
Who do They Think They Are? Strangers in a Strange Land?

Was denken die sich eigentlich? In der Fremde ist der Fremde fremd

Einleitung von Nicole Häusler, CIM

Karl Valentin über »die Fremden«

Karl Valentin: Fremd ist der Fremde nur in der Fremde.

Lisl Karlstadt: Das ist nicht unrichtig. – Und warum fühlt sich ein Fremder nur in der Fremde fremd?

K.V.: Weil jeder Fremde, der sich so fühlt, ein Fremder ist, und zwar so lange, bis er sich nicht mehr fremd fühlt, dann ist er kein Fremder mehr.

L.K.: Sehr richtig! – Wenn aber ein Fremder schon lange in der Fremde ist, bleibt er dann immer ein Fremder?

K.V.: Nein. Das ist nur so lange ein Fremder, bis er alles kennt und gesehen hat, denn dann ist ihm nichts mehr fremd.

L.K.: Es kann aber auch einem Einheimischen etwas fremd sein!

K.V.: Gewiss, manchem Münchner zum Beispiel ist das Hofbräuhaus nicht fremd, während ihm in der gleichen Stadt das Deutsche Museum, die Glyptothek, die Pinakothek und so weiter fremd sind.

L.K.: (...) Und was sind Einheimische?

K.V.: Dem Einheimischen sind eigentlich die fremdesten Fremden nicht fremd. Der Einheimische kennt zwar den Fremden nicht, kennt aber am ersten Blick, dass es sich um einen Fremden handelt.

Im Urlaub treffen drei Kulturen aufeinander: Die einheimische Kultur, die Kultur des Reisenden und die „Urlaubskultur“, da der Reisende im Urlaub seinen Alltag und seine Arbeit hinter sich lassen will, er sich damit in dieser Zeit anders verhält, anders anzieht, anders bewegt.

Die Reisenden und die Gastgeber müssen nun, eingebunden in diese drei Kulturen, so miteinander umgehen, damit diese Begegnung für beide Seiten zufriedenstellend verläuft. Der Urlauber hofft, dass das Gastgeberland seine Wünsche und Erwartungen kennt – schließlich zahlt er dafür, schließlich will er in einem kurzen Zeitraum Neues entdecken, Fremdes kennen lernen, sich aber auch entspannen und erholen. Der Einheimische, der diese Begegnung als eine reine Geschäftsbe-

ziehung betrachtet, sollte wissen, welche Erwartungen er erfüllen muss, damit der Gast zufrieden ist.

Was aber passiert, wenn der Einheimische diese nicht kennt oder nicht versteht? Wenn er fassungslos beobachtet, wie sich diese Fremden am Strand bräunen lassen, um ihre wunderschöne weiße Haut zu verunstalten? Welche Wahrnehmung hat er von einem Reisenden, der zu Hause Monat für Monat, Jahr für Jahr im Akkord arbeiten muss, und der im Urlaub spendabel das Geld ausgibt für unnütze Dinge wie Elefantenreiten oder den Besuch alter Tempelruinen. Was denkt der ‚Bereiste‘ über die Urlaubskultur, das Benehmen der Urlauber und was weiß er von ihrem Alltag, ihrem Heimatland?

Und was denkt der Reisende über das ihm allzu Fremde in seinem Urlaubsland? Fährt er mit einem größerem Verständnis, mehr Toleranz und Wissen über seine Gastgeberkultur nach Hause? Oder empfindet er das Fremde schnell als Bedrohung, als etwas *zu* Fremdes?

Contact:

Nicole Häusler
Center for International Migration and Development (CIM)
Barckhausstr. 16, 60325 Frankfurt, Germany
T. +49-69-719121-58, F: +49-69-719121-19
Email: cim@gtz.de, haeupet@gmx.de

Wie sehen Touristen ihre Umwelt? Eine Umfrage in der Südwest-Türkei

Kai Stepper und Max Kasperek

Abstract. An intact environment at the vacation destination is an important factor for the tourist satisfaction. A survey among German and Austrian tourists in Muğla, a popular destination for summer holiday in Turkey was jointly initiated by the Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, the Provincial Government and various international tourism companies. The results shall be used by local authorities as well as by tour operators to implement effectively environmental policies. The survey showed that a strong emphasis has to be put on wastage management, water and waste-water management, energy saving technologies and noise reduction. The commitment to a responsible management regarding natural resources will be highly appreciated by the tourists who have signaled the willingness to render a personal contribution to the protection of natural resources.

Für drei Viertel der deutschen Urlauber, die ihren Urlaub in Entwicklungsländern verbringen, ist nach der Untersuchung des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung "Tourismus in Entwicklungsländern" (2000) eine intakte Umwelt am Urlaubsort von hoher Bedeutung für ihre Urlaubszufriedenheit. Gleichzeitig werden gerade durch den Tourismus die ökologischen Probleme in den Feldern Abfall, Wasser und Abwasser zunehmen.

Diese Grundaussagen waren Ausgangspunkt für eine Umfrage unter deutschen und österreichischen Urlaubern in der türkischen Provinz Muğla. Die Umfrage entstand im Rahmen des Projekts "Systemansatz im Umweltbereich in der Türkei", das von der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) durchgeführt wird. Das Vorhaben hat das Ziel, "Durch ein wirksames Umweltmanagement die Kooperation zwischen Zentral-, Provinz- und Kommunalebene zu verbessern und dies modellhaft zunächst in Pilotprovinzen umzusetzen." Muğla ist eine der beiden Pilotprovinzen; sie ist eine der vom internationalen Tourismus am stärksten beeinflussten Provinzen der Türkei. Im Jahr 2001 verbrachten dort knapp 1,9 Millionen ausländische Touristen ihren Urlaub.

Die Türkei hat sich in den letzten 10-15 Jahren zu einem bedeutenden Mittelmeerreiseziel entwickelt. Der Badetourismus an den Küsten des Mittelmeeres und der Ägäis stellt bei einem guten Preis/Leistungsverhältnis die primäre Säule der Tourismusbranche dar; dazu bietet das große Potenzial an kulturellen und kulturhistorischen Stätten eine nicht unerhebliche touristische Attraktion. Erste Auswirkungen des Massentourismus auf die Umwelt sind entlang der Küste erkennbar.

In der Provinz Muğla leben dauerhaft 650 000 Menschen. Sie hat nur in geringem Umfang Industrie-Arbeitsplätze, der Tourismus stellt den beherrschenden Wirtschaftssektor dar. Ein grosser Teil der Bevölkerung sowie viele Saisonarbeitskräfte sind direkt oder indirekt vom Tourismus abhängig. Die Risiken dieser einseitigen Abhängigkeit der Wirtschaft innerhalb der Provinz wurden in den letzten Jahren deutlich, als durch gewalttätige Auseinandersetzungen, terroristische Anschläge und Naturkatastrophen erhebliche Einbrüche im Tourismusbereich zu beobachten waren.

Während diese Rahmenbedingungen bzw. ihre Auswirkungen vorort kaum beeinflussbar sind, lässt sich die Tourismusedwicklung durch Schaffung einer geeigneten Infrastruktur in der Provinz steuern. Faktoren wie Abwasserreinigung, Abfallentsorgung und andere wichtige Umweltas-

pekte, die zur Erhaltung der Landschaft, der Strände und des sauberen Meerwassers entscheidend beitragen, stellen eine notwendige Voraussetzung für die Entwicklung einer nachhaltigen Form des Tourismus dar. Geordnete Abfallbehandlungsanlagen und Abwasserreinigungsanlagen sind in der Provinz noch nicht in ausreichendem Umfang vorhanden, und es sind noch erhebliche Anstrengungen notwendig, um drängende Umweltprobleme zu lösen.

Umwelt-Umfrage unter deutschen und österreichischen Touristen

Das Ziel der Umfrage war es, den Eindruck, den Touristen von der Umwelt in der Provinz haben, zu erfragen, um daraus umweltpolitische Prioritäten ableiten zu können. Die für Tourismus und Umweltschutz verantwortlichen Provinzbehörden haben gemeinsam mit den GTZ-Experten den Fragebogen entwickelt.

Als Erkenntnis stand am Anfang, dass einheimische "Augen" eine andere Wahrnehmung der eigenen Umwelt haben als ausländische "Augen". Dieser Eindruck der ausländischen Touristen sollte erfragt werden. Deswegen wurde die Umfrage ausschließlich in Form von Fragen durchgeführt, die den Eindruck oder die Empfindung der Befragten ermitteln sollten. In der Befragung wurden alle wichtigen Bereiche des Umwelt- und Naturschutzes abgefragt, gleichzeitig sollte der Fragebogen aber auch rasch ausfüllbar sein, was die Tiefe der Befragung limitierte. Die identifizierten umweltpolitischen Prioritäten sollen der türkischen Seite bei der zukünftigen Umweltplanung im Tourismusbereich behilflich sein.

Die Befragung wurde in den Monaten August und September 2001 mit Touristen durchgeführt, die in den Orten Marmaris, Fethiye und Dalyan ihren Urlaub verbrachten. Insgesamt wurden 1061 Fragebögen ausgefüllt und ausgewertet.

Ergebnisse

Von den Befragten waren 54 % weiblich und 44 % männlich. Auffällig war es, dass die Hälfte aller Befragten vorher schon mindestens einmal in der Türkei Urlaub gemacht hatten. Unter denjenigen, die bereits schon einmal in der Türkei im Urlaub gewesen waren, haben zwei Drittel hier schon zum dritten Mal oder öfter ihren Urlaub verbracht.

Ebenfalls interessant waren die Antworten auf die Frage „*Wurden Sie durch Ihren Reiseleiter, Ihr Hotel oder durch sonst irgendwen über die Natur, Tier- und Pflanzenwelt oder ganz allgemein über die Umwelt informiert?*“ Hier haben nahezu drei Viertel mit ja geantwortet und beweisen damit, dass Informationen über Natur und Umwelt vorhanden sind und weitergegeben werden. Allerdings haben auf die Frage „*Hätten Sie gerne (mehr) Informationen über die Natur und über Umweltschutz in ihrem Urlaubsgebiet bekommen?*“ Über die Hälfte der Befragten mit ja geantwortet und zeigen damit ein weiteres Interesse an Informationsmaterial über Natur und Umwelt. Knapp 40 % der Befragten waren aber mit den erhaltenen Informationen zufrieden.

Die Provinz Muğla hat (Natur)-Schutzgebiete mit einen Flächenanteil von knapp einem Viertel der Gesamtfläche. Der grösste Anteil davon sind sogenannte Sonderschutzgebiete, die für den Schutz von seltenen oder gefährdeten Tier- und Pflanzenarten eingerichtet wurden, aber auch zum Schutz der einmaligen Landschaften. Insofern ist es nicht so auffällig, dass über 40 % der Befragten auf die Frage „*Haben Sie in Ihrem Urlaub ein Naturschutzgebiet besucht?*“ mit ja geantwortet haben. Dieses Ergebnis korrespondiert gut mit dem Resultat über die Umweltinformation. Dennoch könnte aufgrund der großen Anteile an Schutzgebieten in der Provinz der Anteil derjenigen, die ein Naturschutzgebiet besucht haben durchaus noch größer sein, was auch mit dem deutlichen Interesse an zusätzlichen Umwelt- und Naturinformationen zusammengeführt werden sollte.

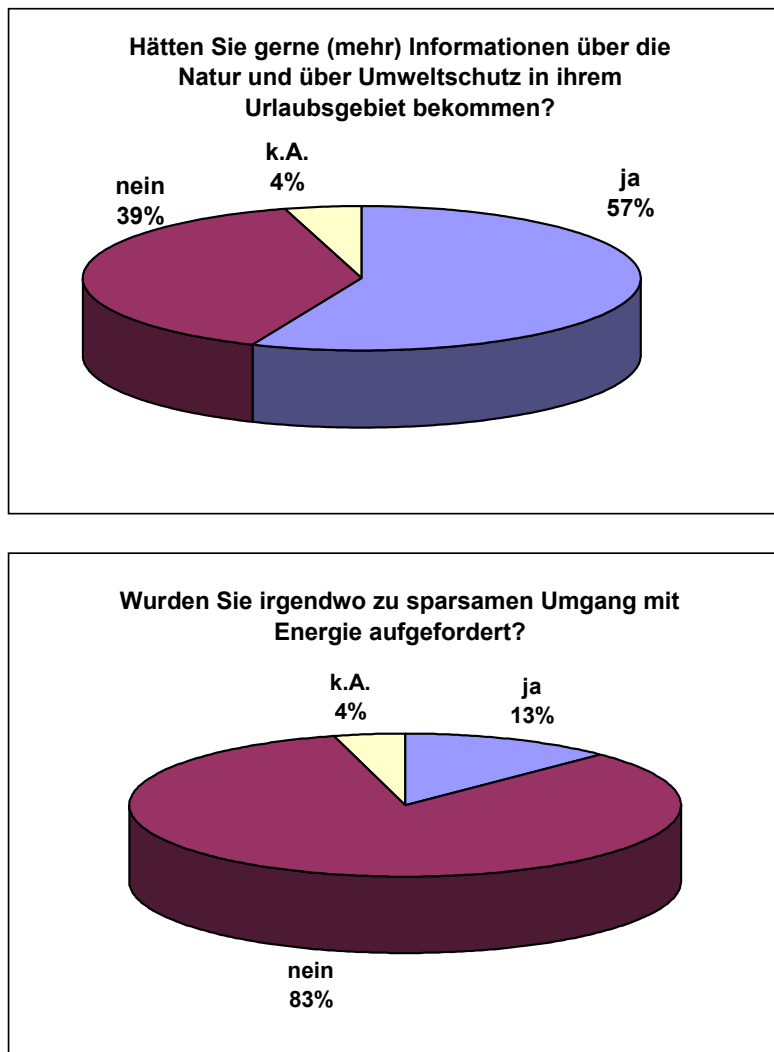


Abb. 1-2. Auswahl einiger Antworten aus den insgesamt 25 Fragen der Umweltumfrage unter deutschen und österreichischen Urlaubern in der Provinz Muğla im Jahre 2001.

Auf die Frage „Glauben Sie, dass die Tourismusentwicklung in der Türkei die letzten Jahre die Tier- und Pflanzenwelt negativ beeinflusst hat?“ haben 54 % mit ja geantwortet. Dies zeigt, dass mindestens emotional die Mehrheit der befragten Touristen von einem negativen Einfluss des boomenden Tourismus auf Natur und Umwelt ausgeht.

Bei der Frage „Wie ist nach Ihrer Einschätzung der Umgang mit Wasser in der Türkei?“ gehen 63 % davon aus, dass der Umgang mit Wasser normal ist. Der Anteil derjenigen, die einen spar-

samen Umgang mit Wasser feststellen, ist allerdings mit 6 % sehr gering. Immerhin halten 27 % den Umgang mit Wasser für verschwenderisch. Die tatsächliche Wassersituation in der Provinz ist sehr unterschiedlich ausgeprägt. Es gibt Gebiete mit einem großen Grundwasservorrat und andere Gebiete, darunter auch touristische Hochburgen wie Marmaris oder Bodrum, die unter Süßwasserknappheit und Versalzungsproblemen des Grundwassers im Sommer leiden und deswegen nach Alternativen zur Grundwasserentnahme suchen. Hier wären Hinweise in Hotels und Pensionen sicher hilfreich, die es nach Aussagen der Befragten kaum gibt. Lediglich 21 % wurden aufgefordert, sparsam mit Wasser umzugehen.

Bei der Frage „*Wie empfinden Sie den Umgang mit Abfall in Ihrem Urlaubsgebiet?*“ wurde deutlich, dass die Abfallentsorgung ein nicht unerhebliches Problem darstellt. So haben 46 % der Befragten gesagt, dass viel Müll in die Landschaft und Strassen geworfen wird, und 39 % meinen, dass gelegentlich etwas Müll weggeworfen wird. Lediglich 11 % sagen, dass die Strassen und die Landschaft einen sauberen Eindruck machen. Die Situation bei der *Abfallvermeidung* in den Hotels und Restaurants scheint dagegen besser zu sein, und 61 % der Befragten empfinden die Abfallvermeidung als normal ausgeprägt.

Auf die Frage nach der Sauberkeit von Stränden und Meer antworteten knapp 60 % der Befragten, dass diese durchwegs sauber seien. 35 % waren dagegen der Meinung, dass Strände und Meer an manchen Stellen bereits bedenklich verschmutzt seien! Dieses Ergebnis zeigt, dass der Einfluss des Massentourismus auf die Umwelt und die noch bestehenden Probleme bei der Abwasserreinigung und der Abfallbeseitigung offenbar werden. Dies sollte ernst genommen werden, da ja gerade eine intakte Umwelt einen erheblichen Faktor für die Urlaubszufriedenheit darstellt.

Belastung durch Straßenlärm und laute Musik bewegt sich für knapp drei Viertel der Befragten im normalen Bereich. 14 % dagegen sagen, dass es außerordentlich viele Lärmbelastigungen durch Straßenverkehr und laute Musik gebe. Befragt nach den Lärmquellen, antworteten diejenigen, die sich belästigt fühlten, in der Reihenfolge 'laute Musik nachts' als größte Störung, gefolgt vom 'Straßenverkehr' und von 'lauter Musik tagsüber'. Das Lärmproblem, insbesondere durch Musik in der Nacht, ist für die zuständige Provinzumweltbehörde erheblich, da sich besonders einheimische Touristen häufig darüber beschwerten. Es werden regelmäßig Lärmmessungen durchgeführt und versucht, die unübersichtliche Planungs- und Genehmigungspraxis seitens der Stadtverwaltungen zu verbessern.

Die Frage „*Wird nach Ihrem Eindruck in der Türkei mit Energie sparsam umgegangen?*“ beantworten fast die Hälfte der Befragten mit ja. 37 % sind der Meinung, dass mit Energie nicht sparsam umgegangen wird, und ein großer Anteil (17 %) macht dazu keine Angaben. Ähnlich wie beim Umgang mit Wasser sind dagegen die Antworten zu der Frage „*Wurden Sie irgendwo zu sparsamen Umgang mit Energie aufgefordert?*“ Über 80 % verneinen dies und machen damit das ungenutzte Potenzial zum Energiesparen in diesem Bereich deutlich. Die türkische Energiesituation ist nicht selten durch Stromknappheit geprägt und könnte unter Ausnutzung von Einsparungspotentialen entlastet werden.

Bei der Frage nach der angemessenen Anzahl der Restaurants, Bars und Diskotheken sind 20 % der Touristen der Meinung, dass es zu viele davon gibt. Es ist das Ziel der Provinzbehörden, diesem ungehemmten Wildwuchs Einhalt zu gebieten. Im selben Kontext ist die Frage „*Wurden Sie während Ihres Urlaubs irgendwann einmal von so genannten "Anmachern" bedrängt, irgend etwas zu kaufen oder in ein bestimmtes Lokal zu gehen?*“ zu werten.

Die zuständigen Behörden möchten dieses Problem, das nicht zuletzt auch aufgrund der großen Anzahl von Betrieben mit ähnlichen Angeboten existiert, ebenfalls in den Griff bekommen. Die Antworten machen deutlich, dass sich ungefähr die Hälfte der Befragten nicht belästigt wurde. Dagegen stehen etwas über 40 %, die sich in unterschiedlichem Ausmaß belästigt fühlen. Dieses Ergebnis bestätigt die türkische Seite in ihrer Vorgehensweise gegen besonders aufdringliche „Anmacher“.

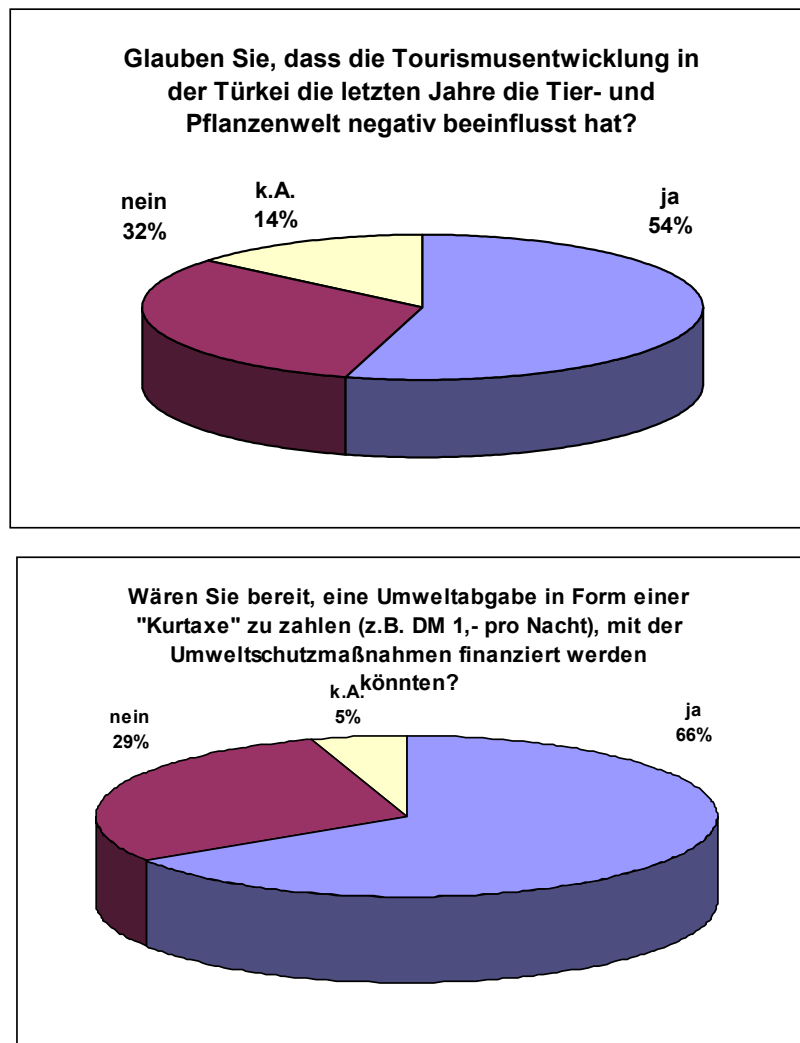


Abb. 3–4. Auswahl einiger Antworten aus den insgesamt 25 Fragen der Umweltumfrage unter deutschen und österreichischen Urlaubern in der Provinz Muğla im Jahre 2001.

Die Frage nach der Berücksichtigung bei der Urlaubsplanung von Hotels und Pensionen, die besonderen Wert auf Umweltschutz legen, wird von 60 % mit ja beantwortet. Damit zeigt sich wieder der häufig erkennbare Trend zur Eigenverantwortung seitens der Touristen in Bezug auf Umweltschutz im Urlaubsgebiet. Gleichzeitig ergäbe sich ein nicht zu unterschätzender Wettbewerbsvorteil für Betreiber von Beherbergungsbetrieben mit einer umweltfreundlichen Wirtschaftsweise. In genau dieselbe Kerbe schlägt die Frage „Wären Sie bereit, eine Umweltabgabe in Form einer "Kurtaxe" zu zahlen (z.B. DM 1,- pro Nacht), mit der Umweltschutzmaßnahmen finanziert werden könnten?“. Eine solche Abgabe wird von zwei Dritteln der befragten Touristen befürwortet. Auch hier wird die Eigenverantwortung der Touristen für die Umweltprobleme, die aus dem Massentourismus resultieren, deutlich. Deutlich ist allerdings auch, dass bei der Beant-

wortung dieser Frage häufig durch einen handschriftlichen Zusatz darauf hingewiesen wurde, dass sichergestellt sein müsse, dass das eingenommene Geld auch tatsächlich für Umweltschutzmassnahmen verwendet werde.

Zusammenfassung

Aus der Befragung von deutschen und österreichischen Touristen zum Zustand der Umwelt in der türkischen Provinz Muğla ergeben sich eine Reihe von Ergebnissen, die für die verantwortlichen Behörden sowie für die Betreiber von Touristikbetrieben sehr hilfreich für ihre zukünftige umweltpolitische Planung sind. Die ökologischen Problemfelder Abfallbeseitigung und Abwasserreinigung müssen prioritär behandelt werden, um die intakte Umwelt zu erhalten, die für einen nachhaltigen Tourismus von größter Bedeutung ist. Dazu kommen sollte der Ausbau einer intensiven Informationspolitik im Bereich Natur- und Umweltschutz für Touristen. Die Felder Wasser, Energie und Lärm dürfen dabei nicht vernachlässigt werden und sollten durch die Verbesserung der Planungs- und Genehmigungspraxis sowie den Kontakt zur Privatwirtschaft verfolgt werden. Dies betrifft auch den Bereich des umweltfreundlichen Betriebs von Hotels und Pensionen. Die eigenverantwortliche Bereitschaft der Touristen zum Schutz der Umwelt sollte unterstützt werden durch nachvollziehbare, transparente und umsetzbare Konzepte, die eine breite gesellschaftliche Zustimmung erfordern.

Contact:

Dr. Max Kasperek
Mönchhofstr. 16, 69120 Heidelberg, Germany
T. +49-6221-47 50 69, F. +49-6221-47 18 58, Email: Kasperek@t-online.de.

Kai Stepper
c/o Il Cevre Müdürlüğü
Belediye Sokak 4, 48000 Muğla, Turkey
T.+90252-2140235, F.+902522144368, Email: stepperk@gmx.de

Die Bergwelt von Shidu (China) – eine Ökotourismusidylle wird zum Vergnügungspark

Bernd Frieze, Consultant

Abstract. The making of a tourist attraction has successfully been performed in a little Chinese village, 80 km away from Peking. High up in the mountains Shidu used to be an idyllic site where small streams ran through romantic valleys. But this natural beauty could not be successfully communicated as a tourist region and by consequence it was adapted to the needs of Asian tourists: numerous attractions were imported from all over the world to entertain up to 6000 tourists per day. The two parallel bungee-jumping platforms are the highlight of the amusement facilities, which resemble strongly to the setting of an amusement park. Shidu has become one of ten most visited tourist sites in the Peking area. The natural environment suffers under that exploitation but it seems that the Chinese government does not see the need of interference.

Touristen sind wie Heuschrecken. Ist der Platz erst abgegrast, ziehen sie weiter zu neuen Plätzen an der Sonne. Zurück bleiben Investitionsruinen, entwurzelte Menschen vor dem sozialen Abstieg, Slums, Infrastrukturen, die nicht mehr finanziert werden können, Müllhalden, zerstörte Natur. Wenig, was den normalen erholungssuchenden Touristen noch begeistert. Dieses Szenario, das leider traurige Wirklichkeit ist, hat jeder von uns in der einen oder anderen Form schon einmal erlebt.

Der Ökotourismus steht heute dafür, Reiseziele kommerziell so zu erschließen, dass der Perlenglanz der Region nicht verblasst. Aus Unverständnis dafür sowie aus der gierigen Erwartung, das große Geld zu machen, werden jedoch nach wie vor Materialschlachten geschlagen und in diesem Zuge ganze Landschaften umgestaltet und zurecht gebogen.

Es gibt immer mehrere Wege, wie man ein touristisches Gebiet vermarkten, aber auch verunstalten kann. Man kann beispielsweise die vorhandenen natürlichen Sehenswürdigkeiten als solche verkaufen oder, falls das Geschäft mit der Natur abflaut, man schafft neue Attraktionen.

Dazu eine kleine Geschichte von einem chinesischen Dorf:

Ich verlasse hier bewusst den Kreis deutscher Reisender, um die Auswüchse des kurzsichtigen, ausschließlich auf Kommerz gerichteten Handelns im Tourismus darzustellen. Dies geschieht im Zusammenhang mit einer anderen Welt und deren Vorstellungen über Urlaub, Erholung und der Begegnung mit fremden Ländern.

Als ich vor einiger Zeit in Peking war, fiel mir eine touristische Infobroschüre des Ortes Shidu in die Hände. Shidu wird darin als originell und malerisch schön beschrieben. Eine grüne Lunge im Paradies einer Bergformation, die mit den berühmten Bergen von Guilin in der Provinz Guangxi verglichen wird. Eine bizarre Karstlandschaft mit Höhlen, kleinen Wasserläufen und tiefen Tälern. In dieser Idylle liegt der Ort Shidu, 80 km südwestlich Pekings.

Bei meiner Ankunft am Bahnhof wurde ich das Objekt der Begierde zahlloser Dienstleister, die im Ringen um einen Kunden nicht eben sanft mit demselben umgingen. Eingepfercht in einen fahrbaren Untersatz habe ich das Tal abgefahren sowie Ausflüge in die Seitentäler gemacht.

Bekannterweise ist den Chinesen wenig heilig, wenn es darum geht, etwas zu vermarkten. Was sich nicht verkaufen lässt wird so lange umgestaltet, bis man meint, das man auf diese Weise von

den Touristen das meiste Geld zu bekommen. Hinzu kommt, dass China als ein Reiseland mit großer Zukunft überwiegend von asiatischen Touristen besucht wird. Sie kommen vor allem aus Malaysia, Taiwan und aus Japan. Und natürlich braucht ein so großes Land, dass sich mit Riesensprüngen vorwärtsentwickelt, Geld.

Als Ausflugsgebiet für Einheimische war diese, einst heile Bergwelt wenig wert für die Landeskassen. So wurde der natürlichen Attraktivität auf die Sprünge geholfen und das Gebiet derart aufgewertet, dass es sowohl für einheimische als auch ausländische asiatische Touristen zur Attraktion wurde. So wurde aus einer heilen Bergwelt mit hohem Erholungswert ein Touristenzoo mit fraglichem Vergnügungswert.

Eine Firma mit dem Namen „Erholungsgesellschaft GmbH“ importierte zahlreiche Attraktionen aus Kanada, Neuseeland, USA und Österreich und rühmt sich damit, mit diesen Attraktionen die Bergwelt von Shidu vom Gipfel bis in die Täler, in der Luft und im Wasser zu umspannen.

Ein kleiner See, an einem Berghang gelegen, wurde mit einer grossen Anzahl Ruder- und Tretbooten ausgestattet. Eine Seilbahn führt hinüber auf das gegenüber liegende Bergplateau, wo von zwei Plattformen am Steilhang Bungeejumpingseile hängen. Damit ist China der erste Staat der Welt mit zwei parallelen Bungeejumping-Plattformen. Die kleinen Bergkuppen zieren Teehäuschen, von denen man die vielen Forellenzuchten entlang des Hauptbaches sehen kann, der bereits mit Algen zugewachsen ist.

Die Eingänge zu den Tälern sind mit hässlichen Kassenhäuschen verbaut und an einer Stelle steht sogar eine künstliche chinesische Mauer. Dahinter preisen rührige Verkäufer Knallkörper an, die dann in den Höhlen zur Detonation gebracht werden können. Ironischerweise weist in der Nähe ein Schild darauf hin, dass es sich hier um einen mystischen Ort großer Ruhe handelt. Neben dem Aufstieg zu einem Tempel, einem heiligen Ort, wurde ein großer Swimmingpool auf das Steilufer eines Baches gebaut, das seinen Dreck direkt in den Bach einleitet.

Tag für Tag werden asiatische Touristen in großen Bussen herangekarrt, die kritiklos knallend durch die Täler ziehen. Vermisst habe ich lediglich die obligatorische Karaoke Bar, aber wahrscheinlich habe ich die bloß übersehen.

Der Ort Shidu rühmt sich damit, sehr schnell zu wachsen und in der Lage zu sein, täglich 6000 Touristen annehmen zu können. Das entspricht mindestens 150 großen vollen Touristenbussen. Tatsächlich werden ca. 1 Mio. Touristen jährlich nach Shidu gekarrt. Der kleine Ort ist inzwischen einer der zehn Hauptattraktionen in und um Peking. Hinzu kommt, dass Shidu aufgrund seiner bizarren Bergwelt eine sehr gefragte Filmlandschaft ist.

Die Ansprüche asiatischer Touristen sind recht unterschiedlich zu unseren und sie sind von uns nicht zu verurteilen. Man kann dennoch durch ein weitsichtiges Marketing auch landschaftliche Schönheit langfristig so vermarkten, dass Gäste aus aller Welt wie auch Einheimische noch lange Freude an unverdorbener Natur haben.

Dieses Fleckchen Erde hat jedoch erst einmal seine natürliche Anziehungskraft verloren. Zum einen wird das, für Japaner und Malayen hergerichtete Gelände wohl kaum für europäische Touristen interessant sein. Zum anderen bleibt die Frage, wer dereinst die künstlichen Mauern niederreißen wird, wenn Shidu nicht mehr Fun genug ist?

Contact:

Bernd Friese
Breslauer Str. 8, 65760 Eschborn, Germany
T. +49-6196-59 16 65, F. 441800 / 66 16 65
Email: b.friese@gmxpro.de

Warum laufen die Weißen den Berg rauf, schwitzen und freuen sich, in die Massai-Steppe gucken zu können? Tourismus in der Usambara-Region, Tansania

Stefanie Schorr, Universität Hannover

Abstract. The Usambara Mountains are situated in the north-eastern part of Tanzania as a part of the ancient Eastern Arc chain. They are densely populated and have a high level of biodiversity. The tourism demand in the region has been increasing during the past years. In 1997, the Netherlands development organization SNV initiated jointly with local people a NGO called "Friends of Usambara Society" (FoU). The aim of this society is to develop sustainable tourism activities in the Usambara region. In order to realize that objective they run a tourist information centre in the district capital Lushoto, where tourists get information about accommodation and the touristic tour program of FoU. The participation fee of any excursion organized by FoU is partly used to support the Village Development Fund (VDF). This fund assists the construction of public facilities, such as schools or dispensaries. Unfortunately the integration of the villagers in the tourist activities has not yet been successfully managed by FoU. Most significant is the lack of understanding among the local population concerning the tourists needs and interests.

1 Einführung

Die Titelfrage stammt von einem alten Mann aus Irente, einem Dorf in der Usambara Region, wo sich die Autorin vier Monate zu Forschungs- und Studienzwecken aufhielt. Der folgende Beitrag beinhaltet neben persönlichen Erfahrungen Auszüge von Untersuchungsergebnissen aus ihrer Diplomarbeit mit dem Titel „Nachhaltiger Tourismus in den Usambara Bergen – eine Entwicklung mit Zukunft?“, welche im Jahr 2001 an der Universität Hannover verfasst wurde.

2 Die Usambara-Region

Im Nordosten Tansanias liegen die Usambara Berge, welche zu den „Eastern Arc Mountains“ gehören, die sich von Kenia bis zu den südlichen Bergen Tansanias erstrecken. Ein 4 km breites Tal trennt die Usambara Berge: die östliche Seite ist weniger erschlossen als die westliche, doch sind beide mit mehr als 300 Menschen pro qkm besiedelt. Die Berge zeichnen sich durch eine sehr hohe Biodiversität aus. Sie gehören zu den artenreichsten Gebieten Afrikas, deren bekannteste Pflanze wohl das Usambara-Veilchen (*Celtis africana*) ist. Der am meisten entwickelte und durch ein akzeptables Straßennetz gut erreichbare Ort in den West Usambara Bergen ist die Distrikt-Hauptstadt Lushoto.

3 Touristische Entwicklung

Die niederländische Entwicklungsorganisation SNV gab 1995 den Hauptimpuls zur touristischen Entwicklung der West Usambara Berge. 1997 kam es mit technischer und finanzieller Unterstützung von SNV zur Bildung einer NRO, der „Friends of Usambara Society“ (FoU), welche Teil des „Cultural Tourism Programme“ (CTP) von SNV wurde. Die aktiven Mitglieder sind tansanische Staatsbürger und betreiben ein Touristeninformations-Zentrum in Lushoto. Sie bieten ver-

schiedene Touren an, vermitteln Unterkünfte und sammeln von jedem Touristen 2000 TSh¹ für den „Village Development Fund“ (VDF) ein. Die Dörfer des Distrikts, durch welche die Tourrouten verlaufen, können bei der FoU Anträge zur Unterstützung gemeinnütziger Projekte einreichen, wie z.B. zum Bau von Schulen. Wird der Antrag bewilligt wird, zahlt die FoU Baumaterialien im Wert von 40% der voraussichtlichen Kosten aus dem Village Development Fund. So wurden unter anderem der Bau von Dorfschulen und Krankenstationen gefördert. Ein weiteres Ziel der FoU besteht darin, die lokale Bevölkerung in die touristische Entwicklung einzubinden.

3.1 Angebot

Die Lage der Usambara Berge zwischen der touristisch erschlossenen Küste und den bekannten Nationalparks, beispielsweise die Serengeti, ist von vorteilhaft für die touristische Entwicklung. Üppige grüne Vegetation, kleine Felder und steile Bergkanten mit Aussicht in die Massai-Steppe zeichnen die Landschaft der Usambara Berge aus. Das Klima ist mit Tagestemperaturen um 25°C sehr angenehm. Neben natürlichen Attraktionen ist es möglich, die Kultur der Einheimischen zu erleben, sofern der Tourist danach sucht. Die Menschen sind Besuchern gegenüber aufgeschlossen und gastfreundlich. Traditionelle Häuser und Plätze in Vuga, dem früheren Königssitz, werden gegenwärtig wieder aufgebaut. Dies geschieht jedoch nicht ausschließlich aus touristischen Ambitionen, vielmehr sollen die historischen Bauten das Wissen und Interesse an der eigenen Geschichte erhalten.

Die Infrastruktur ist nur mäßig entwickelt. Der Tourist merkt dies vor allem an der unzuverlässigen Wasser- und Stromversorgung, den sehr eingeschränkten Kommunikationsmöglichkeiten, dem schlechten Zustand der Straßen und dem durchschnittlich niedrigen Standard der Unterkünfte vor Ort. Die Tourenangebote der FoU stellen die einzige organisierte Freizeitaktivität für Touristen dar.

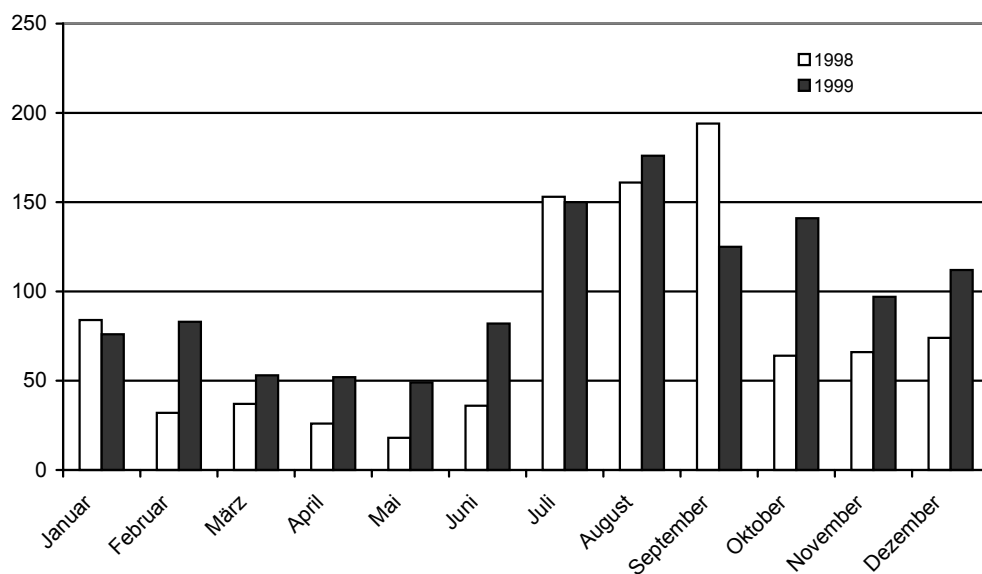


Abb. 1: Touristenankünfte (Anzahl der Touristen pro Monat) in den West Usambara Bergen ,1998 und 1999 im Vergleich.

¹ 800 TSh (Tansanische Schillinge) entsprechen ca. 1 US\$.

3.2 Nachfrage

Die West Usambara Berge profitieren von Touristen, die wegen der bekannten Attraktionen des Landes, wie beispielsweise der Serengeti, dem Kilimanjaro oder Sansibar nach Tansania reisen. Im Oktober/November 2000 profitierte die Region, die nicht zu den bekannten Touristenattraktionen gehört, von den Unruhen auf Sansibar, wegen derer einige Touristen ein paar Urlaubstage in den Bergen verbrachten.

Im Jahr 1998 verzeichneten die „Friends of Usambara Society“ (FoU) 945 Touristen, die das Touristeninformationszentrum besuchten; im Jahr 1999 waren es 1.196 Menschen. Für das Jahr 2000 lagen zum Zeitpunkt der Untersuchung noch keine Zahlen vor. Es wird jedoch mit einem weiteren Anstieg gerechnet. Die meisten Touristen besuchen Lushoto in den Monaten August bis September/ Oktober. Zu einem zweiten, geringeren Anstieg der Touristenzahlen kommt es in den Monaten Dezember und Januar.

Im Jahresvergleich ist eine Steigerung der Teilnahme an den von der FoU angebotenen Touren erkennbar. Während 1998 nur 47% der Touristen das Tourenangebot wahrgenommen haben, waren es 1999 schon 63%. Die Tour zum „Irente Viewpoint“, von wo man einen fantastischen Ausblick in die Massai-Steppe hat, wird am häufigsten nachgefragt.

Die Mehrzahl der Touristen stammt aus Großbritannien, mit einigem Abstand folgen deutsche und niederländische Urlauber.

Von den Besuchern der West Usambara Berge werden die Freundlichkeit der Menschen, die Landschaft der West Usambara Berge und die Tourenangebote vor Ort lobend hervorgehoben. Es wurden aber auch Mängel benannt, wie die unzureichenden Transportmöglichkeiten, die Qualität der Unterkünfte, fehlende Restaurants für Touristen, die unzuverlässige Wasserversorgung sowie bettelnde Kinder.

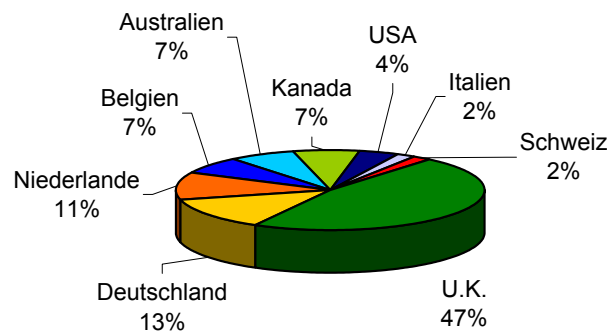


Abb. 2: Quellgebiete der die West Usambara Berge besuchenden Touristen.

4 Probleme und Entwicklungsansätze

Die Untersuchungen im Rahmen der Diplomarbeit haben eine Vielzahl von Problemen aufgezeigt, an denen gearbeitet werden muss, um einen Tourismus im Sinne der Nachhaltigkeit in der Usambara-Region zu verwirklichen. Obwohl die Friends of Usambara als lokale Organisation maßgeblich an der Erarbeitung eines touristischen Konzepts beteiligt ist, profitiert die Bevölkerung bislang wenig von den touristischen Aktivitäten der Region.

Tab. 1: Probleme – Entwicklungsansätze – Akteure.

Probleme	Entwicklungsansätze	Akteure
Bild der Einheimischen von Weißen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bildung 	Staat, Distrikt, (Schulen), Dorf-Oberhäupter, Bewohner, FoU, Touristen
Übernahme westlicher Werte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stolz auf die eigene Kultur wiederbeleben, kritisches Denken und Selbstbewusstsein der Einheimischen fördern 	
Interkultureller Austausch	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Touristen und Bewohner zusammenbringen, z.B. durch Schaffung von Übernachtungsangeboten bei Einheimischen, ... 	Staat, Distrikt, (Schulen), Dorf-Oberhäupter, Bewohner, FoU, Touristen
Sprache	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durch Ausbildung Voraussetzung zur Kommunikation schaffen 	
Fachliche Qualifizierung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weiterbildungen der im Tourismus Beschäftigten 	FoU, Bevölkerung, Touristen, Entwicklungsprojekte, NGO's
Unzureichende Qualität des Angebots der FoU	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anschauliche Darstellung des Angebots im Touristeninformationszentrum, ▪ Auswertung von bereitgestellten Feed-back-Bögen und Umsetzung von Verbesserungsvorschlägen, ▪ Konsequente Einstellungstests und Qualitätskontrollen zur Überprüfung der Guides, ▪ Weiterbildungen für FoU Mitglieder, insbesondere für die Guides ▪ verstärkte Ausrichtung des Angebots Richtung „Cultural tourism“, ▪ Zusammenarbeit mit anderen Organisationen und der Bevölkerung 	
Schlechte finanzielle Lage der Einheimischen trotz Touristen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kauf von in der Region hergestellten Souvenirs, Essen in lokalen Restaurants, Übernachtung in Hotels von Einheimischen, ▪ VDF darf nicht zweckentfremdet werden, wie es zur Zeit der Fall ist ▪ Möglichkeit schaffen, dass sich auch Privatleute für eine Unterstützung/ Anschubfinanzierung aus dem VDF bewerben können 	Staat, Distrikt, FoU, Hotels, Reiseveranstalter, NGO's, Bewohner
Bewohner werden zu wenig in Abläufe und Entscheidungen einbezogen und profitieren bisher kaum vom Tourismusgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsetzung der Ziele der FoU, ▪ Bewusstseinsbildende Maßnahmen und Wissensvermittlung realisieren, indem z.B. die Guides in der Nebensaison das Gespräch mit den Bewohnern suchen und sie u.a. über die Existenz des VDF informieren, ▪ Stärkung der Eigeninitiative einzelner Bewohner, ▪ Bildung von Initiativen fördern, ▪ Einbeziehung der Bewohner in sie betreffende Entscheidungen z.B. durch Einladung von entsprechenden Vertretern zu Versammlungen der FoU, Organisation von Workshops,... 	
Kommunikations-Möglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Staat muss Anreize für Unternehmer schaffen, damit in den Ausbau infrastruktureller Einrichtungen investiert wird 	Staat, Distrikt, private Unternehmen, FoU, NGO's
Mangelnde Bereitschaft zur Kooperation und Informationsaustausch innerhalb der FoU und teilweise auch von sonstigen beteiligten Akteuren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Möglichkeiten zur persönlichen Bereicherung soweit wie möglich einschränken ▪ Gemeinschaftsgefühl fördern durch gemeinsame Aktivitäten, Gespräche,... 	

In der Tabelle werden einige grundlegende Probleme exemplarisch herausgestellt und Entwicklungsansätze aufgezeigt, die zur Lösung beitragen können. Ferner sind die zum Handeln aufgeforderten Akteure benannt.

5 Schlussbetrachtung

Die Einbeziehung und Aufklärung der Bewohner in Gebieten, die zunehmend vom Tourismus profitieren werden, ist ein wesentlicher Bestandteil nachhaltiger Entwicklung. In den Usambara Bergen wird dies theoretisch durch Friends of Usambara Society geleistet. Doch leider nutzen einige ihrer Mitglieder das Wissen und die Informationen zur persönlichen Bereicherung, anstatt sie konstruktiv in den touristischen Prozess einzubringen.

Der Fremde, der die Usambara Berge besucht, ist meist weder mit den Örtlichkeiten, noch mit Sprache und Kultur der Bewohner vertraut. Er braucht Anlaufstellen, wo es möglich ist, sich in einer internationalen Sprache zu verständigen. Zudem wird sein Urlaub umso reizvoller, je mehr er mit Einheimischen in direkten Kontakt treten kann. Auch die Bewohner haben meist ein großes Interesse daran, mehr über diese weißen Besucher zu erfahren.

Viele Dorfbewohner wissen aber nicht, warum die Fremden kommen und was sie für Bedürfnisse und Interessen haben. Dies ist auch der Grund dafür, warum entlang der Tourrouten der FoU keine Getränke oder Snacks angeboten werden. Stattdessen betteln Kinder um das Geld der Besucher. In Gesprächen mit Dorfbewohnern stellte sich heraus, dass die Einheimischen gerne ihre lokalen Produkte, wie Gebäck oder Töpferwaren an Touristen verkaufen würden. Es mangelt jedoch an Informationen und der organisatorischen Umsetzung ihrer Ideen.

Die touristische Entwicklung in den West Usambara Bergen steht und fällt letztendlich mit dem Engagement einzelner Menschen. Den FoU fehlt es zur Zeit leider an solchen treibenden Kräften. Im Zuge der Untersuchungen vor Ort konnten jedoch Kontakte der Organisation mit dem „King in charge“ in Vuga wiederbelebt werden. Die Fortschritte des Projektes sind groß, da sich der amtierende König² persönlich für die Entwicklung einsetzt. Wenn die, am Tourismus beteiligten Akteure untereinander und gemeinsam mit der lokalen Bevölkerung sowie ihren traditionellen Oberhäuptern intensiver zusammenarbeiten, dann erübrigen sich hoffentlich zukünftig solche grundsätzlichen Fragen von Bewohnern, wie der alte Mann aus dem kleinen Dorf Irente.

Contact:

Dipl.-Ing. Stefanie Schorr
An der Heth 1
65618 Selters-Eisenbach, Germany
Email: S.Schorr@web.de

² Der König hat keine politische Macht mehr, doch er wird von der Bevölkerung sehr geachtet und als traditionelles Oberhaupt anerkannt.

The Creation of a positive environment for the sustainable development of eco-tourism in the Baikal Region

Larissa Batotsyrenova, Firn Travel, Russia

The Baikal region covers the Irkutsk region and the Republic of Buryatia, which surround the lake Baikal from the west and the east side. In the north the region is extended over parts of Mongolia and, further east, up to the Chita region.

Why does eco-tourism has to become one of the priority practices in the Baikal Region?

Lake Baikal is located in the legendary land of Siberia, which is known all over the world for its special history and its special climate. For many years it has remained irresistible to tourists and researchers. It is a unique place with extraordinary characteristics: beautiful nature, special history and, it has never been a battlefield or experienced a war, even Chingiz-Chan did not dare to invade the holy Baikal ground. Baikal preserved its original beauty mostly due to a large number of specially protected areas, parks and natural reserves.

Tourists who are interested in an eco-tourism trips are seeking for a temporal departure from civilization. There are places in Baikal, where the unique feeling “being one with nature“ can be experienced.

The preservation activities of Lake Baikal can serve as an illustrative material for ecology education, as well a model territory for using the newest ecology technology: only very few technologies have been applied in this region. Its strong energy, its mystic aura, and also many natural mineral hot springs make people visit Lake Baikal to find health, strength and a complete harmony with nature. The main characteristic and attraction of this unspoilt region for ecotourists is its originality, authenticity, the variety of nature, wild flora and fauna and in a way, in its lack of civilization.

In our 21st century these are very rare features and- as the pessimist would say- soon to be destroyed by progress. This is the main reason why ecotourism is becoming more and more popular in the world, as it shows pristine natural attractions not touched by technology and civilization. However, this change of orientation of tourism to the unexplored lands can lead into the rapid exhaustion of these resources. That is why ecotourism has to be actively developed. It will make Lake Baikal a very attractive place for tourists, who will wish to return and will as well recommend this place to others. This requires a high level of service and accommodation to satisfy the visitors, an issue on which is still to be worked on. At the same time the Baikal region has to preserve its precious natural resources and its unique natural features.

Furthermore, the development of eco-tourism is an extraordinary opportunity to improve the living conditions of people living in the Baikal region. It is the best alternative to the industrialization of the Baikal land and to the building of oil and gas pipes which, despite the arguments of the government in favour of energy business, represents a threat to the nature and to the future.

Tourism business in the Baikal region started developing after the issuing of new laws and regulations about tourism in the new economic conditions of Russia in 1995. That underlines the fact that tourism in Baikal is still at the beginning of its growth. In my opinion, the main obstacle to the efficient development of tourism in Baikal is the lack of basic knowledge and experience in organization of tourism, as well as the lack of basic tourism ethics in the Baikal society. Yes, we know that experience is gained through mistakes, and people learn from their mistakes. However,

when it comes to nature and its preservation, it is very hard -almost impossible- to correct these mistakes, because people are dealing with the delicate world of nature.

The main condition to sustainable development of ecotourism in the Baikal region is to make local people, not only those who work in the tourist business, but all other citizens as well, to make them understand that it is vitally important to stick to the principles of sustainable development and the ethics of eco-tourism.

Unfortunately, we see often the opposite effect: when local people realize that their product has caused interest and joy of foreign visitors, they do not try to improve their services but they become greedy and start charging more money, lead by the principle: "Since they are already here, they will have to pay anyway". This mistaken idea does definitely not force the customer's loyalty. Therefore, it is very important to educate local people on the ethics of tourism. This can be done through active social work, following the example conducted by an NGO, namely the Club Firm. The joint work with the commercial company Firm Travel places a big emphasis on ecology education of local citizens and young people. The main participants of all their ecotouristic projects are children and teenagers. They believe in the importance of the development of an increased awareness and appreciation of nature of young people. One of the biggest projects of Club Firm "Shumak-Goal" was devoted to research, cleaning, and preservation of natural mineral springs of Shumak in Sayan Mountains. More than three hundred children and teenagers took part at this activity. The maintaining this unique place in the future was given over in the hands of students and active participants of the Baikal region ecology movement.

There is a strong need to improve the practices of the local tour operators who are devoted to their country and the preservation of natural resources. The words "ecotourism" and "sustainable development" are widely used nowadays. However, in Buryatia, where access to the World Wide Web has just recently been established, most of the people do not have a clear understanding of these terms. Many people see eco-tourism as just camping trips with backpacks, and not as a whole complex economical category. To help broaden the understanding of the principles of ecotourism, the co-operation of specialists from different parts of the world is an important measure. The ecotourism company Firm Travel for example hosted Mr. Ronald Plant, an international expert from Great Britain, who worked out a training unit for our staff to give them an insight in the practices of international tour-operations. This experience had a great impact on the work of local staff in the 2001 season.

Another important step in creation of favourable conditions for development of eco-tourism is the cooperation of different participants of tourism market in Baikal region, together with representatives of different sectors of the society.

It is very important that tourist firms develop good relationships with the administration committees of protected areas. The cooperation between local tour-operators and the National Parks and Nature reserves in Baikal region does not come easily, mainly because the structures of these organizations are very different. Russian tourism companies are young businesses born on the wave of transition to marketing economy, whereas admission committees of the protected areas still have the stiff and old-fashioned government structures. These differences are the sources for conflicts, especially on the question how to conduct ecology tourism in the region. By definition, the mission of Nature Reserves is to preserve nature and biodiversity. However, due to financial problems there are no ecological education departments in the natural areas. The establishment of such a department would be an important step to increase the standard of tourism development.

Contact:

Larissa Batotsyrenova, FIRN Travel
Office 3, Kommunistichaskaya Street 16
670000 Ulan-Ude, Buryatia, Russia 670000
Mail: 670017, Ulan Ude, P.O. Box 4204
T. & F. +7-3012-216-250; Email: info@firntravel.ru.

Workshop: Ecotourism Marketing – Your Chance!

Moderated by Eike Otto and Angela Schulz-Zehden, Berlin Consult

Ecotourism enterprises occupy a specific segment in the tourism market. The customer gets more than just the tourism product, as the surplus of ecological aspects is automatically included. Their marketing is focussed on sustainability of tourism, be it the preservation of nature reserves or the ecological use of natural resources (e.g. water, energy). This certainly implies that all other components of the product, i.e. service, price and the experience itself, are well developed. The workshop “Ecotourism Products – your chance” was designed to facilitate the communication among the ecotourism experts from more than 30 countries, to share their experiences of the ecotourism and to exchange best practises without being direct competitors. The workshop took place on January 18, 2002, with approximately 40 participants.

Four weeks in advance of the workshop participants were asked to fill in a questionnaire about their business behaviour, especially concerning customer treatment, pricing policy, marketing issues and competitors. The aim was to get a general overview about the present marketing activities of the firms. 21 out of the total of 31 attendants handed in the filled-in questionnaire.

What happened at the workshop?

After a brief introduction about ecotourism-marketing and the presentation of the questionnaire results nine enterprises from Ecuador, Mongolia, Nepal, Russia, Seychelles, South Africa, Sri Lanka, Tanzania and Thailand were asked to present their unique selling points at the workshop within limited time of five minutes as basis for further reflection. The character of the presentation was freely chosen by every representative.

Some presentations created a special atmosphere by showing typical items from their home countries, other initiated interactive games among the participants. This was especially seen as a striking way to demonstrate the capability of the cooperation with customers. Thereafter all main sales arguments were collected and sorted for further discussion, varyiing between geographical data, special names like Cotopaxi or Dsingis Khan, special colours, animals or activities.

What was the outcome?

It turned out that before the marketing workshop most of the participants were hardly reachable by the organisation team due to country-related telecommunication problems. In the worst case contact could not be made at all. This fact seems to be a serious problem because most of the firms are offering direct contacts on their web-sites by email, fax or phone. It is assumed that potential customers are faced to similar problems and that they will finally address to a competitor.

“The bait for the fish or the fish for the bait?” Questionnaire results concerning customers: Ecotourism is mainly a target group-orientated business than an ideology. Customers and their demands are well known. Many tourists are repeatedly returning customers. Firms are observing their customers very precisely, either by personal contact or questionnaires concerning their prod-

uct. But the focus is mainly orientated to the already known customers. Only half of the firms subscribe trade publications, visit trade fairs or are members of trade organisations in order to get information about new markets.

“Soft niche, low competition?” Questionnaire results concerning competition: Most ecotourism firms are observing their competitors. Nearly all believe to have the better product than “normal” tourism. Quite interesting is the fact, that many firms are often co-operating with non-competitors to distribute their product (cross-selling).

“High eco awareness, low price?” Questionnaire results concerning pricing: Ecotourism seems to cover a market niche. Price pressure is not a real problem for most of the firms. This means that quality instead of pricing is the most important sales argument. But most firms are ready to provide special offers in order to raise booking contingents, because not every sale is cost-covering.

“Insiders eco tip or widespread promotion?” Questionnaire results concerning promotion: Although most firms say that they know how to promote their product, the majority does not have a good mailing list. Promotion is mostly arranged directly through existing customer relationships, only half of the firms have permanent promotion activities.

In summary, the presentations at the workshop gave a good insight into the daily practise of ecotourism companies and their surrounding landscape. The workshop showed, that almost all firms (some are still in the starting phase) are offering quality products, mostly focussed on cultural and social aspects such as “tradition”, “religion”, “languages” or special landscapes like “island”, “forest”, “ocean” or “beach”. Activities were mentioned such as “hiking”, “horse-riding”, “trekking” and “climbing”.

However, it appeared that most enterprises concentrate more on natural and cultural resources than on ecological components of their products such as waste, energy or special building materials.

Conclusion

Ecotourism firms offer what the general tourism industry mostly pretends: a genuine distinctive holiday experience, which is, due to small firms, orientated to extremely close customer relations. Nevertheless, nearly all firms which participated at the workshop should work on exposing their special mission and vision and to develop a corresponding professional corporate design with memorable logos or slogans in order to reach new target groups.

Some participants expressed their interest to apply the recommendations and marketing tools (fo- lies) presented at the introductory part of the workshop in practice in their home countries for carrying out further workshops at regional and local level. This interest demonstrates that the Workshop “Ecotourism Marketing - Your Chance!” in Hanover corresponded to current activities of operators in their home countries.

There was a general wish among participants of the workshop to continue exchange of experiences under the above described topics in order to optimise product development and diversification.

Contact:

Eike Otto
Berlin-Consult GmbH
Am Karlsbad 11, 10785 Berlin, Germany
T.: +49 30 25467-352, F: +49 30 25467-300
Email: e.otto@berlin-consult.de; www.berlin-consult.de

Annex / Anhang

FORUM INTERNATIONAL at the Reisepavillon 2002:

List of exhibitors / Ausstellerliste

BOLIVIA

Andes Amazon Adventures

Calle Sagárnaga No. 339
Galería Sagárnaga Of.1
La Paz, Bolivia
Tel.: 00591- 231 272 1, Fax: 00591-239 181 0
explobol@ceibo.entelnet.bo; www.andes-amazon.com

In Bolivia, we are the first to offer rafting, kayaking, mountain biking, navigations by GPS, and 4x4 expeditions. We specialize in small groups tours. Our international clientele are people which are interested in exploring remote areas, enjoy wildlife, learn and understand our culture.

Andes Expediciones

Av. Camacho No. 1377, 3° Piso
La Paz, Bolivia
Tel.: 00591- 223 196 55, Fax: 00591- 223 923 44
andesexp@ceibo.entelnet.bo

Andes Expediciones is an Tour Operator who offers various tours combining cultural and adventures elements in this facinating country. Daily excursions, trekking and climbing adventures are offered.

Bala Tours

Calle Santa Cruz s/n
Rurrenabaque
Beni, Bolivia
Tel.: 00591-389 225 27, Fax: 00591-389 225 27
Balatours@latinmail.com

BALA TOURS Agencia de turismo con programas especiales de 6 dias en la naturaleza (selva y pampas).

CAMEROON

Ministry of Tourism Cameroon

Bureau d'Information Touristique pour l'Europe
26, avenue de Longchamp
75016 Paris, France
Tel.: 0033- 145 059 648
bureau-infotourisme-cameroun@wanadoo.fr
www.cameroun-infotourisme.com

Cameroon, one of Africa's most attractive destinations, offers an abundance and large diversity of nature and cultural sights. The ministry of Tourism is keen on reorienting its tourism industry towards sustainable tourism and on supporting ecotourism initiatives.

Mount Cameroon Eco Tourism Org.

P.O. Box 60
Buea, S.W.P., Cameroon
Tel.: 00237- 322 038
Fax: 00237- 322 836
mountceo@iccnnet2000.com

The Mount Cameroon Ecotourism Organisation is a development project, operating in a beautiful mountain region in the Southwest of Cameroon, West Africa. With our tour offers we contribute to biodiversity conservation and poverty alleviation.

CENTRAL AMERICA

FODESTUR/ SICA-GTZ: Cosorcio Grupo 7, Ruta del Maíz

Barrio Bolonia, Frente al INTUR
Apartado Postal 489
Managua, Nicaragua
Tel.: 00505-885 6504
Fax: 00505-228-3374
tippmann@fodestur.org.ni
www.geprotour.com.ni/fodestur.htm

Die *Ruta del Maíz*, zu deutsch die *Maisstrasse*, ist eine unternehmerische Initiative innerhalb des Tourismusprojektes FODESTUR (Förderung der nachhaltigen Entwicklung durch Tourismus in Zentralamerika) und bezieht sich auf kleine und mittelgroße Tourismusunternehmen in Belize, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua und Panama. Die lachende Maisschote an der Tür soll den Weg weisen in Richtung eines nachhaltigen und qualitätsorientierten Tourismus in Zentralamerika.

COLOMBIA

Ministerio del Medio Ambiente, Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Nacionales Naturales

Carrera 10 No. 20-30, piso 4
Bogotá, Colombia
Tel.: 00517- 243 004
Fax: 00517- 243 1634
ecoturismo@minambiente.gov.co
Ivonnemc@coll.telecom.com.co

La Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Nacionales Naturales del Ministerio del Medio Ambiente de Colombia es la entidad a cargo del Manejo y administración de 46 áreas protegidas, en algunas de las cuales existen facilidades para el desarrollo de actividades ecoturísticas. Se trabaja conjuntamente con la comunidad local y los beneficios generados se dirigen al beneficio local y a la conservación del sistema de Parques Nacionales.

CROATIA

Turisticki Servis Mljet

Soline 4
20226 Govedjari- Island Mljet, Croatia
Tel.: 00385- 982 885 71
Fax: 00385- 207 440 25
niksa.srsen@du.tel.hr
www.kroatien-ferien.de

Tourism service, offers on the international market and in Croatia, specialized on ecotourism.

ECUADOR

Ecoandes Travel (Parmir Travels Tours)

Baquenado ES –27 y Juan León Mera
Quito, Ecuador
Tel.: 00593- 222 2651, 252 3837
Fax: 00593- 2222651, 252 3837
hugo@parmirtravels.com.ec
www.Ecuadorgalapagostravel.com

Ecoandes Travel is a receptive small tour operator with own ecological project (Yacuma Lodge) located in the Ecuadorian Amazon Rainforest and developed with the local Chontayacu Quechua Indigenous Community.

Tierra del Volcan

San Ignacio N27- 127 y Gonzáles Suárez
Quito, Ecuador
Tel.: 00593- 222 318 06
Fax: 00593- 222 318 06
admi@volcanoland.com
www.volcanoland.com

Because of the farm's privileged location, it is possible to hike through endemic high mountain forests, trekking and camping, climb impressive volcanoes, make exciting bicycle tours, horse-back riding on endless and beautiful terrain, visit the Cotopaxi National Park, or have an ethnological experience with the cultures of the area.

Papangu Atacapi Tour Operator – OPIP

Calle 27 de Febrero y Sucre,
Puyo; Pastaza, Ecuador
Tel. /Fax: 00593- 388 3875
papangu@ecua.net.ec

Papangu is the first travel agency specializing in forest tourism, amazonian adventure in Ecuador. Developing Community Based Tourism – Ecotourism – OPIP in indigenous Kichwa, Zápara and Shiwiar territory over more than 1.117.000 hectares in the province of Pastaza.

Fundación Maquipucuna

Baquerizo E 9- 153 y Tamayo
Quito, Ecuador
Tel.: 00593- 225 072 00
Fax: 00593-225 072 01
armando@maquipucuna.org
www.maqui.com

Maquipucuna Foundation owns and operates a 6.000 hectares Cloud Forest Reserve, located 2 hours from Quito, in the Chocó- Bioregion, one of the top biodiversity hotspots on earth, according to Conservation International: We offer private rooms, independent cabins, camping area, hiking, birdwatching, river bathing, community visits, etc.

LAOS

Inter Lao Tourism

07/073 Luang Prabang Rd.
P.O. Box 2912
Vientiane, Laos
Tel.: 00856-212 163 06; 214 232
Fax: 00856- 212 163 06
inttour@laotel.com
www.visit-laos.com/touoperators/Interlao

We are the premier receptive Lao operating in the tourism sector since 1989 with organizing tour for outbound and inbound tourists, especially the tour program for ecotourism in Laos.

MADAGASCAR

Boogie Pilgrim

“Ile aux Oiseaux” Tsarasaotra
Alarobia- Amboniloha
Antananarivo 101
B.P. 12149 galerie Zoom, Madagascar
Tel.: 00261- 202 253 070
Fax: 00261- 202 253 069
bopi@dts.mg
www.madagascar-contacts.com/boogie/

Incoming Tour Operator seit 1989- Leitung vom Ökogästehaus « Buschhaus » am Kanal der Pangalanes- Camping Tented Lodge „Tsara Camp“ im Andringitra Gebirge- Privates Vogelreservat in Antananarivo- Hubschrauber und Privatflugzeug Charter- Ökotourismus à la Carte.

MONGOLIA

SME Ecotourism promotion project

GTZ- Office Ulaanbaatar
Sky Office, Olympic Street
C.P.O. Box 1264
210613 Ulaanbaatar, Mongolia
Tel.: 00976- 113 155 74/ 75
Fax: 00976- 113 155 76
erdenechimeg@gtz-sme.org
office@gtz-mongolia.org

Promoting small & medium ecotourism companies of Mongolia to upgrade their quality while providing ecotourism related trainings.

MOZAMBIQUE

Promotour

Av. Francisco Orlando Magumbwe no. 837
 P-O- Box 4638
 Maputo, Mozambique
 Tel.: 00258-149 8774/ 498 802
 Fax: 00258-149 8817
 promotur@zebra.uem.mz

Mozambican company specialized in hotels, safari hunting and ecotourism, running the business since 1994.

NEPAL

The Explore Nepal LTD.

P.O. Box 536
 Kamaladi
 Kathmandu, Nepal
 Tel.: 00977-122 6130
 Fax: 00977-224 237
 explore@mos.com.np
 www.explore-nepal-group.com.np

The Explore Nepal Pvt.Ltd. is the parent organisation having different other companies to support it's eco-friendly tourism activities in the country. We operate environment working seminar and clean up trek, offered ethnic cuisine & folk dances in a renovated palace, accommodate guests in house built in temple structure.

RUSSIA

Dersu Uzala - The Ecotourism Development Fund

3/1-67, Sudostroitel'naya Str.
 Moscow 115470, Russia
 Tel.: 007- 951 129 133
 Fax: 007- 951 129 133
 elenik@deol.ru
 www.ecotours.ru

Ecotours to nature protected areas in various regions of Russia. Wildlife viewing, birdwatching, adventure travel, weekend tours, photo tours, scientific tours, student field practices. Scheduled and tailor-made tours for groups and individuals. Implemented a series of ecotourism development projects.

Russian Ecotourism Association

14/1, Tokmakov Per.,
 Moscow 107066, Russia
 Tel.: 007- 951 553 273
 Fax: 007- 095 112 9133
 dersu@orc.ru

The Russian Ecotourism Association unites nature protected areas from various regions of Russia, ecotravel agencies and NGOs specialized in the sphere of ecotourism. Major directions of work: coordination of ecotourism activities of various stakeholders, marketing the Russian ecotourism product, publications about Russian nature and ecotourism possibilities, training of the personnel, monitoring and control of tourism impacts, consulting services.

FIRN Travel

Office 3,
Kommunistichaskaya Street 16
670000 Ulan- Ude, Buryatia, Russia 670000
For Mail:
670017, Ulan Ude, P.O. Box 4204
Tel./ Fax: 007-301 221 6250
larisa@firnclub.ru
Tourist Company

SEYCHELLEN

Mason's Travel

Michel Building, Revolution Avenue,
Po Box 459, Victoria, Mahe, Seychellen
Tel.: +248 32 2642
Fax: + 248 225 273 /324 173
hmadeleine@masonstravel.com
www.masonstravel.com

SOUTH AFRICA

South North Tourism Route Association (SNTRA)

P.O. Box 67 Steinkopf 8244
Namaqualand, South Africa
Tel.: 0027- 721 8841
Fax: 0027-721 8842
steininfo@lantic.net
www.south-north.co.za

Along the magnificent west coast of South Africa beckons the South North Tourism Route that includes a variety of community owned products offering the visitor unique cultural and nature based experiences.

Fair Trade Tourism South Africa (FTTSA)

357 Visagie Street
P.O. Box 11536
Pretoria 0028, South Africa
Tel.: 0027- 123 222 106
Fax: 0027- 123 202 414
info@fairtourismsa.org.za
www.fairtourismsa.org.za

Non profit marketing organisation (under the auspices of IUCN SA) which promotes the concept "Fair Trade Tourism" and strives to secure access to tourism markets for disadvantaged communities.

SRI LANKA

Wild Holidays (PVT) Ltd (Adventure Resorts)

246/3, Hill Street
Dehiwela, Sri Lanka
Tel.: 0094- 075 525 468, Fax: 0094-01 739 243
jith1@sri.lanka.net
www.ella.ecoadventure.tripod.com

“Wild holidays” operates two complexes of 22 Eco- Lodges and tentage for 24, in 500 acres of pristine mountain forests with a variety of birds, butterflies and other fauna. Main activities: bird watching, nature trail, wild life safaries, para gliding, canoeing, white water rafting and culture, village and eco-system study tours.

TANZANIA

Chumbe Island Coral Park

P.O. 3203
Zanzibar, Tanzania
Tel.: 00255- 272 643 557
Fax: 00255- 242 231 040 (Booking Office)
Fax: 00256- 27/ 264 7360
CHUMBE.Island@raha.com, chumbe@twiga.com, chumbe@zitec.org
www.chumbeisland.com

Private Conservation project managing Chumbe Reef Sanctuary and Forest Reserve, Visitor’s Center. Ec lodge sustains conservation and environmental education for local schoolchildren. Winner 2000 UNEP Global500 Award, 1999 British Airways Tourism for Tomorrow Global Award, EXPO Worldwide Project.

THAILAND

Responsible Tour and Training Ltd

109/79 Mooban Yuchareon Patana, Lad Phrao Rd. Soi 18, Lard Yao, Chatuchak
Bangkok 10900, Thailand
Tel.: 00662- 938 7007, Fax: 00662- 938 5275
rest@asiaaccess.net.th
www.ecotour.in.th

An ecotourism Company which is raising financial support for the “REST”- Project (Responsible Ecological Social Tours Project). Our aim is to organize, manage and develop programs for tourists who are interested in learning on local Thai community and their relationship with nature and ecological system by spending time with participating host families.

UGANDA

Ugandan Community Tourism Association

11, Portal Avenue a-1
P.O. Box 27159
Kampala, Uganda
Tel.: 00256-412 308 05
ucota@africaonline.co.ug
www.visituganda.com/community/ucota.htm

Ugandan Community Tourism Association helps local communities to establish and manage small scale tourism and handicraft enterprises in Uganda. UCOTA provides information about sites in Uganda where you can meet the people and experience their culture.

Uganda Tourist Board

P.O. 7211
Kampala, Uganda
Tel.: 00256-413 421 96/7
Fax: 00256-413 42 188
utb@srtarcom.co.ug
www.africa-insites.com/uganda/utb.htm

UTB promotes the tourism industry of Uganda

YEMEN

Islands Resorts Tourism Investment Co.Ltd.

Sana'a, P.O.Box 25017, Beit Al Wushah
Al Saila Shoub, Republic of Jemen
Tel.: 00967-122 7031
Fax: 00967-122 7031
Yemenislands@yahoo.com

Tauchen, Schnorcheln, Bootstouren mit eigenem Boot, Trips in das ausgedehnte Mangrovegebiet im Norden der Insel, Spezielle Touren für Ornithologen in die Mangroven, Ausspannen an wundervollen leeren Stränden, die zum Ressort gehören, Angeltouren mit dem eigenen Boot, Begleitet von einem einheimischen Fischer. Bekannt ist das Camp inzwischen auch für seine ausgezeichnete Gastronomie (jemenitisch-deutsch).

INTERNATIONAL

Center for International Migration and Development (CIM)

Barckhausstr. 16
60325 Frankfurt, Germany
Tel.: +49- 697 191 2158,
Fax: +49- 697 191 2119
cim@gtz.de
www.cimffm.de

CIM finds within the framework of development co-operation personnel for developing and reforming countries. At present, more than 700 CIM-experts work in more than 80 countries.

Deutscher Entwicklungsdienst (DED)

Tulpenfeld 7
53113 Bonn, Germany
Tel.: +49- 228 243 4136
Fax: +49- 228 243 4111
Martin.raker@ded.de
www.ded.de

The German Development Service (DED) sends out experts to work together with its partners in Africa, Latin America and Asia to reduce poverty and to promote human rights, democracy and conflict resolution.

Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH

Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5
65760 Eschborn
Tel.: +49 6196 79-0
Fax: +49 6196 79115
www.gtz.de/tourismus

The Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH is a government-owned enterprise for international cooperation with worldwide operations. GTZ's aim is to positively shape the political, economic, ecological and social development in our partner countries, thereby improving people's living conditions. Through the services it provides, GTZ supports complex development and reform processes and contributes to global sustainable development. Tourism is one area of competence.

Die GTZ ist ein weltweit tätiges Bundesunternehmen für internationale Zusammenarbeit. Sie arbeitet für das Ziel, die politische, wirtschaftliche, ökologische und soziale Entwicklung in den Ländern des Südens und Ostens positiv zu gestalten und damit die Lebensbedingungen der Menschen zu verbessern. Mit ihren Dienstleistungen unterstützt sie komplexe Entwicklungs- und Reformprozesse und trägt zur nachhaltigen Entwicklung in der Welt bei. Tourismus ist eines ihrer Kompetenzfelder.

United Nations Environment Programme, Division of Technology, Industry and Economics (UNEP DTIE)

Tour Mirabeau, 39-43, quai Andre Citroen
75739 Paris Cedex 15
Frankreich
Tel.: +33 1 44 37 76 12
Fax: +33 1 44 37 14 74
Oliver.Hillel@unep.fr
www.uneptie.org/tourism/

The UNEP Tourism Programme's mission is to ensure the conservation (through sustainable management and use) of the natural, cultural and man-made environment is an integral part of all tourism development.

World Tourism Organization (WTO)

Capitan Haya, 42
28020 Madrid Spanien
Tel.: +34 91 5 67 81 00
Fax: +34 91 5 71 37 33
omt@world-tourism.org
www.world-tourism.org

The World Tourism Organization is the leading international organization in the field of travel and tourism. It serves as a global forum for tourism policy issues and a practical source of tourism know-how. Its membership includes 138 countries and territories and more than 350 Affiliate Members representing local governments, tourism associations and private sector companies, including airlines, hotel groups and tour operators. With its headquarter in Madrid, WTO is an intergovernmental body entrusted by the United Nations with the promotion and development of tourism. Through tourism, WTO aims to stimulate economic growth and job creation, provide incentives for protecting the environment and heritage of destinations, and promote peace and understanding among all nations of the world.

Burghard Rauschelbach

(Öko-) Tourismus: Instrument für eine nachhaltige Entwicklung?

ISBN 3-925064-24-9. 1998. 144 Seiten, 15,5 x 22,5 cm, zahlreiche Fotos. Preis: EUR 12,-.

Eine kritische Bestandsaufnahme zum Thema Tourismus und Entwicklungszusammenarbeit mit 13 Beiträgen namhafter Autoren. Das Buch entstand in Zusammenarbeit mit der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ).

Gerd Gräber, Angelika Gräber, Berhane Berhu

Äthiopien. Ein Reiseführer

230 Seiten, 1997. EUR 18,-.

Äthiopien kann auf eine lange Geschichte zurückblicken: so leitete Kaiser Haile Selassie, der das Land bis 1974 regierte, seine Abstammung von Königin Saba und König Salomon vor 3000 Jahren ab. Das Land bietet heute eine faszinierende kulturelle und geschichtliche Vielfalt, die durch Extreme der Landschaft und den Reichtum der Tierwelt ergänzt wird.

Ludwig Langknecht

Eritrea. Ein Reiseführer

152 Seiten. 2. (überarbeitete) Auflage 1997. EUR 15,-.

Eritrea ist kein touristisches Land im klassischen Sinne; der Besucher aber, der nicht nur Sehenswürdigkeiten abhaken will, wird von der Unterwasserwelt am Roten Meer, der Hauptstadt Asmara, die zu den schönsten Hauptstädten Afrikas zählt, oder den extremen Höhenunterschieden am Afrikanischen Grabenbruchs fasziniert sein.

Angelika Gräber, Gerd Gräber

Sansibar. Ein Reiseführer

240 Seiten, 1999. EUR 19,50.

Sansibar – allein der Name der Tropeninsel an der Küste Ostafrikas läßt an Märchen wie »Sindbad der Seefahrer« denken. Tatsächlich haben das Meer, der Monsun und die Dhaus einen in sich geschlossenen Kulturraum geschaffen, der sich von Sansibar, Pemba, Mombasa bis über den Lamuarchipel hinaus erstreckt.

Anne Reichardt & Ingo Reichardt

Osterinsel. Ein Reiseführer

152 Seiten, 2000. EUR 16,00.

Nur wenige Inseln der Erde haben die Phantasie der Menschen so angeregt wie die Osterinsel. Tonnen schwere Basaltfiguren, die Moais, bevölkern die Insel, von denen man weder die Erbauer noch die Bedeutung kennt. Für den Besucher verbindet die Osterinsel pazifischen Flair mit historischen Sehenswürdigkeiten. Sie gehört zweifellos zu den großen Kulturschätzen der Welt und ist ein Erbe unserer Zivilisation.

KASPAREK Verlag

Mönchhofstr. 16 · 69120 Heidelberg

Fax 06221 / 47 18 58 · Email: Kasperek@t-online.de · Internet: www.kasperek-verlag.de

G. Borrini-Feyerabend, M. T. Farvar, J. C. Nguingui, V. Ndongang

Co-management of Natural Resources

Organising, Negotiating and Learning-by-Doing

ISBN 3-925064-30-3. 2001. 110 pages, A 4 format, illustrations, Price: EUR 14,50.

Edited by Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH & IUCN–The World Conservation Union. This practical manual for natural-resource managers and institutions interested in negotiating multi-party agreements and in learning-by-doing is now available in English, French, and Spanish. An Arabic edition is in preparation.

Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit & Bundesamt für Naturschutz

Naturschutz in Entwicklungsländern

Neue Ansätze für den Erhalt der biologischen Vielfalt

ISBN 3-925064-29-X. 2000. 296 Seiten, zahlreiche Fotos, Karten und Graphiken. Preis EUR 24,-.

Täglich sterben zahlreiche Tier- und Pflanzenarten aus, von denen die meisten weder entdeckt noch wissenschaftlich beschrieben sind. Dieser Artenschwund ist besonders drastisch in Entwicklungsländern, in denen die biologische Vielfalt um ein Vielfaches höher ist als in den Industriestaaten. Naturschutz in Entwicklungsländern besitzt daher für den globalen Erhalt naturnaher Ökosysteme absolute Priorität. Die wirtschaftlichen und sozialen Probleme der Entwicklungsländer erfordern jedoch häufig neue Konzepte und neue Wege des Naturschutzes.

Günter Lamsfuss

Die Vögel Sri Lankas

ISBN 3-925064-22-2. 1998. 260 Seiten, zahlreiche Fotos, Karten und Graphiken. Preis EUR 19,50.

Aufgrund seiner geographischen Lage hat Sri Lanka eine einmalige Tierwelt mit zahlreichen endemischen Arten. Alle Vogelarten Sri Lankas werden hier erstmals im deutschsprachigen Schrifttum beschrieben und abgebildet.

Aménagement du Parc National de Taï

Flore du Parc National de Taï (Côte d'Ivoire)

Manuel de reconnaissance de quelques espèces des plantes

ISBN 3-925064-28-1. 2000. 296 Seiten, 23,5 x 16,5 cm, Preis EUR 24,50.

Darstellung der Flora des westafrikanischen Tai-Nationalparks in über 800 Farbfotos und kurzen prägnanten Beschreibungen zur Identifizierung der Arten.

Zoology in the Middle East

ISSN 0939-7140. Preis: EUR 25,00 pro Band.

Die einzige wissenschaftliche Zeitschrift, die das Gesamtgebiet der Ökologie, Zoogeographie, Biologie, Faunistik, Systematik und Ethologie der Tiere des Nahen und Mittleren Ostens behandelt. Zu den bisher erschienenen 25 Bänden trugen über 350 Autoren bei, was die Zeitschrift zu einem unentbehrlichen Nachschlagewerk macht für alle, die sich für die Tierwelt dieser einzigartigen Region interessieren.

KASPAREK Verlag

Mönchhofstr. 16 · 69120 Heidelberg

Fax 06221 / 47 18 58 · Email: Kasperek@t-online.de · Internet: www.kasperek-verlag.de