukturiert, entsprechend trifft dies auch für die angebotenen Volunteer-Programme zu. Die Spanne an Projekten, in denen Volunteer-Touristen tätig sind, ist sehr groß. Diese unterscheiden sich hinsichtlich von Thematik, Dauer, Preis und Destination. Gewisse Programme richten sich explizit an bestimmte Zielgruppen, etwa an Senioren, Familien, Gruppen, Studenten, Berufstätige oder Unternehmen, während sich andere wiederum auf besondere geographische Regionen oder Orte beschränken. Einige setzen schließlich auf eine Vielfalt der Programme, ohne einen bestimmten Schwerpunkt zu setzen. Grundsätzlich lassen sich jedoch die meisten in die folgenden Kategorien einordnen:

- Themengebiete im **Sozialwesen**: Hilfe auf dem Bau, Kinder- und Jugendarbeit, Arbeit im Krankenhaus;
- im **Umweltschutz**: Mitarbeit bei Naturschutz- und Forschungsprojekten, z.B. Aufklärungsarbeit, Anpflanzungen, Bestandsaufnahmen, Instandhaltungsarbeiten;
- im **Tierschutz**: Mitarbeit in Natur- und Nationalparks, „Animal-Orphanages“ oder „Animal Rescue Centers“, z.B. Tierfütterung, Anlagenreinigung, Datenbankpflege/Studien; und
- im **Bildungswesen**: Assistenz oder Lehrtätigkeit.¹³⁴

133 Vgl. Pearce, Philip / Coghlan, Alexandra (2008): The dynamics behind volunteer tourism, in: Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (Hrsg.): *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives*, Wallingford 2008, S. 130-143, (S. 138); Coghlan, Alexandra (2006): Volunteer tourism as an emerging trend or an expansion of ecotourism? A look at potential clients' perceptions of volunteer tourism organizations, in: *International Journal of Non-profit and Voluntary Sector Marketing* 11, Nr. 3, (2006), S. 225-237, (S. 225f.); Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: *Current issues in tourism* 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 484).

134 Vgl. Wearing, Stephen (2001): *Volunteer tourism: experiences that make a difference*, Wallingford 2001, S. 2; Brown, Sally (2005): Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: *Current issues in tourism* 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 480); Benson, Angela M. (2011b): Volunteer tourism: theory and practice, in: Dies. (Hrsg.): *Volunteer tourism: theory framework to practical applications*, Abingdon 2011, S. 1- 6, (S. 1).

Je nach Programm sind bestimmte Vorkenntnisse, zum Beispiel, wenn der Freiwillige Englischunterricht geben möchte, körperliche Fitness beim Hausbau oder andere spezifische Fähigkeiten nötig. Der Volunteer-Tourismus verzeichnet einen Aufschwung, da die meisten Projekte keine besonderen Zulassungsvoraussetzungen erfordern bzw. keine Vorbereitungsseminare verlangt werden. Die einzige Fertigkeit, die von vielen Organisationen vorausgesetzt wird, ist die Absicht anderen zu helfen. Es existieren zudem verschiedene Beteiligungsgrade, weshalb die Interaktion mit den lokalen „communities“¹³⁵ dementsprechend unterschiedlich stark ausgeprägt ist.¹³⁶ Die Freiwilligenarbeit kann entweder der Hauptzweck der Reise sein oder nur einen Nebenaspekt bilden. Der Freiwillige hat dabei die Möglichkeit, sich dem Projekt nur einige Tage zu widmen oder sich einige Monate bis zu einem Jahr während des Urlaubs zu beteiligen.¹³⁷ Callanan und Thomas schlagen vor, das Volunteer-Tourismus-Konzept auf drei Ebenen anzusiedeln, und zwar in „Shallow Volunteer Tourism“, „Deep Volunteer Tourism“ und „Intermediate Volunteer Tourism“. Unter „**Shallow Volunteer Tourists**“ („Seichter Volunteer Tourist“) werden diejenigen verstanden, denen es in erster Linie um ihre Persönlichkeitsentwicklung geht und darum, wie ihnen die Reise in ihrem späteren Leben von Vorteil sein kann. Sie beteiligen sich nur für kurze Zeit an einem Projekt ein und haben keinerlei spezielle Ausbildung oder Qualifikationen und ebenso kaum Kenntnisse über die besuchte Gesellschaft vorzuweisen. Eine möglichst interessante Destination stellt für sie ein wichtiges Kriterium dar. Bei „**Deep Volunteer Tourists**“ („Tiefen-Volunteer Tourist“) stehen hingegen altruistische Motive im Vordergrund, gefolgt von eigennützigen. Diese Volunteer-Touristen verfügen über Qualifikationen, die sie einsetzen können. Die Aufenthaltsdauer ist meist längerfristig (mindestens sechs Monate) angelegt, und ein Beitrag zur Verbesserung der Situation der lokalen Gesellschaft oder Umwelt wird angestrebt. Bei der Mittelform, dem „**Intermediate Volunteer Tourism**“, tragen sowohl altruistische als auch eigennützige

¹³⁵ Eine Erläuterung des Begriffs community findet sich im Dossier im Anhang.

¹³⁶ Vgl. Guttentag, Daniel A. (2009): The possible negative impacts of volunteer tourism, in: *International Journal of Tourism Research* 11, Nr. 6, (2009), S. 537-551, (S. 543); Wearing, Stephen (2001): *Volunteer tourism: experiences that make a difference*, Wallingford 2001, S. 1; Callanan, Michelle / Thomas, Sarah (2005): *Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment*, in: Novelli, Marina (Hrsg.): *Niche Tourism Contemporary Issues, Trend and Cases*, Oxford 2005, S. 183-200, S. 195.

¹³⁷ Vgl. ebd., (S. 196); Brown, Sally (2005): *Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers*, in: *Current issues in tourism* 8, Nr. 6, (2005), S.479-496, (S. 479).

Motive zum Aufenthalt bei. Die Dauer ist mittelfristig (eine Woche bis einige Monate), und es soll ein fühlbarer Beitrag geleistet werden, wobei allerdings auch auf die Freizeitgestaltung viel Wert gelegt wird.¹³⁸

Im Rahmen dieser Thesis wird jeder Tourist, der freiwillige Tätigkeiten im Rahmen seiner Reise leistet, als „Volunteer-Tourist“ betrachtet, unabhängig davon, ob Freiwilligenarbeit als alleinige Zielsetzung betrachtet wird.

3 DER STATUS QUO VON REISEANBIETERN AUF DEM VOLUNTEER-TOURISMUSMARKT

Nach der Darlegung der Grundlagen und Kriterien für einen Volunteer-Tourismus in den letzten Kapiteln wird in dem folgenden Abschnitt die aktuelle Situation der verschiedenen Anbieter im Volunteer-Tourismussektor kurz vorgestellt, um die Struktur des Markts, seiner Akteure sowie die neu entstehenden Geschäftsmodelle zu verstehen. Das Angebotsspektrum von Volunteer-Reisen ist mittlerweile bei diversen Anbietern ein Teil des Produktsortimentes geworden. Auf Internetseiten verschiedener Reiseveranstalter, Organisationen (wie EFD, DED, ADiA, GIZ) und Verbänden sowie auf diversen Plattformen (Blogeinträge, Pressemitteilungen) spiegelt sich das Interesse an Volunteer-Tourismus wider.¹³⁹ Dennoch ist die Größe des Volunteer-Tourismusmarktes schwierig zu ermitteln, da seit geraumer Zeit immer mehr Programme angeboten werden.¹⁴⁰ TRAM deutet darauf hin, dass die Gesamtumsatzzahl, die vom Volunteer-Tourismus erwirtschaftet wird, zwischen 1,66 und 2,6 Milliarden Dollar¹⁴¹ mit einer Gesamtzahl von 1,6 Million Volunteer-Touristen weltweit pro Jahr liegt.¹⁴²

¹³⁸ Vgl. Callanan, Michelle / Thomas, Sarah (2005): Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment, in: Novelli, Marina (Hrsg.): Niche Tourism Contemporary Issues, Trend and Cases, Oxford 2005, S. 183-200, (S. 196f.).

¹³⁹ Vgl. Wearing, Stephen (2001): Volunteer tourism: experiences that make a difference, Wallingford 2001, S. 13.

¹⁴⁰ Vgl. TRAM (Hrsg.) (2008): Volunteer Tourism: A global analysis, Barcelona 2008, S. 40.

¹⁴¹ Vgl. ebd., S.42.

¹⁴² Vgl. ebd., S. 5.

Durch die rapide anwachsende Nachfrage nach sozialen Diensten im Ausland geraten die Trägerorganisationen von Freiwilligendiensten immer mehr unter Druck.¹⁴³ Neben Volunteer-Programmen der internationalen oder nationalen Hilfsorganisationen, wie zum Beispiel den staatlichen Einrichtungen des „weltwärts“-Förderprogramms, einer Initiative des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und Bestandteil des Deutschen Entwicklungsdienstes, gibt es eine große Anzahl von kommerziellen Agenturen und Reiseanbieter, die Freiwilligenarbeit im Ausland vermitteln. Seit der Einführung des Programms von „weltwärts“ im Jahr 2008 reisten damals 2257 Menschen im Alter von 18 bis 28 Jahren und zwei Jahre später fast die doppelte Personenzahl in Entwicklungsländer mit der Möglichkeit, sechs bis 24 Monate in Projekten mitzuarbeiten.¹⁴⁴ Für die Freiwilligen bleibt das Programm im Wesentlichen kostenlos, so dass auch Jugendliche aus einkommensschwächeren Familien teilnehmen können. Seit Beginn des weltwärts-Programms wird allerdings die Sinnhaftigkeit dieses Freiwilligendienstes in den Medien, wie auch unter den beteiligten Akteuren, kritisch diskutiert.¹⁴⁵ Das Ziel des Entwicklungsministeriums im Jahr 2010 zehntausend Freiwillige zu entsenden, schätzen die Rückkehrer kritisch ein. In der Ministeriumserklärung wird gefordert, dass „weltwärts“ „im entwicklungspolitischen Sinne“ seine Verantwortung wahrnehmen und auch jungen Menschen aus Entwicklungsländern globales Lernen in Form eines Freiwilligendienstes in Deutschland ermöglichen soll.¹⁴⁶ Die Kritikpunkte lassen sich jedoch auf die verkürzte Form des Freiwilligentourismus übertragen.

Ein wichtiges Kriterium für Volunteer-Tourismus lautet, dass er in einem organisatorischen Rahmen stattfindet.¹⁴⁷ Das Volunteering als touristische Aktivität kann in unterschiedlicher Weise organisiert und umgesetzt werden. Dies reicht von

¹⁴³ Vgl. Platzbecker, Hermann-Josef (1997): *Wagnis Begegnung? Reiselust und soziales Engagement. Freiwillige internationale Dienste im Spannungsfeld sozialer Herausforderungen und Qualitätssicherung der Dienste*, Köln 1997, S. 9.

¹⁴⁴ Vgl. weltwärts (Hrsg.) (2011): *Zahlen und Fakten zu weltwärts. Teilnehmer und Teilnehmerinnen*, Bonn 2011, Abruf von <http://www.weltwaerts.de/presse/index.html> [23.02.2011].

¹⁴⁵ Vgl. Schwinge, Brigitte (2011): *Verkehrte Welten: Über die Umkehrung der Verhältnisse von Geben und Nehmen. Der weltwärts-Freiwilligendienst als Selbstbehandlung im Kulturkontakt zwischen Deutschland und Südafrika*, Bonn 2011, S. 26.

¹⁴⁶ Vgl. Reitz, Tobias (2009): *Entwicklungshilfe beginnt in Deutschland*, Abruf von <http://www.zeit.de/gesellschaft/2009-09/weltwaerts-entwicklungshilfe-freiwillige> [26.05.2011].

¹⁴⁷ Vgl. Wearing, Stephen (2001): *Volunteer tourism: experiences that make a difference*, Wallingford 2001, S. 1.

Entsendeorganisationen im Heimatland wie Reiseveranstalter oder Non-Profit-Organisationen (NPO)¹⁴⁸ über Organisationen im bereisten Land bis hin zu Einzelprojekten und -einrichtungen. Eine **Entsendeorganisation** ist diejenige, welche Volunteer-Tourismus-Programme gestaltet und organisiert und für die Rekrutierung der Teilnehmer sorgt. Sie kann eine standortgebundene NPO oder eine multinationale, kommerziell geführte Organisation sein.¹⁴⁹ Sie hat gewöhnlich ihren Sitz in einem Industrieland. Sie ist die Stelle, zu der Volunteer-Touristen den ersten Kontakt aufzunehmen. Die **Aufnahmeorganisation** ist diejenige Organisation, die im Entwicklungsland operiert und in der zugleich der Freiwillige arbeitet.¹⁵⁰ Sie können Wohlfahrtsorganisationen, NPOs, NGOs, staatliche Einrichtungen, kirchliche Vereinigungen oder Privatunternehmen sein. Es gibt eine Vielzahl an möglichen Beziehungen zwischen Entsende- und Aufnahmeorganisationen. Sie können zusammengefasst als eine einzige Organisation auftreten und sowohl mit der Vermarktung betraut sein als auch selbst Freiwillige in den Projektorten aufnehmen und sie begleiten. Andernfalls arbeitet die Entsendeorganisation in Partnerschaft mit einer oder mehreren Aufnahmeorganisationen zusammen, um Projekte auszuwählen und diese auf den Markt zu bringen. Eine Alternative ist die komplette individuelle Selbstorganisation. Durch die Kontaktaufnahme zu einer lokalen NGO über das Internet oder das Telefon kann die Teilnahme an einem Volunteer-Projekt persönlich arrangiert werden. Flug, Visa und Ähnliches müssen ebenfalls von dem Touristen selbst organisiert werden. **Dienstleistungsorganisationen** sind ein drittes Element auf dem Markt und treten als Mittler auf, die Freiwillige und die Organisationen zusammenbringen. Sie können auch als Bindeglied zwischen Volunteer-Tourist und Aufnahmeorganisation verstanden werden und sind für Marketing und den Verkauf einer Fülle von Volunteer-Reiseangeboten verantwortlich, die von verschiedenen Aufnahmeorganisationen zur Verfügung gestellt werden. Viele Reiseveranstalter

¹⁴⁸ Eine Erläuterung des Begriffs Non-Profit-Organization findet sich im Dossier im Anhang.

¹⁴⁹ Vgl. Raymond, Eliza (2008): "Make a Difference!": the Role of Sending Organizations in Volunteer Tourism, in: Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (Hrsg.): *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives*, Wallingford 2008, S. 48-60, (S. 49).

¹⁵⁰ Vgl. Fee, Liam / Mdee, Anna (2011): How does it make a difference? Towards "accreditation" of the development impact of volunteer tourism, in: Benson, Angela M. (Hrsg.): *Volunteer tourism: theory framework to practical applications*, Abingdon 2011, S. 223-239, (S. 236).

arbeiten auf dieser Grundlage.¹⁵¹ Gegenwärtig ist zu beobachten werden, dass sich kommerziell orientierte Tourismusunternehmen verstärkt um die Integration von „volunteer experiences“ in ihre Angebotspalette bemühen, obgleich NPOs den Großteil ausmachen.¹⁵² Gleichwohl gibt es eindeutige Unterscheidungsmerkmale, was die Arbeitsweise und das Selbstverständnis von kommerziellen und not-for-profit-Organisationen angeht. Aus Sicht des potentiellen Volunteer-Touristen gibt es bei der Abwicklung ihres Aufenthalts jedoch nur minimale Unterschiede.¹⁵³

Abschließend ist festzuhalten, dass das Geflecht von Organisationen, das die Nachfrage nach Volunteer-Tourismus-Erfahrungen bedient, in einem beträchtlichen Ausmaß instabil ist und es sich momentan zu einem unübersichtlichen und komplexen Gebilde entwickelt.

3.1 Not-for-profit-Organisationen

Den größten Anteil unter den Volunteer-Tourismus-Anbietern stellen not-for-profit-Organisationen ohne politische oder religiöse Zugehörigkeiten. Meistens liegt ihre Unternehmenszentrale in den USA, Europa oder Australien, kleinere Verwaltungsstellen befinden sich dazu in den jeweiligen Destinationen. Sie kooperieren üblicherweise mit lokalen NGOs oder Initiativen. Die Vermarktung läuft nach dem non-profit-Prinzip, also nicht über Reiseveranstalter, sondern via Internet bzw. auf Volunteer-Plattformen. NGOs haben, insbesondere in den letzten zwei Jahrzehnten, eine wichtige Rolle in der Entwicklungszusammenarbeit in Gemeinden gespielt.¹⁵⁴

Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie für Vollständigkeit und Sicherheit sorgen und gleichzeitig auf die Transparenz und Flexibilität der Programme achten.¹⁵⁵ Non-profit-Entsendeorganisationen bieten verschiedene Vorbereitungsverfahren und

¹⁵¹ Vgl. Holmes, Kirsten / Smith, Karen (2009): *Managing volunteers in tourism. Attractions, destinations and events*, Oxford 2009, S. 34f.

¹⁵² Vgl. TRAM (Hrsg.) (2008): *Volunteer Tourism: A global analysis*, Barcelona 2008, S. 5.

¹⁵³ Vgl. Tourism Concern (Hrsg.): *International volunteering – Gaps in Development*, Abruf von <http://tourismconcern.org.uk/index.php?page=gap-years> [07.03.2011].

¹⁵⁴ Vgl. Ingram, Joanne (2011): *Volunteer tourism: how do we know it is „making a difference“?*, in: Benson, Angela M. (Hrsg.): *Volunteer tourism: theory framework to practical applications*, Abingdon 2011, S. 211-222, (S. 217).

¹⁵⁵ Vgl. Wearing, Stephen (2001): *Volunteer tourism: experiences that make a difference*, Wallingford 2001, S. 37.

Informationsmöglichkeiten an, angefangen von Broschüren bis zu Abschlussseminaren, die für die Vollendung eines Projekts von Bedeutung sind. Das „Fundraising“, die Geldmittelbeschaffung, stellt einen wichtigen Teil der Arbeit der NGOs dar.¹⁵⁶ NGOs werden von Mitgliederbeiträgen, Leistungen aus öffentlichen und privaten Institutionen und Spenden von Wohlfahrtsverbänden unterstützt und finanziert, wobei der gemeinsame Auftrag Armutsbekämpfung, Bildung und Gesundheitswesen lautet und ökologische Nachhaltigkeit im Mittelpunkt steht.¹⁵⁷

Vom Blickwinkel der NGOs aus betrachtet, die den Tourismus in ihre Betriebe integrieren wollen, ist es ratsam, sich mit einem Reiseveranstalter zusammenzuschließen, der Know-how und Kompetenz in der Tourismusbranche besitzt. Volunteer-Tourismus ist eine Plattform für branchenübergreifende Partnerschaften, welche neue Möglichkeiten sowohl für Reiseveranstalter als auch gemeinnützige Organisationen wie etwa NGOs eröffnen kann. Reiseveranstalter und NGOs, die miteinander zusammenarbeiten, könnten neue touristische Produkte entwickeln und vermarkten und die Nachfrage des Volunteer-Tourismus an der Schnittstelle zwischen Volunteering und Tourismus bedienen. Unternehmen werden sich der Macht von Synergien und Mitteln für die Erreichung ihrer strategischen Geschäftsziele bewusst, und immer mehr Unternehmen erkennen die strategische Bedeutung von Partnerschaften mit NGOs und berichten zunehmend über derartige Kooperationen in CSR- oder Nachhaltigkeitsberichten. Ein weiterer Vorteil für Unternehmen, die mit NGOs zusammenarbeiten, ist, dass sie dadurch Zugang zu hilfreichen Informationen über Themen wie Menschenrechte, Umwelt, Bedürfnisse von Gemeinwesen, Soziales und Kultur sowie die lokalen politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bekommen. NGOs haben Zugang zu diesen Informationen und sind daher ein wertvoller Partner.¹⁵⁸

¹⁵⁶ Vgl. Stamm, Marie-Louise (2003): Unterschiedlicher Schutz von Menschenrechten durch Staat und lokale NGOs, in: Buser, Denise et al. (Hrsg.): Menschenrechte konkret – die Rolle der lokalen NGOs, Basel 2003, S. 197-207, (S. 205).

¹⁵⁷ Vgl. Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (2008): Volunteer Tourism as Alternative Tourism: Journeys Beyond Otherness, in: Dies. (Hrsg.): Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives, Wallingford 2008, S. 3-11, (S. 8).

¹⁵⁸ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Marion Serwe, Geschäftsführung der Firma imagine no limits am 12.05.2011.

3.2 For-Profit-Organisationen

Der Umfang und die Art der Angebote der verschiedenen Reiseveranstalter variieren mitunter enorm. Die Übernahme von „i-to-i“, einem der größten auf so genanntes sinnstiftendes Reisen spezialisierten Unternehmen, durch den Ferienriesen First Choice, UK, könnte als Beleg dafür dienen, dass Volunteer-Tourismus sich in einen Massennischenmarkt mit beträchtlichem Wachstumspotenzial zu entwickeln scheint. Trotz der zunehmenden Bedeutung dieser Industrie ist bisher freilich wenig einschlägige Forschung betrieben worden, insbesondere hinsichtlich der kommerziellen Betreiber auf diesem Gebiet, um die Dynamik des Markts und die dort angewendeten Geschäftspraktiken zu verstehen.¹⁵⁹ Auf dem deutschen Markt existieren bisher nur wenige Großveranstalter, die neben dem konventionellen Angebot seit kurzer Zeit ebenso diverse Volunteer-Trips im Programm führen. Zweigfilialen aus den USA oder Großbritannien wie „i-to-i“ versuchen sich auf dem deutschen Markt zu etablieren und expandieren vermehrt ins Ausland, um von der steigenden Nachfrage zu profitieren. Einige von ihnen bieten neben klassischen Volunteer-Reisen auch Sprachkurse kombiniert mit Freiwilligenarbeit, wie z.B. „Lernen und Helfen Sprachreisen“ an. Das Betätigungsfeld der for-profit-Entsendeorganisationen umfasst die Koordination von Freiwilligen während des Buchungsprozesses, Mitarbeiterereinstellungen bei neu ausgewählten Projekten, das Verwalten von Geldmitteln zur Deckung der entstandenen Verwaltungskosten und die Bereitstellung des hauseigenen Kundenservice.¹⁶⁰

Der Volunteer-Tourismus verdeutlicht den Ansatz des Massenmarketings bezüglich Service. Faktoren wie Wachstum bei Volunteerprojekten, die verschiedenen Reiseziele, die beworben werden, die Vielfalt der Zielmärkte, die Arten der beteiligten Akteure – von gemeinnützigen Organisationen bis hin zu Reiseveranstaltern – sowie der zunehmende Wettbewerb in dieser Branche haben das Wachstum dieses Segments begünstigt.¹⁶¹

159 Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Marion Serwe, Geschäftsführung der Firma *image no limits* am 12.05.2011.

160 Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Christine Plüss, Geschäftsführung der Firma *Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung* am 09.03.2011.

161 Vgl. Callanan, Michelle / Thomas, Sarah (2005): Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment, in: Novelli, Marina (Hrsg.) *Niche Tourism Contemporary Issues, Trend and Cases*, Oxford 2005, S. 183-200, (S. 186).

4 ENTWICKLUNGSLÄNDER ALS ZIELDESTINATION FÜR VOLUNTEER-TOURISMUS

Nach diesem Überblick über die gegenwärtig existierenden Reiseveranstalter und Organisationen von Volunteer-Tourismus wird in dem nun folgenden Kapitel eine Einführung mit Schwerpunkt auf dem Entwicklungsländer-Tourismus gegeben, um nachfolgend die speziellen Vor- und Nachteile von Volunteer-Tourismus zu untersuchen.

Der Tourismus hat sich in den letzten Jahrzehnten zu einem der dynamischsten und am stärksten expandierenden globalen Wirtschaftszweige weltweit entwickelt.¹⁶² Mit 880 Millionen internationalen Ankünften bei einem stetigen Wachstum von etwa fünf Prozent vermeldete die UNWTO im Jahr 2010 einen neuen Rekord.¹⁶³ Der Prognose der UNWTO zufolge werden für das Jahr 2020 1,6 Mrd. Ankünfte erwartet, wovon etwa ein Viertel Fernreisen sind.¹⁶⁴ Die UNWTO sieht für Entwicklungsländer gerade im Tourismus eine große Chance, um Arbeitsplätze zu schaffen und in der Folge der lokalen Bevölkerung eine angemessene Lebensqualität zu gewährleisten. Deviseneinnahmen gelten als wichtigster unmittelbarer ökonomischer Nutzen des Tourismus,¹⁶⁵ womit jenes Geld gemeint ist, das im Land für touristische Dienstleistungen ausgegeben wird. Für ein Drittel der Entwicklungsländer sind die Einnahmen aus dem Tourismus die wichtigste Devisenquelle, für insgesamt mehr als vier Fünftel eine der wichtigsten.¹⁶⁶ Die in den Statistiken gezeigten Einnahmen sind jedoch Brutto-Devisenerlöse, von denen ein Teil für tourismusspezifische Kosten wie Warenimporte, Auslands-Werbekosten, Gewinne ausländischer Betreiber oder Zinsen für ausländische Kredite abfließt. Diese sogenannte „Sickerrate“, auch Entzugseffekt

¹⁶² Vgl. Freyer, Walter (2006): *Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*, 8. Aufl., München 2006, S. 424.

¹⁶³ Vgl. UNWTO (Hrsg.) (2010): *World Tourism Barometer*, Abruf von http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom10_3_en.pdf [02.03.2011].

¹⁶⁴ Vgl. UNWTO (Hrsg.) (2010): *Tourism 2020 Vision*, Abruf von <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm> [02.03.2011].

¹⁶⁵ Vgl. Friedl, Harald A. (2002): *Tourismsethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens*, München/Wien 2002, S. 65.

¹⁶⁶ Vgl. Aderhold, Peter et al. (2006): *Tourismus in Entwicklungsländer. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes*, Ammerland/Starnberger See 2006, S. XIII.

(„leakage“) genannt, führt zu einer niedrigeren Netto-Devisenbilanz, der eigentlich wichtigen Kennziffer für den Deviseneffekt von Tourismus.¹⁶⁷ Eine entscheidende Rolle spielen die Tourismusform und die Anforderungen der Nachfrager hinsichtlich der Akzeptanz einheimischer Produkte und Standards.¹⁶⁸

Aktuelle Daten zeigen, dass das Interesse an der Andersartigkeit und den Problemen von Entwicklungsländern bei Touristen in diesen Regionen sehr hoch ist.¹⁶⁹ Ausgehend von den Definitionen des Volunteer-Tourismus ist es das Hauptbestreben, das Wohlergehen der lokalen Bevölkerung zu erhalten.¹⁷⁰ Welchen konkreten Beitrag steuern Einsatzleistende zu den communities bei? Es ist es deshalb zu erst nötig, die Art der Auswirkungen in Verbindung mit Volunteer-Tourismus zu untersuchen, damit anschließend bewährte Untersuchungsverfahren hinsichtlich der Einsatzplanung angewendet werden können.

4.1 Auswirkungen des Volunteer-Tourismus in Entwicklungsländern

Die Auseinandersetzung mit den positiven und negativen Effekten von Volunteer-Tourismus trägt zum Verständnis der Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus bei. Die Auswirkungen, die das Reisen von immer mehr Urlaubern in den Entwicklungsländern hervorruft, sind vielschichtig, teilweise nur schwer messbar und oft gegensätzlich.¹⁷¹ Ein Blick darauf, was der Volunteer-Tourismus bewirken kann, soll im weiteren Verlauf der Arbeit erörtert werden.

¹⁶⁷ Vgl. ebd., S. 26f.; Kamp, Christina (2001): Armutsbekämpfung durch Tourismus, Abruf von <http://www.tourism-watch.de/dt/23dt/23.armutsbekaempfung/index.html>, [03.03.2011].

¹⁶⁸ Vgl. Strasdas, Wolfgang (2001): Ökotourismus in der Praxis. Zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern, Ammerland/Starnberger See 2001, S. 80.

¹⁶⁹ Vgl. Aderhold, Peter et al. (2006): Tourismus in Entwicklungsländern. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes, Ammerland/Starnberger See 2006, S. XVII.

¹⁷⁰ Vgl. Ingram, Joanne (2011): Volunteer tourism? How do we know it is “making a difference”?, in: Benson, Angela M. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 211-222, (S. 215); TRAM (Hrsg.) (2008): Volunteer Tourism: A global analysis, Barcelona 2008, S. 39.

¹⁷¹ Vgl. Freyer, Walter (2006): Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 8. Aufl., München/Wien 2006, S. 489.

4.1.1 Positive Auswirkungen

Aus Sicht der Volunteer-Touristen

Zu den positiven Auswirkungen von Volunteer-Tourismus zählt die Tatsache, dass Brücken zwischen Touristen und Einheimischen geschaffen werden und dass heimgekehrte Freiwillige zu Hause „Botschafter“ ihrer Gastländer werden.¹⁷² Sie seien danach inspiriert, sich weiterführend für Umwelt- oder Sozialbelange einzusetzen.¹⁷³

Die Autoren und Experten sind ferner davon überzeugt, dass der Kontakt von Urlaubern zu Einheimischen und das permanente Zusammentreffen von Bewohnern verschiedener Länder zu wachsendem globalem Verständnis und mehr Frieden zwischen den einzelnen Menschen führen kann.¹⁷⁴ Dank der größeren Verfügbarkeit von Informationen und von Projektplanungen besitzen Volunteers ein größeres Wissen über Entwicklungsprobleme, mit denen die Gegend, in die sie reisen, konfrontiert ist. Das erweitert ihre Kenntnisse und verleiht ihnen auch ein realistischeres Bild von dem Beitrag, den sie leisten. Durch die Globalisierung wird es immer wichtiger, „globale Zusammenhänge zu verstehen, interkulturell zu lernen, Distanzen, Klischees und Vorurteile gegenüber Ländern und Menschen anderer Kulturen abzubauen.“¹⁷⁵ Ein wichtiges Mittel dafür sind interkulturelle Begegnungen.¹⁷⁶ Nach Drücker soll der Lernprozess dabei sowohl beim Bereisten als auch beim Reisenden stattfinden, und

¹⁷² Vgl. Neue Zürcher Zeitung (Hrsg.) (2009): „Voluntourismus“ – Risiken und Chancen, Abruf von http://www.nzz.ch/magazin/reisen/voluntourismus__risiken_und_chancen_1.3290876.html [27.05.2011].

¹⁷³ Vgl. McGehee, Nancy /Andereck, Kathleen (2008): “Pettin’ the Critters’: Exploring the Complex Relationship Between Volunteers and the Volunteered in McDowell County, West Virginia, USA, and Tijuana, Mexico, in: Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (Hrsg.): *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives*, Wallingford 2008, S. 12-24, (S. 22).

¹⁷⁴ Vgl. Freyer, Walter (2006): *Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*, 8. Aufl., München/Wien 2006, S. 489; Fee, Liam / Mdee, Anna (2011): How does it make a difference? Towards “accreditation” of the development impact of volunteer tourism, in: Benson, Angela M. (Hrsg.): *Volunteer tourism: theory framework to practical applications*, Abingdon 2011, S. 223-239, (S. 228); Guttentag, Daniel A. (2009): The possible negative impacts of volunteer tourism, in: *International Journal of Tourism Research* 11, Nr. 6, (2009), S. 537-551, (S. 546); o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Anna Lehmann, Fachreferentin des Kolpingwerks am 23.03.2011.

¹⁷⁵ Vgl. Aderhold, Peter et al. (2006): *Tourismus in Entwicklungsländern. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes*, Ammerland/Starnberger See 2006, S. 238.

¹⁷⁶ Vgl. ebd., S. 224.

insgesamt ein aktiver Austausch sein.¹⁷⁷ Der intensive Kontakt mit den Menschen vor Ort, vor allem wenn eine Unterbringung bei einheimischen Familien stattfindet, bietet die Gelegenheit zu einem tieferen und persönlicheren Kennenlernen der fremden Kultur, als dies bei anderen Tourismusformen der Fall ist.¹⁷⁸ Vor allem junge Menschen sind bereit, sich vom Lebensstil und der Konsumkultur Fremder anregen zu lassen, was zum Teil weitreichende Auswirkungen auf Sozialstruktur und Wertesystem hat. Zudem erhalten die Touristen das Gefühl, eine Urlaubsform gewählt zu haben, die einen nachhaltigeren Einfluss auf das besuchte Land hat, als wenn sie eine gewöhnliche Reise unternommen hätten.¹⁷⁹ Während der Tourist bei konventionellen Reisen zumeist nur auf Einheimische trifft, die im Dienstleistungssektor tätig sind, und sich in Gegenden der Stadt aufhält, die für den Tourismus inszeniert wurden, bekommt der Freiwilligentourist einen Einblick in den Alltag von Menschen, die sich ihren Lebensunterhalt in einer gemeinnützigen Organisation oder sozialen Einrichtung verdienen und bewegt sich in Stadtvierteln, die man als normaler Tourist wahrscheinlich nie betreten würde.¹⁸⁰

Aus Sicht der lokalen Bevölkerung und Region

Ohne Freiwilligendienste würde der Tourismus in einigen Regionen wohl überhaupt nicht existieren.¹⁸¹ Die Reisen finden oft fernab der üblichen Touristenziele statt und bieten hier neue Einkommens- und Entwicklungschancen für die lokale Bevölkerung.¹⁸² Angesichts der Tatsache, dass Voluntouristen für ihren Aufenthalt

177 Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Ansgar Drücker, Geschäftsführung in IDA e.V. am 16.03.2011.

178 Vgl. Wearing, Stephen (2001): *Volunteer tourism: experiences that make a difference*, Wallingford 2001, S. 55.

179 Vgl. Callanan, Michelle/Thomas, Sarah (2005): *Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment*, in: Novelli, Marina (Hrsg.): *Niche Tourism Contemporary Issues, Trend and Cases*, Oxford 2005, S. 183-200, (S. 184).

180 Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Christine Plüss, Geschäftsführung der Firma Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung am 09.03.2011.

181 Vgl. Holmes, Kirsten / Smith, Karen (2009): *Managing volunteers in tourism. Attractions, destinations and events*, Oxford 2009, S. 57.

182 Vgl. Müller, Dorothea / Reeh, Tobias (2010): *Volunteer Tourism in Namibia*, in: *tw Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* 2, Nr. 1, (2010), S. 19-36, (S. 24); McGehee, Nancy / Andereck, Kathleen (2008): *‘Pettin’ the Critters: Exploring the Complex Relationship Between Volunteers and the Volunteered in McDowell County, West Virginia, USA, and Tijuana, Mexico*, in: Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (Hrsg.): *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives*, Wallingford 2008, S. 12-24, (S. 22); Fritzpatrick, Laura (2007): *Vacationing like Brangelina*, Abruf von <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1647457-1,00.html> [27.05.2011].

zahlen, bringen sie sich nicht nur mit ihrer Arbeitskraft ein, sondern auch durch einen finanziellen Beitrag, der Grundlage für diese Projekte ist.¹⁸³ Dieser finanzielle Gesichtspunkt wirkt sich positiver auf die Gemeinden aus, als es im Massentourismus der Fall wäre, nämlich dadurch, dass mehr direkte finanzielle Mittel zum Einsatz kommen.¹⁸⁴

Abschließend kann zusammengefasst werden, dass eine Vielzahl von möglichen Vorteilen, ausgehend vom Volunteer-Tourismus-Sektor, zu konstatieren ist, wie zum Beispiel wertvolle Resultate durch die Arbeit, die von Volunteers erbracht werden, die Erträge für die Gemeinden oder Entsendeorganisationen, die erwirtschaftet werden, der Umweltschutz und nicht zuletzt die persönlichen Errungenschaften und interkulturellen Erfahrungen, die sowohl von Volunteers als auch von Einheimischen erworben werden.

4.1.2 Negative Auswirkungen

Die Gefahr besteht, dass Volunteer-Tourismus mit einem kommerziellen Hintergrund zu einer Spaßveranstaltung wird und zu einem Massenprodukt verkommt, wobei die Nachhaltigkeit in Frage gestellt würde.¹⁸⁵ Außerdem besteht andererseits das Risiko, dass freiwillige Helfer finanziell ausgenutzt werden; auch kann es im Gegenzug zu einem Ausnutzen von Seiten der Freiwilligen kommen, wenn sie nur Ferien machen und sich nicht für die Arbeit in den Projekten einsetzen.¹⁸⁶ Ein von mehreren Autoren formulierter Kritikpunkt ist die häufig fehlende Erfahrung und der geringe Wissensstand der Volunteers. In manchen Fällen können schlecht geplante Einsätze sogar Schäden

¹⁸³ Vgl. Wearing, Stephen (2001): *Volunteer tourism: experiences that make a difference*, Wallingford 2001, S. 174f..

¹⁸⁴ Vgl. McGehee, Nancy / Andereck, Kathleen (2008): "Pettin' the Critters: Exploring the Complex Relationship Between Volunteers and the Volontoured in McDowell County, West Virginia, USA, and Tijuana, Mexico, in: Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (Hrsg.): *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives*, Wallingford 2008, S. 12-24, (S. 22).

¹⁸⁵ Vgl. Neue Zürcher Zeitung (Hrsg.) (2009): „Voluntourismus“ – Risiken und Chancen, Abruf von http://www.nzz.ch/magazin/reisen/voluntourismus__risiken_und_chancen_1.3290876.html [27.05.2011].

¹⁸⁶ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Christine Plüss, Geschäftsleitung der Firma Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung am 09.03.2011; Callanan, Michelle / Thomas, Sarah (2005): *Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment*, in: Novelli, Marina (Hrsg.): *Niche Tourism. Contemporary Issues, Trend and Cases*, Oxford 2005, S. 183-200, (S. 194).

anrichten, wenn die Gemeinschaft nur für die Volunteers als Gäste aufkommen muss, aber keinen wirklichen und spürbaren Nutzen daraus zieht.¹⁸⁷

Aus Sicht der Volunteer-Touristen

Freiwilligeneinsätze sind nicht einfach Ferien. Junge, unerfahrene Menschen aus dem Norden müssen sich in komplexen schwierigen Situationen in Entwicklungsländern bewähren, wo sie mitunter extremen psychischen Spannungen ausgesetzt sind,¹⁸⁸ oft genug ohne entsprechende Vorbereitung. Beide Seiten, sowohl Freiwillige als auch Projektpartner, unterschätzen oft die für den Einsatz benötigten Kenntnisse und Qualifizierungen.¹⁸⁹

Aus Sicht der lokalen Bevölkerung und Region

Eine intakte Umwelt in den Zielländern stellt für einen Großteil der Reisenden ein Hauptreisemotiv dar.¹⁹⁰ Entsendeorganisationen bringen Freiwillige über Tausende von Kilometern für einen begrenzten Zeitraum mit dem Flugzeug in abgelegene Orte, was erheblichen Schaden für die Umwelt in der Destination mit sich bringen kann.¹⁹¹

Bemerkenswert sind die durch Volunteer-Tourismus verursachten sozio-kulturellen Wirkungen auf die Bevölkerung. Ein weiterer wichtiger Punkt im Zusammenhang mit Begegnungen im Tourismus sind die Erwartungshaltungen, Stereotype und Vorurteile, die die Beteiligten auf beiden Seiten mitbringen. Es herrscht weitgehende Einigkeit darüber, dass Tourismus aus Industrieländern sehr wesentlich zum kulturellen Wandel in den Zielgebieten beiträgt. Die sozio-kulturelle Grundproblematik des Entwicklungsländer-Tourismus besteht neben der kulturellen Andersartigkeit allerdings

¹⁸⁷ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Matthias Beyer, Geschäftsführer der Firma mascontour am 09.03.2011.

¹⁸⁸ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Ansgar Drücker, Geschäftsführer in IDA e.V. am 16.03.2011.

¹⁸⁹ Vgl. Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung (Hrsg.) (2009): Freiwilligen-Einsatz in den Ferien, als Praktikum oder für ein Zwischenjahr: Wie finde ich ein gutes Angebot?, Abruf von http://www.fairunterwegs.org/fileadmin/ContentGlobal/PDF/FAQ_s/Freiwilligen_Einsatz_in_den_Ferien.pdf [23.05.2011].

¹⁹⁰ Vgl. Aderhold, Peter et al. (2006): Tourismus in Entwicklungsländern. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes, Ammerland/Starnberger See 2006, S. 87.

¹⁹¹ Vgl. Benson, Angela M.(2011b): Volunteer tourism. structuring the research agenda, in: Dies. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 240-251, (S. 242).

darin, dass ein Ungleichgewicht zwischen der Kultur der ausländischen Touristen und der Tourismusanbieter einerseits und der lokalen Bevölkerung andererseits besteht. Dies liegt zum einen daran, dass der Ort des eigentlichen touristischen Geschehens eben die Zielgebiete und nicht die Quellgebiete sind: Die Bereisten sind also der touristischen Kultur dauerhaft ausgesetzt, während es sich für die Reisenden nur um einen relativ kurzen Lebensabschnitt handelt. Zum anderen werden die Dynamik der touristischen Entwicklung und damit auch die kulturellen Wechselwirkungen meist von der Tourismuswirtschaft und nicht von den Einheimischen bestimmt.¹⁹² Die sprachliche Komponente ist ebenfalls ein nicht zu unterschätzender Faktor, der die Gefahr von Missverständnissen zwischen Freiwilligen und Einheimischen erhöhen kann.¹⁹³ Fremdsprachenkenntnisse sollten immer die Voraussetzung sein, um einen Freiwilligeneinsatz in diesem Rahmen antreten zu können, da sonst der Dialog bereits aufgrund der Verständigungsprobleme scheitert. Die genannten Barrieren zu durchbrechen ist kaum möglich, weil die Reisenden zu kurz anwesend sind und sie und die Gemeinde nicht auf das vorbereitet werden, was sie erwartet.¹⁹⁴ An kurzen Einsätzen ist an sich nichts verkehrt, solange die Signale, die ausgesendet werden, keine falschen Hoffnungen erzeugen. Ein Problem der Freiwilligendienste ist nämlich, dass die Menschen der gastgebenden Gemeinschaft meist nicht einschätzen können, wer ihnen zu Hilfe eilt.¹⁹⁵ Ursachen der negativen soziokulturellen Begleiterscheinungen von Volunteer-Tourismus sind die mangelhafte Aufklärung der Bevölkerung in den Zielgebieten über mögliche Vor- und Nachteile von Tourismus, zu wenig Partizipation¹⁹⁶ der Einheimischen und Wissensdefizite auf Seiten der Urlaubsreisenden sowie die daraus resultierenden Handlungsdefizite bei den Touristen.¹⁹⁷ Die gastgebende Gemeinde sollte wegen dieses Umstandes unbedingt auf

192 Vgl. Strasdas, Wolfgang (2001): Ökotourismus in der Praxis. Zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern, Ammerland/Starnberger See 2001, S. 82.

193 Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Ansgar Drücker, Geschäftsführer in IDA e.V. am 16.03.2011.

194 Vgl. Freyer, Walter (2006): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 8. Auflage, München 2006, S. 489.

195 Vgl. Mustonen, Pekka (2007): Freiwillige vor!, in: KulturAustausch Zeitschrift für internationale Perspektiven 11, (2007), S.52-53, (S. 53).

196 Eine Erläuterung des Begriffs Partizipation findet sich im Dossier im Anhang.

197 Vgl. Aderhold, Peter et al. (2006): Tourismus in Entwicklungsländern. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus –

die internationale Gruppe vorbereitet sein. In Fällen, in denen dies nicht ausreichend geschieht, bleibt der Status der Teilnehmer unklar.¹⁹⁸ Kurzzeitprojekte sind demnach kritisch zu betrachten. Dies bedeutet auch, dass wenig Zeit für Schulungen oder Anlernphasen zur Verfügung steht und auch der Zeitraum des Mitarbeitens äußerst bemessen ist. Dieser zeitliche Engpass wird sich vor allem auf die Projekte auswirken, in denen der Einsatz „am“ Menschen gefragt ist. Dort ist es besonders wichtig, dass die Freiwilligen exakte Einweisungen erhalten, bevor sie mit den Menschen in Kontakt kommen. Während Projekte im Natur- oder Tierschutz sowie Aufbauarbeiten durchaus für wenige Tage angeboten werden können, ist ein Engagement mit hilfsbedürftigen Menschen für eine solch kurze Zeit nur wenig sinnvoll.¹⁹⁹ Die Veranstalter bieten beispielsweise Reisen zu Dorfschulen in Entwicklungsländern an. Touristen bekommen die Möglichkeit, Unterrichtseinheiten selbstständig zu leiten. Die pädagogische und wissenschaftliche Qualifikation der Urlauber wird dabei jedoch nicht vorher überprüft.²⁰⁰ Dort wo Urlauber Tätigkeiten kostenlos anbieten, die ansonsten auch von der lokalen Bevölkerung erbracht werden könnten, werden die Entwicklungspotentiale der Bevölkerung zerstört. Es ist effektiver, Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten. Dafür aber bedarf es gut ausgebildeter Fachkräfte, die sich langfristig engagieren.²⁰¹ entsteht. Es besteht zudem die Gefahr, dass sich Volunteer-Touristen als „Experten“ hinsichtlich ihrer Arbeitsmethoden gegenüber den Gastgebern präsentieren wollen, was

unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes, Ammerland/Starnberger See 2006, S. 223; Wearing, Stephen / Kevin/Snead, Suzanne Leigh (2010): Volunteer Tourism, in: Liburd, Janne J. (Hrsg.): Understanding the sustainable development of tourism, Oxford 2010, S. 188-204, (S. 198); Palacios, Carlos M. (2010): Volunteer tourism, development and education in a postcolonial world, in: Journal of sustainable tourism 18, Nr. 7, (2010), S. 861-878, (S.863).

¹⁹⁸ Vgl. McGehee, Nancy / Andereck, Kathleen (2008): "Pettin' the Critters: Exploring the Complex Relationship Between Volunteers and the Volun-toured in McDowell County, West Virginia, USA, and Tijuana, Mexico, in: Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (Hrsg.): Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives, Wallingford 2008, S. 12-24, (S. 22); Mustonen, Pekka (2006): Volunteer tourism: Postmodern pilgrimage?, in: Journal of Tourism and Cultural Change 3, Nr.3, (2006), S. 160-177, (S. 172); Ell, Nikolaus (2002): Begegnung auf gleicher Augenhöhe? Das Workcamp als Ort interkulturellen Lernens, in: Backes, Martina / Goethe, Tina / Günther, Stephan (Hrsg.) (2002): Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur, Freiburg 2002, S. 201-216, (S. 211).

¹⁹⁹ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Christine Plüss, Geschäftsleiterin der Firma Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung am 09.03.2011; TRAM (Hrsg.) (2008): Volunteer Tourism: A global analysis, Barcelona 2008, S. 5.

²⁰⁰ Vgl. Schielke, Nikola (2009): Volunteer-Tourismus: Risiken und Chancen, Abruf von http://www.tourism-watch.de/files/TourismWatch_Nr.55.pdf [08.12.2010], S. 3.

²⁰¹ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Antje Monshausen, Programmunterstützung der Firma EED TourismWatch am 24.03.2011.

mit Schwierigkeiten in der Zusammenarbeit einhergeht.²⁰² Das Dilemma, einerseits etwas Besonderes bewirken und herausfinden zu wollen, wie viel Eigenwirksamkeit man hat, und zur gleichen Zeit seinen Platz finden zu wollen, führt immer wieder zu Diskrepanzen zwischen Freiwilligen und vorgefundener Gesellschaft und Örtlichkeit.

Als negative Folge für die bereiste Bevölkerung ist vor allem das Risiko zu nennen, dass potentielle Arbeitsplätze durch den Einsatz von Volunteers besetzt werden und sie für die Einheimischen auf diese Weise wegfallen. Misslicherweise stützen sich Volunteer-Tourismus-Projekte auf ungelernte Arbeitskräfte: Das Problem besteht demnach darin, dass sie für die Freiwilligentätigkeit zahlen und folglich das Lohnniveau der Einheimischen drücken, vorausgesetzt das Projekt ist nach marktwirtschaftlichen Prinzipien organisiert. Gerade in Gebieten mit sehr hohen Arbeitslosenzahlen ist dies eine große Gefahr, welcher durch sorgfältiges Management im Vorfeld begegnet werden muss.²⁰³ Das Geld, was von Volunteers ausgegeben wird, könnte vorteilhafter in Jobs und Trainingseinheiten investiert werden, die von lokalen Kräften ausgeübt werden. Wearing behauptet, dass dieses Geld, welches für zwei Wochen Urlaub aufgewendet wird, für ein Jahresgehalt einer einheimischen Arbeitskraft ausreichen würde.²⁰⁴

Abschließend ist hervorzuheben, dass Entsendeorganisationen einen großen Einfluss darauf haben, in welchem Ausmaß Vor- und Nachteile für alle Beteiligten bei einer Volunteer-Reise überwiegen. Der Erfolg hängt also stark vom Gesamtkonzept ab. Zu welchen Problemen (und in welchem Ausmaß) es dabei kommen kann, hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab – auf Seiten der Touristen von ihrer Anzahl, ihrem Urlaubstypus und Sozialstatus, von ihrer wirtschaftlichen Lage und nationalen Herkunft, und auf Seiten der Gastgeber vom Grad ihrer Aufgeschlossenheit modernen Entwicklungen gegenüber, von ihrer Tourismuserfahrung und wirtschaftlichen Situation

202 Vgl. Guttentag, Daniel A. (2009): The possible negative impacts of volunteer tourism, in: *International Journal of Tourism Research* 11, Nr. 6, (2009), S. 537-551, (S. 543).

203 Vgl. Holmes, Kirsten / Smith, Karen (2009): *Managing volunteers in tourism. Attractions, destinations and events*, Oxford 2009, S. 58; Guttentag, Daniel A. (2009): The possible negative impacts of volunteer tourism, in: *International Journal of Tourism Research* 11, Nr. 6, (2009), S. 537-551, (S. 544).

204 Vgl. Wearing, Stephen (2003): Editorial, in: *Tourism Recreation Research* 28, Nr 3, (2003), S. 3-4, (S. 3).

und allgemein von der Struktur der Tourismusindustrie und diversen politischen Faktoren.²⁰⁵

Es ist demnach schwierig zu beurteilen, ob Volunteer-Reisen in Entwicklungsländer als „neue Form des Kolonialismus“²⁰⁶ nun pauschal zu verurteilen oder als elegante Form der Entwicklungshilfe zu betrachten sind. Auch angesichts der aktuellen Klimadiskussionen und der damit verbundenen Bewusstseinsbildung wird die Attraktivität von Fernreisen auch in Zukunft bestehen bleiben, und, sollten sich die Prognosen bewahrheiten, vermutlich auch noch zunehmen. Dazu ist festzuhalten, dass der Ferntourismus für viele Entwicklungsländer mangels Alternativen eine der wenigen Möglichkeiten zur wirtschaftlichen Entwicklung darstellt. In der Konsequenz bedeutet dies, dass neben den Argumenten hinsichtlich einer Verbesserung der Lebensqualität von Einheimischen durch Volunteer-Tourismus auch der Umstand zu berücksichtigen ist, dass die Einwohner in Entwicklungsländern des Öfteren keinen spürbaren Nutzen aus der Arbeit der Freiwilligen ziehen und die Hilfe nicht immer für angebracht halten. Wearing räumt ein, dass das Phänomen nicht zwangsläufig als „Allheilmittel“ gegen Armut verstanden werden darf; außerdem warnt er vor der zunehmenden Kommerzialisierung dieser Nische, die das natürliche Gleichgewicht innerhalb der Gemeinden und der Umwelt gefährden könnte.²⁰⁷

5 EMPIRISCHER VERGLEICH VON VOLUNTEER-TOURISMUS-ANGEBOTEN

Als nächstes sollen im praktischen Teil der vorliegenden Thesis Angebote von verschiedenen Reiseveranstaltern analysiert und miteinander verglichen werden, um die eingangs gestellten Forschungsfragen, ob Volunteer-Tourismus einen positiven Beitrag

205 Vgl. Friedl, Harald A. (2002): *Tourismsethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens*, München/Wien 2002, S. 70.

206 Vgl. Barkam, Patrick (2006): *Are these the new colonialists?*, Abruf von <http://www.guardian.co.uk/society/2006/aug/18/internationalaidanddevelopment.education> [27.05.2010]; Nuscheler, Franz (2005): *Lern- und Arbeitsbuch Entwicklungspolitik*, Bonn 2005, S. 341.

207 Vgl. Wearing, Stephen (2001): *Volunteer tourism: experiences that make a difference*, Wallingford 2001, S. 51.

zur nachhaltigen Tourismusedwicklung leisten kann und ob die Anbieter gleichzeitig erfolgreich wirtschaften können, beantworten zu können.

Da die tatsächlichen Auswirkungen bei Reiseveranstaltern bisher nur wenig erforscht wurden, ist es erforderlich, die Unternehmen selbst zu befragen. Aus diesem Grund bot sich eine qualitative Herangehensweise an. Mithilfe eines empirischen Vergleichs des Veranstaltermarktes und ausgewählten Expertengesprächen sollen die Grundannahmen der Arbeit überprüft werden. Es wird dabei ausschließlich auf die Angebotsseite eingegangen, zudem beschränkt sich die Analyse auf kommerzielle Anbieter im deutsch-sprachigen Raum. Die Nachfrageseite kann im Rahmen dieser Arbeit nicht berücksichtigt werden, da keine repräsentative Datengrundlage zur Verfügung steht, um ein valides Ergebnis zu erzielen. Um ein umfassendes Bild über die Entwicklung von Volunteer-Tourismus zu erhalten, ist es ebenfalls von Bedeutung gewesen, Meinungen von Experten mit einzubeziehen. Hierbei wurden die für die Arbeit relevanten Grundannahmen erwähnt. Die Konzeption und Zielsetzung des Interviewleitfadens sowie Kurzportraits der Reiseveranstalter sind im Anhang E und F zu finden.

5.1 Aufbau und Durchführung

Bei der Befragung lassen sich qualitativ und quantitativ orientierte Methoden unterscheiden. Beim Tiefeninterview handelt es sich um ein relativ freies, qualitatives Interview in Form eines persönlichen Gesprächs. Es erfolgte meist halbstrukturiert auf der Grundlage einer spezifischen Themenliste.²⁰⁸

Im Fall dieser Arbeit werden nur einige ausgewählte Reiseveranstalter befragt, da konkrete Ergebnisse und Handlungsempfehlungen für das Tourismusmanagement ermittelt und abgeleitet werden sollen. Insgesamt wurden mit acht unterschiedlichen Reiseveranstaltern, einer Workcamp-Organisation und neun Experten aus der Tourismusbranche Interviews geführt. Die Gespräche mit den Veranstaltern von Freiwilligendiensten orientierten sich an einem thematischen Gesprächsleitfaden, um die zu erforschenden Aspekte des Themas ansprechen zu können, was ebenfalls die Vergleichbarkeit der Daten und die Aussagekraft der Gespräche erhöhte. Die beiden

²⁰⁸ Vgl. Homburg, Christian / Krohmer, Harley (2006): Grundlagen des Marketingmanagements. Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden 2006, S. 61f.

Leitfäden unterscheiden sich nur geringfügig voneinander und sind individuell angepasst worden. Zudem sollten die Fragen offen, d.h. ungestützt formuliert sein, damit genug Raum für eigene Angaben blieb. Der Leitfaden gliedert sich in neun verschiedene Themenbereiche mit insgesamt 25 Fragen, die für die Beantwortung der Forschungsfragen als wichtig zu erachten sind. Mithilfe der Auswertung der verschiedenen Themengebiete soll es einerseits möglich werden, die Hypothesen zu verifizieren bzw. zu falsifizieren; andererseits wurde aber auch auf nicht beachtete Aspekte eingegangen. Die Analyse der Ergebnisse wird sich also nicht ausschließlich auf die Überprüfung der Annahmen beschränken. Die qualitativ-problemzentrierten Interviews wurden teilweise sowohl auf der ITB im März 2011 als auch über Telefon durchgeführt respektive ausgefüllt und zurückgeschickt. Der ausländischen Organisation „Planeterra“ wurde der Fragebogen auf Englisch zum Selbstauffüllen zur Verfügung gestellt. Die Dauer der Gespräche bewegte sich zwischen 20 und 45 Minuten.

Zunächst wurden Anfragen per Email durchgeführt, um zu erst die Bereitschaft zu einer Teilnahme zu erfragen und den Kontakt zu den richtigen Ansprechpartnern zu erhalten. Es folgte ein kurzes Anschreiben, in der die Zielsetzung der Arbeit und der Interviewleitfaden vorgestellt sowie der jeweilige Termin für die Interviews vereinbart wurde.

Es wurde darauf geachtet, dass die ersten Fragen eher einfach gehalten wurden, so dass der Befragte sie relativ schnell beantworten konnte. Im weiteren Verlauf werden die Themen von der Relevanz her wichtiger, da hier nun eine konkrete Meinungsäußerung erforderlich war.

Im ersten Schritt erfolgte die Einführungsphase, die zum gegenseitigen Kennenlernen diente; sie beinhaltete außerdem die Frage, aus welchem Impuls heraus die Idee entstanden war, Volunteer-Reisen mit ins Programm aufzunehmen. Der zweite Teil der Befragung bezieht sich auf die Strategie, die mit den Volunteer-Angeboten verfolgt wird. Hierbei soll ersichtlich werden, ob die Angebote über ein Unique Selling Proposition verfügen und welche Schritte eingeleitet werden, um die Produkte bekannt zu machen. Im dritten Teil wird auf die Organisation eingegangen, mit der kooperiert wird. Im Anschluss soll detailliert das Profil des Volunteer-Touristen analysiert werden. Der fünfte Themenblock beschäftigt sich mit dem Krisenmanagement des

Unternehmens. Die Aussagen im sechsten und siebten Teil sollen Auskunft darüber geben, wie die Kalkulation und Finanzierung der Reiseart angelegt ist. Dabei soll auch herausgefunden werden, inwiefern die Kosten den Kunden gegenüber transparent sind. Weiterführend beschäftigt sich der Gesprächsleitfaden mit der Nachhaltigkeitsthematik: Hier soll ermittelt werden, in welcher Weise nachhaltige Bestrebungen innerhalb des Managements eine Rolle spielen. Im letzten Themenblock sollen die Reiseveranstalter eine Einschätzung vornehmen, wie sie sich die Zukunft von Volunteer-Tourismus vorstellen.

5.2 Analyse von Volunteer-Reiseprogrammen am Beispiel von Reiseveranstaltern

Der Fokus der Analyse liegt auf dem tatsächlichen Reiseablauf von der Anreise bis zur Rückkehr sowie auf den darin enthaltenen Leistungen. Die unterschiedlichen Angebote werden nach den Kategorien: Reisedauer, Destinationen, Projektarten, Finanzierung der Projekte, Preiskategorie, Leistungen, Marketingaktivitäten, Projektpartner, Zielgruppe und Vor- und Nachbereitung untersucht, um einen ersten Überblick über die angebotenen Volunteer-Reisen zu erhalten. Die Kriterien, die die Grundlage der Analyse darstellen, orientieren sich hauptsächlich an den Bestandteilen der touristischen Leistungskette im Tourismus (zur Veranschaulichung der Erkenntnisse siehe die Graphik in Anhang G).

5.3 Ergebnis des empirischen Vergleichs

Der folgende Teil der Arbeit fasst die Ergebnisse der Forschung zusammen, indem sie anhand bestimmter Kriterien gebündelt und dann bewertet werden. Als Hilfestellung dient hierbei „The ethical volunteering guide“ der englischen tourismuskritischen Organisation „Tourism Concern“, der verschiedene Richtlinien bezüglich seriöser Volunteer-Angebote aufstellt. Die Richtlinien helfen möglichen Volunteers, ein gutes Volunteer-Reiseprogramm zu finden, das ihren Bedürfnissen entspricht, und garantiert die Auswahl von Anbietern mit Programmen, die dem Ziel der Nachhaltigkeit gerecht

werden.²⁰⁹ Durch die tabellarische Gegenüberstellung der verschiedenen Anbieter sowie durch zwei Auszüge aus unterschiedlichen Projekten („Worldunite“ und „Karmalaya“), die ebenfalls im Anhang H zu finden sind, wird deutlich, dass sich die charakteristischen Merkmale von Volunteer-Reisen zwischen den einzelnen Anbietern unterscheiden.

Anbieter

Es handelt sich hierbei entweder um Anbieter, die neben Volunteer-Tourismus zusätzlich noch Auslandspraktika, Sprachkurse oder Work and Travel-Programme etc. veranstalten, wie dies bei „Stepin“, „STA Travel“ oder „MultiKultur“ gegeben ist. Bei solchen Veranstaltern ist die Ausrichtung an einer überwiegend jungen Zielgruppe eindeutig zu erkennen, worauf die jugendlich daher kommende Gestaltung der Publikationen hindeutet. Oder es besteht eine Konzentration auf ausschließlich ein Segment, wie bei „Karmalaya“, „Worldunite“ oder „i-to-i“.

Dauer/Projektarten/Zielgruppe

Beim Volunteer-Tourismus muss zwischen zwei Arten von Angeboten unterschieden werden. Zu nennen sind zum einen Pauschalreisen von gewinnorientierten Reiseveranstaltern wie „Sta Travel“, die das neue Reisesegment unter der Rubrik „Reisen und Helfen“ in ihr Katalog aufgenommen haben. In diesem Fall beinhaltet das Angebot neben ein paar Tagen „Helfen“ auch Sightseeing, Wanderungen, Badeausflüge und andere klassische touristische Aktivitäten. „Worldunite“ dagegen bietet neben solchen Reisepaketen in Zusammenarbeit mit Agenturen auch das sogenannte „Voluntourism-Hopper“-Programm an. Dabei bucht man lediglich den ein- bis dreiwöchigen Einsatz inklusive Unterkunft, Transfer, Vorstellung bei der Einrichtung, Informationspaket und einem Ansprechpartner vor Ort. Mit diesem Angebot wird kein Gewinn erzielt, da die Preise so niedrig gehalten werden, dass sie nur die operativen Kosten und die Fortführung des Programms decken. Außerdem bleiben nahezu sämtliche bezahlten Gebühren im Gastland.

²⁰⁹ Vgl. Simpson, Kate: The ethical volunteering guide, Abruf von <http://www.ethicalvolunteering.org/downloads/ethicalvolunteering.pdf> [27.05.2011].

Die gängigen Programme bewegen sich in einer Zeitspanne von ein bis vier Wochen, die dann als Kurzzeitprogramme bezeichnet werden. Längere Programme dauern hingegen acht bis zwölf Wochen. Alle Veranstalter bieten Projekte im Sozialwesen sowie im Umweltschutz an. Beim Veranstalter „i-to-i“ lassen sich z.B. verschiedene Abstufungen des Freiwilligeneinsatzes buchen.

- Volunteer-Reisen (eine Reise mit 100 % Volunteering)
- Abenteuer (50 % Volunteering und 50 % Abenteuerreise)
- Rundreisen (90 % Reisen und 10 % Volunteering)
- Gruppenreisen (90 % Volunteering und 10 % Reisen)²¹⁰

Die Altersspanne der Zielgruppe beginnt bei allen Anbietern ab 18 Jahren. Die meisten legen ihr Schwerpunkt dabei auf jüngere Kunden bis 30 Jahren.

Marketing

Unter den acht Anbietern war bei fünf die Buchung auf traditionelle Weise, per Katalog, vorzunehmen. Die drei anderen Reiseveranstalter „Worldunite“, „Karmalaya“ und „Lernen Helfen Sprachreisen“ bieten ihr Programm hauptsächlich über die eigene Internetseite an. Messe- und PR-Arbeit sind bei allen Veranstaltern eine wichtige Marketingaktivität, um auf sich aufmerksam zu machen. Es ist gut zu beobachten, dass Mund-zu-Mund-Propaganda von entscheidender Bedeutung ist und ein geeignetes Mittel darstellt, neue Teilnehmer zur Buchung zu bewegen. Vor allem zurückgekehrte Volunteer-Touristen dienen als Multiplikatoren bzw. Testimonials und werden als „Botschafter“ im Marketing-Material (sowohl in Broschüren als auch online) eingesetzt. Dies begünstigt einen regen Austausch zwischen erfahrenen und potentiellen Volunteer-Touristen.

Leistungen

Die meisten Anbieter bieten die Grundausrüstung mit Unterkunft, Verpflegung, Betreuung und eventuellem Flughafentransfer als Leistungspaket an. Bei keinem dieser Angebote ist der Flug im Preis enthalten. Versicherung, Visagebühren, Taschengeld und Transportkosten innerhalb des Landes müssen die Teilnehmer als weitere Ausgaben

²¹⁰ Vgl. i to i (Hrsg.): Tui Online-Katalog, Abruf von <http://www.tui-onlinekatalog.de/cat/00008800/8823/pages/pdf/8823.pdf> [29.05.2011], S. 6f.

zusätzlich einkalkulieren. Am häufigsten wird eine Unterkunft in Gastfamilien angeboten. Der fehlende Komfort unterstreicht die Authentizität des Programmes, darüber hinaus unterstützt es die Identifikation der Freiwilligen mit dem Projekt.

Volunteer-Tourismus-Organisationen stellen oft Personal aus dem betreffenden Land ein, um den Volunteers Unterstützung und Dienstleistungen während ihres Aufenthalts bieten zu können. Das Personal stellt auch ein wertvolles Sicherheitsnetz dar für den Fall, dass etwas schiefgeht (z.B. Einrichtung einer Hotline).

Vor-und Nachbereitung

Die Vorbereitungsmaßnahmen werden von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich gehandhabt. In der Phase vor der Abreise reichen sie von einem einfachen Katalog, Beratungsleistungen und Abfrage von Motivation und Qualifikationen über Telefon, Post oder im persönlichen Gespräch, bis zu einem umfangreichen Starter-Paket mit nützlichen Tipps, wie z.B. Checkliste und Länderinformationen. Darin enthalten sind häufig auch genaue Tätigkeitsbeschreibungen des gewählten Projekts. Einige Reiseveranstalter statten die zukünftigen Freiwilligen mit Kontaktadressen von Ehemaligen aus, damit diese sich vorab gut vorbereitet fühlen. Eine Minderheit unter den Reiseveranstaltern bietet ihnen die Gelegenheit, an Workshops oder Vorbereitungstreffen im Heimatland teilzunehmen. Dies geschieht dann eher vor Ort in Form eines mehr-tägigen Orientierungsprogramms, das jedoch größtenteils ein freiwilliges Angebot darstellt. Bei vielen Projekten ist es auch nötig, vorher einen Sprachkurs zu absolvieren und gehört häufig zum Reisepaket dazu. Alle Anbieter sind gewillt, einen intensiveren Kontakt nach Rückkehr der Teilnehmer in Form von Events oder Spendenaktionen aufzubauen. „Step-in“ bietet beispielsweise eine sogenannte „Community“ an, damit Voluntäre die Möglichkeit haben, ihre Erfahrungen auszutauschen. Jeder Reiseveranstalter holt auch die Meinung bzw. Vorschläge der Reisenden ein, um auf der Basis eines konstruktiven Feedbacks Verbesserungen in der Praxis einzuleiten.

Finanzierung

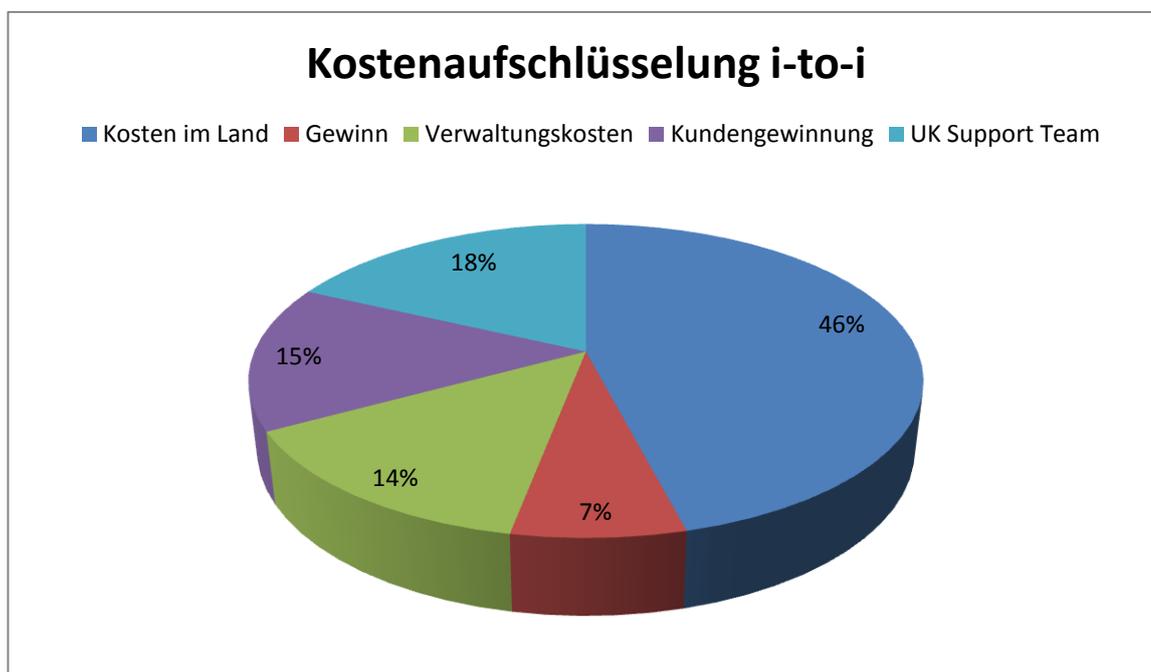


Abb. 6: Kostenaufschlüsselung i-to-i (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an o.V.: zur Verfügung gestelltes, nicht veröffentlichtes Material der TUI Deutschland GmbH, weitergeleitet von Bach, Birgit, Vermarktung Fernreisen am 22.03.2011)

Die Teilnehmergebühren, die in Rechnung gestellt werden, und deren in die Projekte fließenden Anteile variieren zwischen den Veranstaltern mitunter sehr stark, obwohl die meisten Volunteer-Programme das gleiche Leistungsspektrum bieten. Die Volunteer-Tourismus-Angebote liegen größtenteils im mittleren Preisbereich (Angebote ab 980 € bei MultiKultur bis durchschnittlich 1600 € bei Stepin für vier Wochen). Hervorzuheben ist der Anbieter „Worldunite“, der besonders günstig ist (ab 500 €). In Bezug auf die Dauer lässt sich bestätigen: Je kürzer der Aufenthalt in einem Projekt ist, desto größer ist die Preisspanne. Der Unterschied ist damit zu begründen, ob ein Anbieter vor Ort im jeweiligen Entwicklungsland operiert oder aus Europa oder den USA stammt. Es entstehen diesbezüglich Chancen, den VolunTouristen zu verdeutlichen, dass es durchaus sinnvoll ist, dass „Freiwilligenarbeit“ Geld kostet. Diese Entsendeorganisationen haben oft hohe allgemeine Kosten zu tragen, wie z.B. für Mieten für Büroräume, Strom-, Telefon-, Internetgebühren, Verwaltung und Büroausstattung. Einen großen Teil machen auch die Gehälter und Sozialabgaben von Vollzeit-Beschäftigten in den Zentralen aus. Zudem kommen relative hohe Kosten für

die Kundengewinnung und das Marketing (durch Kataloge, Anzeigen und Kundenservice) hinzu, zudem entstehen Kosten für Orientierungs- und Sprachkurse sowie für die Gastfamilien, die sowohl für Unterkunft und Verpflegung eine adäquate Entlohnung verlangen. Programmgebühren werden für die Finanzierung des Projekts, dies reicht von Schulmaterialien bis hin zu Baustoffen, angesetzt.

Oft wird ein Freiwilligendienst als ein Praktikum angesehen und als solches deklariert. Fördermöglichkeiten in Deutschland gibt es für Studierende z.B. als Auslandsbafög, Stipendien und Fahrkostenzuschüsse des DAAD sowie Inwent.

Der Gewinnanteil liegt bei Volunteer-Reisen im Schnitt bei sieben Prozent. Der Anteil, der im Entwicklungsland bleibt, ist bei durchschnittlich 60 Prozent angesiedelt. Bei den meisten Projekten fließen die finanziellen Mittel direkt in die Gemeinden und deren dörfliche Entwicklung, durchschnittlich sind dies zehn Prozent des Reisepreises.

Nachhaltigkeit

Gemäß den Kriterien einer nachhaltigen Entwicklung, soll der Volunteer-Tourismus so angelegt sein, dass sowohl in ökonomischer und ökologischer als auch in sozialer Hinsicht keine negativen Auswirkungen entstehen.

Mit Bezug auf das sogenannte Dreieck der Nachhaltigkeit (siehe Abb. 3) ist festzuhalten, dass vor allem Ökologie und Ökonomie im Volunteer-Tourismus besser zur Geltung kommen als im Massentourismus. Der Großteil der Einnahmen bleibt in der Regel in den Destinationen, und neben der geringeren Umweltverschmutzung durch eine geringere Anzahl an Touristen unterstützen diese auch noch Tierschutz- und Umweltprojekte. Es wird empfohlen, die Aufenthaltszeit von der Dauer des Fluges abhängig zu machen. Dies wird beim Volunteer-Tourismus nur indirekt umgesetzt, da längere Aufenthalte potentiell günstiger sind als kürzere. Die dritte Seite des Nachhaltigkeitsdreiecks, die soziale, ist dagegen kritisch zu betrachten: Der Volunteer-Tourismus fördert zwar soziale Projekte, doch dürfen die Gefahren der Abhängigkeit und der oft zu kurzen Aufenthaltsdauer der Reisenden nicht vernachlässigt werden.

Jeder Anbieter betont in seinen Veröffentlichungen, dass alle Hilfsprojekte darauf ausgerichtet sind, den Menschen vor Ort dabei zu helfen, einen nachhaltigen Weg der Entwicklung einzuschlagen. Bei einer Durchsicht des Werbematerials der einzelnen Veranstalter finden sich viele Anspielungen auf einen nachhaltigen Beitrag, der von den

Teilnehmern geleistet werden kann, jedoch nur wenige direkte Verweise zum Thema „Entwicklungszusammenarbeit“. Eine detaillierte Arbeitsbeschreibung, worauf sich der künftige Teilnehmer vor Ort einstellen sollte, ist eher bei Projektbeschreibungen von „Karmalaya“, „Worldunite“ und „Lotus Travel Service“ zu entdecken, was auf eine sorgfältige Planung und ein durchdachtes Qualitätsmanagement schließen lässt. Zudem ist es in diesem Zusammenhang wichtig, als Nachfrager zu erfahren, in welchem Zeitraum die Projekte stattfinden; denn nur ein langfristig angelegtes Projekt ist sinnvoll und kann etwas verändern. Ein weiterer Maßstab für nachhaltiges Management der Reiseveranstalter ist die Zusammenarbeit mit lokalen Partnerorganisationen, die einen festen Bestandteil der gemeinsamen Projektauswahl und -durchführung verantworten. Laut Aussagen der Veranstalter wird auf die Erfüllung der genannten Kriterien geachtet, so dass beispielsweise Einheimische in die Arbeit einbezogen bzw. als Arbeitskräfte eingesetzt und die Projekte auch weitergeführt werden, wenn der Voluntourist wieder abreist. Der Faktor der Kostentransparenz ist als Nächstes zu prüfen. Bei einigen ist die Aufstellung der Kosten nicht sofort durchschaubar, und zwar weder auf der Internetseite noch im Katalog. Auf Anfrage sind allerdings alle bereit, die nötigen Informationen zu erteilen, wohin das Geld fließt.

An Zertifizierungsprogrammen nimmt nur „Reisen und Helfen Sprachreisen“ teil, „Karmalaya“ zieht dies in Erwägung. Der Rest hingegen ist bei dem Thema zurückhaltend eingestellt.

6 FAZIT

Im letzten Kapitel wird noch einmal auf die eingangs aufgestellten Hypothesen eingegangen, wobei (wie gesagt) schon bei den Ergebnissen der Auswertung ersichtlich war, dass es einige Themen gibt, die nicht von den Hypothesen berührt werden. Das Ziel dieser Arbeit lautete eben auch, auf Aspekte einzugehen, die vorab nicht bedacht worden waren und sich erst durch den konkreten Verlauf der Befragungen ergaben. Analysiert wird dabei, ob die Hypothesen zutreffen oder ob Abweichungen festzustellen sind. Abschließend werden dann Handlungsempfehlungen formuliert und ein Ausblick vorgenommen.

6.1 Überprüfung der aufgestellten Thesen

Im folgenden Kapitel werden die Annahmen, die anfangs formuliert wurden, entweder verifiziert oder falsifiziert.

- **Annahme 1:** Veranstalter leisten durch Volunteer-Programme einen signifikanten Beitrag zum natur- und sozialverträglichen Tourismus. Dies bedeutet, dass das neue Tourismuskonzept zur positiven, nachhaltigen Entwicklung der Beteiligten beitragen und gleichzeitig negative Begleiterscheinungen des Tourismus in Entwicklungsländern reduzieren kann.

Das Ziel der Arbeit war es herauszufinden, ob Volunteer-Tourismus einen berechtigten Platz in der Nachhaltigkeitsstrategie der Unternehmen hat. Wie in den letzten Kapiteln diskutiert wurde, kann das Nischenprodukt dabei behilflich sein, das Leben von Einheimischen grundlegend zu verändern und es womöglich auch zu verbessern. Einzelne Projekte haben durchaus eine Berechtigung, da auf beiden Seiten eine Bewusstseinschärfung herbeigeführt wird. Ebenfalls kann die Umwelt durch Projektarbeit besser geschützt werden. Auf der einen Seite zeichnet sich ab, dass Menschen durch aktive Reisen in Entwicklungsländer ihren Blick auf die Welt verändern können. Sie begreifen soziale Ungerechtigkeit und sind stärker bereit, auch persönlich etwas dagegen zu unternehmen und ihr Wissen an andere Menschen weiterzugeben. So engagieren sich Menschen mit einem geschärften Problembewusstsein stärker für entwicklungspolitische Fragen, und zwar sowohl durch ehrenamtliche Arbeit als auch finanziell.

Die Entwicklung des kommerziellen Volunteering-Tourismus ist insgesamt aber nicht unkritisch zu betrachten, da im Gegensatz zu konventionellen Reisepaketen hier jahrelange Erfahrung im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit notwendig ist, um ein wirklich sinnvolles Produkt zu entwickeln. Viele der Freiwilligeneinsätze sind daher eher Selbsterfahrungseinsätze, deren nachhaltige Wirkung für die Projekte im Land durchaus hinterfragt werden darf. Natürlich haben auch diese Einsätze durchaus positive Wirkungen für die Teilnehmer, gerade was die Selbsterfahrung und Erweiterung des eigenen Horizontes angeht. Wie umfangreich und umfassend diese Einblicke in einer

häufig eher kurzen Zeitspanne jedoch sind, hängt sehr vom jeweiligen Projekt, der Begleitung der Teilnehmer und natürlich auch von der Zielsetzung der Anbieter ab. Betrachtet man die Entfernungen der Destinationen, kommt erschwerend hinzu, dass ein solcher Kurzeinsatz keinesfalls umweltfreundlich ist. Verfehlt wird zudem der Kerngedanke des Volunteerings, zumindest wenn man die Ziele der Entwicklungszusammenarbeit zugrunde legt, wenn durch die Menge der Selbsterfahrungsprodukte entweder Arbeitsplätze bei der lokalen Bevölkerung verschwinden, die Einnahmen nur wenigen Personen zugute kommen und zusätzlich die Haltung in der Bevölkerung entsteht, die von Freiwilligen übernommenen Aufgaben wären in absehbarer Zeit nicht durch lokale Personen zu erbringen.

Bezüglich der ersten These kann zusammenfassend festgehalten werden, dass Volunteer-Reisen nur im begrenzten Umfang einen positiven Beitrag zur Nachhaltigkeit im Tourismus leisten können. Es geht beim Freiwilligen-Tourismus also nicht wirklich darum, anderen zu helfen, wie es von den meisten Anbietern verkauft wird, sondern vielmehr darum, von dem Einsatz und dem Kontakt zu den einheimischen Angestellten und Mitgliedern der Organisationen zu lernen. Ein weiterer Kritikpunkt an dem Terminus „helfen“ entzündet sich an der Einseitigkeit, die dieser impliziert. Dass aber gerade im Volunteer-Tourismus, im Gegensatz zu längeren Auslandseinsätzen, eine sehr eigennützige Komponente die Entscheidung für einen Freiwilligeneinsatz beeinflusst, wird dabei nicht berücksichtigt. Betrachtet man Volunteer-Tourismus also unter dem Aspekt des „Helfens“, entstehen automatisch negative Bilder von jungen, abenteuerlustigen Touristen aus dem Westen, die in ein Entwicklungsland fahren, um neben den klassischen Urlaubsaktivitäten für ein paar Tage etwas für die Armen zu tun und damit ihr Gewissen zu beruhigen. Wer diese Form des Reisens jedoch unter dem Motto des „kulturellen Austauschs“ betrachtet und den Menschen des Gastlandes „auf Augenhöhe“ begegnet, in dem Bewusstsein, was alles von ihnen gelernt und erfahren werden kann, dem offenbart dieser neuartige, oft kritisierte Terminus des Volunteer-Tourismus eine ganz neue Konnotation.

Eine allgemeine Lösung für die in dieser Arbeit behandelte Problematik gibt es nicht, denn ein vollkommen umwelt- und sozialverträglicher Tourismus wäre wohl nur

möglich, wenn es die Freizeitindustrie nicht gäbe. Jedoch ist der Wunsch bzw. die Forderung eines umweltverträglicheren und verantwortungsvolleren Tourismus keineswegs utopisch. Um eine nachhaltige Entwicklung zu gewährleisten, erfordert es ein ganzheitliches Umdenken bei allen drei beteiligten Akteuren: bei Staat, Wirtschaft und den Touristen sowie die kooperative Zusammenarbeit zwischen den Anbietern und Organisationen und den Austausch zwischen Industrie- und Entwicklungsländern. Zukünftig müsse ein gewisser Nachhaltigkeitsstandard noch mehr ausgebaut werden, da er bislang noch keinen besonderen Stellenwert in der Tourismusindustrie einnimmt. Die Schwierigkeit liegt außerdem darin, dass es bislang so gut wie keine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Phänomen des modernen Volunteer-Tourismus gibt. Noch fehlen Marktforschungen, mit denen sich feststellen ließe, was sich die jungen Erwachsenen vom Einsatz erhoffen, was die Einsatzstellen im Ausland wirklich brauchen und wie viele sinnvolle Einsatzmöglichkeiten es überhaupt gibt.²¹¹

- **Annahme 2:** Volunteer-Projekte sind insofern attraktiv, dass sie als erfolgreiche Geschäftsmodelle etabliert werden können. Die Idee, solche Pakete anzubieten, ist wirtschaftlich interessant, und dies vor allem im Jugendreisebereich. Veranstalter konzipieren das touristische Produkt mit dem Ziel der Gewinnmaximierung oder zumindest einer interessanten Gewinnmarge.

Wie bereits im Vorfeld betrachtet wurde, werden die Projekte von Firmen oder Sponsoren unterschiedlich unterstützt, sie operieren gewinnorientiert oder gemeinnützig, schließen mehr oder weniger Leistungen in ihr Angebot ein.

Als profit-orientiertes Unternehmen möchte man möglichst viele Teilnehmer in Projekten unterbringen, so dass die Gefahr besteht, dass diese mit Freiwilligen übersorgt sind. Aus diesem Grund muss abgewägt werden, ob diese Sparte eine wirklich gewinnbringende darstellt. Außerdem muss zwischen kleinen und großen Reiseveranstaltern unterschieden werden. Während „World Unite“ oder „Lotus Travel Service“ gewillt sind, den Großteil der Teilnahmegebühren wieder in die

²¹¹ Vgl. Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung (Hrsg.) (2009): Freiwilligen-Einsatz in den Ferien, als Praktikum oder für ein Zwischenjahr: Wie finde ich ein gutes Angebot?, Abruf von http://www.fairunterwegs.org/fileadmin/ContentGlobal/PDF/FAQ_s/Freiwilligen_Einsatz_in_den_Ferien.pdf [23.05.2011].

Entwicklungsländer abzuführen, geht man bei „i-to-i“ von einem größeren Gewinnanteil aus. All diese Faktoren beeinflussen die Kalkulation und somit den angesetzten Reisepreis der Veranstalter. Nach Bach von TUI spricht man bei der Gewinnmarge von Volunteer-Tourismusprodukten von einem Mittelwert im unteren Bereich. Desweiteren kommt es darauf an, welche Art von Pauschalreise kalkuliert wird. Da reicht das Spektrum vom „supergünstigen Lastminute Schnäppchen“, das oft sogar unterkalkuliert ist, bis zu hochwertigen Luxusreisen, in der sehr großzügige Margen eingeplant werden. Die üblichen Margen bei herkömmlichen Reisen liegen zwischen drei und fünf Prozent.

6.2 Handlungsempfehlungen

Es sollen in diesem Kapitel anhand der erarbeiteten Arbeitsergebnisse die Herausforderungen im Zusammenhang mit der Entwicklung dieses Reisesegments dargestellt werden, mit dem Ziel, Umsetzungsdefizite auf Seiten der beteiligten Akteure zu beseitigen bzw. zu vermeiden. Die formulierten Handlungsempfehlungen sollen die Arbeit für und mit den Freiwilligen der bestehenden Organisationen verbessern, aber auch Chancen für den Tourismusmarkt aufzeigen. Wie kann es gelingen, trotz ökonomischer Dominanz ethische Maßstäbe und soziale Verantwortung als Leitlinien im Tourismus zu verankern, damit es zu einem fairen Interessenausgleich zwischen Reisenden und Bereisten, zwischen Entsendeorganisationen und Zielländern kommt? Wie kann man sicherstellen, dass Volunteers von einer vermeintlich wohltätigen Organisation nicht ausgebeutet werden? Wie können lokale und regionale Gemeinschaften vor negativen Auswirkungen des Volunteer-Tourismus geschützt werden?

- **Klare Kriterien**

Orientiert am Ziel der Nachhaltigkeit, arbeiten einige Reiseveranstalter an einem Verhaltenskodex.²¹² Es ist wichtig, dass solche Richtlinien allgemein verbindlich

²¹² Vertiefende Literatur, siehe folgende Veröffentlichung:
<http://www.volunteeringoptions.org/Portals/0/coderevised2010.pdf>

werden und dass auch andere Anbieter auf dem Feld des Volunteer-Tourismus sie übernehmen.²¹³

Es gibt eine Reihe von Instrumenten, die im Mainstream-Tourismus zum Messen, Überwachen und Bewerten von erbrachten Leistungen verwendet werden, wie etwa Erfolgskennzahlen, Benchmarking, Zertifizierung und Akkreditierung. Jedoch fällt ihr Gebrauch im Zusammenhang mit Volunteer-Tourismus im Allgemeinen spärlich aus. Dazu besitzen Regeln und Vorgaben nur eine begrenzte Wirksamkeit, was häufig an mangelndem Kontroll- und Durchsetzungsvermögen liegt.²¹⁴ Es muss erwähnt werden, dass die Gefahr besteht, dass dieser Verhaltenskodex außerdem als Marketinginstrument und zu einer Art von „Grünfärberei“ (Greenwashing) benutzt wird. Wenn Volunteer-Tourismus als eine ethische Art des Reisens gelten soll, ist ein kritischer Diskurs auf diesem Gebiet von entscheidender Bedeutung.²¹⁵

Siegel, die Volunteer-Reisen als faire Produkte deklarieren, bieten bei einer Markteinführung dieses neuen Produkts eine unverzichtbare Orientierungshilfe für den Kunden und besitzen auch eine hohe Glaubwürdigkeit.²¹⁶ Es bedarf klarer Kriterien von Seiten der Anbieter für die Auswahl der Einsatzleistenden im Sinne eines Assessment Centers sowie für deren Vorbereitung und Betreuung und schließlich für die Auswahl der Projekte und ebenso eine eindeutige Beantwortung der Frage, welche Einsatzleistende für welche Projekte geeignet sind. Um glaubhaft zu sein, sollten diese Reiseangebote einem umweltgerechten und sozialverantwortlichen Tourismus Rechnung tragen. Die Verwendung eines Labels verschafft der Entsendeorganisation einen Vorteil gegenüber nicht-akkreditierten Modellen, da potentielle Volunteers mit dem Label ein qualitativ hochwertiges Modell assoziieren, dessen Schwerpunkt auf Entwicklung liegt und das auch ihre eigenen Bedürfnisse schützt. Es wird ihnen auch möglich sein, mit dem Volunteer vor der Vermittlung in Kontakt zu treten. Dadurch

²¹³ Vgl. Wearing, Stephen / Lyons, Kevin / Snead, Suzanne Leigh (2010): Volunteer Tourism, in: Liburd, Janne J. (Hrsg.) (2010): Understanding the sustainable development of tourism, Oxford 2010, S. 188-204, (S. 199).

²¹⁴ Vgl. Wearing, Stephen (2001): Volunteer tourism: experiences that make a difference, Wallingford 2001, S. 145f.

²¹⁵ Vgl. Benson, Angela M. (2011a): Volunteer tourism: structuring the research agenda, in: Dies. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 240-251, (S. 245).

²¹⁶ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Burghard Rauschelbach, Programmleitung der Firma GIZ am 16.03.2011.

können sich alle Beteiligten besser vorbereiten, so dass auch der Volunteer bei seiner Ankunft gut gerüstet ist. Genau wie die Entsendeorganisationen müssen auch die Gastgeber über klare Entscheidungsstrukturen verfügen und Rechenschaft über ihre Aktivitäten ablegen. So ließe sich besser gewährleisten, dass Volunteer-Tourismus-Angebote so strukturiert sind, dass sie den Erwartungen gerecht werden, die ein Verhaltenskodex mit sich bringt, und das Motto „Vorteile für alle“ mehr als ein bloßer Slogan ist.²¹⁷

- **Mitspracherecht / langfristige Zusammenarbeit**

Um sich zu akkreditieren, müssen Entsendeorganisationen und Aufnahmeorganisationen ihr Hauptaugenmerk auf die Community legen; dann werden sie in der Lage sein, die Bedürfnisse ihrer Communities zu erkennen und Volunteering dazu zu benutzen, Probleme zu lindern. Überdies wird die Vermittlung so strukturiert, dass der Volunteer Mehrwert schafft anstatt Arbeiten zu erledigen, die auch die einheimische Bevölkerung verrichten könnte. Schließlich wird die Vermittlung dadurch, dass sie in einheimischen „Händen“ liegt, einen kulturellen Austausch erleichtern und es vermeiden, westliche Werte ungefragt zu importieren.

Entsendeorganisationen sollten sich persönlich vor Ort vergewissern, wem das Projekt nutzt. Die Notwendigkeit von Hilfe sollte immer ausgehend von den Projekten formuliert werden. Gastgeberorganisationen sollten daran beteiligt werden, die Anforderungen an die Rolle des Volunteers zu bestimmen, sowie Schulungen und Einarbeitung anbieten, um die kulturelle Sensibilität der Interessenten zu entwickeln.²¹⁸ Volunteer-Vermittlungsagenturen vor Ort müssen sich ständig nach den Bedürfnissen in der Community erkundigen. Was in der einen Community funktioniert, lässt sich nicht unbedingt auf eine andere übertragen. Ebenso ist nicht jede Community dafür geeignet, sich zu einem Tourismusgebiet zu entwickeln.²¹⁹ Die Bindung an die Projekte sollte zudem eine Langfristigkeit besitzen, die über den eigentlichen Aufenthalt hinausgeht.

²¹⁷ Vgl. Wearing, Stephen / Lyons, Kevin / Snead, Suzanne Leigh (2010): Volunteer Tourism, in: Liburd, Janne J. (Hrsg.): Understanding the sustainable development of tourism, Oxford 2010, S. 188-204, (S. 199f.).

²¹⁸ Vgl. Fee, Liam / Mdee, Anna (2011): How does it make a difference? Towards “accreditation” of the development impact of volunteer tourism, in: Benson, Angela M. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 223-239, (S. 229f.).

²¹⁹ Vgl. Wearing, Stephen / Lyons, Kevin / Snead, Suzanne Leigh (2010): Volunteer Tourism, in: Liburd, Janne J. (Hrsg.): Understanding the sustainable development of tourism, Oxford 2010, S. 188-204, (S. 197).

Es ist unerlässlich, dass Entsendeorganisationen eine starke Beziehung zu den Gastgeberorganisationen aufbauen, die auf gegenseitigen Respekt und gegenseitiges Vertrauen gegründet ist. Anfangs sollte die Entsendeorganisation potentielle Gastgeberorganisationen besuchen, um ihr Programm zu erklären und die Frage zu erörtern, ob die Aufnahme von Volunteers angemessen ist. Es ist wichtig, dass Entsendeorganisationen von Beginn an aufrichtig bezüglich der Erwartungen an die Gastgeberorganisation sind, und sie umgekehrt ihre Erwartungshaltung bezüglich der Aufnahme von Volunteer-Touristen formulieren. Diese Beziehung sollte dann durch regelmäßige Kommunikation und, sofern möglich, Besuche bei der Gastgeberorganisation aufrecht erhalten werden.²²⁰

Es sollte versucht werden, Einheimische so weit wie möglich mit einzubeziehen (Stichwort „Empowerment“) und Arbeitsstellen sowie die Bedingungen für eine dauerhafte Existenz der Projekte zu schaffen, indem sichergestellt wird, dass das Fachwissen und die Infrastruktur vorhanden sind, die es der einheimischen Bevölkerung ermöglichen, auch ohne die Mithilfe von Volunteers weiterzumachen. Die Beschäftigung von einheimischen Fahrern, Köchen, Wächtern, Wildhütern und Bootbesatzungen trägt zum Gelingen von Projekten bei. Die Beteiligung einheimischer Wissenschaftler und Studenten schafft Wissen und Erfahrung, was auch noch dann fort dauern kann, wenn Volunteer-Tourismus-Projekte in einer bestimmten Gegend abgeschlossen sind. Das verleiht den Beschäftigten Stärke und schafft die richtigen Voraussetzungen für eine dauerhafte Grundlage.²²¹ Dazu sind ein regelmäßiger und persönlicher Kontakt und eine laufend aktualisierte Bedürfnisanalyse notwendig.²²²

- **Quantität eindämmen**

Es ist die Aufgabe der Reiseveranstalter zusammen mit den Destinationen einen Rahmen für den Volunteer-Tourismus abzustecken, damit dieser nicht langfristig die gleichen Probleme nach sich zieht wie einst der Massentourismus. Dazu müsste es Grenzzahlen geben, wie eine Höchstanzahl an Volontärtouristen und eine

²²⁰ Vgl. Fee, Liam / Mdee, Anna (2011): How does it make a difference? Towards “accreditation” of the development impact of volunteer tourism, in Benson, Angela M. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 223-239, (S. 229f.)

²²¹ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Henning Prox, Inhaber der Firma Travelbeyond am 18.04.2011.

²²² Vgl. Reitz, Anouk (2009): Mehr als Planschen an der Oberfläche. Junge Freiwillige in Guatemala, Abruf von http://www.tourism-watch.de/files/TourismWatch_Nr.55.pdf [08.12.2010], S. 5.

Mindestaufenthaltsdauer, die den Destinationen keinen Schaden zufügen. Fraglich ist nur, inwiefern gewinnorientierte Veranstalter sich an solche Grenzen halten werden, wird dadurch ja doch ihr Gewinnpotential einschränken.

Es scheint demnach erstrebenswert zu sein, die Volunteer-Tourismus-Projekte in einem kleinen Rahmen zu halten, nicht nur weil die Teilnehmer ein unkonventionelles Reiseerlebnis suchen, sondern insbesondere deswegen, weil sie durch eine starke Kommerzialisierung ihren individuellen Charme zu verlieren drohen.²²³ Es ließe sich zwar einerseits durch Anhebung der Gästezahlen in einem Projekt der Gewinn maximieren, andererseits liefe man Gefahr, nicht mehr als ausreichend „sinnvoll“ angesehene Arbeiten anzubieten.²²⁴

- **Vor- und Nachbereitungsmaßnahmen**

Eine Vorbereitung vor Antritt der Reise ist wichtig, um Volunteers realistische Informationen darüber liefern zu können, was von ihnen im Rahmen ihres Programms tatsächlich erreicht werden kann. Ebenso sollten den Volunteers detaillierte Hintergrundinformationen über das Gastgeberland an die Hand gegeben werden, einschließlich wichtiger Hinweise zu kulturellen Normen. Diese Informationen können dann im Rahmen von Orientierungs- und/oder weiteren Informationsgesprächen vertieft werden, sobald die Volunteers im Gastgeberland ankommen.²²⁵ Die Einarbeitung und das Training, das eine Organisation anbietet, hängen von der Größe des Volunteer-Programms ab und ebenso davon, wie komplex die Rolle des Volunteers ist. Einen Einfluss übt auch die Anzahl der Volunteers aus.²²⁶

Idealerweise werden dabei Anforderungsprofile für die Freiwilligen erstellt, die Teilnehmer auf den Einsatz intensiv vorbereitet und die Dauer ihres Aufenthalts an den Bedürfnissen vor Ort ausgerichtet. Idealerweise stärkt der Einsatz das lokale Know-how, tritt nicht in Konkurrenz zum heimischen Arbeitsmarkt und ist darauf angelegt,

²²³ Vgl. Müller, Dorothea / Reeh, Tobias (2010): Volunteer Tourism in Namibia, in: *tw Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* 2, Nr.1), (2010), S. 19-36, (S. 24).

²²⁴ Vgl. ebd., S. 32.

²²⁵ Vgl. Raymond, Eliza (2008): “Make a Difference!”: the Role of Sending Organizations in Volunteer Tourism, in: Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (Hrsg.): *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives*, Wallingford 2008, S. 48-60, (S. 53ff.); Holmes, Kirsten / Smith, Karen (2009): *Managing volunteers in tourism. Attractions, destinations and events*, Oxford 2009, S. 151f.

²²⁶ Vgl. ebd., S. 110.

sich in absehbarer Zeit überflüssig zu machen.²²⁷ Um sowohl die in der Vorbereitungsphase erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten als auch die Erfahrungen der Durchführungsphase angemessen zusammenzuführen, sollte auch auf eine ausreichende Nachbereitung geachtet werden.²²⁸ Wichtig wäre es daher, wenn eine Möglichkeit geschaffen wird, dass die Ehemaligen weiter über das Projekt informiert bleiben und erfahren, wie es sich weiter entwickelt. Auch für die Rückmeldung derjenigen, die mit den Freiwilligen zusammengearbeitet haben, ist dies ein wichtiger Bestandteil dieses Konzeptes.²²⁹

Ein gut vorbereiteter, ausgewählter und sachkundiger Volunteer kann eine ungeheuer positive Wirkung in Gastgeber-Communities ausüben. Wenn der Einsatz auf einem Verständnis der tatsächlichen Bedürfnisse basiert, ist dies oft ein entscheidender Erfolgsfaktor.²³⁰

- **Transparenz bieten**

Entsendeorganisationen sollten Fallstudien über erfolgreiches Volunteering veröffentlichen, um dadurch neue Volunteers zu motivieren und um ihnen Orientierung zu geben. Darüber hinaus sollten die Volunteer-Tourismus-Anbieter sich völlig transparent gegenüber der Reisekundschaft verhalten. Der Reiseveranstalter legt z.B. offen, wie viel vom Preis dem Projekt direkt zugute kommt. Durch das starke Profitinteresse nämlich, ist es fraglich, ob die Projekte tatsächlich einen fairen Anteil des Reisepreises erhalten.²³¹

- **Monitoring/Evaluation-Verfahren**

Die Wirkung der Freiwilligenarbeit sollte mit den Projektverantwortlichen laufend überprüft werden. Es bedarf einer regelmäßigen Kontrolle in den Einsatzorten, um

²²⁷ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Henning Prox, Inhaber der Firma Travelbeyond am 18.04.2011.

²²⁸ Vgl. VENRO e.V. (Hrsg.): Symposium Reader. Going beyond weltwärts: Global Learning, weltwärts, beyond II, Abruf von <http://www.nord-sued-bruecken.de/assets/files/GbwReaderVENRO.pdf> [29.05.2011], S. 9.

²²⁹ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Christiane Plüss, Geschäftsführung der Firma Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung am 09.03.2011.

²³⁰ Vgl. Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung (Hrsg.) (2011): Freiwilligentourismus – Reflexionen aus der Perspektive des Südens, Abruf von <http://www.fairunterwegs.org/themen/thema/article/freiwilligentourismus-reflexionen-aus-der-perspektive-des-suedens.html> [26.05..2011].

²³¹ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Sven Mangels, Geschäftsführung der Firma explore and help am 15.04.2011.

Veränderungen und Verbesserungen der Situation vor Ort zu fördern und herbeizuführen; zu dem sollte darauf geachtet werden, dass beispielsweise polizeiliche Führungszeugnisse von Teilnehmern verlangt werden (Screening), um etwaige Risiken von vornherein vorzubeugen.²³² Mit regelmäßigen Bewertungen lässt sich das Funktionieren des Programms gewährleisten, ebenso wie sich dadurch Fingerzeige für eventuell notwendige Veränderungen ergeben.²³³

Der Erfolg ist von vielen Dingen abhängig. Eigenheiten der Zielregionen spielen dabei eine nicht unwichtige Rolle, weshalb allgemeine Regeln für Freiwilligendienste wenig sinnvoll sind. Die Evaluierung muss von jedem Teilnehmer und jedem Gastgeber für jeden einzelnen Arbeitseinsatz individuell geleistet werden.²³⁴

- **Planung / Management**

Glücklicherweise sind die negativen Auswirkungen, die mit dem Volunteer-Tourismus assoziiert werden, nicht zwingend und können vermutlich abgemildert werden, wenn Projekte sorgfältig geplant und geleitet werden,²³⁵ damit gewährleistet ist, dass der Besucher anhaltend hohe Qualität erleben kann.²³⁶

6.3 Ausblick

Im Folgenden wird ein kurzer Ausblick auf die Zukunft des Volunteer-Tourismus gegeben.

Der Markt verspricht sich durch die steigenden Nachfragezahlen ein enormes Wachstumspotential. Auf dem hart umkämpften Feld erkennen Reiseveranstalter immer mehr, dass Nischenmärkte das Mittel sind, um einen Wettbewerbsvorteil zu

²³² Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Antje Monshausen, Programmunterstützung der Firma EED TourismWatch am 24.03.2011.

²³³ Vgl. Raymond, Eliza (2008): "Make a Difference!": the Role of Sending Organizations in Volunteer Tourism, in: Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (Hrsg.): *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives*, Wallingford 2008, S. 48-60, (S. 53ff.).

²³⁴ Vgl. Mustonen, Pekka (2007): Freiwillige vor! In: *KulturAustausch Zeitschrift für internationale Perspektiven* 11, (2007), S.52-53, (S. 53).

²³⁵ Vgl. Guttentag, Daniel A. (2009): The possible negative impacts of volunteer tourism, in: *International Journal of Tourism Research* 11, Nr. 6, (2009), S. 537-551, (S. 548).

²³⁶ Vgl. Wearing, Stephen / Lyons, Kevin / Snead, Suzanne Leigh (2010): *Volunteer Tourism*, in: Liburd, Janne J. (Hrsg.): *Understanding the sustainable development of tourism*, Oxford 2010, S. 188-204, (S. 198).

erlangen.²³⁷ Allerdings muss darauf geachtet werden, dass dabei die Qualitätsstandards sowie der eigentliche Sinn, von Volunteer-Reisen, nicht verloren geht. Für das Tourismusmanagement stellt es eine Chance dar, neue Zielgruppen zu gewinnen; dazu versprechen die großen Themen wie Nachhaltigkeit und Entwicklungszusammenarbeit eine Verbesserung des eigenen Images. Zudem ist es möglich, frühzeitig neue Kunden an sich zu binden bzw. sein Zielgruppenspektrum und sein Portfolio zu erweitern: Aus ökonomischer Sicht geht es also um die Erschließung eines neuen Marktes.²³⁸

Durch die Entwicklungen des Mobilfunks und des Internets ist das Reisen für junge Menschen in einer zusehends vernetzten Welt einfacher geworden. Sie haben nachweislich eine enorme Auswirkung auf die Zunahme des Volunteer-Tourismus. Soziale Netzwerke wie Facebook bieten zahlreiche Informationsquellen für diejenigen, die auf der Suche nach solchen Erlebnissen sind. Anders als bei traditionellen Tourismusprodukten macht virales Marketing beim Volunteer-Tourismus-Ansatz einen bedeutenden Anteil aus.²³⁹

In Deutschland breitet sich das so genannte „Corporate Volunteering“-Konzept immer weiter aus, und mittlerweile entsenden viele Unternehmen ihre Mitarbeiter zu diesem Zweck auch ins Ausland.²⁴⁰

Die Chance besteht, die an der Volunteer-Reise Interessierten dazu zu bewegen, ihre Reise über selbstbetriebenes Fundraising finanzieren zu lassen, was einen großen Multiplikatoreffekt und ein noch höheres persönliches Involvement mit sich bringt. Zur

²³⁷ Vgl. Ingram, Joanne (2011): Volunteer tourism: how do we know it is „making a difference“?, in: Benson, Angela M. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 211-222, (S. 212).

²³⁸ Vgl. o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Marion Serwe, Geschäftsleitung der Firma imagine no limits am 12.05.2011.

²³⁹ Vgl. Benson, Angela M. (2011a): Volunteer tourism: structuring the research agenda, in: Dies. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 240-251, (S. 246); Holmes, Kirsten / Smith, Karen (2009): Managing volunteers in tourism. Attractions, destinations and events, Oxford 2000, S. 153.

²⁴⁰ Vgl. Initiative auslandszeit (Hrsg.): Corporate Volunteering, Abruf von <http://www.freiwilligenarbeit.de/soziale-projekte/corporate-volunteering.html> [29.05.2011].

Durchführung des Fundraising können die Organisationen den Freiwilligen praktische Richtlinien und Hilfestellungen anbieten.²⁴¹

Freiwilligenarbeit während der Ferien sollte nicht notwendigerweise ein auf Entwicklungsländer beschränktes Konzept bleiben: Warum sollten Volunteer-Tourismus-Programme nicht auch in Europa und in Deutschland vorangetrieben werden?

Als entscheidende Erkenntnis ist die hohe Bedeutung von Zertifikaten und Auszeichnungen anzusehen. Konzepte zur Zertifizierung von Umweltgütesiegeln oder Indikatorenmodelle in diesem Segment werden sich in Zukunft ständig weiterentwickeln.

Es lässt sich demnach schlussfolgern, dass Volunteer-Tourismus als Nischensegment auf dem Markt des Tourismus ein globales Phänomen mit Wachstumspotential darstellt. Es hat es deshalb verdient, unter theoretischen wie auch unter praktischen Gesichtspunkten weiter untersucht zu werden, und zwar aufgrund der Tatsache, dass die Menschen zunehmend nach Sinn in ihrem Leben suchen. Dies hat Folgen für ihre Entscheidung, wohin sie reisen und was sie während ihres Urlaubs tun.

„Frage nicht, was die Gesellschaft für dich tun kann.

Frage, was du für die Gesellschaft tun kannst.“

(John F. Kennedy)

²⁴¹ Vgl. Benson, Angela M. (2011a): Volunteer tourism: structuring the research agenda, in: Dies. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 240-251, (S. 244).

GLOSSAR

Zu ausgewählten Begriffen und ihrer Bedeutung im Rahmen dieser Arbeit

Alternativtourismus	Der Alternative Tourismus bzw. der Individualtourismus ist als ein Reisetil zu bezeichnen. Grob formuliert fallen heute unter diesem strapazierten und „schillernden“ Begriff sämtliche Reisearten, die sich äußerlich vom Massentourismus abgrenzen.
Community	Auch Gemeinschaft genannt, kleine soziale Einheiten.
Community-based tourism	Tourismusform wird von lokalen Gemeinden und Dörfern initiiert und verwaltet.
Corporate Social Responsibility	Die soziale Verantwortung der Unternehmen ist eine freiwillige Verpflichtung der Unternehmen, auf eine bessere Gesellschaft und eine saubere Umwelt hinzuwirken. Diese Verantwortung praktizieren sie gegenüber den Arbeitnehmern und generell gegenüber allen von ihren Geschäftstätigkeit beeinflussten Stakeholdern.
Corporate volunteering	Einsatz von Unternehmen sowie deren Mitarbeitern in gemeinnützigen Projekten.
Entwicklungszusammenarbeit	Summe aller Mittel und Maßnahmen, die von Entwicklungs- und Industrieländern eingesetzt und ergriffen werden, um die wirtschaftliche und soziale

Entwicklung der Entwicklungsländer zu fördern.

Freiwilligenarbeit	Sammelbegriff für alle Formen von freiwilliger Arbeit, die man im Ausland verrichten kann.
Freiwilligendienst	Sammelbegriff für verschiedenste ehrenamtliche Arbeitseinsätze im Ausland. Zu den bekanntesten Internationalen Freiwilligendiensten gehören die Europäischen Freiwilligendienste (EFD), das Freiwillige Soziale Jahr (FSJ) im Ausland und das Freiwillige Ökologische Jahr (FÖJ).
Freiwilliges Soziales / Ökologisches Jahr	FSJ und FÖJ im Ausland sind gesetzlich anerkannte Dienste und werden in der Regel staatlich gefördert. Der Träger muss beim Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend anerkannt sein.
Naturtourismus	Er bietet Natur für verschiedene touristische, speziell sportlicher Aktivitäten, wie Tauchen, Klettern und Luftsport. Schutz- und Erhaltungsziele sind nicht unbedingt inbegriffen.
Non-Profit-Organization	Private, also nicht-staatliche Organisationen, welche sich selbst verwalten. Sie dürfen zwar Gewinne erwirtschaften, diese müssen aber im Unternehmen bleiben.
Ökotourismus	Eine Form verantwortungsbewussten Reisens in naturnahe Gebiete, bei dem das Erleben von Natur im Mittelpunkt steht. Ökotourismus minimiert

negative ökologische und sozial-kulturelle Auswirkungen, trägt zur Finanzierung von Schutzgebieten oder Naturschutzmaßnahmen bei und schafft Einkommensmöglichkeiten für die lokale Bevölkerung.

Partizipation

Gemeinschaftliche Zusammenarbeit einer Gemeinde für den Fremdenverkehr

Pro-poor-tourism

Trägt wesentlich zur Erreichung von drei Millennium-Zielen bei: Reduzierung extremer Armut, Stärkung der Frauen und Geschlechtergerechtigkeit und Schutz der Umwelt.

Reiseveranstalter

Reiseveranstalter ist im Sinne des Reisevertragsgesetzes derjenige, der für den Reisenden eigene Leistungen erbringt und sich dazu der sogenannten Leistungsträger als Erfüllungsgehilfen bedient. Als Pauschalreise gilt ein Arrangement aus mindestens zwei Hauptleistungen.

Workcamp

Grundsätzlich im Bereich der Internationalen Freiwilligendienste anzusiedeln, unterscheiden sich aber vor allem durch die kürzere Dauer (zwischen zwei und sechs Wochen).

ANHANGSVERZEICHNIS

Anhang A	Interviewpartner
Anhang B	Reiseveranstalter-Fragebogen
Anhang C	Questionnaire
Anhang D	Experten-Fragebogen
Anhang E	Konzeption Gesprächsleitfaden
Anhang F	Firmenportraits
Anhang G	Angebotsaufbau
Anhang H	Projektbeschreibungen

Anhang A

INTERVIEWS mit Entsendeorganisationen:

KARMALAYA - Heart work & soul travel, A-Salzburg: Schriftliche Korrespondenz, Fragebogen von Tina Eder, Inhaberin am 05.04.2011 ausgefüllt.

Kolpingwerk Deutschland gemeinnützige GmbH Kolping, Köln: Gespräch mit Anna Lehmann, Fachreferentin für internationale Jugendbegegnungen, Telefoninterview am 23.03.2011.

Lernen und Helfen Sprachreisen, Köln: Gespräch mit Silvia Schröder, Geschäftsführung, Telefoninterview am 15.03.2011.

Lotus Travel Service, München: Gespräch mit Silvia Leibacher, Geschäftsführung, Telefoninterview am 24.03.2011.

MultiKultur e.K., Köln: Gespräch mit Sabrina Schneider, Coordinator international exchange programs, Telefoninterview am 15.03.2011.

Planeterra, Toronto/Kanada: Schriftliche Korrespondenz, Fragebogen von Kelly Galaski, Partnership Coordinator am 03.03.2011 ausgefüllt.

Stepin GmbH, Bonn: Gespräch mit Verena Hanneken, Manager/Marketing/PR, Interview am 12.03.2011.

TUI GmbH, Hannover: Gespräch mit Birgit Bach, Vermarktung Fernreisen, Telefoninterview am 20.03.2011.

World Unite!: Gespräch mit Chris Engler, Geschäftsführer, Telefoninterview am 20.03.2011.

EXPERTEN-INTERVIEWS:

Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung, CH-Basel: Gespräch mit Christine Plüss, Geschäftsführerin, Interview am 09.03.2011.

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Bonn: Gespräch mit Burghard Rauschelbach, Leiter des Programms „Tourismus und Nachhaltige Entwicklung“, Telefoninterview am 16.03.2011.

Evangelischer Entwicklungsdienst (EED) TourismWatch, Bonn: Gespräch mit Antje Monshausen, Programmunterstützung, Telefoninterview am 24.03.2011.

Explore & Help, Hamburg: Gespräch mit Sven Mangels, Geschäftsführung, Telefoninterview am 15.04.2011.

Imagine no limits, Friedberg: Gespräch mit Marion Serwe, Geschäftsleitung, Telefoninterview am 12.05.2011.

Informations- und Dokumentationszentrum für Antirassismuserbeit e.V. (IDA), Düsseldorf: Gespräch mit Ansgar Drücker, Geschäftsführung, Telefoninterview am 16.03.2011.

Initiative Auslandszeit, Münster: Gespräch Christian Rohde, Leiter Kommunikation, Telefoninterview am 03.03.2011.

Mascontour, Berlin: Gespräch mit Matthias Beyer, Geschäftsführung, Interview am 09.03.2011.

Travel Beyond, Hamburg: Gespräch mit Henning Prox, Inhaber, Telefoninterview am 18.04.2011.

Anhang B



Marlin Hundertmark
 Köhlerstr. 3 | 67549 Worms
 Telefon: 0176/35309315
 E-Mail: tour1181@fh-worms.de
 Fachbereich Touristik/Verkehrswesen
 8. Semester

Qualitative Befragung von Reiseveranstaltern im Rahmen der Bachelor-Thesis zum Thema

„Volunteer-Tourismus als Instrument einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in Entwicklungsländern“

Sehr geehrte/r Frau/ Herr.....,

25.02.2011

motiviert durch den Trend zu aktiven touristischen Produkten und dem allgemeinen Wunsch, seinen Urlaub sinnvoll zu gestalten, möchte ich im Rahmen meiner Bachelorarbeit herausarbeiten, inwiefern sich der Volunteer-Tourismus bislang auf dem Reisemarkt etablieren konnte. Gleichzeitig möchte ich feststellen, ob Volunteer-Programme dem Nachhaltigkeitsanspruch im Tourismus gerecht werden und sie zudem wirtschaftliche Erfolge mit sich bringen.

Ich würde mich deshalb sehr freuen, wenn Sie mir die nachfolgenden Fragen beantworten könnten. Bitte schreiben Sie ggf. die Antworten in die grauen Kästchen.

Für Ihre Mühe danke ich Ihnen im Voraus!

Mit freundlichen Grüßen

M. Hundertmark

Anmerkung:

- Der Begriff „Volunteer-Tourismus“ ist
- aus dem englischsprachigen Raum
 - Übersetzung ist „Freiwilligenarbeits-Tourismus“
- Die Elemente sind:
- Unbezahlte Arbeit in der Urlaubszeit
 - Organisatorischer Rahmen
 - Pauschal-Volunteer-Tourismus vs. selbständig organisierte Einsätze
 - Keine Gehaltsentschädigungen, Beitragszahlungen an Organisationen
 - Unterschiedliche Aufenthaltsdauer (wenige Tage bis 1 Jahr)



Marlin Hundertmark
Köhlerstr. 3 | 67549 Worms
Telefon: 0176/35309315
E-Mail: tour1181@fh-worms.de
Fachbereich Touristik/Verkehrswesen
8. Semester

1) Einstieg

- Welche Position nehmen Sie im Unternehmen ein, und welche Aufgaben üben Sie dort aus?
- Seit wann bieten Sie Volunteer-Reisen an?
- Welche Impulse haben Sie dazu veranlasst?

2) Strategie

- Gibt es Alleinstellungsmerkmale und Besonderheiten, die die Programme auszeichnen?
- Über welche Vertriebskanäle und Kommunikationsmedien werben Sie um neue Teilnehmer?

3) Organisation

- Mit welchen Organisationen bzw. Projektpartnern arbeiten Sie zusammen?



Marlin Hundertmark
Köhlerstr. 3 | 67549 Worms
Telefon: 0176/35309315
E-Mail: tour1181@fh-worms.de
Fachbereich Touristik/Verkehrswesen
8. Semester

- Können Sie mir Kriterien für die Aufnahme eines Projektes in ihren Katalog nennen, die für Sie ausschlaggebend sind?

4) Profil des Volunteer-Tourists

- Inwiefern unterscheidet sich Ihre Zielgruppe hinsichtlich soziodemographischer Merkmale gegenüber den Zielgruppen konventioneller Formen des Reisens?
- Worauf achten Sie bei der Auswahl der Teilnehmer?
- Wurden Motive, die einen Nachfrager zu einer Volunteer-Reise bewegen, durch eine Kundenbefragung erhoben? Wenn ja, welche Ergebnisse wurden ermittelt?
- Mit welchen Maßnahmen bereiten Sie die Teilnehmer auf ihren Einsatz vor?

5) Qualitätsmanagement

- Wenn ein Teilnehmer Probleme mit der Einsatzstelle hat, welche Alternativen bieten Sie ihm an?



Marlin Hundertmark
Köhlerstr. 3 | 67549 Worms
Telefon: 0176/35309315
E-Mail: tour1181@fh-worms.de
Fachbereich Touristik/Verkehrswesen
8. Semester

6) Finanzierung

- **Wie werden die Projekte finanziert?**
- **Erhalten Volunteer-Touristen eine Aufstellung der Teilnahmegebühren?**
- **Wie lassen sie sich aufschlüsseln?**

7) Wirtschaftlichkeit

- **Wie lange sollte ein Aufenthalt idealerweise dauern, damit sowohl der Reisende als auch das Projekt einen maximalen Nutzen erzielen können?**
- **Wie werden die wichtigsten Teile einer Volunteer-Reise im Vergleich zu normalen Reisen kalkuliert?**
- **Wie hoch ist der prozentuale Umsatz, im Gegensatz zu anderen Reiseformen, der mit Ihren Volunteer-Reisen generiert wird?**



Marlin Hundertmark
Köhlerstr. 3 | 67549 Worms
Telefon: 0176/35309315
E-Mail: tour1181@fh-worms.de
Fachbereich Touristik/Verkehrswesen
8. Semester

8) Nachhaltigkeit im Tourismus:

- umfasst drei miteinander verknüpfte Aspekte: ökologisch tragbar, wirtschaftlich machbar, sowie ethisch und sozial gerecht für die Bevölkerung, und dies möglichst langfristig

- Eine Eigenschaft von Volunteer-Reisen sollte sicherlich die Nachhaltigkeit sein, worin sehen Sie den Nutzen des Volunteer-Tourismus?
Könnten Sie bitte jeweils ein Beispiel nennen für:
 - den ökologischen Nutzen

 - den ökonomischen Nutzen

 - den sozio-kulturellen Nutzen

- Sind Sie Teilnehmer eines Zertifizierungsprogramms? Wenn ja, warum haben Sie sich für eine Zertifizierung entschieden?

- Halten Sie nach dem Aufenthalt Kontakt zu den Teilnehmern und/oder den Organisationen vor Ort?

- Wenn ja, wie sieht diese Nachbetreuung im Einzelnen aus?



Marlin Hundertmark
Köhlerstr. 3 | 67549 Worms
Telefon: 0176/35309315
E-Mail: tour1181@fh-worms.de
Fachbereich Touristik/Verkehrswesen
8. Semester

- **Welcher Anteil des Reisepreises verbleibt im Entwicklungsland?**

- **Kritische Stimmen behaupten, dass die Aktivitäten von Volunteer-Touristen in Entwicklungsländern Risiken bzw. Gefahren heraufbeschwören können: Wie stehen Sie dazu?**

9) Ausblick:

- **Was erhofft sich Ihr Unternehmen durch Volunteer-Angebote für die Zukunft?**

- **Können Sie mir noch etwas Ergänzendes mitteilen, was im vorliegenden Fragebogen nicht angesprochen wurde, jedoch für meine Erhebung Ihrer Ansicht nach wichtig wäre?**

-VIELEN DANK-

Anhang C



Marlin Hundertmark
Koehlerstr. 3 | D-67549 Worms
phone:0049- 176-35309315
e-mail: tour1181@fh-worms.de
Bachelor of Arts
Tourism and Travel Management

Re: Questionnaire

25/02/2011

Dear Sir or Madame.

My name is Marlin Hundertmark and I am a final year student at the University Applied Sciences in Worms, Germany, (studying for a Bachelor of Arts in Tourism and Travel Management).

As part of my course I am currently writing on my thesis on "volunteer tourism". In this paper I will give an overview of "voluntourism" as a tool for sustainable development in tourism, based on developing countries.

The trend shows that consumers want to have "active" tourism products and there is a common desire to do something meaningful and ecologically-worthy during their holidays.

My work shows in which way volunteer tourism has been established in the travel market. Moreover, the objective of the work is to investigate whether policies on eco and ethical tourism are implemented and sustained economic success has achieved by volunteer programmes.

I would be grateful if you would spare a few moments to help me with my research. I have compiled a questionnaire and hope you will be willing to give me your thoughts and opinions.

Thank you, in advance, for your efforts!

Yours sincerely,


Marlin Hundertmark



Marlin Hundertmark
Koehlerstr. 3 | D-67549 Worms
phone:0049- 176-35309315
e-mail: tour1181@fh-worms.de
Bachelor of Arts
Tourism and Travel Management

1) introduction

- What is your position and responsibilities within the company?
- When did you deal with volunteer tourism for the first time?

2) strategy

- In which markets do you operate?
- Do your programmes have a unique selling point (USP) or feature?
- Which marketing channels do you use to attract new participants?

3) organization

- Do you work in partnership with NGOs?
- How does the collaboration between tour operator and partner organizations work in practice?
- What is the average ratio between work and leisure activities?
- What do you include, relating to projects in developing countries, in the brochure?



Marlin Hundertmark
Koehlerstr. 3 | D-67549 Worms
phone:0049- 176-35309315
e-mail: tour1181@fh-worms.de
Bachelor of Arts
Tourism and Travel Management

4) participant

- How do the demographic characteristics of volunteer tourists differ from holidaymakers taking part in other forms of travel?
- What criteria do the volunteers have to meet?
- In your view, what are the motives of a volunteer traveller?
- What do you do to prepare the participants for their work and travel experience?

5) feedback

- What would you see as the consequences of customer dissatisfaction/complaints for the volunteer tourism side of your business?

6) financing

- How are the projects funded?
- How is the cost broken down and what proportion are the participation fees?



Marlin Hundertmark
Koehlerstr. 3 | D-67549 Worms
phone:0049- 176-35309315
e-mail: tour1181@fh-worms.de
Bachelor of Arts
Tourism and Travel Management

7) operating efficiency

- In your experience, what is the ideal length of stay so that both the traveller and the project can achieve maximum benefit?

8) sustainability in volunteer tourism in developing countries

- If you think about your experience with sustainability in volunteer tourism, where do you see the benefit?
→ Could you please give an example for

ecological sustainability

economic

sociocultural

- What do you see as the most important measures needed to be implemented for the sustainable development of volunteer trips into developing countries?
- Do you keep in touch with participants and/or local communities after their holidays?
- If yes, in which way do you offer follow-up support to them?
- What percentage of the travel price stays in the developing country?



Marlin Hundertmark

Koehlerstr. 3 | D-67549 Worms

phone:0049- 176-35309315

e-mail: tour1181@fh-worms.de

Bachelor of Arts

Tourism and Travel Management

- There are some voices that say that activities of volunteer tourists cause risks or dangers, what is your opinion?

9) outlook

- How do you view the potential for, and opportunities of, niche volunteer tourism?
- What else do you think is important relating to the subject?

-THANK YOU-

Anhang D



Marlin Hundertmark
Köhlerstr. 3 | 67549 Worms
Telefon: 0176/35309315
E-Mail: tour1181@fh-worms.de
Fachbereich Touristik/Verkehrswesen
8. Semester

EXPERTENINTERVIEW

im Rahmen der Bachelor-Thesis
zum Thema

„Volunteer-Tourismus als Instrument
einer nachhaltigen Tourismusentwicklung
in Entwicklungsländern“

11.04.2011

Sehr geehrte(r) Frau/Herr.....,

motiviert durch den Trend zu aktiven touristischen Produkten und dem allgemeinen Wunsch, seinen Urlaub sinnvoll zu gestalten, möchte ich im Rahmen meiner Bachelorarbeit herausarbeiten, inwiefern sich der Volunteer-Tourismus bislang auf dem Reisemarkt etablieren konnte. Gleichzeitig möchte ich feststellen, ob Volunteer-Programme dem Nachhaltigkeitsanspruch im Tourismus gerecht werden und sie zudem wirtschaftliche Erfolge mit sich bringen.

Ich würde mich deshalb sehr freuen, wenn Sie mir die nachfolgenden Fragen beantworten könnten.

Für Ihre Mühe danke ich Ihnen im Voraus!

Mit freundlichen Grüßen

M. Hundertmark



Marlin Hundertmark
Köhlerstr. 3 | 67549 Worms
Telefon: 0176/35309315
E-Mail: tour1181@fh-worms.de
Fachbereich Touristik/Verkehrswesen
8. Semester

- **Warum liegen Volunteer-Reisen nach Ihrer Einschätzung im Trend?**

- **Kann der Volunteer-Tourismus als ein Instrument der Entwicklungszusammenarbeit betrachtet werden?**

- **Worauf sollte die Entsendeorganisation bei der Auswahl der Projektpartner in Entwicklungsländern achten?**

- **Welche Eigenschaften sollten die Teilnehmer mitbringen?**

- **Welchen Mehrwert und Nutzen haben die Teilnehmer, wenn sie eine Volunteer-Reise bei einem Reiseveranstalter buchen?**

- **Eine Eigenschaft von Volunteer-Reisen sollte sicherlich die Nachhaltigkeit sein. Mit welchen Maßnahmen kann der Volunteer-Tourismus in Entwicklungsländern ökonomisch, ökologisch und sozial gerechter gestaltet bzw. in seinen Auswirkungen verbessert werden?**



Marlin Hundertmark
Köhlerstr. 3 | 67549 Worms
Telefon: 0176/35309315
E-Mail: tour1181@fh-worms.de
Fachbereich Touristik/Verkehrswesen
8. Semester

- **Wo liegen in Ihren Augen die Chancen und Probleme, um das Konzept des Volunteer-Tourismus als ein wirtschaftlich erfolgreiches Geschäftsmodell zu etablieren?**

- **Wie schätzen Sie das Potential und die Möglichkeiten ein, die das Nischenprodukt Volunteer-Tourismus im Hinblick auf einen nachhaltigen Massentourismus mit sich bringt?**

- **Können Sie mir noch etwas Ergänzendes mitteilen, was im vorliegenden Fragebogen nicht angesprochen wurde, jedoch für meine Erhebung Ihrer Ansicht nach wichtig wäre?**

-VIELEN DANK-

Anhang E

Skizzierung des Interviewleitfadens

Der Gesprächsleitfaden setzt sich aus neun Themenblöcken zusammen, deren Ziele im Folgenden näher erläutert werden sollen.

Tabelle 1: Themenblock 1 / Einstieg

Nr.	Frage	Ziel
1	Welche Position nehmen Sie im Unternehmen ein, und welche Aufgaben üben Sie dort aus?	Gute Gesprächsatmosphäre und Vertrauen schaffen
2	Seit wann bieten Sie Volunteer-Reisen an?	Zeitpunkt ermitteln, wann Volunteer-Tourismusprodukte zum ersten Mal auf dem Markt angeboten wurden.
3	Welche Impulse haben Sie dazu veranlasst?	Die Anreize herausfinden, weshalb diese Art von Reisen in die Produktpalette aufgenommen wurden.

Tabelle 2: Themenblock 2 / Strategie

Nr.	Frage	Ziel
4	Gibt es Alleinstellungsmerkmale und Besonderheiten, die die Programme auszeichnen?	Wettbewerbsvorteile ermitteln
5	Über welche Vertriebskanäle und Kommunikationsmedien werben Sie um neue Teilnehmer?	Es sollen sich durch diese Frage Marketingstrategien und deren Umfang in Hinblick auf Volunteer-Reiseangebote herauskristallisieren.

Tabelle 3: Themenblock 3 / Organisation

Nr.	Frage	Ziel
6	Mit welchen Organisationen bzw. Projektpartnern arbeiten Sie zusammen?	Konkrete Frage nach der Auswahl von Geschäftspartnern
7	Können Sie mir Kriterien für die Aufnahme eines Projektes in ihren Katalog nennen, die für Sie ausschlaggebend sind?	Den allgemeinen Wissenstand über den Unterschied zwischen Volunteer-Reisen und konventionellen Reisen erfahren, zudem herausfinden, ob bspw. faire Bedingungen in den

	Destinationen als Auswahlkriterium eine Rolle spielen.
--	--

Tabelle 4: Themenblock 4 / Profil des Volunteer-Tourists

Nr.	Frage	Ziel
8	Inwiefern unterscheidet sich Ihre Zielgruppe hinsichtlich demographischer Merkmale gegenüber den Zielgruppen konventioneller Formen des Reisens?	Es soll deutlich werden, wie die Nachfrager von Volunteer-Reisen charakterisiert werden im Vergleich zur Zielgruppe anderer Marktsegmente.
9	Worauf achten Sie bei der Auswahl der Teilnehmer?	Durch die Frage nach konkreten Handlungen soll herausgearbeitet werden, ob eine sinnvolle und individuelle Vorauswahl hinsichtlich der Projektzuweisung getroffen wird.
10	Wurden Motive, die einen Nachfrager zu einer Volunteer-Reise bewegen, durch eine Kundenbefragung erhoben? Wenn ja, welche Ergebnisse wurden ermittelt?	Hierbei soll festgestellt werden, welche Beweggründe und Bedürfnisse von Seiten der Teilnehmer bezüglich einer Volunteer-Reise als relevant erachtet werden. Wie verhält sich bspw. die Gewichtung von Reisen zum Volunteering?
11	Mit welchen Maßnahmen bereiten Sie die Teilnehmer auf ihren Einsatz vor?	Es soll überprüft werden, welche konkreten Handlungen entsprechend der Vorbereitung getroffen werden.

Tabelle 5: Themenblock 5 / Krisenmanagement

Nr.	Frage	Ziel
12	Wenn ein Teilnehmer Probleme mit der Einsatzstelle hat, bieten Sie ihm Alternativen an?	Es soll ersichtlich werden, ob Wert auf die Zufriedenheit der Reisenden gelegt wird und damit eine erhöhte Chance einer Wiederholungsbuchung besteht.

Tabelle 6: Themenblock 6 / Finanzierung

Nr.	Frage	Ziel
13	Wie werden die Projekte finanziert?	Über Sponsoringaktivitäten erfahren
14	Erhalten Volunteer-Touristen eine Aufstellung der Teilnahmegebühren?	Transparente Kundenkommunikation erfragen
15	Wenn ja, wie lassen sie sich aufschlüsseln?	Einblicke in die Kalkulation gewinnen

Tabelle 7: Themenblock 7 / Wirtschaftlichkeit

Nr.	Frage	Ziel
16	Wie lange sollte ein Aufenthalt idealerweise dauern, damit sowohl der Reisende als auch das Projekt einen maximalen Nutzen erzielen können?	Es soll evaluiert werden, wie lang die Reisedauer sein sollte, um ein sinnvolles Projekt zu gewährleisten.
17	Wie werden die wichtigsten Teile einer Volunteer-Reise im Vergleich zu normalen Reisen kalkuliert, und welche Unterschiede gibt es dabei?	Die Wirtschaftlichkeit einer Volunteer-Reise soll hier geprüft werden, um eine tendenzielle Aussage darüber treffen zu können, ob das Unternehmen profitabel wirtschaftet oder nicht. Ein Unterschied besteht sicherlich darin, dass bei den Nachfragern wahrscheinlich keine hohen Beträge für Unterkunft etc. zu erwarten sind, so dass die Deckungsbeiträge schon aufgrund der Zielgruppe nicht so groß ausfallen können. Also dürften die Reisen schon aus diesem Gesichtspunkt heraus wirtschaftlich weniger interessant sein. Im Gegensatz dazu bringen sie Imagegewinn für den RV, so dass er ggf bereit ist, sich mit wenig DB zufrieden zu geben.
18	Wie hoch ist der prozentuale Umsatz, im	Durch diese Frage soll

	Gegensatz zu anderen Reiseformen, der mit Ihren Volunteer-Reisen generiert wird?	geprüft werden, ob Volunteer-Reisen zukunftsfähig auf dem Markt sind.
--	---	---

Tabelle 8: Themenblock 8 / Nachhaltigkeit

Nr.	Frage	Ziel
19	Eine Eigenschaft von Volunteer-Reisen sollte sicherlich die Nachhaltigkeit sein – Worin sehen Sie den Nutzen des Volunteer-Tourismus? Können Sie bitte jeweils ein Beispiel nennen für: - den ökologischen Nutzen - den ökonomischen Nutzen - den sozio-kulturellen Nutzen	Durch die Nachfrage nach dem allgemeinen Nutzen des Volunteer-Tourismus in Hinblick auf den Nachhaltigkeitsaspekt sollen die als notwendig erachteten Inhalte bzw. Schwerpunkte herausgestellt werden.
20	Sind Sie Teilnehmer eines Zertifizierungsprogramms? Wenn ja, warum haben Sie sich für eine Zertifizierung entschieden?	Konkrete Frage soll Aufschluss darüber geben, ob das Unternehmen auf dauerhafte Nachhaltigkeit der Projekte achtet.
21	Halten Sie nach dem Aufenthalt Kontakt zu den Teilnehmern und/oder den Organisationen vor Ort? Wenn ja, wie sieht diese Nachbetreuung im Einzelnen aus?	Wie definiert das Management Kunden- und Destinationspflege?
22	Welcher Anteil des Reisepreises verbleibt im Entwicklungsland?	Prüfung des Devisenanteils
23	Kritische Stimmen behaupten, dass die Aktivitäten von Volunteer-Touristen in Entwicklungsländern Risiken bzw. Gefahren heraufbeschwören können: Wie stehen Sie dazu?	Eine Bewertung von Volunteer-Reisen, um mögliche Kritikpunkte aufzudecken.

Tabelle 9: Themenblock 9 / Ausblick

Nr.	Frage	Ziel
24	Was erhofft sich Ihr Unternehmen durch Volunteer-Angebote für die Zukunft?	Hier soll geklärt werden, ob das Unternehmen seine

		Aktivitäten in dem Nischensegment weiterführen möchte.
25	Können Sie mir noch etwas Ergänzendes mitteilen, was im vorliegenden Fragebogen nicht angesprochen wurde, jedoch für meine Erhebung Ihrer Ansicht nach wichtig wäre?	Der Interviewte soll am Schluss die Möglichkeit bekommen, seine Meinung zu Themen, die im Gespräch nicht angesprochen wurden, und nach seiner Einschätzung relevant für die Thesis ist, kund zu tun.

Anhang F

FIRMENPORTRAITS

Über Karmalaya

www.karmalaya.com

Seit 2010 gibt es das von Tina Eder aus Österreich und Bhagwan Karki aus Kathmandu, Nepal ins Leben gerufene Unternehmen „Karmalaya“ und wurde in Nepal etabliert. Sowohl in Österreich, als auch in Nepal unterhält es Büros mit deutschsprachigen Mitarbeitern.

Karmalaya bezeichnet sich selber als kleines Qualitätsunternehmen und legt großen Wert auf eine sorgfältige Auswahl der Projekte, das echten Bedarf in den Projekten beinhaltet. Es ist die Kombination aus nepalesischem Know-how und europäischer Managementkultur, die Karmalaya besonders macht. Ein Neuheitsfaktor stellen Projekte dar, die sich vom Programm von Wettbewerbern abheben, wie z.B. freiwillige Arbeit im Bioanalytik-Labor oder in einer Werbeagentur.

Quelle: Karsai, Albert (2011): Karmalaya: eine österreichisch/nepalesische Erfolgsgeschichte, Abruf von http://www.comediantraveller.com/index.php?option=com_content&view=article&id=102:karmalaya-eine-oesterreichischnepalesische-erfolgsgeschichte&catid=24:reportagen&Itemid=2 [02.06.2011]; Karmalaya (Hrsg.): Über uns, Abruf von <http://www.karmalaya.com/de/karmalaya/ueber-uns> [02.06.2011].

Über STA Travel

www.statravel.de

Das 1979 von zwei Studenten gegründete Unternehmen haben als erster Veranstalter einen Katalog mit einer Vielzahl von Reisen auf den Markt gebracht, die Hilfseinsätze und Erlebnisurlaub kombinieren. Die STA Travel Group (Firmensitz London) ist in über 90 Ländern vertreten und ist als weltweiter Anbieter von günstigen Flugtickets, Round-the-World-Tickets, Hotels und Hostels, Erlebnisreisen, Sprachreisen, Work & Travel-Programmen, Freiwilligenarbeit, City Trips, Pauschalreisen, Mietwagen und Camper, Bus- und Zugpässen sowie Reiseversicherungen bekannt. In Deutschland wurde STA Travel GmbH 1989 gegründet und hat ihren Firmensitz für die Division Central Europe in Frankfurt am Main. Das Unternehmen hat in Deutschland 2010 mit rund 300 Mitarbeitern 82 Millionen Euro umgesetzt. Der Umsatz soll, auch mit dem verstärkten Verkauf von Erlebnis-

und Freiwilligenreisen, mittelfristig auf 200 Millionen Euro gesteigert und die Zahl der Reisebüros von derzeit 37 auf 70 Shops erhöht werden. Es gibt zwei Ansätze: Die Projektarbeit ist entweder eingebettet in eine Erlebnisreise, der Reisende verbringt beispielsweise drei bis sieben Tage in einem Projekt oder nur die Projektarbeit wird vermittelt und der Kunde bucht eventuell Bausteine hinzu.

STA Travel grenzt sich gegenüber Wettbewerbern darüber ab, wie Nachhaltigkeit innerhalb des Unternehmens gelebt wird. Das zeigt sich sowohl im Umgang mit Ressourcen, wie der umweltbewussten Produktion von Werbemitteln (Katalog), als auch in den Reiseangeboten. STA Travel vermarktet Volunteer-Reisen in Kooperation mit der Hilfsorganisation Planeterra. Seit rund zehn Jahren gibt es ähnliche Reisen im Programm und das Angebot wurde immer weiter ausgebaut. Aufgrund von Erfahrungswerten und der steigenden Nachfrage kam die Kooperation zu Stande. Das Ergebnis ist die Auflage zahlreicher neuer Reisen. Die Partner verfolgen dabei zwei Ziele: Sie wollen einerseits bei den Reisenden ein Bewusstsein für das Leben im besuchten Land schaffen, andererseits sollen die Projekte auf diese Weise tatkräftige und materielle Unterstützung erhalten. Ein gewisser Prozentanteil des Reisepreises kommt ihnen zu gute. Wenn Kunden außerdem für Projekte spenden, verspricht STA Travel die Summe zu verdoppeln und insgesamt bis 30.000 US-Dollar im Jahr auszugeben. 120.000 US-Dollar fließen darüber hinaus in ein Ausbildungszentrum, das der Veranstalter zusammen mit Planeterra in Südthailand aufbaut. Über einen Zeitraum von fünf Jahren wird der Reiseanbieter jährlich insgesamt 200.000 US-Dollar in die Zusammenarbeit mit Planeterra einfließen lassen. 52 STA Travel Mitarbeiter weltweit haben die Möglichkeit jeweils eine Woche lang in einem Planeterra-Hilfsprojekt mitzuarbeiten und werden von ihrer Arbeit freigestellt.

Quelle: Riepl, Maggie (2011): Machen Sie sich im Urlaub doch mal nützlich!, Abruf von <http://www.welt.de/reise/Fern/article12734688/Machen-Sie-sich-im-Urlaub-doch-mal-nuetzlich.html> [26.05.2011]; Rentschler, Thomas (2010): 88 Seiten für nachhaltiges Reisen, Abruf von <http://www.onejournal.de/item/tourismus-reise-freizeit/8/-seiten-fuer-nachhaltiges-reisen-pr95704.html> [02.06.2011]; STA Travel (Hrsg.): Über uns, Abruf von http://www.statravel.de/cps/rde/xchg/de_division_web_live/hs.xsl/ueber-uns.htm [02.06.2011]; Hirschel, Petra (2011): Gesellschaftlicher Einsatz, in: Travel One Nachhaltigkeitsreport Touristik, Nr. 1 (2011), S.53.

Über World Unitewww.world-unite.de

Chris Engler aus Freiburg, der World Unite gegründet hat, bietet seit 2007 erstmals Volunteer-Reisen aufgrund der erhöhten Nachfrage ursprünglich in Sansibar an und ist persönlich mit der Produktentwicklung, der Betreuung von Teilnehmern, dem Marketing und der Qualitätssicherung vertraut.

World Unite ist kein einzelnes Unternehmen, sondern ein Netzwerk von momentan acht örtlichen Reiseveranstaltern und Partnern, die direkt in den Zielländern tätig sind. Sie haben gemeinsam, dass sie sich für einen sozial- und umweltverträglichen Tourismus einsetzen.

Die Reiseveranstalter haben viele Jahre Erfahrung im Umgang mit Reisenden aus Europa und zeichnen sich durch ihre professionelle Arbeit aus, zudem verstehen sie gleichzeitig perfekt das Leben und die Bedürfnisse ihres Heimatlands. Es handelt sich um kleinere bis mittlere Reiseveranstalter, die einen persönlichen Service bieten können. Die gesamte Infrastruktur dieser Veranstalter (z.B. Fahrer, Guides, Buchungspersonal, Fahrzeuge) steht zur Verfügung, aber an jedem Standort sind zwei Leute eingestellt, die nur für World Unite tätig sind, die für die Feinplanung vor Ort und Betreuung zuständig sind. Zusätzlich gibt es zwei Personen für das Marketing für das gesamte Netzwerk.

Das Unternehmen lässt sich dem deutschen Markt zuordnen, da es aktiv versucht deutsche Kunden in einen Freiwilligeneinsatz zu vermitteln. Dabei werden zwei Optionen angeboten: Zum einen „Voluntourism-Reiseverläufe“, welche Volunteering mit Tourismus verbinden, d.h. es besteht die Möglichkeit den Freiwilligeneinsatz mit dem Erkunden des Gastlandes zu verbinden und zum anderen „Voluntourism-Hopper“, welche mehrere Freiwilligenarbeiten in verschiedenen Projekten verrichten ohne eine Verbindung zum Tourismus, d.h. der Volunteereinsatz ist Hauptbestandteil der Reise ohne Erkundungen des Gastlandes.

World Unite versucht ebenfalls, die Tätigkeit der Volunteers und der NGOs, mit denen das Netzwerk zusammenarbeitet in die angebotenen Exkursionen einzubeziehen, etwa indem Voluntouristen NGOs besuchen (neben denen, bei denen sie tätig sind) und davon profitieren die NGOs hauptsächlich finanziell. Einige Teilnehmer machen auch weitere Spenden oder initiieren Partnerschaften wie Kind-Patenschaften. World Unite versucht z.B. Volunteers zeitlich so aufeinander abzustimmen, dass ein Volunteer die Arbeit seines Vorgängers weiterführen kann. Diese führen z.B. so genannte „Small-Business“-Projekte mit Menschen vor Ort durch, damit diese selbst ein nachhaltiges Einkommen erzielen können, sie verbessern die Arbeit einer NGO strukturell, indem sie Fundraising oder Öffentlichkeitsarbeit durchführen.

Grundbestandteil ist die Volunteer-Tätigkeit. Daneben ist der Fokus bei den Exkursionen und Aktivitäten verstärkt auf Cultural Tourism.

Quelle: World Unite (Hrsg.): Über uns, Abruf von <http://www.world-unite.de/de/sonstige-informationen/uber-uns.html> [29.05.2011]; o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Chris Engler, Geschäftsführung der Firma World Unite am 20.03.2011.

Über MultiKultur

www.multikultur.info

Heute ist MultiKultur die größte private Agentur im Bereich "Au Pair in Deutschland". Es nehmen jährlich mehr als 900 deutsche Familien ein Au Pair auf. Über 500 junge Erwachsene nehmen jedes Jahr an ihren Programmen im europäischen Ausland und in Übersee teil.

September 1994: Gründung der Agentur

Seit 2002: Freiwilligenarbeit in Südafrika

Seit 2003: Freiwilligenarbeit in Ecuador

Seit 2005: Freiwilligenarbeit in Brasilien und Indien

Seit 2006: Freiwilligenarbeit in Argentinien und Thailand

Seit 2007: Freiwilligenarbeit in Costa Rica und Praktika in Südafrika

Seit 2009: Freiwilligenarbeit in Kenia und Peru

Seit 2010: Freiwilligenarbeit in Vietnam, Nepal und China

Quelle: MultiKultur (Hrsg.): Über uns, Abruf von <http://www.multikultur.info/uber-uns.html> [02.06.2011].

Über Lotus Travel Service

www.lotus-travel.com

Lotus Travel ist seit 1994 ein Familienunternehmen, das mit Empathie und Konsequenz Familienunternehmen und Lebensgemeinschaften in Thailand, Indien, Singapur sowie auf Sri Lanka und Bali begleitet und unterstützt. Das Konzept der „Reisen zu sich und anderen“

bietet beruflich Erfahrenen die Chance, das Können in soziale Projekte einzubringen und sich der Kultur ihres Gastlandes abseits touristischer Pfade zu nähern.

In Zusammenarbeit mit IDEX (Indian Network for Development Exchange) hat Lotus Travel verschiedene vier- bis achtwöchige Volunteer-Programme in Nord- und Südindien (Rajasthan, Himachal Pradesh sowie Goa) entwickelt. Die Aufgaben konzentrieren sich auf die Bereiche Kinderfürsorge und Erziehung sowie allgemeine Aufbauhilfe-Projekte.

Die Volunteer-Programme wenden sich an Menschen ab 18 Jahren. Für Teilnehmer ab 30 Jahren gibt es ein spezielles „Grown up-Programm“, das zusätzliche Privatsphäre gewährt. Ob Lehrkraft, Kinderbetreuer oder Helfer im Bereich Umweltschutz – alle Tätigkeiten bieten die Möglichkeit, einen Beitrag zur Verbesserung der Lebensumstände vor Ort zu leisten. Durch den Einsatz einheimischer Materialien und Kräfte wurden Beschäftigung und Auskommen für die Dorfbewohner geschaffen. Die Volontär-Camps stellen solide Plattformen für Begegnungen mit den Einheimischen dar und bieten Freiräume, um die Region – das Land kennen zu lernen, und zu sich zu kommen und zu entspannen.

Quelle: Lotus Travel Service (Hrsg.): Lotus Volunteer - Volunteer programs in India, Abruf von <http://www.lotus-volunteer.com> [02.06.2011].

Über Stepin

www.stepin.de

Stepin (Student Travel & Education Programmes International) gehört seit 1997 zu den führenden Jugend-Austauschorganisationen mit Hauptsitz in Bonn-Bad Godesberg und vermittelt erfolgreich weltweit Auslandsaufenthalte für junge Menschen zwischen 14 und 35 Jahren. Das vielfältige Angebot umfasst die Programme High School, Work & Travel, Auslandspraktikum, Freiwilligenarbeit, Au-pair sowie Sprachreisen auf allen Kontinenten.

Quelle: Stepin (Hrsg.): Stepin 5-Sterne-Qualität, Abruf von <http://www.stepin.de/qualitaet> [02.06.2011].

Über i-to-i (TUI)

<http://germany.i-to-i.com>

Das Unternehmen mit 150 Beschäftigten weltweit hat Niederlassungen in Großbritannien, Irland und Australien und ist eines der ersten kommerziellen Organisationen, die Volunteer-

Programme anbietet. Die hundertprozentige Tochter des internationalen Unternehmens TUI Travel PLC i-to-i wurde 1995 von passionierten Reisenden in Leeds gegründet und verbindet soziales Engagement mit „klassischen“ Urlaubserlebnissen. Nachdem es von First Choice Holidays im Jahr 2007 übernommen wurde, ist i-to-i jetzt Teil der TUI Travel Group, arbeitet jedoch als eigenständige Tochtergesellschaft. Seit 2009 ist der Veranstalter auch in Deutschland buchbar. Die Firma sendet mehr als 6000 Menschen auf der ganzen Welt in 22 Länder in 500 verschiedene Projekte jährlich. Bei allen Projekten arbeitet der Spezialveranstalter mit regional geführten Initiativen zusammen.

Im Regelfall arbeiten die Helfer zwischen 20 und 40 Stunden pro Woche je nach Projektart. Der Rest ist Freizeit, wobei in ausgewählten Fällen wie bei der Schildkrötenbeobachtung und auf Safaris auch Nachteinsätze möglich sind. Neben einem reinen Projekteinsatz bieten Anbieter wie i-to-i auch die Möglichkeit, eine Rundreise mit einem Hilfeinsatz zu verbinden.

Quelle: i-to-i (Hrsg.): *Volunteer-Reisen*, Abruf von <http://germany.i-to-i.com> [02.06.2011]; Uniblog (Hrsg.) (2009): *Volunteer Reisen – Eine Auszeit vor, während oder nach dem Studium einmal anders*, Abruf von <http://www.uni-blog.info/volunteer-reisen-eine-auszeit-vor-waehrend-oder-nach-dem-studium-einmal-anders> [09.12.2011]; Tui Deutschland (Hrsg.): *Helfen im Urlaub liegt im Trend*, Abruf von http://www.tui-deutschland.de/td/de/pressemedien/Themenservice/Ausgaben/6_juni_2010/1_helfen_6-10.html [02.06.2011].

Über Lernen und Helfen Sprachreisen

www.lernenundhelfen.de

2003 gründete Silvia Schröder „lernen und helfen Sprachreisen“ mit Sitz in Köln. Seitdem werden erfolgreich Sprachreisen in spanisch-, englisch- und portugiesisch-sprachige Entwicklungs- und Schwellenländer organisiert.

Die Sprachschüler spenden einen Teil der Gebühren an ein ausgewähltes Entwicklungsprojekt im jeweiligen Reiseland. Das Ziel ist dabei die gezielte Hilfe zur Selbsthilfe mit besonderem Schwerpunkt auf Bildungsprojekten. Die Projekte wählt lernen und helfen Sprachreisen gemeinsam mit seinen Partnern aus. „In Guatemala wird PROBIGUA unterstützt, ein etabliertes, international anerkanntes Bildungsprojekt unter guatemaltekischer Leitung“ so die engagierte Geschäftsführerin Schröder. Das Projekt will nicht nur die Bildungssituation in den Schulen nachhaltig verbessern sondern auch die Chancen der Mayas stärken und ihre Kultur und Sprache sichern. PROBIUGA errichtet um diese Ziele zu erreichen Bibliotheken und Computerzentren, unterhält die erste mobile Bücherei Zentralamerikas und ermöglicht Kindern den Besuch einer Schule.

Vermittlung von Freiwilligen Tätigkeiten in Projekten:

Kooperation mit kleinen, einheimischen Wirtschaftsbetrieben

Ausgestaltung der Reisen in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit der Bevölkerung

Förderung einer verantwortungsbewussten interkulturellen Kommunikation zwischen Reisenden und Einheimischen

Wahl der Transportmittel nach ökologischen Gesichtspunkten

Information des Reisenden über wichtige Aspekte des "Fairen" Reisens

Direkte Entwicklungshilfe durch finanzielle Unterstützung entsprechender Projekte vor Ort

Keine Gebühren, auch nicht in Komplettangeboten versteckt, für die Vermittlung der Tätigkeiten

Keine Übernahme von Kost und Logis

Kein Einsatz, wenn Ersatz für eine potentielle Vollzeitstelle für Einheimische

Keine Vermittlung von Deutschland aus ohne Besichtigung des Projektes vor Ort

Eigeninitiative bei der Suche nach dem geeigneten Projekt erforderlich

Quelle: Firmenpresse (Hrsg.): „Fair“-reisen statt verreisen! Sprachen lernen und dabei helfen, Abruf von <http://www.firmenpresse.de/pressinfo91800.html> [02.06.2011]; Lernen und Helfen Sprachreisen (Hrsg.): Freiwillige Hilfe in Projekten, Abruf von <http://www.lernenundhelfen.de/projektarbeit.htm> [02.06.2011].

Anhang G

Angebotsaufbau Teil 1

Anbieter	Reisedauer	Destinationen	Projektarten	Finanzierung der Projekte	Preisspanne (ohne Flug)
Karmalaya	2 Wochen - 12 Wochen (bzw. in Nepal aus Visa-Gründen bis max. 5 Monate)	Nepal, ab 2012 Indonesien	Gesundheit, Soziales, Sport, Wildlife	Durch Teilnahmegebühren finanziert; auf Anfrage Aufstellung d. Kosten; Spende 10% direkt an Projekte vor Ort; Transparenz wichtig, Einkauf mit TN gemeinsam für Projekt	680 € - 1640 €, jede weitere Woche 80 €
STA Travel/ Planeterra	Kurzprogramme: 7 - 21 Tage Längere Programme: 1-3 Monate	Süd- und Mittelamerika, Asien, Afrika (insgesamt 25 Länder)	Natur- und Tierschutz, Gesundheit, Kinderhilfsprojekte, gemeinnützige Arbeit	Durch verschiedene Quellen finanziert, wie Subventionen vom Staat, individuelle Spenden und Teilnahmegebühren	Ab 596 € bis 2589 €
World Unite	Voluntourism-Reiseverläufe (1-3 Wochen), Voluntourism-Hopper (Volunteer-Einsatz ist Hauptbestandteil); Langzeitaufenthalte 1 Monat bis 1 Jahr	Sansibar, Tansania, Marokko, Nicaragua, Mexiko, Indien, Israel	Soziale Einrichtungen, Management/Planung, Medizin, Pflege, Psychologie, Umweltschutz, Kunst, Kultur, Computer, Handwerk, Technik, Sport, Tourismus, Farming, Landschaft	Finanziert durch Sponsoren, Staat und Gelder von Teilnehmern; \$ 50 gehen direkt an das Projekt	Vermittlung ist kostenlos; „Sorgenfreipaket“ ab 500 € p.P.
MultiKultur	Mind. 5 Wochen bis max. 6-12 Monate	Afrika (Südafrika, Kenia), Asien (Indien, Thailand, Vietnam) Südamerika (Argentinien, Costa Rica, Equador, Peru, Brasilien)	Soziale Einrichtungen, Tier- und Naturschutz, kulturelle Projekte, Gesundheitsbereich	Alle Programme finanziert MultiKultur größtenteils selbst, abgedeckt durch Programmgebühren und über Spenden, wenige werden staatlich gefördert; keine Kostenaufstellung für TN, eher Leistungsaufstellung	Ab 620 € inkl. Unterkunft bis ab 1299 € inkl. Unterkunft & Sprachkurs

Angebotsaufbau Teil 1

Lotus Travel Service	Ab 4 Wochen bis 12 Wochen	Indien (Rajasthan, Goa, Himalaya Region)	Gesundheitswesen, Bildung, Fortentwicklung der Infrastruktur	Durch TN-Gebühren, auf Wunsch Aufstellung der Gebühren	Full Service Option -4 Wochen: 1031 € -8 Wochen: 1523 € Basic Service Option -4 Wochen: 854 € -8 Wochen: 1336 €
Stepin	Ab 2 Wochen bis 9 Wochen	Afrika, Asien, Lateinamerika	Soziale Projekte, Natur- und Umweltschutz	Durch Programmgebühren (Großteil geht an das Projekt), keine staatl. Bezuschussung, Privatpersonen spenden; Aufschlüsselung wird im Netz und Katalog gegeben	Ab 450€ bis 2755 €
Tui Deutschland/ i-to-i	Ab 1 Woche bis 6 Monate	22 Länder - in Afrika, Asien, Lateinamerika	Natur- und Artenschutz, Kinder- und Gemeindefarbeit, Aufbauhilfe, Sport		Ab 659 € bis 3029 €
Lernen & Helfen Sprachreisen	individuell	Lateinamerika	Kindertagesstätten, Altenheime, Krankenhäuser, Health Projects, Hilfe bei Bauprojekten, Bibliotheksprojekte, Computerzentren	Ein Teil der Studienkosten: 5 bis 30%, mind. 50 € (finanzielle Unterstützung entsprechender Projekte vor Ort im Namen und Auftrag der TN)	Auf Anfrage; In Equador Aufwandsentschädigung 40 €; Kost und Logis je nach Land 40 € pro Woche

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an die Ergebnisse der Interviews und Unternehmenspublikationen

Angebotsaufbau Teil 2

Anbieter	Leistungen	Marketing/ Vertrieb	Projektpartner / Zertifizierung	Zielgruppe	Vor-/Nachbereitung
Karmalaya	Orientierungsprogramm (inkl. Sightseeing, kurzer Sprachkurs), Transfer vom/zum Flughafen, Unterkunft und Verpflegung während des Aufenthalts (je nach Projekt: Gastfamilie, Volunteer-Haus, Lodge oder direkt im Projekt), Vermittlung eines Projektes, Transfer zum Einsatzort (in Kathmandu; außerhalb Kathmandus wird je nach Lage des Projekts vor Ort eine kleine Gebühr erhoben), Ausflüge, Ggf. Mitreisendenliste, deutschsprachiger Ansprechpartner vor Ort, Karmalaya-Notrufnummer vor Ort	Imagebroschüre folgt, Messe, Internet, sonstige Medienarbeit	Eco Himal, Weltweitwandern (Networking), Fremdprojekte, eigene Projekte vor Ort; Zertifizierung in Planung	Kernzielgruppe relativ jung, sehr interessiert (viele Fragen), reiseerfahren, weltoffen, kaum fremdenfeindlich; Motive: im Gespräch Wunsch nach Außergewöhnlichem, direkter Kontakt mit Einheimischen, Abwehr gegenüber „Touristenstatus“	Oft Anforderung von Lebensläufen, bei Praktika Bewerbungsschreiben; Garantie von Plätzen, aber genaue Suche nach passendem Platz, Vorbereitungsseminar 4 Tage vor Ort, schriftliche Vorbereitung; enger Kontakt zu ehemaligen TN in Form von Gesprächen/Events, versus Mundpropaganda/Unterstützung von Veranstaltungen, da persönliche Betreuung und familiäre Atmosphäre
STA Travel/ Planeterra	Unterkunft, Verpflegung, Betreuung vor Ort, Transfer	90-seitiger Katalog, Internet, Messe, PR	Planeterra ist die Verbindung zwischen Reiseveranstalter /Reisebüro, die die Produkte verkaufen, und den Partnerorganisationen (NGOs) vor Ort	Abhängig von Volunteer-Reise, lange Aufenthaltsdauer eher von Jüngeren (18-25 bzw. 30 J., wenig Ältere), immer mehr Anfragen von Familien/ Eltern mit Kindern, aber	Volontäre, die mit benachteiligten Gruppen der Gesellschaft (Behinderte, Waisenkinder, Senioren) arbeiten wollen: Anforderung eines polizeilichen Führungszeugnisses, Referenzschreibens u. Bewerbungsschreiben; Keine Qualifikationen verlangt, deshalb Training/

Angebotsaufbau Teil 2

				eher weniger verbreitet; Motive: Mix aus andere Lebens-erfahrungen machen und intensives Kennenlernen von neuer Kultur/Land	Orientierungsprogramm nur vor Ort; Geplant ist, einen engeren Kontakt zu Rückkehrern zu erhalten, um eine längere Beziehung aufzubauen, damit diese im weiteren Verlauf länger mit den Projekten zusammenarbeiten u. evtl. spenden.
World Unite	„Sorgenfrei-Paket“ als All-Inclusive-Paket umfasst: Umfangreiche Betreuung (Betreuer/in vor Ort, Rundgang vor Ort, Herstellung von Kontakt zu anderen Teilnehmern bereits vor Anreise), Erledigung sämtlicher Formalitäten (z.B. Residence Permit), Organisation einer Unterkunft (Unterbringung bei Familien inkl. Vollverpflegung), Abholungen und Transfers, 24-Stunden Notfallservice, Info-Paket, Örtliche SIM-Karte bzw. Leih-Telefon, Bestätigungen über die Teilnahme	Hauptsächlich Internet, Messestand ITB (Teilangebot)	Lokale Reiseveranstalter, gemeinnützige Organisationen, Go for Zansibar e.V.,	Volunteers: keine einheitliche Gruppe, von 18 bis 70 Jahre, mit unterschiedlichen Motivationen. 70 % Studierende (höherer Bildungsstand, eher Budget-Traveler (18-25J.), 30 % junge Berufstätige von Ende 20 bis 40 J. und Rentner; deutlich mehr weiblich als männlich; Motive: Auslandserfahrung sammeln und Abenteuer, Praktikumsnachweis	Alles schriftlich („Sorgenfreipaket“): Aufklärung über praktische Tipps bis kulturelle Besonderheiten; nach Rückkehr: Fragebogen ausfüllen
MultiKultur	Umfangreiche Beratung, Vorstellung mehrerer Projekte, Infopaket inkl. Reiseführer und Checkliste, unverbindl. Versicherungsan-	Broschüren, Flyer, Veranstaltungen (z.B. im BIZ), Internet, Social Media	Mitglied bei WSYE Confederation (Qualitätssiegel/Zertifizierung), Zusammenarbeit mit NGOs, Privatagenturen	Ab 18 bis 25 Jahre, von Schulabgänger bis Studierende, zunehmend 30-40jährige, höherer Frauenanteil;	Schriftliche und telefonische Vorbereitung, bei Ankunft Orientierungs- und Einführungsprogramm (1-5 Tage) hinsichtl. Kultur/Mentalität, Sicherheit, Sightseeing etc.; Kontakt nach Aufenthalt: Feedback,

Angebotsaufbau Teil 2

	gebot, Tipps zur Flugbuchung, 24-Stunden-Notfallhotline, Teilnahmezertifikat, Empfang, Transfer, ggf. Ausflüge, Ansprechpartner vor Ort, Unterkunft & Verpflegung, Sprachkurs inkl. Unterrichtsmaterial (optional)			Voraussetzungen: Selbstständigkeit, Vorerfahrung hilfreich, Motivationsschreiben, gute Englischkenntnisse	Erfahrungsberichte schreiben
Lotus Travel Service	Abholung vom Flughafen, Transfer, Exkursionen, Transport, Unterkunft, Verpflegung, Workshop (Yoga, Kochkurs), Betreuung/Orientierungsprogramm vor Ort, Material	Katalog, Messe, PR	IDEX, Lok Rang (NGO), Rextours (Incoming Agentur)	Menschen, die anderen helfen wollen	Erfahrungen von Vorteil, Englischkenntnisse bei Arbeit von Kindern; schriftliche, persönliche und telefonische Beratung
Stepin	Persönliche Beratung (Büro, Telefon, schriftlich inkl. Checkliste, Handbuch, pre-departure-Brief), Unterkunft, Verpflegung, Flughafentransfer, Einführungsseminar, 24-h Notruf-Hotline, Teilnahmezertifikat (wenn Feedbackbogen ausgefüllt), inkl. Sprachkurs in Lateinamerika	Internet, Katalog, Infoveranstaltungen (an Schulen, Unis, BIZ), ehem. TN als Multiplikatoren/Testimonials, → dient als PR	Feste Partner in den jeweiligen Ländern über die Jahre entstanden (z.B. auf Fachmessen als Erstkontakt); kein Zertifizierungsprogramm für Volunteering, allerdings für andere Produkte wie Au-pair, Sprachkurse etc.; Mitglied „Federation Youth Travel Organisation“	Mehr weibliche TN u. häufig Abiturienten/ Studierende mit wenig Vorerfahrung, Typus geprägt durch hohes Engagement, höheres Bildungsniveau, weniger anspruchsvoll, tolerant ggü. anderen Kulturen,	Voraussetzungen: 18J., Englischkenntnisse, Schulabschluss, hohe Motivation; am Tel. od. persönlich Motivation abklopfen, Altersauswahl prüfen bei bestimmten Projekten (z.B. HIV Thema), Beratung bei Länderempfehlung (z.B. klassischer Einstieg Thailand), kein Seminar; eigene Community/Bonuspunktesystem (Sterne) für Wiederholer, Erfahrungsberichte/Feedbackbögen
Tui Deutschland/ i-to-i	Professioneller Reiseservice und Zusatzleistungen: Unterkunft, Verpflegung,	Website, Online-Katalog, Broschüre, TUI-Reisebüro	Zusammenarbeit mit i-to-i in Leeds, UK, Projekt-Partner sind keine	Zwischen 18 und 78 Jahren, größtenteils weiblich, unter 30 Jahre alt, es	Keine Vorkenntnisse nötig, jeder kann buchen, wichtig bei der Auswahl gesundheitlicher Aspekt; keine Schulungen,

Angebotsaufbau Teil 2

	Sicherheit und Unterstützung/ Hotline eingerichtet, im Preis enthalten, Übernahme von Rechnungen für Sachkosten (statt Spenden), TEFL - Zertifikation (Englischunterricht als Fremdsprache), Briefing CD, Vorabinformationen		Angestellten von i-to-i, werden von Einheimischen initiiert, „In-Country-Teams“ unterstützen Gäste vor Ort, bestehend aus Einheimischen; Eco Trophee-Auszeichnung	buchen auch 50+; Motive: eher Bedürfnis, sinnvolle Arbeit zu verrichten, als Sammeln von Lebenserfahrungen	allerdings zur Vorbereitung umfangreiche schriftliche Informationen zur Verfügung gestellt, Kontakt mit Projektpartner vorab bei der Buchung, Blog zum Austausch von TN;
Lernen & Helfen Sprachreisen	Keine Gebühren, auch nicht in Komplettangeboten versteckt, für die Vermittlung der Tätigkeiten, außer in Equador für Vermittlung (nicht mehr als 40 €); keine Übernahme von Kost und Logis; kein Einsatz wenn Ersatz für eine potentielle Vollzeitstelle für Einheimische; keine Vermittlung von Deutschland aus ohne Besichtigung des Projektes vor Ort; Eigeninitiative bei der Suche nach dem geeigneten Projekt erforderlich	ECOS Magazin, bezahlte Link Sprachportale, Mund-zu-Mund-Programme (facebook), kein Buchungstool über Internet, individuelle Anfragen	Forum Anders Reisen, Zusammenarbeit mit NGOs vor Ort, CSR-Tourcert Mitglied	Hohe Bildung, Durchschnitt 35 Jahre alt; Motive: nicht für Lebenslauf relevant, hohe Eigeninitiative, authentische Erfahrung sammeln	Vorerfahrung wünschenswert, Sprachkenntnisse (gutes Mittelstufenniveau), belastbar, mehrere Monate einplanen, Eigeninitiative gefragt, genaue Auswahl, keine Vorbereitungsmaßnahmen; Nachtreffen als Austausch der Teilnehmer

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an die Ergebnisse der Interviews und Unternehmenspublikationen

Anhang H

Vorstellung von zwei Förderprojekten

World Unite

„Meeresschildkrötenschutzprojekt“ auf UZI ISLAND (Sansibar-Archipel, Afrika)



Das Uzi Island Sea Turtle Conservation Projekt wurde von World Unite / Zenith Tours im Februar 2011 initiiert.

Die zwei Hauptziele des Projekts sind die Arterhaltung der Pazifischen Karettschildkröte sowie die nachhaltige Tourismusedwicklung auf Uzi Island.

Arterhaltung der Pazifischen Karettschildkröte

Mit dem Projekt wollen wir einen Beitrag zum Arterhalt der Pazifische Karettschildkröte (*Eretmochelys imbricata bissa*) leisten. Diese Meeresschildkröte ist kritisch vom Aussterben bedroht und steht durch das Washingtoner Artenschutzabkommen unter internationalem Schutz.

Forschung der Marine Turtle Specialist Group (MTSG) zeigt, dass sich die Gesamtpopulation dieser Schildkröten von 1986 bis 1996 um 80% reduziert hat. Seitdem die Gattung im Jahre 1996 als „kritisch vom Aussterben bedroht“ klassifiziert wurde (was nur eine Stufe vor „In freier Wildbahn ausgestorben“ liegt) und viele Länder den Handel der Schildkröten und Schildkrötenerzeugnisse untersagt haben, hat sich die Zahl nicht merklich weiter verringert, aber auch nicht erholt.

Aufgrund ihres langen Lebens, das ein langsames Wachstum und lange Zeit bis zur Geschlechtsreife mit sich führt, gestaltet es sich als schwierig, die Gesamtzahl der Schildkröten zu erhöhen. Viele Tiere erreichen nicht das reproduktionsfähige Alter, da sie absichtlich oder unabsichtlich von Menschen getötet werden (etwa bei gezielter Jagd auf Panzer und Fleisch; oder indem sie sich versehentlich in Fischernetzen verfangen); außerdem fallen Eier und Jungtiere Tieren wie Hunden zum Opfer. Zusätzlicher Druck auf die Schildkrötenpopulationen wird ausgeübt, indem immer mehr Strände, an denen die Schildkröten seit Generationen ihre Eier in den Sand legen, von Hotels und sonstiger menschlicher Besiedlung beansprucht werden.

Einen Beitrag zur Arterhaltung leistet das gezielte Aufziehen von Jungtieren in geschützter Umgebung. Von Brutstätten, an denen die Schildkröteneier Gefahr laufen, Opfer von Tieren oder Siedlungsdruck zu werden, werden diese in eine geschützte Umgebung umgesiedelt, wo die frisch geschlüpften Jungtiere aufgezogen werden, bis sie das reproduktionsfähige Alter erreichen und dann wieder ins freie Meer ausgesetzt. Alternativ werden die Eier im Sand gelassen und nur die bereits geschlüpften Jungtiere in die geschützte Umgebung gebracht.

Eine solche Meeresschildkrötenschutzstation errichten wir gerade auf Uzi Island, im Süden des Sansibar-Archipels. Dazu haben bauen wir gerade eine Lagune um. Das ungefähr 2500 m² große Gelände besteht aus mehreren natürlichen „Pools“ aus Korallenfels, die während Flut mit Wasser volllaufen, aber während Ebbe leer stehen. Jeder Pool hat eine Größe zwischen 3x3 und 6x6 Metern. Ablagerungen aus Geröll, Sand und Pflanzen wurden aus den Pools bereits von Arbeitern entfernt, sodass das Wasser in den Pools bei Flut eine Tiefe von etwa 1.50 m erreicht. Die Pools sind untereinander verbunden mit Wasserdurchläufen. Außerdem wurden spitze Korallenfelskanten geglättet und Wege zu den Pools angelegt. Der nächste Schritt wird sein, ein Schleusensystem zu errichten, sodass auch während Ebbe der Wasserstand der einzelnen Pools reguliert werden kann. Sobald dies geschehen ist, können erste Schildkröten die Schutzstation bevölkern, wobei Schildkröten gleichen Alters und gleicher Größe in den verschiedenen Pools beherbergt werden sollen. Die Pools für kleine Jungschildkröten müssen außerdem mit Gittern abgedeckt werden, um die Jungtiere gegen Greifvögel zu schützen.

Regelmäßige Kontrollgänge über die Strände von Uzi sollen erfolgen, um Brutstätten von Schildkröten zu lokalisieren. Diese werden durchgeführt von örtlichen und ausländischen Freiwilligen unter Anleitung von Aliy Abdurahim Aliy, einem Biologen aus Uzi, der zugleich Projektleiter ist. Umsiedlungen erfolgen unter Anweisung von Aliy Abdurahim Aliy, der über Erfahrung mit Meeresschildkröten verfügt. Die Freiwilligen arbeiten zugleich in der Instandhaltung der Anlage sowie der Pflege und Fütterung der Schildkröten mit Seetang und Schwämmen.

Nachhaltige Tourismusedwicklung auf Uzi Island

Auf Uzi gibt es bisher keine Hotels. Seit April 2011 führt Zenith Tours Halbtages- und Tagestouren nach Uzi durch. Bei diesen liegt der Schwerpunkt auf Naturbeobachtungen und kulturellem Tourismus. Die Bewohner von Uzi sind dieser Form des Tourismus, der sich für

ihr Leben und ihre Insel interessiert aufgeschlossen. Die Tour beinhaltet einen Besuch der Mangroven zwischen Unguja Ukuu und Uzi, der Uzi Island Seaweed Farmer's Association und Seetangplantage als Haupteinkommensquelle der Bevölkerung von Uzi, des Dorfkinder Gartens, eines typischen Dorfhauses mit Mittagessen sowie der medizinischen Station.

Der Plan ist, die Meeresschildkrötenschutzstation für Touristen zugänglich zu machen und dort über den Meeresschildkrötenschutz informieren. Dies wird ein neues Highlight auf Uzi Island sein und die touristische Ausrichtung von Uzi auf Naturbeobachtung und Naturschutz verstärken. Für Touristen müssen jedoch Sicherheitsgeländer an den Wegen über die Korallenfelsen angebracht sowie Informationstafeln aufgestellt werden.

Am Strand neben der Meeresschildkrötenschutzstation leben etwa 40 verschiedene Arten von Vögeln. Wir planen dort die Errichtung einer Beobachtungsplattform für Vögel.

Durch die neuen Angebote auf Uzi wird die Insel attraktiver für Tagesbesucher. Mit einem Teil der Toureinnahmen führen wir direkt Entwicklungsprojekte auf Uzi durch (z.B. Sponsoring des Kindergartens), die von Bewohnern von Uzi vorgeschlagen werden.

Daneben entwickeln wir mithilfe von Freiwilligen weitere Möglichkeiten, wie die Bewohner von Uzi vom Tourismus profitieren können. Dazu gehört vor allem die Weiterverarbeitung von Seetang in Produkte wie Nahrung und kosmetische Produkte (Seife, Creme). Touristen können diese Aktivitäten beobachten und selbst mitmachen (wofür ein Teil des Tourpreises verwendet wird) sowie die fertigen Produkte als Souvenirs erwerben. An diesen Initiativen strebt Zenith Tours keine direkte Gewinnbeteiligung an.

Direktes Einkommen wird durch Tourismus selbstverständlich erschaffen für Tour Guides aus Uzi, die wir im Bereich Customer Service und biologisches Fachwissen trainieren sowie für Anbieter von Speisen und Getränken.

Kalkulation des Projekts

Die Kosten für die grundlegenden Umbauarbeiten der Lagune zu Schutzscheiden belaufen sich auf:

Arbeitskosten	1.500.000 TSH
Werkzeug	500.000 TSH
Baumaterialien	3.340.000 TSH

Die Kosten für die Begehbarmachung für Touristen sowie Beobachtungsplattform für Vögel belaufen sich auf:

Arbeitskosten	1.000.000 TSH
Werkzeug	200.000 TSH
Baumaterialien	1.800.000 TSH
Ferngläser (10 Stück)	1.300.000 TSH

Direkte Kosten für Vorführung und Entwicklung von Seetang-Weiterverarbeitung.

Materialkosten 1.000.000 TSH

Gesamtkosten: 10.380.000 TSH (ca. 4740 Euro).

Diese Kalkulation beinhaltet nicht die Gehälter von Mitarbeitern von World Unite / Zenith Tours (inkl. dem Projektleiter Aliy Abdurahim Aliy), die die Durchführung des Schildkrötenprojektes sowie der Dorfentwicklung (Leitung der Entwicklungsprojekten im Dorf, Seetangvorführungen/-weiterverarbeitung) anleiten, Marketingkosten etc. Diese werden vollständig von World Unite / Zenith Tours getragen.

Quelle: o.V.: zur Verfügung gestelltes, nicht veröffentlichtes Material der World Unite, weitergeleitet von Engler, Chris, Geschäftsführer am 17.04.2011.

Karmalaya

Soziales Projekt „Straßenkinder“ in Kathmandu, Nepal:



Projekte

- Drop-In Center und/oder - Heim für Straßenkinder - Betreutes Wohnen für Straßenkinder und/oder - Offene Kinder- und Jugendarbeit mit Straßenkindern

Hintergrund:

In Kathmandu gibt es ungefähr 5000 Straßenkinder. Sie betteln, um zu überleben und schnüffeln Klebstoff, um die seelischen Schmerzen und den Hunger zu verdrängen. Kein Sozialsystem wie wir es kennen fängt sie auf oder bietet Alternativen. Karmalaya unterstützt daher diverse Hilfsprojekte, die versuchen sich der Problematik anzunehmen und den Missständen entgegen zu wirken. In offenen Anlaufstellen, Heimen oder Wohngruppen gewöhnen sich Kinder und Jugendliche an geregelte Tagesabläufe oder Hygiene. In Gruppen wird das Selbstbewusstsein gestärkt. Manuelle oder künstlerische Fertigkeiten werden geübt – auch um damit Geld verdienen zu können. Freiheitsliebe, Humor oder der Sinn für Solidarität der Kinder und Jugendlichen helfen dabei, dass sie ein neues Leben beginnen können. Außerdem werden im Rahmen offener Kinder- und Jugendarbeit die Kinder 4-6 Mal pro Woche an ihrem Schlafplatz aufgesucht. Man geht gemeinsam frühstücken und betreibt später gemeinsam Sport- oder Kunstaktivitäten.

Aufgaben je nach Qualifikation:

- Betreuung der Kinder und Jugendlichen – Organisation und Durchführung von freizeit- und erlebnispädagogischen Angeboten – Begleitung der Sozialarbeiter – Förderung der Kinder & Jugendlichen – Unterstützung bei der Bewältigung von Alltagsaufgaben
- Unterstützung in diversen lebenspraktischen Angelegenheiten (Einkauf, Haushaltsführung, Hygiene etc.) – Englischunterricht –Mitarbeit im Büro und Beratungsbereich

Arbeitszeiten/Anforderungen an den Freiwilligen:

- Gute Englischkenntnisse - Interesse und Engagement an der Arbeit mit Kindern - Offenheit und Einfühlungsvermögen - Pünktlichkeit, Verlässlichkeit und Flexibilität - Zuverlässiges und selbständiges Arbeiten - Interkulturelle Kompetenzen - Integration in das Team.

Ablauf des Aufenthaltes:

1. Woche: Orientierungsphase Tag 0: Individuelle Anreise Tag 1: Ankunft & Willkommens-Dinner Tag 2-5: Orientierung Diese vier Tage dienen der Eingewöhnung und der Orientierung. Dabei werden mittels zahlreicher Infos über das kulturelle, gesellschaftliche und politische Leben ein möglichst umfassendes Nepalbild vermittelt. Die Teilnehmer erhalten praktische Ratschläge zu den Themen Gesundheit, Klima, Leben mit der Gastfamilie und generelle Infos zum Programmablauf. Grundbegriffe der Sprache erlernt dieser in dieser Phase. Je nach Teilnehmeranzahl erfolgt der Unterricht einzeln oder in Gruppen. Neben Lernen heißt es in dieser Woche aber vor allem auch entdecken: Kathmandu und seine kulturellen Schätze und genießt eine Schnupperstunde in Yoga, Meditation oder traditionellem Tanz.

2. Woche: Projektbeginn oder Abenteuer- & Kulturwoche Gleich mit dem Projekt beginnen oder vorher noch etwas Abenteuer erleben und die Kultur besser kennenlernen. Entscheide dich für Variante A (Projekt) oder B (Abenteuer- und Kulturwoche).

> Variante A) Projekt Der Teilnehmer beginnt gleich in der zweiten Woche mit seinem Projekt. Nach den vom Freiwilligen angegebenen Präferenzen, seiner Vorerfahrung und dem Bedarf vor Ort wird er platziert. Die Arbeitszeiten sind abhängig vom jeweiligen Projekt und davon, ob du dich für Freiwilligenarbeit oder ein Praktikum entschieden hast. Bei Praktika sind die Arbeitszeiten meist an die üblichen Bürozeiten angepasst. Generell gilt in Nepal die 6-Tageswoche: Sonntag bis Freitag. Samstag ist frei.

> Variante B) Abenteuer- und Kulturwoche Nach der Orientierungsphase in Kathmandu lernt der Teilnehmer nun während dieses einwöchigen Aufenthalts bei einer Familie in einem kleinen Dorf in den Bergen das traditionelle Leben kennen. Rund 80 Prozent der nepalesischen Bevölkerung sind in der Landwirtschaft tätig.

Hilf den Dorfbewohnern die Felder zu bestellen, Reis zu ernten oder das Ochsengepann zu führen. Neben dem Arbeitsalltag lernt er bei schönen Wanderungen die unberührte umliegende Landschaft kennen. Kulturelle Veranstaltungen, ein Besuch des Dorfschamanen und ein Klosterbesuch runden diesen besonderen Aufenthalt ab.

ab 3. Woche: Projektarbeit

Inkludierter Ausflug:

A) Pokhara – Yoga & Trekking (4 Nächte / 5 Tage)

Inkludiert: Englischsprachiger Guide, Fahrt Kathmandu-Pokhara-Kathmandu (mit Touristenbus), 3 ÜF in einfachem und sauberem Hotel in Pokhara, 1 ÜF Nacht in einer Hütte in Dhampus, 2 Yogaeinheiten und Wanderung zur Weltfriedensstupa.

B) Chitwan-Nationalpark –Elefanten & Nashörner (2 Nächte / 3 Tage)

Inkludiert: Englischsprachiger Guide, Fahrt Kathmandu-Chitwan-Kathmandu (mit Touristenbus), 2 Ü/VP, Eintrittsgebühren, Elefantensafari, Kanufahrt, Jungle-Walk und Besuch eines Tharu-Dorfes.

Quelle: o.V.: zur Verfügung gestelltes, nicht veröffentlichtes Material der Karmalaya, weitergeleitet von Eder, Tina, Geschäftsführer am 14.04.2011.

QUELLENVERZEICHNIS

Literaturverzeichnis

- Aderhold, Peter et al. (2006):** Tourismus in Entwicklungsländern. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes, Ammerland/Starnberger See 2006.
- Balderjahn, Ingo (2004):** Nachhaltiges Marketing-Management – Möglichkeiten einer umwelt- und sozialverträglichen Unternehmenspolitik, Stuttgart 2001.
- Baumgartner, Christian / Röhrer, Christine (1998):** Nachhaltigkeit im Tourismus – Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene, Wien 1998.
- Benson, Angela M. (2011a):** Volunteer tourism: structuring the research agenda, in: Dies. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 240-251.
- Benson, Angela M. (2011b):** Volunteer tourism: theory and practice, in: Dies. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 1- 6, (S. 1).
- Bierhoff, Hans W. (2002):** Wie entsteht soziales Engagement und wie wird es aufrechterhalten?, in: Rosenkranz, Doris / Weber, Angelika (Hrsg.): Freiwilligenarbeit. Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit, Weinheim/München 2002, S. 21-30.
- Bock, Teresa (2002):** Vom Laienhelfer zum freiwilligen Experten. Dynamik und Struktur des Volunteering, in: Rosenkranz, Doris / Weber, Angelika (Hrsg.): Freiwilligenarbeit. Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit, Weinheim/München 2002, S. 21-30.
- Brown, Sally (2005):** Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, in: Current issues in tourism 8, Nr. 6, (2005), S.479-496.
- Brown, Sally / Morrison, Alastair (2003):** Expanding volunteer vacation participation: an exploratory study on the mini-mission concept, in: Tourism Recreation Research 28, Nr. 3, (2003), S.73-82.

-
- Burschel, Carlo / Losen, Dirk / Wiendl, Andreas (2004):** Betriebswirtschaftslehre der Nachhaltigen Unternehmung, München 2004.
- Callanan, Michelle / Thomas, Sarah (2005):** Volunteer tourism. Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment, in: Novelli, Marina (Hrsg.) Niche Tourism Contemporary Issues, Trend and Cases, Oxford 2005, S. 183-200.
- Coghlan, Alexandra (2006):** Volunteer tourism as an emerging trend or an expansion of ecotourism? A look at potential clients' perceptions of volunteer tourism organizations, in: International Journal of Non-profit and Voluntary Sector Marketing 11, Nr. 3, (2006), S. 225-237.
- Ell, Nikolaus (2002):** Begegnung auf gleicher Augenhöhe? Das Workcamp als Ort interkulturellen Lernens, in: Backes, Martina / Goethe, Tina / Günther, Stephan (Hrsg.): Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur, Freiburg 2002, S. 201-21.
- Fee, Liam / Mdee, Anna (2011):** How does it make a difference? Towards "accreditation" of the development impact of volunteer tourism, in Benson, Angela M. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 223-239.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R.) (Hrsg.) (2004):** Urlaubsreisetrends 2015. Die RA-Trendstudie – Entwicklung der touristischen Nachfrage der Deutschen, Hamburg/Kiel 2004.
- Freyer, Walter (2009):** Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 9. Aufl., München 2009.
- Friedl, Harald A. (2002):** Tourismusethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens, München/Wien 2002.
- Gaskin, Katharine / Smith, Justin, Davis / Paulwitz, Irmtraut et al. (1996):** Ein neues bürgerschaftliches Europa. Eine Unterstützung zur Verbreitung und Rolle von Volunteering in zehn Ländern, Freiburg 1996.
- Gersmann, Elke (2006):** Volunteering – freiwillig helfen im Urlaub, Bielefeld 2006.
- Guttentag, Daniel A. (2009):** The possible negative impacts of volunteer tourism, in: International Journal of Tourism Research 11, Nr. 6, (2009), S. 537-551.

-
- Hindle, Charlotte (2007):** International volunteering: an overview, in: Lonely Planet (Hsrg.): Volunteer – A Traveller’s Guide to Making a Difference Around the World, London 2007, S. 8-22.
- Hirschel, Petra (2011):** Gesellschaftlicher Einsatz, in: Travel One Nachhaltigkeitsreport Touristik, Nr. 1 (2011), S. 48.
- Holmes, Kirsten / Smith, Karen (2009):** Managing volunteers in tourism. Attractions, destinations and events, Oxford 2009.
- Homburg, Christian / Krohmer, Harley (2006):** Grundlagen des Marketingmanagements. Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden 2006.
- Ingram, Joanne (2011):** Volunteer tourism: how do we know it is „making a difference“?, in: Benson, Angela M. (Hrsg.): Volunteer tourism: theory framework to practical applications, Abingdon 2011, S. 211-222.
- Job, Hubert / Weizenegger, Sabine (2004):** Tourismus in Entwicklungsländern, in: Becker, Christoph / Hopfinger, Hans / Steinecke, Albrecht (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus in die Dritte Welt, Freiburg/Düsseldorf 2004, S. 629-640.
- Kamp, Christina (2001):** Armutsbekämpfung durch Tourismus. Abruf von <http://www.tourism-watch.de/dt/23dt/23.armutsbekaempfung/index.html>, [03.03.2011].
- Krettenauer, Tobias / Gudulas, Niki (2003):** Motive für einen Freiwilligendienst und die Identitätsentwicklung im späten Jugendalter. Eine empirische Untersuchung zur Lebenslaufcharakteristik „neuen sozialen Engagements“, in: Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und pädagogische Psychologie 35, Nr. 4, (2003), S. 221-228.
- Luger, Kurt (2006):** Tourismus als Entwicklungsmodell. Nachhaltigkeitsversuche, Armutsreduzierung und Regionalentwicklung, in: Baumhackl, Herbert / Habinger, Gabriele / Kolland, Franz / Luger, Kurt (Hrsg.): Tourismus in der „Dritten Welt“. Zur Diskussion einer Entwicklungsperspektive, Wien 2006, S. 127-152.
- Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (2008):** Volunteer Tourism as Alternative Tourism: Journeys Beyond Otherness, in: Dies. (Hrsg.): Journeys of Discovery in

Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives, Wallingford 2008, S. 3-11.

Maslow, Abraham H. (1973): Psychologie des Seins, München 1973.

McGehee, Nancy / Andereck, Kathleen (2008): “Pettin’ the Critters’: Exploring the Complex Relationship Between Volunteers and the Voluntoured in McDowell County, West Virginia, USA, and Tijuana, Mexico, in: Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (Hrsg.): Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives, Wallingford 2008, S. 12-24.

McIntosh, Alison / Zahra, Anne (2007): A cultural encounter through volunteer tourism: towards the ideals of sustainable tourism?, in: Journal of sustainable tourism 15, Nr. 5, (2007), S. 541-556.

Mowforth, Martin / Munt, Ian (2009): Tourism and Sustainability. Development, globalization and new tourism in the Third World, 3. Aufl., New York 2009.

Müller, Dorothea / Reeh, Tobias (2010): Volunteer Tourism in Namibia, in: tw Zeitschrift für Tourismuswissenschaft 2, Nr. 1 (2010), S. 19-36.

Müller, Hansruedi (1993): Nachhaltigkeit im Tourismus – auf der Suche nach einer neuen Tourismusethik, Bern 1993.

Müller, Hansruedi (2007): Tourismus und Ökologie – Wechselwirkungen und Handlungsfelder, 3. Aufl., München 2007.

Mundt, Jörn W. (2004): Tourismuspolitik, München 2004.

Mustonen, Pekka (2006): Volunteer tourism: Postmodern pilgrimage?, in: Journal of Tourism and Cultural Change 3, Nr.3, (2006), S. 160-177.

Mustonen, Pekka (2007): Freiwillige vor!, in: KulturAustausch Zeitschrift für internationale Perspektiven 11, (2007), S.52-53.

Nieberding, Taalke (2010): Jobs im Ökotourismus, in: Arbeitsmarkt Bildung Kultur Sozialwesen, Nr. 44 (2010), S. IV-VIII, (S. VIII).

Nuscheler, Franz (2005): Lern- und Arbeitsbuch Entwicklungspolitik, Bonn 2005.

Ooi, Natalie / Laing, Jennifer H. (2010): Backpacker tourism: sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivations, in: Journal of sustainable tourism 18, Nr. 2, (2010), S. 191-206.

-
- Palacios, Carlos M. (2010):** Volunteer tourism, development and education in a postcolonial world, in: *Journal of sustainable tourism* 18, Nr. 7, (2010), S. 861-878.
- Pearce, Philip / Coghlan, Alexandra (2008):** The dynamics behind volunteer tourism, in: Lyons, Kevin/Wearing, Stephen (Hrsg.): *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives*, Wallingford 2008, S. 130-143.
- Pfiffner, Thomas (2002):** Kriterien und Indikatoren für einen nachhaltigen Tourismus, Bern 2002.
- Platzbecker, Hermann-Josef (1997):** Wagnis Begegnung? Reiselust und soziales Engagement. Freiwillige internationale Dienste im Spannungsfeld sozialer Herausforderungen und Qualitätssicherung der Dienste, Köln 1997.
- Raymond, Eliza (2008):** “Make a Difference!”: the Role of Sending Organizations in Volunteer Tourism, in: Lyons, Kevin / Wearing, Stephen (Hrsg.): *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism – International Case Study Perspectives*, Wallingford 2008, S. 48-60.
- Raymond, Eliza / Hall, Colin (2008):** The development of cross-cultural (mis)understanding through volunteer tourism, in: *Journal of Sustainable Tourism* 16, Nr. 5, (2008), 530-543.
- Romeiß-Stracke, Felizitas / Born, Karl (2003):** Abschied von der Spaßgesellschaft. Freizeit und Tourismus im 21. Jahrhundert, Amberg 2003.
- Rosenkranz, Doris/Weber, Angelika (Hrsg.) (2002):** Freiwilligenarbeit. Einführung in das Management von Ehrenamtlichen in der Sozialen Arbeit, Weinheim/München 2002.
- Schmicke, Christian (2011):** Reiseveranstalter und Nachhaltigkeit, in: *Travel One Nachhaltigkeitsreport Touristik*, Nr. 1 (2011), S. 6.
- Schwinge, Brigitte (2011):** Verkehrte Welten: Über die Umkehrung der Verhältnisse von Geben und Nehmen. Der weltwärts-Freiwilligendienst als Selbstbehandlung im Kulturkontakt zwischen Deutschland und Südafrika, Bonn 2011.
- Simpson, Kate (2004):** Doing development: the gap year, volunteer tourists and a popular practice of development, in: *Journal of international Development* 16, Nr. 5, (2004), S. 681-692.

-
- Sin, Harnng Luh (2009):** Volunteer Tourism – “Involve me I will learn”?, in: *Annals of tourism research* 36, Nr. 3, (2009), S. 480-504.
- Stamm, Marie-Louise (2003):** Unterschiedlicher Schutz von Menschenrechten durch Staat und lokale NGOs, in: Buser, Denise et al. (Hrsg.): *Menschenrechte konkret – die Rolle der lokalen NGOs*, Basel 2003, S. 197-207.
- Strasdas, Wolfgang (2001):** Ökotourismus in der Praxis. Zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern, Ammerland/Starnberger See 2001.
- Suchanek, Norbert (2000):** *Ausgebucht – Zivilisationsflucht Tourismus*, Stuttgart 2000.
- Todaro, Michael (1997):** *Economic Development*, 5. Aufl., New York, 1997.
- Tourism Research and Marketing (TRAM) (Hrsg.) (2008):** *Volunteer Tourism: A global analysis*, Barcelona 2008.
- Uriely, Natan / Reichel, Arie / Ron, Amos (2003):** Volunteering in tourism: additional thinking, in: *Tourism Recreation Research* 28, Nr. 3, (2003), S. 57-62.
- Vorlaufer, Karl (1996):** *Tourismus in Entwicklungsländern. Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr*, Darmstadt 1996.
- Wearing, Stephen (2001):** *Volunteer tourism: experiences that make a difference*, Wallingford 2001.
- Wearing, Stephen (2004):** Examining best practice in volunteer tourism, in: Stebbins, Robert A. / Graham, Margaret (Hrsg.): *Volunteering as Leisure/Leisure as Volunteering*, Oxford 2004, S. 209-224.
- Wearing, Stephen / Lyons, Kevin / Snead, Suzanne Leigh (2010):** Volunteer Tourism, in: Liburd, Janne J. (Hrsg.): *Understanding the sustainable development of tourism*, Oxford 2010, S. 188-204.
- Wenzel, Eike (2009):** *Sinnmärkte. Der Wertewandel in den Konsumwelten*, Kelkheim 2009.
- Zahra, Anne / McIntosh, Alison J. (2007):** Volunteer tourism: Evidence of cathartic tourist experiences, in: *Tourism Recreation Research* 32, Nr. 1, (2007), S. 115-119.

Website-Verzeichnis

- Aachener Stiftung Kathy Beys (Hrsg.) (2010):** Weltgipfel Rio + 20, Rio de Janeiro 2012, Abruf von http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/weltgipfel_rio_20_rio_de_janeiro_2012_1419.htm [11.02.2011].
- Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung (Hrsg.) (2009):** Freiwilligen-Einsatz in den Ferien, als Praktikum oder für ein Zwischenjahr: Wie finde ich ein gutes Angebot?, Abruf von http://www.fairunterwegs.org/fileadmin/ContentGlobal/PDF/FAQ_s/Freiwilligen_Einsatz_in_den_Ferien.pdf [23.05.2011].
- Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung (Hrsg.) (2010):** In die Ferien mit Zukunft: Der Faire Handel im Tourismus, Abruf von http://www.fairunterwegs.org/fileadmin/ContentGlobal/PDF/Fairer_Handel/EntwicklungFairerHandelimTourismus102010.pdf [02.03.2011].
- Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung (Hrsg.) (2011):** Freiwilligentourismus – Reflexionen aus der Perspektive des Südens, Abruf von <http://www.fairunterwegs.org/themen/thema/article/freiwilligentourismus-reflexionen-aus-der-perspektive-des-suedens.html> [26.05.2011].
- Barkam, Patrick (2006):** Are these the new colonialists?, Abruf von <http://www.guardian.co.uk/society/2006/aug/18/internationalaidanddevelopment.education> [27.05.2010].
- Bödecker, Andreas (2011):** forum anders reisen – WWF-Projektregionen hautnah erleben, Abruf von <http://www.wwf.de/kooperationen/forum-anders-reisen-ev> [23.05.2011].
- Bolz, Norbert (2009):** Reise zum Sinn, Abruf von <http://www.kuoni-annualreport.com/homepage-de/brand-report-2009/reise-zum-sinn/page-2> [28.01.2011].
- Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (Hrsg.) (2009):** Freiwilliges Engagement in Österreich, Abruf von [http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/5/1/4/CH0139/CMS1218445655316/freiwilligenbericht_letztf.3_\(2\).pdf](http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/5/1/4/CH0139/CMS1218445655316/freiwilligenbericht_letztf.3_(2).pdf) [25.05.2011].

-
- Clemmons, David (2009):** Voluntourism Defined, Abruf von <http://www.Voluntourism.org> [21.03.2011].
- Explore and Help (Hrsg.):** Die Idee, Abruf von http://www.exploreandhelp.de/explore/main.php?kat_id=34&root_kat_id=3&subnavi_found=no [23.05.2011].
- FAR (Hrsg.) (2008):** Unser Kriterienkatalog, Abruf von http://forumandersreisen.de/content/dokumente/Kriterienkatalog_de.pdf [03.03.2011].
- Firmenpresse (Hrsg.):** „Fair“-reisen statt verreisen! Sprachen lernen und dabei helfen, Abruf von <http://www.firmenpresse.de/pressinfo91800.html> [02.06.2011].
- Fritzpatrick, Laura (2007):** Vacationing like Brangelina, Abruf von <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1647457-1,00.html> [27.05.2011].
- Herbst, Gunnar (2009):** Freiwillige vor!, Abruf von <http://visozial.org/files/2010/07/Reisen-und-Helfen-Lufthansa-Magazin-2009.pdf> [23.05.2011].
- Holman, Rebecca (2004):** Mind the Gap, Abruf von <http://positivenation.co.uk/issue101/features/feature3/feature3.htm> [26.03.2011].
- Initiative auslandszeit (Hrsg.):** Corporate Volunteering, Abruf von <http://www.freiwilligenarbeit.de/soziale-projekte/corporate-volunteering.html> [29.05.2011].
- Initiative auslandszeit (Hrsg.):** Volunteer-Reisen & Volunteer-Tourismus, Abruf von <http://www.freiwilligenarbeit.de/volunteer-reisen.html> [18.04.11].
- i-to-i (Hrsg.):** Tui Online-Katalog, Abruf von <http://www.tui-onlinekatalog.de/cat/00008800/8823/pages/pdf/8823.pdf> [29.05.2011].
- i-to-i (Hrsg.):** Volunteer-Reisen, Abruf von <http://germany.i-to-i.com> [02.06.2011].
- Kamptz, Sibylle von (2009):** Urlaub mit einer Prise gutem Gewissen, Abruf von <http://www.news.de/gesellschaft/855029195/urlaub-mit-einer-prise-gutem-gewissen/1/> [26.05.2011].
- Karmalaya (Hrsg.):** Über uns, Abruf von <http://www.karmalaya.com/de/karmalaya/ueber-uns> [02.06.2011].

-
- Karsai, Albert (2009):** Taten nicht (nur) Worte, Abruf von http://www.comediantraveller.com/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=18 [26.05.2011].
- Karsai, Albert (2011):** Karmalaya: eine österreichisch/nepalesische Erfolgsgeschichte, Abruf von http://www.comediantraveller.com/index.php?option=com_content&view=article&id=102:karmalaya-eine-oesterreichischnepalesische-erfolgsgeschichte&catid=24:reportagen&Itemid=2 [02.06.2011].
- Lernen und Helfen Sprachreisen (Hrsg.):** Freiwillige Hilfe in Projekten, Abruf von <http://www.lernenundhelfen.de/projektarbeit.htm> [02.06.2011].
- Lichtenberg, Thomas (2005):** Beiträge zum Nachhaltigen Tourismus – Schriftenreihe der Fachhochschule Eberswalde, Eberswalde 2005, Abruf von <http://www.fh-eberswalde.de/Master-Studengaenge/Nachhaltiges-Tourismusmanagement/Projekte-Veranstaltungen/Publikationen/Publikation-E1505.htm> [11.02.2011].
- Lotus Travel Service (Hrsg.):** Lotus Volunteer – Volunteer programs in India, Abruf von <http://www.lotus-volunteer.com> [02.06.2011].
- Make a difference (Hrsg.):** Voluntourism, Abruf von <http://www.makeadifference.de/social-travel/voluntourism> [11.05.2011].
- Mittermaier, Andrea (2008):** Anpacken statt rumflackern, Abruf von http://www.travelbeyond.de/uploads/media/TOURS-Anpacken_01.pdf [09.12.2010].
- MultiKultur (Hrsg.):** Über uns, Abruf von <http://www.multikultur.info/uber-uns.html> [02.06.2011].
- Neue Zürcher Zeitung (Hrsg.) (2009):** „Voluntourismus“ – Risiken und Chancen, Abruf von http://www.nzz.ch/magazin/reisen/voluntourismus__risiken_und_chancen_1.3290876.html [27.05.2011].
- Öko-Institut (Hrsg.) (2005):** Broschüre „INVENT Tourismus – Traumziel Nachhaltigkeit“, Berlin 2005, Abruf von http://www.invent-tourismus.de/pdf/INVENT_Broschuere_051104.pdf [11.02.2011].

-
- ÖTE e.V. (Hrsg.) (2007):** Gute Beispiele aus der deutschen Tourismuswirtschaft und den Regionen im Spiegel des Arbeitsprogramms „Tourismus und nachhaltige Entwicklung“ der UN-Kommission für Nachhaltige Entwicklung, Bonn 2007, Abruf von http://www.zukunft-reisen.de/uploads/media/Wirtschaft_Regionen.pdf [11.02.2011].
- Pro-Poor Tourism Partnership (Hrsg.):** What is pro-poor tourism?, Abruf von http://www.propoortourism.org.uk/what_is_ppt.html [26.05.2011].
- Rauschelbach, Burgard (2003):** Tourismus und Entwicklungspolitik – Aspekte der internationalen Zusammenarbeit, Eschborn 2003, Abruf von <http://www.springerlink.com/content/da4atvyyld8bfpg8/fulltext.pdf> [13.02.2011].
- Rauschelbach, Burgard (2009):** Tourismus für nachhaltige Entwicklung: Zur Standortbestimmung in der internationalen Zusammenarbeit, Abruf von <http://www.gtz.de/de/dokumente/de-tourismus-fuer-nachhaltige-entwicklung.pdf> [24.05.2011].
- Reintjes, Carolin (2008):** Volunteers im Ausland – frei und willig, Abruf von <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,580790,00.html> [13.12.2010].
- Reitz, Anouk (2009):** Mehr als Planschen an der Oberfläche. Junge Freiwillige in Guatemala, Abruf von http://www.tourism-watch.de/files/TourismWatch_Nr.55.pdf [08.12.2010].
- Reitz, Tobias (2009):** Entwicklungshilfe beginnt in Deutschland, Abruf von <http://www.zeit.de/gesellschaft/2009-09/weltwaerts-entwicklungshilfe-freiwillige> [26.05.2011].
- Rentschler, Thomas (2010):** 88 Seiten für nachhaltiges Reisen, Abruf von <http://www.onejournal.de/item/tourismus-reise-freizeit/8/-seiten-fuer-nachhaltiges-reisen-pr95704.html> [02.06.2011].
- Riepl, Maggie (2011):** Machen Sie sich im Urlaub doch mal nützlich!, Abruf von <http://www.welt.de/reise/Fern/article12734688/Machen-Sie-sich-im-Urlaub-doch-mal-nuetzlich.html> [26.05.2011].
- Schiekel, Nikola (2009):** Volunteer-Tourismus: Risiken und Chancen, Abruf von http://www.tourism-watch.de/files/TourismWatch_Nr.55.pdf [08.12.2010].

-
- Simpson, Kate:** The ethical volunteering guide, Abruf von <http://www.ethicalvolunteering.org/downloads/ethicalvolunteering.pdf> [27.05.2011].
- STA Travel (Hrsg.):** Über uns, Abruf von http://www.statravel.de/cps/rde/xchg/de_division_web_live/hs.xsl/ueber-uns.htm [02.06.2011].
- Stepin (Hrsg.):** Stepin 5-Sterne-Qualität, Abruf von <http://www.stepin.de/qualitaet> [02.06.2011].
- Tomazos, Konstantinos (2010):** Volunteer tourism – an ambiguous marketing phenomenon, Abruf von http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:nNCT8IEuoWIJ:www.businessperspectives.org/journals_free/im/2010/im_en_2010_4_Tomazos.pdf+Volunteer+tourism+%E2%80%93+an+ambiguous+marketing+phenomenon&hl=de&gl=de&pid=bl&srcid=ADGEEShsTLSdK6Z3cl_uLMLnE_KTYW3qv_KuZVGizfbP0izBm0ZlbIL9zZT6VaxHGILNwTRxG05LSsF6oDtGK4Egyn-CFuPhrHaPz62pp2kQNx8MhK7uGLkErPrBZOQUrLSJYo2_AjJ6&sig=AHIEtbQ2EwwM1pnmX_yYcteZGP9_BDpfKA [14.04.2011].
- Tourism Concern (Hrsg.):** International volunteering – Gaps in Development, Abruf von <http://tourismconcern.org.uk/index.php?page=gap-years> [07.03.2011].
- Tui Deutschland (Hrsg.):** Helfen im Urlaub liegt im Trend, Abruf von http://www.tui-deutschland.de/td/de/pressemedien/Themenservice/Ausgaben/6_juni_2010/1_helfen_6-10.html [02.06.2011].
- Uni Blog (Hrsg.) (2009):** Volunteer Reisen – eine Auszeit vor, während oder nach dem Studium einmal anders, Abruf von <http://www.uni-blog.info/volunteer-reisen-eine-auszeit-vor-waehrend-oder-nach-dem-studium-einmal-anders/> [09.12.2010].
- UNWTO (Hrsg.) (2010a):** Tourism 2020 Vision, Abruf von <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm> [02.03.2011].
- UNWTO (Hrsg.) (2010b):** World Tourism Barometer, Abruf von http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom10_3_en.pdf [02.03.2011].

-
- VENRO e.V. (Hrsg.):** Symposium Reader. Going beyond weltwärts: Global Learning, weltwärts, beyond II, Abruf von <http://www.nord-sued-bruecken.de/assets/files/GbwReaderVENRO.pdf> [29.05.2011].
- Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (Hrsg.) (2006):** Fair reisen: Nachhaltig die Welt erkunden, Abruf von http://www.verbraucherbildung.de/projekt01/d/www.verbraucherbildung.de/im_brennpunkt/fair_reisen_komplett_1-5.html [10.12.2010].
- Voluntourism.org (Hrsg.):** Voluntourism – Historical Timeline Prior to 2000, Abruf von <http://www.voluntourism.org/inside-history.html> [26.05.2011].
- weltwärts (Hrsg.) (2011):** Zahlen und Fakten zu weltwärts. Teilnehmer und Teilnehmerinnen, Bonn 2011, Abruf von <http://www.weltwaerts.de/presse/index.html> [23.02.2011].
- Worldunite (Hrsg.):** Über uns, Abruf von <http://www.world-unite.de/de/sonstige-informationen/uber-uns.html> [29.05.2011].

Sonstige Quellen

- o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Matthias Beyer, Geschäftsführung der Firma mascontour am 09.03.2011.
- o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Anna Lehmann, Fachreferentin des Kolpingwerks am 23.03.2011.
- o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Ansgar Drücker, Geschäftsführung in IDA e.V. am 16.03.2011.
- o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Antje Monshausen, Programmunterstützung der Firma EED, TourismWatch am 24.03.2011.
- o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Burghard Rauschelbach, Programmleitung der Firma GIZ am 16.03.2011.
- o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Chris Engler, Geschäftsführung der Firma World Unite am 20.03.2011.
- o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Christian Rohde, Leiter Kommunikation der Firma Initiative auslandszeit am 03.03.2011.

- o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Christine Plüss, Geschäftsführung der Firma Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung am 09.03.2011.
- o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Henning Prox, Inhaber der Firma Travelbeyond am 18.04.2011.
- o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Marion Serwe, Geschäftsführung der Firma imagine no limits am 12.05.2011.
- o.V.: Sinngemäß wiedergegeben nach einem Gespräch mit Sven Mangels, Geschäftsführung der Firma explore and help am 15.04.2011.
- o.V.: Unternehmenspublikationen / Reisekataloge 2011 der Reiseveranstalter
- o.V.: zur Verfügung gestelltes, nicht veröffentlichtes Material der TUI Deutschland GmbH, weitergeleitet von Bach, Birgit, Vermarktung Fernreisen am 22.03.2011.
- o.V.: zur Verfügung gestelltes, nicht veröffentlichtes Material der Karmalaya, weitergeleitet von Eder, Tina, Geschäftsführer am 14.04.2011.
- o.V.: zur Verfügung gestelltes, nicht veröffentlichtes Material der World Unite, weitergeleitet von Engler, Chris, Geschäftsführer am 17.04.2011.

