ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Astleithner, Franz et al.

Research Report

Indikatoren zur sozialen Nachhaltigkeit im Tourismus: Explorative Erkundungen in zwei Regionen in Peru

ÖFSE-Forum, No. 42

Provided in Cooperation with:
Austrian Foundation for Development Research (ÖFSE), Vienna

Suggested Citation: Astleithner, Franz et al. (2009) : Indikatoren zur sozialen Nachhaltigkeit im Tourismus: Explorative Erkundungen in zwei Regionen in Peru, ÖFSE-Forum, No. 42, ISBN 978-3-9502487-9-1, Südwind-Verlag, Wien, https://www.oefse.at/publikationen/oefse-forum/detail-oefse-forum/publication/show/Publication/Indikatoren-zur-sozialen-Nachhaltigkeit-im-Tourismus/

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/268124

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

ÖFSE

Forschungsarbeit
Institut für Soziologie

universität wien

FORUM 42

Franz Astleithner et al.

Indikatoren zur sozialen Nachhaltigkeit im Tourismus

Explorative Erkundungen in zwei Regionen in Peru

Dezember 2009

ÖFSE FORUM

42

Franz Astleithner, David Binder, Josefine Bingemer, Isabel Bojanovsky, Claudia Czingon, Iris Enz, Georg Feiner, Cornelius Gneist, Raimund Haindorfer, Raphaela Kogler, Andreas Kroneder, Daniela Pfaffeneder, Julian Pleyer, Ana-Sofia Romero Villanueva
unter der Leitung von Prof. Dr. Franz Kolland und Prof. Dr. Wolfgang Clemens

INDIKATOREN ZUR SOZIALEN NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS

Explorative Erkundungen in zwei Regionen in Peru

Dezember 2009

1. Auflage 2009
© Österreichische Forschungsstiftung für Internationale Entwicklung (ÖFSE)
A-1090 Wien, Sensengasse 3, Telefon: (+43 1) 317 40 10, Fax: (+43 1) 317 40 10-150
e-mail: office@oefse.at, internet: www.oefse.at
Für den Inhalt verantwortlich: Franz Astleithner, David Binder, Josefine Bingemer, Isabel Bojanovsky, Claudia Czingon, Iris Enz, Georg Feiner, Cornelius Gneist, Raimund Haindorfer, Raphaela Kogler, Andreas Kroneder, Daniela Pfaffeneder, Julian Pleyer, Ana-Sofia Romero Villanueva
Cover: Grieder Graphik
Druck: Facultas Wien
Südwind-Verlag
ISBN: 978-3-9502487-9-1

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über http://dnb.ddb.de abrufbar.

finanziert durch die

Österreichische
Entwicklungszusammenarbeit

Indikatoren zur sozialen Nachhaltkeit im Tourismus

Explorative Erkundungen in zwei Regionen in Peru

Franz Astleithner, David Binder, Josefine Bingemer, Isabel Bojanovsky, Claudia Czingon, Iris Enz, Georg Feiner, Cornelius Gneist, Raimund Haindorfer, Raphaela Kogler, Andreas Kroneder, Daniela Pfaffeneder, Julian Pleyer, Ana-Sofia Romero Villanueva

Wien, Dezember 2009

universität wien

INHALT

1. *Franz Kolland* Einleitung 4
2. *Raphaela Kogler* Zusammenfassung des Gesamtprojekts – Vorwort zum Endbericht 7
3. *Josefine Bingemer* Geschichte Perus 10
4. *Isabel Bojanovsky* Kulturtourismus und dessen TouristInnen 14
5. *Josefine Binemer, Isabel Bojanovsky* Die Dörfer 23
5.1 Magdalena de Cao 23
5.2 Pisac 24
6. *Raimund Haindorfer* Nachhaltigkeit im Tourismus – Eine Einführung in zentrale Konzepte und Kritiken 27
6.1 Das Konzept der Nachhaltigkeit – Entwicklung und Status Quo 27
6.2 Ausgewählte Kriterienkataloge für nachhaltigen Tourismus 28
6.2.1 Partnership for Global Sustainable Tourism (GSTC) 28
6.2.2 Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung 29
6.3. Kriterien für Nachhaltigkeit im Tourismus 31
6.3.1 Soziale Nachhaltigkeit 31
6.3.2 Ökonomische Nachhaltigkeit 32
6.3.3 Kulturelle Nachhaltigkeit 33
6.4. Nachhaltigkeit im Tourismus aus einer kritischen Perspektive 34
7. Forschungsrelevante Fragen 36
8. *Iris Enz, Raphaela Kogler, Daniela Pfaffeneder, Ana-Sofia Romero Villanueva* Feldzugang u. Methodenbeschreibung 38
8.1 Feldzugang 38
8.2 Methodische Umsetzung 41
8.2.1 Quantitative Methode: standardisierter Fragebogen 41
8.2.2 Qualitative Methoden: ExpertInneninterview – Leitfadeninterview 44
8.2.3 „Tourist –Tracking“ 47
9. *David Binder, Georg Feiner, Cornelius Gneist* Quantitative Erhebung 49
9.1 Fragebogen 49
9.2 Stichprobe 51
9.2.1 Magdalena de Cao 51
9.2.2 Pisac 52
9.3 Einstellung zum Tourismus 53
9.4 Auswirkung des Tourismus auf die soziale Situation vor Ort 57
9.4.1 Soziale Spannungen 57
9.4.2 Partizipation 57
9.4.3 Tourismus und Bildung 58
9.5 Auswirkung des Tourismus auf die Kultur 60
9.6 Tourismus und Ökonomie 64
9.6.1 Tourismus und Konkurrenz 65
9.6.2 Verbesserung der Infrastruktur 66
10. *Franz Astleithner, Claudia Czingon, Andreas Kroneder, Julian Pleyer* Qualitative Erhebung 68
10.1 Magdalena de Cao 68
10.1.1 Dörflich - Agrarisch - Innenzentriert 69
10.1.2 Fehlende Organisationsformen 70
10.1.3 Abschließendes Fazit 72
10.2 Pisac 74
10.2.1 Der Markt 75
10.2.2 Strukturelle Veränderungen am Kunsthandwerksmarkt und im Dorf 79

10.2.3 Der Markt und die Bildung 80
10.2.4 Der Markt und das Zusammenleben im Dorf 81
10.2.5 Comunidades 82
10.2.6 Der Markt und die Abhängigkeit 84
10.2.7 Singuläre Lebenswelt 84
11. *Franz Astleithner, Claudia Czingon, Andreas Kroneder, Julian Pleyer* Zusammenfassende Ergebnisdarstellung und Indikatorenbildung 86
11.1 Monokultur Markt 86
11.1.1 Konzentrierung und die wirtschaftlichen Auswirkungen 86
11.1.2 Konzentrierung und die soziokulturellen Auswirkungen 88
11.1.3 Messinstrumente 89
11.2 Humankapital 91
11.2.1 Top down vs. Bottom up 91
11.2.2 Participatory Rural Appraisal – Das PRA 94
11.2.3 Messinstrumente 96
11.3 Selbstorganisation 98
11.3.1 Messinstrumente 99
12. *Andreas Kroneder* Abschließendes Fazit 101
13. Quellenangaben 106
13.1 Bibliographie 106
13.2 Internet 109
14. Abbildungsverzeichnis 110
15. Tabellenverzeichnis 111

1. EINLEITUNG

Der internationale Tourismus spielt eine wichtige Rolle im soziokulturellen und kommunikationstechnologischen Globalisierungsprozess. Der sprunghafte Anstieg des Ferntourismus ist nicht nur als Folge sinkender Reisekosten und neuer und rascherer Fortbewegungstechniken zu interpretieren, sondern auch aus dem Spannungsverhältnis von Lokalem und Globalem. Die Reisenden setzen sich den unterschiedlichen Kulturen aus und haben selbst durch ihre Anwesenheit Einfluss auf die verschiedenen angetroffenen Lebensweisen. Dabei zeichnet sich die Tendenz zu einer weltweiten Homogenisierung und Standardisierung ab, die jedoch gleichzeitig Widerstand in Form von Identitätsbildungsprozessen dagegen hervorruft und den Reichtum an Verschiedenheit und lokaler Besonderheit betont. Aufgewertet und rekonstruiert werden das kulturelle Erbe und die „vormoderne" Geschichte.

Die Kulturalisierung der eigenen (lokalen) sozioökonomischen Entwicklung dient aber nicht nur der Identitätsbildung, sondern ruft gleichzeitig neue Formen der Ökonomisierung hervor. Stätten des Weltkulturerbes repräsentieren nicht nur eine bestimmte Identität, sondern sind auch Orte verstärkter wirtschaftlicher Aktivität. Wesentliche Triebkraft für diese verstärkten wirtschaftlichen Aktivitäten ist der Tourismus, und zwar sowohl national als auch global.

Der Kulturtourismus hat in den letzten Jahrzehnten – vor allem in den Ländern des globalen Südens – zunehmend Aufmerksamkeit gewonnen. Und dies nicht nur als Alternative zum Massentourismus, sondern auch als ein Mittel zu ökonomischer Entwicklung bei gleichzeitiger Schonung der Umweltressourcen. Hinter diesem Ansatz steht die Vorstellung einer stärkeren Berücksichtigung der lokalen Bevölkerung und der lokalen Kultur, um negative Auswirkungen des Tourismus zu vermeiden.

Inzwischen liegen allerdings auch eine Reihe von Studien vor, die diese Neuorientierung im Tourismus als wenig erfolgreich in Hinsicht auf soziale Nachhaltigkeit einstufen. Eine Schlüsselrolle kommt in diesem Ansatz jedenfalls der lokalen Kontrolle und Teilhabe der lokalen Bevölkerung an der Tourismusplanung und Tourismusentwicklung zu. Unter welchen Bedingungen und mit welchen Mitteln ist eine solche lokale Beteiligung möglich? Und in welchem Ausmaß gelingt sowohl eine ökonomische als auch eine sozial- und umweltverträgliche Entwicklung? Forschungen zeigen, dass der Einfluss des Frem-

denverkehrs auf eine Region (Gemeinde) und die Bereitschaft der TouristInnen, sich den lokalen Gegebenheiten anzupassen, wesentlich vom Selbstverständnis und der Ausrichtung der jeweiligen Tourismusregion und den Besucherströmen (carrying capacity) abhängt. Weniger Reisende passen sich eher den örtlichen Strukturen an. Sie bewirken einen langsameren sozialen Wandel. Diesen Forschungen wird entgegengehalten, dass der Grad der Anpassung der TouristInnen an örtliche Normen wenig über die Quantität und Qualität des Kontaktes etwas aussage.

Sehr vereinfacht wird eingewendet, dass TouristInnen bei fast allen Formen des Reisens kaum Interesse an der Lebens- und Alltagskultur der Bereisten mitbringen, da diese im Grunde zur Realisierung ihrer Interessen nicht notwendig sind. Auch wenn auf beiden Seiten die Bereitschaft zur offenen Begegnung vorhanden ist, bleiben die Motive doch weitgehend inkompatibel. Während bei TouristInnen psycho-soziale und kulturelle Anreize überwiegen, die sich vor allem auf fremde Bilder beziehen, liegen bei der einheimischen Bevölkerung hauptsächlich ökonomische Motive vor. Die Kommunikation kann, die spezifischen Rahmenbedingungen vorausgesetzt, selbst bei angenommenem Willen beider Seiten nicht authentisch sein. Dies verhindert die Kürze der Zeit, die Verschiedenheit der wahrgenommenen Bilder, die weit auseinander liegenden kulturellen Repertoires sowie die jeweilige Nichtbeherrschung der verbalen und nonverbalen Codes.

Für SoziologInnen stellt sich hier besonders die Frage: Werden die mit dem Kulturtourismus verknüpften Vorstellungen von erweiterter Partizipation, sozialer Integration benachteiligter gesellschaftlicher Gruppen und nachhaltigem Wirtschaften erfüllt?

Vor diesem Hintergrund wurde als Ziel für ein Studienprojekt Peru ausgewählt, und zwar deshalb, weil der Kulturtourismus einen wichtigen Faktor in der peruanischen Entwicklungsplanung darstellt. Das Signet Kulturtourismus steht in Peru etwa für Machu Picchu. Darüber hinaus wurden in den letzten Jahrzehnten noch weitere Orte, vor allem im Norden von Peru, kulturtouristisch erschlossen.

Das Studienprojekt selbst wurde gemeinsam mit der in Trujillo ansässigen Entwicklungsorganisation MINKA durchgeführt. An dieser Stelle gilt in besonderer Weise der Dank Dr. Francisco San Martin Baldwin, der das Projekt in der ersten Feldphase - in Magdalena de Cao - nicht nur logistisch und administrativ, sondern auch inhaltlich wesentlich unterstützt hat. In der zweiten Feldphase – in Pisac – wurde das Studienprojekt von Mag. Saya Gurtner-Rheintaler begleitet, die im Jahr 2005 im Untersuchungsgebiet

ihre Diplomarbeit verfasst hat. Auch ihr ist zu danken für ihre engagierte Hilfe bei der Feldarbeit.

2. ZUSAMMENFASSUNG DES GESAMTPROJEKTS – VORWORT ZUM ENDBERICHT

Nachhaltigkeit im Tourismus scheint heute zu einem bedeutenden Ziel vieler Tourismusanbieter geworden zu sein. Aber auch für die Bevölkerung des Landes der jeweiligen touristischen Destination gilt sie mittlerweile als Ziel. Auch wenn sich die Meinungen der an diesem Diskurs Beteiligten oftmals unterscheiden mögen, so stellt sich doch immer wieder dieselbe Frage: *Wie kann Tourismus nachhaltig gestaltet werden?*

Im vorliegenden Bericht soll die Frage der Gestaltung eines nachhaltigen Tourismus exemplarisch auf zwei stark unterschiedliche Regionen Perus bezogen und erörtert werden: zum einen auf das touristisch noch nicht erschlossene Magdalena de Cao im Norden und zum anderen auf Pisac im Süden, welches mittlerweile schon auf eine touristische Tradition zurückblicken kann. Es muss als Prämisse angesehen werden, dass regionale Gegebenheiten und Unterschiede bei der Diskussion über Nachhaltigkeit eine herausragende Rolle spielen und stets berücksichtigt werden müssen. Aber neben dieser kontextuellen Verortung kommen ebenfalls spezifische Dimensionen des Konzeptes der Nachhaltigkeit zu tragen, welche dann eine differenziertere Betrachtung möglich machen. Wie in der Einleitung schon erwähnt, spielt vor allem für die einheimische Bevölkerung eine Nachhaltigkeit im Sinne ökonomischer Gesichtspunkte eine relevante Rolle. Eine Leitfrage, welche hierzu gestellt werden kann, greift immer wieder den Bezugsrahmen auf, *ob die finanziellen Mittel, welche der Tourismus in die Region spült, schließlich dort auch gehalten werden können und zu einer Verbesserung der Lebenssituation der Bevölkerung führt oder aber von staatlicher Seite oder Tourismuskonzernen wieder abgezogen werden.*

Neben den ökonomischen Aspekten können aber auch im Konzept einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus kulturelle und soziale Komponenten diskutiert werden. Fragen, die hier aufgeworfen werden, können wie folgt formuliert werden: *Welche Auswirkungen hat das Aufkommen des Tourismus auf alte Traditionen und Sitten? Welchen Einfluss hat der Tourismus auf die Gesellschaftsstruktur der Regionen? Welche Gesellschaftsbereiche werden stark bevorzugt, welche stark benachteiligt?* Da diese und andere Frage bezüglich der Nachhaltigkeit im Tourismus ohne ein genaueres Bild der regionalen Konstellationen, wie oben schon angemerkt wurde, eher schwer zu beantworten sind, ist

eine dezidierte Betrachtung der Gegebenheiten vor Ort unumgänglich. Um eine genaue Deskription der beiden Regionen Perus zu erhalten und soziologisch relevante Aspekte zu diesem Thema zu erheben, wurde im Februar 2009 eine Feldforschung von 14 StudentInnen durchgeführt, welche von Herrn Professor Franz Kolland und Herrn Professor Wolfgang Clemens begleitet wurde. Ausschlaggebend für die Wahl der beiden Dörfer war das Vergleichsmoment, welches weitere Aufschlüsse zum Konzept der Nachhaltigkeit im Tourismus liefern sollte (siehe hierzu Kap. 5 und 6).
Zunächst wurden in Nordperu - in Magdalena de Cao – diverse Daten von der Forschergruppe erhoben. Nachdem der erste Forschungszyklus beendet war, begab sich die Forschungsgruppe in die Andenregion rund um Pisac, um auch hier statistisches und qualitatives Material zu erheben.
Die Kernthemen des standardisierten Fragebogens, mit welchem Einheimische beider Regionen befragt wurden, sind neben der persönlichen Einstellung zum Tourismus auch die (mögliche) Veränderung der Gesellschaftsstruktur durch diesen, seine Vorzüge und Nachteile, die Möglichkeit zur Äußerung über die Gestaltung des zukünftigen Tourismus und ähnliche Schlüsselkategorien (siehe hierzu Kap. 10). Neben diesem Fragebogen wurden auch ExpertInneninterviews mit Personen in Schlüsselpositionen des Dorfes durchgeführt (siehe hier Kap. 11). Des Weiteren wurde in Pisac auf Grund des erhöhten touristischen Aufkommens auch auf die Methode des „Tourist-Trackings“ zurückgegriffen, um ein genaueres Bild touristischer Aktivitäten zu erhalten. Erste Auswertungen des Materials folgten bereits vor Ort und wurden nach der Rückkehr in Österreich fortgeführt und intensiviert. Aus den Ergebnissen der Auswertungen wurden dann Indikatoren erarbeitet, die zu einem besseren Verständnis des Konzeptes der Nachhaltigkeit im Tourismus beitragen sollen (siehe hierzu Kap. 12).

Im vorliegenden Endbericht der Forschungsarbeit in Peru soll im ersten Teil ein auf die Theorie der sozialen Nachhaltigkeit bezogener Hintergrund der Forschung dargelegt werden, indem ein kurzer Aufriss über die aktuellen Theorien und Erklärungen des Konzeptes geliefert wird. Damit verbundene Begrifflichkeiten erhalten hier besondere Aufmerksamkeit. Im ersten Teil der Arbeit sind ebenfalls eine deskriptive Beschreibung der Forschungsorte samt relevanter Basisinformationen zur Geschichte Perus im Allgemeinen und zu den einzelnen Dörfern im Speziellen angeführt. Im folgenden Kapitel wird dann das empirische Vorgehen des Forschungsteams beschrieben. Hauptaugenmerk sind hier vor allem die durchgeführten Methoden und die damit ver-

bundenen Probleme und Erfahrungen. Im Anschluss daran werden die relevanten Ergebnisse der quantitativen und qualitativen Daten diskutiert, um am Ende der Arbeit zu einer Indikatorenbildung für ein Konzept nachhaltigen Tourismus in Peru zu gelangen. Im letzten Kapitel wird ein Ausblick für weiteres mögliches Vorgehen diskutiert, um Anschlussmöglichkeiten bereit zu stellen und Folgeforschungen anzuregen.

3. GESCHICHTE PERUS

Bevor eine genaue Beschreibung der einzelnen Dörfer vorgenommen wird, scheint zum besseren Verständnis zunächst ein kurzer Umriss der Geschichte Perus unumgänglich, da der historische Kontext und die Entwicklung Perus eng mit den beiden touristischen Zielen verbunden sind. Die ersten Menschen erreichten das Gebiet des heutigen Perus vor circa 20.000 Jahren. Bis zur spanischen Kolonisierung im 16. Jahrhundert blieb Peru, im Vergleich zu den umliegenden Ländern Südamerikas, eines der dicht besiedeltsten Gebiete des Kontinents.

Als erste Hochkultur des Landes gelten die Chavin, welche sich von circa 1000 – 300 v. Chr. dort ansiedelten. Archäologische Funde lassen darauf schließen, dass sie religiöse Rituale durchführten und sehr begabt im Kunsthandwerk waren. Einflüsse der Chavin lassen sich bis in allen nachfolgenden Kulturen feststellen, so auch zum Beispiel bei den Nazca (300 v. Chr. bis 800 n. Chr.), welche die berühmten Nazca-Linien hinterließen, die wiederum eine beliebte touristische Destination im Süd-Westen Perus darstellen. Auf die Chavin folgend entstand auch das Volk der Moche (200 v. Chr. bis 850 n. Chr.), welche vor allem durch ihre pyramidenartigen Grabstellen und ihre ausgefeilte Keramikkunst bekannt sind. Ihr Siedlungsgebiet war der Norden Perus, besonders die Gegend um Trujillo. Eine wahre Sensation, die großes Aufsehen erregte, stellte 2006 der Fund der so genannten „Señora de Cao“ dar, eine im Detail erhaltene Mumie einer Moche-Herrscherin. Ihre Grabstädte sowie die dazu gehörende Tempelanlage liegen fünf Kilometer von dem Ort Magdalena de Cao entfernt, in dem der erste Teil der Feldforschung stattgefunden hat.
Die wohl bekannteste lateinamerikanische Hochkultur war die der Inka (circa 1100 – 1533 n. Chr.) ca. 900 Jahre später. Ihr Einflussgebiet erstreckte sich zu ihrer Blütezeit (ab 1430) bis weit über die Grenzen des heutigen Perus hinaus. Im gesamten Land finden sich noch heute Zeugnisse ihrer Baukunst. Das zum Weltkulturerbe zählende Machu Picchu in der Nähe der Andenstadt Cusco gilt sogar als eines der neuen Weltwunder. Die Inka verfügten über ein ausgefeiltes Verwaltungssystem, einen effizienten militärischen Apparat und ein gut ausgebautes Straßensystem (was letzten Endes den Spaniern die Eroberung erleichterte) (vgl. Josephy 1992 : 275 ff.).

Der spanische Eroberer Francisco Pizarro drang ab den 1520er Jahren mit einer Gefolgschaft als erster Europäer tief in den Süden des Kontinents vor. Dort stieß er bald an die Grenzen des Inkareiches. Geschwächt von internen Erbfolgekriegen und durch eine von SpanierInnen eingeschleppte Pockenepidemie unterlag das Großreich der Inka den SpanierInnen 1533. Die vorgefundenen Schätze übertrafen die kühnsten Erwartungen der SpanierInnen. Zudem stieß man 1545 in Potosi (heutiges Bolivien) auf einen Silberberg, welcher bald vier fünftel des gesamten Silberexports nach Europa stellte.

Das Vizekönigreich Peru mit der Hauptstadt Lima entstand und wurde fortan zu dem wichtigsten administrativen, wirtschaftlichen und politischen Zentrum im spanisch-lateinamerikanischen Kolonialreich. Es kam zu einer Konzentration von Intelligenz und Handelsaktivität, als ab 1564 Limas Hafen der einzige war, mit dem offizieller Handel aus Europa betrieben werden durfte. Die gesamte Warenverteilung und Preisgestaltung für den spanischen Teil Südamerikas wurde von Peru aus betrieben (vgl. Pohl 1996: 137 ff.).

Im 18. Jahrhundert verlor Lima als Zentrum der Macht an Bedeutung Das Vizekönigreich Peru, welches von Ecuador bis Feuerland reichte, wurde in kleinere Verwaltungseinheiten unterteilt und auch die Silberproduktion, die Perus einzigartige Stellung ausmachte, hatte an Bedeutung verloren. Die Anfang des 19. Jahrhunderts einsetzende Unabhängigkeitsbewegung in Lateinamerika erfasste Peru erst relativ spät. Bis dato war das Land vergleichsweise liberal regiert worden. Inspiriert durch die Nachbarländer Argentinien und Chile kam es auch in Peru zum Putsch gegen den König. 1821 wurde Peru formal unabhängig. Daraufhin folgte eine Zeit politischer Instabilität, geprägt durch Umstürze, Bürgerkriege und Kriege mit Nachbarländern um die Grenzziehung.

Im 20. Jahrhundert bildeten sich erstmals politische Massenbewegungen, die der alteingesessenen Finanzoligarchie und dem Militär entgegen traten. Bis Mitte der 80er Jahre blieb die Macht in den Händen von Diktatoren, die bei ihrer Machtausübung stark auf die Unterstützung des Militärs angewiesen waren. Das Land geriet wie fast alle Länder Lateinamerikas Ende der 80er Jahre in den Strudel der Schuldenkrise und hatte zeitweise mit Inflationen bis zu 10.000 % zu kämpfen (vgl. König 2006: 28 ff.).

Seit Ende der 90er Jahre befindet sich das Land in einem ökonomischen Aufwärtstrend. Die peruanische Wirtschaft ist sehr stark von den USA durch Kredite und Außenhandel abhängig. Das Bruttoinlandsprodukt wuchs seit 2000 jährlich um 6 %, die Inflation liegt mit 2 % unter dem weltweiten Durchschnitt (5,5 %) und weit unter den Werten anderer

lateinamerikanischer Länder (Bolivien 15,1 %, Argentinien 9,2 %). Jedoch schlagen sich diese positiven Trends bis jetzt nicht in den Armutsstatistiken nieder (vgl. CIA Factbook). Aktuell liegt Peru im Human Development Index der Vereinten Nationen auf Platz 87 (von 177) (vgl. Vereinte Nationen).

Peru als Land

Peru liegt an Südamerikas Pazifikküste und entspricht als 20. größtes Land der Welt mit einer Fläche von 1,326,074 km^2 ungefähr der Größe Alaskas. Das Land ist geographisch wie auch ökologisch sehr facettenreich. Ein dünner, arider Küstenstreifen (10,6 %) grenzt an das Hochland der Anden (31,8 %), welches in den Regenwald des Amazonasgebietes übergeht (57,6 % des Territoriums).

28 Millionen Menschen leben in Peru, von ihnen ist über die Hälfte unter 25 Jahre alt. Während noch in den 1940er Jahren knapp 65 % der Bevölkerung in den Anden lebte, finden sich heute die meisten EinwohnerInnen (circa 52 %) in Städten an der Küste, nur mehr 35 % leben im Hochland. Das Amazonasgebiet ist mit 13 % der Bevölkerung und seinem enormen Ausmaß sehr dünn besiedelt. Knapp die Hälfte der EinwohnerInnen Perus (45 %) gehören indigenen Bevölkerungsgruppen an (hauptsächlich Quechua und Aymara). 37 % sind Mestizen und 15 % gelten als kaukasisch. Die restlichen 3 % setzten sich aus Farbigen, JapanerInnen und ChinesInnen zusammen; meist Nachkommen ehemaliger SklavInnen (vgl. National Encyclopedia).

Die große geographische Diversität des Landes bedingt auch Unterschiede in den Lebensarten der Menschen. Die Küstenregion ist fast ausschließlich von kaukasischer beziehungsweise mestizischer Bevölkerung besiedelt, Spanisch gilt als Hauptsprache und ein stark westlich orientierter Standard zeigt sich in Kleidung und Gebaren. Die Fischerei produziert hier circa ein Zehntel des weltweiten Fischfangs und ist nach dem Bergbau Perus zweitgrößter Wirtschaftszweig. Geröllwüsten befinden sich zwischen den Städten, welche für auf den Export ausgerichtete Plantagenwirtschaft (Zuckerrohr, Reis, Spargel) fruchtbar gehalten werden. Der Urbanisierungsgrad ist höher als in der Andenregion. Die Bevölkerungszahl der Hauptstadt Lima wird auf acht bis zwölf Millionen Menschen geschätzt, was circa einem Drittel der Gesamtbevölkerung Perus entspricht.

Das Andengebiet ist hauptsächlich von indigener Bevölkerung bewohnt. Quechua und Aymara sind die beiden meistgesprochenen indigenen Sprachen. Die meisten Frauen kleiden sich traditionell (Flechtzopf, Hut, mehrere Röcke und schwere Pullover oder Strickjacken, ein bunt gewebtes Tuch um den Rücken gebunden zum Transport von Kin-

dern oder Lasten). Männer tragen Ponchos und bunt gewebte Mützen, sind jedoch tendenziell weniger in Tracht gekleidet als Frauen. In den Anden wie auch im Amazonasgebiet findet der Abbau von Rohstoffen (welcher circa 50 % des BIP ausmacht) für den Weltmarkt statt. Für einen Besucher/eine Besucherin bleibt dies jedoch verborgen, da die Bergbauzentren sich mit touristischen Ballungspunkten nicht überschneiden. Anders als an der Küste sind die Siedlungsräume in den Anden weitläufiger. Es finden sich verstreute Ansiedlungen (sogenannte Comunidades), welche meist auf Subsistenzniveau existieren und nur gelegentlich in direkten Kontakt mit größeren Dörfern oder Städten treten. Die Baumgrenze liegt durch die Nähe zum Äquator bei 3500m (Österreich 1700m). Viehhaltung (Alpaca, Lama) und Landwirtschaft, wenn auch eingeschränkt, sind in den grünen Berghängen möglich, wo auch Perus wohl berühmtestes Produkt herkommt: die Kartoffel (vgl. National Encyclopedia).

Trotz dieses ökologischen Reichtums leben 70 % der Menschen der Andenregion in Armut, was einen starken Kontrast zu dem reicheren Küstenstreifen darstellt. Arm ist in Peru besonders die indigene Bevölkerung, die Nachkommen der europäischen Kolonisatoren stellen weiterhin die politische und wirtschaftliche Elite (vgl. Global Envision).

4. KULTURTOURISMUS UND DESSEN TOURISTINNEN

Das touristische Angebot der beiden Orte Magdalena de Cao im Norden und Pisac im Süden lockt vor allem KulturtouristInnen nach Peru. Weite erschlossene Sandstrände an der Küste, Palmenhaine oder große All-Inclusive-Hotelketten sucht man vergeblich. Stattdessen befinden sich hauptsächlich Ausgrabungsstätten, Mumien und Märkte an den touristischen Zentren. Abseits des Unesco Weltkulturerbes von Machu Picchu ist die „TouristInnen-Maschinerie" bei Weitem nicht so ausgebaut, es lassen sich noch (fast) unentdeckte Flecken auf der Landkarte finden. Im folgenden Kapitel wird auf das Konzept des Kulturtourismus eingegangen und ein Fokus auf den „typischen Kulturtourist/die typische Kulturtouristin" gelegt.

Eine sehr allgemeine Definition von Kulturtourismus gibt Axel Dreyer:

> *„Mit Kulturtourismus werden alle Reisen bezeichnet, denen als Reisemotive schwerpunktmäßig kulturelle Aktivitäten zugrunde liegen."* (Dreyer 1996: 26)

Wichtig in diesem Zusammenhang sind also die kulturellen Motive einer Reise. Werden zusätzlich andere Motive für Reisen, im Besonderen für Urlaubsreisen betrachtet, so wird schnell ersichtlich, dass die Grenzen zwischen Kulturtourismus und Erholungstourismus, zwischen Abenteuer- und sanftem Tourismus fließend sind und sich nicht leicht trennen lassen. Eine schwerpunktmäßige Beschäftigung mit der Kultur des bereisten Landes ist demnach als alleinig ausschlaggebender Punkt zu nennen.

Die Entwicklung des Kulturtourismus lässt sich grob seit den 90er Jahren des vergangenen Jahrhunderts feststellen. Waren zuvor Erholungstourismus der ArbeiterInnen und dem nachfolgend Konsum-, Erlebnis- und Aktivurlaub in den 60er Jahren anzufinden, so ist der neue Trend der des Kulturtourismus (vgl. Nahrsted 1996: 13).

Eine etwas andere Definition von Kulturtourismus gibt Wolfgang Nahrstedt:

> *„Wiedergewinnung von historischem Bewusstsein scheint die Grundlage für einen neuen Kulturtourismus."* (Nahrstedt 1996: 5)

Dieses Verständnis von Fremdenverkehr lässt sich besser mit der aktuellen Lage der beiden Orte Magdalena de Cao und Pisac verbinden. Beide Regionen haben sich in diesem Zuge (im Falle von Magdalena kann hier sicher von einem kulturtouristischen Fo-

kus gesprochen werden (siehe Kap. 5) auf kulturelle Ausgrabungen beziehungsweise allgemein auf kulturelle Aktivitäten spezialisiert.

Reflexion und Kommunikation werden für den/die neue/n Kulturtouristen/in immer wichtiger. Der kommunikative Aspekt des Tourismus gewinnt immer mehr an Bedeutung. Kommunikativer Tourismus heißt, dass TouristInnen sich mit ihrer Umwelt, mit ihren Mitreisenden und vor allem mit den Bereisten vor Ort in Verbindung setzen (können). Neben dem räumlichen Gesichtspunkt rückt auch die zeitliche Dimension mehr in den Vordergrund, die Vergangenheit wird präsentiert, die Gegenwart wird bewusst, über die mögliche Zukunft wird diskutiert und nachgedacht (vgl. Nahrstedt 1996: 14).

Mit Kultur gelingt dem/der Reisenden der Schritt von der Produktion zur Reflexion. Sie ist schließlich nicht nur historisches Zeugnis und Gegenstand der Betrachtung, sondern auch Medium der Selbsterkenntnis. Betrachtet man in Abbildung 1 die Wertehierarchie touristischer Infrastruktur, so stehen ganz oben „Sinn“ und „Kommunikation“.

Abbildung 1: Wertehierarchie touristischer Infrastruktur

Quelle: Nahrstedt 1996.

Eine gewisse Basis-Infrastruktur, wie Verkehrsanbindung und Gastronomie, wird von TouristInnen als Voraussetzung angesehen. Sind diese Punkte (noch) nicht erfüllt, wird es schwierig, TouristInnen in entlegene Gebiete zu locken.

Vermittlung zwischen Globalisierung und Individualisierung

Die voranschreitende Globalisierung der Erde betrifft auch touristische Gebiete. Es kommt zum Austausch zwischen Reisenden und Bereisten. TouristInnen wollen auf den Standard, den sie gewöhnt sind, nicht oder nur ungern verzichten. So kommt es durch die Kommerzialisierung und Technisierung der Welt zu einer Globalisierung der Weltkultur. Die kommerzialisierte beziehungsweise technisierte Weltkultur drängt auf eine Vereinheitlichung, auf eine Standardisierung (vgl. Nahrstedt 1996: 18).

So kann eine Vereinheitlichung von Verkehrs- und Kommunikationssystemen (z.B. Flugzeug, Bahn, Bus, Rundfunk, Fernsehen, usw.), die „Computerisierung" der Welt im Allgemeinen festgestellt werden. Diese Entwicklung hat natürlich auch Auswirkungen auf die touristische Aktivität. Architektur wird einheitlicher, Bauten, Plätze, Boulevards ähneln sich in verschiedenen Ländern. Ketten (Hotel-, Restaurant-, Supermarktketten) sind auf der ganzen Welt zu finden.

Der Tourismus als Ökonomisierungsfaktor bringt einer Zielregion gewiss viele Vorteile, allerdings birgt er auch soziokulturelle Gefahren in sich, die nicht außer Acht gelassen werden dürfen. Die Unterschiede einer lokalen Kultur werden allmählich in die Weltkultur eingegliedert. Es kommt zu Kompromissen, die in weiterer Folge zu einer Ausdifferenzierung von Lebensformen führen. Die kulturelle Identität einer Gesellschaft, das Besondere einer Region wird zur Folklore, und im gleichen Zuge auch einem touristischen Publikum vorgezeigt.

Die Weltkultur beinhaltet folglich zwei Tendenzen:

1. führt sie zu einer Vereinheitlichung der Welt. Die oben angeführten Bestandteile kann man zunehmend in jeder vorhandenen Infrastruktur finden, in der das alltägliche Leben gelebt wird.
2. stärkt der Tourismus lokale Kultur und Traditionen als Folklore und Sehenswürdigkeiten. Es kommt zu einer Rückbesinnung und Revitalisierung bisher gelebter regionaler Kultur.
   (vgl. Nahrstedt 1996: 20)

Zielgruppe – der/die typische KulturtouristIn:

Bei einer genaueren Betrachtung der Reisenden, kann der/die stereotype KulturtouristIn schnell erkannt werden. Der/Die durchschnittliche (Studien-) Kulturreisende ist:

- *„über 45 Jahre alt*
- *gehört der gehobenen sozialen Schicht an,*

- *ist alleinstehend,*
- *verfügt über eine höhere Bildung und*
- *ist reiseerfahren.*“ (Dietsch 1996: 86)

Dreyer fügt dem noch hinzu, dass auch die Gruppe der 20 bis 29jährigen überproportional interessiert an Kulturreisen ist. Er führt dies auf die „Verjüngung der kulturellen Angebote“ zurück, wie auch auf Rucksackreisende, welche meist junge Menschen in oder nach ihrer Ausbildung sind, die dem Massentourismus entgehen und alternative Reiserouten suchen und finden wollen (vgl. Dreyer 1996: 28).

Motive für eine Kulturreise sind neben dem Erfahren und Erleben von fremden Ländern und Kulturen, sowie dem Erweitern des eigenen Horizonts, auch das Reisen an sich. Flexibilität, Interesse an fremden Kulturen, Menschen und Natur stehen ebenfalls im Mittelpunkt.

Spezielle Formen des Kulturtourismus

Themenstraße – Ruta Moche

Im Tourismusmarketing ist häufig das Konzept der „Touristischen Straße“ oder der Themenstraße zur touristischen Erschließung einer Region vorzufinden.

> *„Eine Touristische Straße bietet die Möglichkeit, durch ein Thema eine Reihe von Orten oder Punkten –eventuell aus verschiedenen Raumeinheiten – linear miteinander zu verknüpfen, um diese besser touristisch zu vermarkten.“* (Becker 1996: 137)

Etwas älter ist die Konzeption der Touristischen Straße von Bernhauer. Laut ihm ist sie eine auf Dauer angelegte genau bezeichnete Reiseroute auf Landes- und Bundesstraßen, die dem Reisenden eine oder mehrere thematisch abgegrenzte spezielle Attraktionen bietet.

Bei der Streckenführung werden institutionelle Mindestanforderungen oder planungsrechtliche Bedingungen nicht verlangt. Dies erschwert es den einzelnen Stationen unter anderem, die Infrastruktur richtig zu kalkulieren, da der kommende TouristInnenstrom (noch) nicht genau eingeschätzt werden kann (vgl. Becker 1996: 137).

Auch im Norden Perus ist eine solche Themenstraße zu finden. Grundlage der *Ruta Moche* sind archäologische Ausgrabungsstätten der Moche- und Chimú-Kulturen, die vor den Inkas das Gebiet besiedelten.

Die Touristische Straße beginnt in Chiclayo, der „Stadt der Freundschaft“ im Norden von Peru, wo sich die Ausgrabungsstätte *Huaca Rajada* mit dem Grab des S*eñor de Sipan* be-

findet. Sie gilt als eine der am besten erhaltenen Grabungsstätten Südamerikas. Weiter geht es über Tucume, 26 prähispanische Pyramiden, nach Lambayeque ins *Museo de Tumbas Reales*, eines der zehn besten Museen der Welt. Hier sind viele der Ausgrabungsstücke der *Ruta Moche* ausgestellt. Die nächste und letzte Station ist Trujillo. Neben der Altstadt und dem historischen Hauptplatz finden sich im näheren Umfeld der Stadt *Huacas del Sol y la Luna* und *Chan Chan*, zwei weitere Ausgrabungen der Moche- und der Chimú-Kultur. Aktuell ist Magdalena de Cao mit dem dazu gehörigen, ca. fünf Kilometer entfernten, archäologischen Komplex *El Brujo* noch nicht Teil dieser Themenstraße. Es wird jedoch eine Aufnahme in die *Ruta Moche* bemüht, da diese neben den TouristInnen auch viele weitere Neuerungen in das Dorf bringen kann.

Event-Tourismus – La Feria en Pisac

Auch in Pisac lässt sich eine Besonderheit des Kulturtourismus feststellen, der Event-Tourismus.

> *„Unter touristischen Events werden üblicherweise speziell inszenierte oder herausgestellte Ereignisse oder Veranstaltungen von begrenzter Dauer mit touristischer Ausstrahlung verstanden."* (Freyer 1996: 212)

Immer mehr Fremdenverkehrsorte sehen sich gezwungen, durch neue Events und Veranstaltungen die Attraktivität eines Ortes zu erhöhen. Dabei wird der traditionelle Veranstaltungskalender durch Event-Management instrumentalisiert. Durch das gezielte Management von Events ergibt sich die Möglichkeit, TouristInnen- und BesucherInnenströme gezielt lenken zu können. Vorhandene Veranstaltungen und Ereignisse werden dabei versucht verstärkt touristisch zu vermarkten und somit einem größeren Publikum näher zubringen. Die meisten Events sind aus eher nicht-touristischen Anlässen entstanden, lassen sich aber äußerst gut dafür verwenden, Beispiel hierfür sind traditionelle Folklore-Veranstaltungen, Konzerte, Theaterveranstaltungen oder auch traditionelle Wochenmärkte.

Events haben einen einmaligen Charakter, sind besonders oder selten, kurzfristig/vergänglich, und/oder haben etwas Künstliches in ihrer Natur, was deutlich im Gegensatz zu dem dauerhaften, permanenten touristischen Angebot steht.

Events unterscheiden sich grundsätzlich durch:

- ihren Anlass (kulturelle, natürliche, sportliche, wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Anlässe)
- ihre Entstehung (natürlich oder künstliche Events)

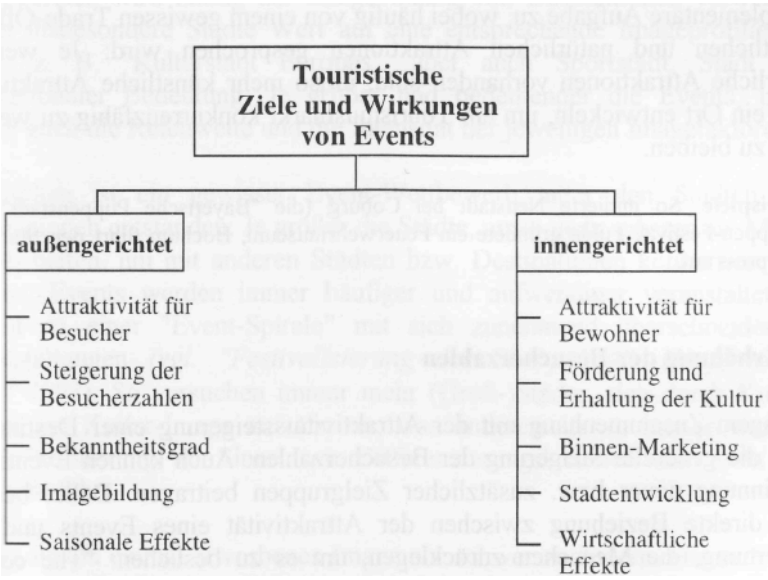
- ihre Häufigkeit (einmalig, regelmäßig oder permanent)
- ihre Dauer (angefangen bei nur wenigen Stunden über mehrere Tage bis mehrere Monate oder noch länger)
- und ihre Größe (Mega-, mittelgroße oder Mini-Events/Mikroevents/lokale Events).

(vgl. Freyer 1996: 214 ff.)

Touristische Bedeutung und Zielsetzung

Jedes Event hat seinerseits aber eine touristische Bedeutung oder eine eigene Zielsetzung, die entweder bewusst oder unbewusst gesteuert werden kann. Meist ist das allgemeine Ziel eines Events die Steigerung der Attraktivität des jeweiligen Ortes.
Dabei kann man unterscheiden zwischen außengerichteten Wirkungen für BesucherInnen und innengerichteten Wirkungen für die BewohnerInnen (Siehe Abb. 2).

Abbildung 2: Touristische Ziele und Wirkungen von Events



Quelle: Freyer 1996

In Pisac, um ein Beispiel hierfür zu nennen, fand ursprünglich einmal pro Woche, am Sonntag, der traditionelle Wochenmarkt statt. Zu diesem Anlass kamen viele BewohnerInnen der umliegenden Gemeinden nach Pisac, um auf dem Hauptplatz ihre Waren anzubieten oder zu verkaufen, unter anderem Stoffe, Bekleidung, Gemüse, Obst, uva.

Mittlerweile wurde der große Markt ausgeweitet und findet insgesamt drei Mal pro Woche, dienstags, donnerstags und sonntags, statt. Selbst an den restlichen Tagen der Woche bauen Händler ihre Stände auf. So ist es möglich, während der gesamten Woche jeden Tag den Markt zu besuchen. Das Event des Marktes wurde so von einer regelmäßigen, natürlichen und lokalen Veranstaltung, die ursprünglich die Versorgung der Einheimischen sicher stellen sollte, zu einem permanenten, künstlichen, mittelgroßen und überregionalen Event. Auf die touristischen Auswirkungen dieses Anlasses wird in den späteren Kapiteln noch genauer eingegangen.

Archäologie-Tourismus

Eine Besonderheit beider Orte ist das Vorhandensein von archäologischen Ausgrabungsstätten, die touristisch vermarktet werden (können). Es kann dem/der Kulturtouristen/in, beim Besuch dieser Orte also auch ein spezielles Interesse an archäologischen Stätten zugesprochen werden. Ein weiteres Merkmal könnte in diesem Fall ebenfalls eine gewisse körperliche Fitness und der Wille, sich sportlich zu betätigen sein. Auch archäologisches und geschichtliches Wissen beziehungsweise ein besonderes Interesse an alten Kulturen ist nötig, um eine derartige Reise zu unternehmen.

Für ein besseres Verständnis des Konzeptes des Kulturtourismus soll nun im Folgenden, nach einem kurzen Überblick über die TouristInnenankünfte in Peru, eine genauere Beschreibung der beiden Dörfer, Magdalena de Cao und Pisac folgen.

TouristInnenankünfte in Peru

- TouristInnenankünfte insgesamt 2004 bis 2008

Insgesamt kamen 2004 fast 1,35 Millionen TouristInnen nach Peru. 2008 konnte ein Anstieg von 65 % verzeichnet werden, das heißt mehr als zwei Millionen Ankünfte.

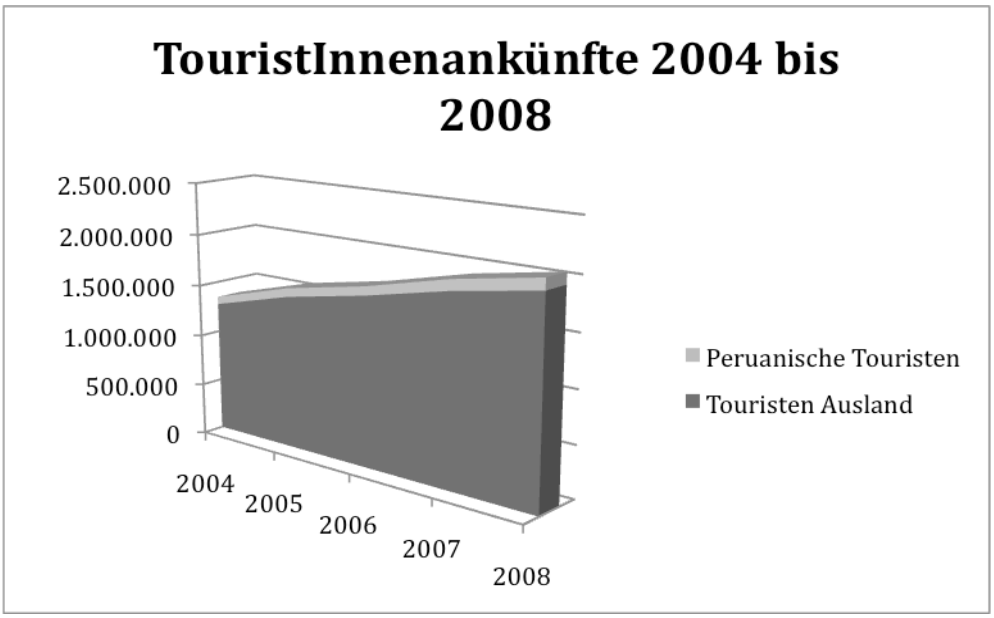
95 % der TouristInnen kommen aus dem Ausland, vorrangig aus Südamerika, Nordamerika und Europa. 5 % der TouristInnen kommen aus Peru selbst.

Tabelle 1: TouristInnenankünfte 2004 bis 2008

Tabelle 1	2004	2005	2006	2007	2008
Touristen Ausland	1.276.639	1.486.502	1.634.745	1.812.384	1.948.660
Peruanische Touristen	73.320	84.064	86.001	104.016	108.960
Total	**1.349.959**	**1.570.566**	**1.720.746**	**1.916.400**	**2.057.620**

Quelle: Mincetur Peru, 2009

Abbildung 3: TouristInnenankünfte in Peru national und international, 2004 bis 2008



Quelle: Mincetur, Peru 2009

- Nationale TouristInnenströme

Peruanische TouristInnen interessieren sich hauptsächlich für kulturelle Stätten. Die Eintrittszahlen der verschiedenen Orte (z.B. Chan Chan, Huaca del Sol y Luna, Machu Picchu) verzeichnen besonders zwischen Juli und November einen beträchtlichen Anstieg.

- Internationale TouristInnenankünfte

95 % der TouristInnen, die Peru jährlich besuchen, kommen aus dem Ausland. Spitzenreiter sind dabei die SüdamerikanerInnen, die mit 45 % fast die Hälfte der internationalen Tourismusaufkommens ausmachen. Gefolgt von den NordamerikanerInnen (22 %) und den EuropäerInnen (20 %). Die restlichen 13 % kommen vorrangig aus Asien und Ozeanien (Australien, Neuseeland). Die ChilenInnen sind mit 21% der internationalen TouristInnenankünfte die am stärksten vertretene Nation im peruanischen Tourismus. US-AmerikanerInnen und SpanierInnen folgen ihnen auf den Plätzen 2. und 3.

Nachdem nun die Rahmenbedingungen in Bezug auf Peru und die untersuchten Dörfer dargelegt wurden, ist es nun wichtig, das Konzept der Nachhaltigkeit im Tourismus vor allem auch theoretisch näher zu betrachten. Das folgende Kapitel dient so zur Einführung in das Thema der Nachhaltigkeit.

5. DIE DÖRFER

5.1 MAGDALENA DE CAO

Magdalena de Cao liegt 60 km nördlich von Trujillo in der Region La Libertad, Provinz Ascope, im Norden Perus. Die Einwohnerzahl beläuft sich, inklusive der näher gelegenen Siedlungen, auf circa 3000 Menschen. Das Dorf ist umgeben von Geröllwüste und künstlich bewässerten Zuckerrohrplantagen. Zwei Straßen führen zum Dorf, wovon eine als Verbindung zur Panamericana fungiert und die andere zur ca. fünf Kilometer entfernten Ausgrabungsstätte *El Brujo* führt. Das Herzstück des Ortes ist der Plaza de Armas (der Hauptplatz), auf welchem sich die Kirche, das Rathaus, das Gesundheitszentrum, sowie eine Hand voll Läden und Restaurants befinden. Der Ort ist in einem quadratischen Blocksystem angelegt, so dass alle Straßen parallel oder vertikal zueinander verlaufen. Bis auf das einzige Hotel im Dorf sind die meisten Gebäude einstöckig und in bunten Farben (meist abgebröckelt) verputzt.

Der Ort ist sehr ruhig. Es gibt kaum Autos in den einzelnen Privathaushalten, so dass sich der Verkehr auf ein Minimum an öffentlichem Transport beschränkt. Das Stadtbild wird tagsüber von Frauen dominiert, da 90 % der Männer in den umliegenden Zuckerrohrplantagen beschäftigt sind.

Der Legende nach lag das Dorf einst direkt an der Küste (wo sich heute die Ausgrabungsstätte El Brujo befindet). Eine Spinneninvasion soll die BewohnerInnen dazu gezwungen haben, ihr Dorf zu verlassen und landeinwärts zu siedeln. Heute wird davon ausgegangen, dass Wassermangel das eigentliche Motiv für die Abwanderung von der Küste darstellte.

El Brujo, wo bereits vor 18 Jahren mit archäologischen Ausgrabungen begonnen wurde und 2006 die Mumie einer Moche-Herrscherin (Señora de Cao) gefunden wurde, ist die eigentliche touristische Attraktion Magdalenas. Umgeben von kargem Geröll liegt die Ausgrabungsstätte, welche von einem riesigen Zelt überdacht ist, unweit vom Meer entfernt. Daneben befindet sich ein Museum, das im Jahre 2009 eröffnet wurde und neben der Mumie auch Keramik und andere Kunstobjekte ausstellt.

Bislang sind die Besucherzahlen eher niedrig, aber mit der Eröffnung des Museums hat El Brujo das Potenzial, zu einer lukrativen touristischen Destination zu werden.

5.2 PISAC

Im Süden von Peru befindet sich das Dorf Pisac. Es liegt am *Río Urubamba* zwischen 4.000 m hohen, grün bewachsenen Bergen auf circa 2.800 m Seehöhe. Heute wohnen circa 10.000 Menschen im Bezirk Pisac, der auch die umliegenden kleineren Gemeinden (sogenannte Comunidades) mit einschließt.

Pisac gehört zur Provinz Calca, welche Teil des politischen Departments Cuzco ist, und liegt ca. 30 km von der Bezirkshauptstadt Cuzco entfernt.

Pisac liegt an einem strategisch wichtigen Ort, am Eingang des *Valle Sagrado de los Incas,* des heiligen Tals der Inkas. Weiter flussabwärts des *Río Urubamba* liegen ebenfalls weitere touristische Orte wie *Calca* und *Ollantaytambo* und auch *Machu Picchu.*

Das Klima in Pisac ist gemäßigt. Während der Frühlings- und Sommermonate zwischen Oktober und März regnet es häufig, im Herbst beziehungsweise Winter von April bis September so gut wie nie. Die Höchsttemperatur liegt das ganze Jahr über bei circa 20 Grad Celsius, nur in der Trockenzeit (Herbst und Winter) kann es in der Nacht bis auf 0 Grad Celsius abkühlen. Ein geschichtliches Gründungsjahr Pisacs lässt sich in den Quellen nicht finden. Als jedoch die Inkas ihr Einflussgebiet ausdehnten und Pisac einnahmen (13. – 16. Jahrhundert), wohnten bereits vereinzelt Menschen dort. Mündliche Überlieferungen erzählen von Besiedelungen bereits 300 Jahre zuvor um das Jahr 1000.

Da Pisac, wie schon erwähnt, den Eingang ins *Valle Sagrado* markiert, kam ihm eine besondere Bedeutung zu. Die Inkas errichteten dort Festungstürme, um den Weg nach *Machu Picchu* und die vielen Terrassenfelder, die noch immer um das Dorf zu finden sind, zu bewachen.

Die Inkas nannten das Tal heilig, weil es den besten Boden ihres Reiches, viele Thermalquellen, Wälder, Salze, ein hervorragendes Klima und immer ausreichend Wasser hatte. Aufgrund dessen wurde dieses Gebiet das landwirtschaftliche Zentrum des Inka-Reichs, und auch heute noch sind viele Terrassenfelder zu erkennen, auf denen zum Teil nach wie vor Landwirtschaft betrieben wird (vgl. Nelles 2007: 101 f.).

Oberhalb des heutigen Dorfes können die antiken Ruinen von Pisac erkannt werden. Wie in *Machu Picchu* ließen die Astronomen auch in Pisac ein Sonnenheiligtum, *Intihuatana*, errichten. Ein besonderer Stein, der auch eine Art Sonnenuhr war, stellt das Herz der Anlage dar. Von der Größe der gefundenen Bauten ausgehend wurde be-

der Anlage dar. Von der Größe der gefundenen Bauten ausgehend wurde berechnet, dass die Einwohnerzahl in den Zeiten der größten Ausdehnung bei circa 300.000 Menschen lag. Da die Häuser jedoch größtenteils aus luftgetrockneten Lehmziegeln gebaut wurden, sind fast keine erhalten geblieben. Nur einige Ruinen sind heute noch zu erkennen (vgl. Angles Vargas 2001: 102 ff.).

Der Name Pisac kommt aus dem Quechua, der Sprache der Inkas. Pisac bedeutet demnach „Rebhuhn der Puna (einer Hochsteppe) mit zimtfarbenen Flügeln und grauen Brustfedern".

In einem späteren Quechua-Spanisch Wörterbuch findet sich außerdem der Eintrag „wichtiges archäologisches Zentrum im Gebiet Calca" (vgl. Angles Vargas 2001: 61).

Wie schon erwähnt wurde, dominiert heute der Markt das alltägliche Leben in Pisac. Nahezu 90 % der EinwohnerInnen leben direkt oder indirekt vom Kunsthandwerk[1], welches auf dem Markt verkauft wird. Auch Kinder werden schon in die Herstellung und den Verkauf miteinbezogen. Die ursprüngliche dörfliche Vielfalt hat zu Gunsten des Handwerks verloren, fast alle Aktivitäten besitzen nun einen touristischen Hintergrund.

Die Auswirkungen der ökonomischen Einkünfte durch TouristInnen sind an der dörflichen Struktur gut zu erkennen. Fast alle Häuser im Dorf, im Gegensatz zu Magdalena, sind mehrstöckig und haben eine vollständige Außenfassade. Es gibt unzählige Geschäfte, Hotels, Restaurants, Internet-Cafés und andere touristische Einrichtungen. Im Gebäude der Gemeinde ist sogar eine Informationsstelle für touristische Aktivitäten mit einem eigenen Angestellten vorhanden.

Busse, die Reisende nach Pisac bringen, bleiben entweder direkt auf dem Markt stehen und entlassen dort die TouristInnen für einen Rundgang, oder sie benutzen einen der beiden Parkplätze am Dorfrand. Ankommende Reisende starten ihre Tour von den

---

[1] Eine wichtige berufliche Sparte in beiden Dörfern Perus ist das Kunsthandwerk. Das Kunsthandwerk wird von den Einheimischen sowohl hergestellt als auch verkauft. Aufgrund der Relevanz für diese Arbeit, welche vor allem auch auf den Tourismus abzielt, wurden verstärkt KunsthandwerkerInnen mittels Fragebogen zum Tourismus und seiner Nachhaltigkeit befragt. Da sowohl die Produktion der Kunstgegenstände (Polsterbezüge, Holzfiguren, Keramik, Schmuck, etc.) als auch der Verkauf oftmals von denselben Personen vorgenommen wird, können die einzelnen Akteure nur schwer der einen oder anderen Kategorie zugewiesen werden. Festgehalten werden kann, dass die Gruppe der VerkäuferInnen kleiner ist als die Gruppe der KunsthandwerksproduzentInnen.

Daher wird bei der Darstellung der Ergebnisse nicht zwischen KunsthandwerksverkäuferInnen und KunsthandwerksproduzentInnen differenziert, sondern unter dem Begriff des/der Kunsthandwerkers/-in beziehungsweise des Kunsthandwerks zusammengefasst.

Parkplätzen Richtung Hauptplatz. Diese Wege sind am meisten frequentiert und dort befinden sich auch die meisten Marktstände sowie die meisten Geschäfte.

6. NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS – EINE EINFÜHRUNG IN ZENTRALE KONZEPTE UND KRITIKEN

In diesem Kapitel des Forschungsberichtes soll die zugrundeliegende konzeptuelle Orientierung am Forschungsfeld und Themengebiet der Nachhaltigkeit im Tourismus dargestellt werden. Hierfür wird einerseits die rezente Diskussion ausgewählter WissenschafterInnen aufgezeigt, andererseits die bestehenden Konzepte und Umsetzungsvorschläge einer ersten kritischen Analyse unterzogen.
Zuerst aber soll die Entwicklungsgeschichte des Konzeptes der Nachhaltigkeit dargelegt werden, um im Anschluss Chancen und Problematiken in der Verwendung dieses Prinzips auf das Feld des Tourismus besser begreifen zu können.
Ziel der folgenden Auseinandersetzung ist es somit, Implikationen zu erkennen, welche für geeignete Indikatoren im Bezug auf nachhaltigen Tourismus sprechen, um schließlich eine entsprechende Operationalisierung zu ermöglichen (vgl. Atteslander 2006: 43 f.).

6.1 DAS KONZEPT DER NACHHALTIGKEIT – ENTWICKLUNG UND STATUS QUO

Nachhaltigkeit, als Prinzip ökologischer Verträglichkeit, entstammt der Forstwirtschaft des 19. Jahrhunderts und meint in diesem Kontext einen verträglichen Waldbau, bei dem hoher Ertrag auf lange Sicht gewährleistet sein soll. 1987 wird von der „Weltkommission für Umwelt und Entwicklung“ der “Brundtland Bericht“ präsentiert, in welchem „Sustainable Development“ als „dauerhafte Entwicklung“ definiert wird, die eine Entwicklung beschreibt, welche die Bedürfnisse der gegenwärtigen Generation zu befriedigen vermag, ohne die Bedürfnisbefriedigung zukünftiger Generationen zu gefährden (vgl. World Comission 1987).
1992 findet in Rio de Janeiro eine Konferenz der „Vereinten Nationen zu Umwelt und Entwicklung“ statt. Mit der „Agenda 21“, einem Umweltprogramm für die Erde des 21. Jahrhunderts, wird das Konzept des „Sustainable Development“ hier verbindlich gemacht. Insgesamt unterzeichnen 150 Regierungen die gemeinsamen politischen Zielvorstellungen. Neben ökologischen Aspekten werden soziale und wirtschaftliche Entwicklungsfaktoren genannt (vgl. BMWA 2000: 3 ff.). Dominierend ist bislang die ökologische

Dimension und erst 1998 präsentiert die Welttourismusorganisation (WTO) eine Definition zu nachhaltigem Tourismus, die weiter gefasst ist: „Sustainable Tourism development meets the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunities for the future. It is envisaged as leading to management of all resources in such a way that economic, social, and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, biological diversity, and life support systems“ (WTO 1998). Die Partizipation der lokalen Stakeholder als auch die Interessen der einheimischen Bevölkerung rücken somit verstärkt in den Vordergrund. 1999 wird erstmals der entwicklungspolitische Gedanke unterstützt. Regierungen werden von den Vereinten Nationen aufgefordert, den Tourismus als armutsreduzierendes Instrument einzusetzen (vgl. Luger 2006: 133).
Im folgenden Abschnitt sollen nun jene Kriterienkataloge aufgezeigt werden, die sich um die Erarbeitung universeller Kriterien und Prinzipien von nachhaltigem Tourismus bemühen. Im Zentrum dieser Auseinandersetzung liegt die Herleitung und die Umsetzung dieser Vorschläge in der Praxis, während die Beschreibung, was unter sozialer, ökonomischer und kultureller Nachhaltigkeit im Konkreten verstanden wird, im Kapitel 7.3 erläutert wird. Anzumerken ist, dass die Auswahl der folgenden Organisationen und Akteure rein quantitativ begründet ist, da diese auf lokaler, nationaler und globaler Ebene häufige Anwendung finden.

6.2 AUSGEWÄHLTE KRITERIENKATALOGE FÜR NACHHALTIGEN TOURISMUS

Der Fokus wird in diesem Abschnitt nun auf die „Partnership for Global Sustainable Tourism Criteria“ (GSTC) als auch den Studienkreis für Tourismus und Entwicklung gelegt.

6.2.1 PARTNERSHIP FOR GLOBAL SUSTAINABLE TOURISM (GSTC)

Im Jahr 2008, initiieren einflussreiche Tourismusakteure, eine Partnerschaft mit 32 Organisationen, die „Partnership for Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC)“, die sich der Erarbeitung universeller Kriterien und Prinzipien von nachhaltigem Tourismus widmet. Unter den Partnerorganisationen befinden sich unter anderem die Welttouris-

musorganisation (WTO), das Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP), die United Nations Foundation wie auch die Rainforest Alliance (RA).
Die erarbeiteten Kriterien und Prinzipien richten sich an erster Linie an Akteure, die in der Tourismuswirtschaft involviert sind. Im Zentrum steht die Erhaltung und Stützung natürlicher und kultureller Ressourcen, als auch die Armutsverminderung. Die Herleitung des Kriterienkatalogs erfolgte durch die gemeinsame Zusammenarbeit der GSTC mit NachhaltigkeitsexpertInnen und der Tourismusindustrie. So wurden mehr als 4500 bestehende Kriterien diverser Kataloge und Gütesiegel einer Analyse unterzogen und der veröffentlichte Kriterienkatalog der „Partnership for Global Sustainable Tourism" wurde bereits zahlreich von Stakeholdern im Tourismus kommentiert. Für die Umsetzung der Kriterien in die Praxis setzt die GSTC auf die Entwicklung adäquater Schulungsmaterialien als auch spezielle fachliche Programme für Personen, Unternehmen und Organisationen, Regierungs- wie auch Nichtregierungsorganisationen, die in der Tourismuswirtschaft agieren, wie beispielsweise HotelbesitzerInnen oder ReiseveranstalterInnen. Zur Zielgruppe zählen auch KonsumentInnen, also TouristInnen, die nachhaltige Produkte im Tourismus identifizieren wollen. Eine weitere Aufgabe der GSTC ist es, nachhaltigen Tourismus über die Medien zu verbreiten.
Die Koalition der 32 Organisationen fügt dem hinzu, dass es sich bei dem entworfenen Kriterienkatalog um keine verbindlichen Normen handelt und somit bei Nichterfüllung keine Sanktionen folgen. Aus normativer Perspektive kann man demnach bei dieser Organisation von Sollnormen sprechen, die im Gegensatz zu verbindlichen Rechtsnormen stehen (vgl. http://www.sustainabletourismcriteria.org).

6.2.2 DER STUDIENKREIS FÜR TOURISMUS UND ENTWICKLUNG

Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung ist dahingegen interessant, da dieser jährlich den so genannten TODO! Wettbewerb veranstaltet, bei dem tourismusrelevante Projekte und Maßnahmen preisgekrönt werden, die in den Zielregionen nachhaltigen Tourismus unterstützen und realisieren. Im Zentrum steht dabei die Partizipation der lokalen Bevölkerung in den Planungs- und Entscheidungsprozessen (vgl. http://www.todo-contest.org). Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung beschäftigt sich mit Informations- und Bildungsarbeit im Tourismus, wobei der entwick-

lungspolitische Gedanke hier als zentral gilt. Tourismusforschung, Beratung als auch Wettbewerbe zählen zu den Tätigkeitsfeldern des Studienkreises. Es handelt sich um einen gemeinnützigen Verein, der frei und unabhängig arbeitet (vgl. http://www.studienkreis.org).
An dem TODO! Wettbewerb haben sich seit 1995 241 Projekte aus 63 Nationen auf fünf Kontinenten beteiligt. Circa 60 Prozent der Projekte stammen aus Entwicklungsländern. Hintergrund des Wettbewerbs waren durch Empirie gestützte Erkenntnisse des Studienkreises im Jahre 1995, dass der Großteil der Projekte, die im nachhaltigen Tourismus angesiedelt sind, einen ökologischen Fokus aufweisen, während die Einbeziehung der lokalen Bevölkerung mehr und mehr ins Abseits geraten ist. Umweltverträglicher Tourismus und sozialverantwortlicher Tourismus müssen sich nicht ausschließen, so der Standpunkt des Studienkreises. Um den Preis zu gewinnen, müssen die Projekte sozial- sowie umweltverträglich sein, außerdem sollen wirtschaftliche und institutionelle Maßnahmen aufgezeigt werden, welche die Maßnahmen für eine nachhaltige Entwicklung gewährleisten. Unter anderem findet sich unter den Preisgeldgebern die Schweizerische Stiftung für Solidarität im Tourismus als auch die Europäische Reiseversicherung AG. Die Entwicklung und Verfassung der Kriterien erfolgt durch eine ausgewählte Jury und Auswahljury, die im wissenschaftlichen und außerwissenschaftlichen Bereich anzusiedeln ist (vgl. http://www.todo-contest.org).

Neben diesen Kriterienkatalogen sind in jüngster Vergangenheit weitere Listen auf lokaler, nationaler und globaler Ebene entstanden. Die explizite Auseinandersetzung mit den Indikatoren, welche die Erfüllung bestimmter Kriterien messen, folgt im Kapitel 7.4. Dazu werden die empirisch erhobenen Daten der Feldstudie herangezogen und es wird somit möglich, bestehende sozial- oder umweltverträgliche Gütesiegel zu evaluieren beziehungsweise neue Vorschläge zu konzeptualisieren. Vorerst wird im nächsten Kapitel aber die rezente Diskussion über relevante Kriterien für nachhaltigen Tourismus dargestellt.

6.3. KRITERIEN FÜR NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS

Verfolgt man die wissenschaftliche und öffentliche Diskussion über die Kriterien und Forderungen nachhaltiger Entwicklung im Tourismus, so lassen sich folgende Dimensionen erkennen: Ökologische, soziale, kulturelle und ökonomische Nachhaltigkeit. Karlheinz Wöhler betont, dass mit dem Konzept Nachhaltigkeit die Dichotomisierung beziehungsweise Trennung zwischen Kultur(-Gesellschaft) und Natur überbrückt werden soll und Nachhaltigkeit als hybrides Konstrukt ein Spannungsfeld verschiedener Interessen und Ziele konstituiert (vgl. Wöhler 2001: 40). Während bereits relativ konkrete Kriterien für die Messung der ökologischen Dimension auch im Sinne von expliziten Indikatoren vorliegen, beispielsweise als Konzept des ökologischen Fußabdrucks, sind die soziale, kulturelle und ökonomische Dimension in Bezug auf Nachhaltigkeitskriterien noch nicht ausgereift (vgl. Hunter/Shaw 2005: 47 f.). In Folge der Forschungsarbeit wurde somit der Fokus auf die genannten soziokulturellen Aspekte – *soziale, ökonomische, kulturelle* - nachhaltiger Entwicklung gelegt, während die Auseinandersetzung mit der ökologischen Dimension, in dieser Intensität, vernachlässigt wird.
Interessant ist, dass sich trotz aller Unterschiede Gemeinsamkeiten in der Vorstellung von Nachhaltigkeit verschiedener ausgewählter Akteure bestimmen lassen. Der Schwerpunkt der Analyse liegt im Folgenden auf den Aspekten, welche ausgewählte TourismusforscherInnen, Organisationen und Akteure anführen.

6.3.1 SOZIALE NACHHALTIGKEIT

Rene Schärer beschäftigt sich in einem Artikel mit den Gesichtspunkten nachhaltigen Tourismus, welche der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung vorlegt, an einem Fallbeispiel in Brasilien. Bezogen auf die *soziale Dimension* lassen sich folgende Forderungen für eine nachhaltige Entwicklung zusammenfassen. So soll die Teilhabe möglichst breiter ortsansässiger Bevölkerungsschichten an den positiven Wirkungen des Tourismus, wie etwa den ökonomischen, gewährleistet sein. Weiters steht die Einbindung verschiedener Interessen und Anforderungen der Bevölkerung durch Partizipation in Entscheidungsprozessen im Vordergrund. Dabei spielt die Bewusstseinsbildung und Aufklärung über die Möglichkeiten, Chancen und Risiken touristischer Entwicklung auf

das alltägliche ökonomische, kulturelle und soziale Leben der Bevölkerung in den touristischen Zielgebieten eine große Rolle (vgl. Schärer 2004: 229 ff.). Bei der besagten Konferenz in Rio de Janeiro 1992 wird die Partizipation lokaler Gemeinschaften an politischen Entscheidungsprozessen als Schlüsselkriterium nachhaltiger Entwicklung hervorgehoben (vgl. Pforr 2004: 88). Diese Ansicht teilen, laut Regina Schlüter, auch viele Akteure in Südamerika, dennoch sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass lokale Gemeinschaften in vielen Regionen Südamerikas nicht durch die Gemeinde und örtlichen Funktionäre repräsentiert sind, was wiederum eine direkte Teilhabe der Einheimischen an politischen Entscheidungsprozessen erschwert (vgl. Schlüter 1999: 177 f.). Schließlich soll der Bildungsstandard unter anderem durch Einnahmen aus dem Tourismus angehoben werden. (vgl. Baumgartner 2004: 92).

6.3.2 ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT

Betrachtet man die ökonomische Dimension von Nachhaltigkeit, so lassen sich folgende Kennzeichen ausmachen. So soll die Attraktivität der touristischen Arbeitsplätze für Einheimische gegeben sein, was im Detail bedeutet, dass die Arbeitsbedingungen in Bezug auf Entlohnung, soziale Absicherung, Arbeitszeiten als auch Aus- und Weiterbildung einen bestimmten Standard nicht unterschreiten dürfen (vgl. Schärer 2004: 231). Christian Baumgartner fügt der ökonomischen Dimension hinzu, dass durch die Verknüpfung und Einbeziehung relevanter Wirtschaftssektoren in den Tourismus, wie beispielsweise der Landwirtschaft, der regionale Warenkreislauf angekurbelt wird. Teresa C. H. Tao und Geoffrey Wall erachten eine angepasste Integration der Tourismuswirtschaft in bestehende Existenz- und Lebensgrundlagensysteme, vor allem in marginalen Gemeinschaften, als besonders entscheidend. In peripheren Gesellschaften, so die Geographen, ist die Subsistenz bestimmt von multiplen Aktivitäten, wie beispielsweise landwirtschaftliche Arbeit und Gelegenheitsjobs, in Verbindung mit saisonaler oder temporärer Migration. Tourismus kann demnach nur nachhaltig sein, wenn er sich in ein bestehendes System als ein Teil unter anderen einfügt, da für Tao und Wall nachhaltige Systeme in der Lage sind, Spannungen, Strapazen und Schocks bewältigen zu können. Folglich ist nachhaltiger Tourismus als risikostreuender Wirtschaftsfaktor zu begreifen (vgl. Tao/Wall 2009: 90 ff.). In diesem Zusammenhang unterstreicht Wolfgang Hein die Sinnhaftigkeit der Erhaltung und Förderung kleinbetrieblicher Strukturen, da Entwick-

lungen dieser Art das touristische Produkt, beispielsweise Übernachtungsmöglichkeiten, diversifizieren und lokal verankern (vgl. Hein 2009: 79).

6.3.3 KULTURELLE NACHHALTIGKEIT

Auf der kulturellen Ebene, kennzeichnet der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, die Stärkung der einheimischen Kultur als auch der kulturellen Identität der in den touristischen Zielgebieten lebenden Bevölkerung als entscheidendes Kriterium nachhaltiger Entwicklung (vgl. Schärer 2004: 232 f.). Christian Baumgartner fordert eine rücksichtsvolle Integration des Tourismus in die lokale und regionale Kultur. Nicht eine Anpassung der Kultur an touristische Bedürfnisse wird demzufolge als nachhaltig bezeichnet, vielmehr entscheidend ist laut Baumgartner die Selbstbestimmung kultureller Identität, als auch die Vermittlung regionalspezifischer authentischer Kultur (vgl. Baumgartner 2004: 92). Das Konzept der Authentizität ist jedoch äußerst umstritten und unklar. Wissenschafter wie Dean MacCannell vertreten die Ansicht, dass Authentizität im Kulturtourismus für die Attraktivität eines Zielgebietes ausschlaggebend ist, während diese Vorstellung von Erik Cohen, Gianna M. Moscardo und Philip L. Pearce bestritten wird (vgl. Moscardo/Pearce 1986: 129 ff.). So geht beispielsweise eine These von Helmut Dworschak davon aus, dass durch Kommerzialisierung in Form inszenierter Authentizität spezifische Merkmale sozialer und kultureller Strukturen irreparabel zerstört werden: „Ihnen wird unter Umständen sogar angeordnet, wie sie zu Erscheinen haben, um für die Touristen möglichst authentisch zu wirken“ (Dworschak 1994: 29). Traditionen, Rituale und Bräuche werden demzufolge oftmals vermarktet und verlieren ihre eigentliche Bedeutung. Weiters können solche Prozesse der „Commoditization“ auch zu Konflikten zwischen Einheimischen und Touristen führen. Dem anzufügen sind die Konfliktlinien, die sich im Spannungsfeld verschiedener Werteordnungen ergeben. So gilt es im Sinne der Nachhaltigkeit, den raschen Einzug des Tourismus und der Tourismusindustrie zu vermeiden, da daraus negative Entwicklungen resultieren können (vgl. Dworschak 1994: 30 ff.; Schett 2005: 36 f.).

6.4. NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS AUS EINER KRITISCHEN PERSPEKTIVE

Wird nun der angeführten Diskussion gefolgt, so scheint auf diesem Forschungsfeld mehr oder weniger breiter Konsens über die Kennzeichen nachhaltigen Tourismus zu herrschen. Das Konzept des „Sustainable Tourism“ wird jedoch von vielen TourismusforscherInnen stark kritisiert. Colin Hunter, ein vielzitierter Tourismusforscher, kritisiert vor allem die unklare, komplexe, normative Definition von nachhaltigem Tourismus, die ideologische Verhaftung und das Ausbleiben konkreter Richtlinien, die in der Praxis umgesetzt werden können. Außerdem sieht Hunter ein großes Problem darin, dass sich die gängige Idee nachhaltigen Tourismus um einen wachstumsorientierten Zugang, welcher die ökologischen Ressourcen bewahren soll, konzentriert und dabei außer Acht lässt, dass seit dem Beginn des Tourismus diverse Ressourcen in Form bestimmter Produkte an TouristInnen verkauft werden (vgl. Hunter 1997: 852 ff.).

Aus soziologischer Perspektive spielt die Frage nach sozialer Ungleichheit, wie diese entsteht und aufrecht erhalten wird, eine entscheidende Rolle (vgl. Kreckel 2004: 13). Jarkko Saarinen zeichnet den Weg, wie es zur Frage der sozialen Ungleichheit im Tourismus gekommen ist, anhand dreier Stränge innerhalb der Tourismusforschung nach. In den 80er Jahren dominierte der ökologische Aspekt, da durch diverse Publikationen die Grenzen des Wachstums thematisiert wurden. Die Industrie antwortete rasch auf die Stimmung und im Zusammenhang mit postfordistischen KonsumentInnen, welche dadurch charakterisiert sind, dass standardisierte Produkte abgelehnt und vermehrt umweltbewusste Angebote in der Tourismuswirtschaft forciert werden. Das Problem des ökologisch zentrierten Zugangs liegt laut Saarinen darin, dass damit statische Vorstellungen von ökologischen und soziokulturellen Faktoren verknüpft sind. Da Tourismus jedoch Auswirkungen verursacht, folgte der zweite Strang der Tourismusforschung, die „Activity-Based Tradition“. Zu diesem Strang haben sich vor allem die WTO und andere Akteure des Tourismusdiskurses, vornehmlich der Tourismusindustrie, bekannt, da hier die Lenkung und Entwicklung des Tourismus im Vordergrund steht. Problematisch an diesem zweiten Strang ist, dass bei dem Agieren bestimmter Akteure die Kapazitäten oftmals überschritten werden, was zu dem dritten und letzten Strang führt, in welchem soziale Ungleichheit und Partizipation Einzug in die Debatte um nachhaltigen Tourismus fanden. Da es unmöglich ist, natürliche Ressourcen oder andere immaterielle Ressourcen partizipieren zu lassen, sollen an dessen Stelle lokale Stakeholder und Gruppen in

Entscheidungs- und Planungsprozesse involviert werden. Weiters steht die soziale Gerechtigkeit im Mittelpunkt dieses Stranges. Entscheidend an dem Artikel von Saarinen ist die Ansicht, dass es sich bei der Herleitung einer Definition von Nachhaltigkeit immer um einen sozial konstruierten Prozess handelt, der in der sozialen Wirklichkeit ver- und ausgehandelt wird (vgl. Saarinen 2006: 1126 ff.). Richard Sharpley fasst die Kritik des Nachhaltigkeitskonzepts im Tourismus wie folgt zusammen: Da es sich bei der Tourismuswirtschaft um einen der stärksten Wirtschaftssektoren der Welt handelt, spielt die Frage des Ausmaßes und der Chance nachhaltigem Tourismus eine große Rolle, da global gesehen die Zahl der TouristInnenankünfte weiter steigt. Erster zentraler Kritikpunkt ist wiederum die fehlende Handlungsanleitung und Möglichkeit der Umsetzung. Ein anderer Kritikpunkt ist die Simplifizierung des Tourismus. So sei es keineswegs einfach, den Tourismus, der ein dynamisches und komplexes Phänomen ist, mit den Vorstellungen nachhaltiger Entwicklung in Einklang zu bringen (vgl. Sharpley 2004: 313).

Die angeführte konzeptuelle Diskussion, über die Kriterien und Kennzeichen nachhaltigem Tourismus wird im Laufe des Forschungsprojekts weitergeführt. Die verschiedenen Positionen zum allgemeinen Konzept der Nachhaltigkeit und zur Idee der Authentizität nahmen deutlichen Einfluss auf forschungsrelevante und forschungsleitende Grundideen, wie im folgenden Kapitel dargestellt werden soll.

7. FORSCHUNGSRELEVANTE FRAGEN

Aufgrund der vorliegenden theoretischen Konzepte in Bezug auf die Nachhaltigkeit im Tourismus ergaben sich folgende forschungsrelevante Fragen, an welche der empirische Vorgang der Forschung angelehnt werden soll. Diese Leitfragen sind sowohl für die ökonomische, soziale wie auch kulturelle Nachhaltigkeit im Tourismus von Relevanz und können ebenfalls als Hypothesenkatalog verstanden werden.

- Inwieweit unterscheidet sich die Tourismuskultur von der gelebten Alltagskultur?
- Hat sich das Kunsthandwerksgewerbe durch das Aufflammen des Tourismus verändert?
- Gibt es bestimmte Bräuche, Feste oder Rituale, welche sich durch den Tourismus verändert haben?
- Wie wirkt sich der Tourismus auf das Dorfleben im Allgemeinen aus?
- Inwieweit werden Verhaltensweisen und Vorstellungen der TouristInnen in die eigene Kultur aufgenommen? Wo verlaufen die kulturellen Konfliktlinien?
- Welche Kleidung wird von den Einheimischen in den verschiedenen Dörfern getragen und welche Musik favorisiert? Findet hier eine Veränderung durch den Tourismus statt?
- Welche Fremdsprachen werden von welchem Teil der Bevölkerung gesprochen?
- Hat der Tourismus die Bildungssituation in den Dörfern verändert oder wird er dies zukünftig tun?
- Kann ein intragesellschaftlicher Konkurrenzdruck, sowohl zwischen den TeilnehmerInnen und NichtteilnehmerInnen am Tourismus, wie auch zwischen den einzelnen TeilnehmerInnen ausgemacht werden?
- Kommt es zu Spannungen zwischen der ansässigen Bevölkerung und den TouristInnen? Wie konstituieren sich diese Spannungen?
- Gibt es spezielle Kooperationen innerhalb der Gesellschaft, welche sich mit der Bewältigung des Tourismus beschäftigen?

- Entstehen durch den Tourismus neuartige soziale Spannungen?
- Hat sich die individuelle Situation der einheimischen Bevölkerung durch den Tourismus verändert?
- Welches subjektive Empfinden hat die Bevölkerung bezüglich Tourismus?
- Hat die Kriminalität durch den Tourismus zugenommen?
- Welche Vorteile sehen die Befragten in einem Beruf im Tourismusgewerbe?
- Kann die lokale Bevölkerung am Tourismus teilhaben? In welcher Form?
- Was hindert die Bevölkerung an einer Partizipation?
- Welche Auswirkungen hat die touristische Entwicklung in den Dörfern auf die infrastrukturellen Einrichtungen?
- Schafft der Tourismus Arbeit?
- Welche Auswirkungen hat der Tourismus auf traditionelle Beschäftigungen wie die Landwirtschaft?
- Wer profitiert von der touristischen Entwicklung?

8. FELDZUGANG UND METHODENBESCHREIBUNG

Im Folgenden wird die Herangehensweise an den empirischen Teil der Forschung beschrieben. Hierbei werden der Zugang zum Untersuchungsfeld, das methodische Vorgehen und dessen praktische Umsetzung dargestellt und reflektiert. Wie oben schon angemerkt wurde, waren die forschungsrelevanten Fragen für das gesamte methodische Vorgehen ausschlaggebend. Um möglichst breitgefächerte Daten zu erhalten, wurde sowohl ein qualitativer als auch ein quantitativer Zugang gesucht. Die einzelnen Methoden werden im Kapitel 9.2 „Methodisches Vorgehen" beschrieben. Aufgrund kultureller und sprachlicher Diskrepanzen zwischen Forschungsteam und Befragten ergaben sich bei den Erhebungen einige Schwierigkeiten, welche aber wiederum einen genaueren Aufschluss über die Gegebenheiten vor Ort lieferten und zu einem dezidierten Bild auch für die Konzeption und die Indikatorenbildung beitrugen. Das folgende Kapitel soll hier zu einem Überblick verhelfen.

8.1 FELDZUGANG

Um einen Zugang zum Feld zu bekommen, reiste das Forschungsteam im Februar 2009 in die zwei Erhebungsorte in Peru. Im ersten Ort, dem Dorf Magdalena de Cao im Norden Perus, war die Reaktion der Einheimischen auf das ForscherInnenteam prinzipiell positiv. Die BewohnerInnen des Dorfes waren freundlich, zugänglich und bezüglich der Informationsweitergabe sehr offen. Anfangs waren einige jedoch auch neugierig und überrascht, dass sie ihre persönliche Meinung zum Tourismus in der Region durch ein Interview, mittels eines standardisierten Fragebogens, kundtun sollten. Manche waren zu Beginn daher auch skeptisch. Eine gesprächsgenerierende Atmosphäre stellte sich meist erst im Laufe des Interviews ein. Wie oben schon erwähnt wurde, sind für die BewohnerInnen Magdalena de Caos Fremde eher eine Seltenheit. Aus diesem Grund hegen die BewohnerInnen fremden Personen gegenüber zwar einerseits eine gewisse Skepsis, andererseits begegnen sie ihnen aber auch mit Neugier. Dieses Verhalten konnte auch beim Feldzugang während der Interviews festgestellt werden. Pisac, welches auf eine lange touristische Vergangenheit zurückblicken kann, bildet hier ein gänzlich anderes

Bild. Die meisten BewohnerInnen Pisacs waren demnach nicht so kooperativ und mitteilungsbedürftig. Sie sind es gewohnt, fremde Personen in ihrem Dorf zu begegnen. Aus diesem Grund sind sie wohl auch weniger neugierig. Somit gestaltete sich der Feldzugang hier schwieriger, was auch daran liegt, dass viele auf den Straßen als Kunsthandwerkshändler tätig waren, sich schneller und geschäftiger bewegten und so einem Interview eher mit Ablehnung gegenüberstanden.

Nach dem wissenschaftlichen Prinzip des „Judgment samples", der bewussten Auswahl (vgl. Diekmann 2007: 378), wurden die Befragten nach bestimmten Aspekten ausgewählt, um eine möglichst diverse Datenlage zu gewährleisten: Die Befragten stellten die Einheimischen der jeweiligen Regionen Perus dar. Das Mindestalter der ProbandInnen wurde auf 15 Jahre begrenzt. Mindestens zwei Jahre mussten die Befragten in dem jeweiligen Ort ansässig sein. Weiters wurde versucht, ein Gleichgewicht im Bezug auf die verschiedenen Berufssparten (vor allem bezüglich der Ausprägung „im Tourismussektor tätig" – „nicht im Tourismussektor tätig") und im Bezug auf die Geschlechterkonstellation herzustellen. In Pisac wurde zusätzlich auf die Sprachkenntnisse der Befragten geachtet, da in dieser Region auch Personen leben, welche ausschließlich Quechua sprechen. Diese Personen wurden nicht befragt, da in der ForscherInnengruppe keiner dieser Sprache mächtig ist. Trotz der Beachtung der genannten Kriterien zur Auswahl der Befragten erfolgte die Stichprobenauswahl für die quantitative Erhebung selektiv, da die InterviewerInnen selbst entscheiden konnten, wen sie um ein Interview baten. Da die Interviews vermehrt an öffentlichen Plätzen stattfanden, konnten nicht alle Personen des Dorfes erreicht werden. So konnten beispielsweise Menschen, welche gerade am Feld oder auswärts arbeiteten, nicht in die Befragung miteinbezogen werden. Des Weiteren lehnten bestimmte Personen aus anderen Gründen (zum Beispiel Zeitmangel, Geschäftigkeit, Anwesenheit, Unlust, etc.) ein Interview ab und tauchen somit nicht in der Stichprobe auf. Daher kann davon ausgegangen werden, dass die befragte Gruppe sich eher als homogene konstituiert. Die Ergebnisse der quantitativen Erhebung gelten somit nicht für die gesamte Bevölkerung Magdalena de Caos beziehungsweise Pisacs, sondern lediglich für eine spezielle Gruppe, die wie folgt charakterisiert werden kann: Spanisch sprechend, für ein Interview bereit, nicht unter Zeitdruck, etc.

Um potenzielle InterviewpartnerInnen zu finden, wurden vorwiegend öffentliche Plätze, wie der Hauptplatz beziehungsweise Marktplatz, Restaurants, Geschäfte oder die Straße, aufgesucht. Personen, welche dort anzutreffen waren, wurden um ein Interview gebeten. Neben dieser gängigen ersten Kontaktaufnahme kam es in Magdalena de Cao auch zu einer Besonderheit: In der späteren Erhebungsphase kamen einige wenige Leute mit dem Wunsch, ein Gespräch zu führen, selbst auf die InterviewerInnen zu. Da die Erhebungsphase mehrere Tage dauerte, sprach es sich im Dorf herum, dass eine Forschungsgruppe anwesend sei, um Erhebungen durchzuführen. Dies motivierte die BewohnerInnen zusätzlich, an Interviews teilzunehmen, so dass das Forschungsteam selbst angesprochen wurde. In Kleingruppen von zwei bis drei ForscherInnen wurden die potentiellen InterviewpartnerInnen mittels eines standardisierten Fragebogens interviewt. Am Anfang des Gesprächs stand eine kurze Vorstellung des Projektes. Auch Fragen zum Interviewvorgang, der ungefähren Dauer der Befragung und eventuelle weitere Fragen der InterviewpartnerInnen wurden im Vorhinein geklärt.

In seltenen Fällen wurde das Interview in Magdalena de Cao verweigert, in seltenen Fällen auch der Kontakt mit den ForscherInnen generell. Insgesamt gab es in Magdalena de Cao nur fünf Interviewverweigerungen.

In Pisac wurden Interviews deutlich öfter abgelehnt als in Magdalena. Ingesamt waren es hier zwölf Personen, die eine Befragung verweigerten. Außerdem wurden zwei Interviews abgebrochen. Die Kontaktaufnahme mit möglichen Befragten gestaltete sich hier auch oftmals schwerer, da manche Einheimische verschlossen und desinteressiert wirkten.

Neben den quantitativen Interviews mit den Einheimischen wurden auch qualitative Beobachtungen durchgeführt. Unter einer wissenschaftlichen Beobachtung versteht man meistens die direkte Beobachtung menschlicher Handlungen, sprachlicher Äußerungen, nonverbaler Reaktionen und anderer sozialer Merkmale. Eine solche Beobachtung sollte sich stets am Leitfaden der Objektivität orientieren. Um in Peru neben den Daten, welche direkt von den Befragten erhoben werden konnten, auch weitere Aspekte einzufangen, wurde die Dorfbevölkerung von der Forschungsgruppe beobachtet. Es wurden teilnehmende, verdeckte Feldbeobachtungen vorwiegend in der Anfangsphase der Forschung durchgeführt. Dies bedeutet im vorliegenden Fall, dass die ForscherInnen selbst an den Interaktionen des Feldes teilnehmen (anwesend sind), aber die beobachteten Personen nicht wissen, dass sie beobachtet werden (vgl. Diekmann 2007: 563).

Diese Methode wurde angewandt, um neue relevante Informationen zu erlangen, welche in einer Verdichtungsphase mit den übrigen erhobenen Daten zu einer dezidierteren Deskription des sozialen Dorfgefüges von Magdalena de Cao und Pisac führen sollten. Die Beobachtungen wurden demnach nicht explizit einer Auswertung (beispielsweise durch qualitative Inhaltsanalyse) unterzogen, sondern flossen implizit in die Interpretation der Gesamtergebnisse mit ein. Demnach lieferten beobachtete Interaktionen zwischen den Einheimischen beziehungsweise Reaktionen auf das Forschungsteam weitere Aufschlüsse über die sozialen Gegebenheiten im untersuchten Feld.

8.2 METHODISCHE UMSETZUNG

Ziel dieses Kapitels ist eine Darstellung der während des Forschungsverlaufs verwendeten Methoden. Zusätzlich soll hierbei auch eine Begründung für die Auswahl des jeweiligen Erhebungs- und Auswertungsinstruments folgen und in diesem Rahmen etwaige Forschungsprobleme und Defizite im methodischen Vorgehen dargestellt werden, welche aufgrund des erheblichen Planungsaufwandes entstanden sind.

8.2.1 QUANTITATIVE METHODE: STANDARDISIERTER FRAGEBOGEN

Methodenbeschreibung:

Um die oben formulierten Forschungsfragen bestmöglich in den Forschungsvorgang miteinzubinden, wurde ein standardisierter Fragebogen sowohl mit geschlossenen wie auch mit offenen Fragen erarbeitet. Als standardisiert werden Fragen bezeichnet, deren Antworten in Kategorien zusammengefasst werden, um ihre Vergleichbarkeit zu gewährleisten. Bei der geschlossenen Frage kann der/die Befragte zwischen verschiedenen, nach Kategorien geordneten Antwortmöglichkeiten wählen. Offene Fragen hingegen enthalten keine festen Antwortkategorien, sodass der/die Befragte die Antwort selbständig formulieren kann (vgl. Diekmann 2007: 476). Außerdem unterscheiden sich die geschlossenen Fragen in ihrem Typus: der Fragebogen enthielt Identifikationsfragen (Nennung einer Person, Gruppe, Ortes, Zeit usw.), Selektionsfragen, Fragen des Ja/Nein-

Typs und Mehrfachauswahlfragen, u.a. Skala-Fragen (Werte/Handlungen werden bezüglich ihrer Intensität oder Häufigkeit gemessen). Auch zehn Filterfragen wurden verwendet, um jene Gruppen auszusondern, die für bestimmte Fragen nicht in Betracht kamen, sowie Ergänzungs- und Folgefragen, um einige Aspekte aus vorherigen Antworten zu vertiefen (vgl. Atteslander 2000: 157f.).

Mit Hilfe dieses strukturierten Fragebogens wurden in Magdalena de Cao 53 und in Pisac 69 Einzelinterviews mündlich durchgeführt, die Antworten der Interviewten wurde von den InterviewerInnen selbst in den Fragebogen mit aufgenommen. Das Interview dauerte zwischen 20 und 45 Minuten, je nach Länge der informellen Gespräche.

Reflexion:

„Jede Befragung beinhaltet Aussagen über die soziale Wirklichkeit, erfasst aber diese Wirklichkeit selbst nur ausschnittsweise." (Atteslander 2000: 178)

Da die soziale Wirklichkeit äußerst komplex ist, kann ein Fragebogen sie niemals vollständig erfassen. Um jedoch die relevanten Aspekte des Themas so gut wie möglich mit dieser Methode abzudecken, war es notwendig, so viel Wissen wie möglich über Nachhaltigkeit, vorhandenen Tourismus, Gesellschaft, das Land und die Menschen in Peru in Erfahrung zu bringen. Da sich dies ohne sich selbst im Feld zu befinden schwierig gestaltet, wurde der in Wien erarbeitete Fragebogen vor Ort einem Pretest unterworfen, um die Fragen und Kategorien bestmöglich an die soziale Realität anzupassen. Das Instrument wurde hinsichtlich Reliabilität und Validität, der sprachlichen und inhaltlichen Verständlichkeit von Fragen, sowie der Klarheit und Vollständigkeit der Kategorien überprüft (vgl. Atteslander 2000: 316). Ein standardisierter Fragebogen wurde deswegen als Untersuchungsinstrument gewählt, weil er den beabsichtigten Vergleich der erhobenen Daten in den beiden untersuchten Dörfern gewährleistet. Durch die Erhebung quantitativer Daten ist eine direkte Gegenüberstellung der Ergebnisse möglich, welcher sich bei einer unstrukturierten Befragung schwieriger gestaltet hätte. Ein Nachteil dieser Methode ist, dass möglicherweise nicht bedachte Aspekte des Themas oder mögliche Ausprägungen nicht erfasst wurden. Zusätzlich wird das strukturierte Interview von den ForscherInnen dominiert. Die GesprächspartnerInnen haben auf die besprochenen Themen keinen Einfluss und so resultieren auch keine neuen Fragestellungen aus dem Interview (vgl. Beer 2003: 99).

Danach wurde der Fragebogen verkürzt beziehungsweise erweitert, da einige der Fragen zu undifferenziert, manche Kategorien zu stark und manche hingegen zu wenig abgestuft erschienen. Zusätzlich wurden einige Fragen ganz gestrichen, da sie sich als nicht relevant erwiesen. Andere Fragebatterien hingegen mussten zur Gänze umformuliert werden, um sie besser verständlich zu machen. Auch die Reihenfolge der Fragen ist im Vergleich zum Ursprungsfragebogen stark verändert worden.

Durch informelle Gespräche wurden teils interessante Zusatzinformationen gewonnen, die in die Auswertung und Bewertung der Daten mit einflossen. Weiters wurden die Defizite, die bei der Erhebung mittels standardisiertem Fragebogen entstehen, durch ExpertInneninterviews und andere hier beschriebene Methoden zu verringern versucht. Zusätzlich muss bedacht werden, dass in mündlichen Interviews die InterviewerInnen immer einen Verzerrungsfaktor darstellen, da sie direkten Einfluss auf den Gesprächsverlauf nehmen (vgl. Atteslander 2000: 143). Aspekte wie soziale Erwünschtheit, die Wahrnehmung der InterviewerInnen als TouristInnen bei gleichzeitiger Befragung über Tourismus stellen weitere Einflussfaktoren dar, wie im folgenden näher gezeigt werden soll.

Antwortverzerrungen:

Vermehrt positiv beantwortete Fragen des Fragebogens müssen bei der Interpretation der Ergebnisse mit Vorsicht betrachtet werden. Antwortverzerrungen sind möglich und treffen aufgrund der folgenden drei Punkte zu:

- soziale Erwünschtheit: Aufgrund kultureller Unterschiede zwischen ForscherInnen und Befragten stellt sich die Frage nach der sozialen Erwünschtheit des Forschers/der Forscherin. Darunter sind Bewertungen und Eigenschaften zu verstehen, welche der/die Befragte den InterviewerInnen zuschreibt (vgl. Diekmann 2007: 447). Des Weiteren kann auch das Geschlecht der ForscherInnen deutlichen Einfluss auf die Antworten der Befragten nehmen.
- „eingebaute“ soziale Erwünschtheit: Durch die vorherrschende Kultur im Erhebungsort, die sozialen Werte und Normen der peruanischen Gesellschaft, muss ebenfalls damit gerechnet werden, dass vermehrt unkritische Antworten gegeben werden.

- Wahrnehmung der ForscherInnen als TouristInnen: Da die ForscherInnen aus Europa kommen, ist anzunehmen, dass sie von den Befragten als TouristInnen wahrgenommen wurden. Dies geschieht vor allem aufgrund des äußeren Erscheinungsbildes. In Folge der Interviews wurden die Einheimischen über den Tourismus und seine Ausprägungen befragt, was gleichzeitig zu einer Assoziation mit TouristInnen führt. Dies könnte ebenfalls Antwortverzerrungen bewirkt haben.

Auswertung der qualitativen Interviews:

Die erhobenen Daten des quantitativen Teils der Forschung wurden mittels SPSS ausgewertet. Das Vorgehen und die Ergebnisse werden näher in Kapitel 10 dargestellt. Wie schon angemerkt wurde, fanden aber nicht nur quantitative Methoden während des Forschungsvorganges ihre Anwendung. Zusätzlich wurden qualitative Interviews in Form von ExpertInneninterviews durchgeführt, um eine dezidiertere Deskription der beiden Dörfer und der jeweiligen Sozialstruktur zu erhalten.

8.2.2 QUALITATIVE METHODEN: EXPERTINNENINTERVIEW – LEITFADENINTERVIEW

Methodenbeschreibung:

Das ExpertInneninterview ist eine weitere Erhebungsmethode der qualitativen Sozialforschung. Es ist eine spezifische Form des Interviews. „Mit dem Interview (…) erheben wir Daten, die das Produkt verbaler Kommunikation sind, in welcher Aspekte von Wirklichkeit in der Regel nicht registriert, sondern rekonstruiert werden“ (Bohnsack/Marotzki/Meuser 2003: 95). Das heißt, dass nicht nur Fakten und Daten, sondern auch die spezifische Perspektive der interviewten Person zum Vorschein kommen, um so Einblicke in das untersuchte Phänomen zu gewährleisten.

ExpertInneninterviews im Speziellen haben die Eigenschaft, dass der/die InterviewerIn spezielle Themen, welche für die Forschung von Bedeutung sind, direkt ansprechen kann, um Daten zu erhalten, die einen spezifischen Charakter besitzen. Die Interviewsituation und der Interviewverlauf werden daher nicht von den Interviewten allein gestaltet und geleitet, wie dies beispielsweise bei narrativen Interviews der Fall ist. ExpertIn-

neninterviews werden in der Regel immer mit Hilfe eines Leitfadens geführt, da hier die Rekonstruktion der sozialen Prozesse im Untersuchungsfeld bestmöglich angesprochen werden kann. Als Leitfaden wird eine Liste mit Themen beziehungsweise Fragen bezeichnet, welche für die Forschung von Relevanz sind. „Leitfragen sind keine theoretischen Fragen und auch nicht an Variablen oder vermuteten Kausalzusammenhängen orientiert. Sie sind vielmehr auf das Untersuchungsfeld gerichtet und versuchen, die Informationen zu benennen, die erhoben werden müssen." (Gläser/Laudel 2004: 88) Das ExpertInneninterview mit einem Leitfaden eignet sich vor allem dann, „wenn in einem Interview mehrere unterschiedliche Themen behandelt werden müssen, die durch das Ziel der Untersuchung und nicht durch die Antworten des Interviewpartners bestimmt werden, und wenn im Interview auch einzelne, genau bestimmbare Informationen erhoben werden müssen." (Gläser/Laudel 2004: 107) Auch diese Interviews werden mit Hilfe einer Tonbandaufnahme aufgezeichnet, um sie später zu transkribieren.

Bei ExpertInneninterviews sollte vor allem darauf geachtet werden, dass die Fragen offen, klar, einfach und neutral formuliert sind (vgl. Gläser/Laudel 2004: 107). Laut Gläser und Laudel ist es wichtig, vor der ersten Kontaktaufnahme zu überlegen, welche Person über die gewünschte Expertise und über relevante Informationen des Untersuchungsfeldes verfügt und hierzu präzise Informationen liefern kann. Auch die Frage nach der Bereitschaft, solche Informationen preiszugeben (im Falle der vorliegenden Forschung auch aufgrund des rechtlichen Aspekts), sollte im Vorfeld geklärt werden. Außerdem muss vor allem die Rolle des Experten/der Expertin im Erhebungsfeld, in diesem Fall im jeweiligen peruanischen Dorf, bereits im Vorfeld – bei der Formulierung der Leitfragen – mitbedacht werden. Aufgrund des möglichen Status der Befragten (zum Beispiel des Bürgermeisters) kann und darf er bestimmte Informationen nicht preisgeben, andere hingegen werden hervorgehoben und präsentiert. Die ExpertInnen wurden für die jeweiligen Interviews gezielt ausgewählt. Für jedes Interview wurde ein spezifischer Leitfaden entwickelt, da die Interviewten in verschiedenster Weise über Wissen hinsichtlich unserer Themengebiete verfügten. Des Weiteren wurden die geführten Interviews nicht wort-wörtlich transkribiert, sondern paraphrasiert und hierbei im gleichen Schritt vom Spanischen in die deutsche Sprache übersetzt.

Ein weiteres Merkmal der geführten ExpertInneninterviews ist, dass bei keiner Erhebung nur ein/e InterviewerIn anwesend war. Die Interviews wurden stets mindestens

zu zweit mit einem/einer InterviewpartnerIn durchgeführt. Diese Art der Durchführung hat mehrere Vorteile: „Für ein Interview mit zwei Interviewern [sic!] spricht vor allem, dass der Mensch ein in vielerlei Hinsicht unvollkommenes ‚Erhebungsinstrument' ist. Deshalb scheint es günstig, die Last der Interviewführung auf zwei Interviewer [sic!] zu verteilen" (Gläser/Laudel 2004: 149). Bei der vorliegenden Forschung war es des Weiteren ein Vorteil, dass die sprachlichen Kompetenzen durch mehrere InterviewerInnen erhöht werden konnten. Da das Gespräch nicht auf Deutsch, sondern auf Spanisch geführt wurde, konnten so sprachliche Defizite von mehreren InterviewerInnen gleichzeitig kompensiert werden. Die Wahl der Methode des qualitativen ExpertInneninterviews (beispielsweise Bürgermeister, Schullehrer, Pfarrer, Tourismusbeauftragter, etc.) erwies sich als sehr gut geeignet, um die Ergebnisse verdichten zu können. Durch die quantitative Erhebung wurden vor allem die Meinungen der Bevölkerung vor Ort erhoben – durch die ExpertInneninterviews konnten eher Daten über die Bevölkerung selbst erhoben werden.

Auswertung der EpertInneninterviews:

Die ExpertInneninterviews wurden mit einer qualitativen Analysemethode ausgewertet. Die verwendete Auswertung lehnt sich deutlich an die Analysemethode der Grounded Theory an, wurde aber aufgrund des vorhandenen Datenmaterials stark adaptiert. Die ForscherInnengruppe hat sich für diese Methode entschieden, da während der gesamten Forschung stets versucht wurde, auch im Sinne der Indikatorenbildung möglichst offen und ohne größere Vorannahmen ins Feld zu treten. Bei den einzelnen verwendeten Analyseschritten werden Kategorien gebildet, welche in ihrer Differenz und ihren Zusammenhängen untereinander verglichen werden, um so eine empiriegestützte Theoriegenerierung voranzutreiben (vgl. Strauss/ Corbin 1996).

8.2.3 „TOURIST –TRACKING“

Als dritte und letzte Methode wurde ausschließlich in Pisac das sogenannte „Tourist-Tracking“ durchgeführt[2]. Der Begriff „Tracking“ stammt aus dem Englischen und heißt ins Deutsche übersetzt „Nutzer-Verfolgung“. Ursprünglich werden hierbei die Bewegungen von NutzerInnen (User) innerhalb des Internets verfolgt (vgl. http://www.diwe-media.de/lexikon/tracking.html). Anders als beim „User-Tracking“, also dem Beobachten der Bewegungen der InternetnutzerInnen, wird beim „Tourist-Tracking“ nicht der Weg der Internetuser beobachtet, sondern der der TouristInnen. Die Art der Beobachtung kann demnach auch als eine explorative beziehungsweise eine beschreibende Beobachtung der Bewegung von Menschen, im Falle von Pisac eben von TouristInnen, bezeichnet werden.

In der Sozialwissenschaft und somit auch in der Tourismusforschung kann das „Tracking“ als verdeckte Verhaltensbeobachtung mit Karteneintragung definiert werden (vgl. Bachleitner 1998). „Tourist-Tracking“ ist eine deskriptive Feldstudie, die touristisches Verhalten beobachtet. Im vorliegenden Fall lag aber nicht nur der zurückgelegte Weg der BesucherInnen des Dorfs im Fokus der Forschung, auch tourismus-typische Handlungen, wie etwa ökonomisches Verhalten auf dem Markt, waren hier von Interesse. Das Tourist-Tracking hatte demnach die Aufgabe, eine genauere Deskription der Dorfes und seiner touristischen Aktivität zu liefern.

Zunächst wurde eine Straßenkarte von Pisac erstellt und an die ForscherInnen verteilt. Im Anschluss daran wurden verschiedene TouristInnen, welche sich in Pisac bewegten, „verfolgt“ und beobachtet. Der von ihnen zurückgelegte Weg wurde in die Karten eingetragen. Ebenfalls wurden die verschiedenen Zeitintervalle, wie etwa „am Markt“, „im Restaurant“ notiert. Da das Verfolgen von TouristInnen einen hohen Zeit- und Beobachtungsaufwand fordert, wurden die TouristInnen und ihre Wege in Pisac nur ausschnittsweise erfasst. Durch das zufällige Beobachten von TouristInnen in unterschiedlichen Stadien ihres Aufenthaltes (kurz nach der Ankunft oder bereits nach längerem Aufenthalt im Dorf), können diese Ausschnitte gleichzeitig gültige Aussagen erlauben.

---

[2] Aufgrund des deutlich geringeren TouristInnenaufkommens in Magdalena de Cao wurde diese Methode ausschließlich in Pisac durchgeführt.

Das „Tourist-Tracking“ ist in etwa vergleichbar mit der Methode der verdeckten Beobachtung. Daraus folgt, dass auch hier mit Problemen der selektiven Wahrnehmung zu rechnen ist. Mit anderen Worten: „Man sieht nur was man weiß und sonst nichts.“ (Pichler 1993: 18) Das heißt, dass es nicht nur ein Ressourcenproblem (Zeit) bei der Anwendung dieser Methode gab, sondern auch ein rein selektiv Optisches. Die BeobachterInnen entscheiden selbst, welche TouristInnen sie als Beobachtungsobjekt heranziehen und welche nicht.

Auswertung:

Die Wege der beobachteten TouristInnen wurden, wie oben erläutert, auf Straßenkarten vermerkt. Diese Karten wurden einer quantitativen Analyse unterzogen. Von großem Interesse war hier die jeweilige Frequentierung der einzelnen Straßen und Gassen Pisacs. Es konnte festgestellt werden, dass sich die touristische Aktivität im Dorf auf wenige Straßenzüge beschränkt und vor allem am Hauptplatz als Mittelpunkt des Dorfes vorzufinden ist. Dieser Umstand, dass der Tourismus den zentralen Ort des Dorfes bestimmt, hat demnach auch Auswirkungen auf einer sozialstrukturellen Ebene. Eine genauere Ausführung dieses Argumentes findet sich gemeinsam mit den qualitativen Ergebnissen im Kap. 12 im Anschluss an die nun folgende Darstellung der quantitativen Ergebnisse.

David Binder, Georg Feiner, Cornelius Gneist

9. QUANTITATIVE ERHEBUNG

Im folgenden Teil wird die Auswertung des quantitativen Fragebogens präsentiert. Einleitend dazu wird kurz auf die Entwicklung des Fragebogens sowie die Stichprobenziehung eingegangen, um dann schließlich die Ergebnisse darzustellen.

9.1 FRAGEBOGEN

Der Fragebogen wurde, basierend auf den Konzepten der sozialen, kulturellen sowie ökonomischen Nachhaltigkeit, welche im Kap. 7 vorgestellt wurden, vom Forschungsteam im Vorfeld entworfen. Nach einem anfänglichen Pretest in Magdalena de Cao wurde der Fragebogen nochmals überarbeitet und anschließend die Befragung durchgeführt. Der Pretest war insbesondere deshalb notwendig, da aufgrund fehlenden kulturellen wie ortspezifischen Wissens in der Phase der Erstellung des Instrumentes nur schwer eingegangen werden konnte. Ebenfalls stellte sich heraus, dass vor allem im Sinne einer semantisch-exakten und verständlichen Formulierung des Fragebogens nachjustiert werden musste.

Das Erhebungsinstrument gestaltete sich wie folgt. Am Beginn wurde die Einbindung und Partizipation der einzelnen Person in die Tourismusbranche erfragt. Dieses Forschungsinteresse fand Ausdruck in der einleitenden Frage, ob die Arbeit des/der Befragten einen Bezug zum Tourismus besitzt. Die Fragen 1.1 bis 9 liefern dann im Anschluss daran ein differenzierteres Bild der eigentlichen Erwerbssituation der Person.

Daten für das Konzept der ökonomischen Nachhaltigkeit wurden mittels der Fragegruppen 10, 25, 26 und 27 erhoben. Als zentral erschien hier der Aspekt einer zeitlich veränderten Auffassung: Aufgrund fehlender Längsschnittdaten über die ökonomische Situation der EinwohnerInnen musste diese per subjektiver Einschätzung der Veränderung über die letzten zwei Jahre befragt werden. Die Fragen zur Ausstattung der Haushalte mit verschiedenen Geräten beziehungsweise Gütern sollten Aufschluss über die Versorgung und den Wohlstand der Person liefern: Fließendes Wasser stellte sich als höchstes

Grundbedürfnis dar, weitere Güter, wie zum Beispiel der Besitz eines Fernsehgerätes oder Autos, wurden nach bestimmten Abstufungen als Luxusgüter gewertet.

Die soziale Dimension wurde in den Fragen 13, 22 und 28 bezüglich Infrastruktur, Bildung und Partizipation abgedeckt. Wichtig war hier der Aspekt der individuellen Erwartung an die Zukunft. Da Magdalena de Cao zur Zeit der Erhebung weniger touristisch frequentiert war wie Pisac, ergaben sich hier in der Reflexion auch deutlich differente Bilder. Die BewohnerInnen Pisacs können in diesem Punkt auf eine längere touristische Historie zurückblicken wie die BewohnerInnen von Magdalena de Cao. Hieraus resultieren demnach auch unterschiedliche Darstellungen der Einstellungen zum Tourismus und der Reflexion der vergangenen Veränderungen sowie über die Zukunftsprognosen, welche deutlich in den Daten sichtbar werden (Siehe hierzu genauer Kap.10.3 „Einstellungen zum Tourismus“).

Mittels der Fragen 14, 29, 30, 31 und 33 wurden die forschungsrelevanten Daten für das Konzept der kulturellen Nachhaltigkeit ermittelt. Der Fokus hierbei lag insbesondere auf traditioneller Musik und Kleidung, da sich in diesen veräußerten Symbolen, so die Annahme, ein Lebensstil manifestiert, der auch für außenstehende BetrachterInnen sichtbar wird.

Um für beide Dörfer ein differenziertes Bild bezüglich der Beurteilung von TouristInnen zu erhalten, wurden Fragen bezüglich der Sichtweise der TouristInnen aus der Perspektive der Interviewten zwischen den anderen Frageblöcken mit eingefügt. Vor allem Aspekte zum Kommunikationsverhalten, sowie Fragen nach dem „Wunsch“ nach Steigerung oder Reduzierung der touristischen Nutzung war hier von großem Interesse.

Weiters wurde mittels eigener Fragebatterien über das Besichtigungs- beziehungsweise Reiseverhalten der/des Interviewten versucht, den Fragebogen etwas aufzulockern und abwechslungsreicher zu gestalten, aber auch Aufschlüsse über die Mobilität der einzelnen Person zu gewinnen.

Den Abschluss des Fragebogens bildet ein demographischer Fragenblock bezüglich Geschlecht, Alter, Familienstand, Bildung etc.

9.2 STICHPROBE

9.2.1 MAGDALENA DE CAO

An der Studie in Magdalena de Cao, die von Dienstag, 27.01.2009 bis Freitag, 30.01.2009, durchgeführt wurde, nahmen n=53 Personen – 25 Männer und 28 Frauen über 15 Jahre – teil. Die Stichprobenziehung erfolgte nach einer systematischen Auswahl, welche sich hauptsächlich aufgrund von Opportunität (beispielsweise Antreffen auf der Straße, Bereitschaft zum Interview) zusammensetzte. Um eine möglichst repräsentative Stichprobe zu erhalten, wurde sowohl auf ein ausgeglichenes Verhältnis in Bezug auf Geschlecht und Alter von der Forschungsgruppe geachtet. Das mittlere Alter der Befragten lag bei 39,3 Jahren (SD=15,6), die Befragten waren zwischen 15 und 82 Jahre alt. 17 Befragte befanden sich in der Altersgruppe von 15 bis 29 Jahren, 23 Personen waren zwischen 30 und 49 Jahre alt, und 13 Personen waren über 50 Jahre alt.

Etwa 50 % der Befragten gaben an, einem Beruf mit direktem Tourismusbezug nachzugehen. Die Hälfte derer begann mit dieser Tätigkeit erst in den letzten zwei Jahren, was darauf schließen lässt, dass sich erst seit dem Fund der Mumie Seniora de Cao 2007 touristische Aktivität im Dorf entwickelte. 15 der insgesamt 53 Interviews wurden in Kunsthandwerkstätten durchgeführt, was dazu führte, dass diese Gruppe (und dadurch die im Tourismus Tätigen) im Forschungssample überrepräsentiert ist.

Jeweils 43,4 % der Personen gaben an, dass er/sie alleinstehend lebt oder verheiratet ist. In einer Partnerschaft lebten 9,4 %. 3,8 % waren geschieden oder verwitwet. 33 % der Personen gaben an, keine Kinder zu haben, 21 % der Personen hatten mehr als drei Kinder.

Die befragten Männer konnten höhere Bildungsniveaus als die befragten Frauen aufweisen: Während lediglich 8 % der Männer die Primaria als höchsten Abschluss angaben, lag dieser Wert bei den befragten Frauen bei 28 %. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei Betrachtung der höheren Ausbildungsniveaus: 36 % der Männer erreichten den Ausbildungsgrad „Superior“, jedoch nur 29 % der Frauen. Von Interesse war auch die Angabe, wie lange die interviewte Person bereits in Magdalena de Cao lebte: 54 % der Befragten gaben hier an, schon ihr gesamtes Leben in Magdalena zu wohnen. Im Durchschnitt

wohnten die interviewten Personen nur 9,8 Jahre ihres Lebens nicht in Magdalena (SD=15,6).

9.2.2 PISAC

An der Datenerhebung in Pisac, die zwischen dem 06.02.2009 und dem 15.02.2009 durchgeführt wurde, nahmen n=69 EinwohnerInnen des Ortes Pisac teil, wobei die Bevölkerung des Ortes in der Altersklasse ab 15 Jahren die forschungsrelevante Grundgesamtheit darstellte. Die Stichprobe wurde, wie in Magdalena de Cao, nach systematischen Kriterien gezogen. Es wurden 41 Männer und 28 Frauen befragt. Die Überrepräsentation der Männer ist durch ihre leichtere Ansprechbarkeit zu erklären.

Das mittlere Alter der interviewten Personen lag bei circa 35 Jahren (SD=14,08), die Altersspanne erstreckte sich von 15 bis 79 Jahre. 26 Personen befanden sich in der Altersgruppe von 15 bis 29 Jahren, 33 Personen in der Altersgruppe von 30 bis 49 Jahren und 10 Personen waren über 50 Jahre alt. 53 % der Befragten gaben an, schon ihr gesamtes Leben in Pisac zu wohnen, der Rest (47%) kann zur Gruppe der Zugezogenen gezählt werden. Diese Zahl kann unter anderem zur Untermauerung der These der ökonomisch motivierten Migration gesehen werden, welche unter anderem der Tourismus bedingt. Im Kap 12.1.1 „Konzentrierung und die wirtschaftlichen Auswirkungen“ wird auf diese These genauer eingegangen werden.

Der Großteil der Interviewten der Stichprobe aus Pisac (46 %) lebt alleinstehend. Jeweils etwa ein Viertel der Befragten gab an, in einer Partnerschaft zu leben oder verheiratet zu sein. Der Anteil der verwitweten Personen war mit 1 % sehr niedrig. 36 % der Interviewten waren kinderlos, circa 19 % der Personen hatten mehr als drei Kinder.

Ein Großteil der InterviewpartnerInnen, circa 50 %, gab als höchsten Bildungsabschluss Secundaria an, was, verglichen mit dem österreichischen Bildungssystem, einem etwas geringeren Niveau eines AHS (Allgemeinbildende Höhere Schule) Abschlusses entspricht. Im Dorf sind auch ein deutliches Bildungsgefälle und Unterschiede in den Ausbildungsniveaus zwischen Männern und Frauen festzustellen, wobei Männern ebenfalls eine höhere Ausbildung ermöglicht wurde. Dieses Gefälle wurde ebenfalls in Magdalena de Cao festgestellt.

Bei der Frage, ob ihre Arbeit direkt mit dem Tourismus zu tun habe, gaben 76 % der Befragten an, dass dieser Bezug bestünde. Männer waren etwas stärker bei den Tourismus-Berufen vertreten, was jedoch auch durch die ungleiche Geschlechtsverteilung zu erklären ist.

9.3 EINSTELLUNG ZUM TOURISMUS

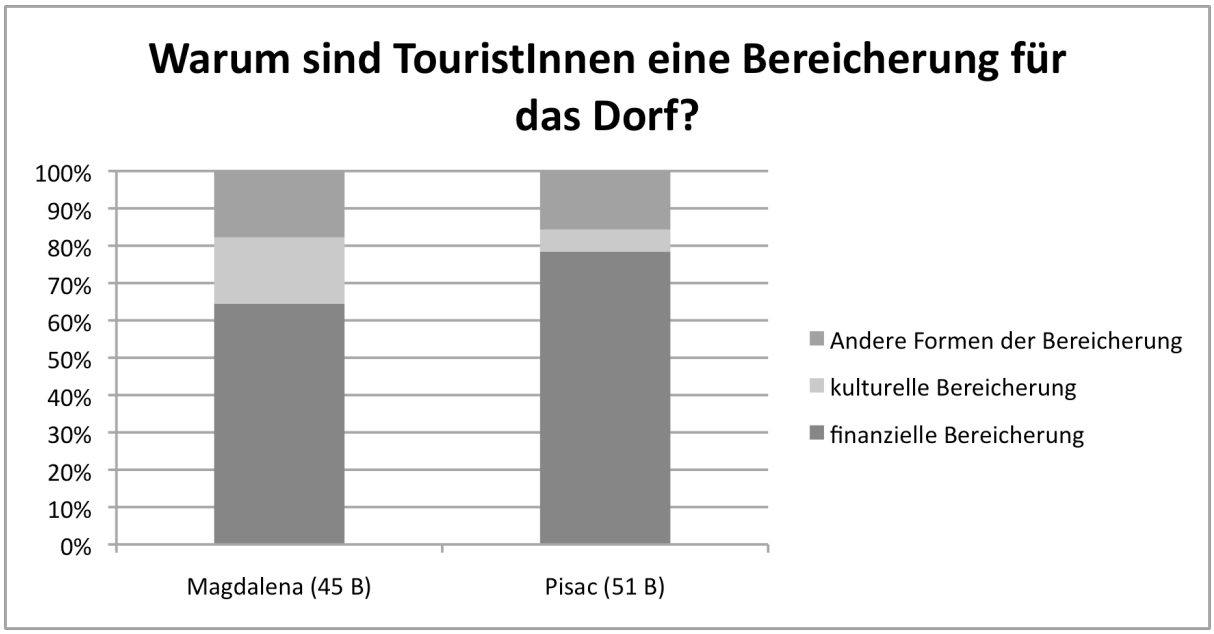
Eine der Grundvoraussetzungen für nachhaltigen Tourismus ist, dass ein großer Teil der Bevölkerung Vorteile in ihm sieht. Aus diesem Grund waren die persönlichen Überzeugungen der DorfbewohnerInnen für die ForscherInnen von besonderem Interesse.

Die generelle Einstellung zum Tourismus ist in beiden Orten sehr positiv. Sowohl in Magdalena de Cao als auch in Pisac antworteten etwa 81 % der Befragten auf die Frage „Sehen Sie den Tourismus eher als Bereicherung oder als Last für das Leben im Dorf?“, dass der Tourismus eine große Bereicherung für das Dorf sei.

Die Personen, die den Tourismus als Bereicherung sahen, wurden mittels einer offenen Fragestellung weiters befragt, weshalb sie den Tourismus positiv beurteilen. Die genannten Motive wurden dann als ökonomisch, kulturell oder als allgemein dem Fortschritt förderlich (z.B. „TouristInnen bringen Ideen“, “TouristInnen ermöglichen eine höhere Lebensqualität“) kodiert.

Die folgende Grafik zeigt, dass in beiden Orten Geld als Hauptmotiv für die positive Wahrnehmung des Tourismus gesehen wird.

Abbildung 4: Warum sind TouristInnen eine Bereicherung für das Dorf?



Quelle: Eigene Erhebung 2009, n=96, Magdalena: 45 Befragte, Pisac: 51 Befragte. Fragestellung: Sie sind der Meinung, TouristInnen sind eine Bereicherung für das Dorf. Warum sind TouristInnen eine Bereicherung?

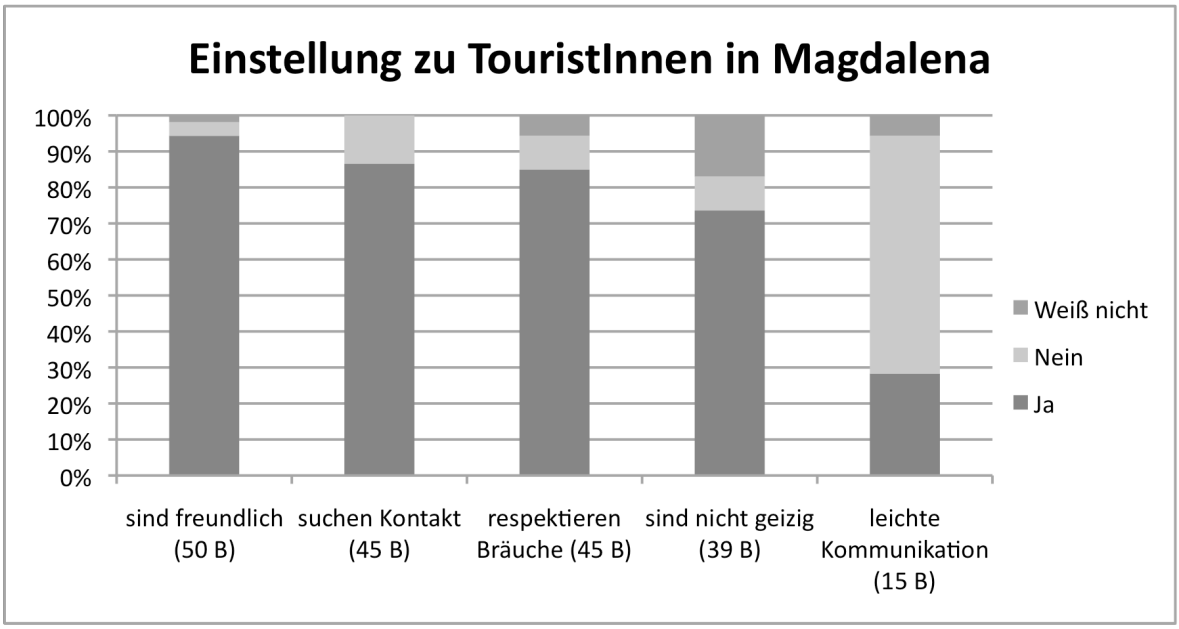
Interessant erscheint, dass in Magdalena, wo es aufgrund des erst entstehenden Tourismus weniger Erfahrung mit TouristInnen gibt, häufiger kulturelle Gründe und allgemeiner Fortschritt als Grund genannt wurden, während die EinwohnerInnen von Pisac noch stärker den ökonomischen Nutzen betonten. Demnach kann aus einem eher alltäglichen und langjährigen Kontakt mit TouristInnen, wie er im Falle des Dorfes Pisac vorliegt, geschlossen werden, dass hier der Fremdenverkehr nicht mehr allgemein als „Fortschrittsmotor" im Sinne einer kulturellen und sozialen Dimension gesehen wird, sondern dass sich als wichtigste positive Auswirkung der ökonomische Nutzen etabliert hat.

Doch nicht nur der Tourismus im Allgemeinen wurde positiv beurteilt, sondern auch die Fragen zur subjektiven Einstellung zu den TouristInnen als Personen an sich wurden großteils positiv beantwortet. So gaben etwa 89 % der Befragten in Magdalena de Cao und 77 % in Pisac an, eine gute Beziehung zu den BesucherInnen des jeweiligen Dorfes zu pflegen. An diesem Punkt müssen jedoch Verzerrungen aufgrund des Phänomens der sozialen Erwünschtheit beachtet werden. Da die InterviewerInnen, wie bereits erwähnt

wurde, oft mit TouristInnen gleichgesetzt wurden, vermieden die Interviewten bevorzugt negative Antworten.

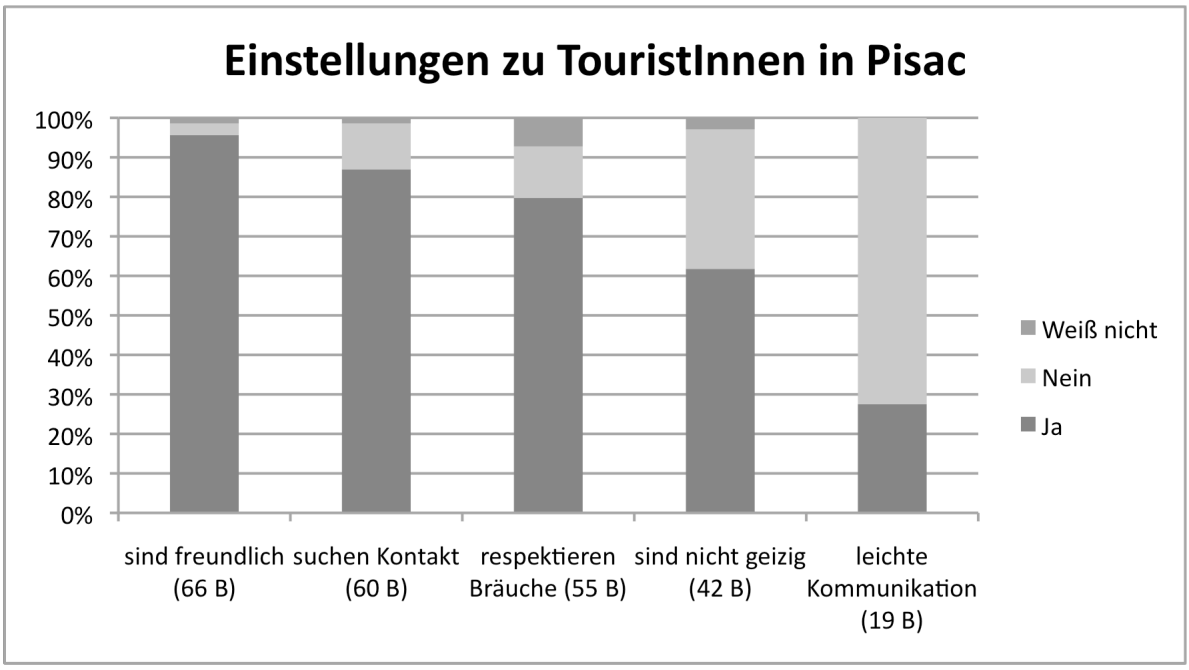
In der folgenden Grafik werden die Antworten auf die Items, „TouristInnen sind sehr freundlich zu den Leuten im Dorf“, „TouristInnen suchen Kontakt mit den Einheimischen“, „TouristInnen respektieren die Bräuche der PeruanerInnen nicht“, „TouristInnen sind geizig“ und „Es ist schwer mit den TouristInnen zu kommunizieren“, dargestellt. Sie sollen die positive Einstellung gegenüber den TouristInnen veranschaulichen. Für die Darstellung wurden negative Items umgepolt.

Abbildung 5: Einstellung zu TouristInnen in Magdalena



Quelle: Eigene Erhebung 2009, n=53, B: Anzahl der Nennungen Gesamt pro Kategorie

Abbildung 6: Einstellung zu TouristInnen in Pisac



Quelle: Eigene Erhebung 2009, n=69, B: Anzahl der Nennungen Gesamt pro Kategorie

Wie die beiden oberen Abbildungen zeigen, ergibt sich kein großer Unterschied im Bezug auf die Einstellungen gegenüber TouristInnen zwischen dem stark vom Tourismus geprägten Pisac und dem eher schwächer touristisch frequentierten Magdalena. So gaben in beiden Orten jeweils circa 95 % der Befragten an, dass die TouristInnen sehr freundlich im Umgang mit der einheimischen Bevölkerung seien. Allerdings wird angemerkt, dass es sich eher schwierig gestaltet, mit den TouristInnen selbst zu kommunizieren (in Magdalena de Cao von 66 %, in Pisac von 72 %), was wohl einerseits an den schlechten Spanischkenntnissen der BesucherInnen (leider liegen hierzu keine Daten vor) beziehungsweise andererseits an den schlechten Fremdsprachenkenntnissen der einheimischen Bevölkerung liegt. So gaben in Magdalena de Cao nur 17 % an, Englisch zu sprechen, in Pisac waren es 18 %. Der Umstand, dass in Pisac größere Schwierigkeiten bestehen, mit den TouristInnen zu kommunizieren, lässt sich vor allem dadurch erklären, dass Magdalena de Cao von einem größeren Anteil einheimischer UrlauberInnen besucht wird.

Auffällig ist auch, dass in Pisac 35 % der Befragten die TouristInnen als geizig bezeichnen, während in Magdalena de Cao, wo ein sehr positives Bild von TouristInnen vorherrscht, nur 9 % diese Einstellung teilen. Hierbei sei natürlich angemerkt, dass ein erhöhtes Aufkommen an finanziellen Transferzahlungen zwischen Einheimischen und

TouristInnen aufgrund des Marktes im Dorf Pisac als im kleineren Magdalena festzustellen ist und es demnach auch hier mehr (negative) Erfahrungen im Bezug auf das Verhalten von TouristInnen mit Geld gibt.

9.4 AUSWIRKUNG DES TOURISMUS AUF DIE SOZIALE SITUATION VOR ORT

Nachhaltiger Tourismus sollte der gesamten Bevölkerung Vorteile bringen. Er sollte Mitbestimmung lokaler AkteurInnen ermöglichen, eine Basis für höhere Bildung darstellen und nicht zu neuen sozialen Spannungen führen (vgl. Kap 7). Im folgenden Teil werden Ergebnisse in Bezug auf das Konzept der sozialen Nachhaltigkeit im Tourismus vorgestellt.

9.4.1 SOZIALE SPANNUNGEN

Sowohl in Pisac wie auch in Magdalena gaben die Interviewten an, dass der Tourismus die soziale Situation im Ort nicht verschlechtert hat. Im stärker touristisch geprägten Pisac antwortete jedoch ein größerer Anteil der Personen (etwa 27 %) auf die Frage „Hat sich die soziale Situation im Dorf verschlechtert?“, mit „ja“, im Gegensatz zu Magdalena, wo nur etwa 8 % der Leute dies bestätigten.

Dieser Umstand lässt sich durchaus wiederum mit der längeren Tradition des Tourismus in Pisac erklären (vgl. hierzu auch genauer Kap. 11.2.4). Die erst beginnende Tourismusentwicklung in Magdalena de Cao ist noch nicht stark genug, um die soziale Situation im Dorf einschneidend zu verändern.

9.4.2 PARTIZIPATION

Es wird davon ausgegangen, dass die Möglichkeit besteht, an für die touristische Zukunft des Dorfes relevanten Entscheidungen teilzuhaben (in beiden Orten bejahten etwa 80 % die Frage „Haben Sie die Möglichkeit, an wichtigen Entscheidungen bezüglich des Tourismus im Dorf mitbestimmen zu können?“). Allerdings entstand der Eindruck, dass hier

eher von top-down-Entscheidungen ausgegangen werden muss, was sich auch in den qualitativen Interviews deutlich bestätigte. Aus Genderperspektive ist auffällig, dass sich Frauen weniger in den Entscheidungsprozess involviert fühlen (84 % der Männer zu 72 % der Frauen). Als weiterer wichtiger Indikator für Mitbestimmung von unten gilt der Organisationsgrad der Bevölkerung. In beiden Orten ist etwa die Hälfte der interviewten Personen in einer Organisation tätig, der Großteil davon in Kunsthandwerksorganisationen. In Magdalena de Cao wurde eine solche von der in Trujillo ansässigen NGO namens MINKA gegründet. Die Kunsthandwerksvereinigung in Pisac versucht vermehrt, wie sich in unseren qualitativen Interviews zeigte, an touristischen Entscheidungsprozessen teilzuhaben. Außerhalb des Kunsthandwerkssektors wurden nur wenige weitere Organisationen genannt, in denen sich die BewohnerInnen der Dörfer organisieren, darunter etwa der Verein der Mütter, katholische Verbände, Sportvereine oder mit der Arbeit in Verbindung stehende Organisationen, die alle eher weniger Einfluss auf Entscheidungen im Tourismusbereich zu haben scheinen.

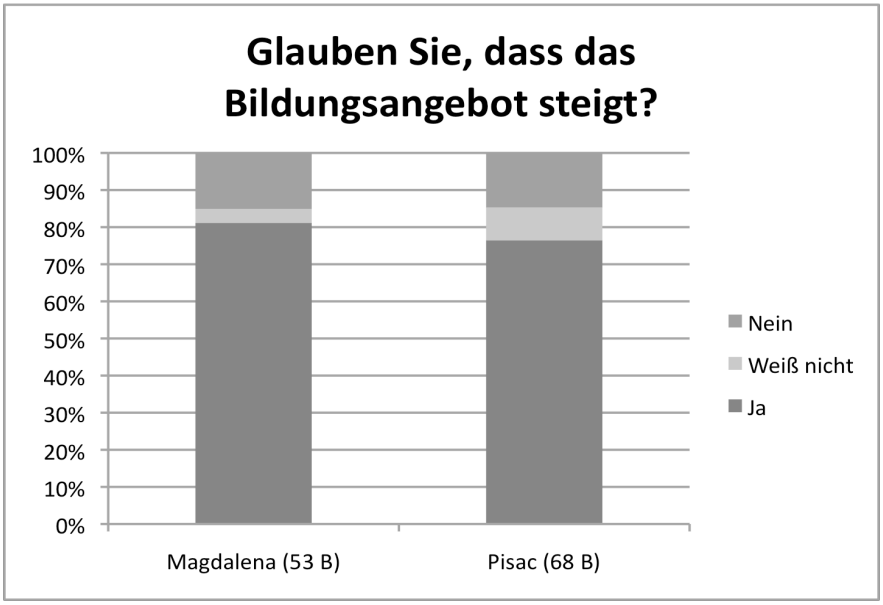
9.4.3 TOURISMUS UND BILDUNG

Vom großen Interesse, vor allem für eine soziale Ebene der Nachhaltigkeit, ist die Frage, ob der Tourismus zu einem erhöhten Bildungsangebot führt, da im Bereich des Tourismus gut ausgebildete Arbeitskräfte mit Fremdsprachenkenntnissen benötigt werden.

Eine vorläufige Hypothese war, dass der Tourismus eine Änderung der Bildungsstruktur bewirkt, da viele neue Berufe entstehen, für die Bildung und Fremdsprachenkenntnisse erforderlich sind. Die Erhebungen ergaben, dass es kaum Auswirkungen auf die Bildung hat, ob eine Person im Tourismus tätig ist oder nicht. Es gibt somit sowohl für gut ausgebildete Personen (z.B. TouristInnenguide mit Englischkenntnissen), als auch für weniger ausgebildete Personen (z.B. StandverkäuferInnen) Arbeitsplätze im Tourismus (als Gradmesser für die Bildung diente der höchste Schulabschluss der Befragten.) Der Großteil der im Tourismus Tätigen arbeitet im Kunsthandwerk, weshalb darauf ein spezielles Augenmerk gelegt wurde.

Für die Zukunft wird jedoch eine Verbesserung der Bildungssituation aufgrund des Tourismus erwartet. Die folgende Grafik zeigt die Antworten auf die Frage „Glauben Sie, dass das Bildungsangebot in Zukunft durch den Tourismus steigt?“.

Abbildung 7: Glauben Sie, dass das Bildungsangebot steigt?

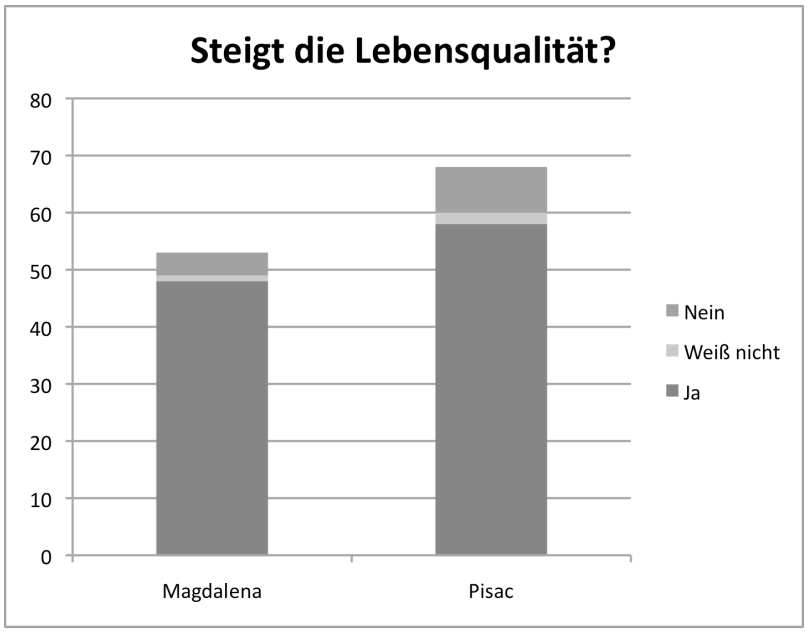


Quelle: Eigene Erhebung 2009, n=121, Magdalena: 53 Befragte, Pisac: 68 Befragte. Fragestellung: Glauben Sie, dass das Bildungsangebot in Zukunft durch den Tourismus steigt?

Sowohl in Pisac als auch in Magdalena gehen etwa 80 % der Befragten davon aus, dass das Bildungsangebot durch den Tourismus zukünftig steigen wird. Damit einhergehend wird auch ein allgemein positiver Effekt auf die Zukunftsperspektive der Jugendlichen prognostiziert. In Magdalena de Cao glauben etwa 92 %, in Pisac etwa 90 % der Interviewten, dass sich die Zukunftsaussichten der nächsten Generation gegenüber ihren eigenen verbessern wird.

Dass der Blick in die Zukunft in beiden Orten sehr optimistisch ist, zeigt sich auch im Antwortverhalten auf die Frage „Glauben Sie, dass die Lebensqualität in Zukunft durch den Tourismus steigt?“.

Abbildung 8: Steigt die Lebensqualität?



Quelle: Eigene Erhebung 2009, n=121, Magdalena: 53 Befragte, Pisac: 68 Befragte. Fragestellung: Glauben Sie, dass die Lebensqualität in Zukunft durch den Tourismus steigt?

Sowohl in Magdalena als auch in Pisac gehen über 85 % der Befragten von einer Steigerung der Lebensqualität aus. Die EinwohnerInnen glauben, dass der Tourismus das Leben im Dorf verbessern wird, obwohl er bisher neben positiven Effekten sowohl die Konkurrenz als auch soziale Spannungen verschärft hat. Im Folgenden soll deshalb explizit auf die Auswirkungen eingegangen werden.

9.5 AUSWIRKUNG DES TOURISMUS AUF DIE KULTUR

Der Tourismus beeinflusst nicht nur die soziale Struktur, sondern auch kulturelle Aspekte des Lebens der Einheimischen. Einerseits kann es zur Inszenierung der eigenen Kultur entsprechend der Interessen der UrlauberInnen kommen (vgl. Freyer 1996), andererseits zu einer Veränderung des Verhaltens durch den Einfluss der ausländischen TouristInnen (vgl. Dworschak 1994).

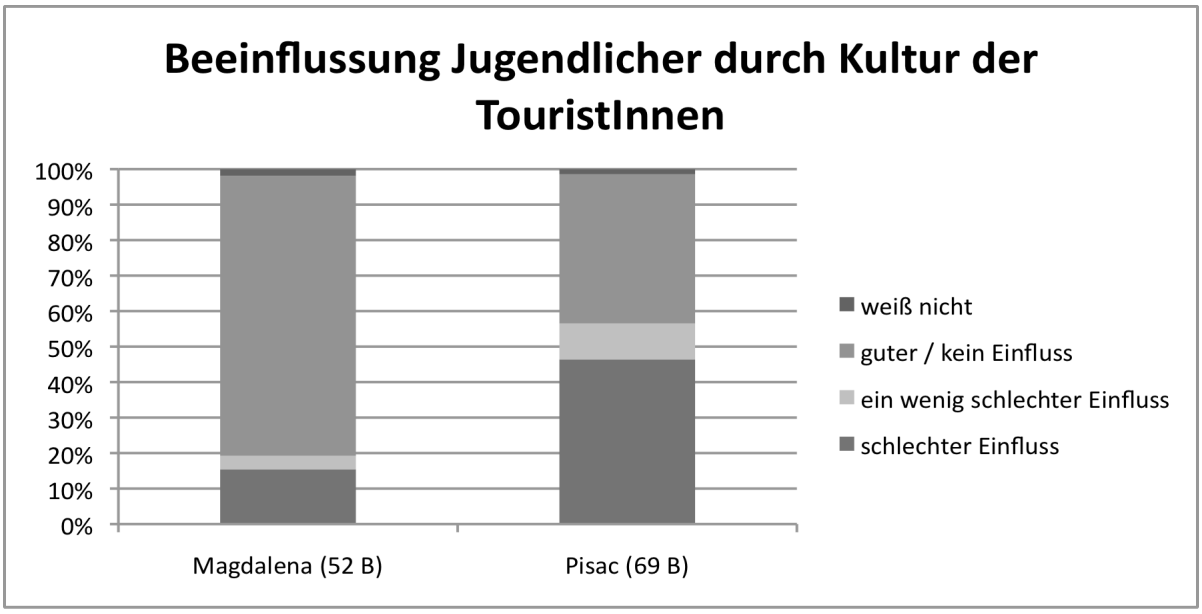
Die eigene Kultur wird als sehr bedeutend eingestuft, in beiden Orten gaben etwa 95 % der Befragten an, dass die Traditionen des Dorfes wichtig seien. Davon zeugen jährlich veranstaltete traditionelle Feste. Allerdings unterscheiden sich die beiden Orte kulturell stark. Das an der Küste liegende Magdalena de Cao ist eher kolonialzeitlich geprägt, hier

kommt es jedoch durch den Tourismus tendenziell zu einer Rückbesinnung auf die alten Hochkulturen, wie etwa die Anstriche der TouristInnenrestaurants mit Moche-Motiven zeigen. In Pisac sind die indigenen Wurzeln der Bevölkerung noch präsent; Quechua wird mindestens ebenso häufig gesprochen wie Spanisch (97 % der Interviewten gaben an, neben Spanisch auch Quechua zu sprechen), und traditionelle Kleidung ist allgegenwärtig (65 % der Befragten besitzen traditionelles Gewand).

Auch die gelebte Alltagskultur verändert sich durch den Einfluss von außen. Dies zeigt sich besonders bei den Jugendlichen im Dorf.

Folgende Grafik zeigt das Antwortverhältnis der beiden Dörfer auf die Behauptung: „Der Tourismus und seine fremde Kultur haben schlechten Einfluss auf die jungen DorfbewohnerInnen".

Abbildung 9: Beeinflussung Jugendlicher durch Kultur der TouristInnen

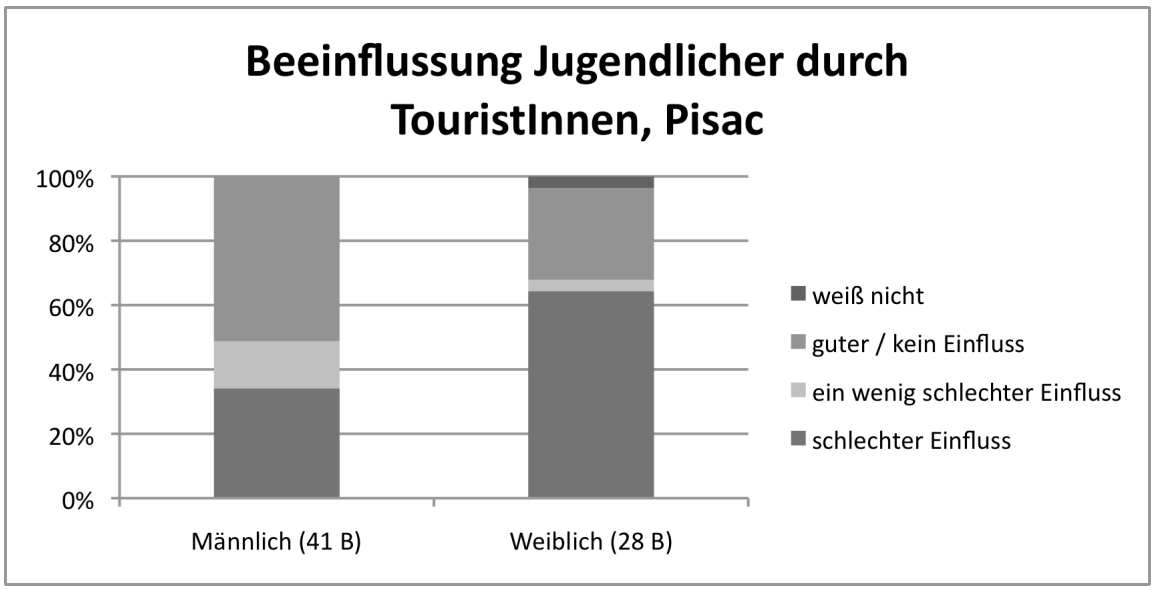


Quelle: Eigene Erhebung 2009, n=121, Magdalena: 52 Befragte, Pisac: 69 Befragte. Fragestellung: Der Tourismus und seine fremde Kultur haben schlechten Einfluss auf die jungen DorfbewohnerInnen.

Auffällig ist vor allem der große Unterschied zwischen den beiden Dörfern. In Magdalena de Cao geben nur knapp 20 % der Befragten an, dass der Tourismus einen negativen Einfluss auf die Jugendlichen ausübt. In Pisac hingegen stimmen mehr als 50 % der Befragten dieser Aussage zu. Dies mag sowohl an der längeren Tradition als auch an der erhöhten Intensität im Gegensatz zu Magdalena liegen. Interessanterweise gibt es hin-

sichtlich der Sorge um die Jugend in Pisac zusätzlich einen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern, wie die folgende Grafik zeigt.

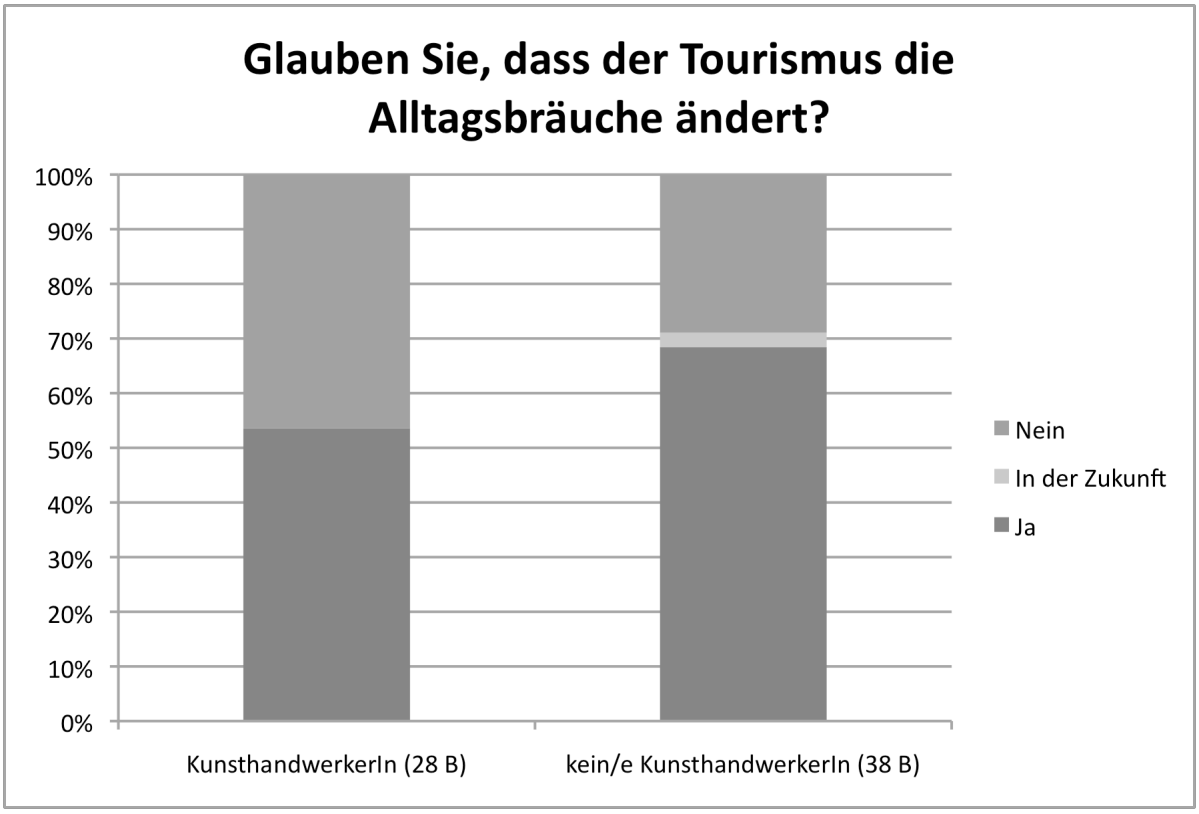
Abbildung 10: Beeinflussung Jugendlicher durch TouristInnen, Pisac



Quelle: Eigene Erhebung 2009, n=69, 41 männliche Befragte, 28 weibliche Befragte in Pisac. Fragestellung: Der Tourismus und seine fremde Kultur haben einen schlechten Einfluss auf die jungen DorfbewohnerInnen.

Mehr als 60 % der Frauen in Pisac glauben, dass TouristInnen die Jugendlichen negativ beeinflussen, wohingegen nur 36 % der Männer dem zustimmen. Familie und die Verantwortung für die Jugend scheint in Frauenhand zu sein. Die Männer des Dorfes sorgen sich eher weniger um die Jugendlichen. Der Einfluss des Tourismus ist aber auch in Alltagsbräuchen festzustellen. In Magdalena bestätigen dies 62 % der Befragten, in Pisac 65 %. In Pisac gibt es dabei einen starken Unterschied zwischen KunsthandwerkerInnen und Beschäftigten in anderen Berufen.

Abbildung 11: Glauben Sie, dass der Tourismus die Alltagsbräuche ändert?



Quelle: Eigene Erhebung 2009, n=66, KunsthandwerkerInnen: 28 Befragte, keine KunsthandwerkerInnen: 38 Befragte in Pisac. Fragestellung: Glauben Sie, dass der Tourismus die Alltagsbräuche ändert?

Die KunsthandwerkerInnen glauben nur zu 54 %, dass sich die Alltagsbräuche aufgrund des Tourismus verändert haben, Beschäftigte in anderen Sektoren zu beinahe 70 %.

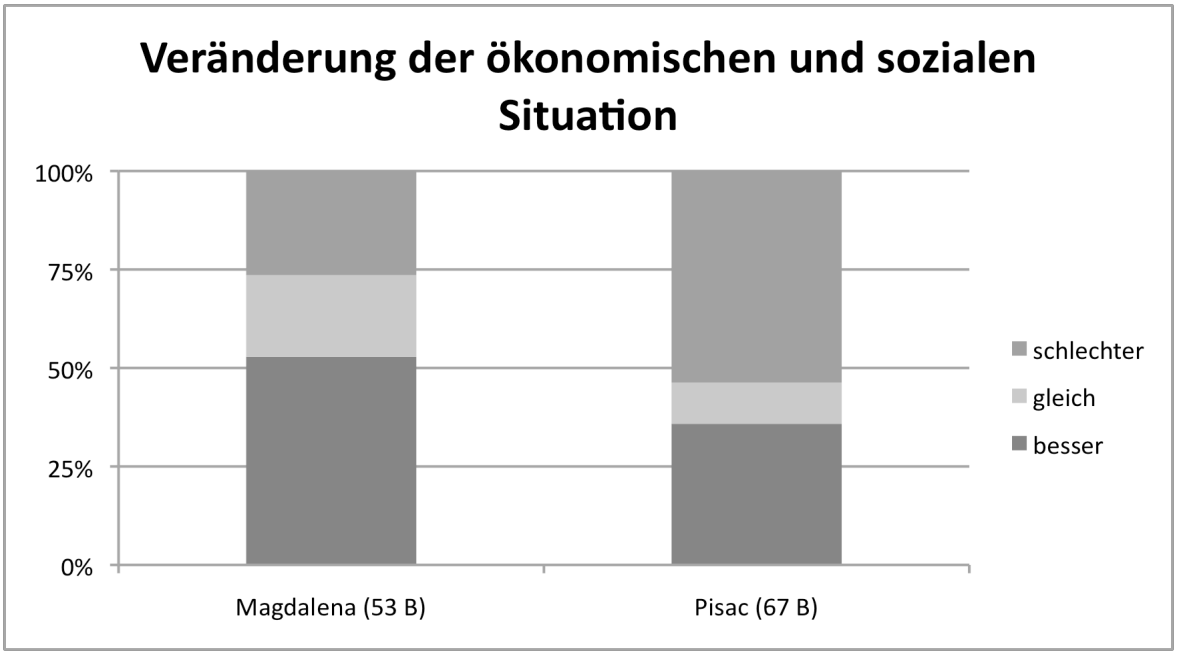
Der Kulturbegriff ist in beiden Dörfern stark mit den alten Hochkulturen verbunden. Unter der eigenen Kultur wird zum großen Teil das verstanden, was die Moche (in Magdalena de Cao) und die Inka (in Pisac) hinterlassen haben. Daher wird in beiden Orten davon ausgegangen, dass die eigene Kultur vom Kunsthandwerk, welches sich stark auf diese präkolumbischen Kulturen bezieht, repräsentiert wird (Magdalena circa 90 %, Pisac 96 %).

9.6 TOURISMUS UND ÖKONOMIE

Ebenfalls war die Frage, ob und wie die EinwohnerInnen der untersuchten Dörfer vom Tourismus ökonomisch profitieren, für das Forschungsteam von herausragendem Interesse, da ja auch das Konzept der Nachhaltigkeit auf ein ökonomisches Level abzielt. Primär wurde erhoben, wie die Befragten die Veränderung der ökonomischen Situation unter dem Einfluss des Tourismus in der Vergangenheit und in der Zukunft beurteilen. Bei der Erhebung wurde ebenfalls unterschieden, ob die Befragten im Tourismus tätig sind oder nicht. Dieser Teil der Befragung, welcher sich primär auf die ökonomischen Gesichtspunkte des Tourismus bezog, zielte unter anderem darauf ab, eine Einschätzung zu erhalten, ob der Profit des Tourismus allen Teilen der Bevölkerung der einzelnen Dörfer zukommt, oder ob große nationale oder internationale Unternehmen beziehungsweise Organisationen den Profit für sich in Anspruch nehmen.

Um eine Einschätzung zu erhalten, wie die BewohnerInnen die aktuelle ökonomische und soziale Situation des Dorfes beurteilen, wurde die Frage gestellt, ob es den EinwohnerInnen ökonomisch und sozial besser oder schlechter als vor zwei Jahren gehe.

Abbildung 12: Veränderung der ökonomischen und sozialen Situation



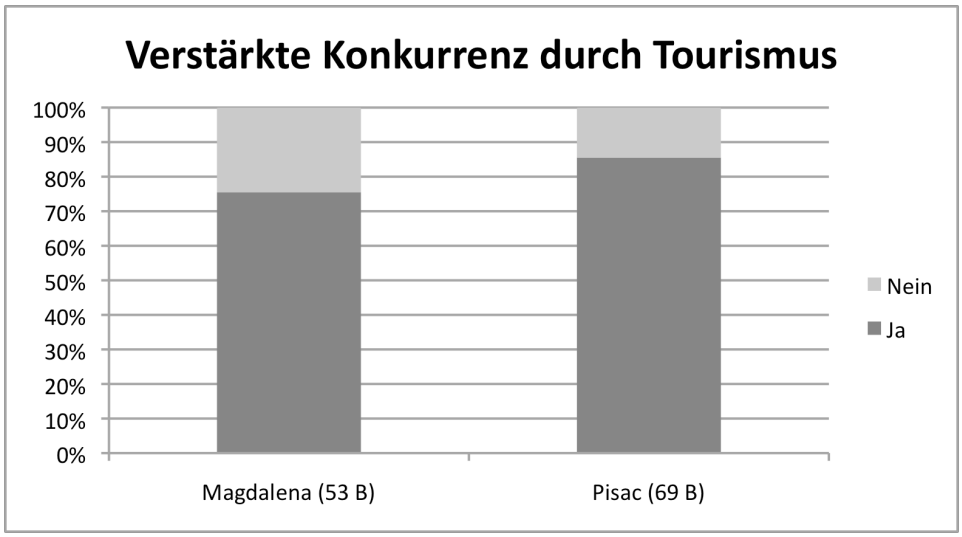
Quelle: Eigene Erhebung 2009, n=122, Magdalena: 53 Befragte, Pisac: 67 Befragte. Fragestellung: Geht es den EinwohnerInnen ökonomisch und sozial besser oder schlechter als vor zwei Jahren?

Mehr als die Hälfte der Befragten in Magdalena gaben an, dass sich die ökonomische Situation der EinwohnerInnen des Dorfes in den letzen zwei Jahren verbessert habe. In Pisac hingegen berichtete die Mehrheit der Befragten (54 %), es gehe den EinwohnerInnen schlechter. Dazu ist anzumerken, dass in Pisac im Jahr 2008 als Folge der internationalen Finanz- und Wirtschaftskrise weniger Touristenankünfte verzeichnet wurden. Es gab einen spürbaren Rückgang des Tourismus. In Pisac zeigt sich demnach die stärkere Abhängigkeit vom Tourismus und seinen globalen Schwankungen. Im Vergleich dazu sind in Magdalena weniger Personen in diesem Sektor beschäftigt. So ist hier die Veränderung der wirtschaftlichen Krise auch weniger stark bemerkbar.

9.6.1 TOURISMUS UND KONKURRENZ

Ausgehend von der Hypothese, dass sich durch steigenden Tourismus die Konkurrenz unter den DorfbewohnerInnen erhöht, wurde gefragt, ob dies der Fall sei. Wie vor allem die qualitativen Ergebnisse in Pisac zeigen, gibt es dort auf dem Marktplatz einen sehr hohen Wettbewerb unter den einzelnen KunsthandwerkerInnen und VerkäuferInnen. Aber auch in Magdalena, wo dies aus den qualitativen Daten nicht so stark hervorgeht, gaben 78 % der Befragten an, dass der Tourismus die Konkurrenz zwischen den DorfbewohnerInnen erhöht habe. In Pisac bestätigten 86 % der Befragten eine Erhöhung der Konkurrenz.

Abbildung 13: Verstärkte Konkurrenz durch Tourismus

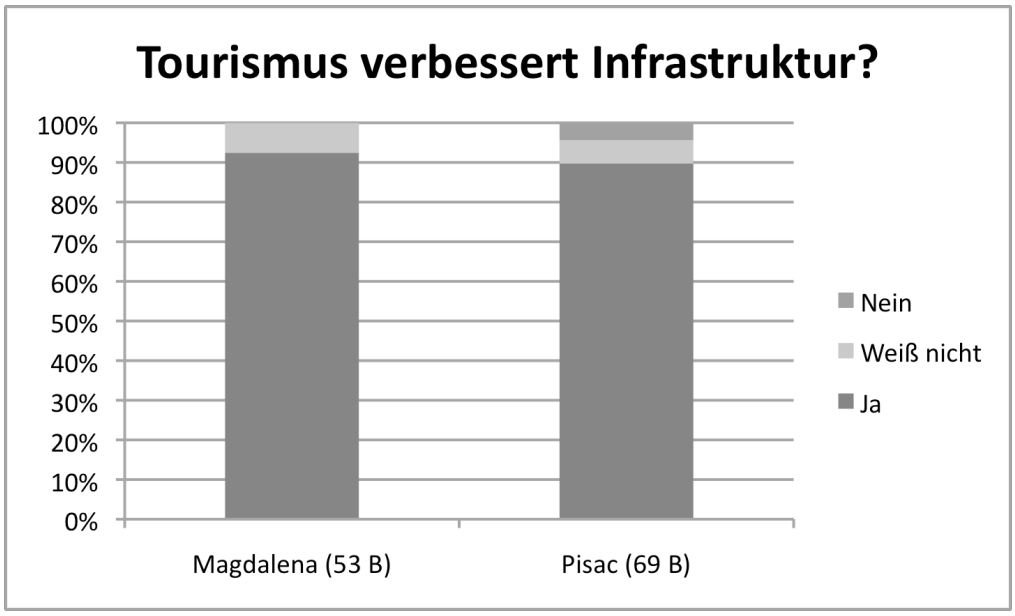


Quelle: Eigene Erhebung 2009, n=122, Magdalena: 53 Befragte, Pisac: 69 Befragte. Fragestellung: Glauben Sie, dass der Tourismus die Konkurrenz zwischen den DorfbewohnerInnen erhöht hat?

9.6.2 VERBESSERUNG DER INFRASTRUKTUR

Eine weitere Vorannahme, mit der die ForscherInnen ins Feld gingen, war, dass nachhaltiger Tourismus die Infrastruktur für die gesamte Bevölkerung verbessert. Dies wurde mit folgender Fragestellung zu erheben versucht: „Glauben Sie, dass sich die Infrastruktur in der Zukunft durch den Tourismus verbessert?“.

Abbildung 14: Tourismus verbessert Infrastruktur?



Quelle: Eigene Erhebung 2009, n=122, Magdalena: 53 Befragte, Pisac: 69 Befragte. Fragestellung: Glauben Sie, dass sich die Infrastruktur in der Zukunft durch den Tourismus verbessert?

Der Großteil der Befragten meinte, dass sich die Infrastruktur in Zukunft durch den Tourismus verbessern werde (Magdalena 92 %, Pisac 90 %). Nur wenige der Befragten in Pisac gaben an, dass sich die Infrastruktur nicht verbessern werde. In Magdalena hofft die Bevölkerung darauf, dass nach der Eröffnung des Museums „El Brujo“ im Frühjahr 2009 die Ortschaft über eine neue Straßenverbindung an die Panamericana angeschlossen und so durch eine bessere Zufahrtsmöglichkeit der Tourismus belebt wird.

In Pisac wird hingegen eine Verlegung des Marktgebietes aus dem Dorfzentrum diskutiert. Derzeit ist die sozialräumliche Nutzung des Dorfzentrums für die DorfbewohnerInnen selbst stark eingeschränkt, da der Markt den Raum fast rund um die Uhr dominiert. Trotz dieser infrastrukturellen Einschränkung werden insgesamt positive Entwicklungen der Infrastruktur durch den Tourismus erwartet.

Soweit soll ein Überblick über die Ergebnisse aus der quantitativen Erhebung reichen. Wie schon erwähnt wurde, war ebenfalls eine qualitative Erhebung Teil des Forschungsvorganges. Im Folgenden sollen Ergebnisse daraus präsentiert werden und in Verbindung mit dem quantitativen Teil dann schließlich in einer Erarbeitung möglicher Indikatoren münden. Zuerst scheint aber eine genaue deskriptive Beschreibung der beiden Dörfer aus einer qualitativen Sichtweise unumgänglich.

10. QUALITATIVE ERHEBUNG

Die folgende deskriptive Beschreibung der beiden Dörfer wird in enger Verbindung zum Tourismus erfolgen. Die in Klammer stehenden Quellenangaben beziehen sich auf die aus den qualitativen Interviews erarbeiteten Codes[3]. Aus Gründen der Anonymität der einzelnen Angaben wird auf direkte Personenverweise verzichtet.

10.1 MAGDALENA DE CAO

Magdalena de Cao ist ein von Zuckerrohrplantagen umgebenes Dorf, welches circa 60 km nördlich der Großstadt Trujillo liegt. Da ein Großteil der Bevölkerung im Zuckerrohranbau tätig ist (i7-03), kann die Zuckerindustrie in diesem Dorf als Haupteinnahmequelle für die Bevölkerung angesehen werden. Neben dieser Haupteinnahmequelle gibt es noch einige FischerInnen im Dorf, die am fünf Kilometer entfernt gelegenen Meer Fischfang betreiben. Seit ca. zwei Jahren kommen, nach dem Fund und dem Medienrummel (i6-44) um die „Señora de Cao", vermehrt TouristInnen in den Ort (i7-09). So entstanden in den letzten Jahren nicht nur touristische Restaurants (i7-32), sondern auch ein Kunsthandwerksbereich (i7-13), der ebenfalls zu den Einnahmequellen im Dorf zu zählen ist (i6-37/i6-40). Wie oben schon angemerkt wurde ist die touristische Struktur im Dorf aber noch im Aufbau und kann daher nicht mit dem touristisch stark frequentierten Pisac verglichen werden.

Die Konzentration auf den Zuckerrohranbau in Magdalena hat einen großen Einfluss auf die soziale Struktur und somit auch auf die soziale Organisation im Dorf. Es kann hier eher von einer dörflich-agrarisch geprägten Struktur gesprochen werden, die in diesem Zuge auch spezifische Auswirkungen auf die Entwicklungen bezüglich des Tourismus hat, wie im Folgenden dargestellt werden soll.

[3] Die einzelnen Codes wurden vom Forschungsteam im Sinne einer empiriegestützten Theoriegenerierung der Grounded Theory nach Strauss und Corbin aus den qualitativen Interviews erarbeitet (vgl. Strauss/ Corbin 1996).

10.1.1 DÖRFLICH - AGRARISCH - INNENZENTRIERT

Die Zuckerrohrplantagen werden von GroßgrundbesitzerInnen in Form einer Zentralverwaltung organisiert. Diese stark ausgebaute Zentralverwaltung lässt vermuten, dass die Selbstorganisation der DorfbewohnerInnen in Bezug auf den Aufbau und die Organisation gewerblicher und ökonomischer Strukturen eher eingeschränkt wird (i4-28). So fehlt es deutlich an Initiative und Tatkraft für eine selbstständige und von den DorfbewohnerInnen ausgehende Gestaltung des Aufbaus touristischer Rahmenbedingungen, wie Hotels, Restaurants, Kunsthandwerk, etc. (i4-29).

Ausschlaggebend für das Entstehen einer ausgeglichenen touristischen Infrastruktur auch im Sinne der Nachhaltigkeit ist aber die Einbindung und die Partizipation der gesamten Bevölkerung (vgl. Hein 2009: 79). Hierfür ist aber wiederum eine Initiative für eine selbstständige Organisation von Nöten (vgl. Biesecker 1996: 16), welche im Dorf jedoch eher gering ausgeprägt oder schlichtweg unauffindbar ist (i4-28). Es fehlt den DorfbewohnerInnen unter anderem an „Know-how“ und Bildung, um ein selbstorganisiertes Tourismusmanagement entstehen zu lassen (i5-46).

Aufgrund dieser dörflich-agrarischen Formation kann auch ein innenzentrierter Fokus verortet werden, der bislang das Dorf geprägt hat. Von außen ist wenig Einfluss bemerkbar. Es gibt zum Beispiel keine PendlerInnen im Dorf. Diejenigen, die im Dorf arbeiten, leben dort auch und umgekehrt (i6-55). Eine Einschränkung des steten Austausches mit der Umwelt außerhalb des Dorfes liegt demnach auch an der fehlenden, geteerten Straße ins Dorf und nach „El Brujo“, was auch an der geringen Zahl von AutobesitzerInnen liegen mag (i7-29).

Diese Innenzentriertheit, die aber keineswegs als Abschottung, sondern in diesem Falle eher als Orientierung der EinwohnerInnen alleinig an ihren eigenen Bedürfnissen und Selbstverständlichkeiten verstanden werden darf, manifestiert sich im Dorf an eher kleinen Dingen. So wird zum Bespiel im gesamten Dorf auf eine Beschilderung verzichtet. (i5-19). Weder gibt es Wegweiser zu den Restaurants noch zu Kunsthandwerksläden oder zu sonstigen kleineren Geschäften. Dies macht es für Ortsfremde schwer, sich zu orientieren. Ohne Beschilderung ist es oft schwer, die Geschäfte auch als solche auszumachen (i5-19), da keine Hinweise die Gewerbefläche von außen kennzeichnen. Der Weg nach „El Brujo“ ist nur rudimentär an einer Stelle des Dorfes vermerkt. Ein Dorfplan

oder eine kurze Beschreibung zum Dorf sind ebenfalls nicht erhältlich. Von der Gemeinde werden keine touristischen Informationen oder Dorfpläne für Magdalena de Cao zur Verfügung gestellt. Die fehlende Beschilderung, ein Vor-Indikator für die Innenzentriertheit, zeigt ein fehlendes Bewusstsein der DorfbewohnerInnen für Personen von außerhalb an. Demnach dürfte es den BewohnerInnen nicht klar sein, dass BesucherInnen keine Kenntnisse vom räumlichen Aufbau Magdalena de Cao`s haben und daher eine Beschilderung benötigen, um sich im Dorf auch zurechtzufinden. Neben der dörflich-agrarischen Struktur ist daher auch zu einem gewissen Grad die Innenzentriertheit als Faktor für die fehlenden Organisationsformen im Dorf zu nennen, da schlichtweg ein Blick von außen nicht vorhanden ist, um festzustellen, welche Veränderungen oder Erneuerungen wirklich fehlen (i7-39).

10.1.2 FEHLENDE ORGANISATIONSFORMEN

Wie oben schon erwähnt, gibt es in Magdalena de Cao wenig Initiativen für einen selbstständigen Aufbau touristischer Strukturen (i4-28). Dies mag einerseits an der geringen Übernahme von Verantwortung im Tourismus liegen (i4-29), anderseits gibt es ebenfalls wenige Anstrengungen von Seiten der Gemeinde oder dem Bürgermeister, diesem Phänomen entgegenzuwirken oder weitere Unterstützungen hierfür zu liefern (i4-27).

Neben dem Bau der Straße gibt es keine konkreten Projekte von Seiten des Bürgermeisteramtes, infrastrukturelle Veränderungen in Bezug auf den Tourismus zu schaffen (i7-114).

Ein weiterer Punkt der fehlenden Organisationsstruktur ist die mangelnde Einbindung oder Kooperation der Gemeinde mit dem Projekt „El Brujo“ um die Foundation Wiese[4] und dem INC, dem peruanischen Tourismusverband, welche auch aufgrund von Versäumnissen früherer administrativer Gegebenheiten nicht vorhanden zu sein scheint (i7-06). Die Defizite, die sich aus der Kombination von Bildungs- (i5-46) und Erfahrungsrückstand (i4-28) der Bevölkerung in Bezug auf den Tourismus bilden, werden vor allem durch ExpertInnen von außen versucht zu kompensieren (i7-116). Direkter, externer Hilfe wird so auch große Bedeutung innerhalb der Gemeinde zugestanden.

[4] Die Ausgrabung rund um El Brujo wird seit ca. 20 Jahren von der Foundation Wiese geleitet, die zum Dorf selbst keine direkte Organisationsverbindung aufweist.

In diesem Zuge ist im Dorf die NGO „MINKA“ zu finden, deren Hauptaugenmerk vor allem auf der Netzwerkbildung im Kunsthandwerk legt (i6-01). Demzufolge wurde im Dorf bereits ein Kunsthandwerksgeschäft geschaffen (i6-11), welches eigene Organisationsformen in Bezug auf Arbeitsorganisation, Zeitmanagement (i6-12) und Einkommenssicherung bei gesundheitlichem Ausfall (i6-15) gebildet hat. Einige der KunsthandwerkerInnen leben von den Einkünften ihrer produzierten Güter (i6-37).

Die Suche von Seiten der Gemeinde nach einem/r TourismusmanagerIn oder einer dafür zuständigen NGO blieb bis jetzt erfolglos (i4-34). Die Hauptaufgabe dieses/r zentralen Tourismusbeauftragten wäre Aufklärungs- und Bildungsarbeit in der Bevölkerung (i7-31) und weiters eine Verbesserung der infrastrukturellen Gegebenheiten im Bezug auf den Tourismus voranzutreiben.

Die Defizite der touristischen Infrastruktur (i5-32) lassen sich unter anderem auf fehlende Organisationsformen und fehlendes „Know-how“ zurückführen. Die Restaurants genügen zum Beispiel nicht den touristischen Ansprüchen. Es lassen sich im Lokal keine Menükarten finden, die Auswahl an Gerichten ist sehr beschränkt. Keines der ortsansässigen Restaurants ist auf größere Gruppen ohne Voranmeldung vorbereitet (i7-83).

Zusätzlich ist die medizinische Versorgung im Dorf nur unzureichend vorhanden und ausgebaut. Es gibt keine/n ortsansässige/n Ärztin/Arzt, und die Ausstattung des medizinischen Zentrums ist sehr eingeschränkt (i4-06). Es gibt auch keine Feuerwehr im Dorf. Bei einem Brand muss auf die Mithilfe der Nachbarschaft gehofft werden. Ein weiteres Problem, das die Entwicklung des Tourismus indirekt beeinflusst, ist die Nicht-Chlorierung des Grundwassers (i4-15), welche trotz Weisung der zuständigen Behörden an die Gemeinde (i4-15) nicht durchgeführt wurde und negative gesundheitliche Auswirkungen vor allem für die TouristInnen, die nicht an das Wasser vor Ort gewöhnt sind, zur Folge hat (i4-15).

Wie schon erwähnt, ist keine geteerte Straße, welche ins Dorf und vom Dorf nach „El Brujo“ führt, vorhanden. Der Bau dieser Straße ist allerdings geplant und wird auch als Großprojekt betrachtet (i7-26), mit dem Ziel, vermehrt TouristInnen ins Dorf zu locken, die für gewöhnlich (i7-86) auf den sogenannten touristischen Routen direkt zu den Ausgrabungsstätten fahren.

10.1.3 ABSCHLIEßENDES FAZIT

Werden Magdalena de Cao und seine EinwohnerInnen in Bezug auf die sich gerade entwickelnde Tourismuswirtschaft betrachtet, zeigt sich, dass weder das Dorf noch die Bevölkerung ausreichend im infrastrukturellen und selbstorganisatorischen Rahmen vorbereitet sind. Es lassen sich aber auch Tendenzen zur Öffnung des Dorfes nach außen hin finden, die zur Vorbereitung auf den Tourismus unabdingbar scheint. Durch diese Öffnung wird auch versucht werden, die Innenzentriertheit des Dorfes aufzubrechen. Als Beispiel ist hier die NGO „MINKA“ zu nennen, welche die dörflich-agrarische Struktur und vor allem dessen Defizite bezüglich der Selbstorganisation zu kompensieren versucht.

„MINKA“ verfolgt hierbei das Ziel, die Bevölkerung in das Tourismus-Geschehen mit einzubinden und dort Selbstverantwortung zu fördern. Die NGO gewährt nur für 70 % der Kosten beim Aufbau neuer Strukturen einen Zuschuss (i6-06), der Rest muss von den Verantwortlichen selbst erbracht werden. „MINKA“ zieht sich ebenfalls wieder aus Projekten zurück, sobald diese selbstständig organisiert sind und von alleine laufen (i6-38). „MINKA“ versucht Clusterbildungen in der Bevölkerung voranzutreiben, was eine engere Vernetzung unter den DorfbewohnerInnen zur Folge haben soll. Mittlerweile gibt es ein Frauennetzwerk, bei dem die Möglichkeit besteht, untereinander Kunsthandwerkswissen auszutauschen und sich bei der Produktion des Kunsthandwerkes gegenseitig zu unterstützen (i7-120).

Ein kurzer (prognostischer) Blick auf Grundlage der erhobenen Daten:

1) Input von Außen

Bezüglich der Innenzentriertheit und der dörflichen Struktur wird es durch zunehmenden Tourismus zwangsläufig zu einem Austausch mit der Umwelt kommen. Dieser Austausch mit der Umwelt wird eine neue Situation im Dorf hervorbringen, die die Hürde einer Umstellung bedeutet (i6-28). Diese Hürde kann jedoch durch eine Vorbereitung der Bevölkerung verringert werden.

Da „Know-how“ zum Aufbau der touristischen Strukturen weder bei der Bevölkerung im Dorf (i4-29) noch bei den Verantwortlichen in der Gemeinde (i4-27) vorhanden ist, ist

es von Nöten, dieses „Know-how“ von außen in Form eines zentralen Tourismusmanagements einzuführen.

2) Alle sollten profitieren

Die soziale Struktur im Dorf scheint relativ ausgeglichen zu sein. Feststellbar ist dies zum einen an der agrarisch-kollektivistisch geprägten Bevölkerung mit einer relativ flachen Verteilung von Besitzgütern. So sind im Dorf selbst nur eine handvoll zweistöckiger Häuser zu finden, die von „Reichtum“ zeugen. Zum anderen gibt es keine sichtbare Segregation im Dorf, hierfür wurden die Häuser des Dorfes nach der Einschätzung der ForscherInnen von außen bewertet und diese Bewertung von Einheimischen einer Testung unterzogen. Das Ergebnis zeigt, dass keine „Reiche/Arme-Viertel“ ausgemacht werden konnten, in der es zu einer starken Segregation einer Bevölkerungsschicht kommt.

Um Neid und daraus resultierende Spannungen (i6-28) vorzubeugen, ist es von Nöten, die gesamte Bevölkerung am Tourismus und dessen wirtschaftlichen Vorteilen teilhaben zu lassen (vgl. Baumgartner 2004: 92). Dies bedeutet nicht, mit Verweis auf Pisac, dass alle DorfbewohnerInnen im Tourismus beschäftigt sein müssen, sondern, dass Ressourcen wie Bildung, Gesundheit, soziale Versorgung etc. gleichmäßig verteilt sein sollten. Dazu müssen weitere Strukturen in Magdalena geschaffen werden, die vor allem einen infrastrukturellen Hintergrund haben. Einrichtungen wie eine Feuerwehr, eine Krankenversorgung, höher-bildende Schulen, etc. sind Instrumente, die von der gesamten Bevölkerung in Anspruch genommen werden können. Sie helfen nicht nur die touristische Frequentierung von Magdalena zu erhöhen, sondern gewährleisten ebenfalls die Versorgung der Bevölkerung.

3) Förderung zur Selbstorganisation

Für eine erfolgreiche Gleichverteilung der Ressourcen ist aber auch die Schaffung eines Bewusstseins zur Selbstorganisation notwendig (vgl. Biesecker 1996: 12), welche bis jetzt wohl auch aufgrund der dörflich-agrarischen Struktur Magdalenas ungenügend zu beobachten ist. Für das oben erwähnte Tourismusmanagement bedeutet dies vor allem Aufklärungs- und Bildungsarbeit in Bezug auf organisatorische Selbstinitiativen, die von der Bevölkerung ausgehen. Ähnlich wie „MINKA“ ist eine Netzwerkbildung erforderlich, um alle DorfbewohnerInnen auch in indirekter Form mit dem Tourismus zu verbinden.

Ebenfalls förderlich könnte eine Übertragung maßgeblicher Verantwortungen auf die Bevölkerung sein.

4) Der Input muss das Dorf wieder verlassen

Um Magdalena de Cao und dessen dörflichen Charakter aufrecht zu erhalten, (was nebenbei bemerkt aufgrund der dort herrschenden Ruhe eine gewisse touristische Attraktivität besitzt), muss beachtet werden, dass die Bevölkerung einen Großteil der Erneuerungen und einen Großteil der Veränderungen selbst trägt. Das bedeutet, dass das zentrale Tourismusmanagement sich zum richtigen Zeitpunkt aus dem laufenden Projekt zurückziehen sollte, um es der dorfinternen Dynamik zu überführen (vgl. Schärer 2004: 232 f.). Hierbei kann nochmals die NGO „MINKA" als Beispiel genannt werden, welche sich ebenfalls nach dem Aufbau einer gewissen Grundstruktur des Kunsthandwerkes wieder zurückzieht.

Eine gänzlich andere Situation ist nun in Pisac zu beobachten. Hier hat der stark etablierte Tourismus deutlich seine Strukturen im sozialen Gefüge des Dorfes hinterlassen. Im folgenden Kapitel wird ein genauerer Blick darauf geworfen und versucht, ebenfalls eine Deskription auf Grundlage der vorhandenen Daten aus den qualitativen Interviews durchzuführen.

10.2 PISAC

Wie bereits erwähnt, zeigt sich in Pisac (circa 3000 EinwohnerInnen, 33 km von der 600 000 Einwohner-Stadt Cusco entfernt) ein anderes Bild. Die Region, die deutlich stärker vom Tourismus geprägt ist, ist Veränderungen der ursprünglichen sozialen Struktur in einem weitaus größeren Maße ausgesetzt. Während in der Hauptsaison die meisten TouristInnen aus Europa und Nordamerika kommen, wird Pisac in der Nebensaison (Dezember bis April) zum überwiegenden Teil von südamerikanischen TouristInnen frequentiert (i2-130, i2-132).

Als touristische Hauptattraktion ist in diesem Bereich sicherlich der Kunsthandwerksmarkt hervorzuheben. In Folge dieser Entwicklung kommt es seit dem Beginn der 80er Jahren zu einem stetigen Wachstum des Marktes, was wiederum großen Einfluss auf das Dorf und dessen BewohnerInnen hat.

10.2.1 DER MARKT

Der Markt ist trotz der beeindruckenden Inka-Ruinen, welche zum Dorf gehören, jedoch in einer Entfernung von ungefähr einer Stunde Fußmarsch liegen, die Hauptattraktion im Dorf (i8-32). In zahlreichen Reiseführern wird Pisac vor allem durch den Kunsthandwerksmarkt hervorgehoben. Der Markt findet an sieben Tagen der Woche (i2-11) statt, wobei es mit Dienstag, Donnerstag und Sonntag drei Haupttage gibt (i2-10), an denen sowohl mehr TouristInnen und Stände als auch zusätzliche touristische Attraktionen, wie zum Beispiel ein besonderer Gottesdienst an den Sonntagen, im Dorf anzutreffen sind. Der Markt besteht größtenteils aus Ständen, die täglich von den KunsthandwerkerInnen auf- und wieder abgebaut werden. Er erstreckt sich über den Hauptplatz sowie die anliegenden Nebenstraßen. Neben den Ständen, die meist aus einem hohen Holzgestell mit weißer oder blauer Plastikfolie bestehen, gibt es Geschäfte und kleinere Markthallen, in denen ebenfalls Kunsthandwerk verkauft wird. Seit den 1980er Jahren ist, wie bereits erwähnt, eine stetige Vergrößerung des Marktes im Dorf auszumachen (i1-07). Waren es anfänglich nur wenige HändlerInnen (i1-08), die ihre Produkte an einem einzigen Tag in der Woche verkauften (i2-72), so ist mittlerweile beinahe 90% der Erwerbstätigkeit im Dorf mit dem Kunsthandwerk und dessen Handel und Verkauf verbunden (i1-12). Eine Konzentration auf den Markt ist also nicht nur auf der Seite der BesucherInnen, sondern vor allem auch auf der Seite der BewohnerInnen des Dorfes zu erkennen. Diese Konzentration hat große Einflüsse auf das Dorf, die nun im Folgenden näher beschrieben werden sollen.

Konzentration auf den Markt

Die Konzentration auf den Markt hat Auswirkungen, die sich auf mehreren Ebenen bemerkbar machen. So wirkt sie sich nicht nur auf das Kunsthandwerk und das Erscheinungsbild des Dorfes im Allgemeinen, sondern vielmehr auf die Familienstruktur, das Bildungsbewusstsein und die Mentalität, also auf die Lebenswelt der DorfbewohnerInnen, aus. Während früher mehr Menschen in der Landwirtschaft tätig waren, spielt die Beschäftigung im agrarischen Bereich heute nur mehr eine untergeordnete Rolle (i2-23). Die KunsthandwerksverkäuferInnen arbeiten mittlerweile täglich (i2-10) am Markt

(i2-74). Es kann sogar behauptet werden, das Dorf lebe nur mehr vom Tourismus (i8-02).

Mit dem steigenden Tourismus-Aufkommen stellte sich auf der Ebene des Dorfes ein Devisenfluss von den TouristInnen zu den Ansässigen ein (i8-24). Welche Auswirkungen dieser Markt als eine Art „Monokultur“ auf die Region und deren Bevölkerung hat, wird im Weiteren auf verschiedenen Ebenen dargelegt werden, bevor jedoch in einem Exkurs auf die Ergebnisse des bereits beschriebenen „Tourist-Tracking“ eingegangen wird.

Exkurs: „Tourist-Tracking“

Um genauere Kenntnisse in Bezug auf die räumliche Nutzung des Dorfes Pisac und des Marktes und eine etwaige Konzentration der TouristInnenströme zu erhalten, wurde am 10.02.09 von der Forschungsgruppe ein „Tourist-Tracking“ durchgeführt. Nach einer kurzen, einführenden Vorstellung der Methode werden im Folgenden die Ergebnisse der quantitativen Auswertung vorgestellt.

Vor allem für das Aufzeigen des räumlichen Verhaltens der TouristInnen wurden sechs Gruppen, bestehend aus je ein bis zwei ForscherInnen gebildet, die auf einer eigens erstellten Dorfkarte die Bewegungen und die Handlungen einzelner TouristInnen oder einzelner TouristInnengruppen aufzeichnen sollten. Hierbei wurde im Sinne der verdeckten Beobachtung, also von den „getrackten“ TouristInnen unbemerkt, versucht, nicht nur die Zeitspanne der Beobachtung und die zurückgelegten Wege beziehungsweise die besuchten Straßen und Plätze im Dorf zu dokumentieren, sondern auch die Zeitpunkte und die Orte etwaiger Kaufhandlungen. Das „Tracking“ fand ausschließlich am 10.02.09 in dem vorgegebenen Zeitraum zwischen 14.00 Uhr und 16.00 Uhr statt. Dieses Datum wurde gewählt, da der 10.02.09 auf einen Dienstag fiel und so auf einen der Haupt-Markttage.

Die Startpunkte der einzelnen ForscherInnengruppen für die ersten „Trackings“ wurden gleichmäßig über das gesamte Dorf verteilt, um eine möglichst große Streuung der Beobachtungspunkte zu erhalten. Vorgaben zur Zeitspanne der einzelnen „Tourist-Trackings“ gab es an die ForscherInnengruppen genauso wenig, wie es Vorgaben zur Auswahl der TouristInnen selbst gab. Da das „Verfolgen der TouristInnen“ einen großen Zeitaufwand erfordert, konnten die Wege der einzelnen AkteurInnen im Dorf nur ausschnittsweise festgehalten werden. Demgemäß lag es im Ermessen der Forschenden, wie lange ein/e TouristIn oder eine TouristInnengruppe „getrackt“ wurde.

Auswertungen des „Tourist-Tracking

Schon vor dem „Tourist-Tracking“ gab es Annahmen bezüglich des räumlichen Nutzungsverhaltens der TouristInnen. So wurde davon ausgegangen, dass Orte mit einer höheren Dichte an Gewerbeflächen[5] von den TouristInnen stärker frequentiert werden als jene Orte oder Straßenzüge, an denen sich deutlich weniger dieser Flächen finden lassen. Sowohl am Hauptplatz als auch an den beiden Hauptstraßen, die vom zentralen Bushalteplatz zum Hauptplatz führen und jene drei Markt-Straßenzüge, die aufgrund ihrer Fülle an Kunsthandwerksständen ebenfalls zum Markt zählen und sich vom Hauptplatz aus Richtung Norden, Osten und Westen erstrecken, befindet sich deutlich mehr Gewerbefläche als in den übrigen Straßen des Dorfes. Dies ergab eine genaue Zählung der Gewerbefläche, welche im Zuge der Erstellung des Dorfplanes zu Pisac getätigt wurde. Demzufolge wurde im Vorfeld angenommen, dass genau jene oben genannten Orte und Plätze stärker von den TouristInnen frequentiert werden, was im gleichen Zuge eine Bestätigung der Hypothese der Konzentration auf den Markt, hier vorallem auf den Hauptplatz und die umliegenden Gewerbeflächen im Dorf bedeuten würde. So würden die übrigen Gebiete des Dorfes, welche sich fernab der Gewerbefläche befinden, von den BesucherInnen des Dorfes nur marginal zur Kenntnis genommen.

Um diese Hypothese auch zu bekräftigen, wurde die Auswertung des „Tourist-Trackings“ vor allem in einem quantitativen Sinne durchgeführt und die Häufigkeiten der besuchten Orte ausgezählt. Hierfür wurden die einzelnen Dokumentationen des „Tourist-Trackings“ auf einem Dorfplan verdichtet und die jeweiligen „Besuche“ der TouristInnen jedes einzelnen Straßenzuges[6] ausgezählt. Ein Kriterium wurde bei dieser Auszählung vor allem beachtet:

Jeder von der/dem TouristIn oder von der TouristInnengruppe besuchte Straßenblock[7] wurde jeweils nur einmal gezählt, was bedeutet, dass bei einer Kehrtwende oder einem erneuten Passieren eines bereits besuchten Straßenblocks jener nur einmalig ausgezählt wurde. Hintergrund dieser Form der Auszählung ist der Umstand des „touristischen Schlenderns“. So machten einige TouristInnen vor allem auf dem Marktgebiet Kehrt-

[5] Unter dem Begriff der Gewerbefläche werden neben den Kunsthandwerksständen auch die Restaurants und Lebensmittel- wie Kunsthandwerksläden verstanden.
[6] Hierbei wurde als Straßenzug je eine Blocklänge, also von einer Straßenkreuzung bis zur nächsten Straßenkreuzung, definiert.
[7] Der Marktplatz selbst wurde ebenfalls als ein Straßenblock gezählt.

wenden, was zu einer Verzerrung bei der Auszählung führen würde, da nur die Häufigkeit der besuchten Orte mit hoher Dichte an Gewerbeflächen gegenüber dem Besuch der Orte mit geringerer Dichte an Gewerbeflächen bei dieser Art des „Tourist-Tracking“ von Interesse ist.

Ergebnisdiskussion

Nach der Auswertung der Häufigkeiten der besuchten Orte lässt sich die These, dass Orte mit einer hohen Dichte an Gewerbeflächen stärker frequentiert werden, bekräftigen. So wird zum Beispiel der Hauptplatz, an dem sich zusätzlich die meisten Gewerbeflächen befinden, von den TouristInnen am häufigsten besucht. Neben dem Hauptplatz wird vor allem die Hauptstraße, welche mit dem Marktplatz verbunden ist und als Zugangsader zu diesem gesehen werden kann, stark frequentiert, ebenso die beiden Markt-Straßenzüge, die nördlich und östlich des Hauptplatzes liegen. Es findet hier also eine Konzentration des TouristInnenstromes auf gewerbliches Gebiet statt. Ein touristischer Besuch der Orte des Dorfes fernab der gewerblichen Fläche (also der ruhigeren Straßenzüge) fand nur äußerst selten statt und konnte während des „Trackings“ nur ein einziges Mal festgestellt werden.

In Bezug auf die Markt-Straßenzüge wurde folgendes beobachtet: Die nördlich und östlich vom Hauptplatz gelegenen Marktstraßen mit einer hohen Dichte an festen Gewerbeflächen[8] wurden stärker frequentiert als jene, die in den Westen führt und gleichzeitig wenig feste Gewerbefläche aufweist. Dies bedeutet, dass es sogar Unterschiede in den Häufigkeiten besuchter Orte im Dorf gibt, die sich nur aufgrund der Dichte fester Gewerbeflächen unterscheiden. Dies ist auch bei den beiden Hauptstraßen feststellbar. So wird jene Hauptstraße, die eine höhere Dichte an gewerblichen Flächen bietet, stärker frequentiert.

Sicherlich muss hierbei beachtet werden, dass der Hauptplatz schon allein aufgrund seines Status als Hauptplatz und zweitens wegen der Aus- und Einstiegsmöglichkeiten für die TouristInnen, welche mit geführten Bustouren in das Dorf kommen, stärker besucht wird. Dennoch zeigt sich aus dem „Tracking“, dass TouristInnen, welche zum Beispiel am

[8] Unter feste Gewerbeflächen sind vor allem Läden und Restaurants gemeint. Die aufgestellten Marktstände fallen nicht unter diese Kategorie.

Osteingang das Dorf betreten, ebenfalls die Routen und Straßenzüge wählen, die eine hohe Dichte an Gewerbeflächen aufweisen.

Auch die These der Konzentrierung auf den Markt kann hierdurch noch einmal bekräftigt werden. Die Konzentrierung hat demnach wiederum Auswirkungen auf das Konzept der „Monokultur Markt", welche ihrerseits wieder Auswirkungen auf die sozialstrukturellen Bedingungen im Dorf aufweisen. Im Folgenden soll dies anhand mehrerer Beispiele veranschaulicht werden.

10.2.2 STRUKTURELLE VERÄNDERUNGEN AM KUNSTHANDWERKSMARKT UND IM DORF

In Pisac kann ein gewisser Wandel sowohl in der Art der Produktion von Kunsthandwerk, als auch in der Zusammensetzung der Gruppe der KunsthandwerksproduzentInnen beobachtet werden. Während früher mehr im eigenen Dorf angefertigt wurde, wird mittlerweile der Großteil der Produkte vor allem aus Cusco importiert (i2-27). Der Silberschmuck am Markt, der teilweise noch in Pisac hergestellt wird, gewinnt zunehmend an Bedeutung und sein Anteil am gesamten Marktvolumen steigt. Anders verhält es sich mit Keramikwaren, die nun an Bedeutung verloren haben, und mittlerweile fast ausschließlich importiert werden. Eine gesteigerte Quantität wie auch Diversität ist feststellbar (i1-11). Von Seiten des Dorfes gibt es Bestrebungen, das Kunsthandwerk weiter zu fördern. Die Bevölkerung in den Comunidades produziert kaum Kunsthandwerk (i3-16). Es gibt auch viele ImmigrantInnen, die aufgrund der Arbeitsmöglichkeiten nach Pisac ziehen. Diese zugewanderten KunsthandwerkerInnen verkaufen jedoch zum Teil Waren von minderer Qualität, was dem Ruf des Marktes schaden könnte (i8-48). Dies wiederum versuchen die Kunsthandwerksvereinigungen zu verhindern, indem sie ihnen strategisch wichtige Verkaufsplätze im Marktzentrum vorenthalten, wodurch sie ihre Produkte meist nur am Rand des Marktes anbieten können (i8-47). Die hohe Konkurrenz, die auf dem Markt herrscht, führt zu einem starken Preisverfall (i8-52). Teilweise werden sogar Produkte in Pisac gekauft, um mit Gewinn in Cusco weiterverkauft zu werden.

Im Gegensatz zu heute, wo der Markt jeden Tag stattfindet, gab es früher (in den 80er Jahren) nur einmal in der Woche Markttag (i2-72).

10.2.3 DER MARKT UND DIE BILDUNG

Als weitere Folge der Zentrierung auf den Tourismus und vor allem auf den Markt als touristische Attraktion und Haupteinnahmequelle der dörflichen Bevölkerung verändert sich nun auch das Bildungsverständnis der Pisaqueños/as. Der Fokus der Ausbildung wird auf geschäftlich Nützliches gelegt. So wird etwa dem Erlernen von sprachlichen und mathematischen Kompetenzen eine höhere Priorität zugemessen als anderen Unterrichtsfächern (i1-84; i1-90). Während früher die häufigsten akademischen Ausbildungen Rechtsanwalts- und Lehramtsstudien waren, verschob sich dies in den letzten Jahren deutlich in Richtung der Tourismusfachberufe, wodurch nun in diesem Bereich gegenwärtig sogar ein Überangebot an Fachkräften zu verzeichnen ist (i2-70). Das mag aber auch damit zusammenhängen, dass sich die Bedingungen und Angebote in den Tourismusstudien verbessert haben (i2-71). In der Schule gibt es ebenfalls ein Unterrichtsfach, das sich mit Kunsthandwerk beschäftigt (i1-95).

Die erste Primaria (Grundschule) wurde in Pisac 1920 eröffnet, die erste Secundaria 1967. Heute gibt es insgesamt 1100 SchülerInnen, die von 50 LehrerInnen unterrichtet werden. Des Weiteren gibt es Bestrebungen, die Kinder aus den Comunidades[9] zu unterrichten, und somit eine flächendeckende Schulbildung zu fördern. Neben diesen Bestrebungen ist jedoch generell ein negativer Einfluss des Marktes auf den Bildungsprozess bemerkbar. So wird etwa von vielen Jugendlichen nicht wahrgenommen, dass Bildung ihre Berufschancen verbessert (i1-24), weshalb viele ihre Bildungsmöglichkeiten nicht nutzen (i1-25). Es scheint kurzfristig plausibler, die Bildung abzubrechen, um auf dem Markt „schnelles“ Geld zu machen (i-24). Weiters konnte eine verminderte Konzentrationsfähigkeit und Aufmerksamkeit der SchülerInnen beobachtet werden, bedingt durch den Umstand, dass sie oftmals den Eltern, wenn diese zwischen 3.00 Uhr und 4.00 Uhr morgens aufstehen, bei der Produktion des Kunsthandwerks helfen müssen (i1-18). Es

[9] Zur genaue Beschreibung dieser agraischen Gemeinschaften, die in kleinen Dörfern in den Bergen rund um Pisac wohnen, siehe Kap. 11.2.5.

kommt daher nicht selten vor, dass sie im Unterricht einschlafen, weil sie übermüdet sind.

10.2.4 DER MARKT UND DAS ZUSAMMENLEBEN IM DORF

Der Markt dominiert die Menschen in Pisac in sehr großem Ausmaß. So müssen die KunsthandwerkerInnen häufig bereits um 4.00 Uhr mit ihrer Arbeit beginnen (i2-74). Wie bereits erwähnt wird auch von den Kindern verlangt, sowohl vor Beginn des Schulunterrichts als auch nach Unterrichtsschluss bei der Produktion von Kunsthandwerk mitzuarbeiten. Es lässt sich also feststellen, dass das Kunsthandwerk und seine Produktion ein Teil der „dörflichen Identität" darstellen (i1-95).

Durch den großen ökonomischen Druck aufgrund der hohen Konkurrenz kommt es allerdings auch zu Spannungen zwischen den verschiedenen AkteurInnen der dörflichen Entscheidungsgewalt, die sich folglich im Gesprächs- und Verhandlungsstil offenbaren. Der Tourismusverantwortliche von Pisac meinte zum Gesprächsstil der am Kunsthandwerk Beteiligten: „Wer lauter schreit hat Recht" (i2-85). Diese Form der Kommunikation hat sich auf die allgemeinen Umgangsformen im Dorf niedergeschlagen (i2-90). Als Institutionen, welche die Konkurrenz am Markt etwas lindern sollten, haben sich seit dem Aufkommen des Tourismus verschiedenste Kunsthandwerksvereinigungen entwickelt (i2-32).

Ebenso ist eine Veränderung der innerfamiliären Strukturen wahrzunehmen. Die finanzielle Unabhängigkeit, die den Jugendlichen die Arbeit am Markt ermöglicht, führt häufig zu einem Aufbrechen der traditionellen Familienrollen; die Eltern verlieren an Autorität, die Normen des Patriarchats werden aufgeweicht (i2-78).

Der regelmäßige Kontakt zu den TouristInnen führt schließlich auch zu einem verstärkten Wunsch der einheimischen Bevölkerung, den touristischen Lebensstil – den TouristInnen stehen alle Türen offen (i2-109) – zu imitieren (i2-102). In dieser Hinsicht sind zum Beispiel die Internetcafés zu nennen, die im Zusammenhang mit der touristischen Nutzung entstanden sind. Moderne Kommunikationsmedien erlebten einen starken Bedeutungszuwachs (i1-63). Auch im Verkauf und in der Promotion versucht das Dorf, via

WorldWideWeb seine Position als eine Bastion des Kunsthandwerkes zu festigen (i1-65).

Am Rande sei noch erwähnt, dass die vom Markt dominierte Lebensweise soweit führt, dass die VerkäuferInnen, weil sie den ganzen Tag am Markt verbringen, nicht mehr selbst kochen und eher von den umliegenden Restaurants versorgt werden. Dies führt oftmals dazu, dass sie an körperlicher Gesundheit einbüßen und als Folge häufiger an Übergewicht leiden (i2-75).

Die Kinder leiden nicht selten darunter, dass die Eltern den ganzen Tag am Markt arbeiten müssen (i1-34) und sie somit Unterstützung durch die Eltern häufig nur mehr in für den Tourismus relevanten Bereichen erhalten.

10.2.5 COMUNIDADES

Im Kommenden soll eine kurze Darstellung der Comunidades folgen. Unter Comunidades werden kleinere Siedlungen verstanden, welche außerhalb der eigentlichen Dörfer an der Peripherie und darüber hinaus zu finden sind. Diese Gemeinschaften weisen größtenteils eine eigene dörfliche Struktur mit einer Anzahl von circa 40-80 BewohnerInnen auf. Vor allem soll sich die folgende Betrachtung auf die Situation in Pisac beschränken, da dort eine benachteiligte Lage der Comunidades gerade in Bezug auf Partizipation an der touristischen Entwicklung (vgl. Schärer 2004: 232 f.) feststellbar ist.

In der Umgebung von Pisac lassen sich 13 dieser außerdörflichen Gemeinschaften finden. Mit „außerdörflich“ ist in diesem Kontext nicht nur eine räumliche Segregation gemeint. Der Prozess der Entmischung von Zentrum und Peripherie lässt sich hier auch am Beispiel der sprachlichen Ebene feststellen. In diesen Dorfstrukturen wird kein oder sehr wenig Spanisch gesprochen. Das indigene Quechua ist hier bevorzugte Kommunikationsform. Hieraus entstehen natürlich sprachliche Differenzen zum Beispiel mit den TouristInnen.

Auch der räumliche Faktor ist bedeutsam, so liegen die Comunidades oftmals so weit vom Dorfkern entfernt, dass das Erreichen des Dorfes nur mit langen Fußmärschen (von bis zu vier oder fünf Stunden) möglich ist. Außerdem muss berücksichtigt werden, dass in der Region um Pisac die zu überwindenden Höhenunterschiede beträchtlich sind. So liegen einige Comunidades auf fast 4000 Meter Höhe, was auch, und dies sei hier nur

nebenbei erwähnt, die Landwirtschaft als Haupteinnahmequelle der Comunidades stark einschränkt.

Die Beziehung zwischen der Bevölkerung aus der eher übergeordneten Gemeinde Pisac und der Bevölkerung aus den Comunidades lässt sich als unausgewogen beschreiben. So werden Preise für landwirtschaftliche Produkte aus den Comunidades ausschließlich von den HändlerInnen aus Pisac bestimmt (i3-3). Mit den Einnahmen hieraus kann oftmals nicht die Lebensgrundlage wie Reis, Salz oder Zucker (i3-5) gedeckt werden. Es entsteht eine Abhängigkeit der Comunidades vom Wohlwollen Pisacs. Der Bürgermeister hat demnach eine machtvolle Position, da er die Comunidades anhalten kann, die TouristInnen gut zu behandeln, da er sonst die staatliche Transferleistungen von Pisac zu den Comunidades kürzen werde. (i3-39). Für die TouristInnen selbst aber sind die BewohnerInnen dieser entlegenen Dörfer wegen ihres indigenen Äußeren und ihren farbenprächtigen Trachten von großem Interesse (i3-5).

Ein weiterer Indikator für diese Unausgewogenheit ist die Tatsache, dass die BewohnerInnen der Comunidades zum Auftritt in der Quechua-Messe von der Dorfgemeinschaft gezwungen werden. So wird von den BewohnerInnen der Comunidades verlangt, dass sie jeden Sonntag um 11.00 Uhr in ihren traditionellen Gewändern zur Quechua-Messe in der Kirche Pisacs erscheinen und dort den TouristInnen neben ihrem traditionellen Gewand auch eigene Bräuche und Rituale zur Schau stellen. Für Pisac selbst kann dies als touristische Attraktion bezeichnet werden, was die Attraktivität des Dorfes zusätzlich steigert, da TouristInnen zum Beispiel an Fotos von Kindern in traditionellen Gewändern interessiert sind (i3-10). Wird das sonntägliche Auftreten aber unterlassen, so werden die Fördermittel, welche von Pisac für die Entwicklung der Comunidades bestimmt sind, weiter eingestellt (i3-40).

Neben der räumlichen und der sprachlichen Segregation ist aber auch die wirtschaftliche zu nennen. So findet sich eine deutlich weniger entwickelte Infrastruktur in den Comunidades. Die Versorgungsqualität mit Wasser und Strom beziehungsweise die Straßenanbindungen sind deutlich schwächer ausgeprägt als in Pisac selbst, vereinzelt sind sie gar nicht vorhanden. Wie schon angesprochen sind die extremen Höhen für die Landwirtschaft problematisch, der Ertrag ist dort stark eingeschränkt. Auch TouristInnen besuchen nur äußerst selten beziehungsweise nie die abgelegenen Dörfer.

Bemerkenswert ist auch die schwache Präsenz der peripheren Orte im Bewusstsein der Pisaqueños/as. So kannte etwa die Stellvertreter des örtlichen Polizeichefs die Comunidad Chotataki nicht (i8-Anmerkung 7), welche unter anderem vom Forschungsteam selbst besucht wurde. Von einer ausgewogenen oder gar nachhaltigen Beziehung zwischen Pisac und den umliegenden Comunidades kann also nicht gesprochen werden.

10.2.6 DER MARKT UND DIE ABHÄNGIGKEIT

Durch die starke Konzentration auf den Tourismus, im Speziellen auf den Kunsthandwerkssektor und demnach auf den Markt, entsteht eine beträchtliche Abhängigkeit von eben diesem einen Wirtschaftszweig. Angenommen, der Tourismus würde – beispielsweise in Krisenzeiten – aus etwaigen Gründen ausfallen, könnte das verheerende Auswirkungen auf das gesamte Dorf zur Folge haben. Erste Anzeichen liefert die Finanzkrise 2008. Die KunsthandwerkerInnen und somit auch die HändlerInnen hatten deutliche finanzielle Einbusen zu verzeichnen. Die Folgen waren unter anderem ein erhöhter Konkurrenzdruck. Dieser führte zu Dumping-Preisen für die am Markt verkauften Waren.

10.2.7 SINGULÄRE LEBENSWELT

Wie nun ersichtlich wurde, ist der zentrale Knotenpunkt, um den sich das Leben im Dorf dreht, der Markt. Interessant hierbei ist, wie intensiv die Bevölkerung durch den Markt geprägt wird. An dieser Stelle wird die Hypothese aufgestellt, dass sich durch die „Monokultur Kunsthandwerksmarkt“ die Lebenswelt der Pisaqueños/as auf diesen einzigen Aspekt konzentriert beziehungsweise verengt und deshalb Alternativen, die möglicherweise zur Verfügung stehen, von den AkteurInnen nicht erkannt werden. Der Markt stellt sozusagen durch seine Omnipräsenz eine Art deterministischen Faktor für die Lebensgestaltung dar. Er lenkt diese in ein vorgelegtes Muster ein. Es fiel zum Beispiel einem Hauptbeauftragten für touristische Angelegenheiten in Pisac schwer, sich vorzustellen, dass es Gruppen gäbe, die Nachteile durch den Tourismus haben könnten (i2-111). Es liegt die Vermutung nahe, dass jene Lebenswelt so vom Tourismus geprägt ist,

dass ihm eine negative Assoziation dazu gar nicht in den Sinn kommt (i2-112). Diese Fokussierung der Monokultur Markt erfolgt in Anlehnung an unsere Ergebnisse über alle Lebensbereiche hinweg. Die Bildung, das familiäre und dörfliche Zusammenleben, die berufliche Orientierung bis hin zur Nahrungsaufnahme, werden maßgeblich von der „Autorität“ des Marktes beeinflusst.

Nachdem nun eine problemorientierte Deskription der beiden Dörfer vorliegt, ist es nun an der Zeit, die zu Beginn erwähnten Konzepte der sozialen Nachhaltigkeit im Tourismus mit den elaborierten Fallbeispielen so zu modellieren, dass als Endprodukte erste Indikatorenansätze erkennbar werden. In Verbindung mit der Empirie wird nun im letzten Kapitel versucht, eben dieses erste Bild möglicher Indikatoren vorzustellen. Dass diese Vorstudien als Ansatzpunkt und Grundlage für weitere Untersuchungen dienen können, soll ein abschließendes und zusammenfassendes Fazit aufzeigen.

Franz Astleithner, Claudia Czingon, Andreas Kroneder, Julian Pleyer

11. ZUSAMMENFASSENDE ERGEBNISDARSTELLUNG UND INDIKATORENBILDUNG

11.1 MONOKULTUR MARKT

Wird noch einmal auf das eingehende Argument von Tao und Wall geblickt, dass nachhaltiger Tourismus nur dort entstehen kann, wo er als ein Teil unter vielen in ein bestehendes wirtschaftliches Netz eingebunden wird (vgl. Tao/Wall 2009: 90 ff.), dann lässt sich mitunter sagen, dass „ ‚Touristische Monokultur' (...) Volkswirtschaften wegen der hohen Abhängigkeit vom Tourismus extrem abhängig" (Friedl 2008: 73) macht. Dass dies nicht nur auf der Ebene einer gesamten Volkswirtschaft eines Landes der Fall ist, lässt sich in Pisac mit seiner Konzentration auf den Kunsthandwerksmarkt auch auf dem Level eines Dorfes betrachten. So kann hier, wie bereits angemerkt, von einer Monokultur mit einer starken Fokussierung und Konzentrierung auf den Markt gesprochen werden, welche erhebliche Auswirkungen auf Pisac, dessen BewohnerInnen und die soziale Strukturierung hat. Nun sollen auf einer abstrakteren Ebene mögliche Auswirkungen dieses Konzeptes der „Monokultur" besprochen werden, bevor eine Auswahl an Indikatoren für die Erfassung dieser Monokultur diskutiert wird.

Kommt es also zu einer Zentrierung auf einen Teilaspekt touristischer Entwicklung und erreicht diese Zentrierung solche Ausmaße, dass 90 % der DorfbewohnerInnen dort erwerbstätig sind - wie es etwa in Pisac zu finden ist - so kommt es nicht nur im wirtschaftlichen Sinne zu einer starken Konzentrierung mit erheblichen Auswirkungen, sondern im gleichen Zuge ebenfalls zu einer soziokulturellen mit nicht minder ausgeprägten Folgen.

11.1.1 KONZENTRIERUNG UND DIE WIRTSCHAFTLICHEN AUSWIRKUNGEN

Kommt es, wie in Pisac, zu einer starken wirtschaftlichen Zentrierung mit einer fast ausschließlichen Konzentration auf einen einzelnen Faktor - den Kunsthandwerksmarkt -, lassen sich Entwicklungen aufzeigen, die auf einer ökonomischen Dimension nicht den

oben erwähnten Kriterien der Nachhaltigkeit entsprechen können. Konzentriert sich also eine Region auf ausschließlich einen Aspekt, also zum Beispiel Tourismus – im Falle Pisac kann sogar von der Konzentration auf einen einzelnen Aspekt des Tourismus-Geschäfts, nämlich den Markt, gesprochen werden – kommt es zu einem überaus elaborierten Abhängigkeitsgefüge gegenüber einem einzigen wirtschaftlichen Faktor. Die Region wird aufgrund seiner monokulturellen Strukturen stark abhängig. Kommt es etwa zu einem wirtschaftlichen Einbruch in diesem konzentrierten Sektor, so hat die Region/das Dorf deutlich eingeschränkte Möglichkeiten, ihre ökonomische Grundlage auf andere wirtschaftliche Grundpfeiler umzuwälzen oder zu übertragen. Es findet hier also keine Risikostreuung (vgl. Hein 2009: 79) statt.

Eine weitere Auswirkung dieser Konzentration ist die Steigerung der Konkurrenz in der Region. Sind 90 % der Bevölkerung in einem einzigen Sektor, der nur einen gewissen Teil der Bevölkerung mit Erwerbsarbeit versorgen kann, spezialisiert und beschäftigt, so ist ein erhöhter Konkurrenzkampf unter den BewohnerInnen zu beobachten. Dieser Konkurrenzkampf hat zur Auswirkung, dass die Preise der einzelnen Artikel des Kunsthandwerks aufgrund des Überangebotes sinken, wie dies unter anderem in Pisac zu beobachten ist. Ebenfalls entwickelt sich ein „Kampf“ um vorhandene Ressourcen. Speziell in Pisac ist als Ressource ein hochfrequentierter Platz auf dem Markt, an dem viele kauffreudige TouristInnen vorbeigehen, zu nennen. Diese Ressource ist aber nur limitiert vorhanden. Je mehr KunsthandwerkerInnen sich auf diese Ressource konzentrieren, desto knapper wird diese natürlich auch. Ein zusätzlicher Faktor, der unweigerlich mit ökonomischen Profiten einhergeht, ist der Aspekt der ökonomisch motivierten Migration (vgl. Giddens 2006: 524 f.). Dieser erhöht zusätzlich den Konkurrenzdruck und sorgt für die Knappheit von Gütern, welche im gleichen Zuge mit dem Anstieg der Preise für Lebensmittel, Wohnraum, etc. einhergeht. Auch in Pisac ist dieses Phänomen zu beobachten.

11.1.2 KONZENTRIERUNG UND DIE SOZIOKULTURELLEN AUSWIRKUNGEN

Kommt es zu einer Konzentrierung, kann dies auch Auswirkungen auf die soziokulturellen Gegebenheiten in der Region haben. Wird das Konzept der Lebenswelten von Alfred Schütz (vgl. Schütz 1971: 17 ff.) hierfür aufgegriffen, so kann bei einer starken Konzentration auf einen singulären Faktor, wie dies zum Beispiel in Pisac der Fall ist, ebenfalls eine Konzentration der Lebenswelt auf diese Lebensaspekte stattfinden und so zu einer Einschränkung der individuellen Lebenswelt führen. Das Theoriekonstrukt, welches hinter dieser These steckt, ist das der Typik der Handlungsabläufe. Stark routinierte Handlungen (vgl. Esser 1991: 430), welche aus der Umwelt als „typische Verhaltensweisen" (Schütz 1971: 19) in den Persönlichkeitstypus mit einfließen, bestimmen die biographische Situation (vgl. Schütz 1971: 17). Das heißt, wenn eine Konzentration auf einen einzelnen Bereich ein gewisses Maß überschreitet, so nimmt jener Bereich sämtliche Teile des Lebens mit ein. Es kommt daher zu einem einseitigen Ausbau und somit zu einer Einschränkung der „Typen von Handlungsabläufen und Persönlichkeiten" (Schütz 1971: 19). Daraus resultieren stark abhängige Sozialstrukturen, die nur um den Mittelpunkt der jeweiligen Konzentration gruppiert werden. Diese vorgefertigten Sozialstrukturen können dazu führen, dass das Individuum nicht mit einer ausreichenden Anzahl unterschiedlicher Typik (von außerhalb) versorgt wird und es so zu einer Zentrierung der Lebenswelt auf die jeweilige Konzentration kommt. Diese Auswirkungen erfassen dann sämtliche Bereiche des Lebens.

So kann gezeigt werden, dass die Schule von Jugendlichen oftmals vor einem Erhalt eines Abschlusses abgebrochen wird, da mehr unmittelbare und kurzfristige Möglichkeiten in der Beschäftigung mit dem Feld der Konzentration gesehen werden, als die Aus- und Weiterbildung selbst zu bieten scheint. In Pisac bricht eine nennenswerte Zahl Jugendlicher die Schule ab, da sie mehr Chancen im Kunsthandwerk sehen, als in einer fundierten Ausbildung. Die Gegebenheiten einer Beschäftigung außerhalb des Kunsthandwerkes werden aufgrund der Konzentration erst gar nicht in Betracht gezogen, da die charakteristische Typik der Lebenswelt dies den ProtagonistInnen in dieser Form erst gar nicht zur Verfügung stellt (vgl. Schütz 1971: 19). Ein weiterer Punkt, der sich in Pisac beobachten lässt, wie die Typik der Konzentration auf einen einzelnen lebensweltlichen Aspekt die Gesamtheit einer Lebenswelt beeinflussen kann, ist das Beispiel des Essverhaltens und der Nahrungsaufnahme. So bekommen die MarktverkäuferInnen ihr

Essen an den Stand gebracht. Die Zubereitung der Speisen wird von Restaurants erledigt. Inwieweit die Auswirkungen der eingeschränkten Typiken gehen können, lässt sich an der Umstellung der Ernährung beobachten. Wurden vor der Konzentration auf den Markt die Speisen eher zu Hause zubereitet und eingenommen, führt diese „neue“ Form der Ernährung (laut Auskünften aus den Interviews) zu Gewichtszunahme und gesundheitlichen Schäden. Aber auch in der Familienstruktur ist die Konzentration der Typiken bemerkbar. So wird weniger Zeit für die Erziehung und die Beschäftigung mit den Kindern gefunden. Für Kinder gehört es zur Normalität, die Eltern nach und sogar während der Schulzeit in ihrer Arbeit auf dem Markt zu unterstützen. Die Karrierewege scheinen schon sehr früh fixiert zu sein. Ein individuelles Denken und ein Bewusstsein außerhalb des Feldes der Konzentration scheinen durch die Fixierung auf die lebensweltliche Typik erschwert.

11.1.3 MESSINSTRUMENTE

Nun folgt die Diskussion der Indikatoren für die Monokultur. Hierbei können sowohl Indikatoren für die Auswirkungen auf die ökonomische Konzentration wie auf die soziokulturelle genannt werden.

→ *diversifizierte Erwerbsstruktur:*

Für einen nachhaltigen und weniger abhängigen Tourismus ist eine diversifizierte Erwerbstruktur von Nöten. So ist ein erster Indikator die Zusammensetzung der einzelnen Einkommen in der Region. Je mehr Einnahmequellen zu verbuchen sind, desto unabhängiger gestaltet sich dort die Entwicklung. Sind diese Einnahmequellen zusätzlich stark von einander unabhängig lässt sich schwer von einer Monokultur sprechen. Demnach ist also auch die Struktur der Einnahmequellen von großer Bedeutung. Deshalb soll die Abhängigkeit der Erwerbsstruktur untereinander geprüft werden. Auch wenn es viele unterschiedliche Erwerbsquellen gibt, heißt dies noch nicht, dass sie untereinander nicht abhängig sind. So sind zum Beispiel Zulieferer stark von einzelnen ökonomischen Stufen über ihnen abhängig (vgl. Hein 2009: 79).

→ *Schulabbrüche:*

Die Anzahl der Schulabbrüche kann als Indikator der sozioökonomischen Auswirkung der Konzentration gesehen werden. Dies geht größtenteils auf die oben dargestellten Aspekte der Lebenswelt zurück. Je höher die Statistik der Schulabbrüche, desto mehr kann von einer Zentrierung auf das Feld einer Monokultur ausgegangen werden. Natürlich darf hier nicht alleinig die Anzahl der Schulabbrüche als Indikator gelten, gibt es ja mannigfaltige Gründe für Schulabbrüche. Dennoch kann das Konzept Aufschluss über die Monokultur geben, wenn die Motivation für den Schulabbruch mit erhoben wird. Auf Grundlage der Zusammensetzung einzelner Motivationen können dann genauere Aussagen getroffen werden. Gibt also die Mehrheit der Befragten an, mehr Chancen mit einem Aspekt der „Monokultur" zur Verfügung gestellt zu bekommen als ihnen durch Bildung gewährleistet wird, kann von der oben genannten Einschränkung der Typik ausgegangen werden. Hierzu wird wohl eine qualitative Erhebung genauere Ergebnisse erbringen als quantitative.

→ *Arbeitszeitvergleich:*

Als weiterer Indikator für die Konzentration kann ein Vergleich der tatsächlichen Arbeitszeiten angesehen werden. Ist ein signifikanter Anstieg über einen längeren Zeitraum hin zu verbuchen, kann dies als Indikator für eine Konzentration beziehungsweise eine höhere Beschäftigung mit dem Bezugsfeld gesehen werden. Hat dieses Bezugsfeld dann eine enge Verbindung mit einer eventuell vorliegenden Monokultur, dann kann von einer Einschränkung lebensweltlicher Aspekte gesprochen werden.

→ *Preisvergleich:*

Ebenfalls interessant kann ein Preisvergleich verschiedenster Produkte sein, bei dem ebenfalls ein längerer Zeitraum betrachtet wird. Dabei muss aber zwischen zwei Produktarten unterschieden werden. So deutet ein starker Preisrückgang bei den Produkten für die TouristInnen, also zum Beispiel Hotelpreise, Preise des Kunsthandwerks, Preise für touristische Führungen, etc. auf eine starke Konkurrenz hin, da viele AnbieterInnen viele Produkte, für die (wenigen) AbnehmerInnen zur Verfügung stellen. Nebenbei müssen hier auch die TouristInnenzahl betrachtet werden. Ebenfalls kann ein erhöhter Preis bei Produkten wie Lebensmittel, Miete oder Haushaltswaren auf eine starke ökonomisch motivierte Migration hinweisen, da Produkte für den täglichen Gebrauch aufgrund der gestiegenen Nachfrage teurer werden. Auch hier muss, um genauere An-

gaben zur Entwicklung machen zu können, die Bevölkerungsentwicklung betrachtet werden.

Bei der Diskussion des Indikators „Monokultur“ fällt auf, dass sie einige Vorschläge für eine weitere Ausarbeitung liefert. Zusätzlich muss gesagt werden, dass dieser Indikator eher in Regionen anzuwenden ist, wo eine touristische Infrastruktur und eine touristische Frequentierung stärker ausgebaut sind (vgl. Pisac) als in Regionen, in denen sich touristische Aktivität erst noch im Aufbau befindet (vgl hier Magdalena). Ähnlich verhält es sich nun mit dem zweiten Indikator der im Folgenden vorgestellt wird.

11.2 HUMANKAPITAL

11.2.1 TOP DOWN VS. BOTTOM UP

Um eine gezielte Entwicklung voranzutreiben, ist es notwendig, dass innerhalb der Population ein gewisses Maß an Humankapital beziehungsweise Wissenskapital vorhanden ist. „Unter Humankapital versteht man in der makroökonomischen Theorie das in ausgebildeten und qualifizierten Individuen repräsentierte Leistungspotential einer Bevölkerung.“ (Weinert 1996, zit. nach Clar 1997: 13)

Vom Humankapital ist das Wissenskapital zu unterscheiden, welches im Gegensatz zum Humankapital nicht an TrägerInnen gebunden ist. Analytisch ist es auf zwei Ebenen vorhanden, auf der kodifizierten, zu der Publikationen, Pläne und Datenbanken zählen, und auf der nicht-kodifizierten, zu der Organisationsstrukturen, Traditionen oder das Institutionsspektrum der Region zählen.

Im Zusammenhang mit der Gestaltung touristischer Entwicklung wird klar, dass ein gewisses Maß an Humankapital und Wissenskapital von Nöten ist um:

- die Möglichkeit einer zielgerichteten, nicht wildwüchsigen Entwicklung zu ermöglichen.
- die touristische Infrastruktur so zu adaptieren, dass diese von den BesucherInnen akzeptiert wird.

- Eigeninitiative und partizipatorische Entscheidungsfindung überhaupt zu ermöglichen.
- traditionelles Wissen, das auch als eine touristisch verwertbare Ressource zu betrachten ist, zu nutzen.
- den Kontakt mit TouristInnen aus anderen Ländern und Kulturen überhaupt zu ermöglichen.

Fehlt es einer Region, oder in unserem Beispiel einem Dorf, an potentiellem Wissen über die Möglichkeiten der Zukunftsgestaltung, kommt es, wie in Magdalena de Cao festzustellen ist, zu einer Erstarrung der Strukturen. Die Ergebnisse der Interviews bestätigen, dass sehr wenig endogene Initiativen oder Entwicklungsanstöße festzustellen sind. Eine These dazu lautet, dass der mangelnde Selbstgestaltungswille durch den bis dato kaum vorhandenen Input von außen, also eine Art soziale Innengerichtetheit, erklärt werden kann. Ein Ansatz, diese fehlenden endogenen Anstöße zu kompensieren, besteht darin, durch Implikation von exogenem ExpertInnenwissen Ideen einfließen zu lassen und Projekte zu initiieren. „Für professionelles Wissen und Expertenwissen besteht besonders bei Qualitätsstrategien und der Diversifizierung der Produktion ein Bedarf. Expertenwissen über die Nachfrage- und Angebotsstrukturen wird für Marketingkonzepte und Kooperationsvorhaben benötigt." (Siebert/Laschewski/Dosch 2008: 233)

Dabei darf aber die Rolle des regionalen Wissens beziehungsweise der regionalen Wünsche nicht vernachlässigt werden. So sind die Anliegen der ansässigen Bevölkerung, zum Beispiel in Gremien mit den ExpertInnen zu koordinieren (vgl. Siebert/Laschewski/Dosch 2008: 233). Das bedeutet, dass nachhaltige Tourismusentwicklung nicht nur nach dem „Top-down"-Prinzip vonstatten gehen soll beziehungsweise kann, sondern vielmehr durch eine „Bottom-up"-Strategie angeregt beziehungsweise ergänzt werden muss, wie auch Christian Baumgartner (2002: 11) formuliert:

„Fortbildungsveranstaltungen sollten auf eine Vermittlung von Wissen und Informationen über neue Trends in der Tourismuswirtschaft zielen, über neuartige nachhaltige Strategien und Methoden. Dazu sollte in einer Art Kurssystem ein branchenübergreifender Erfahrungs- und Gedankenaustausch zu vergleichbaren Problemstellungen gefördert werden und auf einen Lerntransfer, das heißt die Umsetzung des Gelernten für die eigene Unternehmung/für den eigenen Bereich ausgerichtet sein." Dabei steht die Kommunikation der externen ExpertInnen mit der Bevölkerung im Vordergrund. Exter-

nes „Know-how“ soll die Einheimischen nicht in ihren eigenen Vorstellungen und Erwartungen einschränken, indem es als absolut betrachtet wird, sondern der Unterstützung regionaler Entscheidungsprozesse und Handlungsplanungen dienen (vgl. Baumgartner 2002: 3).

Aus den ExpertInneninterviews von Magdalena lässt sich ablesen, dass das Bewusstsein über die Notwendigkeit externen Wissens durchaus vorhanden ist. Der Mangel an ExpertInnen, die das Wissen besitzen, um die Organisation im Tourismusbereich zu übernehmen, wird beklagt (i4-34). Die Leute sind sich darüber bewusst, dass es ExpertInnen bedarf, um die touristische Entwicklung in Gang zu setzen und in eine nachhaltige Richtung zu lenken. Deshalb versucht man, externe TourismusexpertInnen anzuwerben (i7-31, 149). Es gibt, wie bereits erwähnt, eine NGO in Magdalena namens MINKA, deren Ziel es ist, Netzwerke zwischen den KunsthandwerkerInnen zu etablieren („Top-down“-Strategie). Sobald dies gelungen ist und sich eine gewisse Eigendynamik entwickelt, zieht sich diese wieder zurück und erwartet, dass sich in dieser Phase des Wissensaustausches zwischen ExpertInnen und heimischen KunsthandwerkerInnen ein zunehmendes Niveau an Selbstorganisation herausgebildet hat. Wenn dies der Fall ist, können die KunsthandwerkerInnen *selbst* beginnen, eigene Organisationsformen zu etablieren, ihre KollegInnen über vorhandene Strukturen aufzuklären und übergeordnete Wissensgehalte zu vermitteln, so dass es dem gesamten Dorf ermöglicht wird, an touristischen Entscheidungsprozessen selbstständig teilzunehmen und den Weg hin zu einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus mitzugestalten. Jedoch reicht eine NGO im Dorf nicht aus, um diesen Weg ganzheitlich zu beschreiten, da MINKA vor allem auf den Kunsthandwerksbereich konzentriert ist. Gerade deshalb werden die Forderungen nach externen TourismusexpertInnen auch für andere Bereiche (wie Gastronomie, Bildung, Infrastruktur, usw.) immer lauter. Bis jetzt besteht ein wesentliches Problem beispielsweise auch darin, dass DorfbewohnerInnen mit einer höheren Bildung meist aus dem Dorf wegziehen und auch nicht mehr wiederkehren. Würden sich Potentiale im Tourismussektor auftun, könnte dieser „Brain-Drain“ möglicherweise verhindert werden, da sich neue Anwendungsgebiete für ihr „Know-how“ eröffnen würden. In Pisac, wo der Tourismus bereits Einzug gefunden hat, zeichnet sich eine völlig andere Entwicklung ab. Das Bildungsbewusstsein der Bevölkerung hat sich gerade dahingehend verändert, dass die Bedeutung der Bildung in den Hintergrund rückt (i1-91) und es nicht wenige Kinder gibt, die die Schule abbrechen

gibt, die die Schule abbrechen um auf dem Markt zu arbeiten. Nur am Rande sei hier angemerkt, dass sich aus diesem Verhältnis eine Paradoxie ergibt, nämlich dass im einen Fall (Magdalena) Wissen und Bildung als Grundvoraussetzung dafür gelten, dass sich Tourismus überhaupt entwickeln kann, im anderen Fall (Pisac) scheint der etablierte Tourismus Bildung eher zu hemmen.

Im Folgenden soll diskutiert werden, ob der Participatory Rural Appraisal-Ansatz (vgl. Krummacher 2004), eine stark partizipativ ausgerichtete Entwicklungsstrategie, zur Entstehung eines nachhaltigen Tourismus dienlich sein kann, bevor dann die Darstellung der einzelnen Messinstrumente für den Indikator der Monokultur folgt.

11.2.2 PARTICIPATORY RURAL APPRAISAL – DAS PRA

Das PRA gilt in der Entwicklungszusammenarbeit als nachhaltiges Entwicklungsprogramm, bei dem partizipative Elemente im Vordergrund stehen. Er entstand Ende der 80er Jahre, als man letztlich einsehen musste, dass entwicklungspolitische Projekte unter Ausschluss der einheimischen Bevölkerung nicht funktionieren können, weil „Zielgruppen (…) zumeist fertige Infrastruktureinrichtungen oder komplette wirtschaftliche Produktionssysteme übergestülpt [wurden], ohne ihr kulturelles und gesellschaftliches Umfeld sowie ihre Interessen und Bedürfnisse zu berücksichtigen“ (Krummacher 2004: 1). Diese hierarchischen Verhältnisse suchten fortan partizipative Entwicklungsstrategien, zu denen das PRA als eines der bedeutendsten zählt, zu überwinden. Unter dem PRA-Ansatz wird „a growing family of approaches and methods to enable local (rural or urban) people to express, enhance, share and analyze their knowledge of life and conditions, to plan and to act” verstanden (Chambers 1994: 1253).

Der PRA-Ansatz beruht auf folgenden Schlüsselprinzipien:

- Triangulation, die es durch eine Methodenkombination ermöglichen soll, Schwächen einzelner Methoden zu kompensieren.
- Verändertes Rollenverständnis: Die Forschungsobjekte werden zu Subjekten und partizipieren am Forschungsprozess; ForscherInnen selbst partizipieren vermehrt am Alltag der Zielgruppenmitglieder.

- An spezifische, lokale Verhältnisse angepasste Instrumente, da die Tauglichkeit eines Instruments vom kulturellen Kontext abhängig ist und dieses oftmals variiert oder völlig neu entwickelt werden muss.
- Iteratives Lernen und Vorgehen
- Visuelle Darstellung von Informationen und Diskussionsbeiträgen, um den Dialog zwischen den TeilnehmerInnen zu optimieren.
- Vermeidung unnötiger Genauigkeit bei der Datensammlung
- Folgetreffen, um die Nachhaltigkeit des Projektes zu gewährleisten
- Selbstkritik und Vermeiden von Einseitigkeit, um die Standardisierung der Projekte zu verhindern (vgl. Krummacher 2004: 22 ff.).

Der PRA-Ansatz kann sowohl als Erhebungsinstrument als auch als Planungsmethode und ebenfalls als aktionsorientiertes Instrument zum Anstoß von empowerment-Prozessen dienen. Bei allen Vorteilen, die dieser Ansatz mit sich bringen kann, wurde dennoch Kritik laut, die an seiner Glaubwürdigkeit zweifeln lässt. So wird das PRA-Label nicht selten instrumentalisiert und als leere Hülle benützt, „ohne die Prinzipien und die Konzeption hinter diesem Ansatz zu verinnerlichen und sicherzustellen." (Krummacher 2004: 29) Dabei geht der eigentliche Anspruch, die lokale Bevölkerung zu mehr Selbstbestimmung und Partizipation zu erheben, oftmals verloren. Eine zweite Gefahr besteht in der standardisierten und mechanistischen Anwendung von Methoden und Messinstrumenten, die eigentlich kreativ und an die jeweilige Situation angepasst verwendet werden sollten. „Durch eine wiederholte Anwendung von PRA-Prozessen neigt dieses zu Routine und gleichmäßigen Angewohnheiten. Die PRA-Toolbox wird rezeptbuchartig und mechanistisch angewendet, ohne einen klaren Fokus, welche Daten zu welchem Zweck erhoben werden. Gerade diese Einseitigkeit muss vermieden werden, um den Erfolg eines PRAs nicht zu gefährden." (Krummacher 2004: 30) Ein dritter Kritikpunkt ist die schnelle Ergebnisorientierung („rushing"), die dazu führen kann, dass ein langfristiger und entspannter Arbeits- und Lernprozess gehemmt und somit die Interessen der lokalen Bevölkerung vernachlässigt werden.

Die zunehmende Orientierung an partizipativen Entwicklungsprogrammen, wozu auch der PRA-Ansatz zählt, kann als Fortschritt in der Entwicklungszusammenarbeit betrachtet werden. Jedoch sollte man sich vor einer bedingungslosen Modellgläubigkeit hüten,

denn auch ein Ansatz, der auf Gleichberechtigung, Selbstbestimmung und respektvollen Umgang im interkulturellen Dialog und in der Interaktion zielt, kann, wenn man nicht genau hinsieht und die Durchführung nicht ausreichend kontrolliert, für eigene Interessen instrumentalisiert und somit hinfällig werden, da die ursprünglichen Gedanken in ihr Gegenteil verkehrt werden.

Theoretisch gesehen verbindet der PRA-Ansatz das „Top-down"-Prinzip mit dem „Bottom-up"-Ansatz, was als ideal für die Entwicklung von nachhaltigem Tourismus angesehen werden kann, da von außen herangetragenes ExpertInnenwissen mit den Bedürfnissen und den Alltagserfahrungen der lokalen Bevölkerung in Einklang gebracht werden und beide sich gegenseitig ergänzen, was den Blick wieder auf den Indikator Humankapital wirft und den PRA-Ansatz mit ihm verbindet. Wichtig bei all dem ist, dass die „Hilfe von außen" nur als Hilfe zur Selbsthilfe betrachtet werden darf, als Anreiz beziehungsweise Motor lokaler Entwicklungen. Sobald der Motor am laufen ist, sollten sich die ExpertInnen, NGO´s oder andere Entwicklungsorganisationen zurückziehen und dem Ganzen seine eigene Dynamik gewähren lassen. Auch die NGO „MINKA" agiert nach einem solchen Vorsatz.

11.2.3 MESSINSTRUMENTE

Im Folgenden sollen nun die Messinstrumente des Indikators für die Bestimmung und Beurteilung des Humankapitals vorgeschlagen werden.

→ *Anzahl von TourismusexpertInnen*

Die Anzahl der TourismusexpertInnen dient als wesentlicher Indikator für nachhaltige Tourismusentwicklung. Dennoch kann bei einer hohen Anzahl von ExpertInnen nicht immer gleich von einem hohen Ausmaß an „Know-how" ausgegangen werden. Hierbei ist vor allem deren Expertise und deren „Fitting" von großer Bedeutung. So kommt es also nicht unbedingt auf die Quantität der TourismusexpertInnen an, sondern vielmehr auf die Qualität ihres Wissens, die Diversität ihrer Betrachtungsweisen und ihr kritisches Urteilsvermögen.

→ *Planungsgremien von der Basis bis zur Spitze*

Die Anzahl der Planungsgremien zeigt an, wie weit die Einbindung der Bevölkerung in lokale Entscheidungsprozesse vorangeschritten ist. Dabei muss beachtet werden, dass nicht nur Planungsgremien auf hoher Ebene existieren dürfen, sondern auch an der Ba-

sis. Flache Hirachien können hier ein Anzeichen für eine ausgeglichene Organisationsstruktur sein. Denn nur wenn es Organisationen vermehrt an der Basis gibt, wird es den EinwohnerInnen besser ermöglicht zu partizipieren und ihr Wissen, ihre Vorstellungen und Ideen in die Gestaltung des Alltagslebens mit einzubringen.

→ *Anzahl der spartenspezifischen Ausbildungsmöglichkeiten*

Um eine nachhaltige Entwicklung zu garantieren, müssen Ausbildungsplätze nicht nur im primären und sekundären, sondern idealerweise auch im tertiären Bildungsbereich vorhanden sein. Außerdem wirkt eine Streuung der Ausbildungsbereiche einer zu einseitigen Ausrichtung auf eine Bildungs- beziehungsweise Berufssparte entgegen (vgl. hier auch nochmals Kap. 12.1.2). Das Vorhandensein einer Hochschule für Tourismus oder ähnliches und die darin vorhandenen Ausbildungsplätze und Aufnahmechancen dienen ebenfalls als wesentlicher Indikator für die Beurteilung von lokal vorhandenem Humankapital.

→ *Infrastruktur*

Anzahl und Qualität der überregionalen Verkehrsanbindungen (Straßen, Eisenbahn, Flughafen, Busse), das Vorhandensein eines adäquaten Gastronomiewesens und von Restaurants, Hotels, Krankenhäusern, Feuerwehr, Gesundheitseinrichtungen, Ärzten, Hygienebedingungen (zum Beispiel trinkbares Leitungswasser) usw. dienen als hervorragende Indikatoren für die Bewertung des Humankapitals, da für das Vorhandensein all dieser infrastrukturellen Einrichtungen ein erheblicher Organisationsaufwand im Vorfeld bewältigt werden muss, der somit auch ein Anzeichen für das Vorhandensein von Humankapital liefert.

→ *Involvierung von NGO´s*

Die Involvierung von NGO´s in einer Gemeinde/Dorf/Stadt dient ebenfalls als Indikator für das Vorhandensein und die Beurteilung von Humankapital, da NGO´s meist externe ExpertInnen in ihre Organisationsform mit einbinden. Diese ExpertInnen sind dann in der Lage, einzelne Projekte zu initiieren und die Kompetenzen der Bevölkerung in Bezug auf Wissen und Selbstorganisation zu fördern.

Im Anschluss an die Darstellung des Indikators Humankapital folgt nun die Darstellung des Konzeptes der Selbstorganisation samt der Darstellung möglicher Messinstrumente. Das Konzept der Selbstorganisation ist stark verbunden mit dem Konzept des Human-

kapitals. Mögliche Wechselwirkungen und Überschneidungspunkte sind daher stets gegeben, dennoch sind beide Indikatoren als eigenständig zu betrachten.

11.3 SELBSTORGANISATION

In der Betrachtung der beiden Dörfer lässt sich eine klare Diskrepanz in Bezug auf den Grad der Selbstorganisation erkennen. Während in Pisac das Marktleben zentriert, aber mit einer starken Interessensvertretung ausgestattet ist, welche die MarktteilnehmerInnen beziehungsweise Mitglieder gegenüber der Gemeinde vertritt (jedoch keine Strukturierung des Marktes vornimmt), sind die Menschen in Magdalena von einer, so die These, durch ihre Lebenswelt als Angestellte in einem agrarischen Großgrundbesitz unterstützten, fehlenden Selbstorganisation geprägt. Es gibt hier paradoxerweise einerseits ein starkes Verlangen nach touristischer Entwicklung, andererseits jedoch einen sehr fatalistischen Zugang zu deren Werden.

Die Analyse der beiden Dörfer zeigt also zwei Extreme auf: einerseits die/den rein auf sich selbst gestellte/n KunsthandwerkerIn, der/die in einer sehr starken Konkurrenz zwischen Gleichen, gegenüber Strukturierungsmaßnahmen relativ sicheren Position durch die Lobbyarbeit seiner Vertretung, und dem/r durch seine/ihre Lebenswelt an Reaktion gewöhnten ArbeiterIn in Magdalena, der/die eher auf einen Veränderungsimpuls von außen wartet, um dann auf diesen zu reagieren. Diese zwei verschiedenen Typen von Lebenswelten weisen in ihrer Umsetzung einige Probleme in Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung auf. Der relativ hohe Grad an Selbstorganisation in Pisac führte bis jetzt zu einer prekären Situation der KunsthandwerkerInnen am Markt. Die nicht vorhandene Selbstorganisation in Magdalena führt dazu, dass eine gezielte Entwicklung noch recht weit entfernt liegt, und öffnet die Möglichkeit einer starken Beeinflussung von außen und einer ausfallenden Entwicklung in Bezug auf das touristische Potential.

Ein wichtiges Grundprinzip von Selbstorganisation ist das Bewusstsein der BewohnerInnen, dass es Probleme in der eigenen Umgebung gibt, für deren Bewältigung sie sich verantwortlich fühlen einzutreten. (vgl. Badelt 1979: 138).

Ein Anfang dafür wurde zum Beispiel in Magdalena durch MINKA erwirkt, indem sie das Netzwerk der KunsthandwerkerInnen ins Leben rief, was zum Teil dazu führte, dass sich die BewohnerInnen stärker mit ihrer Kultur auseinandersetzten und bewusst mit ihr

identifizierten. Notwendig dafür war aber Input von außen. Die traditionelle Lebenswelt musste von einer externen Typik irritiert werden, um einen Wandel in Richtung eigener Initiativen zustande zu bringen.

Laut Bedelt ist es essentiell für das Entstehen von Selbstorganisation, dass eine positive Einstellung zur Realisierung der existierenden Anliegen vorhanden ist (vgl. Badelt 1979: 140 f.). Ein wichtiger Beitrag hierzu ist unter anderem ein positives politisches Klima. Wenn also die Gemeinde selbst eine Richtung vorzeigt und Initiativen startet (was in Magdalena so gut wie nicht vorhanden ist) und durch diese Initiativen reale Folgen für die Bevölkerung erkennbar sind, schafft das einen Ausgangspunkt für neue Entwicklungsdynamiken. Dies kann aber nur funktionieren, wenn Selbstinitiativen auch auf Unterstützung treffen. Ein zu hohes Maß an Bürokratisierung, ein geringes Maß an Entscheidungskraft der eigenen Bevölkerung und die Abhängigkeit der Gemeinde von nationalen Entscheidungen spielen hier eine wichtige Rolle (vgl. Badelt 1979: 141).

In Magdalena ist dies Teil des Problems. Das „Nicht-Vorhandensein" einer staatlichen Organisationsform in Peru schafft keine Rahmenbedingungen, die ein Nährboden für Eigeninitiativen sind. Demnach bedarf nachhaltige Entwicklung eines gewissen Grades an Selbstorganisation. Dies muss jedoch in einen entsprechend reflektierten Rahmen eingebettet sein. Selbstorganisation, auch im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung, bedeutet demzufolge nicht Wildwuchs und das Handeln lokaler AkteurInnen für sich, sondern eine koordinierte kollektive Handlung, die Rahmenbedingungen, sowie soziale Faktoren mitreflektiert.

11.3.1 MESSINSTRUMENTE

→ *Mitgliedschaft und Vorhandensein von Interessensverbänden:*

Das Vorhandensein von Interessensverbänden bildet einen Grad der Selbstorganisation ab. Indem sich Personen mit gleichen Interessen zusammenschließen, entsteht ein Netzwerk, in welchem Reflexion ermöglicht wird und politische Relevanz erwirkt werden kann. Daraus folgt: Je höher die Dichte an Verbänden beziehungsweise umso höher deren Mitgliedszahlen, desto eher ist eine Organisation auf einem Basislevel möglich.

→ *Angestelltenverhältnisse (wie viele Selbstständige?):*

In einem Kontext, in dem viele Personen von einem/einer ArbeitgeberIn abhängig sind, wächst dessen/deren Macht, in Entscheidungen einzugreifen und entmachtet dadurch jene, die auf ihn/sie angewiesen sind. Zu messen wäre hier die Relation zwischen Besitzverhältnissen und Angestelltenverhältnissen. Ergibt sich demnach ein ausgeglichenes Bild, so kann daraus geschlossen werden, dass ein hoher Anteil an Selbstorganisationsformen vorhanden ist.

→ *Flache Hierarchien: Wie können Interessen durchgesetzt werden?*

Flache Entscheidungsstrukturen innerhalb einer Gemeinde ermöglichen größere Beteiligung der Bevölkerung als stark strukturierte. Das Eingreifen eines jeden wird durch flache Hierarchien und schnelle Kommunikationsebenen vereinfacht. Auch die Länge der Wege zur letzten Entscheidungsinstanz kann darüber Auskunft geben.

→ *Abhängigkeitsverhältnisse der Regionalregierungen:*

Ein letzter Punkt der Selbstorganisation bezieht sich auf das Prinzip der Subsidiarität. Je freier eine Gemeinde in der Nutzung ihrer Ressourcen, desto besser können Maßnahmen auf die lokalen Gegebenheiten abgestimmt werden. Nachdem nun die einzelnen Messinstrumente in Verbindung mit den Deskriptionen der einzelnen Dörfer ausgearbeitet wurden, wird im Folgenden ein abschließendes Fazit präsentiert, welches nochmals eine kurze Reflexion der erarbeiteten Thesen und Ergenisse liefern soll.

12. ABSCHLIEßENDES FAZIT

Im nun folgenden letzten Teil der Arbeit soll noch einmal der Fokus auf die oben formulierten Indikatoren sowie auf das aus dem ersten Kapitel bekannte Konzept der Nachhaltigkeit gelegt werden. Es soll somit eine Zusammenfassung des gesamten Forschungsprojektes und eine Kurzdarstellung der Ergebnisse geliefert werden.

Auf Grundlage eines Vergleichs der Deskription der beiden Dörfer werden die Indikatoren nochmals mit den erhobenen Daten versehen, um ein abschließendes, zum Ende hin auch prognostisches Bild der beiden Regionen zu liefern. So wird im Folgenden mit der Indikatorengruppe der Selbstorganisation begonnen, danach folgt die des Humankapitals. Abschließend werden die Indikatoren für das Konzept der Monokultur näher betrachtet.

Selbstorganisation

Wie schon erwähnt, ist es für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus unabdingbar, die lokale Bevölkerung in den Prozess der Entstehung touristischer Strukturen mit einzubinden (vgl. Pforr 2004: 88). So konzentriert sich die Indikatorengruppe der Selbstorganisation um die Gegebenheiten oder Chancen der Partizipation der lokalen Bevölkerung (siehe dazu näher Kapitel 12.3 Selbstorganisation).

Wird ein Blick auf die beiden Dörfer geworfen, so fällt auf, dass sowohl in Magdalena als auch in Pisac jeweils circa 80 % der Befragten angeben, an Entscheidungsprozessen bezüglich des Tourismus teilhaben zu können. Dennoch haben vor allem die qualitativen Daten ergeben, dass in Magdalena Tendenzen und Strukturen einer „Top-down"-Entscheidung vorhanden sind. So hat dort der Bürgermeister alleinige Entscheidungsgewalt über die Ansiedlung neuer touristischer Infrastruktur, wie zum Beispiel Restaurants oder Hotels. Nach Auskünften von ExpertInnen im Dorf hat diese „Machtherrschaft" unter anderem bereits zu sozialen Spannungen geführt. Die Bevölkerung scheint

trotz der hohen Zustimmung bezüglich der eigenen Partizipation nur partiell an Entscheidungsprozessen eingebunden zu sein.

In Pisac sind ebenfalls Strukturen vorhanden, die eine Partizipation an der politischen Macht einschränken. So gibt es zum Beispiel in Bezug auf die Comunidades eine Fülle von „Top-down"-Entscheidungen, die nach Auskunft der BewohnerInnen der Comunidades vor allem vom Bürgermeister ausgehen. So sind sie zum Beispiel verpflichtet, sonntags an der kirchlichen Messe im Dorf in traditioneller Bekleidung teilzunehmen.

Aber nicht nur die Partizipation an Entscheidungsprozessen wird als Indikator für eine Selbstorganisation weiter oben erwähnt, sondern auch das Vorhandensein von Interessensverbänden. Große Unterschiede lassen sich hier in beiden Dörfern feststellen. Gibt es in Magdalena nur die NGO MINKA, die versucht, eine Vernetzung unter den BewohnerInnen zu fördern, so gibt es auf der anderen Seite in Pisac sechs unterschiedliche Interessensverbände für Kunsthandwerk. Ein Punkt, der sich indirekt an dem Vorhandensein der Interessensverbände anschließen lässt, ist der Indikator für flache Hierarchien. Wie schon gezeigt wurde, scheint in Magdalena vor allem von Seiten des Bürgermeisters eine starke hierarchische Struktur vorhanden zu sein. Aber auch in Pisac gibt es diese „Top-down"-Tendenzen. Vor allem die starken Interessensverbände wie die der KunsthandwerkerInnen versuchen hierbei einseitig ihre Vorstellungen zu vertreten und durchzusetzen.

Für die Indikatorengruppe der Selbstorganisation kann in Bezug auf das Konzept der Nachhaltigkeit abschließend gesagt werden, dass es in Magdalena - dies wurde ja schon genauer im Kap. 10.2.1 formuliert - an Selbstorganisation und Selbstinitiativen fehlt. Ob dies nun an den Strukturen des Zuckerbaus mit der Organisationsform der GroßgrundbesitzerInnen liegt oder ein strukturelles Problem ist, müsste hier näher untersucht werden. Dennoch kann gesagt werden, dass es im Dorf an Erfahrungswerten im Umgang mit Tourismus (noch) fehlt. Wird dieser Blick nun auf Pisac geworfen, so kann dort die These aufgestellt werden, dass die BewohnerInnen selbst stark in die Organisationsformen des Tourismus eingebunden sind. So sind circa 90 % im Tourismus tätig und weitere 80 % als Selbstständige. Auch ein Dorfgefüge in Bezug auf Selbstorganisation scheint soweit vorhanden, dass die Bevölkerung von Pisac gut eingebunden ist und eine relative hohe Partizipation aufweist.

Humankapital

Wie im Kapitel Humankapital schon gezeigt wurde, ist ein Vorhandensein von „ausgebildeten und qualifizierten Individuen“ (Weinert 1996, zit. nach Clar 1997: 13) für eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus unabdingbar. Ebenfalls wurde in diesem Kapitel eine Indikatorengruppe zum Humankapital formuliert, welches nun auf beide Dörfer mit den vorhandenen Daten angewendet werden soll. Zuerst sollen hierbei TourismusexpertInnen in Betracht gezogen werden.

In Pisac gibt es neben einem Tourismusbüro mit sämtlichen Informationen und Straßenkarten zwei TourismusexpertInnen, die ausschließlich für die Belange des Tourismus im Dorf zuständig sind. Es kann hier von ExpertInnen ausgegangen werden, da hierfür ein spezifisches Tourismusstudium absolviert wurde. In Magdalena zeigt sich ein gänzlich anderes Bild. So gibt es dort keine/n nennbare/n TourismusexpertIn. Ebenfalls lässt sich im Dorf keine zentrale Stelle für Tourismus finden, in der etwa Broschüren oder Informationsmaterial den TouristInnen zur Verfügung gestellt werden. Ein Bewusstsein für den Bedarf von ExpertInnen und für Hilfe von außen ist in Magdalena de Cao jedoch vorhanden. Dies zeigt sich an der dringenden Suche des Bürgermeisteramtes von Magdalena nach einem/r TourismusexpertIn, der/die vor allem eine beratende Rolle innehaben sollte.

Ein weiterer Indikator, welcher bezüglich des Humankapitals formuliert wurde, ist der der „Planungsgremien von der Basis bis zur Spitze“ (siehe Kap. 12.2). In Pisac finden zum Beispiel Erhebungen und Evaluationen zu den Kapazitäten im Bezug auf den Tourismus im Dorf statt. Auf deren Grundlage wird dann anschließend über Neuerung oder Veränderungen im Dorf entschieden. Solche Gremien sind in Magdalena nicht zu finden. Wie oben schon gezeigt wurde, gibt es dort keine zentralen Planungsebenen.

Ebenfalls sind Sprachkompetenzen und spartenspezifische Ausbildungs-möglichkeiten Indikatoren für ein Vorhandensein von Humankapital. So geben sowohl in Magdalena als auch in Pisac jeweils circa 70 % an, dass sie große Schwierigkeiten mit der Verständigung mit den TouristInnen haben. In Magdalena spricht zusätzlich nur ein sehr begrenzter Teil Englisch. Wird die Bildung betrachtet, so fällt auf, dass die Bevölkerung der beiden Dörfer im generellen Sinne von einer Verbesserung der Bildungssituation aufgrund des Tourismausgeht. So bestätigen etwa 70 % einen Anstieg an Bildung. Dennoch muss

erwähnt werden, dass vor allem in Pisac oftmals Jugendliche aufgrund der Mithilfe am Markt ihre Schulausbildung vernachlässigen oder sogar zur Gänze abbrechen. So kann hier insbesondere angesichts des Konzeptes der kulturellen Dimension nicht von Nachhaltigkeit gesprochen werden.

In Pisac wird Englisch vor allem in der Schule gelehrt. Eltern haben daran ein großes Interesse. Spartenspezifische Ausbildung bezüglich Tourismus wird vor allem in Cusco mit Hilfe eines Tourismus-Studiums angeboten.

Abschließend kann in Bezug auf das Humankapital davon ausgegangen werden, dass Pisac hier deutlich nachhaltigere Formen aufweist als Magdalena. Dies mag wohl auch an den etablierten Tourismusgefügen des Dorfes liegen. Magdalena muss hier vor allem versuchen, Humankapital und „Know-how" mit Blick auf den Tourismus von außen einzuführen, um nachhaltige Strukturen in Bezug auf den Tourismus entwickeln zu können.

Das Konzept der Monokultur

In der abschließenden Indikatorenbetrachtung soll Pisac im Mittelpunkt stehen, da das Konzept der Monokultur beziehungsweise dessen Indikatoren im Wesentlichen auf bereits etablierte touristische Strukturen abzielt (von etablierten Strukturen kann in Magdalena nicht ausgegangen werden). Im Gegenteil dazu stellen die beiden vorhergegangenen Indikatoren eher einen Bezugsrahmen zu einem nachhaltigen Entwicklungsprozess her.

Wie oben schon im Kapitel „Monokultur" erwähnt wurde, ist eine diversifizierte Erwerbsstruktur für die Nachhaltigkeit des Tourismus in Hinsicht auf Abhängigkeitsstreuungen von Nöten (vgl. Tao/Wall 2009: 90 ff.). In Pisac kann aufgrund der ernormen Konzentration auf den Markt nicht von einer Streuung ausgegangen werden. Ebenfalls ist die Erwerbsstruktur sehr stark eingeschränkt, so sind zum Beispiel 90 % der EinwohnerInnen von Pisac im Kunsthandwerk beschäftigt. Es kann hier von einer Form der Monokultur gesprochen werden, die sich bis in den Lebensalltag wirkt. Die MarktverkäuferInnen stehen beispielsweise an sieben Tagen der Woche den gesamten Tag am Stand. Dies hat große Auswirkungen auf die Lebenswelt jedes Einzelnen. Wie oben ebenfalls erwähnt wurde, kommt es hier zu einer Konzentration in einem einzigen Punkt. Auswirkungen sind zudem der Abbruch der Schule, die Veränderung der Familienstruktur mit der Vernachlässigung der Kinder und weitere Effekte auf die soziale Struktur,

welche oben schon näher besprochen wurden. Ebenfalls ist ein Anstieg der Konkurrenz zu spüren. So gehen 90 % der BewohnerInnen Pisacs davon aus, dass die Konkurrenz in den letzten Jahren gestiegen ist. Der Markt hat, auch wenn er für viele die Lebensgrundlage bildet, solche Ausmaße angenommen, dass er angesichts der starken Konzentration Großteile der Lebensräume der Bevölkerung in Pisac einnimmt. Hier kann bei Weitem nicht mehr von einer nachhaltigen Entwicklung gesprochen werden.

Vielleicht mag es an den großen Unterschieden, an den etablierten Strukturen beziehungsweise an den Erfahrungen im Umgang mit dem Tourismus liegen, dass fast 60 % der BewohnerInnen von Pisac und nur 15 % der BewohnerInnen von Magdalena von einem negativen Einfluss des Tourismus auf die Jugendlichen ausgehen. Obwohl die Strukturen in Pisac in Bezug auf Selbstorganisation und Humankapital hervorragend ausgebildet sind, kann dort aufgrund des großen Einflusses der Konzentration auf den Markt nicht unerlässlich von nachhaltigen Strukturen ausgegangen werden. Magdalena hingegen weist klare Defizite bei den beiden ersten genannten Indikatoren Selbstorganisation und Humankapital auf. Dies mag an der noch relativ jungen Entwicklung des Tourismus liegen. Hier scheint es nun wichtig, dass vor allem „Know-how“ von außen (natürlich in einem adäquaten Ausmaß im Sinne der Nachhaltigkeit) zugefügt wird, um einerseits vom aufflammenden Tourismus profitieren zu können und anderseits nachhaltiges Erwirtschaften und ein nachhaltiges Sozialgefüge zu garantieren.

13. QUELLENANGABEN

13.1 BIBLIOGRAPHIE

Angles Vargas, Víctor (2001): Písac y el Valle Sagrado de los Incas. Cusco: Víctor Angles Vargas.

Atteslander, Peter (2000): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin/New York: de Gruyter.

Atteslander, Peter (2006): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Bachleitner R./Kaglemann H.J./Keul A.G. (1998): Der durchschaute Tourist. München/Wien: Profil

Badelt, Christoph (1979): Selbstorganisation – Alternative zur Bürokratie. Wien: IWB.

Baumgartner, Christian (2004): Nachhaltigkeit im Tourismus als regionale Herausforderung – weltweit. In: Luger, K./ Baumgartner, C./ Wöhler, K. (Hg.): Ferntourismus wohin? Der globale Tourismus erobert den Horizont. Innsbruck: Studienverlag, 223-238.

Becker, Peter (1996): Themenstraßen – am Beispiel der "Straße der Romantik". In: Dreyer, Axel [Hrsg.], Kulturtourismus. München: Oldenbourg Verlag, 137-150.

Beer, Bettina (2003): Methoden und Techniken der Feldforschung. Berlin: Reimer.

Bohnsack R./Marotzki W./Meuser M. (2003): Hauptbegriffe Qualitative Sozialforschung. Ein Wörterbuch. Opladen: Leske & Budrich.

Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten, Sektion Tourismus und Freizeitwirtschaft (2000): Nachhaltigkeit im österreichischen Tourismus. Grundlagen und Bestandsaufnahme. Wien: BMWA.

Chambers, Robert (1994): Participatory Rural Appraisal (PRA): Analysis of Experience. In: World Development 22 (9), 1253-1268.

Clar, Günther/Doré, Julia/Mohr, Hans (1997): Humankaptial und Wissen – Grundlagen einer nachhaltigen Entwicklung. Berlin: Springer-Verlag.

Diekmann, Andreas (2007): Empirische Sozialforschung. Grundlagen-Methoden-Anwendungen. 18.Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Dietsch, Klaus (1996): Studienreisen. In: Dreyer, Axel [Hrsg.]: Kulturtourismus. München: Oldenbourg Verlag, 71-100.

Dreyer, Axel [Hrsg.] (1996): Kulturtourismus. München: Oldenbourg Verlag.

Dworschak, Helmut (1994): Kulturdiskurse. Zum Verhältnis von Tourismus und indigener Kultur. Münster/New York: Waxmann Verlag.

Esser, Hartmut (1991): Die Rationalität des Alltagshandelns. In: Zeitschrift für Soziologie 20, 430-445.

Freyer, Walter (1996): Event-Management im Tourismus. Kulturveranstaltungen und Festivals als touristische Leistungsangebote. In: Dreyer, Axel [Hrsg.]: Kulturtourismus. München: Oldenbourg Verlag, 211-242.

Friedl, Harald (2008): Das gebuchte Paradies, gutes Gewissen inklusive. Ethische Grundlagen des Umwelt- und sozialverträglichen Ferntourismus. München: Grin.

Giddens, Anthony (2006): Sociology. Cambridge: polity press.

Gläser J./Laudel G. (2004): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hein, Wolfgang (2004): Tourismus und nachhaltige Entwicklung ländlicher Regionen in systemischer Perspektive. In: Peripherie 89 (1), 48-88.

Hunter, Colin (1997): Sustainable Tourism as an adaptive paradigm. In: Annals of Tourism Research 24 (4), 850-867.

Hunter, Colin. Shaw, John (2007): The ecological footprint as a key indicator of sustainable tourism. In: Tourism Management 28 (1), 46-57.

Josephy, Alvin M. (1992): Amerika 1492 – Die Indianervölker vor der Entdeckung. Frankfurt/Main: Fischer.

Kagelmann, Jürgen [Hrsg.] (1993): Tourismuswissenschaft. Soziologische, sozialpsychologische und sozialanthropologische Untersuchungen. München: Quintessenz.

König, Hans-Joachim (2006): Kleine Geschichte Lateinamerikas. Bonn: Reclam

Kreckel, Reinhard (2004): Politische Soziologie der sozialen Ungleichheit. Frankfurt am Main/New York: Campus-Verlag.

Krummacher, André (2004): Der Participatory Rural Appraisal (PRA)-Ansatz aus ethnologischer Sicht. PRA – a quick and dirty anthropology? In: Working Papers of the Department of Anthropology and African Studies der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz. Verfügbar unter: http://www.ifeas.uni-mainz.de/workingpapers/Krummacher.pdf.

Luger, Karl (2006): Tourismus als Entwicklungsmodell. Nachhaltigkeitsversuche, Armutsreduzierung und Regionalentwicklung. In: Baumhackl, Herbert/Habinger, Günter/Kolland, Franz/Luger, Karl (Hg.): Tourismus in der „Dritten Welt“. Wien: Promedia, 127-152.

Moscardo, Gianna M./Pearce, Philip L. (1986): The Concept of Authenticity in Tourist Experiences. In: Journal of Sociology 22 (1), 121-132.

Nahrsted, Wolfgang (1996): Die Kulturreise. Gedanken zur Charakterisierung einer Reiseform. In: Dreyer, Axel [Hrsg.]: Kulturtourismus. München: Oldenbourg Verlag, 5-23.

Nelles, Günter [Hrsg.] (2007): Peru. München: Nelles-Verlag.

Pforr, Christof (2004): Policy-making for sustainable tourism. In: Brebbia, Carlos A. (Hg.): Sustainable Tourism. International Conference on Sustainable Tourism. Southampton: WIT, 83-94.

Pichler, Herbert (1993): Der gelenkte Tourist. Raumbilder und Routen. Diplomarbeit. Wien.

Pohl, Hans (1996) Die Wirtschaft Hispanoamerikas in der Kolonialzeit (1500-1800). Stuttgart: Steiner.

Pöttler, Burkhard/Klammerhofer-Aggermann, Ulrike [Hrsg.] (1994): Tourismus und Regionalkultur. Wien: Selbstverlag des Vereins für Volkskunde.

Saarinen, Jarko (2006): Traditions of Sustainablitiy in Tourism Studies. In: Annals of Tourism Research 33 (4), 1121-1140.

Schärer, Rene (2004): Sustainable Community-based Tourism. In: Luger, K./ Baumgartner, C./ Wöhler, K. (Hg.): Ferntourismus wohin? Der globale Tourismus erobert den Horizont. Innsbruck: Studienverlag, 223-238.

Schett, Sandra (2005): Soziokulturelle Nachhaltigkeit im partizipativen Tourismus. Eine Untersuchung zur soziokulturellen Nachhaltigkeit anhand der Tourismusprojekte der zwei peruanischen Landgemeinden Humacchuco und Vicos. Wien: Diplomarbeit.

Schlüter, Regina (1999): Sustainable tourism development in South America. The case of Patagonia, Argentina. In: Butler, Richard W./ Pearce, Douglas G. (Hg.): Contemporary Issues in Tourism Development. London: Routledge, 176-191.

Schütz, Alfred (1971): Gesammelte Aufsätze. Das Problem der sozialen Wirklichkeit. Den Haag: Martinus Nijhoff.

Sharpley, Richard (2004): Tourism and sustainable development: exploring the theoretical divide. In: Williams, Stephen (Hg.): Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. London: Routledge, 305-326.

Siebert, R./Laschewski, L./Dosch, A. (2008): Knowledge dynamics in valorising local nature. In: Sociologia Ruralis 48 (3), 223-239.

Strauss A./Corbin J. (1996): Grounded Theory. Grundlagen Qualitativer Sozialforschung. Weinheim: Beltz Psychologie Verlagsunion.

Tao, Teresa C.H./Wall, Geoffrey (2009): Tourism as a sustainable livelihood strategy. In: Tourism Management 30 (1), 90-98.

Wöhler, Karlheinz (2001): Tourismus und Nachhaltigkeit. In: Politik und Zeitgeschichte 47, 40-46.

World Commission on Environment and Development WCED (1987): Our common future. Oxford: Oxford University Press.

13.2 INTERNET

http://www.diwe-media.de/lexikon/tracking.html, Zugriff am 1.04.2009.

http://www.studienkreis.org, Zugriff am 14.04.2009.

http://www.todo-contest.org, Zugriff am 14.04.2009.

http://www.sustainabletourismcriteria.org, Zugriff am 10.04.2009.

http://www.unwto.org, Zugriff am 19.03.2009.

http://www.inkanatura.info/ruta_moche_Chiclayo_trujillo_peru_tours.asp, Zugriff am 22.04.2009.

https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pe.html, Zugriff am 19.03.2009.

http://www.nationsencyclopedia.com/economies/Americas/Peru.html, Zugriff am 22.04.2009.

https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pe.html, Zugriff am 22.04.2009.

http://www.globalenvision.org/2008/05/09/poverty-amid-progress-peru, Zugriff am 22.04.2009.

http://hdr.undp.org/en/media/hdr_20072008_table_1.pdf, Zugriff am 22.04.2009.

http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3459, Zugriff am 22.04.2009.

14. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Wertehierarchie touristischer Infrastruktur.....15

Abbildung 2: Touristische Ziele und Wirkungen von Events.....19

Abbildung 3: TouristInnenankünfte in Peru national und international, 2004 bis 2008.21

Abbildung 4: Warum sind TouristInnen eine Bereicherung für das Dorf? 54

Abbildung 5: Einstellung zu TouristInnen in Magdalena.....55

Abbildung 6: Einstellung zu TouristInnen in Pisac 56

Abbildung 7: Glauben Sie, dass das Bildungsangebot steigt?.....59

Abbildung 8: Steigt die Lebensqualität?.....60

Abbildung 9: Beeinflussung Jugendlicher durch Kultur der TouristInnen 61

Abbildung 10: Beeinflussung Jugendlicher durch TouristInnen, Pisac 62

Abbildung 11: Glauben Sie, dass der Tourismus die Alltagsbräuche ändert? 63

Abbildung 12: Veränderung der ökonomischen und sozialen Situation 64

Abbildung 13: Verstärkte Konkurrenz durch Tourismus.....65

Abbildung 14: Tourismus verbessert Infrastruktur? 66

15. TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: TouristInnenankünfte 2004 bis 2008 21