

nikola schiek

volunteer tourism.

instrument einer nachhaltigen
tourismusedwicklung in südafrika?



Volunteer-Tourismus

Instrument einer nachhaltigen Tourismusedwicklung in Südafrika?

Diplomarbeit

im Fachbereich VI Geographie/ Geowissenschaften
Studiengang Fremdenverkehrsgeographie
der
Universität Trier

Nikola Schiekel

Erstprüfer:	Prof. Dr. Berthold Hornetz
Zweitprüfer:	Prof. Dr. Reinhard Hoffmann

Abgabetermin: Juli 2008

Berlin, Juli 2008

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich allen danken, die bei dem Entstehen der Diplomarbeit geholfen haben.

Ich danke allen Gesprächspartnern, die sich trotz vieler Arbeit die Zeit für mich genommen und ausführlich auf meine Fragen geantwortet haben. Ganz besonders danke ich Jasmin Johnson, die mir eine große Stütze in Südafrika gewesen ist.

Ein besonderer Dank geht auch an Neo Khumalo, die mir als Übersetzerin viele Gespräche mit der lokalen Bevölkerung erst ermöglichte. Ich danke Marc Wessels, der mir aufgrund meiner defekten Kamera, wertvolle Bilder zur Illustration des Projektes zur Verfügung stellte.

Mein Dank gilt Herrn Prof. Dr. rer. nat. Berthold Hornetz für die freundliche Betreuung und die Offenheit gegenüber dem Thema. Ich danke ebenfalls Herrn Prof. Dr. rer. nat. Reinhard Hoffmann für die Übernahme der Zweitkorrektur.

Ich bedanke mich herzlich bei meiner Familie, die mir das Studium ermöglichte sowie bei meinen Freunden, die mich bei dieser Arbeit unterstützt und motiviert haben.

I. Inhaltsverzeichnis

I. Inhaltsverzeichnis.....	I
II. Abbildungsverzeichnis	IV
III. Tabellenverzeichnis.....	V
IV. Verzeichnis der Exkurse	VI
V. Fotoverzeichnis.....	VII
VI. Abkürzungsverzeichnis.....	VIII
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung.....	1
1.2 Methodische Vorgehensweise.....	3
1.3 Aufbau der Arbeit	7
2 Vorstellung des Untersuchungsraumes Südafrika	8
2.1 Naturräumliche Einführung	8
2.2 Demographie	16
2.3 Geschichtliche und politische Entwicklung Südafrikas.....	18
2.3.1 Historischer Kontext.....	18
2.3.2 Die politische Wende.....	20
2.3.3 Die aktuelle soziale und wirtschaftliche Situation.....	21
2.4 Tourismus in Südafrika	25
2.4.1 Das touristische Angebot.....	25
2.4.2 Wirtschaftsfaktor Tourismus	27
2.4.3 Tourismuspolitik.....	30
3 Tourismus als Handlungsfeld der Entwicklungsarbeit	34
3.1 Das Prinzip der Nachhaltigkeit	36
3.2 Nachhaltige Entwicklung im Tourismus.....	37
3.3 Nachhaltige touristische Erscheinungsformen.....	42
3.3.1 Ökotourismus.....	42
3.3.2 Sanfter Tourismus.....	44
3.3.3 Alternativer Tourismus/ Individualtourismus.....	45
3.3.4 Community Based Tourismus	47
3.3.5 Zwischenfazit.....	48
3.4 Das Konzept New Tourism.....	49

3.5	Die Umsetzung des New Tourism	51
3.6	Nachhaltiger Tourismus und Entwicklungszusammenarbeit.....	54
4	Das Konzept Volunteer-Tourismus	57
4.1	Begriffsklärung	57
4.1.1	Terminus <i>volunteering</i> :.....	58
4.1.2	Terminus Volunteer-Tourismus.....	58
4.1.3	Abgrenzungen Volunteer-Tourismus, <i>VolunTourism</i> und Projekttourismus	60
4.2	Die historische Entwicklung des Volunteer-Tourismus	61
4.3	Hintergrund des modernen Volunteer-Tourismus	63
4.4	Volunteer-Tourismus innerhalb anderer Tourismussegmente	63
5	Der Volunteer-Tourismus Markt.....	69
5.1	Die Nachfrage	69
5.1.1	Typologie der Volunteer-Touristen	70
5.1.2	Demographische Angaben.....	71
5.1.3	Motivationen der Volunteer-Reisenden.....	73
5.2	Die Marktstruktur.....	78
5.3	Die Volunteer-Tourismus Produkte	80
6	Volunteer-Tourismus in Südafrika anhand eines ausgewählten Beispiels ..	87
6.1	HfHSA – Habitat for Humanity South Africa	88
6.2	SASDI – Southern Africa Sustainable Development Initiative	90
6.3	Das Hausbauprojekt in Mfuleni	92
6.3.1	Befragung der <i>homeowners</i>	98
6.3.2	Zwischenfazit.....	101
7	Empirische Analyse	102
7.1	Methodische Vorgehensweise der Datenerhebung	102
7.1.1	Untersuchungsgegenstand	102
7.1.2	Aufbau der Untersuchung und Anmerkung zur Befragung.....	104
7.1.3	Fragebogenentwicklung und Durchführung der Erhebung	104
7.1.4	Datenaufbereitung und Datenverarbeitung.....	105
7.2	Dateninterpretation.....	106
7.2.1	Stichprobenbeschreibung.....	106
7.2.2	Reisegrund und Reiseverhalten	106
7.2.3	Persönliche Erfahrungen bezüglich Volunteer-Arbeit.....	109
7.2.4	Persönliche Motivation der Teilnehmer	111
7.2.5	Zufriedenheit der Teilnehmer	112
7.3	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerung	113

8 Ergebnisse und Perspektiven von Volunteer-Tourismus-Projekten	115
8.1 Projektbezogene Ergebnisse und Handlungsempfehlungen	115
8.2 Volunteer-Tourismus - allgemeine Potentiale und Risiken	124
9 Fazit.....	131
Literaturverzeichnis	134
Erklärung	149
Anhangsverzeichnis (anbei auf CD).....	I
Anhang A: Klimaregionenkarte	II
Anhang B: Definitionen.....	III
B1: Dritte Welt	III
B2: Entwicklungszusammenarbeit (EZ).....	III
B3: Pro Poor Tourismus (nach ICRT).....	V
B4: Non-Profit-Sektor/ Dritter Sektor	V
Anhang C: Brundtland-Bericht.....	VII
Anhang D: Die Prinzipien von FTTSA.....	VIII
Anhang E: Internationale Konventionen zum Thema Tourismus und Nachhaltigkeit	IX
Anhang F: Code of Good Practice – Responsible Volunteering in South Africa ...	XI
Anhang G: Empirische Untersuchung.....	XIII
G1: Fragebogen	XIII
G2: Häufigkeitstabellen.....	XVI
Anhang H: Qualitative Erhebung	XXXII
H1: Leitfäden für Experteninterviews	XXXII
H2: Experteninterviews	XXXVI

II. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Methodische Vorgehensweise	6
Abb. 2	Südafrika und seine Nachbarländer	9
Abb. 3	Dominante Reliefeinheiten in Südafrika	12
Abb. 4	Verteilung der Sprachen in Südafrika	17
Abb. 5	Internationale Touristenankünfte in Südafrika, 1966 - 2006	29
Abb. 6	Kriterien für eine nachhaltige Entwicklung	37
Abb. 7	Konzeptionelles Schema des Alternativen Tourismus	64
Abb. 8	Trademark FTTSA	68
Abb. 9	Logo HfH	88
Abb. 10	Projektstandorte HfHSA	89
Abb. 11	Logo SASDI	90
Abb. 12	Alter der Teilnehmer	106
Abb. 13	Grund der Reise nach Südafrika	107
Abb. 14	Gesamte Aufenthaltsdauer	107
Abb. 15	Informationsquelle für die Reise	108
Abb. 16	Erste Aufmerksamkeit auf HfH	109
Abb. 17	Erste Volunteer-Reise	110
Abb. 18	Hauptgrund des Aufenthaltes	110
Abb. 19	Eigene Vorbereitung auf Projekt	110
Abb. 20	Motivationsgrund	111
Abb. 21	Persönliche Erfahrungen während des Volunteer-Projekts	112
Abb. 22	Angebot entspricht den Erwartungen	112
Abb. 23	Gute informiert durch HfH	113

III. Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Bevölkerungsgruppen in Südafrika	16
Tab. 2	Intensitätsstufen der lokalen Partizipation	48
Tab. 3	Typologien der Volunteer-Touristen	70

IV. Verzeichnis der Exkurse

Exkurs 1	Die globale Entwicklung des Tourismus in Entwicklungsländern	35
Exkurs 2	Auswirkungen von Tourismus in Entwicklungsländern	41
Exkurs 3	Das Beispiel FTTSA – Die erste Schutzmarke für den Tourismus	68
Exkurs 4	Einblick in das Leben der <i>homeowners</i>	99
Exkurs 4a	<i>Homeowner 1</i> – Patiswa Maroqa	99
Exkurs 4b	<i>Homeowner 2</i> – Buyiswa Khumalo	100
Exkurs 4c	<i>Homeowner 3</i> – Erica Basson	100

V. Fotoverzeichnis

Foto 1	Eingang zum Township	92
Foto 2	Die ersten Steine	95
Foto 3	Volontäre bei der Arbeit	95
Foto 4	Mauern des Grundstocks	96
Foto 5	Lunch in der <i>Community Hall</i>	96
Foto 6	Grundieren des Giebels	96
Foto 7	„Stein-Kette“	96
Foto 8	Hinterer Giebel steht	97
Foto 9	Die Innenwände entstehen	97
Foto 10	Lücken werden aufgefüllt	97
Foto 11	Die ersten Dachziegel	97
Foto 12	Isolation des Daches	98
Foto 13	Fast fertiges Haus	98
Foto 14	Schlüsselübergabe	98

VI. Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AIDS	Acquired Immune Deficiency Syndrome
ANC	African National Congress
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BNE	Bruttonationaleinkommen
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
BMWA	Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CBD	Convention on Biological Diversity
CBT	Community Based Tourism
CSD	Conference on Sustainable Development
COP7	Conference of the Parties to the CBD, 7th meeting
DAC	Development Assistance Committee
EL	Entwicklungsland/ Entwicklungsländer
etc.	et cetera
et. al.	et alia
EZ	Entwicklungszusammenarbeit
FTT	Fair Trade in Tourism
FTTSA	Fair Trade in Tourism South Africa
FZ	Finanzielle Zusammenarbeit
GTZ	Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH
HIV	Human immunodeficiency virus
HDI	Human Development Index (dt. Index der menschlichen Entwicklung)
ICRT	International Centre for Responsible Tourism
IYE	International Year of Ecotourism

Kap.	Kapitel
ST-EP	Sustainable Tourism – Eliminating Poverty
NGO	Non-Governmental-Organisation (dt. NRO: Nicht-Regierungs-Organisation)
NN	Normalnull
NPO	Non-Profit-Organisation
OAU	Organisation of African Unity
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
PAC	Pan Africanist Congress
PPT	Pro Poor Tourism
sog.	so genannte
STEP IN	Student Travel & Education Programmes International
Tab.	Tabelle
TZ	Technische Zusammenarbeit
u.a.	unter anderem/ unter anderen
UN	United Nations
UNCED	United Nations Conference on Environment and Development
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNWTO	United Nations World Tourism Organisation (früher WTO)
US	United States
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
WTTC	World Travel & Tourism Council
z.B.	zum Beispiel

Anmerkung:

Zur besseren Lesbarkeit der Arbeit wird bewusst darauf verzichtet, sowohl die weibliche als auch die männliche Form der Substantive zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Menschen jeden Geschlechts gemeint.

In der Arbeit wird die deutsche Rechtschreibung verwendet insofern sie im Duden steht; bei Anwendung der englischen Sprache wird die englische Rechtschreibung verwendet. Auf Grund der häufigen Verwendung werden eingedeutschte englische Wörter sowie Eigennamen recte verwendet. Eckige Klammern ([,]) bedeuten einen Eingriff der Verfasserin in ein wörtliches Zitat.

1 Einleitung

1.1 Problemstellung und Zielsetzung

Seit über 20 Jahren liegt ein wesentlicher Fokus der Tourismusforschung in der Entwicklung von Strategien, die sich mit dem Beitrag des Tourismus zu einer nachhaltigen Entwicklung in den Ländern der Dritten Welt befassen. Kritische Aufklärungsarbeit über den Ferntourismus hat ein Bewusstsein für soziale Ungleichgewichte, Konflikte und Umweltschäden in den touristischen Zielgebieten in den Entsendeländern geschaffen.

Das Untersuchungsfeld dieser Arbeit ist der Tourismus und die Entwicklungszusammenarbeit, wobei der Schwerpunkt auf neueren nachhaltigen Tourismusformen liegt. Das Konzept des New Tourism bezieht sich auf beobachtete Wandlungen im internationalen Tourismus, nämlich der Entfernung des Konsumenten vom Massentourismus und wird als ein „element of Post-Fordist consumption patterns“¹ interpretiert. Der „neue“ Tourist wird als ein „erfahrener“ Reisender bezeichnet, mit einem Bewusstsein für die vom Massentourismus hervorgerufenen Probleme².

Ziel dieser Arbeit ist es, anhand eines ausgewählten Beispiels herauszustellen, ob diese Form des New Tourism in der Praxis das leisten kann, was die Theorie verspricht und welche Möglichkeiten bestehen, derartige Projekte effizienter zu gestalten. Tourismusformen wie Community Based Tourism und Projekttourismus haben sich im Laufe der Nachhaltigkeitsdiskussion herausgebildet. Das Konzept Volunteer-Tourismus³, als eine neue Form des Projekttourismus, ist, wenngleich noch relativ unbekannt, ein neuer Trend in der internationalen Tourismusindustrie. Es wird untersucht, ob der Volunteer-Tourismus eine konstruktive Antwort auf vorherrschende Probleme des jeweiligen Landes bieten kann und dazu in der Lage ist, einen positiven Beitrag zur Entwicklung benachteiligter Bevölkerungsteile in Ländern der Dritten Welt zu leisten.

Für die vorliegende Arbeit wird ein Projekt des Volunteer-Tourismus in der Republik Südafrika als Fallbeispiel gewählt. In der Sparte des Entwicklungsländer-Tourismus ist Südafrika eine der bedeutendsten Destinationen. Durch den Ausbau des Tourismusbe-

¹ MOWFORTH/ MUNT 1998, S. 26

² vgl. WEAVER 1998, S. 31

³ Für den englischen Begriff „volunteer tourism“ gibt es noch keine gängige Übersetzung ins Deutsche. Für diese Arbeit wird ersatzweise das Wort „Volunteer-Tourismus“ verwendet. Englische Synonyme wie „volunteerism“ oder „voluntourism“ schließen diesen Begriff ein. Zur Definition und Abgrenzung der verschiedenen Termini siehe Kapitel 4.1.

reiches erhofft sich die südafrikanische Regierung einen Ausgleich der sozialen und regionalen Disparitäten. Dabei kommen unter anderem nachhaltig wirksame Tourismuskonzepte sowie innovative tourismuspolitische Strategien zum Einsatz. Trotz vorbildlicher Richtlinien zur Tourismusentwicklung seitens der südafrikanischen Regierung, herrscht enormer Handlungsbedarf bei der praktischen Umsetzung.

Im Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit steht das Konzept des Volunteer-Tourismus als eine Strategie, benachteiligte Bevölkerungsgruppen in Tourismusprojekte einzubinden, um somit einen Beitrag zur Armutsbekämpfung zu leisten und den Ausgleich von Disparitäten in Entwicklungsländern zu ermöglichen.

Bei dem untersuchten Fallbeispiel handelt es sich um ein Projekt in einem Township in der Nähe von Cape Town. Mit Hilfe von Spendengeldern und Freiwilligen werden hier Häuser für Bedürftige gebaut. Dabei soll untersucht werden, ob eine Kombination von Tourismus und Freiwilligendienst ein Mittel zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung sein kann.

Die Ergebnisse der Untersuchung werden dazu herangezogen, Stärken und Schwächen des ausgewählten Projektes und des Volunteer-Tourismus im Allgemeinen zu formulieren und anschließend in konkrete Handlungsempfehlungen umgesetzt.

Zusammengefasst sollen zu den einzelnen Themenkomplexen folgende Forschungsaufgaben verfolgt werden:

- Wie ist das Projekt organisiert?
- Welche Erfahrungen wurden von der lokalen Bevölkerung und den Volunteer-Touristen gemacht?
- Wo liegen die Stärken und Potentiale bzw. die Schwächen und Probleme des Projektes?
- Welche Möglichkeiten und Handlungsspielräume bestehen, um die Probleme zu lösen und die praktische Umsetzung zu optimieren?
- Kann der Volunteer-Tourismus, insbesondere das Konzept von Habitat for Humanity, den Anforderungen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung entsprechen?

Die Ergebnisse sind hauptsächlich auf die Probleme und Rahmenbedingungen des Hausbauprojektes von Habitat for Humanity zugeschnitten. Allerdings können die Resultate dieser Untersuchung zumindest teilweise auf andere Projekte übertragen werden und als Richtschnur für eine optimierte Durchführung genutzt werden.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die grundlegende Motivation dieser Arbeit ist, herauszustellen, inwiefern sich das Konzept des Volunteer-Tourismus für die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung benachteiligter Bevölkerungsgruppen in Südafrika eignet. Um eine bestmögliche Partizipation der lokalen Bevölkerung zu gewährleisten, müssen derartige neue Konzepte, gemäß den Prämissen einer nachhaltigen Entwicklung, so ausgelegt sein, dass sowohl in ökonomischer und ökologischer als auch in sozialer Hinsicht keine negativen Auswirkungen entstehen.

Der theoretische Teil dieser Arbeit stützt sich auf eine ausführliche Literaturrecherche. Zu den Themen des ersten Teils, nämlich der Vorstellung des Raumes Südafrika und dem Thema Nachhaltigkeit im Tourismus, ist ausreichend Basisliteratur und statistisches Datenmaterial vorhanden. Zu dem Konzept Volunteer-Tourismus existieren bislang nur wenige wissenschaftliche Arbeiten sowie einzelne wissenschaftliche Standardwerke⁴, auf die sich in den vorhandenen Studien immer wieder bezogen wird. Diese Werke belegen durch ihr neueres Entstehungsdatum den jungen Charakter des Konzeptes Volunteer-Tourismus. Da für diesen Bereich die Literatúrauswahl nicht so umfangreich ist, wird der theoretische Teil durch eine ausgiebige Internetrecherche sowie durch die durchgeführten Expertengespräche gestützt.

Im Zuge der theoretischen Auseinandersetzung mit der Thematik wurden Überlegungen angestellt, wie die in dieser Arbeit zu beantwortenden Fragen methodisch am besten anzugehen seien.

Der praktische Teil dieser Arbeit beruht auf einer zweimonatigen Feldforschung in Südafrika. Während dieses Aufenthaltes wurde ein Volunteer-Projekt von der internationalen Non-Profit-Organisation Habitat for Humanity in Kooperation mit der lokalen Organisation SASDI (South Africa Sustainable Development Initiative) untersucht. Nach der Durchsicht der Projektdokumente und der Erfassung bereits vorhandener Daten, Studien und Sekundärliteratur sowie Gesprächen mit den Projektverantwortlichen, wurden die Erkenntnisziele der Analyse erarbeitet. Die hierfür in Frage kommenden Zielgruppen sowie die personelle und logistische Unterstützung wurden bestimmt. Im Hinblick auf den knapp bemessenen Untersuchungszeitraum war es sinnvoll, Methoden anzuwenden, die in relativ kurzer Zeit einen großen Informationsgewinn versprachen. Dabei kamen sowohl Instrumente der qualitativen als auch quantitativen Datenerhebung zum Einsatz. Als Methoden wurden Experteninterviews, die teilnehmende Beobachtung sowie strukturierte und semistrukturierte Interviews gewählt.

⁴ z.B. WEARING 2001; STEBBINS/ GRAHAM 2004

Planung und Durchführung der Untersuchung:

Die qualitativen Befragungen wurden im Zeitraum November 2007 bis März 2008 mittels teilstrukturierter Gesprächs-Leitfäden⁵ durchgeführt. Diese Interviews wurden mit 14 Experten, sowohl in Südafrika als auch im Nachhinein mit Experten in Deutschland geführt, die sich beruflich mit den jeweiligen Fragestellungen auseinandersetzen. Neben der qualitativen Befragung von Experten, wurden ferner Gespräche mit der involvierten lokalen Bevölkerung, insbesondere mit den so genannten *homeowners*, geführt. Die Dauer der Gespräche bewegte sich etwa zwischen 20 und 120 Minuten.

Die Befragung von Experten und *homeowners* wurde anhand eines thematischen Gesprächsleitfadens geführt.⁶ Der Vorteil dieser Erhebungsmethode liegt darin, dass durch eine offene Gesprächsführung sowie eine Erweiterung der Antwortspielräume der Bezugsrahmen der Befragten bei der Beantwortung miterfasst werden kann. Auf diese Weise ist ein besserer Einblick in die Erfahrungshintergründe des Befragten zu erlangen.⁷ Es kam des Öfteren vor, dass Experten auf manche Fragen nicht oder nur ausweichend geantwortet haben.

Anders als bei den Expertengesprächen, ließen sich die Gespräche mit den *homeowners* aufgrund des ähnlichen sozialen Hintergrundes, einfacher gegenüberstellen und miteinander vergleichen.

In dem Zeitraum vom 26.11. bis 30.11.2007 fand zeitgleich sowohl das Hausbauprojekt in Mfuleni, einem Township in der Nähe von Cape Town, mit lokalen Volontären statt, als auch das Hausbauprojekt in Ntshongweni, in der Nähe von Durban, an dem internationale Volunteer-Touristen teilnahmen. Das Projekt in Mfuleni war etwas umfangreicher (Bau von 12 Häusern) als das in Ntshongweni (Bau von 3 Häusern).

Einerseits war es für diese Arbeit von enormer Bedeutung, möglichst viele *homeowners* sowie andere Gemeindemitglieder, die in das Projekt involviert waren, zu befragen und Experten zu interviewen, andererseits sollten auch Volunteer-Touristen mit einbezogen werden. Um beides bestmöglich zu vereinen, hat die Verfasserin den Entschluss gefasst, an dem Projekt teilzunehmen, wo eine größere Menge von Experten und *homeowners* anzutreffen war. Die standardisierten Fragebögen für die Touristen wurden an die Zweigstelle von Habitat for Humanity nach Durban gesendet. Hier wurde die Befragung nicht von der Verfasserin dieser Arbeit direkt durchgeführt, sondern die Bögen wurden vor Ort von einem Mitarbeiter an die Volunteer-Touristen ausgeteilt und nach Beantwortung der Fragen wieder eingesammelt. Die ausgefüllten Fragebögen wurden anschließend per Post nach Deutschland gesendet.

⁵ siehe Leitfäden im Anhang H1

⁶ siehe Leitfäden im Anhang H1

⁷ vgl. SCHNELL et. al. 2005, S. 385

Aufgrund der geringen Teilnehmerzahl (nur 36 Volunteer-Touristen haben während des Untersuchungszeitraumes in Ntshongweni teilgenommen) ist die empirische Basis nicht ausreichend, um signifikante Ergebnisse aufzuzeigen. Eine Befragung ehemaliger Volunteer-Touristen von Habitat for Humanity konnte nicht vorgenommen werden, da die Organisation die persönlichen Kontakte der Teilnehmer aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht weitergeben konnte bzw. wollte. Obgleich die Anzahl der erhaltenen ausgefüllten Fragebögen nicht ausreicht, um ein repräsentatives Ergebnis zu erzielen, werden bestimmte Eigenschaften, Wahrnehmungen und Einstellungen der Touristen offenbart. An verschiedenen Stellen in dieser Arbeit werden einzelne Zitate von Volunteer-Touristen das theoretische Gerüst untermauern. Dies darf wohlgermerkt keinesfalls als empirische Grundlage gewertet werden, sondern soll nur den theoretischen Unterbau komplementieren.

Ein weiterer praktischer Teil der Untersuchung bezieht sich auf die Marktsituation des Volunteer-Tourismus in Deutschland. Um herauszufinden, wie sehr das Konzept Volunteer-Tourismus unter deutschen Reiseveranstaltern bekannt ist, beziehungsweise Verwendung findet, wurden sämtliche Reiseveranstalter vom Forumandersreisen⁸ sowie Reiseveranstalter, die Volunteer-Tourismus oder ähnliche Tourismusformen anbieten, befragt. Auf der internationalen Tourismusbörse in Berlin (ITB) wurden im März 2008 Veranstalter befragt, die sich mit ihren Angeboten im Umfeld des Volunteer-Tourismus bewegen. Das Ergebnis ist, dass bis auf einige vereinzelte Ausnahmen, Volunteer-Tourismus auf dem deutschen Markt nicht angeboten wird. Lediglich von wenigen Jungendreiseveranstaltern wird das Konzept aufgegriffen. Die meisten Veranstalter mit Volunteer-Tourismus in ihrem Programm haben ihren Firmensitz und primären Markt in England oder den USA und expandieren nun auf den deutschen Markt. Einige Veranstalter verwiesen auf Partner im Ausland, die Volunteer-Projekte anbieten. Andere betonten, das Konzept solle in Zukunft aufgegriffen werden. Tiefergehende Informationen liegen von Veranstaltern jedoch nicht vor.

In der Kommunikation mit südafrikanischen Reiseveranstaltern und Organisationen ergaben sich Schwierigkeiten bezüglich der Informationsweitergabe. Eine umfangreiche Befragung der Reiseveranstalter nicht möglich. Somit wurde sich im Rahmen dieser Arbeit bei der Untersuchung des Reiseveranstaltermarktes lediglich auf eine Internetrecherche, sowie auf Reisekataloge beschränkt.

Aufgrund sich häufender krimineller Überfälle in den Townships ist eine Folgerhebung mit den *homeowners* nach der Vollendung des Hausbauprojekts wie ursprünglich von

⁸ Das Forumandersreisen ist ein Verband kleiner und mittelständiger Reiseveranstalter, die besonderen Wert auf die Belange der Umwelt und der Menschen in den bereisten Ländern legen. Das oberste Ziel ist, eine Tourismusform anzubieten, die dem Leitbild des nachhaltigen Tourismus folgt.

der Verfasserin geplant, nicht möglich gewesen. Experten sowie die Bewohner der Townships warnten ausdrücklich davor, eine weitere Erhebung durchzuführen.

Abbildung 1 gibt einen Überblick über den methodischen Ablauf sowie über die einzelnen Gespräche.

Abb. 1: Methodische Vorgehensweise			
Aufenthalt Südafrika vom 07.11.2007 – 23.12.2007			
Expertengespräche:			
Peter Francis	<i>HfHSA</i>	13.11.2007	Cape Town
Jasmin Johnson	<i>SASDI</i>	19.11.2007	Cape Town
Hausbauprojekt in Mfuleni vom 26.11.2007 – 30.11.2007			
Expertengespräche während des Projektes:			
Andreas Fakudze	<i>HfHSA</i>	28.11.2007	Mfuleni Township
Genevieve DuPreez	<i>HfHSA</i>	28.11.2007	Mfuleni Township
Andile Ngemla	<i>HfHSA</i>	29.11.2007	Mfuleni Township
Interviews mit Homeowner:			
Erika Basson	<i>Homeowner-to-be</i>	22.11.2007	Mfuleni Township
Bugiswa Khumalo	<i>Homeowner</i>	27.11.2007	Mfuleni Township
Patiswa Maroqa	<i>Homeowner-to-be</i>	28.11.2007	Mfuleni Township
Mavis Madlala	<i>Homeowner</i>	29.11.2007	Mfuleni Township
Vuyelwa Mayiipeli	<i>Homeowner</i>	29.11.2007	Mfuleni Township
Nozuko Gama	<i>Homeowner</i>	29.11.2007	Mfuleni Township
Empirische Erhebung in Ntshongweni vom 26.11.2007 – 30.11.2007			
Expertengespräche nach dem Projekt:			
Thembalakhe Langa	<i>Walking Tour Guide</i>	10.12.2007	Langa Township
Stuart Hendry	<i>SASDI</i>	11.12.2007	Cape Town
Jennifer Seif	<i>FTTSA</i>	06.03.2008	Berlin
Wolfgang Strasdas	<i>FH Eberswalde</i>	07.03.2008	Berlin
Heinz Fuchs	<i>Tourism Watch – EED</i>	07.03.2008	Berlin
Susy Karammel	<i>GTZ</i>	07.03.2008	Berlin
Sven Mangels	<i>Explore & Help</i>	08.03.2008	Berlin
Katie Comstock	<i>STEP IN</i>	08.03.2008	Berlin
Christian Burmeister	<i>Go-explore</i>	08.03.2008	Berlin
Quelle: EIGENE DARSTELLUNG			

1.3 Aufbau der Arbeit

Diese Arbeit setzt sich aus drei verschiedenen Teilen sowie neun Kapiteln zusammen. Der erste Teil ist ein theoretischer, vorwiegend deskriptiver Teil und widmet sich den theoretischen Aspekten des Forschungsfeldes. Zu Beginn wird in Kapitel 2 eine Einführung in die landeskundlichen und touristischen Gegebenheiten Südafrikas sowie das Ausmaß und die Auswirkungen des Tourismus aufgezeigt. Um die für diese Studie gewählten Fragestellungen nachvollziehen zu können, bedarf es gewisser theoretischer Grundlagen bezüglich des Konzeptes der „Nachhaltigen Entwicklung im Tourismus“ im Allgemeinen, dem aktuellen Stand der Forschung sowie einer kurzen Darstellung der Debatte in den Medien. In Kapitel 3 werden diese theoretischen Grundlagen dargestellt, um danach das Konzept des Volunteer-Tourismus in Kapitel 4 zu erläutern.

Von der globalen Ebene ausgehend, soll das darauf folgende Kapitel 5, das sich der Struktur des Volunteer-Tourismus-Marktes widmet, einen Übergang zu dem nächsten praktischen Teil darstellen und den Blick konkret auf die Situation in Südafrika lenken. Die theoretischen Überlegungen und Ausführungen erschließen dem Leser die Aktualität und Relevanz nachhaltiger Tourismuskonzepte, wie das des Volunteer-Tourismus. Vor allem in Hinblick auf die empirische Untersuchung und die methodische Vorgehensweise bildet der theoretische Überbau eine unentbehrliche Grundlage.

Das Hausbauprojekt der internationalen Charity-Organisation⁹ Habitat for Humanity, das diese gemeinsam mit der lokal agierenden Non-Governmental-Organisation SASDI durchführen, dient in dieser Arbeit als Fallbeispiel. Kapitel 6 umfasst eine Beschreibung der beiden involvierten Organisationen sowie des Projektes selbst. Eine Kurzbeschreibung ausgewählter Hausbesitzer soll einen Einblick in die persönliche Situation und den jeweiligen Hintergrund geben. Im Anschluss werden Erfahrungen dargestellt und Handlungsempfehlungen gegeben. In Kapitel 7 wird die quantitative empirische Analyse der Touristenbefragung vorgenommen.

Im dritten und letzten Teil der Arbeit werden in Kapitel 8 die Ergebnisse der Untersuchung in Hinblick auf Stärken und Schwächen des Volunteer-Tourismus und dessen Nachhaltigkeitsaspekt sowohl in Bezug auf das Projekt als auch für den Volunteer-Tourismus im Allgemeinen zusammengefasst und diskutiert, Potentiale und Risiken aufgezeigt und anschließend Handlungsempfehlungen für eine zukünftige Entwicklung gegeben. Ein Fazit in Kapitel 9 schließt diese Arbeit ab.

⁹ Aufgrund des in diesem Thema häufigen Verwendens des englischen Begriffes *charity organisation* (dt. Hilfsorganisation) in der deutschen Sprache, wird er im folgenden Text als Eigenname, also recte, verwendet.

2 Vorstellung des Untersuchungsraumes Südafrika

Zu Recht wirbt der Tourismusverband Südafrikas mit dem Slogan „Eine Welt in einem Land“. In dieser Vielfalt liegt Südafrikas Reiz, aber auch der Kern vieler Probleme. Die Vielseitigkeit des Landes soll zunächst anhand der naturräumlichen Gegebenheiten aufgezeigt werden.

2.1 Naturräumliche Einführung

Geographische Basisdaten

Um im weiteren Verlauf der Arbeit die touristischen Potentiale Südafrikas aufzuzeigen, soll zunächst ein Blick auf die landesspezifischen Gegebenheiten geworfen werden.

Die Republik Südafrika erstreckt sich über 13 Breitengrade und umfasst den südlichsten Teil des afrikanischen Kontinents und trennt dabei zwei Weltmeere – den Atlantischen und den Indischen Ozean. Die nördliche Begrenzung des Landes bildet der Limpopofluss auf dem 22. Südlichen Breitengrad (22°52'S). Der *southern most point* Afrikas ist das Nadelkap oder Kap Agulhas mit 34°52' südlicher Breite. In der Breite erstreckt sich Südafrika von der Mündung des Oranje-Flusses bei 16°40' E am Atlantik bis Ponta Do Ouro bei 33° E am Indischen Ozean.¹⁰ Mit einer Fläche von 1.219.912 km² dominiert Südafrika den Subkontinent Südliches Afrika und bedeckt mehr als die dreifache Landesfläche der Bundesrepublik Deutschland. Die Küstenlinie dehnt sich über 2.798 km aus. Im Norden grenzt Südafrika an Botswana und Zimbabwe, im Nordwesten an Namibia sowie an Moçambique und Swaziland im Nordosten. Die Enklave Lesotho, vormals auch Basutoland genannt, wird vollkommen vom Staatsgebiet Südafrika umschlossen.¹¹

¹⁰ vgl. WIESE 1999, S. 31

¹¹ vgl. PABST 1997, S. 7; CIA 2008, o. S.



Topographie

Südafrika wird gerne stark vereinfacht mit einer umgestülpten Schüssel verglichen, um die Hauptcharakteristika der Landschaften zu verdeutlichen, da die Küstenabdachung als „schiefe Ebene“ rasch ansteigt und meist abrupt an einer mauerartigen Steilstufe, der großen Randstufe, endet.¹²

Den geologischen Unterbau, und damit die makromorphologische Formenanlage, bilden zwei Festlandkerne, der Kapvaal- und der Kalahari-Kraton. Dieser innere und größte Teil des Landes liegt auf den südlichen Ausläufern des großen afrikanischen Plateaus, das im Präkambrium (vor ca. 3,1 Milliarden Jahren) gebildet wurde und sich bis zur Sahara hin erstreckt¹³. Zwischen dem Paläo- und dem Mesozoikum in Gondwana entstanden die abgelagerten sedimentären Strukturen mit mehreren tausend Metern Mächtigkeit in ausgedehnten marinen und kontinentalen Becken.¹⁴ Die Gebiete im Inneren

¹² vgl. JÜRGENS/ BÄHR 2002, S. 13f

¹³ vgl. SCHMIDT 1963, S. 12

¹⁴ vgl. BUCKLE 1987, S. 183f

des Subkontinents haben ebenen Plateau- bis flachwelligen Beckencharakter (Bushveld, Highveld).¹⁵ Mit Ausnahme des Kalaharibeckens (600 bis 1.200 m NN), einer ausgesprochenen Wüstenregion, variiert die Höhe des Binnenlandes zwischen 1.200 und 1.800 m NN. Das ehemalige Grundgebirge wurde während langer Perioden ohne Faltungen oder Überflutungen mehr und mehr eingeebnet und zeigt sich heute als ein sanft geschwungenes, stellenweise hügeliges Plateau mit ausgesparten Spitz- und Tafelbergen oder mit von Sand überschütteten Ebenen, von denen die Kalahariebene als die am weitesten Ausgedehnte gilt.¹⁶ Den Kern des Hochplateaus bildet das Highveld, eine überwiegend baumlose Landschaft, die nur gelegentlich durch breite, meist trockene Flusstäler und einzelne kleine Tafelberge, auch Kopjes genannt, unterbrochen wird. Das nördliche Highveld geht in das typische Savannengebiet des Bushvelds über. Im Westen des Hochlandes schließt sich die vorwiegend steppenartige Trockenlandschaft der Upper Karoo sowie das Bushmanland an der Grenze zu Namibia an. Insgesamt liegen etwa 40 Prozent des Landes höher als 1.200 Meter.¹⁷

Der rift-tektonische Zerfall Gondwanas bewirkte neben der Absenkung der neu entstandenen Küstenregionen eine wiederholte tektonische Heraushebung des Hinterlandes, was zu einer großräumig getreppten Reliefgliederung im küstennahen Bereich führte. Im ausgehenden Pliozän kommt es zu einem neuerlichen *uplift*¹⁸ von bis zu 900 Meter in KwaZulu-Natal. Die daraus resultierende makromorphologische Großform, die bis auf wenige Lücken das ganze südliche Afrika hufeisenförmig umschließt, wird als Große Randstufe oder Great Escarpment bezeichnet. Sie markiert eine scharfe Grenze, die das Binnenhochland gegen die vorgelagerten Rumpftreppen (500 bis 1.200 Meter NN), die Küstenebenen sowie die Kapketten abgrenzt.¹⁹ Diese Randschwellengebiete sind vor 70 Millionen Jahren während des Tertiärs im Zuge weltweiter Gebirgsbildungen entstanden. Die Bergkette fällt steil zum Lowveld, an der Grenze zu Moçambique, dessen größter Teil der Kruger-Nationalpark ausmacht, und den Küstenvorländern ab. Am eindrucksvollsten ist dieser Steilabfall des Hochplateaus in den Drakensbergen, dem größten Gebirgszug Südafrikas. Die Gebirgskette beginnt im Nordosten in Mpumalanga/Osttransvaal mit den Transvaal Drakensbergen, wo die Berge über 2.000 Meter hoch aufragen (höchste Erhebung: Mount Anderson, 2.316 Meter) und geht südwärts in die Drakensberge von Natal, an der Grenze zu Lesotho, über. In dieser hochalpinen Welt erreichen die Gipfel Höhen bis zu 3.660 Meter (Cathin Peak) und an manchen Stellen fällt die Gebirgslandschaft bis zu 2.000 Meter fast senkrecht in die Ebene ab.²⁰ 250 Ki-

¹⁵ vgl. PATRIDGE/ MAUD 1987, S. 201; siehe Abb. 3

¹⁶ vgl. SCHMIDT 1963, S.12

¹⁷ vgl. MACGREGOR HUTCHESON 2007, S. 1086

¹⁸ englische Bezeichnung für „Hebung“

¹⁹ vgl. WIESE 1999, S. 32; siehe Abb. 3

²⁰ vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT 1991, S. 21

lometer dieser Kette können nur durch den steilen Sani-Pass überquert werden. Südwestwärts reihen sich wellenförmig die Stromberge, der Suurberg und die Sneeuberge an. Weiter westlich wird die Randstufe für 80 Kilometer unterbrochen. Die Nieuwveldberge sind wieder 1.800 Meter hoch. In nördlicher Richtung schließen sich die Roggeveldberge und die Kamiesberge an.²¹ Nach Westen hin, wo die Namibwüste einen sich nach Süden verbreiternden toten Küstenstreifen bildet, gehen Höhe und Steilheit der großen Randstufe zurück. Hier steigt sie terrassenförmig und weniger steil als im Osten bis zu einer Höhe von 2.200 Meter NN auf.²²

Das Küstengebiet ist im Vergleich zu der Gesamtfläche ein schmales Tiefland. Waagerecht sind die Küsten Südafrikas nur geringfügig gegliedert, ohne tiefere Einkerbungen oder ausgestreckte Landzungen. Im äußersten Nordosten reicht die Küstenebene etwas weiter ins Hinterland hinein. Im Süden und im Osten bildet das Küstenvorland einen etwa 60 bis 200 Kilometer breiten fruchtbaren Weidelandgürtel mit Bächen und Flüssen. Dagegen ist der westliche aride Teil des Küstenvorlandes durch eine Halbwüste getrennt. An der Westküste wird das Faltenland von der Küstenlinie schräg angeschnitten. Einige Felsenkaps ragen als Reste ins offene Meer hinaus, während die Strände an manchen Stellen flach und sandig, an anderen steil und klippig sind. An der südöstlichen Landesgrenze zeigt sich die Küste bis auf kurze Strecken von der Algoa-Bucht bis zur St. Lucia Bucht brüchig und steinig.²³ Die Entstehung dieses oben aufgeführten Großformenschatzes gehört zu den Rätseln der Geomorphologie. Zum einen wird die Große Randstufe von BIRKENHAUER als „gewaltiges Schichtstufenarrangement“²⁴ bezeichnet. Zum anderen sprechen BRUNOTTE und SPÖNEMANN von einer kontinentalen Randabdachung von Nordwest-Namibia, die das Ergebnis einer phasenhaften Hebung und Abtragung sowie zahlreicher bruchtektonischer und epirogener Dislokationen ist. Es wird die Überlegung aufgestellt, ob dieses plattentektonische Modell der Morphogenese der Randabdachung auf das gesamte südliche Afrika übertragen werden könne.²⁵

Vorherrschende Relieftypen in Südafrika sind das Rumpfflächen-Inselberg-Relief, wie im Tiefland von Mpumalanga, das Tafelberg-Spülflächen-Relief der großen Trockengebiete wie in der Karoo und die monotonen hoch gelegenen Rumpfflächen des Hochvelles, wie in Oranje und Gauteng. Die Kapketten in den Provinzen West-Kap und Ost-Kap stellen einen wesentlich abwechslungsreicheren Landschaftstyp dar.²⁶ Die meisten Flüsse Südafrikas entspringen in den Drakensbergen und fließen nach Osten in Richtung Indischer Ozean. Der längste Fluss, der Oranje (auch Orange River), mit einer

²¹ vgl. MACGREGOR HUTCHESON 2007, S. 1086

²² vgl. SCHMIDT 1963, S. 12

²³ vgl. SCHMIDT 1963, S. 11; STATISTISCHES BUNDESAMT 1991, S. 21

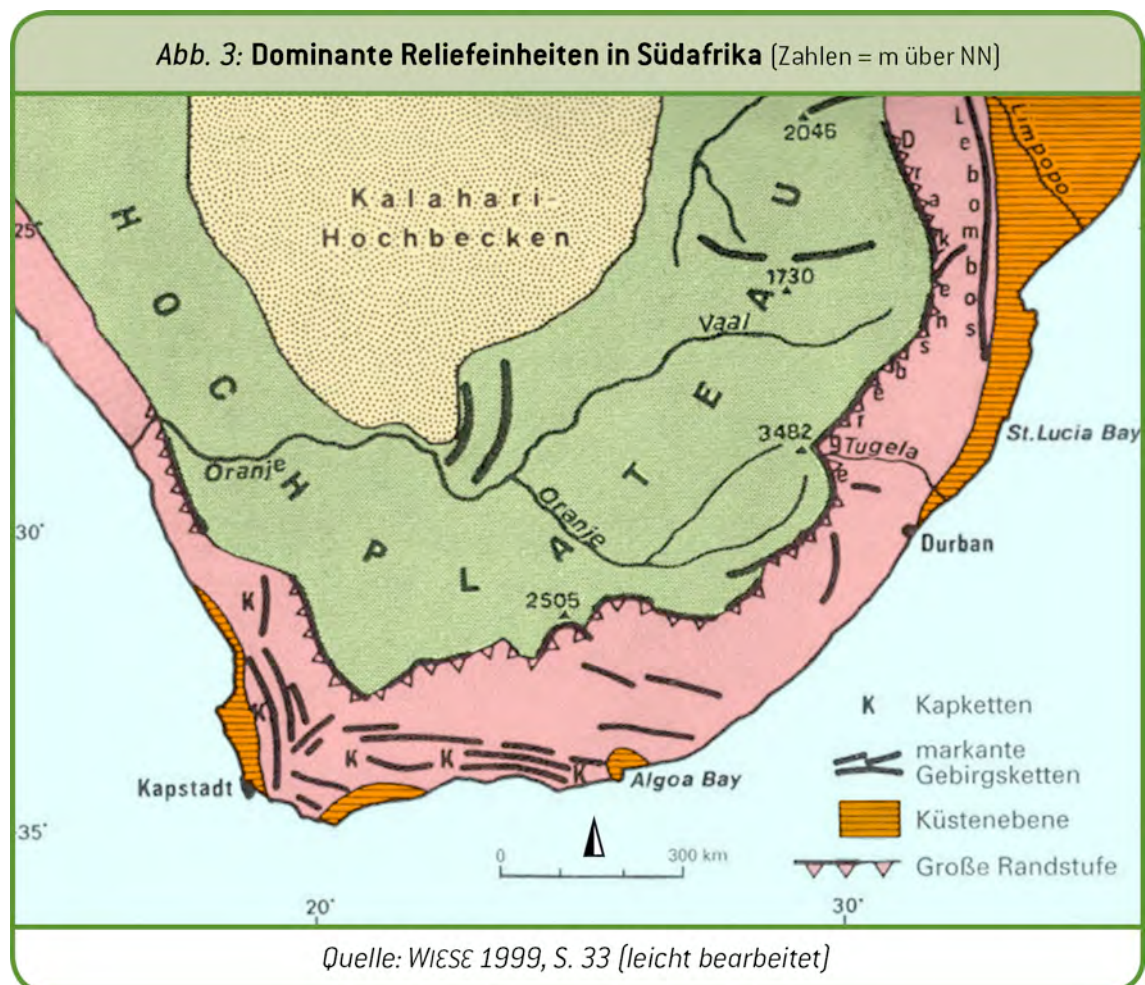
²⁴ vgl. BIRKENHAUER - in: WIESE 1999, S. 32

²⁵ vgl. BRUNOTTE/ SPÖNEMANN - in: WIESE 1999, S. 32

²⁶ vgl. WIESE 1999, S.32

Länge von 2.250 Kilometer entspringt auch in den Drakensbergen, fließt aber nach Westen und mündet bei Oranjemund in Namibia in den Atlantischen Ozean. Die Augrabiesfälle am Oranje-Fluss im Nordwesten des Gordoniadistriktes haben eine Breite von ca. 150 Meter und sind etwa 56 Meter hoch. Weitere wichtige Flüsse sind der Limpopo, der im Witwatersrand entspringt und als Grenzfluss in Nordostrichtung nach ca. 1.600 Kilometer im Süden von Moçambique in den Indischen Ozean mündet und der Vaal (1.251 km), ein Nebenfluss des Oranje. Die Wasserstände dieser Flüsse schwanken sehr stark.²⁷

Diese Vielzahl von Landschaftsarten innerhalb eines Landes macht Südafrika zu einem besonderen Anziehungspunkt für Touristen.



²⁷ vgl. INTEMANN et al. 1999, S. 759

Klima

Südafrika gehört im Allgemeinen zur subtropischen Klimazone. Vor allem entlang der Ostküste herrscht ein subtropisch feuchtes Klima. Jedoch herrschen große regionale Unterschiede, die hauptsächlich von der Höhenlage, der Meeresnähe sowie den unterschiedlichen Temperaturen der Meeresströmungen abhängig sind. Durch die Lage auf der Südhalbkugel sind die Jahreszeiten denen in Europa entgegengesetzt.²⁸ Aufgrund der Höhe des Plateaus sind die Temperaturen niedriger als es in diesen Breitengraden üblich ist. Obwohl sich das Land über 13 Breitengrade erstreckt, bleiben die Temperaturen aufgrund der nach Nordosten ansteigenden Höhe gleichmäßig.²⁹

Die Unterschiede der mittleren Jahrestemperaturen zwischen den nördlichen und südlichen Landesteilen sind sehr gering, dagegen gibt es einen starken Kontrast in der Höhe der mittleren Jahrestemperaturen zwischen Ost- und Westküste (vgl. Durban mit Port Nolloth). Weiterhin ist eine große Spannweite zwischen den heißen Tiefländern des Küstenraumes (Durban), den Randschwellen des Binnenhochlandes (Harrismith) und der subtropischen Hochgebirgstufe von Lesotho auffällig.³⁰

Die erheblichen Temperaturdifferenzen zwischen der Ost- und Westküste sind auf die unterschiedlichen Wärmegrade der Meeresströmungen zurückzuführen. Der kalte Benguelastrom im Atlantischen Ozean (ca. 17° C) bewegt sich von der Antarktis entlang der Westküste nach Norden, was zur Folge hat, dass das Baden an der Südküste nur im Sommerhalbjahr möglich ist. An der Westküste herrschen ganzjährig niedrige Wassertemperaturen. Dagegen bringt der von Nord nach Süd fließende Moçambique-Agulhasstrom äquatoriales (ca. 25° C) Wasser bis zum Kap. Das Baden an den Küsten Natals ist aus diesem Grund das gesamte Jahr über möglich und damit ein weiterer attraktiver Faktor für Südafrika als Fremdenverkehrsdestination. Die beiden Ströme stoßen an der Südküste aufeinander und eventuelle Temperaturschwankungen wirken sich signifikant auf das Küstenklima aus. Küstengebiete können sehr stark von kontinentalen hohen Drücken beeinflusst werden, die heiße Föhn-Bergwinde von der Randstufe herab bewirken.³¹

Die Kaphalbinsel hat ein mediterranes Klima mit längeren leichten Schauern im Winterhalbjahr. Die mittlere Jahrestemperatur liegt bei ca. 17° C in Cape Town, 18° C in Tshwane (Pretoria) und 21° C in Durban. An der Westküste ist die durchschnittliche Temperatur aufgrund des kalten Benguela-Stromes niedriger. Die Hochlagen der Gebirge haben bis zu 200 Frosttage im Jahr, während die Küstengebiete praktisch frostfrei sind.³²

²⁸ vgl. WIESE 1999, S. 38f

²⁹ vgl. NOHLEN/ NUSCHELER 1993, S. 417

³⁰ vgl. WIESE, S. 39

³¹ vgl. FOX/ ROWNTREE 2000, S. 288; SÜDAFRIKANISCHE BOTSCHAFT 1993, S. 3

³² vgl. NOHLEN/ NUSCHELER 1993, S. 417

Südafrika ist insgesamt ein sehr trockenes Land. Im Jahresmittel fallen 250 bis 625 Millimeter Niederschlag (zum Vergleich: Deutschland: 750 mm), die meisten an der Ostseite des Randgebirges (2.000 bis 3.000 mm), während im Highveld durchschnittlich nur 50 Millimeter im Jahr gemessen werden. Etwa 65 Prozent des Landes verzeichnen weniger als 500 Millimeter Niederschlag (die Menge gilt als Minimum für den Einsatz von Regenfeldbau). Vor allem der Westen hat zum einen das Problem geringer Niederschlagsmengen und unverlässlicher Regenfälle. Hauptquelle der Niederschläge sind die feucht-warmen Luftmassen des Indischen Ozeans. Sie bringen mit dem vorherrschenden Südost-Passat zunächst dem südöstlichen Küstengebiet reiche Niederschläge (Durban 1.068 mm) und regnen sich dann vor allem am Wall der östlichen Großen Randstufe ab, so dass in Richtung Westen die Niederschlagsmenge immer geringer wird. Auch die westlichen Winde bringen hier keine nennenswerten Niederschläge, da vor der Westküste die Luft über dem kalten Benguela-Strom stark abgekühlt wird und nur wenig Feuchtigkeit aufnehmen kann. Am regenärmsten sind daher die Große Karoo und der Nordwesten der Kapprovinz (Port Nolloth an der Atlantikküste: 63 mm). Hier kann der Regen manchmal jahrelang ausbleiben. In mehr oder weniger regelmäßigen Zeitabständen wird Südafrika von Dürrekatastrophen heimgesucht.³³

Die Wintermonate zwischen April und Oktober sind bis auf die Kaphalbinsel überwiegend sonnig. Die Hauptniederschläge fallen in den Sommermonaten (November bis März), oft in Form heftiger, kurzer Gewitter. Nur im Süden herrscht Winterregen vor. Die Kaphalbinsel hat ein mediterranes Klima mit längeren leichten Schauern im Winterhalbjahr. Im südlichen Küstengebiet, westlich von Port Elizabeth, sind die Regenfälle über das ganze Jahr verteilt. Schnee fällt im Winter auf den Höhen der Drakensberge und gelegentlich auf einigen Gipfeln der Kapketten.

Die relative Luftfeuchtigkeit ist im Binnenland äußerst gering. In den Küstengebieten kann sie allerdings 85 bis 90 Prozent erreichen und vor allem an der warmen Ostküste im Sommer große Schwüle bewirken. An der kühlen Westküste gibt es dagegen im Sommer häufig Nebel, der sich nachts 30 bis 35 Kilometer landeinwärts erstrecken kann, sich aber bei Tageserwärmung wieder auflöst. Nebel entwickelt sich häufig auch an der östlichen Großen Randstufe.³⁴

Diese unterschiedlichen klimatischen Bedingungen machen Südafrika das ganze Jahr über zu einem Ziel für Touristen.

Flora und Fauna

Bedingt durch die unterschiedlichen klimatischen Verhältnisse ist die Vegetation der Kaprepublik äußerst vielfältig. In den trockenen Gebieten des Hochlandes wachsen die

³³ vgl. Klimaregionenkarte in Anhang A

³⁴ vgl. NOHLEN/ NUSCHELER 1993, S. 417

Gräser und Büsche der Dornstrauchsavanne. Auch die niederschlagsreicheren Regionen des Hochlandes sind vorwiegend mit Gras bewachsen und fast baumlos. Die einzigen wirklichen Wälder findet man entlang der Süd- und Ostküste. An den Hängen des Randgebirges bestimmen auf der Landseite Feuchtsavannen, auf der Meerseite Bergwälder die Vegetation. Etwa sieben Prozent der Landesfläche sind bewaldet.³⁵ In den trockenen Hochlandgebieten überwiegt Gras- und Dornstrauchsavanne. Auch in den Gebieten mit mehr Niederschlägen finden sich im Hochland überwiegend Grasland und nur wenige Bäume (Schirmakazien, Affenbrotbäume). Das größte Waldgebiet (rund 40.000 Hektar) mit einheimischen Baumbeständen ist der Küstenstreifen an der Gardenroute zwischen George und Humansdorp an den Hängen der Outeniqua- und der Tsitsikamma-Berge, wo ganzjährig Niederschläge fallen.³⁶

In der Kapregion im Süden des Landes, dem so genannten kapländischen Florenreich, ist die Pflanzenwelt besonders artenreich. Mehr als 6.000 Blütenpflanzenarten und zahlreiche endemische Pflanzenarten gedeihen hier. Zum typischen Bestand gehören Silberbaum-, Rauten-, Lilien-, Wolfsmilch-, und Seidelbastgewächse. Daneben kommen auch Korbblütler, Glockenheide, Sauerklee sowie Arten von Mittagsblumen und Lebenden Steinen vor. Eine der über 80 Proteenarten, die Königsprotea, ist die Nationalblume Südafrikas.³⁷

Die Vielfalt der Tierwelt Südafrikas ist im Allgemeinen bekannter als die der Flora, daher sind die Tierreservate der wichtigste Anziehungspunkt für den Fremdenverkehr. Bis ins 20. Jahrhundert gehörte Südafrikas Fauna zu den Vielfältigsten des Kontinents.³⁸ Durch das Bevölkerungswachstum und die damit verbundene Landnahme sind viele Bestände jedoch stark dezimiert und eine Reihe von Arten ausgerottet worden.³⁹ Zu den Bekanntesten der vielen für die Bewahrung der Tier- und Pflanzenwelt eingerichteten Schutzgebiete gehören der Kruger-Nationalpark, der Kalahari- und der Royal-Natal-Nationalpark. Hier finden sich u.a. zahlreiche Arten von Antilopen und Gazellen, wie Elen und Oryx, Gnus, Kudus und Springböcke sowie verschiedene Affenarten, Leoparden, Büffel, Geparde, Schakale, Löwen, Stachelschweine, Elefanten, Nashörner, Flusspferde und Zebras. Krokodile, die bis zu sechs Meter lang werden können, sind nur noch in den warmen Flüssen des Kruger-Nationalparks zu finden. Die Mamba, Kobra, Puffotter und Python und andere Reptilien – insgesamt 200 giftige und ungiftige Arten – treten in relativ großen Mengen auf. Besonders vielfältig ist auch die Vogelwelt. Allein im Kruger-Nationalpark finden sich über 500 verschiedene Arten. Strauße, Trappen, Bekassinen, Wildgänse, -enten, -hühner und -tauben – insgesamt rund 900 Vogelarten nisten in der Steppe, der Savanne oder an Fluss- und Meeresufern.

³⁵ vgl. MACGREGOR HUTCHESON 2007, S. 1087

³⁶ vgl. FRIES 1991, S. 22f

³⁷ vgl. INTEMANN et al. 1999, S. 759;

³⁸ vgl. FRIES 1991, S. 28

³⁹ vgl. INTEMANN et al. 1999, S. 759;

Auf der Sohle des Makapansgat-Tales in Nordtransvaal wurden Knochen des *Australopithecus africanus* gefunden, einer Vormenschen-Art, die bis etwa zwei Millionen Jahre hier lebte und bereits Steinwerkzeuge verwendete.⁴⁰

2.2 Demographie

Geschichtliche und kulturelle Hintergründe sowie soziale Strukturen und demographische Strukturen und Entwicklungen sind bedeutende Faktoren, die die südafrikanische Bevölkerungsstruktur in Ihrer heutigen Ausprägung formten. Im folgenden Kapitel wird zunächst näher auf die Bevölkerung und deren unterschiedlichen Sprachen eingegangen um danach die geschichtliche und politische Entwicklung näher zu beleuchten.

Bevölkerung

Rund 47,8 Millionen Menschen leben in der Republik Südafrika. Eine Vielzahl ethnischer Gruppen, Kulturen, Glaubensrichtungen und Sprachen sind in der „Regenbognation“⁴¹ beheimatet. Ca. 79 Prozent der Bevölkerung gehören der schwarzen Bevölkerungsgruppe Südafrikas an, insbesondere den Völkern der Zulu, Xhosa, Pedi, Tswana, Tsonga, Swazi, Ndebele und Venda. Rund neun Prozent der Bevölkerung sind Weiße, knapp neun Prozent Coloureds⁴² und 2,5 Prozent Asiaten (siehe Tab. 1). Zu den Coloureds werden statistisch auch die Angehörigen der San und der Khoi-Khoi gerechnet.

Tab. 1: Bevölkerungsgruppen in Südafrika		
Bevölkerungsgruppe	Anzahl	% der gesamten Bevölkerung
Afrikaner / Schwarze	38 079 900	79,6
Coloureds	4 245 000	8,9
Indier / Asiaten	1 173 700	2,5
Weiße	4 352 100	9,1
Total	47 850 700	100
<i>Quelle: Eigene Darstellung nach STATISTICS SOUTH AFRICA 2008, o. S.</i>		

⁴⁰ vgl. SCHMIDT 1963, S. 15

⁴¹ Der Begriff „Regenbognation“ hat sich als Synonym für die Republik Südafrika aufgrund der zahlreichen unterschiedlichen Ethnizitäten etabliert.

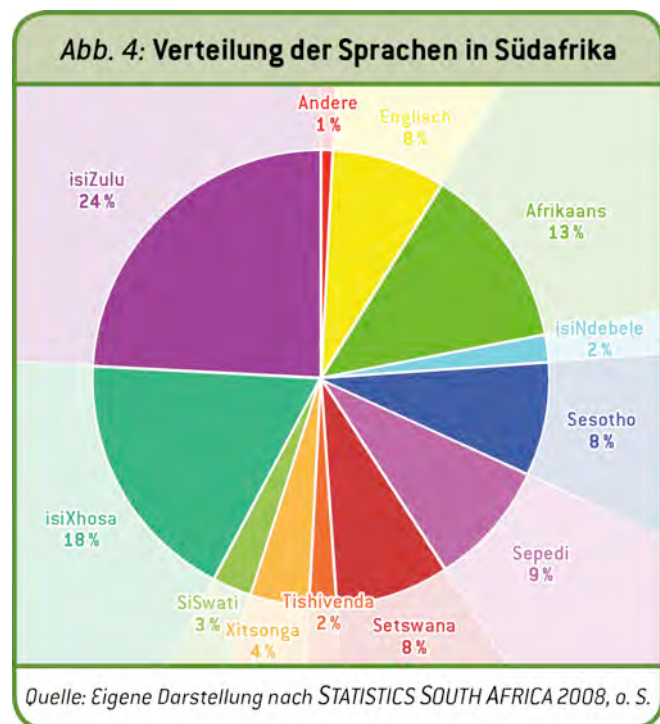
⁴² Die Bezeichnung Coloureds ist ein geläufiger Begriff für „farbige“ Bürger Südafrikas und wird in diesem Dokument als Eigenname behandelt.

Die Bevölkerungsverteilung ist sehr ungleich: die durchschnittliche Bevölkerungsdichte beträgt rund 34 Einwohner pro km², doch herrscht ein starkes Ost-West-Gefälle vor. Am dünnsten besiedelt ist die Provinz Northern Cape mit 2,3 Einwohnern pro Quadratkilometer⁴³. Durchschnittlich leben rund 50 Prozent der Gesamtbevölkerung in Städten, wobei der Verstädterungsgrad bei den Weißen bei 90 Prozent liegt. Die größten Städte sind Johannesburg (3.225.812), Durban (3.090.122), Cape Town (2.893.247), Tshwane (1.985.983) und Port Elizabeth (1.005.779).⁴⁴ Betrachtet man die Provinzen, so hat laut dem Statistikamt Statistics South Africa KwaZulu-Natal mit 20,9 Prozent die größte Bevölkerungsdichte, gefolgt von Gauteng mit 20,2 Prozent und Eastern Cape mit 14,4 Prozent im Jahre 2007. Die wenigsten Menschen pro km² leben in der kargen Provinz Northern Cape (2,3 Prozent).⁴⁵

Der größte Teil der Bevölkerung ist zwischen 15 und 64 Jahren alt (65,9 Prozent). 28,6 Prozent der Bevölkerung sind jünger als 14 Jahre und nur 5,5 Prozent sind über 65 Jahre alt.⁴⁶

Sprache

In Südafrika gibt es seit dem Jahr 1991 elf Amtssprachen, um kein Volk sprachlich zu benachteiligen: Englisch, Afrikaans, isiNdebele (Ndebele), seSotho (Süd-Sotho), Sepedi (Nord-Sotho), siSwati (Swati), Xitsonga (Tsonga), Setswana (Tswana), Tshivenda (Venda), isiXhosa (Xhosa) und isiZulu (Zulu)⁴⁷ (siehe Abb. 4). Neben diesen Amtssprachen werden weitere Dialekte verwendet. Afrikaans entstand aus niederländischen Dialekten und wird vorwiegend von Weißen gesprochen.⁴⁸



⁴³ vgl. STATISTICS SOUTH AFRICA 2008, o. S.

⁴⁴ vgl. DER FISCHER WELTALMANACH 2007, S. 457

⁴⁵ vgl. STATISTICS SOUTH AFRICA 2008, o. S.

⁴⁶ vgl. CIA 2008, o. S.

⁴⁷ Die in Klammern aufgeführten Namen sind andere Bezeichnungen der verschiedenen Sprachen. Vor allem im Sprachgebrauch werden diese häufiger verwendet.

⁴⁸ vgl. DER FISCHER WELTALMANACH 2007, S. 457; STATISTICS SOUTH AFRICA 2008, o. S.

Englisch ist in allen Provinzen zumindest die meist verbreitete Zweitsprache, doch für über 90 Prozent der Bevölkerung eine Fremdsprache. Um die lokale Identität zu wahren, werden z.B. Straßenschilder in KwaZulu-Natal zweisprachig in Englisch und Zulu, in der Provinz Eastern Cape in Englisch und Xhosa, in den Regionen Northern und Western Cape und dem Free State in Englisch und Afrikaans beschriftet.⁴⁹

2.3 Geschichtliche und politische Entwicklung Südafrikas

2.3.1 Historischer Kontext

„Das Datum 6. April 1652 sitzt fest in den Köpfen aller Südafrikaner, die je die Schulbank gedrückt haben, und stets hat es etwas ganz und gar gegensätzliches bezeichnet: Beginn einer Erfolgsgeschichte für die einen, einer Leidensgeschichte für die anderen. Und für beide Seiten gemeinsam immerhin eines: den Geburtstag des Problemfalles Südafrika.“⁵⁰

An diesem Tag landete der Holländer Jan van RIEBEECK am Kap und gründete im Auftrag der niederländischen Vereinigten Ostindien-Kompanie die erste Versorgungsstation für Schiffe nach Europa und Fernost in der Tafelbucht, dort wo anschließend als erste europäische Siedlung Cape Town⁵¹ entstand.⁵²

Im Laufe der nächsten Jahre begann die Besiedlung der Südspitze des Landes durch Niederländer, Deutsche und Franzosen (Hugenotten). Ende des 17. Jh. lebten etwa 1200 Weiße am Kap. Sie nannten sich „Afrikaaner“ und entwickelten eine eigene Sprache (Afrikaans)⁵³. Im Laufe der Zeit entwickelte sich eine Gesellschaft von Buren, die als Farmer und Händler tätig waren. Ihre Ausdehnung in das Landesinnere führte zu gewaltsamen Konflikten um Landbesitz und -nutzung mit den afrikanischen Ureinwohnern.⁵⁴ Im Jahr 1779 lösten sie den ersten der neun so genannten Kaffernkriege aus. 1879 mussten sich die Xhosa nach einer Hungersnot geschlagen geben.⁵⁵

Spannungen zwischen den Buren und den Briten, die 1814 die Verwaltung der Kapkolonie übernommen hatten, gipfelten im Jahr 1899 im South African War („Burenkrieg“), den die Briten im Jahr 1902 für sich entscheiden konnten.

⁴⁹ vgl. BUSSIEK 1999, S. 120

⁵⁰ BUSSIEK 1999, S. 25

⁵¹ noch heute wird Cape Town die *Mother City* genannt.

⁵² vgl. BUSSIEK 1999, S. 26

⁵³ vgl. INTEMANN et al. 1999, S. 762

⁵⁴ Vor der Landung der Europäer wurde das Land von den San („Buschmänner“), den Khoi-Khoi (oft als „Hottentotten“ bezeichnet) und verschiedener Nguni-Völkern (z.B. Xhosa, Zulu, Swasi) bewohnt; vgl. JANSEN 2005, S. 26

⁵⁵ vgl. INTEMANN et al. 1999, S. 758

Die Gründung der Südafrikanischen Union im Jahr 1910 war die endgültige Einigung zwischen Buren und Briten. Erstmals entstand ein unabhängiger südafrikanischer Staat. Kennzeichnend für die Versöhnung burischer und britischer Bevölkerungsteile waren die gemeinsamen Interessen gegenüber der schwarzen Bevölkerungsmehrheit, die von diesem Zeitpunkt an von der aktiven Teilhabe an der Politik ausgeschlossen und zunehmend diskriminiert wurden. Ein nicht enden wollender Kampf zwischen den verschiedenen Rassen beginnt und markiert somit auch den Anfang der Apartheid⁵⁶. Diese ist also wesentlich älter als 46 Jahre, in denen sie in den Gesetzbüchern institutionalisiert war.

Offizielles politisches Programm wurde die Politik der Apartheid durch den Wahlsieg der National Party (NP) im Jahr 1948. Die untergeordnete Stellung der schwarzen Bevölkerungsmehrheit wurde von nun an systematisch ausgebaut und auf alle Bereiche des sozialen und politischen Lebens übertragen. Ab sofort bestimmte die staatliche Zuordnung der Bürger zur „Rasse“ der „Weißen“, „Schwarzen“ und „Farbigen“ (Coloureds) ihren gesellschaftlichen Wert. Gebote und Verbote legten die Rechte und Pflichten fest. Grundlegende Bürgerrechte, wie ein politisches Mitspracherecht, wurden den Schwarzen vorenthalten. Ehen und sexuelle Kontakte zwischen Weißen und Schwarzen wurden von dem Apartheidregime verboten, eine gemeinsame Nutzung sozialer Einrichtungen, wie Schulen und Behörden, untersagt. Zehn so genannte *homelands* für Afrikaner wurden in den 1950er Jahren auf dem Land gegründet, die 75 Prozent der Bevölkerung und 13 Prozent der Bodenfläche einräumten. Städtische Wohngebiete waren allein den Weißen vorbehalten.⁵⁷

Die Proteste der schwarzafrikanischen Bevölkerung gegen die Diskriminierungen verliefen anfänglich friedlich, radikalisierten sich seit Ende der 1950er Jahre und führten zu gewaltsamen Kämpfen gegen das Apartheidregime.⁵⁸ Der innere Widerstand formierte sich bereits 1912 mit der Gründung der ANC (African National Congress), der ersten schwarzen nationalen Partei auf dem afrikanischen Kontinent. Bis Ende der 50er Jahre leistete der ANC jahrzehntelang gewaltlosen Widerstand, dann spaltete sich der linke Flügel der Bewegung ab, der militante Pan-Africanist Congress (PAC), der sich nicht nur gegen die Rassentrennung, sondern für eine Vorherrschaft der Schwarzen einsetzte. Nach gewaltsamen Auseinandersetzungen wurden 1960 beide Gruppierungen verboten und tausende Mitglieder und Sympathisanten verhaftet (u.a. Nelson Rolihlahla Mandela,

⁵⁶ Das Wort „Apartheid“ kommt aus dem Afrikaans und heißt übersetzt „getrennte Entwicklung“ (WEISS 1997, S. 13); vgl. SCHICHO 1999, S. 139; BUSSIEK 1999, S. 34

⁵⁷ vgl. JANSEN 2005, S. 26; WEISS 1997, S. 14

⁵⁸ vgl. JANSEN 2005, S. 26

Walter Sisulu). Beide Gruppen setzten daraufhin ihren Widerstand aus dem Untergrund fort.⁵⁹

Anfang der 1970er Jahre entfachten sich die Unruhen erneut. Dies wurde der Beginn eines unerbittlichen Kampfes gegen alle Sympathisanten des Systems sowie einer nicht mehr kontrollierbaren Gewaltkultur.⁶⁰

2.3.2 Die politische Wende

Der ungebrochene Widerstand der schwarzen Bevölkerungsmehrheit, eine schwindende Legitimation der Apartheidpolitik innerhalb der weißen Bevölkerung, als auch der wachsende Protest seitens der internationalen Staatengemeinschaft, bewegten die Regierung gegen Ende der 1980er Jahre zu einer Aufnahme von Gesprächen.⁶¹

Willem De Klerk, südafrikanisches Staatsoberhaupt von 1989 bis 1994, unternahm erste Schritte zur Abschaffung der Rassendiskriminierung. 1989 wurde die Politik der Apartheid offiziell für gescheitert erklärt. 1990 wurden der ANC und andere bis zu diesem Zeitpunkt verbotene Oppositionsparteien wieder zugelassen, Nelson Mandela wurde aus seiner 27-jährigen Gefangenschaft entlassen. Gemeinsam wurden die Richtlinien einer grundlegenden Reformpolitik bestimmt, die auch von einem Großteil der weißen Bevölkerung unterstützt wurden⁶². Dennoch kam es weiterhin zu Unruhen zwischen rivalisierenden Bewegungen schwarzer Bevölkerungsteile (ANC-Anhänger vom Volk der Xhosa gegen die Inkatha-Bewegung des Zulu-Chefs Mangosuthu Buthelezi), die sich untereinander bekämpften. Auch eine Minderheit der weißen Bevölkerung war nicht bereit die neue Ordnung anzuerkennen.

Im April 1994 durften erstmals alle Südafrikaner wählen. Damit gab es offiziell keine Apartheid mehr. Der ANC gewann die Mehrheit der Stimmen, Nelson Mandela wurde der neue Regierungschef und Staatspräsident. Zu seinem Vizepräsidenten erklärte er De Klerk und zum Innenminister berief er seinen stärksten Widersacher Buthelezi. Noch im gleichen Jahr wurde Südafrika Mitglied der Organisation of African Unity (OAU) und trat wieder in den Commonwealth ein. Südafrika löste sich zunehmend aus seiner politischen Isolation und nahm vielfältige wirtschaftliche und politische Beziehungen zu anderen afrikanischen Ländern, zu den westlichen Industrienationen und zu asiatischen Ländern auf.

Nach den Wahlen 1999, bei denen der ANC erneut die Mehrheit der Stimmen erhielt (zweitstärkste Partei wurde die Demokratische Partei, dann folgte die Inkatha-

⁵⁹ vgl. WEISS 1997, S. 28f

⁶⁰ vgl. BUSSIEK 1999, S. 44ff

⁶¹ vgl. JANSEN 2005, S. 27

⁶² vgl. BUSSIEK 1999, S. 50

Freiheitspartei), wurde der bisherige Vize-Präsident Thabo Mvuyelwa Mbeki neuer Staats- und Regierungschef.⁶³

Auf politischer Basis wurde mit dieser Wende der Weg für ein gemeinsames, besseres Zusammenleben der unterschiedlichen Kulturen und Mentalitäten in Südafrika geebnet. Die politische Szenerie wird also von der ehemaligen Befreiungsbewegung und jetzigen Regierungspartei ANC dominiert. Hier bleibt abzuwarten, ob es gelingen wird, eine bislang fehlende starke und handlungsfähige Opposition zu entwickeln, die ein Gegengewicht zur Macht des ANC bilden könnte.

Bedingt durch die politische Wende kam es ebenso zu einer Änderung der administrativen Gliederung Südafrikas. Vor 1994 gab es vier Provinzen: Natal, Orange Free State (OFS), Transvaal und Kapprovinz. Daneben gab es noch vier, zumindest auf dem Papier, unabhängige Homelands: Ciskei, Bophuthatswana, Transkei und Venda und sechs „selbstverwaltete“ Gebiete: Gazankulu, KaNgwane, KwaNdebele, KwaZulu, Lebowa und Qwaqwa. Das neue Südafrika präsentiert sich mit neun Provinzen: Gauteng, Mpumalanga, Limpopo Province (ehem. Northern Province), North West, Western Cape, Eastern Cape, Northern Cape, KwaZulu-Natal und Free State.⁶⁴

2.3.3 Die aktuelle soziale und wirtschaftliche Situation

Heute leben fast 48 Millionen Menschen in der „Regenbognation“, die noch immer mit der Hinterlassenschaft des Apartheidregimes zu kämpfen hat. Die Folgen der Rassentrennung sind noch nicht überwunden. Das rassistische Denken ist in vielen Köpfen der Weißen noch immer präsent und lässt sich nur langsam abschalten. Es wird sich wohl erst in einigen Jahren zeigen, ob der Vielvölkerstaat Südafrika die jahrzehntelange Diskriminierung bestimmter Bevölkerungsteile überwinden kann, um einen friedlichen und gemeinsamen Weg für die Zukunft zu finden.

Auch die heutige soziale Situation ist alles andere als positiv zu bewerten. In wenigen Ländern ist die Kluft zwischen Arm und Reich so stark ausgeprägt, wie in Südafrika. In den Townships am Rande der Großstädte und in den ehemaligen Homelands leben nach wie vor viele Menschen unter sehr schlechten Bedingungen. Laut BUSSIEK⁶⁵ sind etwa 95 Prozent der Menschen, die in Südafrika unter der Armutsgrenze (180 Rand im Monat = ca. 15 €) leben schwarz und nur 0,5 Prozent weiß. Fast ein Viertel der weißen Familien hat ein Monatseinkommen von mehr als 9.000 Rand, wohingegen nicht einmal ein Prozent der Schwarzen verdient so viel. Auch der Präsident Mbeki spricht von zwei Nationen in einem Land. „Die eine weiß und wohlhabend, die andere schwarz und

⁶³ vgl. BUSSIEK 1999, S. 234

⁶⁴ vgl. LAW 1999

⁶⁵ vgl. BUSSIEK 1999, S. 86

arm.“ Er warnt vor dem wachsenden Zorn von Millionen Menschen, der ernst genommen werden muss. Falls dies nicht geschehe, werde es Armutsrevolten im ganzen Land geben.⁶⁶

Ein großes Problem ist auch die hohe Infektionsrate der Bevölkerung mit der Immunschwäche AIDS. Statistiken aus dem Jahr 2006 belegen, dass jeder Neunte bzw. 5,5 Millionen Südafrikaner HIV-infiziert waren⁶⁷. Gemäß der Deutschen AIDS-Stiftung stecken sich täglich rund 1.800 Menschen in Südafrika mit dem HI-Virus an. Ansteckungsrate sowie HIV-Infiziertenrate sind die höchsten weltweit.⁶⁸ Jeden Tag sterben schätzungsweise 6.700 Menschen in Südafrika an dieser Krankheit. Traditionelle Gesellschaftsstrukturen erschweren die Bekämpfung von AIDS. Zudem fehlen dem Land die finanziellen Mittel.⁶⁹

Eine mangelnde medizinische Versorgung, Bildungsdefizite und eine hohe Arbeitslosigkeit gehören zu weiteren sozialen Kernproblemen⁷⁰ – Gründe, die die Gefahr landesweiter Armutsrevolten der benachteiligten Bevölkerungsteile weiterhin steigern.

Die 40jährige Apartheidpolitik ist sicherlich der Hauptgrund für die vorherrschende Gewalttätigkeit. Die ehemals unterdrückte Bevölkerung hat von der neuen Regierung eine schnelle Umverteilung erwartet und führt diese nun in Eigenregie durch. Viele Arme holen sich, sowohl von den Wehrlosen und Armen als auch von den privaten Sicherheitsdiensten geschützten Reichen, was sie kriegen können. „Kriminalität am Kap ist überaus gewalttätig, die Achtung vor dem Leben (dem eigenen wie dem der Opfer) ist bei vielen gering – besonders bei denen, die nichts mehr zu verlieren haben oder keinerlei Alternative für sich sehen.“⁷¹

Das Problem der Gewaltbereitschaft stellt auch für den Tourismus, insbesondere in den Großstädten, ein enormes Gefahrenpotential dar und kann diesen negativ beeinflussen. Es besteht also insgesamt ein dringender Handlungsbedarf, vor allem bei der sehr langsam voranschreitenden Umverteilung,⁷² da das „Zusammenleben Erster und Dritter Welt in einem Land“ auf Dauer als Gefahr für die gesellschaftspolitischen Fundamente des „neuen“ Südafrikas angesehen werden muss.

Die aktuelle Situation zeigt einmal mehr den Ernst der Lage. Seit Mitte Mai erschüttert eine „beispielslose Gewaltwelle gegen illegale Einwanderer“⁷³ die südafrikanische Re-

⁶⁶ vgl. BUSSIEK 1999, S. 87

⁶⁷ vgl. UNAIDS 2008, o. S.

⁶⁸ vgl. DEUTSCHE AIDS-STIFTUNG 2008, o. S.

⁶⁹ vgl. BERTELSMANN STIFTUNG 2008, o. S.

⁷⁰ vgl. BUSSIEK 1999, S. 86f

⁷¹ BUSSIEK 1999, S. 99

⁷² vgl. DEMHARDT 2004, S. 678; BUSSIEK 1999, S. 99f

⁷³ GÜNSCHE 2008, o. S.

publik. Das Nachrichtenmagazin SPIEGEL berichtet: „[...] es waren die schlimmsten, die blutigsten und die gewalttätigsten Unruhen seit dem Ende der Apartheid vor 14 Jahren. Zum ersten Mal patrouillierte, wie in den dunklen Tagen der südafrikanischen Geschichte, wieder schwer bewaffnetes Militär durch die Straßen der Townships.“⁷⁴ Die Gewalt richtet sich gegen Einwohner aus den Anrainerstaaten, davon insbesondere gegen simbabwische Flüchtlinge. Präsident Mbeki wird für die Situation verantwortlich gemacht, da die Ursprünge laut Experten in der gescheiterten Politik der Regierung Mbeki gegenüber dem brutalen Regime in Simbabwe liegen.

Die ohnehin bedenkliche vorherrschende Gewalt breitet sich nun auch unter Schwarzen untereinander aus. Diese Entwicklung stellt Südafrika vor ein neues Problem.

Bezüglich der wirtschaftlichen Situation zeigt das Beispiel Südafrikas im Vergleich mit anderen Entwicklungsländern eher untypische Merkmale. Während sich Entwicklungsländer unter anderem durch ein geringes Bruttoinlandsprodukt (BIP) per capita charakterisieren, weist die Kaprepublik mit US \$ 10.600⁷⁵ ein relativ hohes BIP pro Einwohner auf.⁷⁶ Ein weiteres Kriterium ist üblicherweise die Vorherrschaft des primären Sektors in Entwicklungsländern – in Südafrika ist der primäre Sektor von geringer Bedeutung (9 Prozent am BIP). Der Dienstleistungssektor (65 Prozent) und der industrielle Sektor (26 Prozent) dagegen nehmen einen relativ großen Anteil am BIP ein.⁷⁷

Auch im technologischen Bereich ist die Entwicklung Südafrikas im Vergleich zu anderen Entwicklungsländern weit vorangeschritten. Hier bleibt allerdings anzumerken, dass von dieser relativen wirtschaftlichen Stärke nur ein kleiner Anteil der Bevölkerung profitiert. Dieser ist vornehmlich weiß. Der Anteil der schwarzen Oberschicht beträgt lediglich elf Prozent⁷⁸. Beinahe die Hälfte der Bevölkerung muss von einem Einkommen unterhalb der nationalen Armutsgrenze leben. Die Armen sind zu 90 Prozent schwarzer Hautfarbe. Die personelle Einkommenssituation Südafrikas ist durch eine starke Ungleichverteilung geprägt. Für das Jahr 2001 wurde ein Gini-Koeffizient⁷⁹ von 0,635 ermittelt.⁸⁰ „Measured by the Gini coefficient, it was the third most unequal society in the world [...], according to the World Bank.“⁸¹ Die ärmsten 40

⁷⁴ GÜNSCHE 2008, o. S.

⁷⁵ Stand 2007 (CIA 2008, o. S.)

⁷⁶ vgl. BERTELSMANN STIFTUNG 2008, o. S.

⁷⁷ vgl. CIA 2008, o. S.

⁷⁸ vgl. JANSEN 2005, S. 27.

⁷⁹ Der Gini-Koeffizient ist eine statistische Maßgröße zur Ermittlung der Ungleichheit von Einkommen und Vermögen innerhalb einer Gesellschaft. Dieser Koeffizient hat bei absoluter Gleichheit den Wert 0, bei extremer Ungleichheit den Wert „1“. Zum Vergleich ist der Gini-Koeffizient von Deutschland im Jahr 2004 einen Wert von 0,29 (vgl. SACHVERSTÄNDIGENRAT 2008, S. 432)

⁸⁰ vgl. UNDP 2008, S. 5

⁸¹ MARAIS 2001, S. 193

Prozent der Bevölkerung sind mit überwältigender Mehrheit schwarz, weiblich und leben in ländlichen Gebieten.⁸²

Die Wirtschaftsstruktur der Kaprepublik ist als dual zu bezeichnen: Eine moderne, formal industrialisierte Wirtschaft steht einem großen informellen Sektor gegenüber, der durch Arbeitslosigkeit und Armut geprägt ist. Bei einer Arbeitslosenquote von 24,2 Prozent im Jahr 2007⁸³ sind 90 Prozent der Arbeitslosen schwarze Bürger. Um dieser Problematik entgegen zu wirken, forciert die südafrikanische Regierung eine liberale Wirtschaftspolitik sowie die Stärkung außenwirtschaftlicher Wettbewerbsfähigkeit. Maßnahmen zur Konsolidierung des Staatshaushaltes verfolgt sie ebenso konsequent, wie die Privatisierung einstiger Staatsbetriebe. Nicht ohne Erfolg, denn seit einigen Jahren wächst die südafrikanische Wirtschaft langsam, aber stetig.⁸⁴

Aufgrund der sozialen und wirtschaftlichen Situation Südafrikas kommt die Frage auf, ob das Land überhaupt zur Kategorie der Entwicklungsländer gerechnet werden kann.

Kriterien, an denen die Entwicklung gemessen wird, bestimmen, ob ein Land als ein Entwicklungsland bezeichnet werden kann. Weltweit existieren keine verbindlichen Kriterien. Eine Kategorisierung eines Landes als ein Entwicklungsland ist nicht problemlos möglich.

Am besten verfügbar sind in der Regel ökonomische Daten über Länder. Daher dominiert dieses Kriterium bei der Bewertung durch internationale Organisationen und in der Praxis entwicklungspolitischer Zusammenarbeit. Der Entwicklungshilfesausschuss (DAC), die Organisation für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) und auch die Weltbank teilen Länder bislang noch nach dem Bruttonationaleinkommen (BNE) pro Kopf ein. Gemessen an seinem BIP ist Südafrika als ein Schwellenland anzusehen.⁸⁵ Laut ANDERSEN gehe der Trend deutlich zur Einbeziehung vor allem sozialer Indikatoren.⁸⁶ Der von den Vereinten Nationen entwickelte Human Development Index (HDI) bezieht sich entgegen der sonstigen gängigen Einteilungen, neben dem Pro-Kopf-Einkommen auf Merkmale wie die Lebensdauer (gemessen als Lebenserwartung bei der Geburt), das Bildungsniveau (gemessen als eine Kombination aus der Analphabetisierungsrate von Erwachsenen) und den Lebensstandard (gemessen als Pro-Kopf-Einkommen in realer Kaufkraft). Diese drei Teilelemente gehen jeweils zu einem Drittel in die Bewertung ein. Der HDI wird so berechnet, dass er zwischen dem Wert „0“ und „1“ liegt. Unterschiedliche Teilgruppen werden mit hohem (größer als 0,8), mittlerem (0,5 bis 0,8) und niedrigem (unter 0,5) HDI unterschieden. Südafrika ist dem-

⁸² vgl. MARAIS 2001, S. 194

⁸³ vgl. CIA 2008, o. S.

⁸⁴ vgl. JANSEN 2005, S. 28

⁸⁵ vgl. PABST 1997, S. 83

⁸⁶ vgl. ANDERSEN 2005, S. 22

nach mit einem HDI von 0,674 im mittleren Bereich einzuordnen. Von 177 statistisch erfassten Ländern nimmt Südafrika den Platz 121 ein.⁸⁷

Das Wohlstandsgefälle in Südafrika hat auch eine räumliche Dimension. So ist ein deutlicher Unterschied zwischen den südlichen (reichen) Landesteilen, wie der Kap-Region oder den wirtschaftlich weniger starken nördlichen oder nordöstlichen Provinzen, wie z.B. Limpopo oder Mpumalanga, zu verzeichnen.

Aufgrund der extremen Ungleichheiten innerhalb der Gesellschaft hat Südafrika typische Probleme von Entwicklungsländern zu bewältigen und kann somit zu der Gruppe der Entwicklungsländer gezählt werden.⁸⁸ Im weiteren Verlauf der Arbeit wird von Südafrika als einem Entwicklungsland geschrieben.

2.4 Tourismus in Südafrika

2.4.1 Das touristische Angebot

Ein touristisches Angebot setzt sich aus einer Vielzahl von Teilleistungen zusammen. Der Tourist konsumiert dieses Bündel von Leistungen und Produkten. Gemäß KRIPPENDORF und KASPAR werden zwei Hauptgruppen von Leistungen des touristischen Angebots unterschieden:

- das ursprüngliche Angebot sowie
- das abgeleitete Angebot.⁸⁹

Das **ursprüngliche Angebot** umfasst alle vom Tourismus unabhängigen Ressourcen, die durch ihre „ursprüngliche Anziehungskraft auf Touristen jedoch zu Fremdenverkehrsobjekten werden.“⁹⁰ Dazu gehören:

- natürliche Faktoren: z.B. Geographische Lage, Klima, Landschaftsbild, Flora und Fauna⁹¹
- soziokulturelle Gegebenheiten: z.B. Sprache, Kultur, Gastfreundschaft, Mentalität, Sitten und Gebräuche, Folklore, Wirtschaft
- allgemeine Infrastruktur: z.B. Verkehrssituation, Einrichtungen zur Versorgung, Telekommunikation, Abwasseranlagen und Einrichtungen des täglichen Bedarfs (Einkaufsmöglichkeiten, Schulen, Polizei- und Gesundheitswesen usw.).⁹²

⁸⁷ vgl. BERTELSMANN STIFTUNG 2008. o. S.

⁸⁸ vgl. PABST 1997, S. 83

⁸⁹ vgl. KASPAR 1975, S. 50ff, KRIPPENDORF/ MÜLLER 1980, S. 19ff,

⁹⁰ KRIPPENDORF/ MÜLLER 1980, S. 19

⁹¹ siehe Kapitel 2.1 für ausführlichere Informationen

⁹² vgl. KRIPPENDORF/ MÜLLER 1980, S. 19f

Der südafrikanische Tourismusverband South Africa Tourism (früher SATOUR) prägte nicht ohne Grund den Slogan „Eine Welt in einem Land“. Südafrikas Vielfalt an Landschafts- und Klimaformen, der Flora und Fauna und den verschiedenen Kulturen und Völkern machen das Land zu einem ausgesprochenen Anziehungspunkt für Touristen. In Kapitel 2 werden die natur- und kulturellen Gegebenheiten ausführlich beschrieben.

Die Infrastruktur in Südafrika ist gemessen an anderen Entwicklungsländern relativ modern. Allerdings treten in ländlichen Gebieten noch erhebliche Mangelerscheinungen auf. Auch wenn die Situation in den Townships in den letzten Jahren besser geworden ist, zahlreiche Bewohner inzwischen einen Stromanschluss und sauberes Trinkwasser haben, so herrschen dennoch in vielen Gebieten verbesserungswürdige Umstände.⁹³

Ein breit ausgebautes Autobahnnetz, ein gutes Inlandsflugangebot und zahlreiche Bus- und Bahnverbindungen zwischen allen großen südafrikanischen Städten⁹⁴ ermöglichen zumindest den Touristen das individuelle Reisen.

Die natürlichen Ressourcen üben bislang die größte Anziehungskraft auf potentielle Besucher aus⁹⁵. Trotzdem ist die Nutzung des Kulturrums weiter ausbaufähig und weist positive Tendenzen für die Zukunft auf. Neuere sozialverträgliche Tourismusarten wie z.B. der Community Based Tourism (CBT) und der Volunteer-Tourismus⁹⁶, bieten den Touristen durch interkulturelle Begegnungen mit der einheimischen Bevölkerung die Möglichkeit, das kulturelle Potential des Landes näher kennen zu lernen.

Das abgeleitete Angebot, auch „Ausstattung“ genannt, umfasst laut KRIPPENDORF alle Objekte und Leistungen, die zur touristischen Bedürfnisbefriedigung entstanden sind. Hierzu gehört sowohl die

- touristische Infrastruktur, z.B. touristische Spezialverkehrsmittel, Sport- und Unterhaltungseinrichtungen, Kongress- und Tagungszentren sowie Betreuungs- und Informationsdienste als auch die
- touristische Suprastruktur, die sämtliche Beherbergungs- und Verpflegungsbetriebe umfasst.⁹⁷

Im Vergleich zu anderen Entwicklungsländern weist Südafrika eine relativ gute touristische Infrastruktur auf⁹⁸. Ein umfangreiches sowie vielfältiges Unterkunftsangebot ist vorhanden und die Angebote stehen in einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Sowohl

⁹³ vgl. WIESE 1999, S. 211ff

⁹⁴ vgl. KLIMM/ SCHNEIDER/ WIESE 1980, 213ff

⁹⁵ siehe Top 10 der touristischen Attraktionen weiter unten

⁹⁶ siehe hierzu Kapitel 3.3

⁹⁷ vgl. KRIPPENDORF/ MÜLLER 1980, S. 20

⁹⁸ vgl. WIESE 1999, S. 179 ff

pauschal reisenden Touristen als auch Individualisten, Abenteurern, Backpackern und anderen, werden die unterschiedlichsten touristischen Möglichkeiten geboten. Zahlreiche Attraktionen bieten dem Touristen einen abwechslungsreichen Urlaub.

Laut dem GOVERNMENT COMMUNICATION AND INFORMATION SYSTEM (GCIS)⁹⁹ sind die Top 10 der touristischen Attraktionen in Südafrika im Jahr 2008:

1. *Kruger National Park*
2. *Table Mountain*
3. *Garden Route*
4. *Cape Town's Victoria and Alfred Waterfront*
5. *Robben Island*
6. *Beaches*
7. *Sun City*
8. *Cultural villages*
9. *Soweto*
10. *The Cradle of Humankind.*

Südafrika als Urlaubsland hat gegenüber anderen vergleichbaren Reisezielen eine Reihe von Wettbewerbsvorteilen. Neben den bereits erwähnten vielfältigen natürlichen Gegebenheiten sowie der verschiedenen Kulturen, dem angenehmen Klima und der gut ausgebauten Infrastruktur ist die Kaprepublik des Weiteren gut zu erreichen und für den Hauptquellmarkt Europa mit keinen lästigen Zeitverschiebungen verbunden. Im Vergleich zu dem ebenfalls beliebten Reiseziel Kenia sind für eine Reise nach Südafrika keine Impfungen vorgeschrieben. Eine Malariaprophylaxe ist nur in den Sommermonaten für den Kruger-Nationalpark erforderlich.

Neben diesen Wettbewerbsvorteilen soll der größte Wettbewerbsnachteil, die Kriminalität, an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben, da er viele potentielle Touristen davon abhält das Land zu besuchen.

2.4.2 Wirtschaftsfaktor Tourismus

Nachdem im vorherigen Kapitel die Rahmenbedingungen für den Tourismus in Südafrika aufgezeigt wurden, soll im Folgenden der Beitrag des Tourismus zur wirtschaftlichen Entwicklung untersucht werden, um herauszufinden, inwieweit die Tourismusförderung insbesondere seitens der Regierung gerechtfertigt ist.

„Tourismus ist weltweit einer der bedeutendsten Wirtschaftsfaktoren. Das gilt auch für viele Entwicklungsländer. Für eine Reihe von ihnen zählen die Einnahmen aus dem Tourismus inzwischen zu den wichtigsten Devi-

⁹⁹ vgl. GCIS 2008, o. S.

senquellen. Und: In den Industrieländern ist das Interesse an Reisen in Entwicklungsländer ungebrochen (...).“¹⁰⁰

Nach Schätzungen des WTTC (World Travel & Tourism Council) hängen 2,8 Prozent aller weltweit vorhandenen Arbeitsplätze direkt (74 Millionen Beschäftigte) und indirekt (221,6 Millionen Beschäftigte) vom Tourismus ab.¹⁰¹ Die weltweiten Touristenankünfte sind in zwei Jahren von 800 auf 900 Millionen gestiegen. Mit einer Wachstumsrate von mehr als 6 Prozent sind im Jahr 2007 52 Millionen internationale Ankünfte mehr als im Jahr zuvor erfasst worden. Zurzeit sind ca. 240 Millionen Menschen im Tourismussektor beschäftigt.¹⁰² Der enorme informelle Sektor ist in dieser Statistik nicht erfasst.

Auch die Touristenzahlen Afrikas wachsen deutlich. Laut Berichten der UNWTO auf der Internationalen Tourismusbörse in Berlin (ITB) 2007 lag das Wachstum im Jahr 2006 bei acht Prozent. Dennoch erwirtschaftet der afrikanische Kontinent erst vier Prozent der weltweiten Einnahmen in der Reiseindustrie.¹⁰³

In Südafrika nahm die Bedeutung des Tourismus für die Wirtschaft seit den 1960er Jahren schon erheblich zu. Bereits in den 1970er Jahren war der ausländische Tourismus hinter Gold und Wolle der dritt wichtigste Devisenbringer, doch vor allem nach dem Ende der Apartheid im Jahre 1994 hat sich der Tourismus zu einem sehr wichtigen Wirtschaftsfaktor entwickelt.¹⁰⁴ In der nachfolgenden Abbildung 5 ist die Entwicklung der internationalen Touristenankünfte vom Jahr 1966 bis zum Jahr 2006 anhand wichtiger Ereignisse anschaulich dargestellt. Während 1994 noch ca. 3,7 Millionen internationale Touristenankünfte verzeichnet wurden, reisten nur vier Jahre später schon 5,7 Millionen Menschen ins Land. Dies entspricht einer Wachstumsrate von 11,8 Prozent. In dem Zeitraum von 1998 bis 2006 steigt die Rate um 4,9 Prozent.¹⁰⁵

¹⁰⁰ Bundesministerin für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Heidemarie WIECZOREK-ZEUL – In: ADERHOLD et. al. 2006, S. VIII

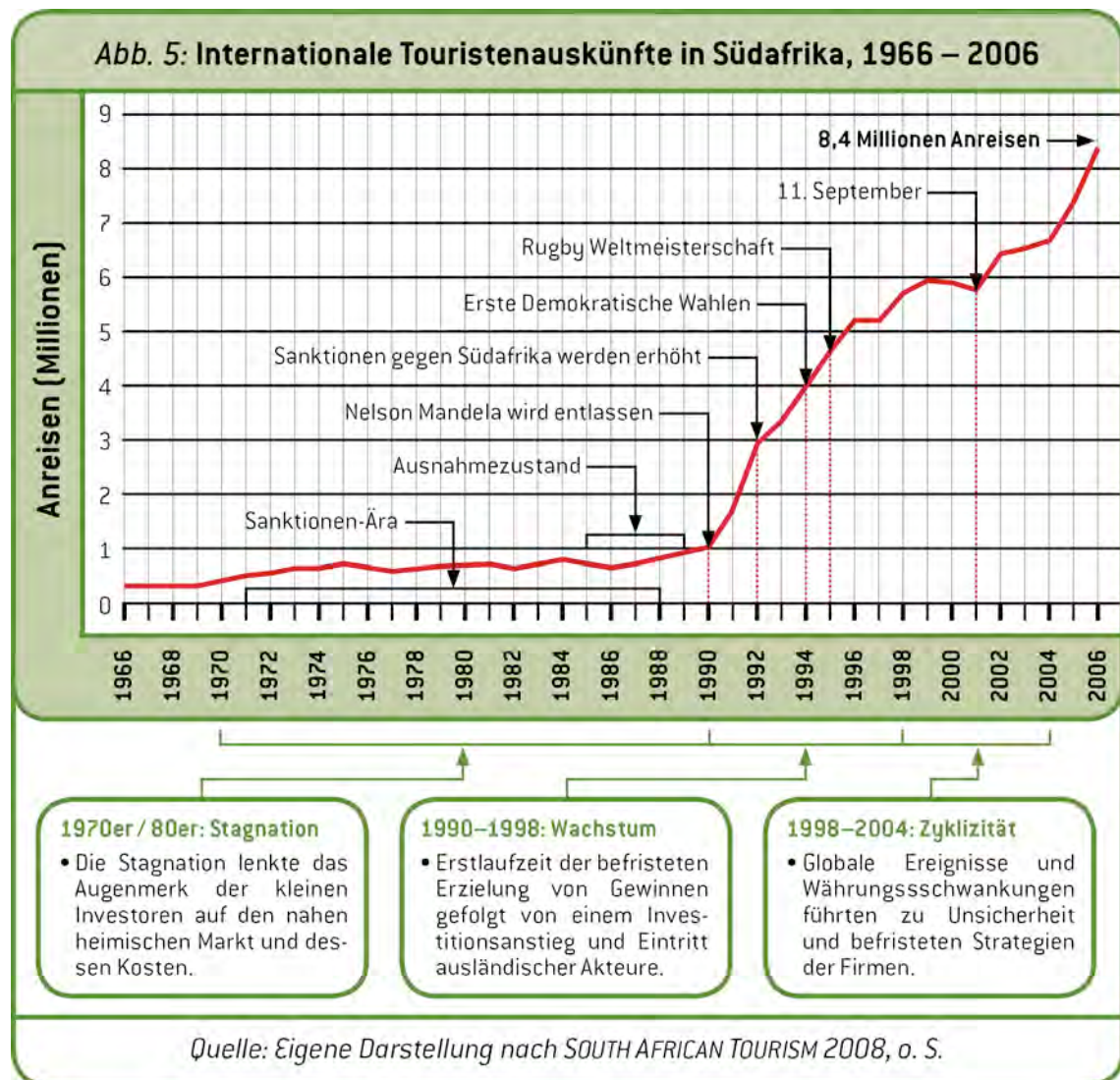
¹⁰¹ vgl. GTZ 2007, S. 8

¹⁰² vgl. GCIS 2008, o. S.; UNWTO 2008, o. S.; WTTC 2008, o. S.

¹⁰³ vgl. ITB 2008, S. 25

¹⁰⁴ vgl. DEMHARDT 2004, S. 666

¹⁰⁵ vgl. SOUTH AFRICAN TOURISM 2008, o. S.



Im Jahr 2007 wurde mit 9,07 Millionen Touristenankünften und einer Wachstumsrate von 8,3 Prozent gegenüber dem Jahr zuvor zum dritten Mal in Folge der jährliche Rekord gebrochen. Diese Leistung übertrifft den internationalen Durchschnitt (4,6 Prozent) um Längen, womit Südafrika Platz 29 der Weltrangliste der begehrtesten Tourismusdestinationen erreicht.¹⁰⁶

Die wichtigsten Quellmärkte sind dabei neben den Nachbarstaaten Südafrikas, Großbritannien, USA, Deutschland, Niederlande, Frankreich und Australien.¹⁰⁷

Schätzungen des South Africa Tourism für das Jahr 2008 zufolge, soll der Tourismus direkt und indirekt 179 Milliarden Rand (ca. 25 Milliarden US\$) zum südafrikanischen BIP beitragen, was einem Anteil von 8,8 Prozent entspricht. Die 1.011.000 direkt geschaffenen Arbeitsplätze entsprechen 7,6 Prozent der Gesamtbeschäftigung.¹⁰⁸

¹⁰⁶ vgl. SOUTH AFRICA 2008, o. S.; SOUTH AFRICAN TOURISM 2008a, o. S.

¹⁰⁷ vgl. SOUTH AFRICAN TOURISM 2008c, o. S.

¹⁰⁸ vgl. SOUTH AFRICAN TOURISM 2008c, o. S.

Insgesamt stellt die Tourismusindustrie einen sehr wichtigen Bestandteil im Wirtschaftsgefüge Südafrikas dar. Gestärkt durch durchgehend positive Prognosen für die Zukunft ist dieser Sektor weiterhin ausbaufähig und könnte somit, zumindest anteilig, zu einer besseren Zukunft der Bevölkerung Südafrikas beitragen. Die südafrikanische Regierung hat diese Tatsache bereits erkannt und sieht neben der eminent wichtigen Bekämpfung von Kriminalität, AIDS und immer noch bestehenden Rassenkonflikten auch in der Tourismusförderung ein wesentliches Ziel.

2.4.3 Tourismuspolitik

Grundvoraussetzung für das Funktionieren des komplexen Systems Tourismus sind bestimmte Rahmenbedingungen, die von außen festgelegt und kontrolliert werden müssen. Verantwortlich ist jeweils die Tourismuspolitik, also die Regierung des Landes. Das DEAT (Department of Environmental Affairs and Tourism) übernimmt in Südafrika diese Aufgabe im öffentlichen Sektor, dessen Aufgabenbereiche hauptsächlich folgende sind:

- Unterstützung privatwirtschaftlicher Entwicklungsmöglichkeiten
- Schaffung eines vorteilhaften, wirtschaftlichen Klimas
- Sicherstellung einer grundlegenden Infrastruktur
- Schutz natürlicher und kultureller Werte
- Schaffung eines touristischen Bewusstseins unter anderem für Service-Qualität
- Ökologische und sozial nachhaltige Rahmenbedingungen
- Unterstützung der touristischen Vermarktung auf regionaler, als auch auf internationaler Ebene.¹⁰⁹

Das White Paper on the Development and Promotion of Tourism wurde in überarbeiteter Fassung im Jahr 1996 mit der folgenden Vision veröffentlicht:

„... to develop the tourism sector as a national priority in a sustainable and acceptable manner, so that it will contribute significantly to the improvement of the quality of life of every South African. As a lead sector within the national economic strategy, a globally competitive tourism industry will be a major force in the reconstruction and development efforts of the government.“¹¹⁰

Der DEAT erkennt die nationale Priorität des Tourismussektors für die wirtschaftliche Entwicklung. Drei grundlegende Prinzipien wurden herausgearbeitet: Tourismus sollte

¹⁰⁹ vgl. VIEREGGE 1998, S. 59f; STECK/ STRASDAS/ GUSTEDT 1999, S. 21

¹¹⁰ SOUTH AFRICAN GOVERNMENT INFORMATION 2008, o. S.

staatlich geleitet sein, in dem Sinne, dass der Staat effiziente Strategien erarbeitet und dem Sektor adäquate Gelder zuteilt. Der Private Sektor soll die treibende Kraft und vorrangig durch Nachfrage und Angebot gesteuert sein. Außerdem soll der Tourismus *community based* sein.¹¹¹

In ihren neuen Tourismusrichtlinien strebt die südafrikanische Regierung einen sozial, ökologisch und wirtschaftlich verantwortungsvollen Tourismus an, der in zunehmendem Maße die Partizipation der benachteiligten Bevölkerungsteile am Tourismus fördert. Verschiedene Möglichkeiten die benachteiligten Gruppen einzubinden werden aufgezeigt – z.B. als Reiseführer, als Betreiber von Gästehäusern, in Transportunternehmen sowie als Zulieferer für die Tourismusindustrie.¹¹²

Den nachhaltigen Aspekt hervorhebend, hat die Regierung zusätzlich zum White Paper im Jahr 2002 die National Responsible Tourism Guidelines for South Africa veröffentlicht. Hier stehen die ehemals unterdrückten Bevölkerungsteile sehr deutlich im Vordergrund.¹¹³

Die konkrete Umsetzung der Tourismusprojekte dagegen ist nicht die Aufgabe der Regierung, sondern fällt in den Aufgabenbereich der Privatwirtschaft. Gemäß dem Subsidiaritätsprinzip gehört zu den staatlichen Aufgaben durch entsprechende Zielsetzungen und Hilfsmaßnahmen sowie Abmachungen und Verträge, die für den Fremdenverkehr notwendigen Rahmenbedingungen zu bilden,¹¹⁴ was der südafrikanischen Regierung mit den oben aufgeführten Richtlinien gelungen ist. Sie hat eine Grundlage für einen sozialkulturell und ökologisch nachhaltigen Tourismus geschaffen.

Doch bezüglich der Umsetzung dieser vorbildlichen Richtlinien gab es in den folgenden Jahren enorme Schwierigkeiten. Der Tourismus blieb fest in weißer Hand. Im Jahr 2003 befanden sich lediglich sechs Prozent aller Betriebe im Besitz der schwarzen Bevölkerungsmehrheit.¹¹⁵

Mit der Lancierung der Black Economic Empowerment (BEE)¹¹⁶ Charta sorgte Südafrika „einmal mehr für Innovation in der Tourismuspolitik.“¹¹⁷ Sie ist ein Instrument zur gezielten Förderung von ehemals benachteiligten Bevölkerungsgruppen. Die Charta

¹¹¹ vgl. BUHLUNGU et. al. 2007, S. 273

¹¹² ausführliche Informationen siehe SOUTH AFRICAN GOVERNMENT INFORMATION 2008, o. S.

¹¹³ vgl. DEAT 2008b, o. S.

¹¹⁴ Vgl. MUNDT 2006, S. 481f

¹¹⁵ vgl. AKTE 2008, o. S.

¹¹⁶ Definition Black Economic Empowerment: „Black economic empowerment (BEE) is defined as an integrated and coherent socio-economic process that directly contributes to the economic transformation of South Africa and brings about significant increases in the number of black people (Black people include all African, Indian and Coloured South African Citizens) that manage, own and control the country's economy, as well as significant decreases in income inequalities.“ (DEAT 2005, S. 3)

¹¹⁷ AKTE 2008, o. S.

verpflichtet alle Stakeholder¹¹⁸, sich in der Tourismusindustrie an der Transformation und Stärkung dieses Sektors zu beteiligen, um ehemals benachteiligte Gruppen zu fördern und zu integrieren. Die Regierung erhofft sich mit der Lancierung ein Wachstum der Tourismusindustrie, verbunden mit einer gesteigerten globalen Wettbewerbsfähigkeit Südafrikas.¹¹⁹ Um dies zu bewerkstelligen gibt die Tourism BEE-Charta klare Ziele für die nächsten Jahre vor:

- Bis Ende 2009:
 - 21 Prozent aller Tourismusunternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als fünf Millionen Rand sollen im Besitz der schwarzen Bevölkerungsmehrheit sein.
 - 35 Prozent der Manager (18 Prozent Frauen) von Tourismusunternehmen, 45 Prozent (23 Prozent Frauen) der Beschäftigten im oberen und mittleren Management sowie 53 Prozent (28 Prozent Frauen) der einfachen Angestellten sollen von Nicht-Weißen belegt sein.
 - Tourismusbetriebe sollen 40 Prozent der Einkäufe bei südafrikanischen Zulieferern tätigen.
- Bis Ende 2014:
 - 30 Prozent aller Tourismusunternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als fünf Millionen Rand sollen im Besitz der schwarzen Bevölkerungsmehrheit sein.
 - 50 Prozent der Manager (25 Prozent Frauen) von Tourismusunternehmen, 65 Prozent (35 Prozent Frauen) der Beschäftigten im oberen und mittleren Management sowie 75 Prozent (40 Prozent Frauen) der einfachen Angestellten sollen von Nicht-Weißen belegt sein.
 - Tourismusbetriebe sollen 50 Prozent aller Einkäufe bei südafrikanischen Zulieferern tätigen.
- Tourismusbetriebe werden des Weiteren angehalten in soziale Entwicklungsprojekte, Bildung, Gesundheit und Kultur zu investieren.¹²⁰

Die BEE-Charta ist am 1. August 2005 in Kraft getreten. Die Erfüllung der Vorgaben wird anhand einer *scorecard* bemessen. Die Umsetzung erfolgt zwar auf einer freiwilligen Basis, doch die Konsequenzen aus einer zu niedrigen Punktzahl sind weniger Fördermittel und Aufträge des Staates. Die BEE-Charta ist eine weltweit einmalige Quoten-

¹¹⁸ Als Stakeholder werden alle jene Gruppen bezeichnet, die durch die Unternehmenstätigkeiten beeinflusst werden. Oft ist die Beziehung auch reziprok und die Anspruchsgruppen können ihrerseits auf das Unternehmen Einfluss nehmen. Typische Stakeholdergruppen sind: Aktionäre, Konsumenten, Mitarbeiter, lokale Bevölkerung, Behörden, NGOs und Konsumentenschutzgruppen.

¹¹⁹ vgl. DEAT 2008a

¹²⁰ vgl. DEAT 2005, S. 2ff

regelung, in die die südafrikanische Regierung ihre ganze Hoffnung setzt, den Tourismus zum Pionier der Wirtschaftsbranche zu machen.¹²¹

¹²¹ vgl. AKTE 2008, o. S.

3 **Tourismus als Handlungsfeld der Entwicklungsarbeit**

Mit den Millenniumsentwicklungszielen der Vereinten Nationen hat die internationale Gemeinschaft das Hauptaugenmerk auf den Kampf gegen die Armut gelegt. Bis zum Jahr 2015 soll der Anteil der Menschen, die in extremer Armut leben, halbiert werden.¹²² Auch die Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen (UNWTO) hat sich die Armutsbekämpfung auf die Tagesordnung gesetzt. An der Tatsache, dass die Welttourismusorganisation im Jahr 2003 in eine Sonderorganisation des UN-Systems (UNWTO) umgewandelt wurde, lässt sich ablesen, welche wachsende Bedeutung dem Tourismus als Mittel der Armutsbekämpfung zugeschrieben wird.¹²³ Das Jahr 2007 war dabei laut UNWTO das entscheidende Jahr, um den Tourismus als Hauptfaktor zur Bekämpfung der Armut und als Werkzeug zur Förderung nachhaltiger Entwicklung zu konsolidieren. Der Generalsekretär der UNWTO, Francesco FRANGIALLI rief dazu auf, das Konzept eines „Nachhaltigen Tourismus“ zu nutzen, um die Millenniumsziele weiter voranzutreiben. „Für die ärmsten Länder der Welt“, so FRANGIALLI, „ist Tourismus die größte Quelle für Exporteinnahmen und ausländische Direktinvestitionen. Kein anderer Wirtschaftsbereich verteilt im selben Maße Wohlstand und Arbeit in ärmeren Ländern wie der Tourismus.“¹²⁴

¹²² vgl. UNITED NATIONS 2008, o. S.

¹²³ vgl. KAMP 2004, S. 1

¹²⁴ vgl. DRV 2008, o. S.

Exkurs 1: Die globale Entwicklung des Tourismus in Entwicklungsländern

„Tourismus ist weltweit einer der bedeutendsten Wirtschaftsfaktoren. Das gilt auch für viele Entwicklungsländer. Für eine Reihe von ihnen zählen die Einnahmen aus dem Tourismus inzwischen zu den wichtigsten Devisenquellen. Und: In den Industrieländern ist das Interesse an Reisen in Entwicklungsländer ungebrochen (...)“, behauptet die Bundesministerin für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung WIECZOREK-ZEUL.

Laut Schätzungen des WTTC (*World Travel & Tourism Council*), hängen weltweit 2,8 Prozent aller global vorhandenen Arbeitsplätze direkt (74 Millionen Beschäftigte) und indirekt (221,6 Millionen Beschäftigte) vom Tourismus ab (vgl. GTZ 2007, S. 8). Die weltweiten Touristenankünfte sind in zwei Jahren von 800 Millionen auf 900 Millionen gestiegen. Mit einer Wachstumsrate von mehr als 6 Prozent sind im Jahr 2007 insgesamt 52 Millionen internationale Ankünfte mehr als im Jahr zuvor erfasst worden (vgl. UNWTO 2008, o. S.). Die in Entwicklungsländern registrierten Touristenankünfte von Urlaubs- und Geschäftsreisenden aus dem Ausland nahmen laut Angaben der UNWTO im Jahr 2004 mit 271 Millionen Ankünften rund 36 Prozent des weltweiten Gesamtvolumens ein. Für ein Drittel dieser Länder sind die Einnahmen aus dem Tourismus die wichtigste Devisenquelle, für mehr als vier Fünftel der Länder immerhin eine der Wichtigsten Devisenquellen. Für das Jahr 2020 werden 1,56 Milliarden internationale Touristenankünfte prognostiziert. Dies verspricht den Regionen des Südens überdurchschnittliche Wachstumsraten (vgl. ADERHOLD et. al. 2006, S. 16ff).

So wachsen auch die Touristenzahlen Afrikas deutlich. Laut Berichten der UNWTO auf der Internationalen Tourismusbörse in Berlin (ITB) 2007 lag die Wachstumsrate im Jahr 2006 bei 8 Prozent. Dennoch erwirtschaftet der afrikanische Kontinent erst vier Prozent der Welteinnahmen in der Reiseindustrie (vgl. ITB 2008, o. S.). Die Entwicklungen des Tourismus in Südafrika sind in Kapitel 2.4 nachzulesen.

Wenngleich die Tourismusindustrie der sich am schnellsten erholende Wirtschaftssektor ist, stellt MAURER in Frage, ob Tourismus tatsächlich ein Weg in die wirtschaftliche Unabhängigkeit sei. Die Nachfrage nach Urlaubsreisen entstehe hauptsächlich in den Industrieländern, weshalb die meisten bereisten Länder von Entscheidungen des internationalen Managements, wirtschaftlichen Problemen und politischen Entscheidungen der Metropolen abhängig seien. Obwohl der internationale Tourismus wächst, könnten einzelne Länder durch z. B. politische Unruhen oder Naturkatastrophen entscheidende Einbußen im Tourismussektor erleiden (vgl. MAURER 1986, S. 60).

3.1 Das Prinzip der Nachhaltigkeit

Was verbirgt sich hinter dem Schlagwort Nachhaltigkeit (engl. *sustainability*) der 1980er und 90er Jahre? Was unterscheidet eine „nachhaltige Entwicklung“ von einer „normalen Entwicklung“? Wie ist Nachhaltigkeit umzusetzen? Hierüber bestehen in der Politik und der Wissenschaft große Meinungsverschiedenheiten.

Das englische Verb „*to sustain*“ leitet sich aus dem lateinischen „*sustinere*“ (= tragen, stützen, aufrechterhalten) ab.¹²⁵

Ursprünglich stammt das Prinzip des nachhaltigen Wirtschaftens aus der Forstwirtschaft. Bereits im 18. Jahrhundert wurde der Begriff dort geprägt. Um zu gewährleisten, dass der Baumbestand dauerhaft gesichert ist und durch Abholzung der Waldbestand – und damit die langfristige Existenzgrundlage der Förster – nicht zerstört wurde, durften in einem bestimmten Zeitraum nur so viele Bäume gefällt werden, wie im gleichen Zeitraum nachwachsen konnten.¹²⁶

Seit der Veröffentlichung des Berichtes der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung im Jahre 1987 – publik geworden als Brundtland-Bericht¹²⁷ – ist der Begriff Nachhaltigkeit der Öffentlichkeit in weiterführendem Sinne bekannt. Die vom Brundtland-Bericht vorgeschlagene Definition von *sustainable development* weist die meisten Gemeinsamkeiten des von Wissenschaftlern nicht immer einheitlich verwendeten Begriffes mit seinem historischen Verlauf auf:

„Dauerhafte Entwicklung ist Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, daß künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.“¹²⁸

Die Dauerhaftigkeit bzw. die Zukunftsfähigkeit ist demnach zentraler Aspekt des Nachhaltigkeitsprinzips. Die zunächst grundsätzlich ökologischen Inhalte werden im „Leitbild der nachhaltigen Entwicklung“ um die soziale und die ökonomische Dimension ergänzt. Nachhaltigkeit setzt eine ganzheitliche bzw. integrierende Betrachtungsweise aller beteiligten Komponenten voraus. Abbildung 7 zeigt mit den doppelseitigen Pfeilen die gegenseitige Beeinflussung der drei verschiedenen Dimensionen.¹²⁹

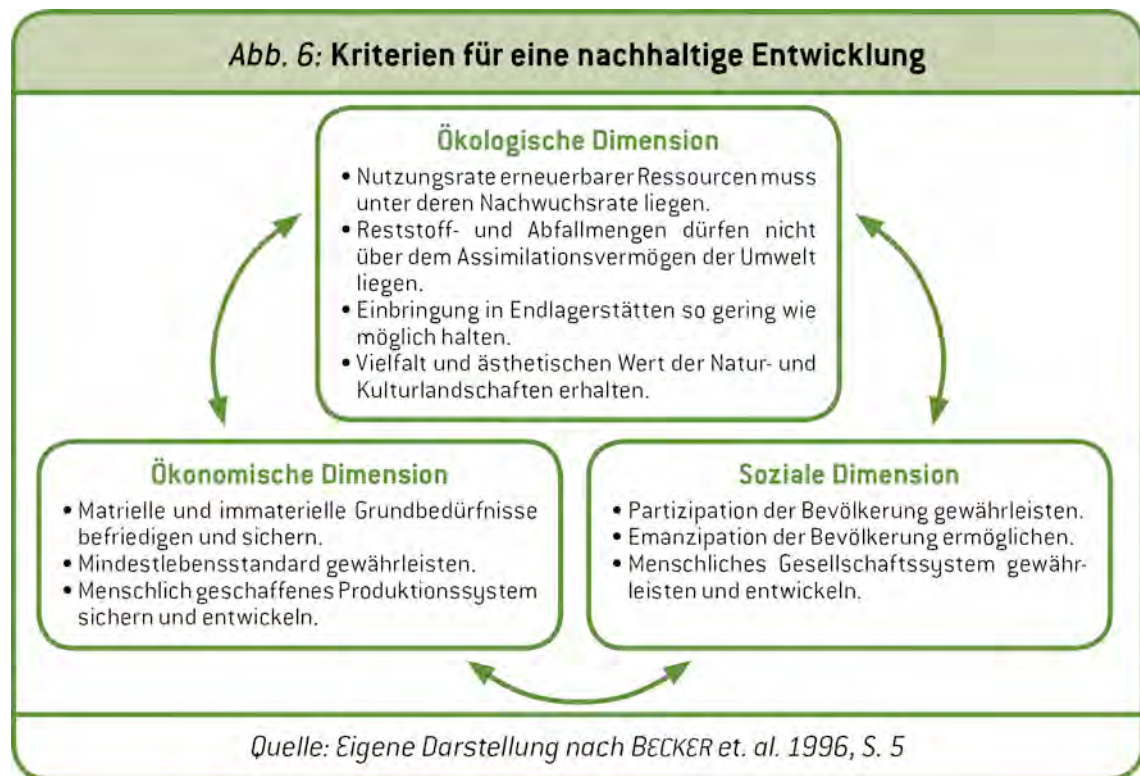
¹²⁵ vgl. MÄSCHER 1996, S. 23

¹²⁶ vgl. KIRSTGES 2003, S. 23

¹²⁷ siehe dazu Anhang C; vgl. MOWFORTH/ MUNT 1998, S. 24

¹²⁸ RAUSCHELBACH 1998, S. 9

¹²⁹ vgl. BECKER et. al. 1996, S. 5



Räumlich sind die jeweils relevanten Maßstäbe auf lokaler, regionaler, nationaler und globaler Ebene zu unterscheiden. Der Tourismus, als weltweit größte wirtschaftliche Wachstumsbranche, kann sich den Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung nicht entziehen.¹³⁰

3.2 Nachhaltige Entwicklung im Tourismus

Definition „Nachhaltiger Tourismus“ (*Sustainable Tourism*)

Für den Begriff „Nachhaltige Entwicklung“ gibt es viele verschiedene Definitionen und Interpretationen. Das gleiche gilt für „Nachhaltigen Tourismus“. Die UNEP definiert „Nachhaltigen Tourismus“ wie folgt:

„Sustainable tourism development meets the needs of the present tourists and host regions while protecting and enhancing the opportunity for the future. It is envisaged as leading to management of all resources in such way that economic, social and aesthetic needs can be fulfilled, while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, biological diversity and life support systems.“¹³¹

ADERHOLD et. al. bekräftigen dies mit der Aussage: „Reisen muss bewusstseinsmäßig als wertvolles und erhaltenswertes, durch unkontrolliertes Wachstum jedoch zunehmend

¹³⁰ vgl. INSTITUT FÜR LÄNDERKUNDE 2000, S. 140

¹³¹ vgl. GPA 2008, o. S.

gefährdetes Gut begriffen werden, nicht als Konsumgut im Sinne von gedankenlosem Verbrauch“. Der Tourismus sollte ökologisch, soziokulturell und ökonomisch verträglich sein, den Urlaubsort also nicht verschleifen, sondern dauerhaft erhalten.¹³²

Um ökologische Nachhaltigkeit zu gewährleisten, ist es nötig, "to avoid or minimise the environmental impact of tourist activities."¹³³ Die natürliche Umwelt sollte also nach Möglichkeit in der Form erhalten bleiben, wie sie vorgefunden wurde. Im Fall der soziokulturellen Nachhaltigkeit ist der Sachverhalt komplizierter. Kultur ist ein dynamisches Konstrukt, das ständigen Veränderungen unterworfen ist. Es kann daher nicht darum gehen, Modernisierungsprozesse aufzuhalten, sondern Respekt vor der einheimischen Kultur zu zeigen und sozialer Polarisierung in Gewinner und Verlierer entgegenzuwirken. Um die ökologische und soziokulturelle Nachhaltigkeit zu erreichen, ist auch eine nachhaltige wirtschaftliche Planung unverzichtbar. Dazu sind „langfristig angelegtes wirtschaftliches Denken, Erhöhung der Wertschöpfung in den Tourismusländern, qualitatives Wachstum und faire Kooperationen für die im Tourismus Tätigen vor Ort“¹³⁴ nötig.

Spannungsfeld Tourismus und Nachhaltige Entwicklung

Mit der Veröffentlichung des Brundtland-Berichts von der UNCED im Jahre 1987 ist der Begriff Nachhaltigkeit zu einem wichtigen Bestandteil der umweltpolitischen Auseinandersetzung geworden. Weltweite Bedeutung erhielt er spätestens seit dem Rio-Gipfel, der ersten internationalen Umwelt- und Entwicklungskonferenz der Vereinten Nationen, 1992 in Rio de Janeiro.¹³⁵ Unter dem Namen Agenda 21 wurde das Konzept der nachhaltigen Entwicklung bekannt und als ein globales und auf alle Sektoren übergreifendes Entwicklungsmodell vorgestellt.¹³⁶

Mit dem Schlagwort *sustainability* wurde ein Prozess des Umdenkens eingeleitet, der in zahlreichen Destinationen zu Kursänderungen im Tourismus führte. Die neue Dimension in der Diskussion lautet fortan: Anstreben eines langfristigen wirtschaftlichen Nutzen für möglichst viele, unter größtmöglicher Bedachtnahme auf die sozialen, kulturellen und ökologischen Voraussetzungen einer Region sowie deren zukünftige Entwicklung. Zugleich wird eine neue Tourismusetik formuliert.

¹³² vgl. ADERHOLD et. al. 2006, S. 243

¹³³ MOWFORTH / MUNT 1998, S. 106

¹³⁴ ADERHOLD et al. 2006, S. 242

¹³⁵ vgl. MOOSE 1998, S. 139

¹³⁶ vgl. KIRSTGES 2003, S. 21

Trotz Bemühungen vieler NGOs¹³⁷ war der Tourismus als eigenständiges Thema nicht auf die Tagesordnung des Erdgipfels von Rio zu bringen.¹³⁸ Wie weiter unten aufgeführt, wurden mehrere Konventionen zu diesem Thema in den Folgejahren vereinbart. In diesen Konventionen wurden theoretische Grundlagen erarbeitet und Richtlinien für nachhaltige Tourismusansätze vereinbart.¹³⁹ Doch erst sieben Jahre später, im Jahr 1999 erarbeitete die UN-Kommission für nachhaltige Entwicklung (CSD-7-Resolution¹⁴⁰) ein Aktionsprogramm zum Tourismus¹⁴¹. Ein neues politisches Gestaltungsfeld auf internationaler sowie auf regionaler Ebene eröffnet sich, um die Entwicklung des Tourismus auf die in Rio vereinbarten Verpflichtungen auszurichten:

- Anerkennung der Nachhaltigkeit als Generationenvertrag in allen drei Dimensionen (ökonomischer, ökologischer und sozialer Dimension);
- Respekt vor ökologischen Belastungsgrenzen;
- Armutsbekämpfung;
- Anpassung von Lebensstilen der nördlichen Länder bezüglich einer nachhaltigen Entwicklung.

TROPPEZ et. al. behaupten, dass diese Chance bisher noch viel zu wenig wahrgenommen wurde. Die CSD-7-Resolution gibt ihrer Meinung nach einen „recht viel versprechenden Rahmen ab, ist aber bei den verantwortlichen Adressaten im Tourismus bislang kaum zur Kenntnis genommen, geschweige denn umgesetzt worden.“¹⁴² Nachhaltiger Tourismus muss immer im Einklang mit den internationalen Abkommen und Erklärungen stehen.¹⁴³

Warum „Nachhaltige Entwicklung“ im Tourismus?

Tourismus bewegt, wie oben bereits aufgezeigt, jährlich Millionen von Menschen und Milliarden von Euro rund um die Welt. Die Reisenden haben eine hohe Erwartung an diese besondere Zeit im Jahr. Dementsprechend hoch ist ihre Bereitschaft, viel Geld dafür auszugeben. Laut Schätzungen der UNWTO kommen aber gerade drei bis fünf Prozent der Weltbevölkerung in den Genuss einer Auslandsreise. Dies sind überwiegend Angehörige der wohlhabenden Industrieländer oder der reichen Schichten aus Ent-

¹³⁷ *Non Governmental Organisations* - im wörtlichen Sinne alle vom Staat unabhängigen Organisationen, wie z.B. Vereine, Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände. Umgangssprachlich versteht man unter NGOs Gruppierungen, die sich mit Sozialarbeit, Tierschutz, Umweltschutz oder Menschenrechten beschäftigen (z.B. Greenpeace, Amnesty International).

¹³⁸ vgl. PLÜSS/ BACKES 2002, S. 5

¹³⁹ vgl. TROPPEZ et. al. 2005, S. 7 ff

¹⁴⁰ CSD-7 Resolution ist eine Abkürzung für “7. Conference on Sustainable Development”

¹⁴¹ vgl. PLÜSS/ BACKES 2002, S. 5

¹⁴² vgl. TROPPEZ et. al. 2005, S. 6

¹⁴³ die internationalen Konventionen zum Thema Tourismus und Nachhaltigkeit sind in Anhang E aufgeführt

wicklungs- und Schwellenländern. Unbestritten bietet der Tourismus eine Chance auf neue Verdienstmöglichkeiten und Entwicklungsperspektiven für ärmere, strukturschwache Regionen. Doch noch immer sind es die reichen Industrieländer, die laut UNWTO-Statistiken rund zwei Drittel der weltweiten Einnahmen des internationalen Tourismus verbuchen.¹⁴⁴ Die Folgen des Entwicklungsländertourismus lassen sich vornehmlich drei großen Bereichen zuordnen: den ökonomischen Auswirkungen, den soziokulturellen/ politischen Auswirkungen und den ökologischen Auswirkungen¹⁴⁵.

Seit der Jahrtausendwende hat der Tourismus als Entwicklungsmotor einen Vertrauensvorsprung und findet Einklang in entwicklungspolitische Strategien zur Armutsbeseitigung. Die UNWTO stellt fest, dass in den 49 ärmsten Ländern der Welt der Tourismus zur wichtigsten Quelle für Deviseneinnahmen geworden ist. Mit Hilfe der so genannten ST-EP-Initiative (Sustainable Tourism – Eliminating Poverty) haben die UNWTO und die UNCTAD¹⁴⁶ diesen Ansatz unter dem Titel „Pro Poor Sustainable Tourism“ in die Diskussion gebracht und die Entwicklungshilfeorganisationen nachdrücklich zum Handeln aufgefordert.¹⁴⁷

Es lässt sich zwar keine allgemeingültige Aussage darüber treffen, ob der heutige Massentourismus gut oder schlecht für die Betroffenen ist, doch „herrscht eher die Auffassung vor, dass im außerökonomischen Bereich die negativen Auswirkungen des Tourismus die positiven Wirkungen übertreffen“.¹⁴⁸ Berichte der Tourismuskritiker über soziale und ökonomische Ungerechtigkeiten reißen nicht ab.¹⁴⁹ Die Notwendigkeit einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus wird offenkundig.

Erst die Vorstellung von einem nachhaltigen Tourismus hat neue Ideen und viel versprechende Ansätze hervorgebracht. Dazu gehören etwa die Konzepte des Community Based Tourismus (CBT) oder des Ökotourismus. Diese und andere „neue“ touristische Erscheinungsformen werden in den nachfolgenden Kapiteln genauer beleuchtet.

¹⁴⁴ vgl. PLÜSS/ BACKES 2002, S. 3

¹⁴⁵ Der Begriff Auswirkungen ist dabei zunächst wertneutral. Auswirkungen können sowohl positiv als auch negativ für die Betroffenen sein. Da es sich bei den beteiligten Akteuren aber fast ausschließlich um Wirtschaftsunternehmen handelt, findet eine Fixierung auf ökonomischen Nutzen (Gewinnmaximierung) bei gleichzeitiger Vernachlässigung sozialer, kultureller und ökologischer Aspekte statt. Dies wird noch gefördert durch „Konzentrationsprozesse, Verdrängungswettbewerbe und Preiskonkurrenzen“ bei den Reiseanbietern (ADERHOLD et al. 2006, S. 224) sowie durch die Einstellung der Touristen, Reisen seien ein selbstverständliches Verbrauchsgut, das jedem zustehe. Dadurch kommt es eher zu negativen Konnotationen. Zur detaillierten Aufführung siehe Exkurs 2.

¹⁴⁶ *United Nations Conference on Trade and Development - UNCTAD*

¹⁴⁷ vgl. BAUMHACKL et al. 2006, S. 9

¹⁴⁸ ADERHOLD et al. 2006, S. 31; vgl. Exkurs 2

¹⁴⁹ Siehe dazu z.B. die Zeitschrift *Tourism Watch* der gleichnamigen deutschen Organisation unter TOURISM WATCH 2008A, O. S. und die Archive der Kurznachrichten des Schweizer Arbeitskreises für Tourismus unter AKTE 2008a, o. S.

Exkurs 2: Auswirkungen von Tourismus in Entwicklungsländern

„Tourismus ist wie Feuer: Man kann seine Suppe damit kochen. Man kann aber auch sein Haus damit abbrennen.“ (Asiatische Weisheit)

Ökonomische Auswirkungen:

1. Deviseneinnahmen zur Verbesserung der Außenwirtschaftsbilanz
aber: Tourismusbedingter Devisenabfluss; *allgemein:* Zunehmende Abhängigkeit.
2. Privater Einkommenszuwachs
aber: Ungleiche vertikale und regionale Verteilung; *allgemein:* Preisanstieg.
3. Tourismuszentren als Entwicklungspole: Infrastrukturausbau
(Flughäfen, Straßen, Nachrichtenwesen usw.)
aber: Trotz hoher öffentlicher Erschließungskosten in peripheren Gebieten nur geringe regionalwirtschaftliche Verbesserung durch landwirtschaftliche Innovationen oder Ausbau der Zulieferungsindustrie.

Gesellschaftliche Auswirkungen:

1. Arbeitsplätze im formellen und informellen Sektor; Hotels und Gaststätten; Bau, Verkehr, Versorgung; tourismus-spezifische Dienstleistungen (Reisebüro, Mietwagen, Strandhandel usw.)
aber: Ungleiche Entlohnung von Ausländern und Einheimischen; Saisonabhängigkeit
allgemein: Verschärfung sozialer Gegensätze.
2. Akkulturation durch Demonstrationseffekte
aber: Negative Wirkungen durch Kopieren touristischer Verhaltensweisen
allgemein: Vorurteilsverstärkung durch Verständnisbarrieren
3. Entlastung der Verdichtungsräume durch Umleitung von Migrationsströmen
aber: Entstehung von Elendsvierteln in Tourismuszentren durch übermäßige Zuwanderung;
allgemein: Soziale Entwurzelung durch Wanderung.

Kulturelle Auswirkungen:

1. Erforschung, Renovierung und Schutz historischer Stätten; dadurch auch Stärkung der nationalen Identität
aber: Ausverkauf (Raub) von Kulturschätzen
2. Wiederbelebung des Kunsthandwerks
aber: Finanzielle Abhängigkeit der Handwerker von Monopolhändlern;
außerdem: Überfremdung in Stil und Technik bei der Serienfertigung von „typischen“ Souvenirs.
3. Erhaltung und amtliche Unterstützung von traditionellen Volksbräuchen und Festen
aber: Kommerzialisierung und Pervertierung zu Folklore-Shows
allgemein: Rasche Auflösung überkommener Normen.

Ökologische Auswirkungen:

1. Landschaftsschutz; Anlage von Naturparks zur Erhaltung von Tierwelt und Vegetation
aber: Landschaftszerstörung durch Übernutzung und Zersiedelung; Bau massiver Hotelkomplexe ohne Rücksicht auf landestypische Bauformen; allerdings auffragwürdige pseudotypische Architektur; Konkurrierende Nutzung vor allem der geringen Wasservorräte für einheimische Bevölkerung und Landwirtschaft;
Oft fehlende Entsorgung führt zur Umweltverschmutzung von Wasser und Land und damit auch zur Minderung der Attraktivität für die Touristen.
2. Einfluss auf globale Ozonschicht durch zahlreiche Fernflüge (vgl. GORMSEN 1996, 22).

3.3 Nachhaltige touristische Erscheinungsformen

Im vorherigen Kapitel wurde darauf hingewiesen, dass die in den siebziger Jahren aufgenommene Tourismuskritik als Konsequenz des Massentourismus entstanden ist und eine Herausbildung verschiedener Tourismusformen zur Folge hatte. Im Folgenden sollen die Konzepte des „Ökotourismus“, des „Sanften Tourismus“, des „Alternativen Tourismus“ sowie des „Community Based Tourism“ dargestellt werden. Alle genannten Formen ähneln einander, da sie einen nachhaltigen Tourismus zu verwirklichen versuchen. Demnach lassen sie sich lediglich aufgrund weniger charakteristischer Merkmale voneinander abgrenzen, die nachfolgend aufgezeigt werden.

3.3.1 Ökotourismus

Der Begriff Ökotourismus ist nicht originär, sondern als eine Übersetzung des englischen und jetzt international verwendeten Ausdrucks *ecotourism* entstanden.¹⁵⁰ Eine weltweit festgelegte Definition existiert nicht. ELLENBERG schreibt zur Einordnung des Begriffes Ökotourismus, dass „die Abgrenzungen der Begriffe Unschärfen aufweisen und Überlappungen der dadurch bezeichneten Inhalte die Regel und nicht die Ausnahme sind.“¹⁵¹

CEBALLOS LASCURÁIN hat den Begriff erstmals 1983 wissenschaftlich formuliert:

*„Unter Ökotourismus versteht man den Besuch eines relativ ungestörten natürlichen Gebietes mit dem Ziel, Landschaft, Flora und Fauna zu sehen, zu bewundern und zu studieren – ebenso wie die kulturellen Aspekte der Vergangenheit und Gegenwart in dem betreffenden Gebiet. Ökotourismus bedeutet außerdem, daß die lokale Bevölkerung in diesem Prozeß mit einbezogen wird und daß sie ökonomischen Gewinn daraus zieht. Dies impliziert, daß strikte Richtlinien von den zuständigen Institutionen vorgegeben werden, um den negativen Einfluss des Tourismus auf Kultur und Natur zu minimieren.“*¹⁵²

Mit dem beliebten Schlagwort der letzten Jahre wird versucht,

*„[...]das ökologisch Vertretbare, die Nutzung und langfristige Sicherung der natürlichen Ressourcen, mit dem ökonomisch Notwendigen, dem Wirtschaftswachstum und der Forcierung einer nachhaltigen Entwicklung durch den Tourismus, miteinander zu verknüpfen.“*¹⁵³

¹⁵⁰ vgl. STRASDAS 2001, S. 3

¹⁵¹ ELLENBERG 1997, S. 55

¹⁵² CEBALLOS LASCURÁIN 1991 – übersetzt nach ELLENBERG et. al. 1997, S. 55

¹⁵³ VORLAUFER 1996, S. 225

Das Konzept des Ökotourismus stammt weitgehend aus dem Naturschutz und war von Anfang an auf Entwicklungszusammenarbeit und Entwicklungsländer ausgelegt. STRASDAS definiert Ökotourismus wie folgt:

„Ökotourismus ist eine Form verantwortungsbewussten Reisens in naturnahe Gebiete, bei dem das Erleben von Natur im Mittelpunkt steht. Ökotourismus minimiert negative ökologische und sozio-kulturelle Auswirkungen, trägt zur Finanzierung von Schutzgebieten oder Naturschutzmaßnahmen bei und schafft Einkommensmöglichkeiten für die lokale Bevölkerung. Indirekt soll Ökotourismus die Naturschutzakzeptanz relevanter gesellschaftlicher Akteure erhöhen.“¹⁵⁴

Ökotourismus kann demnach als eine Tourismusart sowie als ein Konzept oder eine touristische Bewegung betrachtet werden. Viele Umweltorganisationen wie der WWF (World Wide Fund For Nature) oder Unternehmen wie die GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit) befürworten Ökotourismus als ein Instrument zur nachhaltigen Entwicklung.¹⁵⁵

Parallel verbreitete sich der Begriff Ökotourismus auch in den Medien und im touristischen Privatsektor, der das Schlagwort vor allem für jegliche Arten naturbezogener Reiseformen vermarktet. So wird oft schon ein einfacher „Ausflug ins Grüne“ als Ökotourismus bezeichnet.¹⁵⁶ Die verschiedensten Produkte, die nur im Entferntesten mit „Natur“ assoziiert werden können, werden aufgrund der Definitionsvielfalt unter dem Dachnamen „Öko“¹⁵⁷ vermarktet und vor allem in der Reisebranche missbraucht. In den letzten Jahren ist das Präfix „Öko“ immer wieder in der Fach- und Populärpresse aufgetaucht, ohne auf die wahre Begriffsbestimmung Rücksicht zu nehmen. Ein besonders eindrückliches Beispiel für einen Missbrauch, ist der Fall des Kruger-Nationalparks in Südafrika, bei dessen Errichtung die dort ansässige Bevölkerung vertrieben und ihrer Existenzgrundlage beraubt wurde.¹⁵⁸

Während Reiseveranstalter mit dem Label Ökotourismus vor allem für Naturerlebnisse werben, zielen Definitionen von z.B. NGOs in den Destinationen selbst eher auf das Gewissen der Reisenden:

„Ecotourism means more than bird books and binoculars [...] more than native art hanging on hotel walls or ethnic dishes on the restaurant menu. Ecotourism is not mass tourism behind a green mask. Ecotourism means

¹⁵⁴ STRASDAS 2001, S. 6

¹⁵⁵ vgl. ELLENBERG 1997, S. 56

¹⁵⁶ STRASDAS 2001, S. 4

¹⁵⁷ Durch das Präfix „Öko“ soll Interesse beim Kunden geweckt werden, Verkaufszahlen gesteigert und höhere Preise gerechtfertigt werden.

¹⁵⁸ vgl. MARGRAF 2006, S. 17

*a constant struggle to defend the earth and to protect and sustain traditional communities. Ecotourism is a cooperative relationship between the non-wealthy local community and those sincere, open-minded tourists who want to enjoy themselves in a Third World setting.*¹⁵⁹

Kritiker behaupten, dass der Ökotourismus in der Praxis dazu missbraucht werde, um zum Beispiel den Bau eines Hotels in einer einzigartigen Landschaft zu rechtfertigen, ohne auf den Nachteil für die Umwelt zu achten.¹⁶⁰

Die Einführung eines einheitlichen internationalen Gütesiegels, das basierend auf standardisierten Kriterienkatalogen die Umweltverträglichkeit touristischer Leistungen messbar machen würde, wäre ein Schritt zu einer Besserung. Leider existieren bis dato nur mehrere kleine Umweltzertifizierungen. Da diese meist nur auf nationaler Ebene bestehen und Touristen selten darauf aufmerksam werden, gehen sie oft im so genannten Labeldschungel unter.¹⁶¹

3.3.2 Sanfter Tourismus

Als Vater des Sanften Tourismus (engl. *gentle tourism*) ging der österreichische Journalist und Futurologe ROBERT JUNGK in die Geschichte ein. In seinem Beitrag für die Zeitschrift „Geo“ stellte er in der Oktoberausgabe von 1980 „hartes“ und „sanftes“ Reisen gegenüber. Er prägte eine neue touristische Philosophie, die der Schweizer Fremdenverkehrsforscher JOST KRIPPENDORF zwei Jahre später in die programmatische Formel Sanfter Tourismus verwandelte.¹⁶² Wer z.B. keine Zeit im Urlaub einplane, schnelle Verkehrsmittel nutze, sich nicht mental auf die Reise vorbereite und versuche, seinen eigenen Lebensstil in das Gastland einzubringen, reise demnach hart. Laut JUNGK zeichnet sich ein „harter Tourismus [...] also keineswegs nur durch eine Schädigung der Umwelt aus; er hat vor allem auch negative Auswirkungen auf den individuellen Erholungswert des Urlaubs sowie die soziale Umwelt des Gastlandes“.¹⁶³

Wie schon bei dem Begriff des Ökotourismus existiert gemäß KIRSTGES keine allgemein anerkannte Definition des Sanften Tourismus.¹⁶⁴ TÜTING hält den Sanften Tourismus nicht für einen neuen Reisetil, wie der so genannte Alternativ-Tourismus (vgl.

¹⁵⁹ TALAMANCA ASSOCIATION FOR ECOTOURISM AND CONSERVATION IN COSTA RICA – In: MOWFORTH/MUNT 1998, S. 103

¹⁶⁰ vgl. ELLENBERG et. al. 1997, S. 57

¹⁶¹ vgl. KIRSTGES 2003, S. 295

¹⁶² vgl. TÜTING 1990, S. 65; OPASCHOWSKI 2001, S. 42

¹⁶³ vgl. KIRSTGES 2003, S. 21

¹⁶⁴ vgl. KIRSTGES 2003, S. 23

Kapitel 3.3.3). Er sei ein selbstständiger Teil der Ökologie-Bewegung und orientiere sich an den Zusammenhängen von Natur und Technik sowie Menschen und Kultur.¹⁶⁵

Der Sanfte Tourismus wird als ein ganzheitliches Konzept verstanden, das die Ziele Wirtschaftlichkeit, Sozialverantwortlichkeit, intakte Landschaft und optimale Erholung gleichsetzt.¹⁶⁶

Wie oben erwähnt, gleichen sich die unterschiedlichen Formen des nachhaltigen Tourismus weitgehend. KIRSTGES bezeichnet die Reiseformen qualitativer Fremdenverkehr, anderes Reisen, angepasster Tourismus, alternativer Tourismus, Öko-Tourismus, Tourismus mit Einsicht etc. sogar als Synonyme für sanften Tourismus.¹⁶⁷

Die Umsetzung eines sanften Fremdenverkehrs wird häufig in der Literatur mit der „Paradoxie des sanften Massentourismus“ in Verbindung gebracht: Falls es gelänge, alle Urlauber von der Notwendigkeit sanfter Reiseformen zu überzeugen und falls genügend Kapazitäten vorhanden wären, würden auch in als umweltfreundlich deklarierten Urlaubsgebieten nach einer gewissen Zeit Belastungen auftreten, wodurch der eigentliche Sinn verfehlt wäre. Ein sanfter Tourismus in seiner „Reinform“ ist, so KIRSTGES, „angesichts der heutigen Reiseströme nicht realisierbar“. Einziger Ausweg, der jedoch in einer freiheitlichen Gesellschaftsordnung undenkbar ist, wäre die Ausgabe von Reiseberechtigungsscheinen, um „die Quantität und die zeitliche Verteilung von Reiseströmen gezielt zu steuern“.¹⁶⁸

Seit der World Conference on Sustainable Tourism, die 1995 auf Lanzarote stattfand,¹⁶⁹ wurde der Begriff „Sanfter Tourismus“ durch „Nachhaltiger Tourismus“ ersetzt. Gemeint ist ein Tourismus, der langfristig ökologisch tragbar, wirtschaftlich machbar sowie ethisch und sozial gerecht für die Einheimischen ist.¹⁷⁰

3.3.3 Alternativer Tourismus/ Individualtourismus

Anders als die zuvor aufgeführte Reiseform des Sanften Tourismus, der eher als Teil der Ökobewegung angesehen wird, ist der Alternative Tourismus bzw. der Individualtourismus als ein Reisestil zu bezeichnen.

Aus der Hippie- und Studentenbewegung der 68er Jahre entwickelte sich eine Vielzahl von alternativen Lebensformen. Junge Menschen zog es in dieser Zeit auf große Reisen nach Asien, Lateinamerika und Nordafrika. Doch schon bald entstand ein Reisemarkt,

¹⁶⁵ vgl. TÜTING 1990, S. 61

¹⁶⁶ vgl. ROCHLITZ 1985 - In: LUX 2007, S. 28

¹⁶⁷ KIRSTGES 2003, S. 21

¹⁶⁸ KIRSTGES 2003, S. 161

¹⁶⁹ weitere Informationen zu den internationalen Konventionen im Anhang E

¹⁷⁰ vgl. OPASCHOWSKI 2001, S. 43

der zu dem wurde, gegen das sich die Individualtouristen gewendet hatten.¹⁷¹ Das Wort „alternativ“, so FREYER, ist heutzutage ein sehr häufig benutzter und „schillernder“ Begriff, weshalb ihn meist kommerzielle Reiseveranstalter, teilweise verklärend, als Werbeargument nutzen. Alternativtouristen sind nach der ursprünglichen Definition diejenigen, „die sich vom Massentourismus absetzen, sich nicht von Pauschalarrangements, Tagesabläufen, Animatoren und Reiseleitern gängeln lassen wollen. Nach ihrem Selbstverständnis sehen sie sich als Nicht-Touristen.“ Meist werden junge Leute damit identifiziert, die mit „Turnschuhen und Rucksack“ unterwegs sind.¹⁷²

Nach KRIPPENDORF ist der Alternativtourismus kein klar definierter Begriff, sondern bezeichnet eine Vielzahl verschiedener Arten des Reisens, meist in Entwicklungsländern.¹⁷³ Die Umschreibung des Alternativtourismus nach KOMERS/ LEPORI vermeidet eine Subsumierung jeglicher neuer Tourismusformen:

„Der Alternativtourismus ist eine Tourismusform, die Reisen von mittlerer bis längerer Zeitdauer (3 Wochen oder länger) fördert. Das Ziel ist, in kleineren Reisegruppen oder individuell das Leben anderer Menschen in ihren eigenen Verhältnissen kennenzulernen und durch Kontakte bereits bestehende oder auftretende Vorurteile abzubauen. Das bedingt eine vermehrte Information vor der Reise. Aufmerksamkeit und Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit auftretenden Problemen während der Reise, Verzicht auf die durch den gängigen Tourismus geschaffenen Infrastrukturen, Einstellungen und Werte sowie eine Auswertung der Eindrücke nach der Reise.“¹⁷⁴

Alternativer Tourismus legt also besonderen Wert darauf, positive sozio-kulturelle Effekte zu erzielen. Das Prinzip, dem die alternativen Touristen folgen, besteht in der größtmöglichen Distanzierung vom Massentourismus, um einen besseren Kontakt zu der lokalen Bevölkerung herzustellen, ohne von der touristischen Infrastruktur abhängig zu sein, sondern gleiche Unterkünfte und Transportmöglichkeiten wie Einheimische zu nutzen.¹⁷⁵

KIRSTGES ist der Meinung, nicht die Pauschaltouristen, sondern die Individualtouristen seien die „schlimmen“ Reisenden. „Koordinierte Reiseströme erfüllen in der Regel weitaus mehr die Anforderungen eines sanften Tourismus, als so genannte Individualisten, die beispielsweise zu zweit mit dem PKW Europa bereisen, mit dem Rucksack die

¹⁷¹ vgl. FIF 1992, S. 148

¹⁷² vgl. FREYER 2006, S. 518

¹⁷³ vgl. KRIPPENDORF 1984 – In: LUX 2007, S. 29

¹⁷⁴ KOMERS/ LEPORI – In: FIF 1992, S. 150

¹⁷⁵ vgl. WEARING 2001, S. 31

indische Gastfreundschaft ausnutzen oder durch wildes Campen Griechenlands unberührte Buchten schädigen.“¹⁷⁶

Der Ethnotourismus ist nach OBRECHT als eine spezifische oder elitäre Form des Individualtourismus zu bezeichnen. Hier geht es um „die Vorstellung, dass fremde Kulturen, in einer Weise verstanden werden können, die den eigenen Wissenshorizont nicht nur erweitern, sondern auch zur Definition des eigenen Selbst in Auseinandersetzung und auch Abgrenzung mit eben diesen Kulturen bzw. deren Menschen beiträgt.“¹⁷⁷

3.3.4 Community Based Tourismus

Mit der Forderung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung und damit einhergehend nach mehr Partizipation der lokalen Bevölkerung, wird seit Jahren vor allem in Ländern des Südens verstärkt die Umsetzung von Community Based Tourism (CBT) gefördert.¹⁷⁸

Die Einbindung der *community*¹⁷⁹, wobei es sich meist um „ehemals benachteiligte ethnische Gruppen“¹⁸⁰ handelt, ist wichtigstes Kriterium des CBT. Der Tourismus stellt ein Instrument der nachhaltigen Entwicklung zur Überwindung regionaler Disparitäten dar, die in den meisten Fällen aufgrund politischer Rahmenbedingungen entstanden sind.¹⁸¹

Definition CBT nach HÄUSLER/ STRASDAS:

„CBT is a form of tourism in which a significant number of local people has substantial control over, and involvement in its development and management. The major proportion of the benefits remains within the local economy. Members of the community, even those who are not directly involved in tourism enterprises, gain some form of benefits as well (e.g. community fund, multiplier effect).“¹⁸²

In der Tourismusdiskussion wird also die Partizipation als wesentliche Voraussetzung und als fundamentales Element für die Umsetzung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung angesehen. Dies gilt besonders für die Durchführung von CBT-Projekten.

¹⁷⁶ KIRSTGES 2003, S. 161

¹⁷⁷ OBRECHT 2006, S. 76

¹⁷⁸ vgl. HÄUSLER 2004, S. 147

¹⁷⁹ Der englische Begriff „community“ wird in dieser Arbeit synonym für den Begriff „lokale Gemeinde“ verwendet. Der Soziologe BERNARD (1973) unterscheidet weiterhin zwischen „the community“ – welche eine Zusammenballung von Menschen in einem bestimmten Gebiet beschreibt – und der „community“, die durch soziale Interaktionen, Vertrautheit, moralische Verpflichtungen, Zusammenhalt und dem Fortbestand auf Zeit gekennzeichnet ist (vgl. LUX 2007, S. 43).

¹⁸⁰ Der Begriff „ehemals benachteiligte Gruppe“ ist die offizielle Bezeichnung der betroffenen Einheimischen, soll jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Menschen auch heute noch mit Benachteiligungen und dem Erbe der politischen Diskriminierung zu kämpfen haben.

¹⁸¹ vgl. MARGRAF 2006, S. 19

¹⁸² HÄUSLER/ STRASDAS 2003, S. 3

Laut BEYER bestehe „das Ziel der Partizipationsförderung [...] im Wesentlichen darin, die Akteure in den EL möglichst frühzeitig an den Planungs- und Entscheidungsprozessen von Entwicklungsvorhaben zu beteiligen, damit diese selbständig ihre Interessen und Bedürfnisse vertreten können und sich stärker mit den Projekten identifizieren.“¹⁸³

Man unterscheidet vier Intensitätsstufen bei der lokalen Partizipation:

Tab. 2: Intensitätsstufen der lokalen Partizipation		
Stufe 1	Information	Die Community wird über Aktivitäten informiert.
Stufe 2	Konsultation	Die Community wird nach ihrer Meinung befragt.
Stufe 3	Entscheidung	Die Community hat ein Mitentscheidungsrecht.
Stufe 4	Eigeninitiative	Die Community entwickelt und realisiert eigene Projekte.
Quelle: Eigene Darstellung nach PALM, 2000, S. 14		

Jeder dieser vier verschiedenen Intensitätsstufen kann eine Form des CBT beinhalten, wobei die erste Stufe die Geringsten und Stufe 4 die größten Effekte, im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung, verursacht.

Voraussetzung für das Gelingen des Konzeptes ist eine entsprechende Aus- und Weiterbildung der lokalen Bevölkerung. Meist sind NGOs Initiatoren dieser Programme. Sie unterstützen die *communities* bei der Umsetzung der CBT-Projekte. NGOs übernehmen neben den Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen auch Beraterfunktionen, kümmern sich um die Vermittlung von Geldgebern, die Vermarktung der Projekte und organisieren die finanziellen Mittel.¹⁸⁴ Ihnen obliegt die herausfordernde Aufgabe der Vermittlung zwischen den Interessen der *communities*, der Regierung und der privaten Tourismusindustrie. Zudem ist es äußerst wichtig, in touristisch bislang wenig oder gar nicht entwickelten Gebieten, ein Bewusstsein für einhergehende Risiken, Chancen und Veränderungen zu schaffen.¹⁸⁵

3.3.5 Zwischenfazit

Für viele Entwicklungsländer ist der Ausbau der Tourismusindustrie ein Schritt in Richtung wirtschaftlicher Wohlstand. Einfachster und rentabelster Weg ist die Etablierung des Massentourismus. Negative Auswirkungen sind hier jedoch weitaus höher als bei den beschriebenen nachhaltigen Erscheinungsformen. Des Weiteren ist der herkömmli-

¹⁸³ BEYER 2003, S. 14

¹⁸⁴ Für eine Beschaffung wird auch im deutschen Sprachgebrauch der englische Begriff *fundraising* verwendet.

¹⁸⁵ vgl. MARGRAF 2006, S. 20

che Tourismus zum größten Teil noch immer eine „weiße“ Industrie. Um langfristig Wohlstand und Entwicklung zu generieren, ist es unabdingbar, dass lokale Bevölkerungsgruppen vom Tourismus profitieren.

Durch die Förderung von z.B. CBT-Projekten können negative Auswirkungen des Tourismus minimiert werden, da diese eine entwicklungspolitische Relevanz des Tourismus beinhalten und eine verstärkte Zusammenarbeit fördern.¹⁸⁶

Bevor im Hauptteil dieser Arbeit auf das Konzept des Volunteer-Tourismus, als ein Konzept der aktiven Mitarbeit in Projekten in Entwicklungsländern, eingegangen wird, soll zunächst überleitend das Konzept des New Tourism erläutert werden. Dieses geht bereits einen Schritt weiter als die oben beschriebenen nachhaltigen touristischen Erscheinungsformen, da versucht wird, Tourismus explizit für die Entwicklung zu nutzen.

3.4 Das Konzept New Tourism

*"[...]Jetzt ist es so weit: Diejenigen, vor denen uns unsere Eltern immer gewarnt hatten, verändern unsere Wirklichkeit. Aus den Müslis werden Marktführer, aus Alternativen werden Avantgardisten. Doch dieses Mal sind die neuen Ökos keine grimmig dreinschauenden Weltverbesserer. Es ist ein zukunftsoffenes, lebensbejahendes Drittel unserer Gesellschaft, das in den nächsten Jahren aller Wahrscheinlichkeit nach die Mehrheit unserer Gesellschaft ausmachen wird. Ein neuer Lebensstil zeichnet sich ab. [...] Die Konsumkultur der nächsten Jahre wird geprägt sein von Menschen, die gesund und genussvoll leben möchten. Wir haben es mit einer neuen Konsumelite zu tun, die nachhaltig und lustorientiert kauft, denkt und handelt[...]."*¹⁸⁷

Kritiker des modernen Massentourismus haben viel darüber geschrieben, wie ein besserer Tourismus aussehen müsste.¹⁸⁸ Genauso umfangreich ist die Vielfalt von Namen, die für diesen neuen Tourismus erfunden wurden.¹⁸⁹ Trotzdem tauchen bei der Lektüre von Fachtexten immer wieder dieselben Elemente in den verschiedenen Tourismusmodellen auf: Der neue Tourismus soll nachhaltig sein, eine stärkere Partizipation der lokalen Bevölkerung ermöglichen und globale Bildung vermitteln. MOWFORTH und MUNT fassen den Begriff noch ein Stück weiter, indem sie schreiben: „new tourism practices may

¹⁸⁶ siehe dazu Kapitel 3.6

¹⁸⁷ WENZEL 2007, o. S.

¹⁸⁸ z.B. BERTRAM 1997; BETZ 1997; ÖRNEK 2006

¹⁸⁹ Einige der englischen Begriffe für den neuen Tourismus sind im Folgenden zusammengestellt: *adventure tourism, alternative tourism, anthro-tourism, contact tourism, eco-tourism, ethnic-tourism, soft tourism, sustainable tourism* (MOWFORTH/ MUNT 1998, S. 100) oder *fair tourism*.

no longer be about tourism *per se*, but embody other activities.“¹⁹⁰ Für die Fragestellung, wie man den Tourismus für die Entwicklung nutzbar machen kann und welchen Zusatznutzen er durch Kombination mit anderen Aktivitäten erbringen kann, wird der Begriff New Tourism übernommen. Folgende Eigenschaften prägen den Begriff:

1. Partizipation

Für die Menschen, die in touristischen Destinationen leben, ist der Urlaubsort ihre Heimat. Sie sollten daher die Möglichkeit haben, die Entwicklung der Region so zu gestalten, dass sie ihren Bedürfnissen entspricht. Ein wichtiger Schritt in diese Richtung ist ein Mitentscheidungsrecht für regionale Gruppen, das erlaubt, gemeinsam mit der Wirtschaft und der (Regional-) Regierung langfristige Tourismuskonzepte zu entwickeln. Vor allem Letztere ist bei der Schaffung geeigneter Partizipationsstrukturen gefordert. Ziel ist es, die Verantwortungen zu streuen und „den ökonomischen, sozialen und kulturellen Nutzen möglichst breiter und benachteiligter Bevölkerungsteile in den Zielgebieten zu erhöhen.“¹⁹¹ Um dieser Anforderung gerecht zu werden muss die regionale Wirtschaft gefördert werden. Untersuchungen haben gezeigt, dass „small, locally owned firms have been more successful in generating income, employment, and government revenue than larger, internationally-owned establishments.“¹⁹² Kleine Familienbetriebe tragen dazu bei, dass sich die Einnahmen auf die Gemeinschaft verteilen und die Sickerquote¹⁹³ sinkt. Aber auch bei schon ansässigen Großbetrieben sollten Strukturen geschaffen werden, die die Beteiligung von lokalen Organisationen oder Personen, vor allem in der (Land-) Wirtschaft, ermöglichen und fördern. „Community based tourism development would seek to strengthen institutions designed to enhance local participation and promote the economic, social, and cultural well-being of the popular majority.“¹⁹⁴

2. Globales Lernen

Durch die Globalisierung wird es immer notwendiger „globale Zusammenhänge zu verstehen, interkulturell zu lernen, Distanzen, Klischees und Vorurteile gegenüber Ländern und Menschen anderer Kulturen abzubauen.“¹⁹⁵ Eine wichtige Voraussetzung hierfür sind interkulturelle Begegnungen. Durch „ein vertieftes Erleben und Erfahren von kultureller Vielfalt und Andersartigkeit und ein größeres Verständnis für die Entwick-

¹⁹⁰ MOWFORTH/ MUNT 1998, S. 101

¹⁹¹ ADERHOLD et al. 2006, S. 224

¹⁹² BROHMAN 1996, S. 56

¹⁹³ Die *Sickerquote* beschreibt den Anteil am im Tourismus verdienten Geld, der nicht in der Destination verbleibt. In der Literatur werden synonym die Begriffe *leakage factor* oder *Sickerrate* verwendet.

¹⁹⁴ BROHMAN 1996, S. 60

¹⁹⁵ ADERHOLD et al. 2006, S. 238

lungsprobleme und den Alltag“¹⁹⁶, sollen Reisende sich intensiv mit entwicklungspolitischen Themen auseinander setzen. Der Lernprozess soll dabei sowohl beim Bereisten, als auch beim Reisenden stattfinden. Um die “opportunities for education and cultural exchange through interpersonal dialogue and organized encounters“¹⁹⁷ nutzen zu können, sind bestimmte Bedingungen zu erfüllen. Wichtig sind eine gute Vor- und Nachbereitung der Reise. Hierbei soll nicht nur reines Wissen über das bereiste Land vermittelt, sondern auch die Akzeptanz für fremde Kulturen gefördert werden. Ein kompetenter, mit beiden Kulturen vertrauter Reiseleiter ist, gerade wenn sprachliche Hürden zu überwinden sind, unabdingbar. Des Weiteren ist es für einen Austausch, der für beide Seiten gewinnbringend sein soll, wichtig, dass sich Reisende und Bereiste auf gleicher (oder zumindest ähnlicher) ökonomischer und sozialer Stufe begegnen.¹⁹⁸ Auch die Dauer und Intensität des Kontaktes ist ausschlaggebend.¹⁹⁹

3. Nachhaltige Entwicklung

Um alle prägenden Eigenschaften zu nennen und somit eine Vollständigkeit zur Grundlage des New Tourism zu gewährleisten, taucht an dieser Stelle das Schlagwort „nachhaltige Entwicklung“ nochmals als Unterpunkt auf. Auf eine wiederholte Erläuterung wird hier bewusst verzichtet. Zum Thema „Nachhaltigkeit“ siehe Kapitel 3.1.

3.5 Die Umsetzung des New Tourism

Das Phänomen des New Tourism wird als eine Antwort auf die durch den Massentourismus hervorgerufenen Probleme angesehen. Maßgeblich für den Erfolg der praktischen Umsetzung des theoretischen Konstrukts des New Tourism ist die Mithilfe der Reisenden, der Reiseanbieter und des Staates, deren Möglichkeiten im Folgenden kurz beschrieben werden.

Voraussetzung bei den Reisenden für den Erfolg des New Tourism ist die Bereitschaft, sich vor Reisebeginn über Land, Leute und Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung zu informieren. Außerdem müssen das Interesse sowie der Wunsch vorhanden sein, die Realität des Gastlandes während des Urlaubs kennen zu lernen und persönliche Begegnungen, Kontakte und Gespräche mit Einheimischen zu erleben. Letztendlich müssen sie diese Bedürfnisse auch realisieren.²⁰⁰ Die Erfolge, Touristen vom New Tourism zu überzeugen, wurden lange bezweifelt. Es sei „fraglich, ob Reisende, deren primäre Motivation Abenteuerlust oder Flucht aus dem Alltag ist, bereit sind, die An-

¹⁹⁶ ADERHOLD et al. 2006, S.224

¹⁹⁷ BROHMAN 1996, S. 64

¹⁹⁸ Das ist zum Beispiel durch Programme möglich, bei denen in den Entwicklungsländern Begegnungen mit Menschen, die denselben Beruf wie der Reisende haben, arrangiert werden.

¹⁹⁹ vgl. KAESBACH 1997, S. 126f

²⁰⁰ vgl. ADERHOLD et al. 2006, S. 238

strengungen zur Infragestellung der eigenen ‚mental Software‘ auf sich zu nehmen“.²⁰¹

Aktuelle Daten zeigen jedoch, dass ein großes Interesse an der Andersartigkeit und den Problemen von Entwicklungsländern bei Touristen, die in diese Regionen reisen, vorhanden ist. Bei den Fernziel-Reisenden interessieren sich 28 Prozent ‚stark‘ oder sogar ‚sehr stark‘ für die Probleme dieser Länder.²⁰² Von der Reiseleitung erwarten 85 Prozent „eine objektive, glaubwürdige Information über Land und Leute; 73 Prozent eine einfühlsame Vermittlung der Alltagsrealität des Gastlandes, 63 Prozent die Vermittlung von Fachwissen“²⁰³. Reisende, vor allem erfahrene Entwicklungsländertouristen, sind sich der durch Tourismus verursachten Probleme durchaus bewusst. Vor allem Umweltschäden werden sehr stark wahrgenommen.²⁰⁴

Bei den Tourismusbetrieben sieht die Situation anders aus: Die Reiseanbieter haben erst in den letzten Jahren angefangen, ihr Angebot auf die veränderte Nachfrage auszurichten. CSR ist zu einem vieldiskutierten Thema im Tourismus geworden und es wurde eine Reihe von Selbstverpflichtungen verabschiedet. Trotzdem sehen die Reiseveranstalter noch immer eher die Vorteile des konventionellen Tourismus. Probleme wie Umweltbelastungen und Prostitution werden kaum wahrgenommen. Tourismus wird bei den Reiseveranstaltern nach wie vor überwiegend als ein Geschäft gesehen, von dem vermeintlich alle Seiten profitieren.²⁰⁵

In den Reisebüros finden die Kunden meist ausschließlich Informationen über Hotels, Preise und touristische Sehenswürdigkeiten. Dabei sollte das „Interesse an Information und an Begegnung [...] von der Anbieterseite konsequenter aufgegriffen und berücksichtigt werden“²⁰⁶. Die Leute bevorzugen kleine Hotels mit landestypischer Atmosphäre und erhoffen sich „kreative, erlebnisreiche Land-und-Leute-Ausflugsprogramme“²⁰⁷. Vor allem in der Reiseleiterausbildung, „als potenzieller Brückenbauer zwischen der Kultur der Urlauber und der des Gastlandes“²⁰⁸ ließe sich viel verbessern. Zwar ist überraschenderweise die „mehrheitliche Auffassung der Reiseveranstalter, dass es spezielle Begegnungs-Angebote wie ‚Meet-the-people‘ in möglichst vielen Entwicklungsländern geben sollte [...] Die Chance, dass solche Programme auf beiden Seiten dazu beitragen können, interkulturelle Erfahrungen zu machen, Vorurteile und Klischees abzubauen und dass damit ein entsprechend positiver Multiplikatoreffekt im Entsende- wie im

²⁰¹ vgl. KAESBACH 1997, S. 130

²⁰² vgl. ADERHOLD et al. 2006, S. XVII

²⁰³ ADERHOLD et al. 2006, S. XVI

²⁰⁴ vgl. ADERHOLD et al. 2006, S. 216

²⁰⁵ vgl. ADERHOLD et al. 2006, S. XVI

²⁰⁶ ADERHOLD et al. 2006, S. 227

²⁰⁷ ADERHOLD et al. 2006, S. 229

²⁰⁸ ADERHOLD et al. 2006, S. 227

Gastland verbunden sein kann, wird erkannt“²⁰⁹. Da die Reiseveranstalter jedoch oft keine monetären Vorteile erkennen können, setzen sie ein solches Konzept nicht um.

Die Verpflichtung für Reiseanbieter, die sich dem New Tourism verschrieben haben, läge darin, sich ihrer Verantwortung bewusst zu werden und auf die Veränderungen der Einstellung der Reisenden zu reagieren. Gerade das immer stärker an Beliebtheit gewinnende *Dynamic Packaging*²¹⁰ macht die Umsetzung von maßgeschneiderten Reisen einfach. Ein sanfter Übergang zum New Tourism wäre damit zu erreichen. Auch bei der Förderung von Fair Trade und der Zertifizierung nachhaltiger Tourismusprojekte ist die Reisewirtschaft bisher noch sehr zögerlich.²¹¹

Der Staat, als Richtlinien- und Gesetzesgeber, trägt in der Tourismusentwicklung eine besonders große Verantwortung. Eine starke Einmischung des Staates in die Tourismuswirtschaft, zur Förderung eines New Tourism, ist also unabdingbar. „Market forces by themselves [...] are incapable of resolving issues related to either long-term sustainability or the distribution of costs and benefits generated by tourism“²¹². Wichtige Aufgaben des Staates wären zum Beispiel: Untersuchungen zum sektor- und gebietsspezifischen Einfluss von Tourismus, Unterstützung der Regional-/ Lokalregierungen bei der Entwicklung von touristischen Strategien und Strukturen, Festlegung von Standards und Regulierungen für ökologische und kulturelle Auswirkungen und Kontrolle der schon existierenden touristischen Nachfrage und Infrastruktur.²¹³ Von großer Bedeutung ist dabei die Integration des Tourismus in ein größeres Entwicklungsprogramm.

Auch in den Quellländern hat die Regierung Einfluss auf die Entwicklung von New Tourism wie z.B. durch die Zertifizierung von Touristikunternehmen.²¹⁴

Die Ausführungen machen deutlich, dass durch gemeinsame Bemühungen aller Beteiligten eine positive Veränderung in der Tourismuswirtschaft möglich wäre. Allerdings gab es und gibt es nach wie vor Autoren die der Meinung sind, dass nachhaltiger Tourismus in Entwicklungsländern schon allein auf Grund des enormen Verbrauchs von Primärenergie und den daraus resultierenden Klimawirkungen unmöglich sei.²¹⁵ So könne der Tourismus in Entwicklungsländern allenfalls einen „Beitrag (...) zur nachhaltigen Entwicklung in den Zielländern“²¹⁶ leisten. Andere Autoren sehen in der Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus schwerwiegendere Hindernisse. Sie sind der Meinung,

²⁰⁹ ADERHOLD et al. 2006, S. 227

²¹⁰ Der Begriff *Dynamic Packaging* bezeichnet einen flexiblen und interaktiven Produktionsprozess, bei dem ein touristisches Leistungsbündel aus unterschiedlichen Quellen erstellt wird.

²¹¹ ADERHOLD et al. 2006, S. 244

²¹² BROHMAN 1996, S. 62

²¹³ vgl. BROHMAN 1996, S. 62

²¹⁴ vgl. ADERHOLD et al. 2006, S. 231

²¹⁵ vgl. Kapitel 3.4.5

²¹⁶ JOB/ WEIZENEGGER 2004, S. 636f

wirklich fair könnte Tourismus sich erst nennen, wenn bei jeder Reise in den Süden einem der Bereisten die Möglichkeit gegeben würde, einen Gegenbesuch in den Norden wahrzunehmen.²¹⁷ Noch drastischer ist die Aussage, dass Tourismus zu fremden Kulturen grundsätzlich unterbleiben sollte, da er immer eine Art von Neokolonialismus mit sich tragen würde. Die einzige sinnvolle Möglichkeit wäre demnach also, dass alle dort blieben, wo sie geboren sind.²¹⁸

In dieser Arbeit wird anders als von obigen Autoren davon ausgegangen, dass New Tourism auch im großen Maßstab funktionieren kann. Es kann allerdings keine einheitliche Strategie für dessen Durchführung formuliert werden. Diese müsste sich von einer Destination zur anderen unterscheiden und "should focus on the individuality, uniqueness, and particular strengths of its communities and regions".²¹⁹ Ausschlaggebend für eine Entwicklung durch Tourismus ist, dass nicht auf Tourismus allein als Wachstumsmotor gesetzt wird und die Einsicht, dass "at least in the short term, alternative tourism cannot realistically be expected to replace mass tourism in most Third World countries".²²⁰

Grobe Schätzungen der Nachfrage nach New Tourism-Angeboten sprechen von einem Anteil von 5 bis 10 Prozent des gesamten Reisemarktes, wobei die Bedeutung in Großstädten und für jugendliche Reisende weitaus höher sein dürfte.²²¹ Außerdem würden sich aus der „erfolgreichen praktischen Umsetzung neuer Konzepte [...] Wettbewerbsvorteile ergeben. Überzeugende nachhaltige Angebote sowie neue Möglichkeiten der interkulturellen Erfahrung und Begegnung könnten im internationalen Entwicklungsländer-Reisemarkt eine Attraktivität bekommen, die möglicherweise auch solche Urlauber erreicht, die bisher nur bedingt oder schwer ansprechbar sind.“²²²

3.6 Nachhaltiger Tourismus und Entwicklungszusammenarbeit

Entwicklungspolitik oder Entwicklungszusammenarbeit²²³ ist als die „Summe aller Mittel und Maßnahmen zu verstehen [...], die von Entwicklungs- und Industrieländern eingesetzt und ergriffen werden, um die wirtschaftliche und soziale Entwicklung der Ent-

²¹⁷ vgl. KAMP 1997, S. 204

²¹⁸ vgl. BERTRAM 1997, S. 110

²¹⁹ BROHMAN 1996, S. 65

²²⁰ BROHMAN 1996, S. 65

²²¹ FREYER 2006, S. 520

²²² ADERHOLD et. al. 2006, S. 243

²²³ genaue Definition von Entwicklungszusammenarbeit im Anhang B2

wicklungsländer zu fördern, d.h. die Lebensbedingungen der Bevölkerung in den Entwicklungsländern zu verbessern.“²²⁴

In der deutschen EZ spielte der Tourismus als Handlungsfeld in der Vergangenheit eine eher untergeordnete Rolle. Dennoch gerät der Tourismus in jüngster Zeit immer wieder in die entwicklungspolitische Diskussion. Die in Kapitel 3 dargelegten Fakten bezüglich des Wirtschaftsfaktors Tourismus belegen, warum es den Standpunkt Tourismus als privatwirtschaftliche Aktivität nicht zu fördern, zu überdenken gilt. Heute wird der Tourismus als möglicher Beitrag zu umfassenden Entwicklungsimpulsen im Interesse der Entwicklungsländer gesehen und die meisten EZ-Organisationen haben strategische Papiere zum Umgang mit Tourismusförderung entwickelt.

Die Minimierung der negativen Auswirkungen und Veränderungen durch den Tourismus im Interesse der Betroffenen und die gleichzeitige Maximierung positiver Effekte sind im entwicklungspolitischen Kontext von zentraler Bedeutung. Die Hauptfunktion der EZ ist dabei die Förderung stabiler Rahmenbedingungen.²²⁵ Der Tourismus in den entsprechenden Ländern profitiert davon, denn die Verbesserung der Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung steht im direkten Bezug zu einer gesteigerten touristischen Qualität der Region. Die Förderung des Tourismus strahlt wiederum positive Entwicklungsimpulse aus.²²⁶

Die deutsche Entwicklungspolitik hat sich dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung verschrieben und folgt dem Ziel, Partnerländer bei ihren Bemühungen zu unterstützen, die Lebensbedingungen der Bevölkerung zu verbessern.²²⁷ Deutschland hat als erstes OECD-Mitgliedsland einen Operationsplan für ein Reformprogramm erarbeitet. Dieser Plan verknüpft die Ausrichtung der deutschen EZ auf die Millenniums-Entwicklungsziele mit Maßnahmen, welche die Qualität und Wirkung der EZ erhöhen. Die zugrunde liegenden Prinzipien sind hier neben Armutsorientierung und Kohärenz, das Partnerschaftsprinzip²²⁸ und die Orientierung auf Wirkungen.²²⁹

Phasen der Tourismusförderung

In den 1960er/ 70er Jahren wurde Entwicklungsländer-Tourismus in Deutschland sehr stark von der staatlichen und besonders der Entwicklungszusammenarbeit der politischen Stiftungen gefördert. Das Engagement konzentrierte sich vor allem auf Infrastruk-

²²⁴ NOHLEN 1993, S. 215

²²⁵ z.B. soziale und politische Sicherheit; Armutsbekämpfung; Erhaltung von Naturräumen und natürlichen Ressourcen; intakte Umwelt;

²²⁶ vgl. DIETRICH 2007, S. 20

²²⁷ vgl. RAUSCHELBACH 1998, S. 9

²²⁸ Leitprinzip der Zusammenarbeit zwischen Industrie- und Entwicklungsländern (für weitere Informationen hierzu, siehe BMZ 2007, S. 178f)

²²⁹ vgl. BMZ 2007, S. 177f

turmaßnahmen, Marketingaktivitäten, Beratung von Tourismusorganisationen und die Ausbildung von Fachpersonal.²³⁰

In den 1980ern sah sich der Tourismus aufgrund der offenkundig gewordenen „Schattenseiten“²³¹ zunehmender Kritik ausgesetzt und verschwand weitgehend aus den Förderprogrammen. Der entwicklungspolitische Nutzen des bisherigen Engagements wurde in Frage gestellt, Zweifel an dem Sinn der Tourismusentwicklung in Entwicklungsländern kamen auf.²³²

Seit Mitte der 1990er Jahre kam es aufgrund der UN-Konferenz in Rio im Jahr 1992 und dem danach einsetzenden Nachhaltigkeitsdiskurs²³³ zu einer Wiederannäherung an das Handlungsfeld Tourismus in der deutschen EZ. Die staatliche EZ kooperiert zunehmend mit nichtstaatlichen Akteuren. Die Meidung des konventionellen Tourismus sowie die gezielte Förderung eines nachhaltigen Tourismus standen ab sofort im Mittelpunkt. Die Aktivitäten konzentrierten sich vor allem auf den Natur- und Ressourcenschutz.²³⁴

Mittlerweile gibt es in vielen Entwicklungsorganisationen konkrete Initiativen und Projekte, die sich direkt oder indirekt mit Tourismus als Bestandteil einer nachhaltigen Wirtschaftsförderung beschäftigen. Hier konzentriert sich das Engagement vor allem auf den CBT. Außerdem gibt es Ansätze, die sich mit dem Mainstream-Tourismus beschäftigen, wie z.B. Öko- und Sozialstandards sowie im Bereich Public Private Partnership (PPP).

²³⁰ vgl. GTZ 2007, S. 18

²³¹ siehe Exkurs 2

²³² vgl. GTZ 2007, S. 18f

²³³ siehe Anhang E zu den internationalen Konventionen zum Thema Tourismus und Nachhaltigkeit und Kapitel 3.2

²³⁴ vgl. GTZ 2007, S. 19

4 Das Konzept Volunteer-Tourismus

„Volunteer tourism is one of the most undeveloped themes in the scholarship on alternative tourism.“²³⁵ Gemäß WEARING litt diese Form des Tourismus derart unter der fehlenden Differenzierung von anderen Tourismusarten bzw. Freiwilligenarbeiten, dass „it has been the subject of selective pragmatism rather than a specific definition or method.“²³⁶ In der Literatur wird der Volunteer-Tourismus sogar häufig als ein Teil des *Adventure Tourism* diskutiert.²³⁷ Im Gegensatz zu Themen wie Ökotourismus oder Kulturtourismus existieren nur wenige wissenschaftliche Arbeiten über Volunteer-Tourismus.

Dennoch expandiert dieses Phänomen im internationalen Reiseverkehr in jüngster Zeit sehr stark. Immer mehr Touristen wollen die Einheimischen kennen lernen und die Kultur des Gastlandes besser verstehen, statt nur am Strand zu liegen oder umherzureisen. „While spending your vacation lying on the beach is alluring to many, a growing number of people are craving something more stimulating and fulfilling. They combine travel, adventure, and service by volunteering for short-term stints with non-profit organizations around the world.“²³⁸ Diese steigende Nachfrage erklären BROWN und MORRISON als eine Reaktion auf den Massentourismus mit seinen negativen Einflüssen, ein Phänomen, das allen nachhaltigen touristischen Erscheinungsformen verbindet.

Die Bezeichnung Volunteer-Tourismus ist relativ neu in der Tourismusindustrie, wenngleich der Gedanke einer Reise, mit der Absicht Freiwilligenarbeit zu leisten kein neuer ist. Generell liegt der Hauptfokus auf Volunteer-Projekten in *communities*, die in marginalen Verhältnissen oder in bedrohten Gegenden leben.²³⁹

4.1 Begriffsklärung

Während es für den Begriff „*Volunteer Tourism*“ in der englischen Sprache diverse Unterarten gibt,²⁴⁰ hat dieser Ausdruck noch keinen nachhaltigen Eingang in die deutsche Sprache gefunden.

²³⁵ STODDART/ ROGERSON 2004, S. 311

²³⁶ WEARING 2001, S. 1

²³⁷ vgl. SWARBROOKE 2003 – In: STODDART/ ROGERSON 2004, S. 312

²³⁸ BROWN/ MORRISON 2003, S. 74

²³⁹ vgl. BROWN/ MORRISON 2003, S. 77

²⁴⁰ vgl. Kapitel 4.1.3

4.1.1 Terminus *volunteering*:

„Volunteering is the uncoerced help offered either formally or informally with no or, at most, token pay done for the benefit of both other people and the volunteer.“²⁴¹

In den Vereinigten Staaten volontierten im Jahr 2006 laut dem BUREAU OF LABOR STATISTICS rund 61,2 Millionen Menschen.²⁴² „Volunteering has even become hip“ meint KELLICKER. Es gebe ihrer Meinung nach einen Trend von College und High School Studenten, die ihre Frühjahrsferien dazu nutzen, ein Haus mit Habitat for Humanity zu bauen. „With 28 % of the entire population helping others, there must be something to all this giving“.²⁴³ Die erhöhte Nachfrage nach Volunteer-Reisen lasse sich auf „an increased sense of globalization [...] and an increased affluence of the Baby Boom generation“ zurückführen.²⁴⁴

Eine empirische Untersuchung von THOITS und HEWITT²⁴⁵ zeigt, dass Menschen in einer besseren physischen und mentalen Verfassung eher Volontärsarbeit leisten und dass sich umgekehrt Volontärsarbeit positiv auf die mentale sowie physische Gesundheit auswirkt. Beide vermuten, dass Volontäre eher dazu bereit seien, ihre vor Reiseantritt eingefahrene Meinung zu revidieren, was eine Erklärung dafür bieten könne, warum Volontäre häufiger berichteten, durch ihre Volontärstätigkeit zufriedener, relaxter und weniger egoistisch geworden zu sein (engl. *more broad-minded*), verbunden mit einer veränderten Wahrnehmung der Weltanschauung.²⁴⁶

4.1.2 Terminus Volunteer-Tourismus

Die gängigste, in der Literatur²⁴⁷ am häufigsten verwendete Definition von Volunteer-Tourismus nach WEARING lautet:

„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.“²⁴⁸

²⁴¹ STEBBINS/ GRAHAM 2004, S. 7

²⁴² vgl. BUREAU OF LABOUR STATISTICS 2008, o. S.

²⁴³ vgl. KELLICKER 2008, o. S.

²⁴⁴ vgl. BROWN/ MORRISON 2003, S. 73

²⁴⁵ vgl. THOITS/ HEWITT 2001 – In: BROWN 2005, S. 484

²⁴⁶ vgl. BROWN 2005, S. 485

²⁴⁷ z.B. BROWN 2005; BROWN/ MORRISON 2003; McGEHEE/ SANTOS 2005

²⁴⁸ WEARING 2001, S. 1

Nach MCGEHEE und SANTOS nutze Volunteer-Tourismus “discretionary time and income to go out of the regular sphere of activity to assist other in need”.²⁴⁹ Es herrsche ein stärkeres Bedürfnis „etwas zurückgeben zu wollen“ und die Natur zu erhalten, bzw. der Umwelt nicht zu schaden. Die zugrunde liegende Ideologie des Volunteer-Tourismus vertritt einen Wandel der Gesellschaft von „*travel to take*“ zu „*travel to assist*“ oder während dem Reisen „etwas zurückzugeben“.²⁵⁰ Aber nicht nur die Volontäre können „etwas zurückgeben“, auch lokal tätige Reiseveranstalter und Hotelbesitzer können hier einen wichtigen Beitrag leisten.

Volunteer-Tourismus wird als eine Art Alternativer Tourismus oder Ökotourismus verstanden, mit einer besonderen Betonung auf Nachhaltigkeit, Verantwortung und Bildung.²⁵¹ WEARING beschreibt die Erfahrung mit Volunteer-Tourismus als eine „contextual platform for the intertwining interactions among the ecotourism element, the volunteer element, and the serious leisure element.“²⁵²

Die oben aufgeführten Definitionen schließen alle Arten des Volunteer-Tourismus ein, obwohl sie nach Projekt, Ort, Größe, Partizipation und Zielsetzung sehr unterschiedlich sein können.

Einige Volunteer-Tourismus Organisationen wie WWF (World Wide Fund for Nature), Earthwatch oder Youth Challenge International oder Habitat for Humanity unterscheiden sich selbstverständlich in einigen der oben genannten Punkte.²⁵³ Volontäre arbeiten für Organisationen, die Hilfe bei ihren wissenschaftlichen, ökologischen, sozialen oder anderen Projektformen²⁵⁴ benötigen und erfüllen Aufgaben, die nicht von den üblichen Mitarbeitern aufgrund von finanziellen oder persönlichen Problemen vollbracht werden können.²⁵⁵ Volontäre sind laut WEARING auf der Suche nach einer gemeinnützigen Urlaubserfahrung, die sich nicht nur positiv auf die persönliche Entwicklung auswirkt, sondern gleichermaßen einen Nutzen für die soziale, ökologische oder ökonomische Umgebung hat.²⁵⁶ Die Freiwilligenarbeit kann ein hilfreicher Weg sein, um die Negativauswirkungen der Globalisierung aufzuhalten und einen Beitrag zur Unterstützung der

²⁴⁹ MCGEHEE/ SANTOS 2005, S. 760

²⁵⁰ vgl. WEARING 2001, S. 138

²⁵¹ vgl. BROWN 2005, S.484

²⁵² WEARING 2001, S. 30

²⁵³ vgl. BROWN 2005, S. 480

²⁵⁴ WEARING (2001, S. 2) führt folgende Arten von Volunteer-Reisen auf: „Activities can vary across many areas, such as scientific research (wildlife, land and water), conservation projects, medical assistance, economic and social development (including agriculture, construction and education) and cultural restoration.“

²⁵⁵ vgl. BROWN/ MORRISON 2003, S. 74

²⁵⁶ vgl. WEARING 2001, S. 2

internationalen Zusammenarbeit und eines besseren interkulturellen Verständnis zu leisten.²⁵⁷

4.1.3 Abgrenzungen Volunteer-Tourismus, *VolunTourism* und Projekttourismus

In Kapitel 3.5 wurde bereits erwähnt, dass der New Tourism neben den Kriterien Nachhaltigkeit, Partizipation und globaler Bildung auch über den Tourismusbegriff hinaus andere Aktivitäten beinhalten kann, die einen Zusatznutzen für die Entwicklung diverser Gesellschaften erbringen können.

Grundlegend existieren zwei verschiedene Konzepte von New Tourism. Einerseits der reine Besuch von Projekten: „Hier werden von den Reisenden im Rahmen einer Studien- oder Badereise Projekte besucht, die von anderen geplant und durchgeführt werden. Oft handelt es sich dabei um Projekte der Entwicklungszusammenarbeit“.²⁵⁸ Der vom Tourist bezahlte Preis deckt seine Lebenserhaltungskosten (von sehr einfach bis luxuriös) und beinhaltet zusätzlich eine Aufwandsentschädigung für die bei der veranstaltenden Organisation anfallenden Kosten.²⁵⁹ Solche Projektbesuche werden mittlerweile schon von vielen kleinen Anbietern angeboten und 44 Prozent aller deutschen Reiseveranstalter erwarten bis zum Jahr 2015 eine Bedeutungszunahme der „Informations- und Begegnungsangebote für Spezialinteressen, z.B. Entwicklung von Angeboten zum Besuch geeigneter Projekte der Entwicklungszusammenarbeit“.²⁶⁰

Weiter als der reine Projektbesuch geht andererseits das Konzept der Mitarbeit in Projekten. Hier wird zwischen der *volunteer-minded* und der *vacation-minded* Einstellung der Teilnehmer unterschieden. Bei ersterer ist der Hauptzweck der Reise die aktive Mitarbeit. Unter dieser intensiveren Form des Austausches versteht man Volunteer Tourismus. Die ehrenamtliche Tätigkeit steht dabei im Vordergrund und nimmt den größten oder gar den ganzen Teil des Aufenthaltes im Ausland ein. Diese Art von Volunteer-Tourismus wird im Englischen oft *mission trip* oder *service trip* genannt.²⁶¹

Im Fall des *vacation-minded* Touristen hat die ehrenamtliche Arbeit einen weitaus geringeren Stellenwert. Das eigentliche Anliegen ist der konventionelle Urlaub. Nur ein Element der Reise besteht aus einer Freiwilligenarbeit in der jeweiligen Destination. Am häufigsten wird der Ausdruck *VolunTourism* für diese Art von Tourismus verwendet.²⁶² Die Autoren BROWN und MORRISON verwenden hierfür die Termini *mini-mission*

²⁵⁷ vgl. BROWN/ MORRISON 2003, S. 74

²⁵⁸ JOB/ WEIZENEGGER 2004, S. 638

²⁵⁹ vgl. STODDART/ ROGERSON 2004, S. 313

²⁶⁰ ADERHOLD 2006, S. 229

²⁶¹ vgl. BROWN/ MORRISON 2003, S. 77

²⁶² vgl. BROWN 2005, S. 480

oder *mission-lite*-Konzept. Hier liegt die Annahme zugrunde, dass bereits ein oder zwei Nachmittage mit minimalem Arbeitsaufwand einen deutlichen Effekt sowohl für den Volontär als auch für den Empfänger haben. Die Teilnehmer haben genug Zeit die „traditional three Ss“ (*sun, sea, sand*) der Destination zu genießen. BROWN und MORRISON stellen in ihrer Studie die Vermutung auf, dass diese traditionellen drei S` im Tourismus in Zukunft eine andere Bedeutung erhalten, nämlich: „to fulfill the soul, spirit, and stewardship.“²⁶³

Derartige freiwillige Aufenthalte in Übersee können wichtige Elemente zur Schaffung eines zivilgesellschaftlichen Bewusstseins leisten. Untersuchungen zur Wirkung solcher Reisen haben nachgewiesen, dass freiwillige Arbeit in der Ferienzeit zu einem besseren Verständnis der allgemeinen Situation in Entwicklungsländern und der negativen Auswirkungen der Globalisierung führen kann.²⁶⁴ Die befragten Touristen beschrieben den *VolunTourism* als den eindrucklichsten Teil ihrer Reise. Sie hätten wichtige Kontakte und Freundschaften zu Gleichgesinnten aufgebaut, die auch nach der gemeinsamen Arbeit aufrechterhalten wurden und sie hätten begriffen, dass man wenig brauche um glücklich zu sein.²⁶⁵

4.2 Die historische Entwicklung des Volunteer-Tourismus

Die Entwicklung von organisiertem *volunteering*, vor allem auf internationaler Ebene, ist ursprünglich nicht als eine Tourismusart entstanden. Vielmehr entwickelten sie sich aus den Freiwilligendiensten im fernen Ausland. Dieses Phänomen ist bereits im Jahr 1915 erschienen und hat eine Vielzahl von Organisationen und Gruppen in der ganzen Welt hervorgebracht, wie z.B. Peace Corps USA, Voluntary Service Abroad New Zealand und Australian Volunteer Abroad. Diese Organisationen haben Volunteer-Programme in Entwicklungsprojekten, wie z.B. in der Katastrophenhilfe etc. an den verschiedensten Orten der Welt entwickelt.²⁶⁶

Organisationen, wie der Service Civil International (SCI), entstanden aus einer pazifistischen Bewegung in den 1920er Jahren und können als Vorreiter des Volunteer-Tourismus bezeichnet werden. Dessen erste Phase begann im Jahre 1920 und endete 1945 und war gezeichnet von den Nachkriegsjahren des Ersten Weltkrieges und den Kriegsjahren des Zweiten Weltkrieges. Pazifistische Werte und der Wunsch den Verwundeten zu helfen waren hier die Hauptantriebe. Die darauf folgende Phase, von 1946 bis 1968, war vom Wirtschaftsaufschwung und der alternativen Bewegung der 1968

²⁶³ vgl. BROWN/ MORRISON 2003, S. 77

²⁶⁴ vgl. BROWN/ MORRISON, 2003, S. 2

²⁶⁵ vgl. BROWN 2005, S. 491f

²⁶⁶ vgl. WEARING 2001, S. 50

Jahre bestimmt.²⁶⁷ Mit dem Aufkommen des Massentourismus, ermöglicht durch Charterflüge, wuchs die internationale Bedeutung des Tourismus. Im Zuge der wachsenden globalen Bedeutung des Tourismus entstand in den 60er Jahren des 20. Jahrhunderts eine starke anti-militärische Bewegung, die mit Diskussionen über den Antiautoritarismus und verstärkter Solidarität gegenüber den Entwicklungsländern aufwartete. Aus dieser Bewegung erklärten sich immer mehr Freiwillige bereit direkt vor Ort auszuhelfen.

Die dritte Phase reichte von 1969 bis 1990 und war vor allem von neuen politischen und ökologischen Bewegungen sowie dem immer stärker werdenden Massentourismus geprägt. Besonders kognitive Motivationen veranlassten Volontäre ins Ausland zu gehen: man wollte reisen und andere Länder und Kulturen kennenlernen.²⁶⁸

Mitte der 70er Jahre ist ein Einbruch in der Entwicklung festzustellen. Dieser ist einerseits auf die Auswirkungen der ökonomischen Krise und andererseits auf die Tatsache zurückzuführen dass sich im Zuge der ökologischen sowie der feministischen Bewegung in den 70er Jahren immer mehr Freiwillige in entsprechenden speziellen Gruppen engagierten, anstatt in Workcamps und Volunteer-Projekten zu arbeiten. Insgesamt ist auch der allgemeine Rückgang des Tourismus aufgrund der ökologischen Krise ein weiterer Grund des Einbruchs.²⁶⁹

Doch bereits in den 1980er Jahren, verbunden mit der pazifistischen sowie der Anti-Nuklear und der Anti-Apartheid-Bewegung, begann die Anzahl der Volontäre wieder zu steigen. Workcamps entstanden überall auf der Welt.²⁷⁰ „Helping developing countries became a way of sharing the new wealth obtained by people in Western European countries.“²⁷¹

Die Entwicklung des Volunteer-Tourismus ist von den sozialen Umständen in der Gesellschaft abhängig. Mit dem Wirtschaftsboom der 1950er Jahre und dem Anstieg der sozialen Sicherheit und der Freizeit ist auch eine stärkere Nachfrage nach Freiwilligendiensten im Ausland festzustellen.

Wie bereits aus Kapitel 3 hervorging, leiteten die negativen Auswirkungen des konventionellen Tourismus die Entwicklung eines neuen, nachhaltigen Tourismus ein. Die Expansion des Volunteer-Tourismus ist als eine mögliche Antwort auf diese negativen Effekte zu betrachten. Internationale Freiwilligendienste wurden immer häufiger und der Austausch von Volontären auf internationalem Level rückte in jüngster Zeit ins Interesse der Tourismusindustrie.

²⁶⁷ vgl. SANTNER 2001, S. 1f

²⁶⁸ vgl. SANTNER 2001, S. 1

²⁶⁹ vgl. SANTNER 2001, S. 3

²⁷⁰ vgl. GARD MCGEHEE 2002, S. 125

²⁷¹ SANTNER 2001, S. 3

4.3 Hintergrund des modernen Volunteer-Tourismus

„Nachdem ich als Backpacker in den verschiedensten Gegenden unterwegs gewesen bin, Länder und Leute kennen gelernt habe, hatte ich das Bedürfnis, etwas anderes zu erleben, etwas dass mich einerseits mit den Einheimischen verbindet und andererseits gleichzeitig sinnvoll und nützlich ist.“²⁷²

Dieses Zitat belegt exemplarisch einen gegenläufigen Trend zum konventionellen Tourismus. *Backpacking*-Trips und *Adventure*-Reisen sind nicht länger ausreichend. Junge Leute wollen immer häufiger lange genug in einer Destination bleiben, um sich ein richtiges Bild über die Kultur der Einheimischen machen zu können.

Obwohl der Volunteer-Tourismus noch nicht als gängiger Bestandteil in der Tourismusindustrie zählt, wird er vor allem in Entwicklungsländern als ein zukunftsweisender Sektor betrachtet. LANGE betont: „Once the domain of intrepid backpackers, ‘responsible tourism’ and ‘voluntourism’ are now boom markets for the youth industry. Every year volunteer travel organisations send thousands of young people to developing countries. Now they need to ensure that it is the local communities and volunteers that benefit the most of the experience.“²⁷³

Der wachsende Trend von Tourismus in Entwicklungsländern, auf den bereits im Exkurs 1 eingegangen wurde, ist ebenso ausschlaggebend für das steigende Interesse an Volunteer-Tourismus. Konsequenterweise sind daher die meisten Volunteer-Projekte in Entwicklungs- und Transformationsländern vorzufinden. Im Folgenden wird der Volunteer-Tourismus in den Kontext „Alternativer Tourismus“ eingegliedert und die Bedeutung einiger Elemente von nachhaltigen touristischen Erscheinungsformen²⁷⁴ für den Volunteer-Tourismus aufgezeigt.

4.4 Volunteer-Tourismus innerhalb anderer Tourismussegmente

Während manche Autoren der Meinung sind, dass der Volunteer-Tourismus im Zuge des Alternativen Tourismus entstanden ist,²⁷⁵ sind andere von dem sozio-politischen und ökonomischen Gründen des Aufkommens von Volunteer-Tourismus überzeugt.²⁷⁶ Es ist nicht einfach den Volunteer-Tourismus adäquat auf dem Tourismusmarkt einzuordnen,

²⁷² mündliche Aussage der Volontärin BEATRICE WÖHLER in Langa, einem Township in der Nähe von Cape Town, am 21.11.2007

²⁷³ COOPER 2007, S. 27

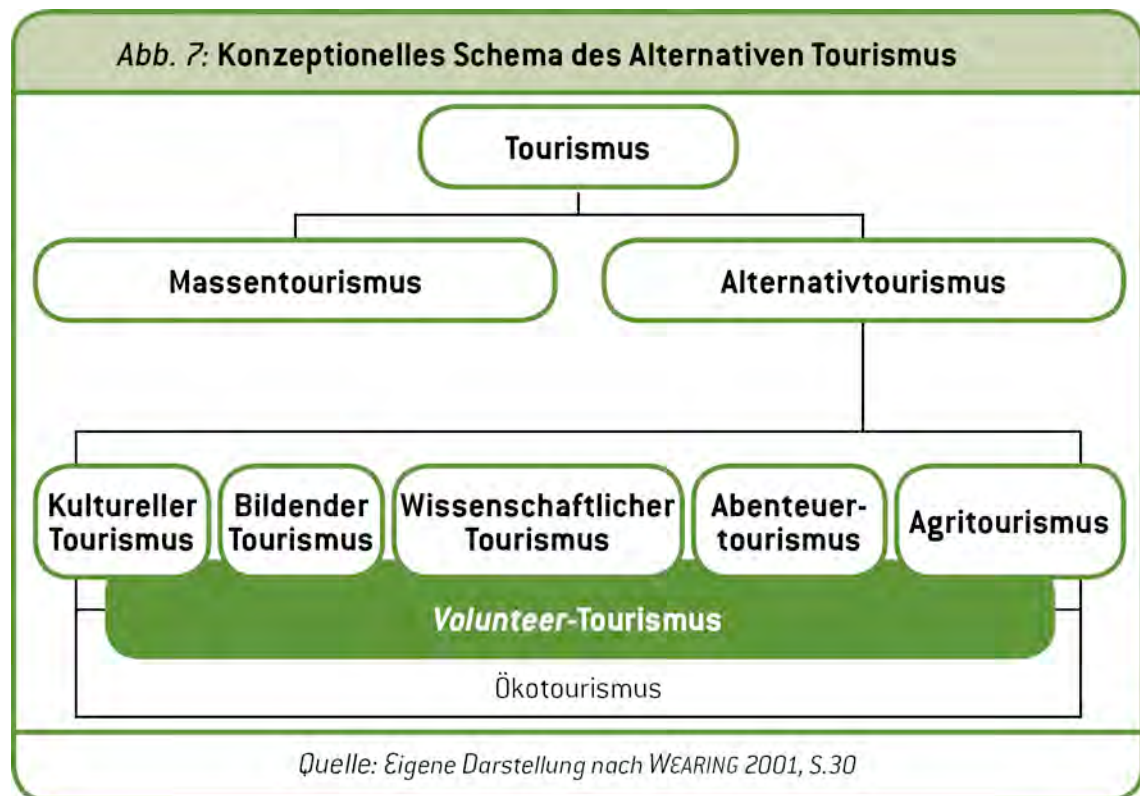
²⁷⁴ siehe dazu Kapitel 3.4

²⁷⁵ vgl. WEARING 2001, S. 23

²⁷⁶ vgl. SANTNER 2001, S. 4ff

da er gemäß der zweiten Auffassung einen sozio-politischen Ursprung besitzt, eng mit Non-Profit-, *Charity*- und Entwicklungsorganisationen verknüpft ist und erst seit Kurzem in der kommerziellen Tourismusindustrie auftaucht.

Im nachfolgenden Diagramm von WEARING (siehe Abb. 7) wird versucht, den Volunteer-Tourismus in das Schema des „Alternativen Tourismus“ einzuordnen. Zunächst unterteilt WEARING zu diesem Zweck Tourismus in zwei umfassende Kategorien, nämlich den „Massentourismus“, der den Markt dominiert, und den „Alternativen Tourismus“, der viele unterschiedliche Formen annehmen kann. Eine Gemeinsamkeit dieser Formen ist, dass sie eine Alternative zum Massentourismus darstellen und sie keinen „*large-scale*“ sondern einen „*small-scale*“ Tourismus, das heißt einen weniger dichten, verstreuten Tourismus im ländlichen Raum anbieten. Dieser Alternative Tourismus ist speziell auf die Interessen von Gruppen mit meist überdurchschnittlicher Bildung und gutem Einkommen zugeschnitten. Zudem werden von COHEN²⁷⁷ zwei weitere Zielgruppen eingeführt, nämlich die so genannten *explorer* und *drifter*.²⁷⁸



Das Schaubild demonstriert grundsätzliche Beziehungen der verschiedenen, in der Literatur auftauchenden, Tourismusformen sowie deren engen Zusammenhang mit Freizeit- und Freiwilligenarbeit. Weiter stellt es den Unterschied zwischen Alternativen Touris-

²⁷⁷ COHEN 1987 - In: WEARING 2001, S. 30

²⁷⁸ Beide Begriffe beziehen sich auf das Reiseverhalten eines bestimmten Typus von Individualreisenden. „explorer“ = englische Bezeichnung für Forscher; „drifter“ = englische Bezeichnung für „Herumtreiber“, „Landstreicher“.

mus und Massentourismus dar, der in der enormen Bandbreite an unterschiedlichen Schwerpunkten besteht. So sind die sozialen und ökologischen Auswirkungen des Volunteer-Tourismus als Form des Alternativen Tourismus von denen des Massentourismus grundsätzlich unterschiedlich.

Zu den verschiedenen Arten des Alternativen Tourismus zählt WEARING Kultur-, Bildungs-, Wissenschafts-, Abenteuer- und ländlichen Tourismus. Er hält es im Gegensatz zum Volunteer-Tourismus für schwierig, den weiter unten erläuterten Ökotourismus in den Kontext „Alternativer Tourismus“ einzuordnen, denn auch wenn er in alle anderen Bereiche übergreife, sei er nicht direkt mit Kulturtourismus verbunden.²⁷⁹

Organisationen, die Volunteer-Tourismus anbieten, arbeiten üblicherweise im Bereich der *Conservation Research* oder der *Community Development Work*. Volontäre unterstützen zum Beispiel Organisationen, die im Umweltschutz tätig sind, wie z.B. der WWF und das Earthwatch Institute. Schauplätze dieser Projekte sind meist reizvolle Gegenden, wie tropische Regenwälder, Lagunen oder Strände, wo die Volontäre zum Beispiel helfen Babyschildkröten zurück ins Meer zu tragen.²⁸⁰ In wirtschaftlicher, sozialer und medizinischer Hinsicht werden andere Volunteer-Projekte im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit durchgeführt.

Der Volunteer-Tourismus ist Tourismusarten wie dem Pro-Poor-Tourism und dem Fair-Trade-Tourism sehr ähnlich. Zu den Überschneidungen gehört zum Beispiel, dass meist kleine Initiativen einen geringeren Bekanntheitsgrad aufweisen, dass die Partizipation der lokalen Bevölkerung im Vordergrund steht und die Beherbergung in traditionellen Unterkünften erfolgt, etc.

Das Element Ökotourismus

Die meisten Kriterien, die auf den Ökotourismus zutreffen (vgl. Definitionen in Kap. 3.3.1), können auch auf den Volunteer-Tourismus angewendet werden. Der Volunteer-Tourismus ist wie der Ökotourismus eine „Form verantwortungsbewussten Reisens“, die „negative ökologische und sozio-kulturelle Auswirkungen“ minimiert und „Einkommensmöglichkeiten für die lokale Bevölkerung“ schafft.²⁸¹

Viele Volunteer-Projekte verfolgen das Ziel, einen nachhaltigen Beitrag zum Erhalt des jeweiligen Ökosystems zu leisten. Dementsprechend ist das Element Ökotourismus innerhalb des Volunteer-Tourismus stark ausgeprägt. Volunteer-Tourismus-Projekte werden vorwiegend entweder innerhalb einer lokalen Gemeinde, einem lokalen Projekt oder zusammen mit einer Organisation durchgeführt, die eine lokale NGO unterstützt.

²⁷⁹ vgl. WEARING 2001, S. 30f

²⁸⁰ vgl. STODDARD/ ROGERSON 2004, S. 312

²⁸¹ vgl. STRASDAS 2001, S. 6

Aufgrund der Tatsache, dass die Volunteer-Touristen neben der körperlich geleisteten Arbeit auch dafür zahlen, um an dem jeweiligen Projekt teilzunehmen und Erfahrungen sammeln zu können, unterstützen sie die Projekte in verschiedener Hinsicht. Das Prinzip des Ökotourismus und das des Volunteer-Tourismus ist das grundsätzliche Bestreben, das natürliche Ökosystem zu erhalten, weshalb sich beide Tourismusarten von anderen naturbezogenen Tourismusformen unterscheiden.

Das Element „Pro Poor Tourismus“

Armutsorientierter Tourismus oder Pro Poor Tourismus (PPT) ist kein „specific product or niche sector but an approach to tourism development and management.“²⁸² Nach der Definition von dem International Centre for Responsible Tourism (ICRT) müssen die Beziehungen zwischen Tourismus und benachteiligten Bevölkerungsgruppen verbessert werden, damit die Bedeutung des Tourismus als ein Beitrag zur Armutsbekämpfung wächst und arme Menschen effektiver am Tourismus partizipieren können.²⁸³

Besonders in Gegenden, in denen der Tourismus nicht stark ausgeprägt und dementsprechend keine touristische Infrastruktur vorhanden ist, kann der Volunteer-Tourist einen signifikanten Beitrag zur Einkommensgenerierung der lokalen Bevölkerung leisten. Während der konventionelle „Freizeit-Tourist“ auf eine touristische Infrastruktur angewiesen ist, nimmt der Volunteer-Tourist an dem Leben der lokalen Bevölkerung teil und lebt mit der *community* zusammen. Das Geld, das er ausgibt, kommt bestenfalls in vollem Umfang der lokalen Bevölkerung zugute. Das Vorhandensein einer touristischen Infrastruktur ist dabei nicht zwingend.

Ferner haben PPT und Volunteer-Tourismus zum Ziel gender-gerecht zu handeln. Bildung und *empowerment* derjenigen, die normalerweise keinen Zugang zu Schulen haben und keine Ausbildungsmöglichkeiten besitzen, ist ein zentrales Ziel von Volunteer-Organisationen mit sozialem Hintergrund.

Das Element *Fair Trade*

Die internationale Fair Trade-Bewegung basiert auf der Ablehnung der Handelsbedingungen zwischen Industrie- (nördlichen) und Entwicklungs- (südlichen) Ländern, die ungleiche Voraussetzungen und Benachteiligungen für Entwicklungsländer nach sich ziehen. Seit den 1960er Jahren versuchte die globale Fair Trade-Bewegung diesen Ungleichheiten mithilfe von Fair Trade Labels, Handelsbeziehungen und ethischen Handelsinitiativen entgegenzuwirken.²⁸⁴

²⁸² PPT 2008, o. S.

²⁸³ vgl. PPT 2008, o. S.; siehe auch Definition von PPT in Anhang B2

²⁸⁴ vgl. SEIF 2002, S. 126

Das International Network on Fair Trade in Tourism wurde im Jahr 1999 etabliert und zählt heute über 200 Mitglieder, einschließlich NGOs, Initiativen des Industrie- und *community*-Tourismus sowie akademische Forschungsinstitutionen aus Europa, Asien, Afrika und Lateinamerika.²⁸⁵ Tourism Concern, eine englische NGO, definiert Fair Trade in Tourism (FTT) als „a key aspect of sustainable tourism“.²⁸⁶ Ohne eine faire und ethische Handlungsweise ist es, laut der Meinung der Vertreter des FTT, nicht möglich, einen nachhaltigen Tourismus zu praktizieren. FTT unterstützt das Recht, indigener Bevölkerungsgruppen am Tourismus als gleichberechtigte *stakeholders* und Nutznießer zu partizipieren, auch wenn sie nicht im Tourismussektor involviert sind.²⁸⁷

Gemäß den Prinzipien des Fair Trade Tourismus²⁸⁸, nämlich gerechte Teilhabe, Verlässlichkeit, Respekt, Demokratie, Transparenz und Nachhaltigkeit, ist der Volunteer-Tourismus eng mit dieser Tourismusart verbunden. So vertrauen die Volunteer-Organisationen auf die lokale Bevölkerung und die jeweiligen Projekte, in Bezug auf eine angemessene Unterbringung und Versorgung der Volontäre. Eine erfolgreiche Zusammenarbeit ist nur mit demokratischen Strukturen und gegenseitigem Respekt vorstellbar. Des Weiteren ist das Kriterium der Transparenz von besonderer Bedeutung. Volontäre, die oft beträchtliche Summen Geld für die Teilnahme an einem Projekt zahlen, sind verständlicherweise daran interessiert, wie ihre Gelder eingesetzt werden.

Die Non-Profit-Organisation Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA)²⁸⁹ hat vorbildliche Maßnahmen getroffen und nimmt eine Pionierstelle in diesem Bereich ein. Basierend auf sechs fundamentalen Prinzipien kann der Volunteer-Tourismus zu einer nachhaltigen Entwicklung beisteuern, indem z.B. Netzwerke von lokalen Gemeinden, Volontären und Volunteer-Organisationen gebildet werden, um Synergieeffekte zu erzielen und nachhaltige Partnerschaften entstehen zu lassen.²⁹⁰

²⁸⁵ vgl. SEIF 2002, S. 126

²⁸⁶ vgl. KALISCH 2001 – In: SEIF 2002, S. 126

²⁸⁷ vgl. SEIF 2002, S. 126

²⁸⁸ siehe dazu Anhang D

²⁸⁹ genauere Informationen im Exkurs 3

²⁹⁰ vgl. FTTSA 2008, o. S.

Exkurs 3: Das Beispiel FTTSA – Die erste Schutzmarke für den Tourismus

Neben dem Staat und privaten Organisationen können auch nichtstaatliche Institutionen als Partner bei der Überprüfung und Umsetzung einer sozial- und umweltverträglichen Entwicklung des Tourismus eine unterstützende Funktion ausüben. Als Beispiel soll nachfolgend die südafrikanische NPO FTTSA (*Fair Trade in Tourism South Africa*) näher erläutert werden. FTTSA ist ein Zertifizierungsunternehmen, das sich der Unterstützung einer fairen und verantwortungsvollen Tourismusentwicklung in Südafrika verschrieben hat, um eine faire, partizipative und nachhaltige Tourismusindustrie zu generieren. Die Organisation ist dabei anders als ein touristischer Betrieb oder ein kommunales Tourismusprojekt nicht im wirtschaftlichen Sinne tätig, sondern arbeitet im tourismuspolitischen Vorfeld (vgl. FTTSA 2007, S. 2).

Die FTTSA-Trademark

Die Trademark von FTTSA (siehe Abb. 8) ist als Symbol für Fairness in der Tourismusbranche anzusehen. Diese Zertifizierung ist sowohl für etablierte als auch für aufstrebende Unternehmen erhältlich. Um mit dem Gütesiegel ausgezeichnet zu werden, müssen die von FTTSA festgelegten Prinzipien (siehe Anhang D) von den Tourismusbetrieben erfüllt werden. Heimische Gutachter werden mit einem zeitaufwendigen Zertifizierungsprozedere beauftragt (vgl. SEIF o. J., o. S.). Erfüllt ein Unternehmen keine 70% der benötigten Anforderungen, hat es die Möglichkeit in einem bestimmten Zeitraum (meistens mehrere Monate) die Schwächen zu beseitigen. Dabei wird es durch Beratung und Feedbackgespräche von FTTSA unterstützt. Nur bei erfolgreichem Abschluss des Zertifizierungsprozesses wird ihm für ein Jahr die FTTSA-Trademark verliehen. Die Mindestgebühr für die Nutzung des Siegels beträgt bei sehr kleinen 75,- EUR pro Jahr, massentouristische Betriebe zahlen bis zu 3000,- EUR pro Jahr (vgl. BETZ 2008, o. S.).

Abb. 8: FTTSA-Trademark



Quelle: FTTSA 2008, o. S.

FTTSA hat international aufgrund der bisher geleisteten, überzeugenden Arbeit hohes Ansehen erworben und ist im Jahr 2005 mit dem „TO DO!-Special Award“ ausgezeichnet worden. Die NPO arbeitet zum einen professionell, geht sehr in die Tiefe, begleitet die tourismus- und arbeitsmarktpolitischen Ziele in Südafrika und regt zu einer sozialverantwortlichen Entwicklung der jungen Republik an. Aus diesen Gründen und in dieser Form ist FTTSA weltweit bislang einmalig und vorbildlich (vgl. BETZ 2008, o. S.).

5 Der Volunteer-Tourismus Markt

Obwohl das Phänomen des Volunteer-Tourismus immer mehr in die öffentliche Aufmerksamkeit rückt, so ist er allgemein noch wenig bekannt. Dies trifft sowohl für Deutschland als auch für den südafrikanischen Markt zu. Jennifer SEIF, *Executive Director* der Organisation FTTSA, (siehe Exkurs 3) bestärkt diese These: „Volunteer tourism is not very well known. [...] The companies are organizing themselves, which is the reason that it is not well known in the industry.“²⁹¹

Im Folgenden wird ein Überblick über den heutigen Volunteer-Tourismus-Markt gegeben. Dies umfasst den Bereich der Nachfrage mit den verschiedenen Typologien der Volunteer-Touristen und deren Motivationen sowie allgemeinen demographischen Angaben. Auf Seiten der Anbieter findet sich eine Vielzahl unterschiedlicher Organisationen und Unternehmen. Sie bieten alle mehr oder weniger ähnliche Produkte an, die am Ende dieses Kapitels in ausgewählten Beispielen veranschaulicht werden.

5.1 Die Nachfrage

In der Entwicklung der ehrenamtlichen Tätigkeiten ist ein Strukturwandel von der herkömmlichen, „klassischen“ Freiwilligenarbeit hin zu einer neuen oder „modernen“ Variante zu beobachten. Während das „alte“ *volunteering* z.B. eng mit religiösen oder politischen Motivationen verbunden ist, sich meist über einen längeren Zeitrahmen erstreckt und oft mit einer Vereinsmitgliedschaft einher geht, ist das „neue“ *volunteering* projektbezogen. Die Volontäre sind nicht mehr zwangsweise Mitglieder bestimmter Organisationen und sind wählerisch bezüglich ihrer Tätigkeiten. Sie haben klar definierte Vorstellungen und idealistische Auffassungen. Altruistische Motivationen, die in den klassischen Freiwilligendiensten die Hauptrolle spielten, rücken heute in den Hintergrund. Der Volunteer-Tourist wird oft von Motivationen angetrieben, die seine persönliche Entwicklung betreffen. Die verschiedenen zugrunde liegenden Motivationen werden weiter unten in diesem Kapitel ausführlich beschrieben.

Im Rahmen dieser Arbeit wird nur auf die moderne Variante des Volunteer-Tourismus eingegangen. Im Folgenden werden gemäß der Definition des Volunteer-Tourismus nach WEARING²⁹² mit dem Begriff Volunteer-Touristen solche Personen bezeichnet, die im Rahmen eines Urlaubs an einem organisierten Volunteer-Projekt teilnehmen. Ausgenommen sind hiervon Teilnehmer von Volontärprogrammen der internationalen oder

²⁹¹ mündliche Aussage SEIF, 06.03.2008

²⁹² siehe Kapitel 4.1.2

nationalen Hilfsorganisationen, wie z.B. United Nations Volunteers (UNV) oder dem „weltwärts“- Programm des BMZ. Da diese Programme eher spezifische Kenntnisse und Qualifikationen erfordern und Stipendien vergeben, sind sie als Entwicklungsprojekte zu betrachten. Es folgt eine Typologisierung der Volunteer-Touristen und deren persönlicher Motivationen, die signifikante Auswirkungen auf das Phänomen des Volunteer-Tourismus haben.

5.1.1 Typologie der Volunteer-Touristen

Damit der Markt mit speziellen Angeboten auf die Nachfrage reagieren kann, ist es für die Anbieter notwendig, die unterschiedlichen Motivationen und Bedürfnisse der Volunteer-Touristen zu verstehen. Generell kann man den Volunteer-Tourist als eine Person beschreiben, die ihre Arbeitserfahrung, Fähigkeiten und freie Zeit zum Wohlergehen anderer zur Verfügung stellt. Die persönlichen Nutzen für den Volontär liegen beispielsweise im gemeinsamen Lernen sowie abenteuerlichen Erlebnissen und eventuellen Freundschaften, die sich durch gemeinsame Tätigkeiten und den intensiven persönlichen Kontakt entwickeln können.

STEBBINS und GRAHAM haben im Rahmen aller bisherigen Befragungen in Schottland eine Kategorisierung verschiedener Volunteer-Typen vorgenommen. Unter anderem wurde nach dem Grund der Unterstützung und der Motivation zur Teilnahme am Volunteer-Projekt gefragt.²⁹³ Die nachfolgende Tabelle soll einen ersten einleitenden Überblick verschaffen. Im Anschluss werden einige demographische Angaben zu den Volunteer-Touristen aufgeführt, um dann genauer auf die Motivation der Gäste einzugehen.

Tab. 3: Typologie der Volunteer-Touristen	
Volunteer-Art	Vorrangiger Volunteer-Beweggrund
Entdecker	Entwickeln von Fertigkeiten und Wissen
Bewahrer	Die bisher erlangten Fertigkeiten teilen
Erzieher	Sozialisieren und trainieren
Anfänger	Fertigkeiten und Wissen verinnerlichen
Anfreunder	Sozialisierung und Netzwerk
Abenteurer	Herausforderungen erleben
Investoren	Spenden / Schaffen von Fonds
Freizeitsucher	Persönliche Interessen/Hobbys
Aktivisten	Unterscheiden sich durch bezahlte Belegschaft
Gesundheitssucher	Gesundheitszustand und Lebensstil verbessern
Organisatoren	Anleitung und Ausbildung
Quelle: Eigene Darstellung nach STEBBINS / GRAHAM 2004, S. 27	

²⁹³ vgl. STEBBINS / GRAHAM 2004, S. 26

5.1.2 Demographische Angaben

Jugendliche und junge Erwachsene

Auch wenn die Charakterisierung eines Volunteer-Touristen nicht sehr leicht fällt, so hat sich doch aufgrund zahlreicher Studien gezeigt, dass eine hohe Anzahl der Volunteer-Touristen junge Erwachsene im Alter zwischen achtzehn und fünfundzwanzig Jahren sind. Außerdem ist festzuhalten, dass eine größere Anzahl von Frauen an Volunteer-Projekten teilnehmen.²⁹⁴

Im Allgemeinen sind Jugendliche und junge Erwachsene ungebundener, was die Teilnahme an einem Projekt vereinfacht, das sich eventuell über mehrere Wochen oder sogar Monate erstreckt.

Die Studie von World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE) aus dem Jahr 2007 zeigt deutlich, dass junge Menschen in den letzten fünf Jahren generell mehr reisen, insbesondere in fremde Länder. Der Trend geht eindeutig zum Wunsch nach intensiverem Kontakt mit der einheimischen Bevölkerung. 70 Prozent der Befragten gaben an, dass das Ziel der Reise darin lag, eine neue Sprache zu erlernen, Forschungsreisen zu unternehmen, an einem Volunteer-Projekt teilzunehmen oder im Ausland zu arbeiten bzw. zu studieren. Die Teilnehmer verfügen tendenziell auch über eine höhere Schulbildung. Des Weiteren ist festzustellen, dass trotz des geringen Einkommens der jungen Reisenden, längere und dementsprechend intensivere Aufenthalte unternommen werden. Die Hauptzielländer befinden sich für die Einkommensgruppe „unter 5000 US\$ im Jahr“ in Afrika und Asien. Diejenigen, die mehr als 5000 US\$ im Jahr verdienen, reisen vorwiegend zu Destinationen in Nordamerika, Lateinamerika und Europa.²⁹⁵

Weniger als ein Viertel aller Antwortenden definiert sich selbst als „Tourist“. Die Mehrheit (46 Prozent) definiert sich als eine Mischung aus „Traveller“, „Backpacker“, „Volunteer“ und „Student“.²⁹⁶

Großbritannien ist mit dem allgemein bekannten und zahlreich praktizierten so genannten *Gap Year*²⁹⁷ Vorreiter vieler europäischer Länder. In den letzten 10 Jahren hat sich das *Gap Year* als ein professionelles und institutionalisiertes Phänomen entwickelt.²⁹⁸ Die hohe Nachfrage hat viele englische Reiseveranstalter veranlasst, die unterschiedlichsten touristischen Programme für diese spezifische Zielgruppe zu entwickeln und zu

²⁹⁴ vgl. WEARING 2001, S. 60

²⁹⁵ vgl. WYSE 2007, S. 4ff

²⁹⁶ vgl. WYSE 2007, S. 9

²⁹⁷ Der Begriff „Gap Year“ ist in England eine gängige Bezeichnung für einen längeren Zeitraum (nicht zwangsläufig ein ganzes Jahr) zwischen zwei bedeutenden Lebensabschnitten, meist nach dem Schulabschluss und vor dem Studienanfang praktiziert.

²⁹⁸ vgl. SIMPSON 2004, S. 681

vermarkten. Laut einer Studie von SIMPSON nehmen jedes Jahr ca. 10.000, vor allem junge Menschen an diesen Programmen teil, die meist in Entwicklungsländern situiert sind.²⁹⁹

Ältere Erwachsene und Senioren

Die zweite große Zielgruppe setzt sich aus Personen der Altersgruppe ab Mitte 30 zusammen. Diese haben oftmals den Entschluss gefasst, ihren Lebensalltag zu verändern, eventuell den Beruf zu wechseln und in der Übergangsphase die Zeit zu nutzen, um an einem Volunteer-Projekt teilzunehmen.³⁰⁰ Individuen in der Altersgruppe von 35 bis 44 nehmen nach einer Studie von KELICKER den größten Teil der Volunteer-Touristen ein.³⁰¹ Zu einem ähnlichen Ergebnis ist auch das BUREAU OF LABOR STATISTICS gekommen. Rund 30,1 Prozent aller 61,2 Millionen amerikanischen Volontäre im Jahr 2006 gehören zu dieser Zielgruppe. Allerdings geht hier die Alterseinteilung von 35 bis 54 Jahre.³⁰²

Rentner, meist erst kürzlich pensioniert, stellen den anderen Teil der Zielgruppe. Gründe dafür sind z.B., dass Rentner nicht mehr an einen Beruf gebunden sind und ihre frei zur Verfügung stehende Zeit oftmals sinnvoll nutzen wollen. Ihre Kinder sind in der Regel selbstständig. Außerdem haben kürzlich Pensionierte meist genügend Einkommen zur Verfügung. Manche Rentner ziehen es zwar vor alles alleine zu organisieren und in die Hand zu nehmen, doch ein Großteil dieser Volontäre bevorzugt es, in Gesellschaft zu sein und die Sicherheit und die Bequemlichkeit der organisierten Reise zu genießen. Damit werden sie zu einer wichtigen Zielgruppe für den Volunteer-Tourismus.

Zur Zielgruppeneinschätzung in Deutschland folgt ein Zitat von MANGELS, Geschäftsführer von Explore & Help: „Wir haben erstaunlich viele Anfragen von den „grown-ups“, sprich Menschen ab 30, die sich für diese Themen interessieren. Ich denke, es gibt sehr viele Menschen, die Interesse haben und nicht wissen, was für Möglichkeiten es gibt. Jugendliche sind sich dessen schon eher bewusst, sie sind noch mutiger und noch nicht so gefestigt. Viele kriegen nach der Schule eine Sinnkrise und wollen entweder helfen, oder einfach in die weite Welt hinaus. Doch bei den Älteren liegt noch sehr viel Potential, denn ich habe den Eindruck dass Menschen ab 30, nach 10 Jahren Arbeit, in die Phase kommen, in der sie überlegen, was man eigentlich noch anderes machen kann. Die Nachfrage bei dieser Altersgruppe ist zwar nicht stärker als bei den Jugendlichen, aber sehr viel stärker, als ich dachte.“³⁰³

²⁹⁹ vgl. SIMPSON 2004, S. 681

³⁰⁰ SIMPSON 2004, S. 682

³⁰¹ vgl. KELICKER 2008, o. S.

³⁰² vgl. BUREAU OF LABOR STATISTICS 2008, o. S.

³⁰³ mündliche Aussage MANGELS, 07.03.2008

5.1.3 Motivationen der Volunteer-Reisenden

In der heutigen schnelllebigen Gesellschaft kommt es häufig vor, dass Menschen sich isolierter fühlen als in vergangenen Generationen. Volunteer-Tourismus kann hier eine Verbindung zwischen Menschen mit gleichen Interessen schaffen.³⁰⁴

Die Gründe, warum sich Menschen für Volunteer-Projekte interessieren, sind sehr komplex. Um hier in die Tiefe zu gehen, ist es erforderlich die psychologischen, politischen, religiösen und kulturellen Hintergründe der potentiellen Zielgruppe zu betrachten. In den nächsten drei Unterkapiteln werden verschiedene Motivationsmuster beschrieben, die auf einem psychologischen Modell beruhen.³⁰⁵

Altruistische Motivationen

Wie weiter oben bereits erwähnt wurde, rücken altruistische Motivationen, die in der Vergangenheit die Hauptmotivation von Freiwilligendiensten im Ausland waren, heute immer mehr in den Hintergrund. Altruistische Motivationen, in der Sozialpsychologie auch „Prosoziales Verhalten“ genannt, gründen auf dem selbstlosen Bedürfnis, anderen oder der Umwelt etwas Gutes zu tun.³⁰⁶

Diese Volunteer-Touristen werden von dem Bedürfnis angetrieben, anhand ihrer Mitarbeit in einem bestimmten Projekt, einen direkten Beitrag zur Verbesserung der Lebensumstände der lokalen Bevölkerung zu leisten. Ihr Wille zur sozialen Gerechtigkeit beizutragen, indem sie durch ihre Arbeit beispielsweise die Lebensqualität armer oder kranker Menschen, ethnischer Minderheiten oder Waisen-Kindern steigern, ist eine bewusste Entscheidung, die meist entweder auf vergangenen Erfahrungen oder auf von Medien vermittelten Vorstellungen basiert.

Weiterhin existiert oftmals der abstrakte Wunsch etwas „zurückgeben zu wollen“,³⁰⁷ was größtenteils auf der Tatsache beruht, dass die meisten Teilnehmer aus sozial gehobenen Verhältnissen stammen. In einer Studie zu unterschiedlichen Motivationen von WEARING wird z.B. deutlich, dass altruistische Motivationen neben egozentrischen Motivationen (mehr dazu im folgenden Kapitel) ein immer wieder auftauchender Grund zur Entscheidung einer derartigen Form von Tourismus ist.³⁰⁸ Auch BROWN stellt fest: „’A trip with a purpose’ is appealing to participants because it offers them a chance to help with the less fortunate instead of pure self-enjoyment.“³⁰⁹

³⁰⁴ vgl. MCGEHEE/ SANTOS 2005, S. 764

³⁰⁵ vgl. IABC 2008, o. S.

³⁰⁶ vgl. JONAS et al. 2008, o. S.

³⁰⁷ vgl. WEARING 2001, S. 66

³⁰⁸ vgl. WEARING 2001, S. 70

³⁰⁹ BROWN 2005, S. 488

Egozentrische Motivationen

Weitere Gründe, die für einen Volunteer-Touristen ausschlaggebend sind, diese Form von Reise anzugehen, können unter „egozentrische Motivationen“ zusammengefasst werden. Unter „egozentrische Motivationen“ fallen alle Motivationen, die die eigene Person betreffen. Obwohl es dem Volunteer-Tourismus an einem offenkundigen politischen Auftrag fehlt, lassen sich durch die einzigartige Form der Partizipation, zukünftige Aktivitäten erahnen. Es wird ihm unterstellt, dass er Gleichgesinnte unterschiedlicher Herkunft zusammenbringt, um einen Ideenaustausch oder die Herausbildung von Netzwerken zu ermöglichen. Diese neuen Netzwerke können im Gegenzug wiederum anregend sein für eine Unterstützung anderer sozialer Aktivitäten.³¹⁰

1. Persönliche Entwicklung/ Bewusstseinsweiterung

Neben dem Interesse an einer professionellen Weiterentwicklung gibt es ein allgemeineres Bedürfnis einer persönlichen Entwicklung. Ehrenamtliche Tätigkeiten in fernen Ländern werden als Möglichkeit betrachtet, die innere Zufriedenheit zu fördern und positive Auswirkungen auf das persönliche Bewusstsein auszuüben.

Eine typische Motivation ist beispielsweise „seinen eigenen Horizont zu erweitern“, Erfahrungen zu sammeln und damit seine persönliche Perspektive zu verändern. Der Wunsch, sich selbst zu beweisen, dass man hierzu überhaupt fähig ist, veranlasst viele Volontäre eine derartige Reise zu unternehmen.³¹¹

Der Volunteer-Tourismus bietet die Möglichkeit, bewusstseinsbildende Erfahrungen zu erleben. Die Studie von McGEHEE und SANTOS zeigt, dass Erfahrungen im Volunteer-Tourismus das Potential besitzen, die Wahrnehmungen der Teilnehmer über die Gesellschaft (sowohl auf einem globalen als auch auf einem lokalen Level) zu verändern.³¹²

Sozial-psychologische Theorien besagen, dass die bewusstseinssteigernde Erfahrung ein notwendiger Wegbereiter für eine soziale, partizipative Bewegung ist. Bewusstseinsbildung gilt als ein wichtiger erster Schritt für jeglichen Aktionismus. Zunächst sollten sich Individuen der existierenden Probleme und der Ungleichheiten bewusst werden.³¹³

2. Kultureller Austausch und Bildung von Netzwerken

³¹⁰ vgl. McGEHEE/ SANTOS 2005, S. 762

³¹¹ vgl. WEARING 2001, S. 67

³¹² vgl. McGEHEE/ SANTOS 2005, S. 765

³¹³ vgl. McGEHEE/ SANTOS 2005, S. 761

MCGEHEE und SANTOS behaupten, dass es sozial-psychologischen Theorien zufolge wichtig für den Erfolg von Volunteer-Reisen sei, während des Volunteer-Aufenthaltes soziale Netzwerke³¹⁴ aufzubauen. Individuen partizipieren und identifizieren sich viel leichter mit einer gesellschaftlichen Bewegung, wenn sie von anderen angespornt und bestärkt werden. Im Kontext des Volunteer-Tourismus wurde die Bildung von gesellschaftlichen Netzwerken als wichtiger Indikator für späteres gesellschaftliches Engagement erkannt. Gruppen bilden ein gemeinsames Bewusstsein und fördern den gegenseitigen Austausch. Ein aus dem Volunteer-Tourismus heraus entstandenes Netzwerk könnte einen informellen Kanal zum Ideenaustausch bieten und eine bewusstseinsbildende Erfahrung werden.³¹⁵ Es findet eine sehr starke Interaktion mit anderen Volontären, Forschern, lokalen Beamten und Einheimischen statt. Obwohl diese Interaktion nicht immer von Dauer ist, so gleicht die Intensität oft den zeitlichen Rahmen aus. Volontäre teilen meist die gleichen Schlafräume, essen gemeinsam, nehmen an den gleichen Schulungen/ Briefings teil und fahren zusammen zu dem Projekt. Daraus ergeben sich viele Möglichkeiten erlebte Erfahrungen auszutauschen und Verbindungen zu festigen, die sich bisher auf anderen Wegen nicht entwickelt haben.³¹⁶ Viele Teilnehmer nutzen daher die Möglichkeit, während des Projektes Netzwerke zu bilden, Erfahrungen auszutauschen sowie Wissen und Informationen mit anderen Volunteer-Touristen zu teilen.

Das Reisen an sich ist nicht nur ein Weg neues Wissen über andere Länder und andere Kulturen zu erlangen, sondern dient ferner dazu neue Kenntnisse über sich selbst zu gewinnen. Freiwilligenarbeit fernab von zu Hause gibt einem die Möglichkeit, Zeit in einer anderen Kultur zu verbringen, ein Teil der neuen *community* zu werden und das Leben von einer anderen Perspektive kennen zu lernen.³¹⁷ Viele *communities* benötigen Freiwillige, die bereit sind, ihre Zeit, Arbeitskraft und Geld Projekten zu widmen, welche die Lebensumstände der Einwohner verbessern. Freiwilligenarbeit sollte laut WEARING ein fester Bestandteil unseres Alltags sein. Seiner Meinung nach ist es wichtig, anderen mit „guten Taten“ als positives Beispiel zu dienen.³¹⁸

³¹⁴ MCGEHEE und SANTOS (2005, S. 761f) beschreiben „soziale Netzwerke“ als Verknüpfungen von Freunden und/ oder Mitarbeitern, die dieselben Ideen und Ziele verfolgen. Sie sind ein wichtiges Element für eine Partizipation in einer gesellschaftlichen Bewegung.

³¹⁵ vgl. MCGEHEE / SANTOS 2005, S. 761f

³¹⁶ vgl. MCGEHEE/ SANTOS 2005, S. 764

³¹⁷ vgl. MCGEHEE/ SANTOS 2005, S. 765

³¹⁸ vgl. WARING 2002, S. 3

Ferner zeigen beispielsweise die Studien von WEARING und BROWN, dass sich ehrenamtliche Tätigkeiten positiv auf die Toleranz gegenüber anderen Menschen, Glaubensrichtungen und Traditionen auswirkt.³¹⁹

3. Reisen und Abenteuer

Häufig vorkommende Gründe für das Interesse am Volunteer-Tourismus sind das Reisen und das Erleben von Abenteuern. Viele junge Menschen, die z.B. nach der Schule eine Auszeit nehmen und die Welt kennen lernen wollen, können dies mit einem Freiwilligendienst im Ausland kombinieren und damit gleichzeitig rechtfertigen³²⁰.

Das Interesse am Volunteer-Tourismus wird stark von eigenen Erfahrungswerten und gängigen Freizeitmustern beeinflusst. Wie bereits erwähnt ist die Kombination aus einem abenteuerlichen Erlebnis mit gleichzeitiger Betreuung durch die jeweilige Organisation für viele Menschen vielversprechend. Weiterhin ist die Möglichkeit gegeben, Gleichgesinnte oder sogar neue Freunde zu finden, indem man gemeinsame Erfahrungen teilt und das Erlebnis verbindet. Manche Volontäre zeigen ein ausgeprägtes Interesse an Entwicklungsarbeit und empfinden es als spannend, in einem Entwicklungsland zu leben und zu arbeiten.³²¹

4. Spaßfaktor

Der Volunteer-Tourismus gilt als eine sozial verantwortliche, soziokulturell förderliche und ethisch vertretbare Art des Verreisens, doch auch neben dieser sozialen Komponente war und ist das Motiv „Spaß“ und die Freude am Erleben eine wichtige und treibende Kraft.³²²

5. Religiöse Motive

Der religiöse Hintergrund war in der Vergangenheit als Motivation zwar stärker ausgeprägt, doch auch heutzutage stellt er bei manchen Volunteer-Touristen den Hauptgrund dar, an einem Volunteer-Projekt teilzunehmen. Dem christlichen Glauben folgend, engagieren sich viele Menschen meist ehrenamtlich in Projekten christlicher Organisationen.

Dieses Motiv tauchte auch immer wieder bei den Volunteer-Touristen auf, die im Rahmen dieser Arbeit befragt wurden. Habitat for Humanity ist beispielsweise eine ökumenische christliche Organisation, weshalb zwar nicht alle, aber den-

³¹⁹ vgl. z.B. WEARING 2001, S. 64; BROWN 2005, S. 488

³²⁰ vgl. HOFFMANN 2005, S. 36

³²¹ vgl. WEARING 2001, S. 67; siehe auch Auswertung der Fragebögen in Kapitel 7.2

³²² vgl. WEARING 2001, S. 71

noch viele Teilnehmer das „Helfen aus Nächstenliebe“ als Teilnahmegrund angegeben haben.³²³

Zwischenfazit

Im Gegensatz zum Massentourismus können im Volunteer-Tourismus Umweltprobleme sowie kulturelle und soziale Probleme aktiv in die Programmgestaltung mit einbezogen werden.

Trotz der verschiedenen, angeführten Kategorien ist festzuhalten, dass Volunteer-Touristen gewöhnlich aus unterschiedlichen Motivationen ihren Urlaub mit einem Volunteer-Projekt verbinden. Möglicherweise ist ein Aspekt dominanter als der Andere, allerdings schließen sich altruistische und egozentrische Motivationen nicht gegenseitig aus. Der Grat zwischen reinen altruistischen und egozentrischen Motiven ist in bestimmten Fällen sehr schmal, da das selbstlose Verhalten oft zu einer Charakterprägung führt, die wiederum die eigene Persönlichkeit betrifft.

Im Volunteer-Tourismus existiert ein breites Spektrum an verschiedenen Organisationsformen. Von Non-Profit-Organisationen³²⁴ bis hin zu kommerziellen Reiseveranstaltern.

Non-Profit-Organisationen

Noch Mitte der neunziger Jahre bestimmten Tourismuskritiker die öffentliche Meinung mit Aussagen wie: „der Dritte-Welt-Tourismus mit seinen ungünstigen Rahmenbedingungen fördert und bestätigt eine auf Exotik ausgerichtete Wahrnehmung. Er ist als Ansatzpunkt für interkulturelles Lernen denkbar ungeeignet“³²⁵. Für viele entwicklungspolitische NPOs war eine Betätigung in diesem Geschäftsfeld zu jener Zeit kaum denkbar, da die Gefahr eines Imageschadens einfach zu groß war. Mittlerweile veranstalten viele NPOs Reisen unterschiedlichster Art. Bekannte Beispiele sind Touren kirchlicher Organisationen oder von Naturschutzorganisationen wie dem WWF,³²⁶ die vorwiegend für Mitarbeiter angeboten werden, damit sich diese ein Bild von den Situationen vor Ort machen können. Viele weitere Beispiele lassen sich für nicht-kommerzielle Reiseangebote finden.

Auch im Bereich des Volunteer-Tourismus bieten viele NPOs Reisen an. Meistens liegt ihre Unternehmenszentrale in den USA, Europa oder Australien, kleinere Verwaltungsstellen dagegen in den jeweiligen Destinationen. Sie kooperieren üblicherweise mit lokalen NGOs oder Initiativen. Die Vermarktung läuft nach dem *nonprofit*-Prinzip nicht über Reiseveranstalter, sondern via Internet und auf Volunteer-Plattformen. Ihre Mission ist es, in Zusammenarbeit mit lokalen NGOs und Gemeindeinitiativen vor Ort für

³²³ siehe dazu Auswertung der Fragebögen in Kapitel 7.2

³²⁴ Merkmale der NPOs siehe Anhang B4

³²⁵ BERTRAM 1997, S. 11

³²⁶ vgl. REAL GAP 2008, o. S.

community development und *empowerment* zu sorgen, z.B. nachhaltige Volunteer-Programme zu betreiben.³²⁷

Zentrale Werte von NPOs und NGOs sind unter anderem Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung, Respekt und Gerechtigkeit. Sie sind verpflichtet für Sicherheit, Flexibilität und Transparenz ihrer Organisation zu sorgen. Die NPOs der Entsendeländer bieten üblicherweise Informationsveranstaltungen und Vorbereitungsseminare an. Beispiele für internationale NPOs, die unter anderem auch Volunteer-Reisen anbieten, sind Habitat for Humanity (HfH), Ambassadors for Children, International Volunteer Programs Association (IVPA) und World Wide Fund for Nature (WWF).³²⁸

Habitat for Humanity ist in Deutschland eine der wenigen Organisationen, die Spenden- und Volunteer-Reisen anbieten. Sie vertreiben ihre Reisen aber an einen eher kleinen und sehr spezifischen Kundenkreis.³²⁹ In Kapitel 6 wird die Organisation und die angebotene Volunteer-Reise detailliert beschrieben.

For-profit-Organisationen

Die Zahl der internationalen kommerziellen Reiseveranstalter, die Volunteer-Reisen in verschiedene Destinationen anbieten, wächst stetig. Auch in den Zielländern gibt es immer mehr Organisationen, die durch den Ausbau dieser Tourismusart den sozialen und ökologischen Problemen der Entwicklungs- und Schwellenländer entgegenwirken wollen und sie als Möglichkeit betrachten, alternative touristische Angebote auszuweiten.

Der Umfang und die Art der Angebote der verschiedenen Reiseveranstalter variieren mitunter enorm. Auf dem deutschen Markt existieren bisher nur einige wenige Veranstalter, die neben dem konventionellen Angebot neuerdings auch diverse Volunteer-Trips im Programm führen. Hier variieren die darin enthaltenen Leistungen sehr stark.³³⁰

5.2 Die Marktstruktur

Das Konzept des Volunteer-Tourismus ist insbesondere auf dem internationalen Reisemarkt ein wachsender Trend. In den USA und in England zum Beispiel werden Volunteer-Reisen von einer großen Zahl unterschiedlicher Organisationen und Institutionen angeboten.³³¹ Die Spannbreite reicht hier von Non-Profit-Organisationen bis hin zu

³²⁷ vgl. LENZEN 2001, S. 8

³²⁸ vgl. HFHI 2008, o. S.; VOLUNTEER LOGUE 2008, o. S.; AMBASSADORS FOR CHILDREN 2008, o. S.; IVPA 2008, o. S.; WWFa 2008, o. S.

³²⁹ vgl. STODDART/ ROGERSON 2004, S. 312

³³⁰ siehe Produktbeispiele in Kapitel 5.3

³³¹ z.B.: UK: i-to-i, Hands up Holiday, Real Gap, GVI – Global Vision International, Projects abroad, Across the Devid; USA: IFRE - Institute for field research expeditions, Volunteer Match

kommerziellen Reiseveranstaltern, die Volunteer-Tourismus als ein weiteres Nischensegment anbieten.

Auf dem deutschen Reisemarkt ist der Volunteer-Tourismus als ein Reisesegment noch im Anfangsstadium. Bislang gibt es nur wenige Reiseveranstalter, die dieses Thema aufgegriffen haben. Dies sind meistens Jugendreiseveranstalter, wie z.B. das Unternehmen STEP IN (Student Travel & Education Programmes International), die neben diversen Angeboten wie Sprachreisen oder Work&Travel-Angeboten auch einige Volunteer-Tourismus-Projekte anbieten.³³² Bislang wird jedoch das größte Angebot von Zweigfilialen englischer Anbieter, wie z.B. Projects Abroad³³³ oder Real Gap,³³⁴ gestellt.

Große Aufmerksamkeit bezüglich *volunteering* in Deutschland hat das neue Programm „weltwärts“, der Freiwilligendienst des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) hervorgerufen. Im Januar 2008 wurden erstmals 50 Teilnehmer verabschiedet. Junge Menschen im Alter von 18 bis 28 Jahren können 6 bis 24 Monate in Projekten in Entwicklungsländern mitarbeiten.³³⁵ Da es sich um längerfristige Aufenthalte in Entwicklungsprojekten handelt, stellt sich die Frage, inwieweit hier noch von „Tourismus“ zu sprechen ist. Laut der Meinung von MANGELS, Gründer der Organisation Explore & Help, sei der Volunteer-Tourismus in Deutschland „definitiv ein kleiner Markt der allerdings ein starkes Wachstumspotential im betriebswirtschaftlichen Sinn besitzt, allerdings muss noch viel auf den deutschen Markt zugeschnitten werden.“³³⁶

Das *volunteering* als touristische Aktivität kann in unterschiedlicher Weise organisiert und umgesetzt werden. Eine Alternative ist die komplette individuelle Selbstorganisation. Anhand der Kontaktaufnahme mit einer lokalen NGO über das Internet oder Telefon kann die Teilnahme an einem Volunteer-Projekt persönlich arrangiert werden. Flug, Visa und Ähnliches müssen ebenso von dem Tourist selbst organisiert werden.

Eine weitere Alternative ist die Buchung eines Komplett-Paketes, zusammengestellt durch eine Organisation des Sendelandes. Die einzelnen Leistungen können sehr unterschiedlich sein.³³⁷ Vorab ist festzuhalten, dass die Buchung eines Pauschalangebotes Zeit spart und das Risiko minimiert, ein unpassendes Programm ausgewählt zu haben, da in der Regel die geeigneten Projekte vorgeschlagen werden. Der Tourist kann sich über die jeweiligen Programmen und Leistungen informieren.

³³² vgl. STEP IN 2008, o. S. und siehe Produktbeispiel 2 in Kapitel 5.3

³³³ vgl. PROJECTS ABROAD 2008, o. S.

³³⁴ vgl. REAL GAP 2008, o. S.

³³⁵ BMZ 2008, o. S.

³³⁶ mündliche Aussage MANGELS, 07.03.2008

³³⁷ Zu den einzelnen Leistungen vgl. Produktbeispiele weiter unten in diesem Kapitel.

5.3 Die Volunteer-Tourismus Produkte

Die unterschiedlichen Angebote der Volunteer-Programme sind sehr vielfältig und unterscheiden sich in ihrer Thematik, Länge und Destination. Gemäß dem *mini-mission-Prinzip*³³⁸ kann bereits ein Tag Freiwilligenarbeit während des Urlaubes als „Volunteer-Tourismus“ bezeichnet werden. Auch nach oben sind keine Grenzen gesetzt. Volunteer-Touristen können je nach Belieben mehrere Monate oder noch länger vor Ort bleiben, womit allerdings die Frage aufkommt, inwieweit in diesem Fall noch von Tourismus gesprochen werden kann (s.o.). Die gängigen Programme befinden sich in der Zeitspanne von ein oder zwei Wochen bis zu acht bis zwölf Wochen.

Gewisse Programme richten sich explizit an bestimmte Zielgruppen, etwa an Jugendliche oder an ältere Menschen und erfordern unterschiedliche Kenntnisse oder körperliche Fitness. Es existieren verschiedene Beteiligungsgrade, die Interaktion mit den lokalen *communities* ist entsprechend unterschiedlich stark ausgeprägt. Je nach Programm sind eventuell Vorkenntnisse oder spezifische Fähigkeiten nötig. Handelt es sich z.B. um ein *teaching-programm* sollten entsprechende Vorkenntnisse vorhanden sein. Um z.B. ein Haus mit Habitat for Humanity zu bauen, sollte der Teilnehmer bis zu einem gewissen Grad körperlich belastbar sein.

Diese verschiedenen Faktoren sowie die Dauer eines Projektes unterscheiden Volunteer-Programme mitunter erheblich. Die meisten Volunteer-Organisationen bieten Kurzeinsätze bis zu vier Wochen an. Wünschenswert wäre eine durchschnittliche Aufenthaltszeit von wenigstens drei Wochen, da erst nach einer bestimmten Aufenthaltsdauer eine kulturelle Integration, Interaktion und ein Austausch möglich ist.

Volunteer-Programme lassen sich den folgenden Themengebieten zuordnen:

1. Bildung

Volunteer-Reisen zu dem Thema Bildung können einerseits Programme beinhalten, die den *voluntourist* z.B. in einer Schule beschäftigen, meist als Assistenz eines Lehrers. In anderen Programmen können beispielsweise Computerkurse, Sprachkurse oder Ähnliches gegeben werden.

2. Soziales/ *Community Development*

Das Angebot zu verschiedenen sozialen Projekten ist sehr vielfältig. Folgende Bereiche fallen unter diese Rubrik:

- *Construction*: Hilfe beim Bau eines Hauses, Kinderheimes, Schule, usw.³³⁹

³³⁸ vgl. Kapitel 4.1.3

³³⁹ siehe auch die Produktbeschreibung weiter unten in diesem Kapitel von „Explore & Help“ zum Häuserbau in Cape Town (Beispiel 1)

- *Social work*: Kinder- und Jugendarbeit, z.B. in Waisenhäusern, Projekt mit Straßenkindern, z.B. *sports development*: Jugendliche entwickeln Teamgeist, lernen Konflikte ohne Gewaltanwendung zu lösen, schließen Freundschaften und stärken ihr Selbstbewusstsein.³⁴⁰
- Arbeit im Krankenhaus.

3. Umwelt

Unter die Rubrik Umwelt fallen verschiedene Projekte, die im Rahmen eines so genannten *Conservation Programm* stattfinden. Beispielsweise unterschiedliche Naturschutz- und Forschungsprojekte, wie z.B. Aufklärung von Kindern über Umweltschutz oder Bestimmung von Pflanzen im tropischen Regenwald und in Mangrovenwäldern,³⁴¹ Anpflanzung von Bäumen, Bebauung und Instandhaltung von Wanderwegen, Unterstützung beim Erhalt von Biotopen³⁴² und Ähnliches.

4. Tierschutz

Im Bereich des Tierschutzes sind verschiedene Tätigkeiten in Natur- und Nationalparks, in *Animal-Orphanages*³⁴³ oder *Animal Rescue Centers* möglich, z.B. Vorbereitung des Futters und Fütterung der Tiere, Reinigung der Anlagen, Reparatur und Bau von Tiergehegen, Pflege einer Datenbank zum Tierverhalten und zur Vogelbeobachtung,³⁴⁴ Tauchforschung, Fischstudien, Walhai- und Delphinstudien, Schutz von Korallenriffen und Schildkröten und vieles mehr.³⁴⁵

Leistungen und Kosten

Trotz der oft gleichen Leistungen der Volunteer-Programme können sich die Preise extrem unterscheiden (s.o.). Allgemein ist auffällig, dass die oftmals hohen Kosten für einen kurzen Volunteer-Einsatz nicht exponentiell steigen, sondern im Gegenteil, die Volontäre für einen längeren Aufenthalt verhältnismäßig weniger zahlen. Weiterhin wird bei einem Preisvergleich verschiedener Volunteer-Organisationen offensichtlich (NPOs und Reiseveranstalter eingeschlossen), dass Volunteer-Projekte billiger sind, wenn man sie vor Ort in der Destination bei einer lokalen Organisation bucht.

Flüge sind meist nicht im Preis enthalten. Inklusive sind größtenteils Unterkünfte und Mahlzeiten sowie sämtliche das Projekt betreffende Transfers.

Produktbeispiele

³⁴⁰ vgl. STEP IN 2008, S. 87

³⁴¹ vgl. REALGAP EXPERIENCE 2008, S. 35,

³⁴² vgl. STEP IN 2008, S. 93

³⁴³ vgl. GAP ADVENTURES 2008, S. 264

³⁴⁴ vgl. REALGAP EXPERIENCE 2008, S. 47

³⁴⁵ vgl. REALGAP EXPERIENCE 2008, S. 35

Um einen genauen Überblick über die verschiedenen Produkte auf dem Markt zu erhalten, werden nachfolgend insgesamt vier Beispiele von drei verschiedenen deutschen sowie südafrikanischen Unternehmen und einer NGO vorgestellt, wobei sich die Beschreibung stark an dem jeweiligen Auftritt der Organisation orientiert. Es wird jeweils ein Beispielprojekt aufgeführt, das die oben aufgeführten verschiedenen Themengebiete veranschaulicht. Abschließend wird eine kurze Bewertung der Unternehmen vorgenommen.

Beispiel 1: Explore & Help

Kurzvorstellung des Unternehmens

Explore & Help ist ein deutsches Online-Reiseportal für Erlebnisreisen mit sozialem Anspruch. Die drei Grundsätze von *Explore & Help* lauten „Aktive Reise + Spende + Projektbesuch“. Die Idee der Organisation beinhaltet die Kombination einer Aktiv-Reise mit der Unterstützung eines besuchten Entwicklungs- bzw. Hilfsprojektes.

Bei den angebotenen Projekten handelt es sich sowohl um Umwelt- und Tierprojekte als auch um Bildungs- oder Sozialprojekte, die hauptsächlich in Ländern Afrikas und Südamerikas durchgeführt werden.

Beispielprojekt

Häuserbau in der Nähe von Cape Town in Kooperation mit SASDI und HfHSA: Inhalt der Reise ist das oben beschriebene Projekt im Sinne der *Brick and Motar-Tour*. Ausführliche Informationen sind in Kapitel 6 nachzulesen.

Preis

Der Reisepreis beträgt 2.750 Euro plus einer Spende von 600 Euro. Diese Spende kann gesetzlich nicht verpflichtend sein. Ohne diese Spende, die für die Kosten des Baumaterials verwendet wird, wäre der Hausbau allerdings nicht möglich. Im Preis inkludiert ist der Flug. Die Dauer des Projektes beträgt 2,5 Wochen. Das Projekt erstreckt sich wie oben erwähnt über fünf Tage, womit noch zwölf Tage Zeit bleiben für den durch SASDI organisierten Besuch von landestypischen Sehenswürdigkeiten.

Bewertung des Auftritts

Die Kombination aus Reisen und Spenden ist in dieser Form einmalig in Deutschland. Die finanzielle Hilfe und das jeweilige soziale Thema stehen im Vordergrund. Dadurch kann die Transparenz von Spenden und der direkte Bezug zu den einzelnen Projekten gewährleistet werden. Außerdem wird auf der Homepage³⁴⁶ die enge Verknüpfung zwischen Hilfsprojekten und nachhaltigem Tourismus herausgestellt. Darüber hinaus wird darauf hingewiesen, dass die interkulturelle Begegnung einen wesentlichen Bestandteil

³⁴⁶ vgl. EXPLORE & HELP 2007, o. S.; EXPLORE & HELP 2008, o. S.

der Reise darstellt. Für die Seriosität und Transparenz der Organisation spricht das vom Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen verliehene Spendensiegel. Um den Nachhaltigkeitsaspekt zu gewährleisten, legt das Unternehmen großen Wert auf eine direkte Zusammenarbeit mit NGOs vor Ort.³⁴⁷

Beispiel 2: STEP IN (Student Travel & Education Programmes International)

Kurzbildung des Unternehmens

Gemäß der Eigendarstellung auf der Homepage, bietet der deutsche Reiseveranstalter STEP IN in Zusammenarbeit mit zahlreichen Partnerorganisationen weltweit Schulprogramme und „18+“-Aufenthalte im Ausland für Menschen zwischen 15 und 99 Jahren an, die fremde Kulturen und Lebensweisen kennen lernen möchten. Die ursprüngliche Zielgruppe von STEP IN sind die reise- und abenteuerlustigen 14- bis 30-Jährigen. Seit Kurzem hat das Unternehmen auch weltweite Angebote für die Über-30-Jährigen: Sabatical-, Volunteer- und Praktikums-Programme.

Beispielprojekt

Im Gesundheits- und Pflegewesen in Athlone, in der Nähe von Cape Town: Im „Cheshire Home for paraplegic patients“ arbeiten die Touristen mit behinderten Menschen, die in speziellen Wohnanlagen leben. Die örtliche Gemeinde ist in das Projekt mit eingebunden. Der Inhalt des Projektes besteht in der Hilfe bei der Pflege der Bewohner und der Ausrichtung gemeinsamer Aktivitäten (z.B. Spielabende oder handwerkliche Tätigkeiten).

Preis

Der Gesamtpreis beträgt 1.495 Euro für eine Dauer von neun Wochen (eine Woche Einführungseminar und acht Wochen Projektarbeit). Der Flug und das Visum sowie die Verpflegung in der Orientierungswoche sind nicht im Preis enthalten. Inkludiert sind Beratung und schriftliche Informationen vor der Ausreise, Zugang zum STEP IN-Reiseforum, Unterkunft und Verpflegung während der Projektarbeit, Flughafentransfer, siebentägige Orientierungswoche inklusive Ausflüge, Unterkunft in Cape Town während der Orientierungswoche, Transport zum Projekt, Unterstützung durch das Partnerbüro in Cape Town, Info und Beratung für Reisen nach Abschluss des Projektes und ein STEP IN- Teilnehmerzertifikat.

Bewertung des Auftritts

Das Unternehmen vermittelt Seriosität aufgrund der Mitgliedschaft in dem Dachverband „Federation Youth Travel Organisations“, der eine Reihe von Richtlinien zur Durchführung von Arbeits- und Studienaufenthalten im Ausland erarbeitet hat. Auch

³⁴⁷ mündliche Aussage MANGELS am 08.03.2008

der Hinweis auf die Zusammenarbeit mit zahlreichen professionellen Organisationen im Ausland sowie der guten Betreuung vor Ort durch den ständigen persönlichen Austausch trägt zu einem seriösen Eindruck bei. Des Weiteren ist durch die ausführlichen Informationen bezüglich der Kostenaufschlüsselungen eine gewisse Transparenz gegeben. Es scheint eine gute Informationsvermittlung stattzufinden, da es zum einen ausführliche Informationen im Vorfeld der Reise, mit angebotenen Informationsveranstaltungen im Heimatland gibt. Zum anderen findet eine Orientierungswoche mit Einführungsseminar in das jeweilige Projekt statt. Der soziale Nutzen der Projekte wird kommuniziert, somit ist der Wille eines entwicklungspolitischen Ansatzes erkennbar.³⁴⁸

Beispiel 3: Calabash Tours

Kurzvorstellung des Unternehmens

Das südafrikanische Unternehmen ist der Marktführer im Bereich Kulturtourismus. Calabash Tours sieht sich selbst als ein Unternehmen, das auf starken ethischen Grundsätzen basierend gegründet wurde. Diese Prinzipien sollen die Vision eines verantwortungsvollen Tourismus erfüllen. Das Hauptanliegen ist die Sicherstellung eines höheren Maßes sozialer und wirtschaftlicher Gerechtigkeit durch einen Fair Trade Tourismus in Südafrika. Calabash Tours hat *community*-Partnerschaften mit sieben lokalen Grundschulen initiiert. In Zusammenarbeit mit der englischen Organisation People and Places bieten sie Volunteer-Tourismus an.

Beispielprojekt

Das Projekt nennt sich Teaching-Projekt in einer von sieben Grundschulen in einem Township in der Nähe von Port Elizabeth. Die Volontäre unterstützen die dort unterrichtenden, wenigen Lehrer. Durch den engen und intensiven Kontakt mit den Kindern beinhaltet das Projekt weit mehr als nur das Lehren selbst.

Preis

Der Gesamtpreis für vier Wochen beträgt 1.220 Pfund, entspricht ca. 1.575 €. Jede weitere Woche kostet 232 €. Exkludiert sind Flug, Visa, Versicherung, medizinische Versorgung und Taschengeld. Im Preis enthalten sind Halbpension in privater Unterkunft, Flugtransfers, tägliche Transporte zum Projekt, Projekteinführung, Stadtrundfahrt, soziale Events und eine lokale SIM-Karte. Andere Beherbergungsalternativen sind nach Absprache möglich.

Bewertung des Auftritts

Seriosität des Veranstalters wird durch Transparenz gewährleistet. Zum einen durch eine genaue Kostenaufschlüsselung der Reisekosten und zum anderen durch Auszeich-

³⁴⁸ vgl. STEP IN 2007, S. 87; STEP IN 2008, o. S.

nungen (Imvelo Responsible Tourism Award im Jahr 2003, in den *Kategorien Best Social Involvement und Best Economic Impact* sowie *WTM Responsible Tourism Award im Jahr 2004 aufgrund der Entwicklung eines Models für nachhaltigen Township-Tourismus*). Außerdem ist die Mitgliedschaft bei FTTSA³⁴⁹ eine weitere besondere Auszeichnung. Der entwicklungspolitische Ansatz steht laut Selbstdarstellung im Vordergrund.³⁵⁰

Beispiel 4: WWF – World Wide Fund For Natur

Kurzbildung des Unternehmens:

Die internationale Organisation WWF ist eine der größten und bekanntesten Naturschutzorganisationen der Welt. Sie hat ihren Ursprung in der Schweiz und ist in mehr als 100 Ländern aktiv. Naturschutzprogramme und -projekte werden zum Schutz der Regenwälder, der Renaturierung von Feuchtgebieten, der nachhaltigen Nutzung der Weltmeere oder zum Abbremsen des Klimawandels finanziert.

Beispielprojekt

Im Rahmen des Global Youth Volunteer Programme helfen die Volontäre mit, einen Meeresnaturschutzpark für den Erhalt des Toliara Korallenriffes in Madagaskar zu errichten.

Preis

Für einen Zeitraum von drei Monaten zahlen die Volontäre ca. 2.500 €. Der Kostenvoranschlag dient hier als eine Orientierungshilfe. Mit einberechnet sind Flug, Visa, Krankenversicherung, Essen und Unterkunft.

Bewertung des Auftritts

Durch den hohen Bekanntheitsgrad der seriös auftretenden NGO ist ebenso auf ein seriöses Projekt zu schließen. Ausführliche Hintergrundinformationen zu dem Projekt sowie Verlinkungen zu den Hauptseiten der Organisation sind gegeben.³⁵¹ Anders als bei den vorherigen Beispielen ist im Fall des WWF der Preis im Vergleich zu der Dauer wesentlich niedriger angesetzt.³⁵² Allerdings existiert eine Alterseingrenzung. Volontäre dürfen nicht älter als 27 und nicht jünger als 20 Jahre sein.

Zusammenfassende Bewertung

Wie an den obigen Beispielen zu erkennen ist, variiert der Preis zwischen Reiseveranstaltern und Organisationen enorm. Die Dauer der Volunteer-Reisen bewegt sich zwi-

³⁴⁹ vgl. Exkurs 3

³⁵⁰ vgl. CALABASH TOURS 2008, o. S.

³⁵¹ vgl. WWFb 2008, o. S.; WWFc 2008, o. S.

³⁵² vgl. WWFd 2008, o. S

schen 17 Tagen und drei Monaten. Beispielsweise kostet das dreimonatige Volunteer-Projekt vom WWF inklusive Flug 2.500 €. Vier Wochen Projektarbeit mit Calabash Tours kosten exklusive Flug 1.575 €. Folgewochen sind zwar für einen geringeren Aufpreis buchbar, doch die preislichen Unterschiede sind nach wie vor vorhanden.

Die Analyse verschiedener Reiseprospekte deutscher (Jugend-) Reiseveranstalter³⁵³ zeigt vergleichbare Ergebnisse. Weiterhin wird anhand der Expertengespräche mit verschiedenen Reiseveranstaltern³⁵⁴ auffällig, dass ebenso die Vorbereitungen und Auswahlkriterien erheblich variieren. Ein Screening³⁵⁵ für Bewerber in z.B. Waisenheimen gehört bei einigen Veranstaltern zum üblichen Prozedere, wird jedoch nicht bei allen verlangt. Katie COMSTOCK von STEP IN sagt diesbezüglich, dass in einigen Projekten „[...] ein polizeiliches Führungszeugnis vorgelegt werden [...]“ muss. „Nur so können wir garantieren, dass die Volontäre keine Gefahr [...] sind.“ Weiterhin müssen die Interessenten ihre Bewerbungsunterlagen einreichen, da garantiert werden soll, dass „[...] jeder in ein angemessenes Projekt geschickt wird. Zum Beispiel muss auch aufgepasst werden, dass ein 18jähriger noch nicht zu viel Verantwortung übernehmen muss.“³⁵⁶ Dagegen genügt es bei einer Reise mit Go-explore, einem weiteren Reiseveranstalter, der ebenso Volunteer-Reisen anbietet, den Ausweis vorzulegen.³⁵⁷

Auch die oben bereits erwähnten Vorbereitungen unterscheiden sich von Anbieter zu Anbieter mitunter sehr stark. Während der Veranstalter Go-explore beispielsweise nur eine Einführung vor Ort anbietet, finden bei anderen Reiseveranstaltern und Organisationen wie STEP IN oder Habitat for Humanity Vorbereitungsworkshops im Heimatland sowie im Zielland statt.³⁵⁸

Insgesamt ist der Volunteer-Tourismus innerhalb der deutschen Reisebranche noch immer stark am angelsächsischen Konzept orientiert. In England spielt „das freiwillige Engagement eine viel größere Rolle als in Deutschland. [...] Deshalb ist das Konzept des Volunteer-Tourismus im angelsächsischen Raum sehr viel stärker [...] entwickelt und stößt dort außerdem auf mehr Zustimmung.“ Nach der Meinung von STRASDAS wächst das Potential in Deutschland zukünftig.³⁵⁹

³⁵³ vgl. GAP ADVENTURES 2008; REAL GAP ADVENTURES 2008; STEP IN 2007

³⁵⁴ Go-explore, Real Gap, STEP-IN

³⁵⁵ Der englische Begriff „screening“ bezeichnet ein systematisches Testverfahren, das eingesetzt wird um teilnehmende Personen zu durchleuchten und zu überprüfen. Darunter sollte z.B. ein polizeiliches Führungszeugnis enthalten sein, um vor allem in sozialen Projekten, besonders mit Kindern, Gefahren zu vermeiden.

³⁵⁶ mündliche Aussage COMSTOCK, 08.03.2008

³⁵⁷ mündliche Aussage BURMEISTER, 08.03.2008

³⁵⁸ vgl. mündliche Aussage BURMEISTER, 08.03.2008; mündliche Aussage COMSTOCK, 08.03.2008; HfH o.J.

³⁵⁹ mündliche Aussage STRASDAS 06.03.2008

6 Volunteer-Tourismus in Südafrika anhand eines ausgewählten Beispiels

Im landeskundlichen Teil wurde das touristische Angebot Südafrikas, die Bedeutung des Tourismus für die südafrikanische Wirtschaft sowie die Neuerungen in der Tourismuspolitik des Landes kurz beschrieben (vgl. Kapitel 2.8). Ebenso wurde erläutert, dass die NPO FTTSA – das erste Zertifizierungsunternehmen im Tourismus – als bedeutende südafrikanische Innovation in das Interesse der Öffentlichkeit gerückt ist. Im Folgenden wird der Volunteer-Tourismus anhand des Fallbeispiels „Häuserbau mit Habitat for Humanity“ in Südafrika beleuchtet. In diesem Zusammenhang wird zunächst auf den *Code of Good Practice*³⁶⁰ für ein verantwortungsvolles *volunteering* in Südafrika eingegangen.

Code of Good Practice – Responsible Volunteering in South Africa

Um verantwortungsvolle und nachhaltige Geschäftspraktiken bei den Veranstaltern von Volunteer-Reisen zu garantieren, haben Calabash Tours (südafrikanischer Reiseveranstalter) und VolunTours (südafrikanische Volunteer-Organisation), zwei der führenden Unternehmen im Bereich Volunteer-Tourismus auf dem südafrikanischen Markt, den *Code of Good Practice* entwickelt. Hierbei handelt es sich um einen Kodex für verantwortungsvolles *volunteering*³⁶¹. Er richtet sich an alle Organisationen und Reiseveranstalter, die Volunteer-Programme anbieten. Nach Ansicht der Urheber ist ein solcher *Code of Good Practice* unverzichtbar, um weiterhin guten Gewissens Volunteer-Reisen vermarkten und anbieten zu können.

Die Implementierung des Kodex soll entsprechende Veranstalter davon abhalten mit Unternehmen zusammenzuarbeiten die unverantwortlich handeln. Paul MIEDEMA (Calabash Tours) und Marnie HEIM-STAFFORD (Voluntours) schreiben im Vorwort des Kodex: „It is important that volunteer programmes are well thought out and impact positively on economic, social and environmental issues in the community.“³⁶² Ihrer Meinung nach ist es von höchster Bedeutung, dass Veranstalter Transparenz sowie verantwortliche Methoden gewährleisten. Des Weiteren ist es wichtig, dass sowohl die Bedürfnisse der *communities* als auch die der Volontäre berücksichtigt werden.

³⁶⁰ siehe Anhang F

³⁶¹ Dieser *Code of Good Practice* wird bei einer Stärken- und Schwächenanalyse am Ende dieser Arbeit als ein Handlungsleitfaden noch Verwendung finden.

³⁶² siehe Anhang F

Fazit

Die Festlegungen von Kriterien, wie dies von Calabash Tours und Voluntours geschehen ist, sind als sehr positiv zu beurteilen. Veranstalter in Südafrika und in den Entsendeländern sollten sich am *Code of Good Practice for Responsible Volunteering in South Africa*³⁶³ orientieren, um eine nachhaltige Entwicklung und ein verantwortungsbewusstes Reisen zu garantieren. Die Entwicklung eines international gültigen Kodex wäre, wie es in anderen Bereichen ebenso erforderlich ist, auch im Volunteer-Tourismus dringend zu empfehlen.

Mit dem Hintergrund, die Nachhaltigkeit von Volunteer-Tourismus-Projekten sowie die potentiellen positiven und negativen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung in Entwicklungsländern zu untersuchen, wurde das Hausbauprojekt von der südafrikanischen NGO SASDI und der internationalen Charity-Organisation Habitat for Humanity als Fallbeispiel ausgesucht. Des Weiteren sollte eine Touristenbefragung Auskünfte über Typologien, Motivationen und Hintergründe geben. Es folgt zunächst eine Beschreibung der Anbieter-Organisationen und des untersuchten Projektes.

6.1 HfHSA – Habitat for Humanity South Africa

Habitat for Humanity (HfH) ist eine internationale, christliche NPO, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, „Bedürftigen in der Welt“ durch den Bau von Unterkünften zu helfen. Ausgehend von dem Standpunkt, dass jeder Mensch das Recht auf eine ordentliche und sichere Unterkunft hat, baut HfH mit Hilfe von Sponsoren, Unterstützern, zukünftigen Bewohnern sowie lokalen und internationalen Freiwilligen einfache, bezahlbare und sichere Häuser.



HfH arbeitet dabei eng mit den jeweiligen Regierungen und NGOs der Projektländer zusammen. Daneben ermöglichen Kooperationen mit internationalen Reiseveranstaltern die weltweite Einbindung von Volontären in die verschiedenen HfH-Projekte.

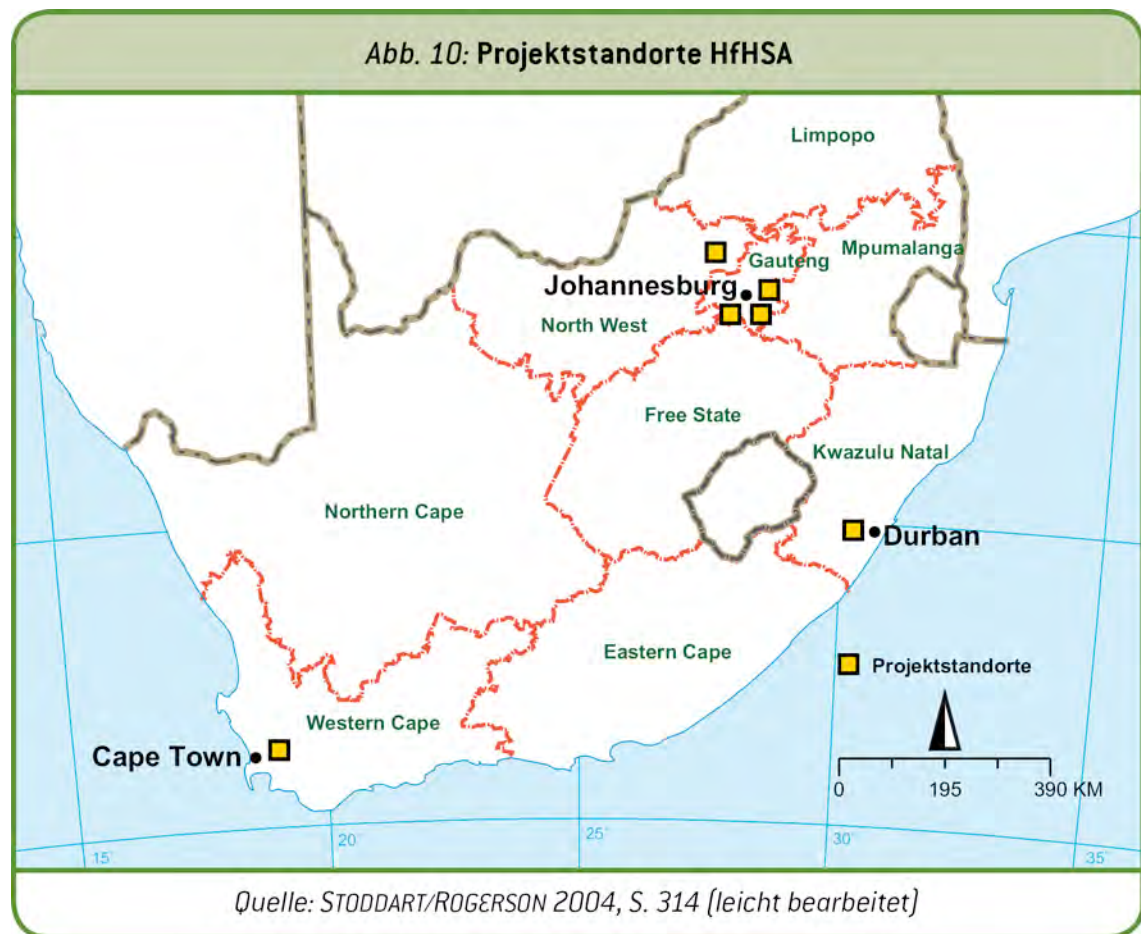
HfH entstand im Jahr 1976 aus einer kleinen christlichen Organisation in den USA, deren Anliegen es war, zu einer positiven Entwicklung beizutragen und dieses Ziel durch die Verbesserung der sozialen Umstände zu erreichen.³⁶⁴ „In South Africa it [HfH] was

³⁶³ VOLUNTOURS & CALABASH TOURS 2007, o. S.

³⁶⁴ HfH o.J., S. 4,

founded in 1987. And the overriding principle for HfH is to eradicate poverty housing.”³⁶⁵

Seit dem Jahr 1996 hat HfHSA über 1900 Häuser in 17 verschiedenen *communities* errichtet. Die Projektstandorte sind in Abbildung 10 aufgeführt. Die NGO arbeitet in jeder *community* mit lokalen Partnerorganisationen zusammen. Jedes einzelne Projekt wird auf die Bedürfnisse der jeweiligen *homeowner group*, die wirtschaftlichen und sozialen Konditionen und die verfügbaren Spendentöpfe zugeschnitten.



Das Konzept des *partnership housing* besteht darin, dass Bedürftige gemeinsam mit Volontären neue Häuser bauen. Der Bau wird aus einem gemeinsamen Fond finanziert, der aus Spendengeldern besteht.³⁶⁶

Nach dem Prinzip des *hands-on* werden nicht einfach Spenden ausgeteilt (*handout-Prinzip*), sondern es wird geholfen, die Gelder in den Bau neuer Häuser umzusetzen.³⁶⁷

³⁶⁵ mündliche Aussage FRANCIS am 13.11.2007

³⁶⁶ Eine mittlerweile gängige Bezeichnung auch im Deutschen ist der englische Begriff *fundraising*. Siehe dazu auch Erläuterung in Fußnote 185

³⁶⁷ mündliche Aussage FRANCIS am 13.11.2007

Abgesehen von der Beseitigung von lebensunwürdigen Wohnverhältnissen besteht eine weitere Hauptfunktion von HfH in der Entwicklung von *stronger communities*: „So it is not just building a house and take somebody out of poverty housing, but it is also to develop the individuals or the group of individuals that we work with, to develop stronger communities.“³⁶⁸

HfH arbeitet nach dem Prinzip der *sweat equity*. *Sweat equity* ist eine Bezeichnung für einen körperlichen Einsatz und Zeitaufwand. Im Fall HfH bedeutet dies, dass sich Hausbesitzer und zukünftige Hausbesitzer dazu verpflichten, Gemeinschaftsarbeit zu leisten und anderen Mitgliedern der Gemeinschaft tatkräftig zur Seite zu stehen. Beispielsweise helfen zukünftige Hausbesitzer denjenigen, deren Haus gerade gebaut wird. Familien, deren Heim bereits fertig ist, müssen anderen Gemeinschaftsmitgliedern Obdach gewähren, während deren Haus errichtet wird.³⁶⁹ Ferner stärkt diese Gemeinschaftsarbeit und das gegenseitige Aushelfen das lokale Gemeinschaftsgefühl.³⁷⁰

Die genaue Beschreibung der Vorbereitungsphase sowie des Projektablaufes wird anhand des Beispielprojektes in Kapitel 6.3 beschrieben.

6.2 SASDI – Southern Africa Sustainable Development Initiative

Die südafrikanische NGO SASDI ist eine christliche Organisation und engagiert sich für eine nachhaltige Entwicklung der Region südliches Afrika. SASDI arbeitet mit lokalen sowie internationalen Unternehmen, NGOs, Kirchen und anderen Organisationen zusammen. Fokus ist die Entwicklung und Umsetzung sozialer Projekte. Ein spezieller Bereich von SASDI ist der *Social Impact Tourism*³⁷¹. In diesem Sinn wurde z.B. die „Brick and Mortar“-Tour zusammen mit Habitat for Humanity South Africa entwickelt. Diese Tour umfasst auch einen Volunteer-Teil, bei dem zusammen mit den Bewohnern einer bestimmten *community* ein Haus errichtet wird.³⁷² Nach der Fertigstellung des Hauses nehmen die Volunteer-Touristen an einer von SASDI geführten Tour durch Südafrika teil.³⁷³



³⁶⁸ mündliche Aussage FRANCIS am 13.11.2007

³⁶⁹ HFHSAa 2007, S. 3

³⁷⁰ mündliche Aussage FRANCIS am 13.11.2007

³⁷¹ ist im englischen Sprachgebrauch die gängigste Bezeichnung für einen sozial verantwortlichen Tourismus

³⁷² ausführliche Informationen im Kapitel 6.3.2

³⁷³ SASDI 2007, o. S.

Die NGO unterteilt ihre Projekte in drei verschiedene Wirkungskategorien:

- Einen niedrigen Wirkungsgrad hat beispielsweise ein Besuch in einem Waisenhaus, im Verlauf dessen die Touristen die Kinder kennenlernen und mit ihnen spielen. Eine derartige Tagestour kostet 500 Rand (ca. 25 €) pro Person.
- Zu einem Projekt mit mittlerem Wirkungsgrad gehört z.B. ein Tag im Landschaftsbau oder der Anstrich eines Hauses (Kosten: 500 bis 1000 Rand; 25 bis 50 € pro Person, pro Tag).
- Ein hoher Wirkungsgrad würde z.B. dem Hausbau mit HfH (siehe unten) entsprechen oder dem Bau eines Daches. Projekte dieser Art dauern mehrere Tage und die Preise richten sich nach der jeweiligen Dauer sowie den Materialkosten.³⁷⁴

SASDI hat in den Projekten keinen ausschließlichen Fokus auf der Errichtung neuer Häuser, sondern legt – falls dies möglich ist – besonderen Wert darauf, dass sich das Projekt nach Abschluss selbst trägt. Zum Beispiel arbeitet die NGO gerade an einem Projekt (Mza’Momhle crêche), in dem ein Kindergarten, eine so genannte *crêche* in dem Township Wallesdene (bei Cape Town) gebaut werden soll. In der *crêche*, die momentan noch aus einem größeren *shack*³⁷⁵ besteht, werden schon jetzt mehr als 80 Kinder betreut. Außerdem versucht die Betreiberin Margret jeden Sonntag ein warmes Essen für Bedürftige anzubieten.

Abgesehen von dem neuen Gebäude werden beispielsweise auch warme Außenduschen und Waschmaschinen zu Verfügung gestellt, die die Möglichkeit bieten, dass Anwohner diese ebenfalls gegen ein kleines Entgelt nutzen können. Auf diese Weise kann der Kindergarten wiederum Geld einnehmen, um für die Bereitstellung von Essen zu sorgen.

SASDI versucht genügend Gelder zu sammeln, damit das Projekt ein Jahr lang unterstützt werden kann und sich anschließend von selbst finanziert. Das Ziel der Projekte ist demnach weitaus nachhaltiger angelegt, als der einfache Bau eines Gebäudes zunächst vermuten lässt. Der Grundgedanke von SASDI besteht in der Entwicklung einer eigenen Nachhaltigkeit durch die Projekte: „to develop their own sustainability“.³⁷⁶

³⁷⁴ mündliche Aussage HENDRY, 11.12.2007

³⁷⁵ „shack“ ist ein englischer Begriff für „Behausung“ oder drastischer „Baracke“, in Südafrika die geläufige Bezeichnung für alle Behausungen, die aus Brettern und Wellblechpappe „zusammengeschustert“ sind.

³⁷⁶ mündliche Aussage HENDRY, 11.12.2007

6.3 Das Hausbauprojekt in Mfuleni

Das ausgewählte Hausbauprojekt fand und findet noch immer in Mfuleni statt. Mfuleni ist ein relativ neues Township, circa 40 Kilometer von Cape Town entfernt. Der Name kommt aus dem Xhosa und heißt übersetzt „Platz am Fluss“. In den 1960er Jahren begannen vor allem Wanderarbeiter sich in Mfuleni niederzulassen. Aufgrund von Überflutungen und Bränden in umliegenden Gebieten wurde die Gegend Ende der 1990er Jahre verstärkt besiedelt. Heute wohnen schätzungsweise 25.000 Menschen in dem Township.

Die Bevölkerungsstruktur besteht hauptsächlich aus schwarzen Südafrikanern (91 Prozent). Allerdings gibt es eine beträchtliche Population an Coloureds in der Mfuleni-community, was nicht unbedingt gewöhnlich ist. Im Normalfall sind die Townships von entweder „Schwarzen“ oder Coloureds besiedelt. Xhosa ist die am meisten gesprochene Sprache (84 Prozent), gefolgt von Afrikaans (9 Prozent) und Englisch (2 Prozent).³⁷⁷

Die Wohnsituation in Mfuleni ist sehr problematisch. Rund 40 Prozent aller Behausungen sind informelle *shacks* ohne Wasserzufuhr und Stromversorgung. Diese Situation versucht Habitat for Humanity durch den Bau neuer Häuser zu verbessern.³⁷⁸



Vorbereitung und Durchführung des Projekts

Im Dezember 2006 hat HfHSA das neue *Save and Build Program* in Mfuleni übernommen. Neben HfHSA sind außerdem die südafrikanische Regierung mit dem *People's Housing Process*³⁷⁹ (PHP) sowie die lokale Gemeinde am Projekt beteiligt. Es sollen 250 Häuser gebaut werden.

Bedingungen und Vorarbeit

Die zukünftigen *homeowners* werden nach ihrer finanziellen Notlage und ihrer Bereitschaft mit der *community group* sowie mit HfHSA zusammenzuarbeiten ausgesucht. Einzelne Familien haben sich schon vor mehreren Jahren um den Bau eines Hauses beworben. Auf die Häuser, die im November gebaut wurden, haben die jeweiligen Bewerber in der Regel acht Jahre gewartet. Um sich für ein Haus von HfH zu bewerben, müssen die Einheimischen mehrere Bedingungen erfüllen:

³⁷⁷ vgl. DUPREEZ 2007, S. 3

³⁷⁸ vgl. DUPREEZ 2007, S. 3

³⁷⁹ „The PHP is a module for housing that comes from the government. In which the government emphasizes that the homeowner should participate. And the homeowner should know how he or she got the house.“ (mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007)

- sie müssen südafrikanische Bürger sein;
- sie müssen älter als 21 Jahre sein;
- die Familie muss in einer Wohnsituation leben, die nicht dem Standard entspricht;
- sie benötigen eine Urkunde, die sie als Besitzer des Grundstücks ausweist;
- sie dürfen in der Vergangenheit keine staatliche Unterstützung erhalten haben;
- ihr Einkommen darf nicht mehr als 3500 Rand im Monat betragen (entspricht ca. 280 €);
- sie müssen dem Prinzip der *sweat equity*³⁸⁰ zustimmen.³⁸¹

Sind alle Bedingungen erfüllt, werden die zukünftigen Hausbesitzer zunächst mit der Organisation HfH vertraut gemacht. FAKDUZE, *Community Developer* von HfHSA, erklärt das Konzept des sechstägigen Workshops. „We talk about the vision and about the mission and principles of Habitat.“³⁸² In dem Workshop geht es vor allem darum, die Teilnehmer von dem ganzen Prozess in Kenntnis zu setzen und sie daran zu beteiligen. Sie müssen verschiedene Förderungsmodule absolvieren. Unter anderem lernen sie hier, warum Partizipation so wichtig ist. „In the principals we talk about a holistic approach or integrated development. This is where we emphasize that they must not look only at the house. It is more than the house.“³⁸³ Ein weiterer Teil des Workshops ist das so genannte *empowerment*. „We are faced with communities, where people are not educated, where they don't have skills for livelihoods so we try to capacitate them. So some of them can become builders and some of them can become carpenters but we hook it up in the building program.“ Die Kalkulation und die Konstruktion sind weitere Inhalte des Workshops. Es wird über die verschiedenen Faktoren gesprochen, die die Kosten des Hauses beeinflussen, z.B. Materialkosten und das jeweilige Design. Wie die Planung vollzogen wird, ist abhängig von der Begebenheit und dem Standort des Grundstücks. Außerdem muss einberechnet werden, wieviel Geld seitens der Hausbesitzer zur Verfügung steht. Dabei ist die Größe des Hauses entscheidend. Es gibt drei verschiedene Häusergrößen. Ein 40 m²-Haus wird komplett von staatlichen Fördermitteln und den Spendengeldern von HfH bezahlt. Für ein 45 m² großes Haus muss der *homeowner* 3100 Rand bezahlen, für das 50 m²-Haus 3750 Rand³⁸⁴. Die Restlichen Kosten werden wiederum vom Staat und von HfH getragen.³⁸⁵ Andere Themen des Workshops betreffen die Regeln, die beim Hausbau zu beachten sind, wie z.B. die Vertragsinhalte, Garantien, Verantwortlichkeiten oder z.B. was passiert, wenn der Vertrag gebrochen wird. Die

³⁸⁰ Erklärung s. o.

³⁸¹ vgl. HfHSAa (2007); mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007

³⁸² mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007

³⁸³ mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007

³⁸⁴ 3100 Rand = ca. 250 €; 3750 Rand = ca. 302 €

³⁸⁵ mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007

Sicherheit ist ein weiteres Thema und nicht zuletzt wird die Zusammenarbeit mit den Volontären erklärt.³⁸⁶

Der Hausbau

Bevor die Volontäre die Reise nach Südafrika antreten, werden sie im jeweiligen Herkunftsland von HfH informiert. Nach einem so genannten *get-together*, erhalten die Volontäre Materialien und Informationen. In dem Treffen erhält der Volunteer-Tourist Informationen über Habitat for Humanity und den spezifischen Bau, aber auch allgemeine Informationen über das Land und bestimmte Verhaltensregeln. Zum Beispiel, „dass man nicht einfach Geld und materielle Dinge aushändigen soll oder was man noch zusätzlich mit in das Land bringen kann, aber dann durch die entsprechenden Kanäle spenden soll“.³⁸⁷

Angekommen in Südafrika, nehmen sie an einem Einführungsworkshop teil, der von HfHSA oder SASDI organisiert wird. Hier erhalten die Volontäre ausführlichere Informationen über den genauen Ablauf und ihre Tätigkeiten. Bevor die Baustelle betreten wird, treffen sich alle Volontäre, die *homeowners* sowie Mitarbeiter von SASDI und HfHSA täglich für eine Stunde, um den jeweiligen Tag zu planen, um auf Sicherheitsvorschriften hinzuweisen, auftretende Fragen zu stellen bzw. zu beantworten und sich gegenseitig zu motivieren.³⁸⁸

Finanzierung und Konstruktionsphase

Nachdem die Schulung erfolgreich abgeschlossen wurde, kann die Konstruktionsphase beginnen. Der Ablauf des Hausbaus unterscheidet sich von traditionellen Bauunternehmen, da die Arbeit von HfHSA lediglich eine Weiterführung der *community*-Entwicklung ist, die die NGO zu fördern versucht. Der Ablauf hängt dementsprechend von der Zusammenarbeit mit den individuellen *homeowner*-Gruppen ab. Das Bauprojekt wird im Wesentlichen von drei verschiedenen Bereichen beeinflusst: von der Kooperationsbereitschaft der *homeowners*, von Spendengeldern und von der Verfügbarkeit freiwilliger Arbeitskräfte.³⁸⁹

Die Finanzierung des Hauses läuft über eine Kombination von Ersparnissen der jeweiligen *homeowner*, staatlichen Fördermitteln und Spendengeldern.³⁹⁰

³⁸⁶ mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007

³⁸⁷ mündliche Aussage JOHNSON, 19.11.2007

³⁸⁸ mündliche Aussage JOHNSON, 19.11.2007

³⁸⁹ vgl. HfHSA 2007, S. 1

³⁹⁰ mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007

Die Kosten können folgendermaßen aufgeschlüsselt werden:

• Direkte Spendengelder (86 Prozent)	R 59.750,-	(2.988 €)
• Baukosten (inkl. Material und Arbeitskräfte)	R 47.670,-	(2.384 €)
• Schulung und Training	R 1.590,-	(79,50 €)
• Management	R 2 140,-	(107 €)
• Elektronik und sanitäre Installationen	R 8 350,-	(417,50 €)
• Staatliche Fördermittel (13,2 Prozent)	R 9 100,-	(455 €)
• Finanzen und Administration	R 7 200,-	(360 €)
• Fund Raising	R 1 900,-	(95 €)
• TOTALE KOSTEN DES HAUSES	R 68 850,-	(3442,50 €)

Bei der Kostenaufstellung ist zu beachten, dass diese auf Südafrika zugeschnitten ist. Des Weiteren ist anzumerken, dass die Kosten ab dem 1. Juli 2008 um 10 Prozent steigen werden.

Ein fertiges Haus kostet laut der Aufschlüsselung 68.850,00 Rand (3442,50 €). Die *homeowners* zahlen ca. 47 670 Rand (2.384 €) zurück, was die Materialkosten und die bezahlten Arbeitskräfte (z.B. Maurer) ausgleicht.³⁹¹ Die Hausbesitzer werden jeweils vom Staat unterstützt. HfH stellt für die übrig bleibenden anfallenden Kosten ein zinsfreies Darlehen mit längerer Laufzeit aus dem Habitat-Fond zur Verfügung. Das durch den *homeowner* zurückbezahlte Geld wird investiert, um wiederum neue Häuser in der *community* zu bauen.³⁹² Die betroffenen Familien sparen seit beinahe acht Jahren für ihr neues Heim.³⁹³

Ablauf

Um ein deutliches Bild von dem Ablauf des Projektes zu vermitteln, werden nachfolgend zunächst ein Zeitplan und anschließend ein grober Ablaufplan der einzelnen Arbeitsinhalte der Volontäre aufgeführt:

Foto 2: Die ersten Steine



Quelle: EIGENE AUFNAHME 2007

Foto 3: Volontäre bei der Arbeit



Quelle: WESSELS 2007

³⁹¹ vgl. HfHSA 2007, S. 1

³⁹² vgl. HfH o. J., S. 7

³⁹³ mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007

Zeitraum:**Montag, der 26.11.2008 bis Freitag, der 30.11.2008**Montag:09:00 Treffpunkt in der *Community Hall* in Mfuleni09:10 Begrüßung und Briefing der Volontäre,
Vorstellung der *homeowners* und der *crewleader*,
*morning huddle*³⁹⁴, Tagesablaufbesprechung11:00 *Teatime* auf der Baustelle13:00 Mittagessen in der *Community Hall*15:30 *Afternoon huddle*,
Säuberung von Werkzeug und Baustelle

16:00 Verlassen der Baustelle

Dienstag bis Donnerstag:9:00 Treffpunkt in der *Community Hall**morning huddle*, Besprechung des Tagesablaufes11:00 *Teatime* auf der Baustelle13:00 Mittagessen in der *Community Hall*15:30 *Afternoon huddle*,
Säuberung von Werkzeug und Baustelle

16:00 Verlassen der Baustelle

Freitag:09:00 Treffpunkt in der *Community Hall**morning huddle*, Besprechung des Tagesablaufes11:00 *Teatime*³⁹⁵ auf der Baustelle13:00 Mittagessen in der *Community Hall*

14:00 Aufräumen der Baustelle

14:30 feierliche Übergabe der einzelnen Häuser

15:00 Abschiedszeremonie

Foto 4: Mauern des Grundstocks



Quelle: EIGENE AUFNAHME 2007

Foto 5: Lunch – Community Hall



Quelle: WESSELS 2007

Foto 6: Grundieren des Giebels



Quelle: EIGENE AUFNAHME 2007

Foto 7: „Stein-Kette“



Quelle: EIGENE AUFNAHME 2007

³⁹⁴ mit „huddle“ bezeichnet HfHSA ein Zusammentreffen, gegenseitiges Anfeuern und Mut machen. Dabei stellen sich alle umarmend zu einem Kreis auf, die *crewleader* sagen ein paar aufmunternde Worte und ein abschließender sog. *war cry* (ironische Bezeichnung für ein Ausruf, den erst der *crewleader* ruft und die Volontäre und Homeowner beantworten) schließt das *huddle* ab.

³⁹⁵ Während der *teatime* werden in einer Frühstückspause die von den *homeowners* selbstgebackenen „Capcakes“, eine regionale Spezialität, sowie Tee und Kaffee verzehrt.

Arbeitsinhalte:

Tag 1:

- Anmischen von „duggha“ (Mörtel)
(= 3 Schubkarren Sand, 1 Sack Zement)
- 14kg-Steine in einer Kette zur Baustelle bewegen
- Lücken in den Wänden schließen und abschmiegeln
- Steine für die Maurer mit „duggha“ füllen
- Fensterrahmen streichen
- Drei Wände auf acht Reihen hochziehen

Foto 8: Hinterer Giebel steht



Quelle: WESSELS 2007

Tag 2:

- Anmischen von „duggha“
- 14kg-Steine zur Baustelle bewegen
- Lücken in den Wänden schließen und abschmiegeln
- Steine für die Maurer mit „duggha“ füllen
- Lücken zw. Mauer u. Fenster u. Türen schließen
- Lücken in den Wänden mit „duggha“ füllen und abschmiegeln
- Eisenstränge für Innenwände zerschneiden
- Streichen des Dachgiebels
- Fertigstellung des hinteren Giebels, drei Wände auf 12 Reihen hochziehen, Vorderwand acht Reihen

Foto 9: Die Innenwände entstehen



Quelle: EIGENE AUFNAHME 2007

Tag 3:

- Anmischen von „duggha“
- 9kg-Steine in einer Kette zur Baustelle bewegen
- Fensterbänke anbauen
- Innenseiten des Hauses verputzen
- Eingang/ Veranda vorbereiten
- Alle Innenwände fertig stellen
- Vorderen Giebel bauen
- Befestigungen für das Dach einbauen

Foto 10: Lücken werden aufgefüllt



Quelle: EIGENE DARSTELLUNG

Tag 4:

- Veranda/ Eingang ausbauen
- Dachstuhl ausbauen
- Leisten festnageln
- +/- 650 Ziegel in Reihe anreichen
- Ziegel ausrichten und festnageln
- Innen- und Außenwände fertig verputzen

Foto 11: Die ersten Dachziegel



Quelle: EIGENE DARSTELLUNG

Tag 5:

- Veranda komplett fertigstellen
- Dachausbau beenden
- Lücke zwischen oberster Steinreihe und Dach mit “duggha” lückenlos schließen
- Türen und Fenster einsetzen
- Zwei Bäume vor der Veranda pflanzen

Foto 12: Isolation des Daches



Quelle: EIGENE AUFNAHME 2007

Foto 14: Schlüsselübergabe



Quelle: WESSELS 2007

Foto 13: Fast fertiges Haus



Quelle: WESSELS 2007

6.3.1 Befragung der *homeowners*

Zur Durchführung der Interviews wurde ein Leitfaden für die Befragung³⁹⁶ erstellt, um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten. Die Befragungen der sechs Hausbesitzer bzw. zukünftigen Hausbesitzer wurden anhand eines semi-strukturierten Leitfadens geführt. Die Eignung dieser Gesprächsform für die Studie bestand darin, dass sie es, entsprechend der Zielsetzung, den Befragten erlaubte, ihre Perspektiven und Interpretationen zur Geltung zu bringen. Außerdem ließ sie der Interviewerin die Möglichkeit, die Fragen kontextintensiv und ausgerichtet an den jeweiligen Ausführungen der Befragten zu formulieren. Er war demnach der Gesprächsfaden und ausschlaggebend für die konkrete Gesprächssituation. Der Leitfaden umfasste folgende Themengebiete:

- Ökonomische, soziale und kulturelle Hintergründe
- Allgemeine Fragen zu Erfahrungen mit Tourismus
- Spezielle Fragen bezüglich des Hausbauprojekts
- Demographische Angaben

³⁹⁶ siehe Anhang H1

Chronologische Reihenfolge der Interviews mit den einzelnen *homeowners*:

Erika BASSON – *homeowner-to-be* 22.11.2007, Mfuleni

Buyiswa KHUMALO – *homeowner* – 27.11.2007, Mfuleni

Patiswa MAROQA – *homeowner to be* – 28.11.2007, Mfuleni

Mavis MADLALA – *homeowner* – 29.11.2007, Mfuleni

Vuyelwa MAYIPELI – *homeowner* – 29.11.2007, Mfuleni

Nozuko GAMA – *homeowner* – 29.11.2007, Mfuleni

Die folgenden Exkurse werden drei der *homeowners* beziehungsweise zukünftigen *homeowners* vorstellen und einen kurzen Einblick in deren Leben ermöglichen. Im Anschluss an die Kurzvorstellungen werden einige Anmerkungen sowie Verbesserungsvorschläge seitens der Hausbesitzer gegeben. In einigen Fällen hat aufgrund der Sprachbarrieren Neo Khumalo von Xhosa ins Englische übersetzt.

Exkurs 4: Einblick in das Leben der *homeowners*:

Exkurs 4a: Homeowner 1 – Patiswa Maroqa

Patiswa ist eine arbeitslose Mutter von zwei Jungen. **Vikela** ist 16 Jahre, **Dini** ist zwei Jahre alt.

Patiswa zog im Jahr 2004 von Samora, einem Elendsviertel des Townships Philipi – auch ein Township in der Nähe von Kapstadt – nach Mfuleni. Sie hat sich im Jahr 2000 für ein Grundstück in Mfuleni beworben und ist im Jahr 2002 auf dieses Grundstück gezogen, auf dem sie zunächst nur ein *shack* errichten konnte.

Im Jahr 2008 schließlich wird ihr Haus von HfHSA gebaut.

Patiswa würde gerne ihr eigenes Unternehmen von zu Hause aus führen. Momentan kauft sie Kleider von einer Fabrik, in der ihre Schwester arbeitet und verkauft sie an ihre Nachbarn. Diese Arbeit würde sie gerne ausbauen.



Quelle: Mündliche Aussage, Patiswa MAROQA, 28.11.2007

Bild: Eigene Aufnahme

Exkurs 4b: Homeowner 2 – Buyiswa Khumalo

Buyiswa ist 52 Jahre alt und lebt seit über 20 Jahren in einem **shack**. Im Jahr 2003 zog sie von KTC, einem Viertel in Nyanga, auf das neu erworbene Grundstück in Mfuleni und wartet seitdem darauf endlich die Jahre in dem shack der Vergangenheit zuzuschreiben und in das neu gebaute Haus von **HfHSA** zu ziehen. Nun ist es endlich so weit. Am Ende des Hausbauprojektes wird **Buyiswa** in ihr neues Heim ziehen können.

Sie wird mit ihren beiden Söhnen und ihrem Bruder in dem 40 m²-Haus leben.

Wegen ihrer Arthritis ist es ihr nicht mehr möglich ihren ehemaligen Beruf auszuüben. Sie arbeitete in einem Hotel, hat dort Milkshakes und Eis verkauft. Nun sorgt sie tagsüber für ihre Kinder, putzt das Haus, kocht und geht jeden Tag zwei Mal in die Kirche. Seit dem Jahr 2004 erhält sie eine Unterstützung von 870 Rand im Monat, das sind umgerechnet circa 83 EUR. Jedes Jahr muss sie sich erneut um diese Stütze bewerben. Wasser und Strom kauft sie *prepaid*, d.h. irgendwann ist Schluss. Dann muss die Familie auf den nächsten Zuschuss vom Staat warten.



Quelle: Mündliche Aussage, Buyiswa KHUMALO, 27.11.2007

Bild: Eigene Aufnahme

Exkurs 4c: Homeowner 3 – Erica Basson

Erica ist 33 Jahre alt und hat drei Kinder. Der Älteste ist neun Jahre, das Mädchen drei Jahre und der Jüngste ist gerade drei Monate alt. Zusammen mit ihrem Mann und den drei Kindern wohnt sie in dem circa 6 m² großen **shack**.

Stolz zeigt sie das Haus ihrer Mutter (siehe Foto), das letztes Jahr von **HfHSA** errichtet wurde. Bald hat auch ihr Warten ein Ende.

Seit der Geburt ihres Kleinen kann Erica nicht mehr ihren Job als Putzfrau ausüben. Trotzdem steht sie jeden Morgen um 5 Uhr auf, putzt, kocht und versorgt schließlich die Kinder, bevor der Älteste zur Schule geht. Sie freut sich darauf, jeden Abend in die Kirche zu gehen.

Sie mag das Leben in Mfuleni, weil so viele verschiedene Kulturen nebeneinander leben und es überhaupt nicht auffällt. Xhosa, Zulu, Zutu, Venda und sogar einige Coloureds leben hier Seite an Seite ohne Probleme. Das kommt in südafrikanischen Townships nicht häufig vor.

Um sich etwas Geld dazuzuverdienen lädt sie Touristen in ihr **shack** ein. Sie backt die typischen Capcakes und gibt ihnen Kaffee. Die Touristen dürfen ihr Fragen stellen und sie ist gerne bereit ihnen alles aus ihrem täglichen Leben zu zeigen.

Das bedeutet für sie „Tourismus“: „People come to our place and want to know more

Quelle: Mündliche Aussage, Erica BASSON, 22.11.2007

Bild: Eigene Aufnahme



6.3.2 Zwischenfazit

Vorab muss festgehalten werden, dass alle Hausbesitzerinnen sowie deren Familien sehr glücklich und dankbar für das neue Zuhause sind. Sie haben mehrere Jahre auf diesen Augenblick gewartet. Jahrzehntlang haben sie in *shacks* gewohnt. Nicht alle hatten Strom oder Wasser und die Dächer waren oft undicht. Bereits vor mehr als acht Jahren haben sich die Frauen für ein Haus bei Habitat for Humanity beworben. Während des Hausbaus herrschte eine allgemeine Aufregung und Anspannung. Neben den täglichen Aufgaben muss auch alles für den Bau vorbereitet werden. Die Sorge, ob das Material rechtzeitig ankommt ist groß. Gemeinsam mit den anderen Mitgliedern der *sweat equity* wird z.B. das Essen für die Volontäre in der Nacht zuvor vorbereitet. Die Arbeit in der *sweat equity* wird immer wieder erwähnt. Hier teilen sich die Meinungen sehr. Im Allgemeinen scheint man die Arbeit als äußerst positiv zu empfinden. Es entstehe eine starke Gruppendynamik und ein Gemeinschaftsgefühl. Auch viele Freunde wurden gefunden. Doch wie es scheint, gibt es auch Lücken in diesem System. Die Arbeit ist hart. Egal ob es regnet oder ob jemand erkrankt, gearbeitet wird jeden Tag. Laut der Aussage einer Hausbesitzerin seien diejenigen, die jeden Tag zur Arbeit gehen müssen und aus diesen Gründen nicht gleich aktiv in der *sweat equity*-Gemeinschaft sein können, benachteiligt, was die Hilfe an ihrem eigenen Hausbau betreffe. Persönliche Differenzen können insgesamt nicht vermieden werden.

Das Haus selbst betreffend sind alle *homeowners* sehr froh, dass es von HfH gebaut wird. Die Qualität sei ihrer Meinung nach sehr viel besser als die der anderen Haubauorganisationen. Einzige Beschwerden beziehen sich auf die Dauer der Fertigstellung. Nach der Woche des Hausbaus mit den Volontären zusammen ist es im eigentlichen Sinne noch nicht bezugsfertig. Der Innenausbau muss noch vollzogen werden. Dies kann unter Umständen mehrere Wochen dauern. Einige Häuser, die im Jahr zuvor gebaut wurden haben angeblich bis heute noch keinen Innenausbau. Trotzdem wird das Haus fast ausnahmslos in diesem „rohen“ Zustand aus der Not heraus bewohnt.

7 Empirische Analyse

In diesem Kapitel wird untersucht, welche Einstellungen und welche Motivationen die teilnehmenden Volunteer-Touristen haben. Es stellt neben der qualitativen Befragung den zweiten Teil der Untersuchung der nachhaltigen Entwicklung durch Volunteer-Tourismus dar. Um diesen als ein Tourismusprodukt auf dem deutschen Markt zu implementieren, sollten zwar die vordergründigen Motivationen das Angebot bestimmen, dennoch muss sichergestellt werden, dass die lokale Bevölkerung der jeweiligen Destination entsprechend partizipiert und von den verschiedenen Projekten profitiert. Im Rahmen dieser Befragung soll herausgestellt werden, welche Beweggründe und Motivationen den Volunteer-Touristen dazu veranlasst haben, an dem Hausbauprojekt teilzunehmen, ob eine ausreichende Informationsvermittlung seitens der Organisationen stattgefunden hat und was gegebenenfalls besser gemacht werden könnte.

Die folgenden Kapitel zeigen die methodische Vorgehensweise, die Datenerhebung sowie deren Aufbereitung und Verarbeitung. Abschließend werden die Ergebnisse vorgestellt und interpretiert.

7.1 Methodische Vorgehensweise der Datenerhebung

Für die Durchführung dieser empirischen Untersuchung wurde als Erhebungstechnik die schriftliche, standardisierte Befragung gewählt. Aufgrund diverser äußerer Umstände (siehe Kapitel 1.2 und 7.1.2) wurde die „postalische Befragung“ gewählt. Die Fragebögen wurden zuerst an eine Kontaktperson (Gavin SEIDLER) von HfH gesendet, die sie dann an die teilnehmenden Volunteer-Touristen in dem Township Ntshongweni ausgeteilt hat. Dementsprechend nimmt in diesem Fall SEIDLER die Position des Interviewers ein. Gemäß der „Verteilungs- und Abholungsmethode“ wurde der Fragebogen übergeben und den Befragten zum Selbstauffüllen überlassen.³⁹⁷

7.1.1 Untersuchungsgegenstand

Wie oben bereits angedeutet wurde, zielt diese quantitative Befragung auf eine Analyse der Einstellungen, der Motivationen und des Bewusstseins der an dem Hausbauprojekt von HfH teilnehmenden Volunteer-Touristen ab.

Der erste Teil der Befragung bezieht sich auf die Hauptmotivation und die Vorbereitung für die Reise nach Südafrika. Es soll untersucht werden, ob das Volunteer-Projekt im Vordergrund der Reise steht oder der Urlaub in der Destination Südafrika. Um negative

³⁹⁷ vgl. KROMREY 2002, S. 360

Auswirkungen bei solchen Tourismusprojekten, besonders im interkulturellen Bereich, zu vermeiden, ist sowohl eine Aufklärung der Touristen als auch der lokalen Bevölkerung Voraussetzung. Demnach ist Untersuchungsgegenstand des ersten Teils des Fragebogens, ob sich der Tourist aus eigenem Antrieb heraus auf den Aufenthalt vorbereitet hat.

Der zweite Teil analysiert die Maßnahmen der Vorbereitung durch die veranstaltende Organisation. Die Befragung soll eine Hilfestellung sein, den Volunteer-Tourismus auf dem deutschen Markt in nachhaltiger Weise einzuführen. Hier müssen sowohl die Vorteile für die partizipierende lokale Bevölkerung als auch für die Volontäre bedacht werden. Eine breite Informationsbasis ist unerlässlich. Ob dies von Habitat for Humanity erfüllt wurde, soll unter anderem in dieser Erhebung herausgestellt werden. Es bleibt anzumerken, dass die Antworten auf einer Selbsteinschätzung beruhen und nur schlecht beurteilt werden kann, ob eine dem Teilnehmer nach „gute“ Vorbereitung tatsächlich einer Angemessenen entspricht. Außerdem soll der soziale, der ökonomische und der Hintergrund in Bezug auf die Bildung analysiert werden. Beispielsweise wurde gefragt, ob die Teilnehmer in der Vergangenheit schon Freiwilligendienste geleistet haben. Der zweite Teil beinhaltet des Weiteren persönliche Eindrücke bezüglich des Projektes. Die Befragten sollten verdeutlichen, welche Erfahrungen sie während des Volunteer-Projektes gemacht haben und inwieweit ihr Erfahrungsschatz bereichert wurde.

Im dritten Teil werden die demographischen Daten zu Geschlecht, Nationalität, Alter, Ausbildung und verfügbarem Einkommen erhoben.

Den gestellten Fragen dieser quantitativen Befragung liegen Hypothesen zugrunde. Diese bilden den Bezugsrahmen der Befragung. In Anlehnung an KROMREY werden zunächst Hypothesen formuliert, die anhand einer bestimmten Fragestellung überprüft werden sollen. Diesen Vorgang nennt man Operationalisierung. Die Frage wird demnach zu einem „Bindeglied zwischen den Variablen der Hypothesen und den Antworten“.³⁹⁸ Folgende Annahmen wurden für die Untersuchung entwickelt:

- Eine Veränderung der Motivationen der Reisenden ist feststellbar. Das Eintauchen in eine fremde Kultur wird zu einem wesentlichen Bestandteil einer Reise.
- Die Volunteer-Reise droht ohne entwicklungspolitischen Hintergrund zu einem Spaß-Produkt zu werden.

³⁹⁸ vgl. KROMREY 2002, S. 360

7.1.2 Aufbau der Untersuchung und Anmerkung zur Befragung

Die Fragebögen wurden, wie oben bereits erwähnt, zu einer Kontaktperson (Gavin SEIDLER) von HfHSA zu der Zweigstelle in Durban gesendet. Dort wurden die Bögen an alle Volunteer-Touristen vor Ort ausgeteilt. Es konnte keine persönliche Touristen-Befragung durchgeführt werden, da nur an diesem speziellen Hausbau-Projekt internationale Volunteer-Touristen teilnahmen und die Autorin zu dieser Zeit bei einem anderen Projekt beschäftigt war. Das persönlich untersuchte Hausbauprojekt „Mfuleni“ wurde anhand lokaler Volontäre durchgeführt. Als Angestellte verschiedener Firmen nahmen sie im Rahmen einer Corporate Social Responsibility (CSR)³⁹⁹ - Maßnahme an dem Bauprojekt teil. Sie kamen somit nicht für eine Untersuchung internationaler Volunteer-Touristen in Frage.

Eine weitere Befragung ehemaliger Projektteilnehmer wurde seitens der Organisation Habitat for Humanity aufgrund des Datenschutzes nicht gestattet.

Statt dem eigentlichen Stichprobenumfang von 200 Fragebögen konnten nur 35 generiert werden, da nicht mehr Touristen an dem Projekt teilgenommen haben und da während des Forschungsaufenthaltes in Südafrika keine weiteren Volunteer-Projekte von HfH mit internationalen Teilnehmern stattfanden. Die Untersuchung erhebt daher keinen Anspruch auf Repräsentativität. Dennoch konnte eine Tendenz festgestellt werden. Die Interpretation der Ergebnisse bezieht sich nur auf diese Tendenz und ist nicht verallgemeinerbar.

Die Bereitschaft die Fragebögen auszufüllen war allerdings zu fast 100 Prozent gegeben. Lediglich einige offene Fragen wurden manchmal gar nicht bzw. nur sehr knapp beantwortet. Dies kann eventuell auf die Abwesenheit der Interviewerin zurückzuführen sein.

7.1.3 Fragebogenentwicklung und Durchführung der Erhebung

Der für die Untersuchung verwendete Fragebogen beinhaltet 23 überwiegend geschlossene Fragen in englischer Sprache. Diese wurden bereits vor dem Forschungsaufenthalt in Südafrika zusammengestellt. Da die Interviewerin die Befragung nicht persönlich durchführen konnte, wurde besonderen Wert auf Seriosität und Wichtigkeit gelegt. Eine „leichte Handhabbarkeit zu gewährleisten“ sowie „ästhetischen Maßstäben zu entsprechen“ war entscheidend für die Entwicklung des Fragebogens.⁴⁰⁰ Es wurde in Südafrika ein Pretest mit 8 ehemaligen Volunteer-Touristen durchgeführt, die einschlägige Erfahrungen in diesem Bereich haben. Auf diese Weise konnte für eine gute Verständlichkeit

³⁹⁹ CSR ist ein freiwilliges Managementkonzept der Wirtschaft, um eine nachhaltige Entwicklung in ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension zu implementieren (vgl. HÖRTNER 2004, S. 33).

⁴⁰⁰ vgl. SCHNELL et. al. 2005, S. 361

der Fragen gesorgt werden. Die fertigen Bögen wurden nach Durban geschickt, dort von den Projektleitern in Ntshongweni an die Volunteer-Touristen ausgeteilt und nach der Befragung nach Deutschland gesendet.

Der Fragebogen gliedert sich optisch und inhaltlich in vier Abschnitte. Der erste Abschnitt enthält die Anschrift der Universität Trier, ein kurzes Anschreiben zum Forschungsvorhaben und zur Bedeutung der Befragung sowie Angaben zur Diplomandin. In der Einleitung wird ein Eindruck vom Inhalt gegeben, um Interesse für die Befragung zu wecken. Im zweiten und dritten Abschnitt folgen die thematischen Fragestellungen. Die ersten Fragen sind, den Empfehlungen von SCHNELL et. al. entsprechend, absichtlich einfach gehalten und neutral definiert, so dass der Befragte nur wenige Sekunden für die Beantwortung benötigt. Diese geschlossenen Fragen lassen sich zur „Einstimmung“ leicht beantworten und erfordern noch keinerlei Zustimmung oder Ablehnung.⁴⁰¹ Die anschließenden Fragen werden konkreter. Abschließend werden statistische Daten zu den Projektteilnehmern erhoben.

7.1.4 Datenaufbereitung und Datenverarbeitung

Die Fragebögen wurden bei Erhalt auf Vollständigkeit und eventuelle Fehlerquellen überprüft. 35 von insgesamt 36 Bögen konnten ausgewertet werden, nur ein Einziger wurde wegen Unvollständigkeit aussortiert. Die Daten wurden mit Hilfe des Statistikprogramms SPSS aufbereitet und ausgewertet. Dazu wurde zunächst jeder einzelnen Variablen ein bestimmter Wert, auch Code genannt, zugeordnet. Mit Hilfe dieser als Codeplan bezeichneten Liste wurden die erhobenen Daten in die zulässigen Codes umgesetzt. Diese codierten Werte wurden anschließend in eine Datenmaske von SPSS eingegeben. Nach der Eingabe wurde eine „Datenbereinigung“ vorgenommen. In diesem Verfahren werden alle Schreib-, Codier- und Übertragungsfehler überprüft und beseitigt.⁴⁰² Die Datenauswertung erfolgte mit statistischen Analyseverfahren. Für alle Fragen wurden Häufigkeiten errechnet, die im Anhang F2 nachzuschlagen sind. Diese Häufigkeiten werden im folgenden Kapitel überwiegend graphisch dargestellt.

Mehrere Fragen in diesem Fragebogen sind *Multiple-Choice-Questions*. Bei diesen geschlossenen Fragen hat der Interviewte mehr Antwortmöglichkeiten als „ja“ oder „nein“ zur Auswahl. In diesen Fällen entspricht die Untersuchungseinheit n nicht mehr der Anzahl der Befragten ($n = 35$), sondern der Anzahl der gemachten Nennungen. Die Untersuchungseinheit (n) wird jeweils in der Graphik oben rechts angegeben.

⁴⁰¹ vgl. SCHNELL et. al. 2005, S. 435

⁴⁰² vgl. SCHNELL et. al. 2005, S. 436

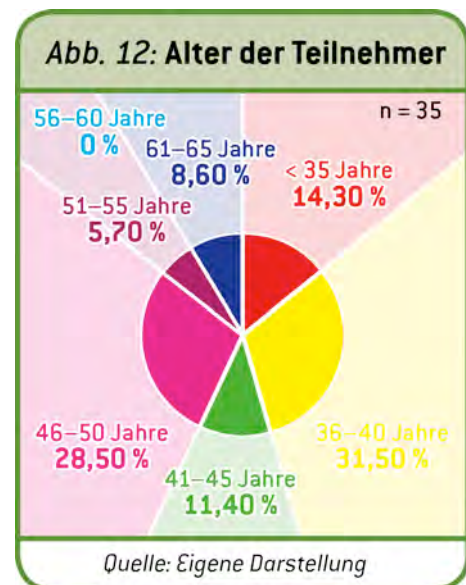
7.2 Dateninterpretation

Im folgenden Kapitel werden die Datensätze analysiert. Zunächst werden die statistischen Daten sowie die allgemeinen Fakten dargestellt. Im zweiten Teil werden sowohl die Einstellungen der Volunteer-Touristen als auch deren soziale, ökonomische und bildungsbezogene Hintergründe sowie ihre Wahrnehmungen evaluiert.

7.2.1 Stichprobenbeschreibung

Die Gesamtzahl der in die Stichprobe eingeflossenen Datensätze beträgt $n = 35$. Betrachtet man die Geschlechterverteilung, ist ein beinahe gleicher Anteil von Männern und Frauen festzustellen: 51,40 Prozent sind männlich, 48,60 Prozent weiblich. Alle teilnehmenden Personen stammen aus den USA. Das Durchschnittsalter liegt bei 42 Jahren.

Die große Mehrheit von 94 Prozent der Befragten hat einen „College-“ bzw. Universitätsabschluss. Nur zwei Personen haben als Höchsten den „High school“-Abschluss angegeben. Die Teilnehmer sind demzufolge sehr gebildet. Entsprechend verhalten sich die Antworten zu der Einkommensverteilung. 71 Prozent geben ein höheres Einkommen als 3000 € an. Nur 9 Prozent geben einen Verdienst zwischen 500 und 1500 € an, 20 Prozent der Teilnehmer machen keine Angabe dazu. Diese Ergebnisse decken sich auch mit denen anderer Studien.⁴⁰³ Der Großteil der Volontäre ist auch in dieser Erhebung zwischen 35 und 50 Jahre alt (siehe Abb. 12).



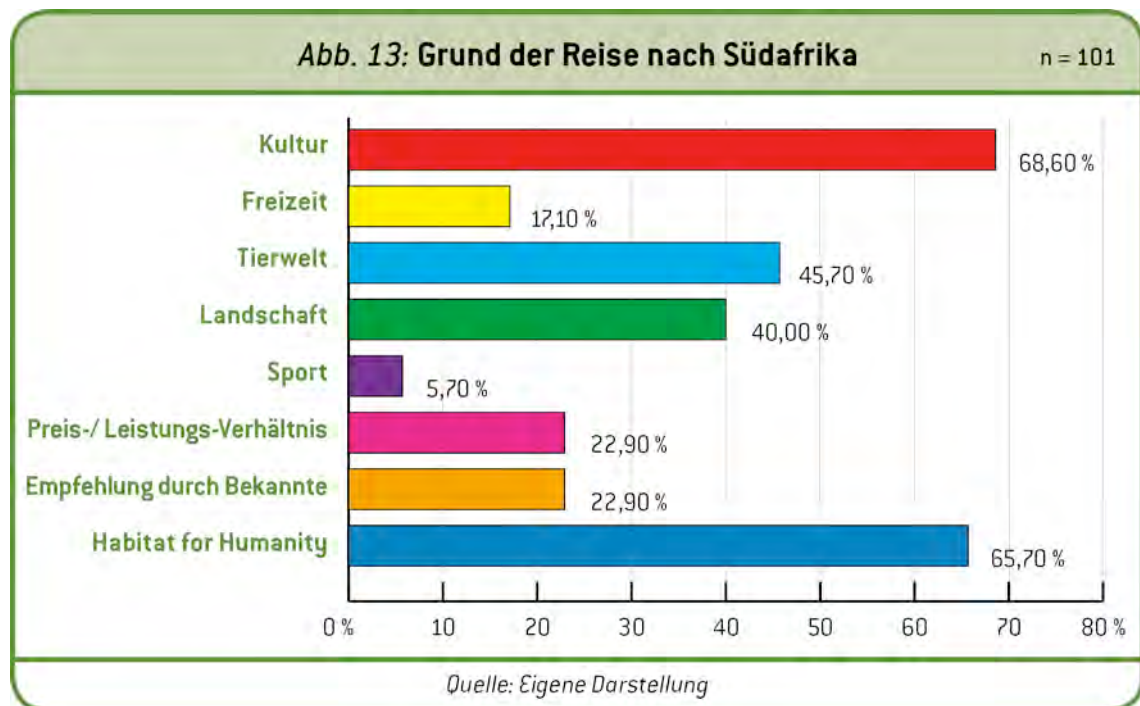
Das Bildungsniveau ist im Vergleich zu konventionellen Reisen überdurchschnittlich hoch und es steht in der Regel ein höheres Einkommen zur Verfügung.

7.2.2 Reisegrund und Reiseverhalten

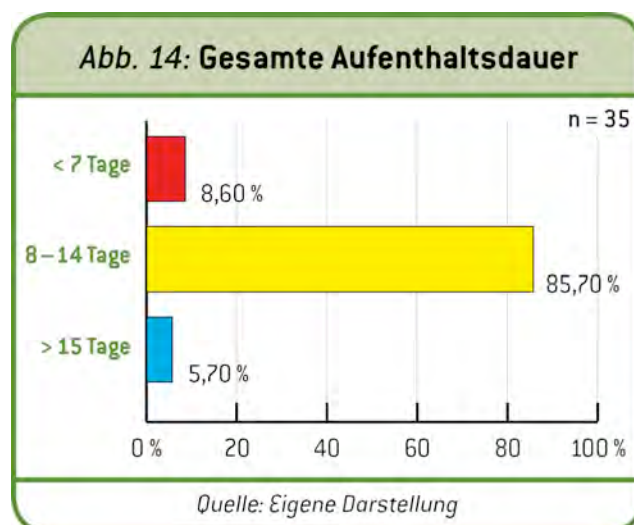
Für die Mehrheit aller Projektteilnehmer (71 Prozent) ist dieser Aufenthalt der Erste in der Republik Südafrika. Zu der Frage, warum Südafrika als Reiseziel ausgesucht wurde, erkennt man in Abbildung 13, dass vor allem der kulturelle Hintergrund (69 Prozent) und das Habitat for Humanity-Projekt im Vordergrund stehen. Obwohl hier noch nicht nach dem Projekt gefragt wurde, sondern eigentlich generelle touristische Angaben ge-

⁴⁰³ vgl. Kapitel 5.1.2

macht werden sollten, tragen 66 Prozent aller Befragten selbstständig „Habitat for Humanity“ als Auswahlgrund des Reiselandes in die einzig freie Zeile ein. Dies lässt auf eine besondere Bedeutung des Volunteer-Projektes für die einzelnen Teilnehmer schließen. Neben diesen beiden Hauptgründen werden weiterhin die Tierwelt zu 46 Prozent und die landschaftlichen Sehenswürdigkeiten zu 40 Prozent angegeben.



Auffällig ist außerdem, dass sowohl der Freizeitaspekt als auch der Sport nur sehr selten als Reisegrund angegeben werden. Es wird deutlich, dass zumindest diese befragten Volunteer-Touristen nicht das Spaß- und Freizeitmotiv in den Vordergrund stellen, wie dies z.B. bei vielen Teilnehmern von Jugendreiseveranstaltern, die Volunteer-Reisen anbieten, zu beobachten ist.⁴⁰⁴

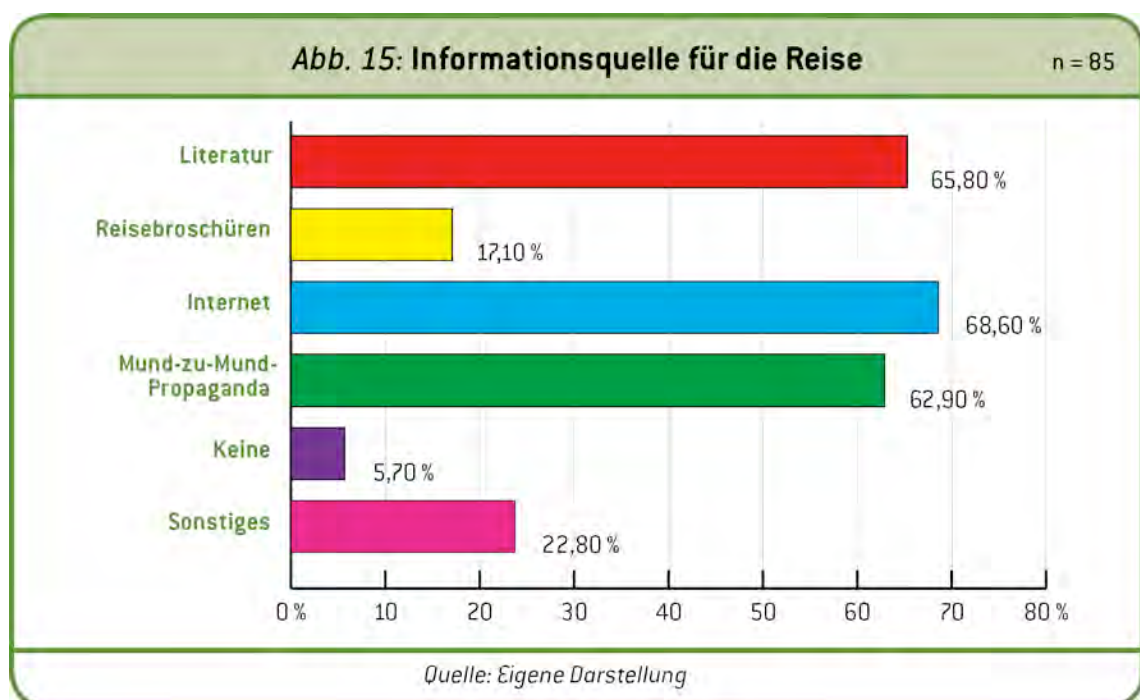


Die oben erwähnte Annahme, dass das Projekt im Vordergrund der Reise steht, wird anhand der Aufenthaltsdauer bestätigt. Wie aus Abbildung 14 hervorgeht, gibt die absolute Mehrheit (88 Prozent) eine Aufenthaltsdauer von 8 bis 14 Tagen in Südafrika an. Die Projektdauer beträgt 5 Tage plus Vorbereitungsworkshop, womit sie einen Großteil des Aufenthaltes für viele Teilneh-

⁴⁰⁴ vgl. z.B. Kataloge der Reiseveranstalter

mer einnimmt. Dass eventuell andere Länder im Rahmen des Auslandsaufenthaltes besucht werden und deshalb der Aufenthalt in Südafrika nur von einer solch kurzen Dauer ist, wird anhand der Frage 7 widerlegt, da hier auch die absolute Mehrheit (89 Prozent) kein weiteres Land besucht.

Zur Feststellung des allgemeinen Reiseverhaltens, dienen weiterhin Frage Nummer 4 sowie Frage Nummer 2. Die absolute Mehrheit, nämlich 94 Prozent, hat in der Vergangenheit bereits einen Urlaub in ein Entwicklungsland unternommen. Die zugrunde liegende These, dass Reisende in Entwicklungsländer eher dazu neigen eine erneute Reise in ein Entwicklungsland zu unternehmen⁴⁰⁵, könnte somit unterstützt werden. Die vierte Frage bezieht sich auf die Vorbereitung der Touristen vor Antritt der Reise. Hier war das Anliegen herauszustellen, wie sehr z.B. das Medium Internet zur Vorbereitung genutzt wird. Wie in Abbildung 15 zu sehen ist, waren das Internet, Literatur und die Mund-zu-Mund-Propaganda die häufigsten Informationsquellen. Ganze 69 Prozent nutzen zur Vorbereitung das Internet, knapp gefolgt von allgemeiner Literatur als Informationsbeschaffung (66 Prozent). Da nur 6 Prozent angeben, sich im Vorfeld nicht informiert zu haben, ist davon auszugehen, dass in der Regel eine eigeninitiierte Vorbereitung stattfindet. Auch bei dieser Frage war es wieder möglich mehrere Antworten zu geben.

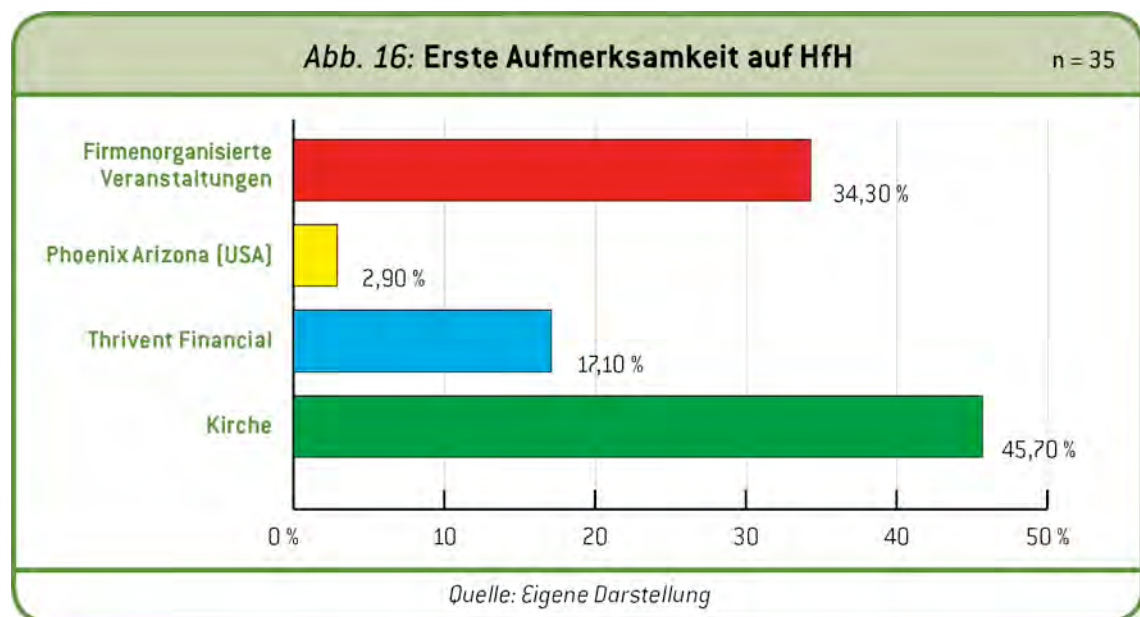


⁴⁰⁵ siehe u.a. WEARING 2001, S. 71

7.2.3 Persönliche Erfahrungen bezüglich Volunteer-Arbeit

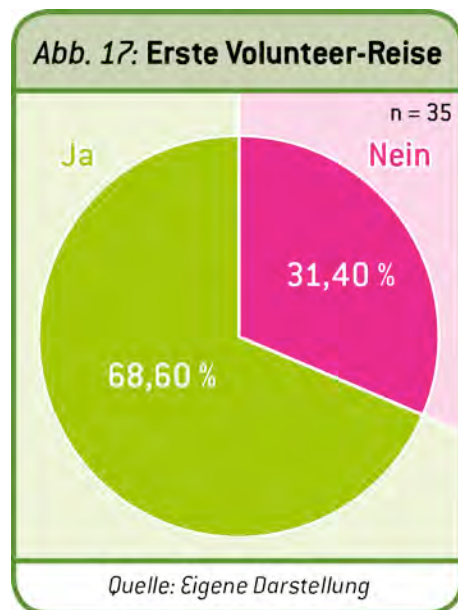
Es überrascht nicht, dass die meisten Teilnehmer bereits Erfahrungen in Freiwilligendiensten gesammelt haben. WEARING stellt z.B. die These auf, dass Menschen, die in der Vergangenheit bereits irgendeine Art Freiwilligendienst geleistet haben, eher dazu bereit sind noch einmal an ähnlichen Programmen teilzunehmen, als Menschen, die noch nie freiwillig ohne Entgelt gearbeitet haben.⁴⁰⁶ In dieser Befragung beantworten sogar 100 Prozent eine diesbezügliche Frage mit „ja“.⁴⁰⁷ Die Freiwilligendienste wurden hauptsächlich im Heimatland, den USA, geleistet. Manche Teilnehmer haben an ähnlichen Projekten teilgenommen, 29 Prozent haben sich in der Kirche engagiert. Ganze 80 Prozent der Befragten geben an, schon einmal für HfH gearbeitet zu haben, was ein sehr positives Resultat für die Organisation ist, da offensichtlich gute Erfahrungen mit ihr gemacht wurden.

Die folgende Abbildung 16 bezieht sich auf die offene Frage „Where did you hear about HfH?“ (Frage 12). Als Antwort wird „Kirche“ auffällig häufig angegeben, was auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass HfH eine christliche Organisation ist. Die erste sowie die letzte Antwort sind sicher zusammenzufassen, da es sich um CSR-Maßnahmen zu handeln scheint. Mit zusammen 34 Prozent liegt diese Antwort eindeutig an zweiter Stelle. *Thrivent Financial* ist eine lutheranische Organisation, die seit fast zwei Jahrzehnten in Kooperation mit HfH Häuser in den Vereinigten Staaten baut. Insgesamt haben 17 Prozent der Befragten angegeben, über *Thrivent Financial* von HfH gehört zu haben. Ebenso eine Antwort mit religiösem Hintergrund. Es lässt sich folglich feststellen, dass auffällig viele Teilnehmer einen religiösen Motivationshintergrund haben (vgl. Kapitel 5.1.3).



⁴⁰⁶ WEARING 2001, S. 70

⁴⁰⁷ siehe Häufigkeitstabelle zu Frage 9 im Anhang G2

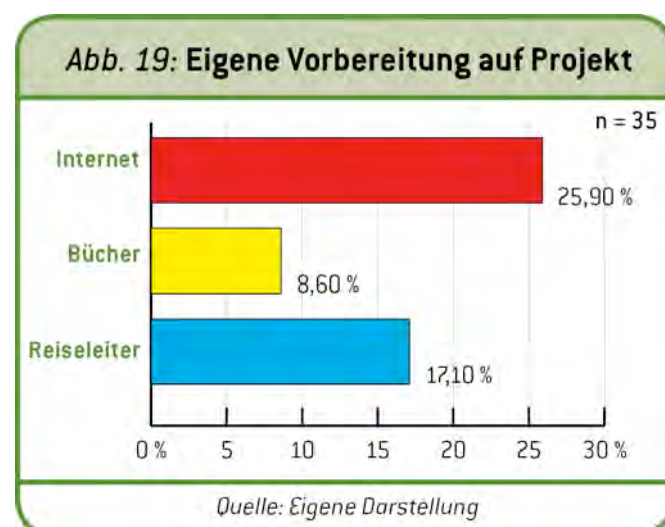
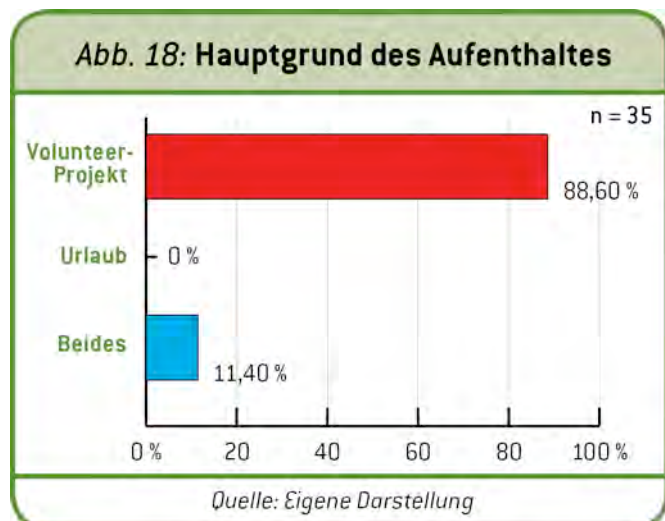


Wie schon in der Frage zum ehemaligen freiwilligen Engagement verhält es sich ähnlich mit gesammelten Erfahrungen im Volunteer-Tourismus Bereich. Immerhin 31 Prozent aller teilnehmenden Personen haben in der Vergangenheit an einem Volunteer-Tourismus-Projekt teilgenommen (siehe Abb. 17).

Der vorrangige Grund für die Reise soll außerdem angegeben werden. Es stellt sich heraus, dass für 89 Prozent aller Teilnehmer das Hausbauprojekt eindeutig der Hauptgrund dieser Reise ist. Keiner hat den alleinigen Urlaub angegeben und nur für 11 Prozent war sowohl der Freiwilligendienst als auch der Urlaub in der Bedeutung gleichrangig (siehe Abb. 18).

Anhand der offenen Frage 13 soll herausgestellt werden, wie die Volunteer-Touristen sich im Vorfeld auf das Projekt vorbereiten.

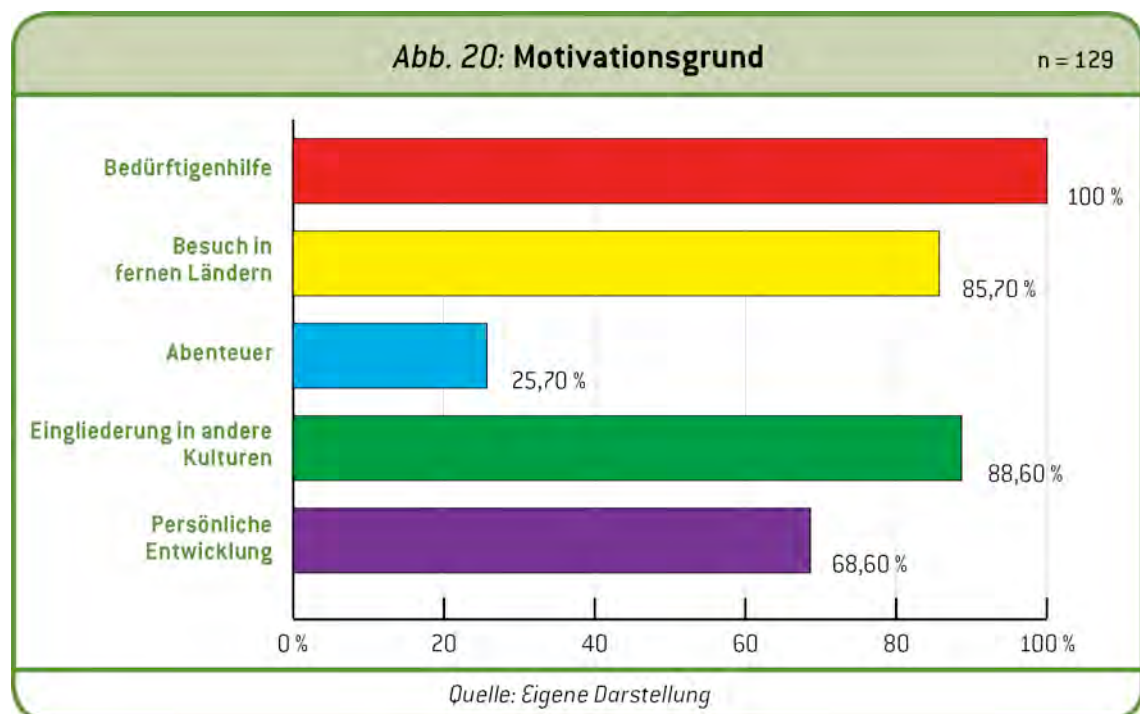
Trotz der offenen Fragestellung ist eindeutig, dass sich die Meisten (26 Prozent), die eine Angabe machen, durch das Medium Internet Informationen sammeln. Offensichtlich geben außerdem die jeweiligen Reiseleiter bzw. *crewleader* gute Auskunft. Bücher wurden auch zur Informationsbeschaffung genutzt.



7.2.4 Persönliche Motivation der Teilnehmer

In einem anderen Teil der Befragung war das Hauptanliegen, anhand gezielter Fragen herauszustellen, wie sehr das Volunteer-Projekt im Vordergrund der Reise steht. Entsprechend wurde z.B. nach Motivationen und nach Eindrücken gefragt.

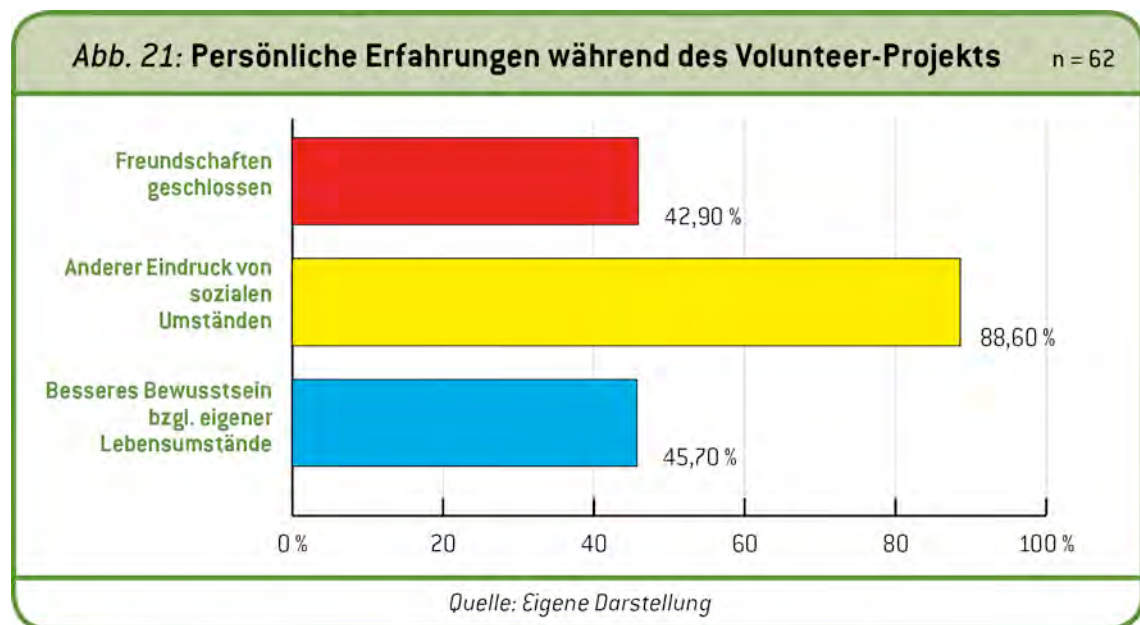
Frage 11 bezieht sich auf zugrunde liegende Motivationen. Die Antworten sollten Auskunft darüber geben, ob altruistische, entwicklungspolitisch relevante Motivationen im Vordergrund stehen oder ob diese Art von Reise eventuell als „once-in-a-lifetime-experience“ betrachtet wird und der Spaßfaktor die Hauptmotivation ist, wie dies besonders bei jüngeren Volunteer-Touristen häufig beobachtet werden kann. In NPOs ist der entwicklungspolitische Charakter jedoch wesentlich ausgeprägter⁴⁰⁸, als bei z.B. Jugendreiseveranstaltern, weshalb das nachfolgende Ergebnis nicht verwundert:



Die altruistische Motivation den Armen helfen zu wollen, geben einstimmig alle Teilnehmer an, wie aus Abbildung 20 deutlich hervorgeht. Bei dieser Frage war es wieder möglich mehrere Antworten zu geben. So ist es 88 Prozent der Befragten wichtig, eine fremde Kultur kennen zu lernen und in den Alltag eingegliedert zu werden. Für 86 Prozent ist der Besuch eines fernen Landes außerdem ausschlaggebend. Unter einer eindeutig egozentrischen Motivation fällt der Teilnahmegrund der persönlichen Entwicklung, was von 69 Prozent der Teilnehmer angegeben wird. Abgesehen von der ersten, altruistischen Motivation, könnten weit gefasst alle übrigen Gründe unter die Rubrik „egozentrische Motivation“ fallen. Auf der Suche nach einem „Abenteuer“ waren verhältnismäßig wenige Teilnehmer (26 Prozent). Da aber alle weiteren Nennungen neben der

⁴⁰⁸ STEBBINS/ GRAHAM 2004, S. 29

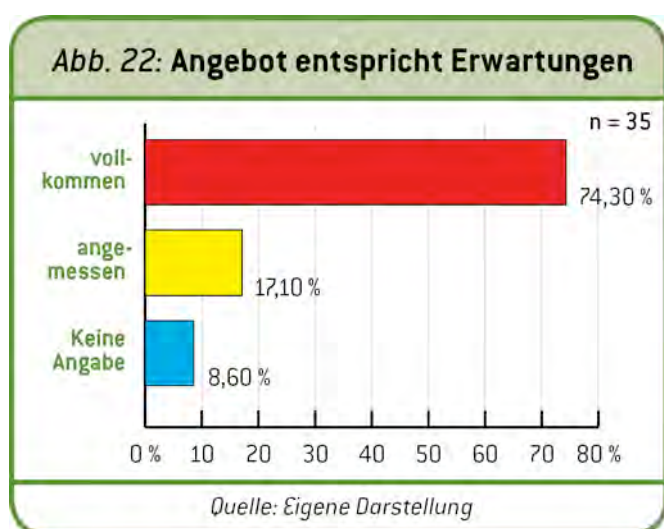
Bedürftigenhilfe gemacht wurden, waren diese Motivationen nur Zusatz zu den Altruistischen und gelten daher nicht alleine als egozentrische Motivationen. Die Kombination aus Helfen und weiteren positiven Effekten zählen für die Teilnehmer.



Auf die Fragestellung welche persönlichen Erfahrungen die Volunteer-Touristen während des Projektes gemacht haben, gibt die Mehrheit (89 Prozent) an, einen anderen bzw. besseren Eindruck von den sozialen Umständen der Einheimischen bekommen zu haben. 43 Prozent der Teilnehmer haben Freundschaften geschlossen und 46 Prozent aller Befragten führen mit einem anderen Bewusstsein bezüglich eigener Lebensumstände nach Hause (siehe Abb. 21).

7.2.5 Zufriedenheit der Teilnehmer

Eine weitere Fragestellung war, wie zufrieden die Touristen mit dem Angebot der Veranstalter sind. Hier ist eine recht hohe positive Resonanz auffällig. Insgesamt 73 Prozent geben an „sehr zufrieden“ mit dem Angebot zu sein, 17 Prozent halten das Angebot für „angemessen“ und 9 Prozent enthalten sich einer Angabe. Keiner gibt an unzufrieden zu sein (siehe Abb. 22).

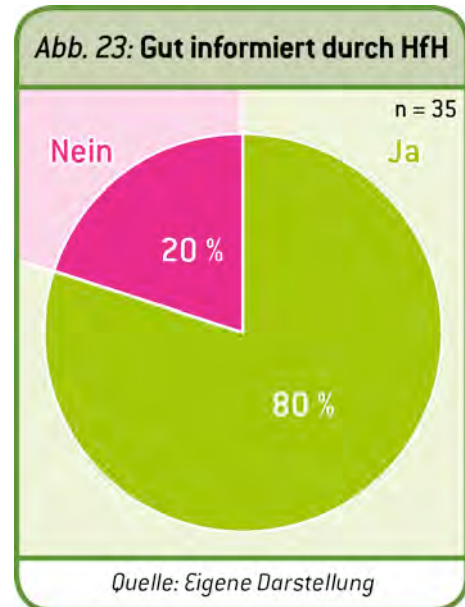


Auf die Frage, ob HfH die Volontäre ausreichend informiert habe, geben immerhin 20 Prozent an, dass mehr Information erwünscht gewesen wäre (siehe Abb. 23). 14 Prozent erwünschten sich detailliertere Informationen über die Organisation HfH, 6 Prozent wären für Reisetipps in Südafrika dankbar gewesen.⁴⁰⁹

Die einzigen Verbesserungsvorschläge oder Änderungswünsche werden bezüglich des Informationsgehaltes und der Dauer gegeben⁴¹⁰. Beinahe die Hälfte (46 Prozent) aller Teilnehmer empfindet die Dauer des Projektes als zu kurz.⁴¹¹ Die Tatsache, dass einstimmig alle angegeben haben in der Zukunft noch einmal an einem ähnlichen Projekt teilnehmen zu wollen, deutet darauf hin, dass eine allgemeine Zufriedenheit unter den Teilnehmern vorzufinden ist.

Die in der Vergangenheit gemachten Erfahrungen von Volunteer-Touristen scheinen Anlass dafür zu geben, noch ein weiteres Mal an einem ähnlichen Programm teilzunehmen. Die Tatsache, dass einstimmig alle Befragten behaupten, in der Zukunft wieder an einem Volunteer-Tourismus-Projekt teilnehmen zu wollen, bestätigt diese positive Resonanz.⁴¹²

Abschließend sollen einige Verbesserungsvorschläge aufgeführt werden, die die Befragten auf die offene Frage 16⁴¹³ angeben. Am häufigsten wird genannt, dass sie sich einen besseren organisatorischen Ablauf erwünschen. Dies bezieht sich vor allem auf die Organisation während des Baus. Andere geben an, dass sie die 5 Tage Hausbau als zu kurz empfunden haben.



7.3 Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerung

Insgesamt ist eine sehr positive Resonanz bezüglich des gesamten Projekts festzustellen. Bis auf einige organisatorische Belange waren alle Teilnehmer sehr zufrieden und hätten sogar gerne länger teilgenommen. Einige der Befragten geben an, dass eine bessere Organisation während des Baus wünschenswert wäre. Eigene Erfahrungen haben gezeigt, dass es häufig nicht leicht ist, alle Volontäre durchweg zu beschäftigen. Es gibt

⁴⁰⁹ siehe Häufigkeitstabelle zu Frage 14 in Anhang G2

⁴¹⁰ siehe Häufigkeitstabelle zu Frage 16 in Anhang G2

⁴¹¹ siehe Häufigkeitstabelle zu Frage 15 in Anhang G2

⁴¹² siehe Häufigkeitstabelle zu Frage 17 in Anhang G2

⁴¹³ siehe Häufigkeitstabelle zu Frage 16 in Anhang G2

Phasen, in denen beispielsweise nur die ausgebildeten Maurer arbeiten können. Die Volontäre müssen sich derweil eigenständig beschäftigen. Hier ist es ratsam „Überbrückungsphasen“ einzubauen. Die Zeit könnte genutzt werden, um z.B. das Township besser kennen zu lernen, wobei es sicherlich ratsam und auch hilfreich ist, einheimische Begleitungen als *tour guides* einzubinden. Während des Hausbaus in Mfuleni haben Mitglieder der *sweat equity*-Gruppe die Volontäre durch ihre Heimat geführt und über das tägliche Leben informiert. Die Projektteilnehmer erhielten einen Einblick in die Schule und die eigens aufgebauten kleinen Supermärkte usw. Auf diese Weise war es möglich einen ganz anderen und viel intimeren Einblick in das Leben der Bewohner zu bekommen.

Bezüglich der in Kapitel 7.1.1 aufgestellten Hypothesen ist festzustellen, dass aufgrund der Erhebungsergebnisse die erste Annahme verifiziert werden kann:

- Es herrscht eine Interessenswandlung der Touristen. Das Eintauchen in eine fremde Kultur wird zu einem wesentlichen Bestandteil einer Reise.

Im Fall des Projektes von Habitat for Humanity ist jedoch die zweite aufgestellte Hypothese zu falsifizieren:

- Die Volunteer-Reise droht zu einem „Spaß-Produkt“, ohne entwicklungspolitischen Hintergrund zu werden.

Das Spaßmotiv hat hier keinen vorrangigen Stellenwert. Das Motiv „Helfen“ wird zu 100 Prozent angegeben, alle weiteren Gründe sind zusätzlich genannt. Dies könnte eventuell an der Altersgruppe liegen. Die persönliche Entwicklung war zwar auch ein entscheidender Faktor, der zum Entschluss geführt hat, an dem Projekt teilzunehmen, geführt hat aber es liegen vor allem religiöse sowie altruistische Motivationen zugrunde. Der Ursprung der Entwicklungshilfe bleibt im Fall Habitat for Humanity enthalten. Das Ergebnis ist in jedem durchgeführten Projekt ein neues Haus und somit ein kleiner Schritt, armen Menschen aus lebensunwürdigen Verhältnissen herauszuhelfen. So lange diese Motivation beibehalten wird und Teilnehmer mit den positiven Erfahrungen zurück ins Heimatland fahren, um eben diese Motivationen und Erfahrungen an ihre Mitmenschen weiterzugeben, kann diese Art Volunteer-Tourismus einen kleinen Beitrag zur Entwicklung leisten.

8 Ergebnisse und Perspektiven von Volunteer-Tourismus-Projekten

8.1 Projektbezogene Ergebnisse und Handlungsempfehlungen

Die Zielsetzungen der im Rahmen dieser Studie befragten Experten, freiwilligen Assistenten und Teilnehmer der Organisation HfHSA sind insgesamt als positiv zu bewerten. Dennoch sind Umsetzungsdefizite erkennbar. Im Folgenden werden die Ergebnisse der Analyse der Expertengespräche in Stärken und Schwächen des Hausbauprojektes eingeteilt. Als Orientierungs- und Bewertungsgrundlage dient dabei der *Code of Good Practice for Responsible Volunteering in South Africa*, entwickelt von den beiden südafrikanischen Veranstaltern Volontours und Calabash Tours, der in Anhang F nachzuschlagen ist (siehe dazu auch Kap. 6). Basierend auf den Angaben der befragten Experten, der betroffenen lokalen Bevölkerung sowie der Volontäre, werden Handlungsempfehlungen aus den jeweiligen Defiziten abgeleitet.

1. Zusammenarbeit mit den *communities*:

Laut dem *Code of Good Practice* müssen die Programme mit der *community* abgesprochen werden (z.B. anhand einer Bedürfnisanalyse und/oder in einem kollektiven beratenden Meeting). Des Weiteren sollte eine permanente Kommunikation mit den lokalen *communities* während des gesamten Projektzyklus gewährleistet sein.

These: Die Bedürfnisse der *communities* werden laut HENDRY im vollen Ausmaß beachtet.⁴¹⁴ Er weist darauf hin, dass das Projekt nur erfolgreich sein könne, wenn garantiert sei, dass die Bedürfnisse der *communities* erfüllt würden.⁴¹⁵

Ob sich diese These bestätigen lässt, soll anhand der nachfolgend aufgeführten Stärken und Schwächen analysiert werden.

Stärke 1:

Im Fall des Hausbauprojektes von HfHSA geht die Entscheidung von der *community* aus, ob die Organisation HfHSA den Bau der Häuser übernehmen soll und keine andere Hilfsorganisation. Im Fall Mfuleni hat zwar die Regierung bei HfHSA angefragt, doch

⁴¹⁴ mündliche Aussage HENDRY, 11.12.2007

⁴¹⁵ mündliche Aussage HENDRY, 11.12.2007

die *community* hat letztendlich entschieden, dass die Organisation HfHSA den Bau der Häuser übernimmt.⁴¹⁶

Stärke 2:

Die *community* entscheidet außerdem selbst, wer von den Gemeindemitgliedern ein Haus bekommen soll.⁴¹⁷ Die Bedürfnisse werden von der *community* selbst analysiert. Anschließend wird von HfHSA ein Screening vorgenommen, das prüft, ob die zukünftigen *homeowners* die notwendigen Bedingungen⁴¹⁸ erfüllen.⁴¹⁹

Es ist sehr wichtig, dass die *community* in jeglichen Hinsichten partizipiere. HfHSA versucht dies zu gewährleisten, indem der *community* zunächst bei der Organisation geholfen werde, so die Aussage von FAKUDZE, dem *Community Developer* von HfHSA. In diesem Sinne wird z.B. ein Komitee ernannt, das die lokalen Vorstellungen vertritt. Die Mitglieder lernen Verantwortung zu übernehmen und sie eignen sich eine kompetente und effiziente Arbeitsweise an. Die ganze Gemeinde muss die „Vision der lokalen *community*“, die über den Hausbau hinausgeht, erkennen und verstehen. Nur auf diese Weise könnten, laut FAKUDZE, die Ziele erreicht werden⁴²⁰.

In dem sechstägigen Vorbereitungsworkshop (vgl. Kap. 6.3) lernen die Teilnehmer die Inhalte des kompletten Prozesses, von der Planungsphase bis zum fertigen Haus kennen.

Stärke 3:

Peter FRANCIS, *Director for resource development and communications* von HfHSA, stellt fest, dass die Berücksichtigung der Bedürfnisse der Menschen in den *communities*, mit denen sie zusammenarbeiten, höchste Priorität habe. Auch die Planung des Hauses, sei nach der Beschreibung von FRANCIS individuell und werde von der *community* bewertet.⁴²¹

Schwäche 1:

Die *community* hat ein Entscheidungsrecht innerhalb eines speziellen Rahmens. Dieser wird vom vorhandenen Budget und der speziellen Bauart eines HfH-Hauses bestimmt. Dieser Rahmen ist zwar notwendig, um z.B. die Finanzierung planen zu können. Der *homeowner* darf Wünsche bezüglich der Aufteilung im Inneren des Hauses sowie der Anordnung von Türen und Fenstern äußern. Allerdings kann nicht von einer individuellen Planung die Rede sein.

⁴¹⁶ mündliche Aussage DUPREEZ, 28.11.2007

⁴¹⁷ mündliche Aussage FRANCIS, 13.11.2007

⁴¹⁸ vgl. Kapitel 6.3

⁴¹⁹ mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007

⁴²⁰ mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007

⁴²¹ mündliche Aussage FRANCIS, 13.11.2007

Schwäche 2:

Trotz der Vorbereitungsworkshops und der oben genannten Zusammenarbeit mit den *communities* werden Defizite bezüglich der Informationsvermittlung offenkundig. Die Kooperation mit den Hausbesitzern wird von mehreren Experten als eine der größten Herausforderungen empfunden. In diesem Zusammenhang erklärt z.B. DUPREEZ, dass es des Öfteren Schwierigkeiten bezüglich der Kommunikation während des Trainings gäbe und die Hausbewohner nicht immer ihre Rollen und Aufgaben verstünden, was besonders in Bezug auf die Arbeit in der *sweat equity* zutreffe. Auch der *Community Developer* FAKUDZE erklärt, dass die Verständigung mit den *communities* eine der größten Herausforderungen sei, da es schnell passieren könne, dass der zukünftige *homeowner* zu einer „yes-person“ werde und Kommunikationsvereinbarungen damit hinfällig würden.⁴²² „Homeowner expectation is the biggest challenge when they don't understand their role sometimes.“⁴²³ Auch NGEMLA behauptet, dass die Kooperation mit den *homeowners* Schwierigkeiten bereite.⁴²⁴ HENDRY weist darauf hin, dass die Qualität der Beziehung zwischen der Organisation und der *community* die Kooperation bestimme und es aus diesem Grund wichtig sei, Vertrauen und Respekt auf beiden Seiten vorzufinden. Dies benötige seiner Meinung nach Zeit, Geld und Kraft.⁴²⁵

NGEMLA erklärt, dass die Erwartungen der *homeowners* sich beispielsweise ändern können, wenn sie Häuser von anderen Mitgliedern der *community* sehen. Ist der Plan jedoch unterzeichnet, lässt er sich nur schwer verändern.⁴²⁶ Auch hier ist wieder auf ein Informationsdefizit zu schließen. DUPREEZ beendet dieses Thema mit dem folgenden Fazit: „Habitat is doing a good community project. But the communication is not always as good as it should be.“⁴²⁷

Fazit:

Aufgrund der geführten Interviews mit den Hausbesitzern sowie mit den Experten, die direkt mit der lokalen Bevölkerung zusammenarbeiten, wurde offensichtlich, dass Informationslücken bestehen. Diese bewirken vor allem eine falsche Erwartungshaltung seitens der *communities*, woraus allgemeine Probleme in der Zusammenarbeit entstehen. Trotz der Vorbereitungsworkshops⁴²⁸, die inhaltlich viele relevante Themen umfassen, sind dennoch Defizite erkennbar.

Handlungsempfehlung:

⁴²² mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007

⁴²³ mündliche Aussage DUPREEZ, 28.11.2007

⁴²⁴ mündliche Aussage NGEMLA, 29.11.2007

⁴²⁵ mündliche Aussage HENDRY, 11.12.2007

⁴²⁶ mündliche Aussage NGEMLA, 29.11.2007

⁴²⁷ mündliche Aussage DUPREEZ, 28.11.2007

⁴²⁸ siehe Kapitel 6.3

Der Ansatz der intensiven Vorbereitung der *communities* auf das Projekt ist als positiv zu bewerten. HfHSA hat den Anspruch, einen hohen Grad an Gemeindepartizipation zu erreichen, doch die Durchführung weist Schwächen auf. Eine bessere Informationsvermittlung ist unbedingt notwendig. Ein *follow up*-Workshop im Nachhinein wäre ratsam, damit sowohl die Erfahrungen der *homeowners*, der Volontäre⁴²⁹, als auch der Projektleiter ausgetauscht werden und sich daraus ergebende Verbesserungsvorschläge in die Vorbereitung nachfolgender Projekte einbezogen werden können.

2. Arbeit der Volontäre

Da es in dem Projekt um „mehr als nur ein Haus bauen“⁴³⁰ geht, muss gewährleistet sein, dass auch die Volontäre sich ihrer Rollen und Aufgaben bewusst sind.

Laut dem *Code of Good Practice* muss garantiert sein, dass die Volontäre der lokalen Bevölkerung keine Arbeitsplätze wegnehmen.

Stärke 1:

Im Fallbeispiel des Hausbauprojekts können die Häuser für die bedürftigen Menschen nicht ohne Hilfe des Staates und der Spendengelder seitens HfH gebaut werden. Die zusätzliche freiwillige Arbeitskraft der Volontäre macht die Umsetzung erst möglich. Da Volontäre nicht über das Know-How ausgebildeter Maurer verfügen, ist an jedem Haus mindestens ein ausgebildeter Maurer beteiligt. Dieser stammt aus der jeweiligen *community* und wird mit einem angemessenen Gehalt entlohnt.

Der *Code of Good Practice* schreibt außerdem vor, dass Volontäre sowohl vor der Einreise von der Entsendeorganisation, als auch nach Einreise von der betreuenden Organisation im Zielland intensiv informiert werden. Außerdem muss den Volontären eine schriftliche Aufgabenbeschreibung vor Beginn des Projektes ausgehändigt werden.

Stärke 2:

Damit der Volunteer-Tourismus dem Modell des bildungsbezogenen Lernens gerecht werden kann, ist zunächst eine gute Vorbereitung unabdingbar. „The key distinguishing fact is if they come to make something meaningful. It is not only what they are doing but how they are doing it. [...] They need to come with open minds [...]. They need to understand the whole context in that they are acting.“⁴³¹ Grundlegend ist es wichtig, dass die Organisationen der Entsendeländer die Reisenden in Form von Workshops oder Seminaren intensiv vorbereiten. Aber auch selbständige Vorbereitungen sollten für ei-

⁴²⁹ HfH teilt den Volunteer-Touristen im Anschluss Fragebögen aus.

⁴³⁰ mündliche Aussage HENDRY, 11.12.2007

⁴³¹ mündliche Aussage HENDRY, 11.12.2007

nen Volunteer-Touristen Standard sein. Stuart HENDRY hat den Eindruck, dass dies auch der Fall sei: „generally, the volunteers themselves prepare quite well.“⁴³² Jasmin JOHNSON erklärt, dass „bei den Projekten von HfHSA [...] eine Vorbereitungsphase mit eingeschlossen“ sei. „Man erfährt allgemeine Informationen zum Land [...] und zu den einzelnen *communities*.“

Schwäche 1:

Dennoch ist Andile NGEMLA, *crewleader* von HfHSA, der Ansicht, dass die Volontäre sich nicht immer ihrer Aufgabenverteilung bewusst seien. Manche beginnen das Projekt mit der Annahme, sie selbst übernehmen z.B. die Funktion der Maurer. „They want to build the house on their own. I think they are not well informed when they go on site.“⁴³³

Grund für ein solches fehlerhaftes Verhalten könnte eine ungenügende Informationsvermittlung im Vorfeld sein. Auch Genevieve DUPREEZ, *Volunteer Coordinator*, weist darauf hin, dass es von enormer Bedeutung sei den Volontären die richtigen Informationen zu geben, damit jeder wisse, was auf der Baustelle zu tun sei.⁴³⁴

DUPREEZ geht noch einen Schritt weiter, indem sie behauptet, dass die Volontäre mit stereotypen Vorstellungen kämen: „a lot of tourists come with a wrong expectation. Some of them even think, that lions are walking around everywhere in South Africa. The average Volunteer Tourist would expect the poverty that they are living in. Some are shocked by the conditions at the first time.“⁴³⁵

Anhand der quantitativen empirischen Analyse durch die Befragung der Volunteer-Touristen wurde auch seitens der Teilnehmer das Bedürfnis nach einer besseren Informationsvermittlung und Aufgabenverteilung auf der Baustelle durch die Organisation HfHSA offensichtlich.⁴³⁶

Jennifer SEIF, von der Organisation FTTSA, betont in diesem Zusammenhang, dass „the training should be giving them holistic information. This is more important than the actual training. It is very necessary that there is a strong relationship between tour operators and the project companies.“⁴³⁷

⁴³² mündliche Aussage HENDRY, 11.12.2007

⁴³³ mündliche Aussage NGEMLA, 29.11.2007

⁴³⁴ mündliche Aussage DUPREEZ, 28.11.2007

⁴³⁵ mündliche Aussage DUPREEZ, 28.11.2007

⁴³⁶ vgl. Kapitel 7.2 sowie Häufigkeitstabellen zu Frage 14 und zu Frage 16 in Anhang G2

⁴³⁷ mündliche Aussage SEIF, 06.03.2008

Stärke 3:

Die Volontäre erhalten, gemäß der Anforderung des *Code of Good Practice*, eine genaue Aufgabenbeschreibung in schriftlicher Form. Darin sind alle Arbeitsschritte der einzelnen Tage enthalten.⁴³⁸

Stärke 4:

Weitere Anforderungen des *Code of Good Practice* sind spezielle Versicherungen bezüglich des jeweiligen Projektes sowie das eigenständige Aufkommen der Volontäre für anfallende Kosten. Diese dürfen der *community* nicht zur Last fallen.

HfHSA wird beiden Anforderungen gerecht. Es gibt spezielle Versicherungen⁴³⁹ und die Volunteer-Touristen kommen eigens für ihre Kosten auf.

Schwäche 2:

Gemäß dem *Code of Good Practice* sollte es für Volontäre einen an die jeweiligen Projekte angepassten Verhaltenskodex in schriftlich ausgearbeiteter Form geben. Dieser existiert so nicht. In der schriftlichen Aufgabenbeschreibung werden zwar einige Benimmregeln aufgeführt, doch beziehen sich diese vor allem auf Sicherheitsvorschriften und Regeln für die Baustelle.

DUPREEZ berichtet von Verhaltensweisen, die Konsumbedürfnisse und Neid in der lokalen Bevölkerung hervorrufen können, indem z.B. zu auffällig mit teuren Fotoapparaten umgegangen wird. Derartige Verhaltensweisen können eine Distanzierung statt einem erfolgreichen Kennenlernen bewirken. „They are creating the desire to have hand-outs.“⁴⁴⁰

Fazit und Handlungsempfehlung:

Wie auch im ersten Abschnitt bezüglich der *homeowners* festgestellt wurde, ist auch in Bezug auf die Volunteer-Touristen eine ausführlichere Informationsvermittlung notwendig. Zwar sind die richtigen Ansätze vorhanden, doch könnten diese durch eine intensivere Vorbereitung der Volontäre optimiert werden. Es sollte unbedingt vermieden werden, dass Volontäre mit den falschen Erwartungen und Einstellungen in das Projekt einsteigen. Die Vorbereitung des Volunteer-Touristen ist demnach sowohl im Heimatland, vor Beginn einer Reise, als auch in Südafrika durch HfHSA von enormer Bedeutung. Der Volunteer-Tourismus und so auch das Hausbauprojekt sollten als ein Konzept des Reisens der Begegnung verstanden werden, nicht lediglich als Arbeitskraftbeschaffung. Dabei ist es wichtig, dem Hausbauprojekt den richtigen Rahmen zu geben, um eine Begegnung auf Augenhöhe zu ermöglichen.

⁴³⁸ vgl. Kapitel 6.3 und DUPREEZ 2007, o. S.

⁴³⁹ mündliche Aussage JOHNSON, 19.11.2007

⁴⁴⁰ mündliche Aussage DUPREEZ, 28.11.2007

3. Transparenz

Gemäß dem *Code of Good Practice* muss in jeglicher Hinsicht für Transparenz gesorgt sein. Dies gilt sowohl für die Sendeorganisation der Volontäre als auch für die leitende Organisation in der Destination. Es sollte eine genaue Aufschlüsselung der einzelnen Kosten und einen Verwendungsnachweis geben. Das heißt, es muss erkenntlich sein, welcher Teil der Ausgaben für Material, welcher für Arbeitskosten, für administrative Kosten oder Ähnliches eingesetzt wird und welcher Anteil direkt in die jeweilige *community* fließt.

Stärke 1:

Volontäre erhalten eine Aufstellung der Kosten, die bereits in Kapitel 6.3 aufgezeigt wurde.

Schwäche 1:

Diese Aufschlüsselung der Kosten ist sehr oberflächlich. Es ist kein detaillierter Einblick in einzelne Ausgaben möglich.

Schwäche 2:

Nach den Gesprächen mit den Hausbesitzern wurde offensichtlich, dass die Aufschlüsselung der Kosten gegenüber der lokalen Bevölkerung nicht ausreichend kommuniziert wird. Beispielsweise bemerkte eine der Hausbesitzerinnen, dass der Staat der Organisation HfHSA 10.000 Rand⁴⁴¹ (500 €) für jedes Haus beisteuere, wovon die Bevölkerung angeblich nichts erhalte. Es scheint nicht bekannt zu sein, dass diese Unterstützung direkt zur Kostenbehebung verwendet wird.

Handlungsempfehlung:

HfHSA sollte für eine detaillierte Kostenaufschlüsselung sorgen und vor allem gegenüber den Hausbesitzern einen hohen Grad an Transparenz gewährleisten, damit keine falschen Vermutungen entstehen und Enttäuschungen nach sich ziehen. Diese Informationen sollten im Rahmen der Vorbereitungsworkshops vermittelt werden. JOHNSON fügt außerdem hinzu, dass nicht nur Transparenz in Bezug auf die Gelder gewährleistet sein soll, sondern auch in Bezug auf die Besucher. „Unzureichend vorbereitete Besuche in Entwicklungsprojekten können kontraproduktiv sein und Klischees bestärken.“⁴⁴²

4. Nachbereitung

Im *Code of Good Practice* wird eine intensive Nachbereitungsphase empfohlen. Diese sieht vor allem ein ausführliches Feedback vor. Auf der einen Seite sollte ein

⁴⁴¹ laut der Kostenaufschlüsselung von HfHSA sind es 9100 Rand (455 €)

⁴⁴² mündliche Aussage JOHNSON, 19.11.2007

Feedback von den Volontären eingeholt werden. Auf der anderen Seite sollte ebenso eine Berichterstattung für die *communities* erfolgen, um sie in partizipativer Weise in die Nachbereitungsphase mit einzubinden. Weiterhin sollte die Organisation den Volontären Vorschläge machen, welche Möglichkeiten sich bieten, um nach Abschluss des Projektes in Kontakt mit der lokalen Bevölkerung zu bleiben und sie möglicherweise weiterhin zu unterstützen.

Stärke 1:

HfHSA teilt den Volunteer-Touristen im Anschluss an das Projekt einen Fragebogen aus, um ein Feedback zu erhalten.⁴⁴³

Stärke 2:

Verschiedene Gespräche mit der lokalen Bevölkerung sowie mit Experten der Organisation HfHSA vermittelten den Eindruck, dass es oft zu einer Kommunikation nach dem Hausbauprojekt kommt. DUPREEZ untermauert dies: "Communication is very important. [...] You see that it works because there is a relationship that carries on. They are writing letters and send photos."⁴⁴⁴

Beispielsweise war eine Gruppe von Volontären derart begeistert von dem Projekt von HfHSA und SASDI, dass sie beschlossen haben, selbständig Gelder in ihrem Heimatland zu sammeln, um somit den Bau eines Kindergartens⁴⁴⁵ zu finanzieren.

Schwäche:

Die *communities* werden in die Nachbereitungsphase nicht mit einbezogen. Ihnen wird kein Fragebogen ausgeteilt und somit werden auch ihre Erfahrungen mit den Volunteer-Touristen nicht evaluiert. Die Nachbereitung ist somit einseitig ausgerichtet und dient nur dazu, den Aufenthalt der Volunteer-Touristen zu optimieren, nicht aber die Begegnung mit der *community*.

Handlungsempfehlung:

Es sollte unbedingt eine Nachbereitung zusammen mit den Hausbesitzern stattfinden. Für nachfolgende Projekte ist es von enormer Bedeutung Verbesserungsvorschläge mit einzubeziehen und Unklarheiten zu beseitigen. Die *community* sollte unbedingt in die Planung mit einbezogen werden.

Ein abschließender Workshop mit Volontären und den *communities* zusammen sowie den Verantwortlichen von HfHSA wäre sinnvoll, um eine direkte Kommunikation zu ermöglichen.

⁴⁴³ mündliche Aussage JOHNSON, 19.11.2007

⁴⁴⁴ mündliche Aussage DUPREEZ, 28.11.2007

⁴⁴⁵ ein weiteres Projekt von SASDI, das bereits in Kapitel 6.2 erwähnt wurde.

Abschließend werden weitere Stärken und Schwächen aufgeführt, die speziell mit dem Hausbauprojekt in Verbindung stehen und aus diesem Grund nicht mit dem *Code of Good Practice* verbunden sind.

Wie bereits in Kapitel 6 erwähnt, gibt es Mängel bezüglich der Fertigstellung der Häuser. Nach dem eigentlichen Projekt des Hausbaus ist lediglich der Rohbau abgeschlossen. Der Innenausbau wird in der Regel erst einige Zeit später vollzogen. Unter Umständen warten *homeowners* auch mehrere Wochen, im extremen Fall sogar mehrere Monate. Trotzdem bewohnen sie aufgrund ihrer Notlage diese Rohbauten. Eine schnellere Fertigstellung ist dringend erforderlich. Die Verzögerungen treten aufgrund verspätet erhaltender Gelder auf, doch muss hier unbedingt eine Lösung gefunden werden. Zum Beispiel könnte ein spezieller Fond für Notsituationen eingerichtet werden, der hilft, diese Situation zu vermeiden.

Auch zukünftig ist die Durchführung des Hausbaus immer von der Hilfsbereitschaft der Volontäre abhängig. Dies birgt die Gefahr einer verzögerten Umsetzung. FAKUDZE erklärt, dass es oft zu Beschwerden seitens der zukünftigen Hausbesitzer komme, da die Verträge oft erst viel zu spät ausgehändigt würden und z.B. Änderungswünsche nicht mehr umgesetzt werden könnten.⁴⁴⁶

Trotz dieser Defizite ist das Hausbauprojekt von HfHSA insgesamt als positiv zu bewerten. Abgesehen von der verbesserten Wohnsituation, hilft das Projekt, die Bevölkerung zu motivieren, eigene Maßnahmen zu ergreifen, um ihre Gesamtsituation zu verbessern. DUPREEZ meint: „It gives them a sort of energy that makes them carry on.“⁴⁴⁷

Das Beispiel der eigenständigen Sammlung von Spendengeldern der Volunteer-Gruppe, um das *Crêche*-Projekt zu finanzieren, zeigt, dass auch seitens der Volunteer-Touristen Potentiale für zukünftige Aktivitäten bestehen.

Weiterhin ist festzuhalten, dass viele ehemalige Teilnehmer wiederholt an den HfH-Projekten teilnehmen. HENDRY betont, dass er sehr zu schätzen wisse, dass die Volunteer-Touristen sehr viel Geld ausgeben, um teilzunehmen und mit „open-minds“ anreisen. „They give something of themselves, they really give their blood, their sweat and tears and laughter. And they do come back. [...] I like their generosity of spirit and the fact that they are eager to help!“⁴⁴⁸

Nach der Meinung von Jasmin JOHNSON sei es innerhalb des Projekttourismus besonders „vorteilhaft, das Endprodukt zu sehen. [...] Oft beruhigen die Leute ihr Gewissen

⁴⁴⁶ mündliche Aussage FAKUDZE, 28.11.2007

⁴⁴⁷ mündliche Aussage DUPREEZ, 28.11.2007

⁴⁴⁸ mündliche Aussage HENDRY, 11.12.2007

anhand einer Spendengabe, doch wenn man erst einmal in ein Projekt involviert war und die Leute kennt, hat man auch einen ganz anderen Bezug dazu.“⁴⁴⁹

Um eine Optimierung des Hausbauprojektes zu erreichen, sollte man sich oben aufgeführter Umsetzungsdefizite annehmen. Abschließend soll betont werden, dass alle befragten Personen, sowohl die *homeowners* als auch die involvierten Experten und die Touristen insgesamt einen sehr positiven Eindruck von dem Hausbauprojekt haben. Trotz aller Verbesserungsvorschläge und Umsetzungsdefizite wird gute Arbeit geleistet.

8.2 Volunteer-Tourismus - allgemeine Potentiale und Risiken

In diesem abschließenden Kapitel werden allgemeine Potentiale und Risiken für Volunteer-Tourismus und dessen Auswirkungen aufgeführt, die vor allem anhand der Expertengespräche herausgearbeitet werden konnten. Es werden außerdem Handlungsempfehlungen und Orientierungsmöglichkeiten aufgezeigt.

Festzuhalten ist, dass der Volunteer-Tourismus in Südafrika sowie auf dem deutschen Markt zum heutigen Zeitpunkt noch keinen besonderen Stellenwert in der Tourismusindustrie einnimmt. Im internationalen Jugendreisebereich ist er allerdings ein „boomen-des Segment“. Der Generalsekretär der UNWTO FRANGIALLI betont: „Young travelers will be tomorrow’s globally-oriented citizens and lead travel trends. I see them as the pionieers in achieving the Millenium Development Goals, for building a better tomorrow.“⁴⁵⁰ Dies ist nur ein Grund, warum der Volunteer-Tourismusbereich besser ausgebaut werden sollte. Auch nach der Meinung von Jennifer SEIF könnte der Volunteer-Tourismus zu einem sehr wichtigen Tourismussegment werden, da er in Zukunft von großer wirtschaftlicher Bedeutung sein könnte.⁴⁵¹ Im Zuge der voranschreitenden Entwicklung des Volunteer-Tourismus droht die Gefahr, vorwiegend als Nischenprodukt auf dem Reisemarkt wahrgenommen zu werden. Der ursprüngliche entwicklungspolitische Ansatz würde somit immer weiter in den Hintergrund rücken.

Die Risiken der Volunteer-Projekte liegen vor allem im sozialen Bereich. „Bei ökologischen Projekten sind die Risiken so gut wie gar nicht vorhanden“.⁴⁵² Bei sozialen Projekten ist es sehr wichtig, dass die Volunteer-Organisationen die Kontrolle haben. Sofern der entsprechende Rahmen gegeben wird, sei das Risiko, nach der Meinung von STRASDAS, nicht so groß. Die Volunteer-Touristen müssen dementsprechend informiert und vorbereitet werden (vgl. Kap. 8.1). Heinz FUCHS, von der Fachstelle TOURISM WATCH, bezeichnet das Modell des Volunteer-Tourismus als ein „Arbeitsprogramm

⁴⁴⁹ mündliche Aussage JOHNSON, 19.11.2007

⁴⁵⁰ Francesco FRANGIALLI – In: COOPER 2007, S. 26

⁴⁵¹ mündliche Aussage SEIF, am 06.03.2008

⁴⁵² mündliche Aussage STRASDAS, 07.03.2008

[...], das von der Begegnung, von dem gemeinsamen Tun und von dem gemeinsamen Lernen geprägt ist. Dies muss gut vorbereitet werden.“ Seiner Meinung nach sei das Projekt mehr als nur ein touristisches Geschäft. Den Wert des Volunteer-Tourismus bezeichnet FUCHS als „das Lernen am gemeinsamen Tun.“⁴⁵³ Wichtig ist demnach, dass im Anschluss an das Projekt etwas Sichtbares von der Begegnung zwischen Menschen, aus dem gemeinsamen Arbeiten heraus, bleibt.

Jedes Projekt bedarf einer sorgfältigen Vorbereitung und Teilnehmerauswahl. Bewerber für soziale Projekte sollten in jedem Fall anhand eines Screenings auf eventuel vergangene Verbrechen überprüft werden. Jennifer SEIF berichtet in diesem Zusammenhang von einem Vorfall in Soweto⁴⁵⁴, in dem ein pädophil veranlagter Tourist, in ein Volunteer-Projekt in eine Schule gesendet wurde.⁴⁵⁵ „Gerade die Arbeit in Kinderheimen, in Katastrophensituationen und dort, wo Menschen [...] in die Situation geraten, dankbar sein zu müssen für das, was ihnen andere Gutes tun, ist immer die Situation gegeben, in der Formen von sexuellen Übergriffen vorkommen könnten. Das hat man bei Katastrophenhilfen mit Lebensmitteln genauso wie im sozialen Bereich“, so FUCHS⁴⁵⁶. Eine sorgfältige Planung und Screenings sind demnach unbedingt erforderlich.

Jasmin JOHNSON, von der südafrikanischen NGO SASDI, sieht weitere Risiken darin, dass „unrealistische Versprechungen gemacht werden können und die lokale Bevölkerung nicht in die Prozesse involviert wird“. Außerdem müssen die Projekte ihrer Meinung nach „langfristig geplant sein“, „klare Erwartungshaltungen seitens der *community* als auch der Touristen verdeutlicht werden“ und „auf ihre Realisierung geprüft werden“.⁴⁵⁷ STRASDAS sagt ebenfalls, dass es sehr wichtig sei, „keine Erwartungen [bei der lokalen Bevölkerung] auszulösen, die nicht erfüllt werden können.“⁴⁵⁸ In selbigem Zusammenhang fügt Susy KARAMEL (GTZ) zusätzlich hinzu, dass „der Schaden auf der wirtschaftlichen Ebene eventuell viel größer“ sein könne, „wenn man mit bestimmten Projekten die Armut für ein paar Monate bekämpft und danach alles abbricht.“⁴⁵⁹

Generell ist es wichtig, dass im Vorfeld herausgefunden wird, welche Fähigkeiten Volontäre haben, damit sie in die passenden Projekte entsendet werden. Beispielsweise sollte niemand Kinder unterrichten, der noch keine Erfahrungen als Lehrer gemacht hat oder im medizinischen Bereich arbeiten, ohne entsprechende Berufserfahrungen usw.⁴⁶⁰ Dass die praktische Umsetzung anders aussieht, zeigt das nachfolgende Zitat. Auf die

⁴⁵³ mündliche Aussage FUCHS, 07.03.2008

⁴⁵⁴ Soweto ist das größte Township Südafrikas, in der Nähe von Johannesburg.

⁴⁵⁵ mündliche Aussage SEIF, 06.03.2008

⁴⁵⁶ mündliche Aussage FUCHS, 07.03.2008

⁴⁵⁷ mündliche Aussage JOHNSON, 19.11.2007

⁴⁵⁸ mündliche Aussage STRASDAS, 07.03.2008

⁴⁵⁹ mündliche Aussage KARAMEL, 07.03.2008

⁴⁶⁰ mündliche Aussage SEIF, 06.03.2008

Frage welche Voraussetzungen man braucht, um an einem *Teaching*-Projekt in Südafrika teilzunehmen, schreibt Sandra HAEMMERLI, von Real Gap Deutschland: „Erfahrungen im Unterrichten brauchst Du nicht [...]. Der Unterricht ist einfach nicht mit dem Englischunterricht in Deutschland vergleichbar! Wenn Du Motivation und Eigeninitiative sowie Geduld bei der Betreuung von Kindern mitbringst, ist das die beste Voraussetzung für eine Teilnahme an dem Projekt!“⁴⁶¹

Sven MANGELS, von Explore & Help, ist der Meinung, dass vor allem ein Risiko darin bestehe, dass der Volunteer-Tourismus zu einer Spaßveranstaltung werden könne. Zwar dürfe der Spaß an dem Projekt nicht verloren gehen, doch müssten die Menschen, seiner Meinung nach, „den Ernst der Sache begreifen.“ Die Problematik liege darin, dass der Informationsfluss zu gering sei und die Teilnehmer nicht mehr erkennen, worum es eigentlich gehe.⁴⁶² Eine weitere Gefahr sei nach MANGELS, dass der neue Wirtschaftsmarkt Volunteer-Tourismus als Massenprodukt verkomme. Als Beispiel nennt er den englischen Reiseveranstalter Real Gap: „Es ist zwar schön, dass sie so viele Menschen motiviert haben und über 7000 Volunteer-Touristen in die weite Welt geschickt haben, aber sobald es fragwürdig wird, inwiefern der Nachhaltigkeitsaspekt gegeben ist, so halte ich dies für sehr problematisch.“⁴⁶³

Neben den Risiken existieren auch verschiedene Potentiale im Volunteer-Tourismus, solange dieser richtig organisiert wird. Diese Potentiale sind meist direkt von der praktischen Umsetzung abhängig, weshalb entsprechende Handlungsempfehlungen gegeben werden.

Im Länderbeispiel Südafrika berge der Volunteer-Tourismus, nach der Ansicht von FRANCIS, sehr viele Potentiale für die lokale Bevölkerung.⁴⁶⁴

Weiter oben wurde bereits erwähnt, dass der Volunteer-Tourismus ein großes Potential besitzt, zukünftige Aktivitäten seitens der Volunteer-Touristen auszulösen. JOHNSON ist davon überzeugt, dass sobald eine persönliche Beziehung zwischen Tourist und Einheimischen aufgebaut würde, viel einfacher eine Brücke entstehe, die wieder heimkehrende Touristen dazu veranlasse, als „Botschafter“ Werbung für solche Art von Projekten zu machen.⁴⁶⁵ STRASDAS ergänzt diese Meinung mit der Aussage, dass man die Bereitschaft Gelder zu spenden nicht unterschätzen dürfe, sobald die Menschen von einem Projekt begeistert seien.⁴⁶⁶

⁴⁶¹ schriftliche Mitteilung HAEMMERLI, 11.06.2008

⁴⁶² mündliche Aussage MANGELS, 08.03.2008

⁴⁶³ mündliche Aussage MANGELS, 08.03.2008

⁴⁶⁴ mündliche Aussage FRANCIS, 13.11.2008

⁴⁶⁵ mündliche Aussage JOHNSON, 19.11.2008

⁴⁶⁶ mündliche Aussage STRASDAS, 07.03.2008

Ein weiterer Aspekt ist die Massentauglichkeit. Hierzu betont STASDAS, dass er den Volunteer-Tourismus neben dem Segment der Schüler, Studenten und Rentner für ein „spannendes Segment“ für die Berufsgruppen halte. Gerade berufstätige Leute, die ihren Zenit im Berufsleben erreicht hätten und bei denen möglicherweise der *burn-out* eingetreten sei, bieten seiner Meinung nach ein sehr großes Potential, da ein Punkt erreicht sei, an dem „man etwas machen“ und oft anderen „etwas Gutes tun“ möchte. Außerdem hätte das Konzept einen zusätzlichen Erziehungseffekt. Weil die Masse angesprochen werde, hält STRASDAS sehr viel von dem Konzept des kurzzeitigen Volunteer-Tourismus. Die Etablierung eines nachhaltigen Massentourismus ist auch ein Ziel, das Susy KARAMEL (GTZ) aufzeigt. Ihrer Meinung nach sei dies die einzige Möglichkeit, dass auch nach der Intervention von einer entwicklungspolitischen Organisation der Tourismus bestehen bleiben könne.⁴⁶⁷ Um langfristigen Wohlstand und Entwicklung zu generieren, ist es unabdingbar, dass lokale Bevölkerungsgruppen vom Tourismus profitieren. Durch die Förderung von z.B. Volunteer-Projekten können negative Auswirkungen des Tourismus minimiert werden. Dies zeigt die entwicklungspolitische Relevanz des Tourismus und fordert eine verstärkte Zusammenarbeit.

Solange die Hilfe durch „die richtigen Kanäle“ gehe, könnten der Projekttourismus und auch der Volunteer-Tourismus zum einen das Bewusstsein der Leute fördern. Zum anderen könne durch eine Fortführung, eventuell anhand von Spenden, das Projekt oder die *community* unterstützt werden, so Jasmin JOHNSON. Dabei sei ihrer Meinung nach wichtig, dass nicht nur die Leute, die in dem Projekt involviert sind profitieren, sondern die ganze *community* mit einbezogen werde. Nur so könne eine nachhaltige Entwicklung garantiert werden.⁴⁶⁸ Anhand mehrerer Gespräche mit der lokalen Bevölkerung konnte der Eindruck gewonnen werden, dass sich viel von dem Tourismus als Einkommensquelle versprochen wird. Damit sei die Gefahr verbunden, dass der Entwicklungsprozess zu langsam voranschreite, weshalb die Menschen oft frustriert seien, so der Eindruck von dem *Walking-Tour Guide* eines Townships, Thembalakhe LANGA.⁴⁶⁹ DUPREEZ ist der Ansicht, dass die lokale Bevölkerung schon viele Möglichkeiten nutze, um vom Tourismus zu profitieren. HENDRY ist dagegen der Auffassung, dass die lokale Bevölkerung nicht ansatzweise so viel am Tourismus verdiene, wie sie sollte. Seiner Meinung nach seien es noch immer die Reiseveranstalter, die den wirklichen ökonomischen Wert spüren. Die *communities* seien seiner Meinung nach zwar eine der touristischen Hauptattraktionen, doch würden sie noch immer von der Tourismusindustrie ausgenutzt.⁴⁷⁰

⁴⁶⁷ mündliche Aussage KARAMEL, 07.03.2008

⁴⁶⁸ mündliche Aussage JOHNSON, 19.11.2008

⁴⁶⁹ mündliche Aussage LANGA, 10.12.2007

⁴⁷⁰ mündliche Aussage HENDRY, 11.12.2007

Um den Volunteer-Tourismus in seinen Auswirkungen zu optimieren, müsse sich nach der Meinung von FRANCIS allerdings besonders das generelle Bewusstsein der Touristen bezüglich jeglicher Freiwilligendienste verändern. Dieses wiederum wirke sich dann auf das touristische Verhalten aus. Doch der CBT und auch der Volunteer-Tourismus könnten seiner Meinung nach eine Haupteinkommensquelle für alle NGOs und *community based* Organisationen werden.⁴⁷¹

Um die Entwicklung des Volunteer-Tourismus zu fördern, müssten sich zunächst z.B. im Sendeland Deutschland mehr Veranstalter mit dem Thema beschäftigen, so auch die Meinung von KARAMEL. Ihrer Ansicht nach ist die Schwierigkeit systemimmanent, da das Reiserecht und das Versicherungssystem so „stark“ seien, dass es „wenig Spielraum“ gäbe und ein Ausbau aus diesem Grund schwierig sei.⁴⁷² Sven MANGLELS, von Explore & Help ist der Ansicht, dass die Produkte auf den deutschen Markt zugeschnitten werden müssten, um den Volunteer-Tourismus auch erfolgreich in Deutschland zu etablieren. Dies bedeute nicht, z.B. einfach nur Produkte vom englischen auf den deutschen Markt zu übertragen. Die deutschen Bürger brauchen seiner Meinung nach mehr Informationen. Er ist überzeugt, dass Informationsveranstaltungen, vor allem in Universitäten, Schulen etc. wichtig seien, um den Menschen ein Verständnis dafür zu verschaffen, was das Konzept beinhalte. Es sei sehr wichtig, dass die Leute vor allem den positiven Aspekt erkennen und keine Bedenken haben.⁴⁷³

Ähnlich verhält es sich auch mit dem südafrikanischen Markt. SEIF betont, dass dieser viel besser organisiert werden müsse. Vor allem die wichtigsten Tourismusorganisationen müssten den Markt besser kennen. Es sei sehr wichtig, dass ein allgemein gültiger *Code of Conduct for Volunteer Tourism* eingeführt werde, da man diese Art von Tourismus nicht als Destination vermarkten könne. Er müsse bekannter werden und es müssten bessere Standards gegeben sein. Dabei dürfe es nicht das Hauptziel sein, 2000 Touristen mehr in das Land zu locken, die nichts weiter als ihr Geld in dem Land lassen, sondern es gelte den Wert dieser neuen Art von Tourismus hervorzuheben.⁴⁷⁴ Auch der Staat nimmt hier eine entscheidende Rolle ein. Nach der Meinung von HENDRY schöpfe die Regierung noch nicht ansatzweise das Potential des Tourismus aus, das möglich wäre. Er behauptet, dass nicht genug Geld und ausgebildete Fachleute zur Verfügung stünden, um den Tourismus in angemessener Art und Weise zu entwickeln. Der Staat müsse sich auf einen nachhaltigen Tourismus konzentrieren.⁴⁷⁵

⁴⁷¹ mündliche Aussage FRANCIS, 13.11.2007

⁴⁷² mündliche Aussage KARAMEL, 07.03.2008

⁴⁷³ mündliche Aussage MANGELS, 08.03.2008

⁴⁷⁴ mündliche Aussage SEIF, 06.03.2008

⁴⁷⁵ mündliche Aussage HENDRY, 11.12.2007

Um eine gleichberechtigte Begegnung und ein Lernen auf Augenhöhe zu ermöglichen, müssen laut HENDRY, die *communities* das Projekt leiten. Dazu benötigen sie die richtigen Quellen und Fähigkeiten. Er betont, es sei das Projekt der *communities*, weshalb sie auch die Kontrolle behalten sollten. Die Touristen kämen mit ihren Fähigkeiten und ihren finanziellen Mitteln bloß hinzu, um Projekte zu unterstützen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Beantwortung der anfangs gestellten Frage, ob der Volunteer-Tourismus den Anforderungen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung entsprechen kann, demnach sehr stark von der Betrachtung der praktischen Umsetzung einzelner Projekte abhängig ist. Jennifer SEIF ist der Ansicht, dass der Volunteer-Tourismus für den Zeitraum des Projektes als ein Instrument der Armutsbekämpfung bezeichnet werden könne, so lange es ein sehr gut ausgearbeitetes Projekt sei. Doch könne dies ihrer Meinung nach nicht wirklich nachhaltig sein. Sie betont, dass der Erfolg eines Projektes sehr stark von der betreffenden Organisation und der jeweiligen Arbeit, die die Volontäre leisten, abhängig sei.⁴⁷⁶ Hier stellt sich die grundsätzliche Frage ob Ferntourismus überhaupt nachhaltig sein kann. RAUSCHELBACH schreibt dazu beispielsweise, sobald man die Ressourcennutzung bzw. die tragfähige Umweltbelastung gerecht aufteile, so sei bereits die Umweltbilanz einer einzigen Flugreise eines Mitteleuropäers pro Jahr klar negativ. Allein auf seine Reiseökobilanz ist demnach der Ferntourismus nicht nachhaltig.⁴⁷⁷ Anstatt von grundsätzlicher Nachhaltigkeit zu sprechen, sollte jedoch zumindest eine Vorstellung entwickelt werden, wie Ferntourismus umweltsensibler sowie sozial und ökonomisch gerechter gestaltet werden kann.

Heinz FUCHS ist der Meinung, dass das Konzept des Volunteer-Tourismus „grundsätzlich [...] eine hervorragende Sache ist.“ Jedoch komme es darauf an, dass es gut organisiert sei, als Lernmodell aufgebaut ist und eine sorgfältige Teilnehmersauswahl stattfindet. Außerdem sollten „Reflexionsmöglichkeiten vorhanden sein“ und das „Konzept des Reisens der Begegnung oder des Reisens auf Gegenseitigkeit“ verwirklicht werden, so FUCHS.⁴⁷⁸

Doch laut SEIF liegen die wichtigeren Fragen darin, welche Aktivitäten seitens der Touristen sich im Nachhinein ergeben, wenn sie wieder in ihrem Heimatland seien. Die Arbeit in den Projekten solle sie ihrer Meinung nach motivieren, im Anschluss eventuell Spendengelder zu sammeln oder z.B. *SecondHand*-Kleidung zu sammeln und in eine spezielle *community* zu schicken.⁴⁷⁹

Jasmin JOHNSON ist der Ansicht, dass solange “die entsprechenden Basisvoraussetzungen, wie im *Code of Conduct for Responsible Volunteering* ausgelegt, eingehalten wer-

⁴⁷⁶ mündliche Aussage SEIF, 06.03.2008

⁴⁷⁷ vgl. RAUSCHELBACH 1998, S. 20

⁴⁷⁸ mündliche Aussage FUCHS, 07.03.2008

⁴⁷⁹ mündliche Aussage SEIF, 06.03.2008

den, der Volunteer-Tourismus großartige Möglichkeiten für eine nachhaltige Entwicklung in Südafrika bietet.“ Besonders hervorzuheben sei laut JOHNSON auch die entsprechende „Vorbereitung auf beiden Seiten“, so dass es eine „langfristige Beziehung mit den lokalen *communities* gibt, die gleichberechtigt und von Anfang an beteiligt ist.“ Abschließend fügt sie hinzu, dass ein gut geplanter und begleiteter Volunteer Tourismus eine "win-win Situation" sei, da er zum einen der nachhaltigen Entwicklung diene, aber auch dem Volunteer neue Möglichkeiten des Reisens, aktiven Erlebens und Helfens eröffne.⁴⁸⁰

Die Frage, ob der Volunteer-Tourismus als ein Handlungsfeld der Entwicklungszusammenarbeit betrachtet werden kann, ist von allen Experten verneint worden, da dies das Konzept des Volunteer-Tourismus eindeutig überfordern würde. Jennifer SEIF behauptet sehr deutlich, dass der Volunteer-Tourismus mehr der *Charity*- als der Entwicklungsarbeit zugesprochen werden könne.⁴⁸¹ Auch Heinz FUCHS sagt: „In dem was die Bundesrepublik Deutschland oder nachgeordnete Dienste, die mit öffentlichen Geldern Entwicklungszusammenarbeit betreiben, im Rahmen partnerschaftlicher Zusammenarbeit an Entwicklungsleistungen bringen, spiele das Konzept eines Volunteer-Tourismus keine Rolle.“ Vielmehr sei er ein sehr kleines Segment, das sich außerhalb der Entwicklungszusammenarbeit entwickelt habe und „sicher auch noch entwickeln wird“, so FUCHS. Als ein Instrument der Entwicklungszusammenarbeit sieht er ihn bisher nicht und vermutet auch für die Zukunft wenig Potentiale. Doch sei es ein sehr interessantes Modell für das entwicklungsbezogene Lernen, „was insbesondere für junge Leute hochinteressant ist.“⁴⁸² STRASDAS fügt hinzu, dass „dieses Potential längst noch nicht ausgeschöpft ist.“ Er behauptet, dass Entwicklungs- und gemeinnützige Organisationen mit dem richtigen Konzept das Potential viel stärker nutzen könnten.⁴⁸³ Auch MANGELS räumt dem Volunteer-Tourismus in dieser Hinsicht sehr gute Chancen ein.⁴⁸⁴

⁴⁸⁰ mündliche Aussage JOHNSON, 19.11.2007

⁴⁸¹ mündliche Aussage SEIF, 06.03.2008

⁴⁸² mündliche Aussage FUCHS, 07.03.2008

⁴⁸³ mündliche Aussage STRASDAS, 07.03.2008

⁴⁸⁴ mündliche Aussage MANGELS, 08.03.2008

9 Fazit

Volunteer-Tourismus wurde in den vergangenen Jahren international immer häufiger vor allem von Jugendlichen, jungen Erwachsenen und Rentnern als Art des Verreisens genutzt. Aufgrund der verschiedenen Motivationen, entwickelten sich Programme mit den unterschiedlichsten Zielen: Entwicklungshilfe, Absetzung vom Massentourismus, Begegnung und Austausch auf internationaler Ebene, Urlaub und Freizeit oder lediglich die Hilfe durch zusätzliche kostenlose Arbeitskräfte. Es existiert auch für den deutschen Markt ein hohes Potential, für den das Segment Volunteer-Tourismus noch neues Terrain bedeutet. Dabei droht jedoch die Gefahr, dass er lediglich zu einem neuen Nischen-segment wird und der ursprüngliche entwicklungspolitische Charakter gänzlich in den Hintergrund rückt. Um dies zu verhindern, ist besonders das Verantwortungsbewusstsein der deutschen Reisebranche gefragt.

Gleiches gilt auch für die Entsendeorganisation. Es ist von besonderer Bedeutung, dass eine enge Kooperation und ein ständiger Austausch zwischen ihnen und den Beteiligten in der Destination gewährleistet sind und dass eine angemessene Vorbereitung eines Projektes und die Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung stattfinden. Nur so kann sichergestellt werden, dass die lokale Bevölkerung partizipiert und der Volunteer-Tourist in ein passendes Projekt geschickt wird.

Vorbereitungsworkshops stellen ein adäquates Mittel für eine intensive Vorbereitung der Touristen und der *communities* dar, wobei manche Projekte eine intensivere Vorbereitung der Teilnehmer erfordern als andere. Je nach Art des Projektes ist es unabdingbar im Vorfeld ein Screening der Teilnehmer durchzuführen.

Die Ergebnisse der Erhebung im Rahmen dieser Arbeit lassen darauf schließen, dass der Volunteer-Tourismus als ein interessantes Modell für das entwicklungsbezogene Lernen zu betrachten ist. Aufgrund der Tatsache, dass Volunteer-Tourismus-Projekte meist unmittelbar in soziale oder ökologische Projekte eingebunden sind, wird ihm eine aktive Beitragsleistung zum Erhalt der Umwelt und zur Verbesserung der Situation der einheimischen Bevölkerung zugesprochen. Demnach passen die Programme sehr gut in das Sortiment alternativer, nachhaltiger Reiseveranstalter und Entwicklungsorganisationen. Bis zum heutigen Zeitpunkt wurde den Auswirkungen von Volunteer-Tourismus nur wenig Aufmerksamkeit gewidmet. Studien befassen sich bislang mit der Entwicklung des Volunteer-Tourismus innerhalb der Tourismusindustrie und deren zukünftigen Potentialen und Chancen oder mit den Motivationen der Volunteer-Touristen. Ein Anliegen dieser Arbeit ist es, herauszustellen, in welchem Maße die lokale Bevölkerung von dem Volunteer-Tourismus profitiert. Das Hausbauprojekt von HfH ist in bestimmter Hinsicht als ein geeignetes Projekt für diese Art von Tourismus zu betrachten. Reisende

helfen mit dem Bau eines Hauses unzumutbare Wohnsituationen zu beseitigen, indem sie das Projekt direkt finanziell unterstützen und außerdem körperlichen Einsatz leisten. Das Endprodukt ist der Rohbau eines neuen Hauses. Das Produkt kommt der *community* direkt zugute und gleichzeitig können anhand des gemeinsamen Arbeitens von Touristen und den Mitgliedern der *community* ein „Wir-Gefühl“ sowie Freundschaften entstehen.

Dennoch ist es in mehreren Fällen von Volunteer-Projekten sicherlich problematisch, das Konzept als ein Geschäftsmodell zu etablieren. Volunteer-Tourismus ist vor allem auch ein Bildungskonzept, dessen Programme sehr sorgfältig vorbereitet, begleitet und ausgearbeitet werden sollten. Diesen Anforderungen mit den Einnahmen einer Reise gerecht zu werden, ist nahezu unmöglich. Hier ist unter anderem die Entwicklungsarbeit gefragt. Veranstalter, die Volunteer-Tourismus aus gewerblichen Gründen anbieten, werden möglichst wenige Mittel in die Umgebung investieren wollen. Doch genau dieses Ziel gilt es zu verfolgen. Sobald der Veranstalter Geld an sozialen Projekten zur Beseitigung der Armut in Entwicklungsländern verdient, stellt sich die Frage, ob das Konzept nicht auf lange Sicht diskreditiert wäre.

Das Ziel meiner Arbeit besteht zum einen in der Motivation potentieller Reisender, nachhaltige Projekte zu unterstützen und ein öffentliches Bewusstsein bezüglich existierender Probleme und Ungleichheiten zu schaffen, um durch zukünftige Reisen und Aktivitäten in ihren Herkunftsländern einen Beitrag zur Beseitigung der materiellen Armut benachteiligter Bevölkerungsteile in Südafrika und anderen Entwicklungsländern zu leisten, um anderen mit ihren „guten Taten“ als positives Beispiel voranzugehen.

Zum anderen sollen anhand der recherchierten Ergebnisse die Herausforderungen der Entwicklung dieses Reisesegments allen Akteuren im Tourismus bewusst gemacht werden, um Umsetzungsdefizite zu beseitigen und zu vermeiden. Am Fallbeispiel des Hausbauprojektes von HfHSA wurde untersucht, wie die praktische Umsetzung eines Volunteer-Projektes gelungen ist. Ich hoffe, dass die Defizite in der zukünftigen Planung beachtet und zu Gunsten aller Beteiligten umgesetzt werden.

Es liegt mir persönlich daran, nochmals zu verdeutlichen, dass ein Konzept, wie das des Volunteer-Tourismus, nur Zukunft hat, so lange vor allem die lokale Bevölkerung davon profitiert. Die *communities* in Südafrika sind eine der touristischen Hauptattraktionen. Doch trotz der für Entwicklungsländer vorbildlichen Richtlinien zur Tourismusentwicklung der südafrikanischen Regierung, existiert ein dringender Handlungsbedarf bei der praktischen Umsetzung. Noch immer profitiert besonders die „weiße“ Minderheit vom Tourismus.

Aufgrund der aktuellen politischen und sozialen Situation Südafrikas rückt die Entwicklung bzw. Umsetzung neuer Tourismusstrategien momentan sicherlich in den Hinter-

grund. Trotzdem hoffe ich, mit dieser Arbeit einen kleinen Schritt zur Optimierung von Volunteer-Projekten und deren Auswirkungen leisten zu können.

Das Thema bietet viele interessante Bereiche für weitere wissenschaftliche Arbeiten, denn diese gibt es zu Volunteer-Tourismus in zu geringer Anzahl. Es wäre wichtig, weitere Fallstudien durchzuführen und *best-practice* Modelle hervorzuheben. Ich würde mir wünschen, dass durch diese Arbeit eine öffentliche Diskussion angeregt und die Verbesserung und Etablierung des Marktsegments Volunteer-Tourismus weiter vorangetrieben wird.

Literaturverzeichnis

ADERHOLD, P./ KÖSTEREKE, A./ LAßBERG, D. VON/ VIELHABER, A. (2006):

Tourismus in Entwicklungsländer. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes (Schriftenreihe für Tourismus und Entwicklung). Ammerland.

ANDERSEN, U. (1996):

Grundlegende Probleme der Entwicklungsländer. – In: BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (Hrsg.): Informationen zur politischen Bildung. Entwicklungsländer. Nr. 252, Bonn, S. 6 – 17.

BAUMHACKL, H./ HABINGER, G./ KOLLAND, F./ LUGER, K. (2006):

Tourismus und Entwicklung. Zur Gleichzeitigkeit von Integration und Peripherisierung. – In: BAUMHACKL, H./ HABINGER, G./ KOLLAND, F./ LUGER, K. (Hrsg.): Tourismus in der „Dritten Welt“. Wien, S. 7 – 15.

BECKER, C./ JOB, H./ WITZEL, A (1996):

Tourismus und nachhaltige Entwicklung: Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum. Darmstadt.

BERTRAM, J. (1997):

Frohe Feste voll überschäumender Lebensfreude – Die Rolle der Exotik im Dritte-Welt-Tourismus. – In: STOCK, C. (Hrsg.): Trouble in Paradise. Tourismus in die Dritte Welt. Freiburg/ Düsseldorf, S. 100 – 112.

BETZ, K. (1997):

Begegnung auf gleicher Ebene – Die Chancen sozialverträglicher Tourismusprojekte. – In: STOCK, C. (Hrsg.): Trouble in Paradise. Tourismus in die Dritte Welt. Freiburg/ Düsseldorf, S. 205 – 210.

BEYER, M. (2003):

Partizipation als Herausforderung für Tourismusprojekte in der Entwicklungszusammenarbeit. Handlungsempfehlungen für eine partizipative Projektarbeit (Schriftenreihe für Tourismus und Entwicklung). Ammerland.

BROHMAN, J. (1996):

New directions in tourism for Third World development. – In: Annals of Tourism Research. Bd. 23, S. 48 – 70.

BROWN, S. (2005):

Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers. – In: Current Issues in Tourism. Bd. 8, Nr. 6, S. 479 – 496.

BROWN, S./ MORRISON, A. M. (2003):

Expanding Volunteer Vacation Participation: A Exploratory Study On The Mini-Mission Concept. – In: Tourism Recreation Research. Bd. 28, H. 3, S. 73 – 82.

BRUNOTTE, E./ GEBHARDT, H./ MEURER, M. MEUSBURGER, P./ NIPPER, J. (Hrsg., o. J.):

Lexikon der Geographie. Tübingen. (CD-ROM der Staatsbibliothek Berlin)

BUCKLE, C. (1978):

Landforms in Africa. An Introduction to Geomorphology. London.

BUHLUNGU, S./ DANIEL, J./ SOUTHALL, R./ LUTCHMAN, J. (2007):

State of the nation. South Africa 2007. Cape Town.

BUSSIEK, C./ BUSSIEK, H. (1999):

Mandelas Erben. Notizen aus dem neuen Südafrika. Bonn.

BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFTLICHE ZUSAMMENARBEIT UND ENTWICKLUNG – UNG (Hrsg., 2006):

Medienhandbuch Entwicklungspolitik 2006/2007. Berlin.

COOPER, S. (Hrsg., 2007):

Youth Travel International. (Magazin des WYSE – O ORLD YOUTH STUDENT & EDUCATIONAL TRAVEL)

DEPARTMENT OF ENVIRONMENTAL AFFAIRS AND TOURISM – DEAT (2005):

Tourism BEE-Charta. o.O.

DEMARDT I. J. (2004):

Vom Apartheidstaat zur Regenbogennation: Tourismusentwicklung in der Republik Südafrika. – In: BECKER, C./ HOPFINGER, H./ STEINECKE, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus: Bilanz und Ausblick. München, S. 666 – 678

DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR TECHNISCHE ZUSAMMENARBEIT – GTZ (Hrsg. 2007):

Tourismus als Handlungsfeld der deutschen Entwicklungszusammenarbeit. Grundlagen, Handlungsbedarf und Strategieempfehlungen. Eschborn.

DER FISCHER WELTALMANACH (2007):

Zahlen, Daten, Fakten. Frankfurt am Main.

DIETRICH, J. (2007):

Tourismus als Kommunikationsinstrument entwicklungspolitischer Nonprofit-Organisationen. (Unveröffentlichte Magisterarbeit).

ELLENBERG, L./ BEIER, B./ SCHOLZ, M. (1997):

Ökotourismus. Reisen zwischen Ökonomie und Ökologie. Heidelberg.

ENTWICKLUNGSDIENST G GMBH (Hrsg., 2006):

Ökotourismus. Bonn. S. 25 – 27

FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA (2007):

Annual Report 2006/ 07. Pretoria.

FORSCHUNGSINSTITUT FÜR FREIZEIT UND TOURISMUS – URIS(Hrsg., 1992):

Tourismus und Dritte Welt. Ein kritisches Lehrbuch mit Denkanstößen. Bern.

FOX, R./ ROWNTREE, K. (Hrsg., 2000):

The Geography of South Africa in a changing world. Oxford University Press. Oxford.

FREYER, W. (2006):

Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München/ Wien.

FRIES, M. (1991):

Südafrika. Reiseführer mit Landeskunde. Mai's Weltführer 43. Frankfurt.

GARD McGEHEE, N. (2002):

Alternative tourism and social Movements. – In: Annals of Tourism Research, Bd. 29, H. 1, S. 124 – 143.

GORMSEN, E. (1996):

Tourismus in der Dritten Welt. Ein Überblick über drei Jahrzehnte kontroverser Diskussion. – In: MEYER, G./ THIMM, A. (Hrsg.): Tourismus in der Dritten Welt. Interdisziplinärer Arbeitskreis Dritte Welt. Veröffentlichungen Bd. 10. Mainz, S. 11 – 40.

HÄUSLER N. (2004):

Finanzierung von „Community-based Tourism“-Projekten. Probleme, Risiken und Anforderungen. – In: LUGER, K./ BAUMGARTNER, C./ WÖHLER, K. H. (Hrsg.): Fern-tourismus wohin? Der globale Tourismus erobert den Horizont. Innsbruck, S. 147 – 163.

HÄUSLER, N./ STRASDAS, W. (2002):

Training Manual for Community Based Tourism. Hrsg.: INTERNATIONALE WEITERBILDUNG UND ENTWICKLUNG GGMHB - BWENT. Zorschtau.

HOFFMANN, U. (2005):

Volunteer Tourism. A tourism market segment between sustainability and market reality. (unveröffentlichte Master-Arbeit).

HÖRTNER, W. (2004):

Corporate Social Responsibility – Weiße Weste ohne Zwang. – In: Südwind – Magazin für internationale Politik, Kultur und Entwicklung, Bd. 4, Jg. 2004, S. 33 – 37.

INSTITUT FÜR LÄNDERKUNDE (Hrsg., 2000):

Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland. Bd. 10. Freizeit und Tourismus. Leipzig.

INTEMANN, G./ SNOUSSI – OEHNTER, A./ VENHOFF, M./ WIKTORIN, D. (1999):

Diercke Länderlexikon. Braunschweig.

JANSEN, J. (2005):

Südafrika. – In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur politischen Bildung. Entwicklung und Entwicklungspolitik. Nr. 286, 1. Quartal 2005. Bonn, S. 22 – 37.

JOB, H./ WEIZENEGGER, S. (2004):

Tourismus in Entwicklungsländer. In: BECKER, C./ HOPFINGER, H./ STEINECKE, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus: Bilanz und Ausblick. München, S. 629 - 640.

JÜRGENS, U./ BÄHR, J. (2002):

Das Südliche Afrika. Gesellschaftliche Umbrüche zu Beginn des 21. Jahrhunderts – Zusammenwachsen einer Region im Schatten Südafrikas. Gotha.

KAESBACH, G. (1997):

Wer reist, lernt sich selber kennen - Möglichkeiten und Grenzen der interkulturellen Begegnung. In: STOCK, C. (Hrsg.): Trouble in Paradise. Tourismus in die Dritte Welt. Freiburg/ Düsseldorf, S. 123 - 132.

KAMP, C. (2004):

Tourismus soll Armut bekämpfen. Reiseboom jetzt auch auf der Tagesordnung der Vereinten Nationen. – In: DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR DIE VEREINTEN NATIONEN (Hrsg.): Eine-Welt-Presse. Die Nord-Süd-Zeitung. Jg. 21, Nr. 1.

KAMP, C. (1998):

Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Positionspapier zur Vorlage bei der CSD-7. Hrsg.: FORUM UMWELT UND ENTWICKLUNG. Bonn.

KAMP, C. (1997):

Höherer Anspruch - besseres (Ge-)Wissen? Forschungs- und Projektreisen von Nord nach Süd. In: STOCK, C. (Hrsg.): Trouble in Paradise. Tourismus in die Dritte Welt. Freiburg/ Düsseldorf, S. 193 - 204.

KASPAR, C. (1975):

Die Tourismuslehre im Grundriss. Bern.

KIRSTGES, T. (2003):

Sanfter Tourismus: Chancen und Probleme der Realisierung eines ökologieorientierten und sozialverträglichen Tourismus durch deutsche Reiseveranstalter. München.

KLIMM, E./ SCHNEIDER, K. G./ WIESE, B. (1980):

Das südliche Afrika. Bd. 17. Darmstadt.

KRIPPENDORF, J./ MÜLLER, P. (1980):

Grundlagen des Fremdenverkehrs. Bern.

KROMREY, H. (2002):

Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung. Opladen.

KRUSE, A. (1965):

Außenwirtschaft. Die internationalen Wirtschaftsbeziehungen. Berlin.

LAMPING, H. (2000):

Südafrika: Reiseführer mit Landeskunde. (Mai's Weltführer, Nr. 43.), Dreireich.

LAW, G. (1999):

Administrative Divisions of Countries. Jefferson.

LENZEN, M. (2001):

Zur Rolle der NGOs in der Entwicklungszusammenarbeit. Münster.

LUX, C. (2007):

Sozialverträglicher Tourismus in Südafrika. Möglichkeiten und Probleme. Hamburg.

MACGREGOR HUTCHESON, A. (2007):

South Africa. Physical and Social Geography. – In: Frame, I. (Hrsg.): Africa South of the Sahara 2007. London. S. 1086 – 1097.

MÄSCHER, M. (1996):

Nachhaltige Entwicklung durch „Community Based Tourism“? Potentiale und Probleme touristischer Kleinstprojekte am Beispiel der Kunene-Region in Namibia. (unveröffentlichte Diplomarbeit).

MAHONY, K. (2007):

Certification in the South African tourism industry: the case of Fair Trade in Tourism. - In: Development Southern Africa. Bd. 24, H. 3. S. 393 – 408.

MARAIS, H. (2001):

South Africa. Limits to Change. The Political Economy of Transition. Cape Town.

MARGRAF, M. (2006):

Community Based Tourism. Ein Instrument nachhaltiger Entwicklung ehemals benachteiligter Bevölkerungsgruppen am Beispiel Kaymandi, Südafrika. Saarbrücken.

MAURER, M. (1986):

Der Tourismus – ein Weg zur wirtschaftlichen Unabhängigkeit? – In: INFORMATIONSZENTRUM DRITTE WELT (Hrsg.): „Klar, schön war’s, aber...“. Freiburg. S. 48 – 62.

MCGEHEE, N. G./ SANTOS, C. A. (2005):

Social change, discourse and volunteer tourism. – In: Annals of tourism research. Bd. 32, H. 3, S. 760 – 779.

MOOSE, I. (1998):

Sanfter Tourismus. Amsterdam.

MOWFORTH, M./ MUNT, I. (1998):

Tourism and Sustainability. New tourism in the Third World. London.

MUNDT, J. W. (2006):

Tourismus. München.

NOHLEN, D. (1993):

Lexikon Dritte Welt. Hamburg.

NOHLEN, D./ NUSCHELER, F. (Hrsg. 1993):

Ostafrika und Südafrika. Handbuch der Dritten Welt, Bd. 5. Bonn.

OBRECHT, A. J. (2006):

Ethnotourismus – und die Suche nach dem „Authentischen“ in den Kulturen. – In: BAUMHACKL, H./ HABINGER, G./ KOLLAND, F./ LUGER, K (Hrsg.): Tourismus in der „Dritten Welt“. Wien. S. 76 – 98.

OPASCHOWSKI, H. W. (2001):

Das gekaufte Paradies. Tourismus im 21. Jahrhundert. Hamburg.

ÖRNEK, Y. (2006):

Reisen in schwierigen Zeiten – Vor welchen Herausforderungen stehen wir im Tourismus? – In: ADERHOLD, P./ KÖSTEREKE, A./ LABERG, D. VON/ VIELHABER, A. (Hrsg.): Tourismus in Entwicklungsländer. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes. (Schriftenreihe für Tourismus und Entwicklung). Ammerland, S. 247 – 251.

PABST, M. (1997):

Südafrika. (Beck'sche Reihe 871), München.

PALM, P. (2000):

Community Based Tourism als eine Form des nachhaltigen Tourismus in kommunalen Gebieten Namibias. Hrsg.: GTZ – DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR TECHNISCHE ZUSAMMENARBEIT GMBH. Eschborn.

PARTRIDGE, T. C./ MAUD, R. R. (1987):

Geomorphic evolution of southern Africa since the Mesozoic. – In: ANHAEUSSER, C. R. (Hrsg.): South African Journal of Geology. Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Geologie. Jg. 90 Pretoria, S. 179 – 208.

PLÜSS, C./ BACKES, M. (2002):

Rote Karte für den Tourismus? 10 Leitsätze und Forderungen für eine zukunftsfähige Entwicklung des Tourismus im 21. Jahrhundert. Hrsg.: ARBEITSKREIS TOURISMUS UND ENTWICKLUNG. Freiburg.

PRILLER, E. (2006):

Der Dritte Sektor als Teil der Gesellschaft – gegenwärtige Strukturen und Perspektiven. – In: BELITZ, W./ KLUTE, J./ SCHNEIDER, H. (Hrsg.): Menschen statt Märkte – Für eine Neuorientierung der Kirche im Dritten System. Berlin. S. 141 – 170.

RAUSCHELBACH, B./ SCHÄFER, A./ STECK, B. (Hrsg., 2002):

Cooperating for Sustainable Tourism. Kooperieren für Nachhaltigen Tourismus. Proceedings of the Forum International at the Reisepavillon 2002. Heidelberg.

SANTNER, N. (2001):

The motivation of SCI volunteers between 1920 and 1990: From pacifism to tourism? Fribourg. (unveröffentlichte Diplomarbeit).

SCHICHO, W. (1999):

Handbuch Afrika. Zentralafrika, Südliches Afrika und die Staaten im Indischen Ozean. Frankfurt a. M.

SCHMIDT, W. (1963):

Südafrika. Republik Südafrika, Südwestafrika, Betschuanenland, Basutoland, Swaziland. Bonn.

SCHNELL, R./ HILL, P. B./ ESSER, E. (2005):

Methoden der empirischen Sozialforschung. München.

SEIF, J. (2002):

Facilitating Market Access for South Africa's Disadvantaged Communities through „Fair Trade in Tourism“. - In: RAUSCHELBACH, B./ SCHÄFER, A./ STECK, B. (Hrsg.): Cooperating for Sustainable Tourism. Kooperieren für Nachhaltigen Tourismus. Proceedings of the Forum International at the Reisepavillon 2002. Heidelberg, S. 126 – 133.

SIMPSON, K. (2004):

„Doing Development’: The Gap-Year, volunteer-tourists and a popular practice of development. – In: Journal of International development, Heft 16, Newcastle, S. 681 – 692.

SPREITZHOFFER, G. (2004):

Schöner Urlaub im Süden? Aspekte, Tendenzen und Perspektiven des Tourismus in der Dritten Welt. – In: KRITISCHE GEOGRAPHIE (Hrsg.): MGWU – Materialien zu Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt im Unterricht. Heft 3. Wien, S. 1 – 15.

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg., 1991):

Länderbericht Südafrika. Wiesbaden.

STEBBINS, R. A./ GRAHAM, M. (Hrsg., 2004):

Volunteering as leisure/ leisure as volunteering: an international assessment. Wallingford.

STECK, B./ STRASDAS, W./ GUSTEDT, E. (1999):

Tourismus in der Technischen Zusammenarbeit. Ein Leitfaden zur Konzeption, Planung und Durchführung von projektbegleitenden Maßnahmen in der ländlichen Entwicklung und im Naturschutz. Hrsg.: DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR TECHNISCHE ZUSAMMENARBEIT GMBH – BAMMESchborn.

STRASDAS, W. (2001):

Ökotourismus in der Praxis. Zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern. Ammerland.

SÜDAFRIKANISCHE BOTSCHAFT (Hrsg. 1993):

Das ist Südafrika. Bonn.

TROPPEZ, J./ DÜKER, I./ HENRICH, S./ STECK, B. (2005):

Nachhaltiger Tourismus in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit. Stand der Diskussion zum Thema ‚Tourismus in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit‘. Hrsg.: DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR TECHNISCHE ZUSAMMENARBEIT GMBH – BAM Eschborn.

TÜTING, L. (1990):

Wege aus dem Dilemma. Sanfter Tourismus. – In: LUDWIG, K./ HAS, M./ NEUER, M. (Hrsg.): Der neue Tourismus. Rücksicht auf Land und Leute. (Beck'sche Reihe), München, S. 61 – 71.

VIERGE, P. (1998):

Partizipative Tourismusentwicklung im ländlichen Raum als Chance der Wirtschaftspolitik Südafrikas. Münster.

VORLAUFER, K. (1996):

Tourismus in Entwicklungsländern: Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Darmstadt.

WEARING, S. (2001):

Volunteer Tourism. Experiences that Make a Difference. Wallingford.

WEARING, S. (2004):

Examining Best Practice in Volunteer Tourism. – In: STEBBINS, R. A./ GRAHAM, M. (2004): Volunteering as Leisure/ Leisure as Volunteering. An International Assessment. Oxford/ Cambridge, S. 209 – 224.

WEISS, R. (1997):

Geteiltes Land. Krieg und Frieden im Südlichen Afrika. Hamburg.

WIESE, B. (1999):

Südafrika mit Lesotho und Swasiland. Perthes Länderprofile. Gotha.

WORLD YOUTH STUDENT & EDUCATIONAL TRAVEL CONFEDERATION - WYSE (2007):

New Horizons II. The Young Independent Traveller. Amsterdam.

Internetquellen

AMBASSADORS FOR CHILDREN (2008):

www.ambassadorsforchildren.org/ (12.06.2006)

ARBEITSKREIS TOURISMUS & ENTWICKLUNG – AKTE (2008):

- **ARBEITSKREIS TOURISMUS & ENTWICKLUNG – AKTE (2008a):**
www.akte.ch (18.06.2008)
- **ARBEITSKREIS TOURISMUS & ENTWICKLUNG – AKTE (2008b):**
Neue Touristik-Charta für Südafrika – Gleiche Chancen für alle
http://www.akte.ch/fileadmin/user_upload/akte/PDF/fair_suedliches_afrika/Touristik-Charta.pdf (30.06.2008)

BERTELSMANN STIFTUNG (2008):

South Africa Country Report

<http://www.bertelsmann-transformation-index.de/60.0.html> (16.05.2008)

BETZ, K. (2008):

To Do! Special Award für Fair Trade in Tourism South Africa - FTTSA

<http://www.to-do-contest.org/preistraeger/pdf/Fair-Trade-preis.pdf> (16.06.2008)

BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFTLICHE ZUSAMMENARBEIT UND ENTWICKLUNG – BMZ (2008):

Es geht weltweit!

www.bmz.de/presse/aktuelleMeldungen/2008/januar/20080107 (17.05.2008)

BUREAU OF LABOR STATISTICS (2008):

Volunteering in the United States.

<http://www.bls.gov/roford/1480.pdf> (10.05.2008)

CALABASH TOURS (2008):

www.calabashtours.co.za (17.06.2008)

CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY – CIA (2008):

The World Factbook. South Africa

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sf.html> (22.03.2008)

DEPARTMENT OF ENVIRONMENTAL AFFAIRS AND TOURISM – DEAT (2008):

- **DEPARTMENT OF ENVIRONMENTAL AFFAIRS AND TOURISM – DEAT (2008a):**

Speech For The Opening Of Tourism Indaba Prepared For The Honourable Deputy Minister Of Environmental Affairs And Tourism, Ms Rejoice Mabudafhasi

http://www.environment.gov.za/NewsMedia/Speeches/2008May10_1/10052008.html
(03.06.2008)

- **DEPARTMENT OF ENVIRONMENTAL AFFAIRS AND TOURISM – DEAT (2008b):**

National Responsible Tourism Development Guidelines For South Africa.

www.fedhasa.co.za/Downloads/DEAT%20GUIDELINES.doc (03.06.2008)

DEUTSCHE AIDS-STIFTUNG (2008):

Hope/ Südafrika

<http://www.aids-stiftung.de/01integer/WebObjects/aidsstiftung.woa/1/wa/DirectoryWithId/1000112.htm> (29.03.2008)

DEUTSCHER REISEVERBAND – DRV (2008):

<http://www.driv.de/driv/fachbereiche/zielgebiete/detail.html> (17.06.2008)

EXPLORE & HELP (2008):

www.exploreandhelp.de (28.06.2008)

FAIR TRADE TOURISM SOUTH AFRICA – FTTSA (2008):

<http://www.fairtourismsa.org.za> (16.06.2008)

FORUM UMWELT & ENTWICKLUNG (2008):

Posititionspapier zur Vorlage bei der CSD 7

<http://www.forum-ue.de/fileadmin/userupload/publikationen/csd7-tourismus.pdf> (20.06.2008)

GLOBAL PROGRAMME OF ACTION FOR THE PROTECTION OF THE MARINE ENVIRONMENT FROM LAND-BASED ACTIVITIES – GPA (2008):

Physical Alterations and Destruction of Habitats. Tourism Threats (23.06.2008)

<http://padh.gpa.unep.org/page.cfm?region=1&theme=1&topic=11>

GOVERNMENT COMMUNICATION AND INFORMATION SYSTEM – GCIS (2008):

SA Yearbook 2007/08. Tourism.

<http://www.gcis.gov.za/docs/publications/yearbook/2008/chapter20.pdf> (25.05.2008)

GÜNSCHE, K. (2008):

Kapstadts Polizei kann den Mob nicht stoppen.

<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,555085,00.html> (15.06.2008)

HABITAT FOR HUMANITY INTERNATIONAL – HfHI (2008):

<http://www.habitat.org/eca/> (12.06.2008)

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF BUSINESS COMMUNICATORS – IABC (2008):

<http://www.iabc.com/leaders/volunteerism.htm#3> (05.06.2008)

INTERNATIONALE TOURISMUSBÖRSE BERLIN – ITB (2008):

Tagesbericht 07.03.

http://www1.messe-berlin.de/vip8_1/website/Internet/Internet/www.itb-berlin/pdf/Tagesbericht/07.03_-_Freitag_-_Tagesbericht_-_Internet.pdf (29.05.2008)

INTERNATIONAL VOLUNTEER PROGRAMS ASSOCIATION – IVPA (2008):

<http://www.volunteerinternational.org/> (12.06.2008)

JOINT UNITED NATIONS PROGRAMME ON HIV/ AIDS - UNAIDS (2008):

South Africa marks key AIDS milestones

www.unaids.org/en/KnowledgeCentre/Resources/FeatureStories/archive/2007/20070507_SA_NAP.asp (27.03.2008)

JONAS, STROEBE, HEWSTONE (2008):

Sozialpsychologie. Prosoziales Verhalten.

http://www.lb-psychologie.de/sozialpsychologie/bereich/prosoziales_verhalten (14.05.2008)

KELICKER, P. (2008):

Volunteer Vacations.

<http://somerseomedicalcenter.com/frame.cfm/volunteervacations> (10.05.2008)

LOVITT, R. (2008):

The value of voluntourism.

<http://www.msnbc.msn.com/id/23262573/> (10.05.2008)

MAP RESOURCES (2008):

Africa Maps

www.mapresources.com/regionmaps-africa.asp (05.06.2008)

PROJECTS ABROAD (2008):

<http://www.projects-abroad.de/> (15.06.2008)

PRO-POOR TOURISM – PPT (2008):

Pro-Poor Tourism Info-Sheets. Sheet No. 1: Defining Pro-Poor Tourism

http://www.propoortourism.org.uk/info_sheets/1%20info%20sheet.pdf (20.10.2008)

REAL GAP (2008):

<http://www.realgap.de/real-gap> (12.06.2008)

SACHVERSTÄNDIGENRAT (2008):

Entwicklung der personellen Einkommensverteilung in Deutschland.

http://www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de/download/ziffer/z580_601j06.pdf (20.05.2008)

SEIF (o.J.):

Facilitating Market Access for South Africa's Disadvantaged Communities and Population Groups through "Fair Trade in Tourism".

<http://www.icrtourism.org/library.shtml> (13.06.2008)

SOUTH AFRICA (2008):

SA tourism hits 9-million mark

<http://www.southafrica.info/travel/tourism-2007.htm> (10.05.2008)

SOUTH AFRICAN GOVERNMENT INFORMATION (2008):

The Development and Promotion of Tourism in South Africa.

<http://www.info.gov.za/whitepapers/1996/tourism.htm> (17.05.2008)

SOUTH AFRICAN TOURISM (2008):

- **SOUTH AFRICAN TOURISM (2008a):** 2006 Annual Tourism Research.
<http://www.southafrica.net/satourism/research/viewResearchDocument.cfm?ResearchDocumentID=461> (17.05.2008)
- **SOUTH AFRICAN TOURISM (2008b):** Research.
<http://www.southafrica.net/satourism/research/research.cfm> (30.06.2008)
- **SOUTH AFRICAN TOURISM (2008c):** South African Tourism: Annual Report 2006/ 2007
http://www.southafrica.net/satourism/downloads/AR2007_Part3.pdf (30.06.2008)

STATISTICS SOUTH AFRICA (2008) :

Mid-year population estimates 2007

<http://www.statssa.gov.za/publications/P0302/P03022007.pdf> (22.05.2008)

STATISTISCHES BUNDESAMT (2008):

Länderprofil Südafrika.

http://www.eds-destatis.de/de/publ/download/lp_suedafrika.pdf (30.06.2008)

STUDENT TRAVEL & EDUCATION PROGRAMMES INTERNATIONAL – STEP IN (2008):

<http://www.stepin.de/> (15.06.2008)

TOURISM WATCH (2008):

- **TOURISM WATCH (2008a):**
www.tourism-watch.de (19.06.2008)
- **TOURISM WATCH (2008b):**
Weniger Fliegen – intensiver reisen
<http://www.tourism-watch.de/fix/files/Weniger%20fliegen.pdf> (30.05.2008)

UNITED NATIONS (2008):

The UN – Millenium Development Goals.

<http://www.un.org/millenniumgoals/goals.html> (20.04.2008)

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME – UNDP (2008):

South Africa Human Development Report 2003.

<http://www.undp.org.za/NHDR2003/NHDRSumFull.pdf> (24.05.2008)

VOLUNTEER LOGUE (2008):

Volunteering Travel Guide

<http://www.volunteerlogue.com/organizations/ambassadors-for-children-volunteer-placement-organization.html> (12.06.2008)

WENZEL, E. (2008):

Zielgruppe Lohas – Wie der grüne Lifestyle die Märkte erobert.

http://www.zukunftsinstitut.de/verlag/studien_detail.php?nr=55 (10.06.2008)

WORLD WIDE FUND FOR NATURE – WWF (2008):

WWFa: www.wwf.org.uk/core/index.asp (12.06.2008)

WWFb: www.wwf.org (18.06.2008)

WWFc: www.panda.org (18.06.2008)

WWFd: www.panda.org/how_you_can_help/volunteer/index.cfm (18.06.2008)

WORLD TOURISM ORGANIZATION – UNWTO (2008):

<http://www.unwto.org/index.php> (25.05.2008)

WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL - WTTC (2008):

The 2008 Travel and Tourism Economic Research. South Africa.

http://www.wttc.travel/bin/pdf/original_pdf_file/southafrica.pdf (13.06.2008)

Informationsmaterialien

DUPREEZ, G. (2007):

HBOS Build 2008. Cape Town.

EXPLORE&HELP (2007):

Machen Sie den Unterschied! o. O.

HfH (o.J.):

Habitat for Humanity. Berlin.

HfHSAa (2007):

Habitat for Humanity South Africa – Information Paper. o. O.

HfHSAb (2007):

Habitat for Humanity South Africa – Construction Phase. o. O.

HfHI (2007):

Habitat for Humanity International – Information Paper. o. O.

SASDI (2007):

Southern Africa Sustainable Development Initiative. o. O.

VOLUNTOURS & CALABASH TOURS (2007):

Code of Good Practice Responsible Volunteering in South Africa, o. O.

(siehe auch: Travel & Tourism Industry News (2008):

<http://www.travelwires.com/wp/?p=1395>)

Verzeichnis der Kataloge der Veranstalter

GAP Adventures (2008):

The Great Adventure People.

Real Gap Experience (2008):

Travel the real world. Lebe deinen Traum! Tunbridge Wells. – weitere Informationen im Internet unter www.realgap.de

STEP IN – Student Travel & Education Programmes International (2007):

18 +. Step in to our world of Adventure! Saison 2008. Bonn.

Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig angefertigt habe. Es wurden nur die in der Arbeit ausdrücklich benannten Quellen und Hilfsmittel benutzt. Wörtlich oder sinngemäß übernommenes Gedankengut habe ich als solches kenntlich gemacht.

Ort, Datum

Unterschrift