

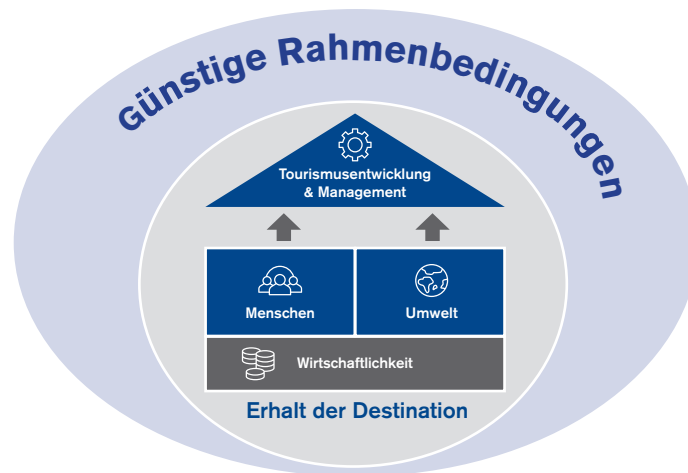
Tourismusentwicklung
für nachhaltiges Wirtschaftswachstum

Der Tourismus gilt als einer der grössten Wirtschaftsbereiche und ist für viele Länder im Süden ein bedeutender Wachstumsmotor. Arbeitsplätze entstehen in der Tourismusindustrie selbst, aber auch in vor- und nachgelagerten Branchen.

Gerade das macht touristische Systeme sehr komplex: Rückkoppelungen in die Lieferketten unterschiedlichster Marktsysteme, die Abhängigkeit von Infrastruktur und Ausbildung, internationalen und nationalen Mobilitätskonzepten, um nur einige Faktoren zu nennen, fordern

Entwicklungsprojekte heraus. Der Erfolg des Tourismussektors hängt stark von der wirtschaftlichen Situation in den Ursprungsmärkten der Touristen sowie von internationalen Gesundheits- und Sicherheitsfragen ab.

Wegen ihres grossen Potentials, Arbeitsplätze zu schaffen, hat die Gebergemeinschaft den Tourismus nach einigen Jahrzehnten wiederentdeckt. Die Tourismusentwicklung ist wieder in den Länder- und Themenportfolios verankert.



Unser Verständnis von Nachhaltigkeit

Durch ein nachhaltiges Tourismusdestinationsmanagement trägt Swisscontact aktiv zur Entwicklung und Bewahrung einer Destinationen bei. Swisscontact stellt die Armutsbekämpfung ins Zentrum, zielt mit all seinen Interventionen aber auf eine dreifache positive Wirkung:



Menschen: Der Tourismus kann die Lebensbedingungen der lokalen Bevölkerung und ihren soziokulturellen Kontext verbessern oder verschlechtern. Swisscontact achtet in ihren Projekten auf kulturelle Werte, fördert die Befähigung, gemeinschaftlichen Zusammenhalt und Bildung.



Umwelt: Nachhaltige Destinationsentwicklung durch Swisscontact berücksichtigt, wie sich die Tourismusentwicklung auf die Umwelt auswirkt. Die meisten touristischen Projektaktivitäten von Swisscontact hängen direkt oder indirekt von einer intakten Natur ab.



Wirtschaftlichkeit: Swisscontact stellt die ökonomische Nachhaltigkeit in der Projektentwicklung in den Vordergrund. Angebote müssen wirtschaftlich rentabel sein, damit sie langfristig betrieben werden können. Nur dann ermöglichen sie menschenwürdige Arbeitsplätze, einen sicheren Lebensunterhalt und die Verteilung von Einkommen auf verschiedenen Ebenen.

Tourismusprojekte weltweit

Swisscontacts Erfahrungen in der Tourismusentwicklung reichen in die Mitte der 1990er-Jahre zurück, als erste Projekte in Peru lanciert wurden. Seitdem konnte Swisscontact ihr touristisches Portfolio von Lateinamerika auf Afrika und Asien ausdehnen.

Neben autonomen Tourismusprojekten fördert Swisscontact Tourismuskomponenten in Markt- und Regionalentwicklungsprojekten sowie in Aus- und Weiterbildungsprojekten.

- Reine Tourismusprojekte implementiert Swisscontact zurzeit in Tunesien, Kolumbien und Indonesien.
- Tourismus als Komponente in Marktentwicklungsprojekten setzt Swisscontact in Indonesien, Laos, Honduras, Kolumbien, Mazedonien und Kosovo um.
- Ausbildungsprojekte mit einer Komponente Tourismus/Restauration werden in Nicaragua, Myanmar, Ruanda, Uganda, Laos und Kambodscha durchgeführt.



Die Tourismusprojekte von Swisscontact verbessern weltweit jährlich für rund

10 000 Menschen

die Voraussetzungen für Beschäftigung und Einkommen.



Die integrierte Destinationsentwicklung anerkennt die Vielfalt an Funktionen, die in einer Destination benötigt werden. Zusammen bilden sie das Destinationsmanagement.

Entwicklung von Tourismusdestinationen



Destinationsmanagement (DM)

Analyse der Destination, Moderation von Arbeitsgruppen, oder Unterstützung beim Aufbau angemessener Destinationsmanagement-Strukturen.



Produktentwicklung

Förderung der nachfragegesteuerten Entwicklung von touristischen Produkten und Dienstleistungen.



Werbung und Marketing

Unterstützung der DM-Organisationen, nationale und internationale Aufmerksamkeit auf ihr Angebot zu lenken. Durch ihr breites Netzwerk ermöglicht Swisscontact Kontakte mit internationalen Partnern.



Besucherinformationen

Einrichtung und/oder Umsetzung öffentlicher Dienste wie z. B. Besucherinformationsstrukturen.



Lieferketten

Verbesserung der Produkte und Entwicklung von Vertriebskanälen für lokale Produzenten von Nahrungsmitteln und für Handwerker.



Unternehmensentwicklung

Förderung des Unternehmergeistes und Aufbau von Geschäftsführungskompetenzen auf Unternehmensebene.



Kompetenzentwicklung

Stärkung der Kompetenzen verschiedener Zielgruppen: Kursleitende, Studierende auf dem Gebiet des Tourismus, Angestellte, Führungskräfte, Mitglieder lokaler Gemeinden und Praktiker in den Destinationen.



Infrastruktur

Aufbau und Unterhalt von Verkehrs- und IT-Infrastrukturen.



Stärkung des regulatorischen Umfeldes

Stärkung von Schlüsselakteuren in verschiedenen Regierungshierarchien.



Datenmanagement

Zuverlässige und vertrauenswürdige Daten sind die Basis für eine fundierte Steuerung der Destination.



Community Empowerment

Weiterbildung der Akteure lokaler Gemeinden, Unterstützung der Entwicklung und des Ausbaus der Angebote sowie deren Verlinkung mit Reiseanbietern.

Wirkungsmessung

Die Projektarbeit von Swisscontact strebt nach einer direkten positiven Wirkung durch die Zusammenarbeit mit ihren Partnern. Hauptziel ist immer die ökonomische Verbesserung der Lebensgrundlagen der lokalen Bevölkerung.

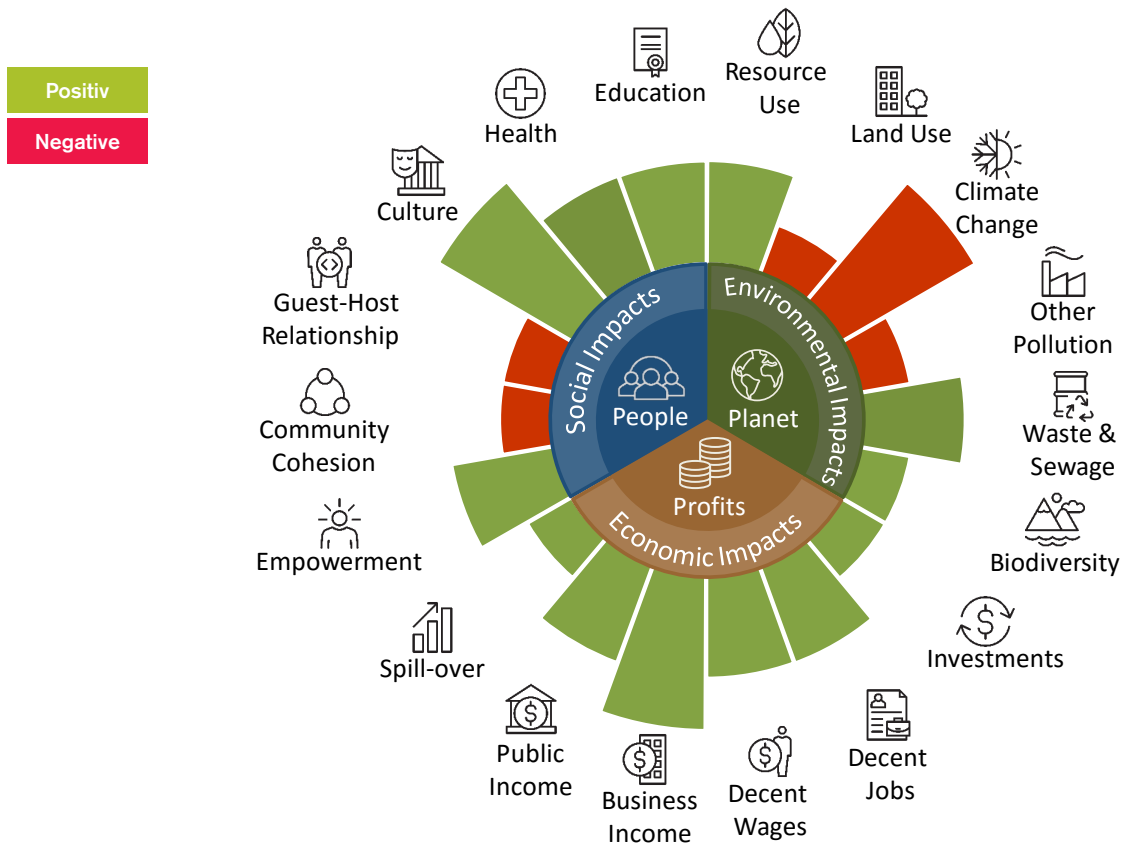
Swisscontact hat das «Wirkungsrad» entwickelt, welches die direkten und indirekten Nachhaltigkeitsdimensionen eines Tourismusprojekts visualisiert.

Die Beurteilung von Einflüssen im Rahmen der Nachhaltigkeit sind bereits in der Projektentwurfsphase wichtige Aspekte.

Mit dem Wirkungsrad wird der Einfluss der Standortentwicklung von Swisscontact auf die Destination beurteilt und dem geplanten Projektergebnis gegenübergestellt. Diese Bewertungen können in jedem Projektstadium vorgenommen werden.

Erwartete Wirkungen innerhalb von Tourismusentwicklungsprojekten unterstützt durch Swisscontact

Fiktives Projektbeispiel eines Wirkungsrad



Source: Idea for graphical visualisation TIMM © 2013. PricewaterhouseCoopers LLP. Content strongly altered by Swisscontact, 2017.

Die Wechselwirkungen einzelner Faktoren auf eine Destination sind vielfältig. Es reicht nicht, nur neu geschaffene Arbeitsstellen und das zusätzlich generierte Einkommen zu erfassen. Die Veränderungen lassen sich nicht immer in absoluten Zahlen ausdrücken, sondern werden von den Menschen vor Ort erfahren und wahrgenommen.

Mit dem Wirkungsrad antizipiert Swisscontact bereits in der Phase der Projektplanung visuell, wo Wirkungen entstehen. Die Faktoren werden laufend evaluiert, um positive Einflüsse zu nutzen und negative Aspekte abzuschwächen.

Leitgedanken

- Swisscontact entwickelt eine Tourismusdestination nur dann, **wenn dies langfristig zu beobachtbaren positiven Veränderungen jener Destination führt.**
- Die Tourismusentwicklung hat langfristig positive Auswirkungen, wenn die verschiedenen **Bereiche der Nachhaltigkeit** berücksichtigt werden.
- Nachhaltigkeit im Tourismus kann nur erreicht werden, wenn **mit vereinten Kräften an der Stärkung aller Stakeholder der Destination gearbeitet wird.** Besondere Aufmerksamkeit muss Kooperationen, dem Eintreten für die Nachhaltigkeit sowie einem systemischen Ansatz zur Destinationsentwicklung geschenkt werden.
- **Swisscontact konzentriert sich auf ihre Stärken und Begleitfunktionen.** Nur ein Dialog mit den relevanten Akteuren kann die Komplexität des Tourismus berücksichtigen. Swisscontact übernimmt nur in wenigen Fällen und nur vorübergehend die umfassende Rolle, alle Funktionen der Destination zu entwickeln.
- Die Aktivitäten von Swisscontact in der Tourismusentwicklung werden durch diese globalen Leitgedanken gesteuert. Eine Umsetzung vor Ort ist aber nur fruchtbar, **wenn sie auf lokale Kontexte und Realitäten ausgerichtet ist.**

