

Massentourismus - Ökotourismus - Luxustourismus

Image und Zukunftsaussichten in einer noch
nicht touristisch erschlossenen Region
am Beispiel der südlichen Costa Calida,
Spanien

Dissertation von

Alexander Drews
Ellerndamm 17
21423 Sangenstedt

drews_alexander@web.de

© Alexander Drews 2010

GLIEDERUNG

Gliederung	II
Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	VI
Fotographienverzeichnis	VI
Kartenverzeichnis	VII
Abkürzungsverzeichnis	VII
1. Einleitung	1
1.1 Perspektivische Fragestellung	1
1.2 Struktur der Arbeit	1
1.3 Wissenschaftsdisziplinäre Einordnung der Arbeit	2
1.4 Stand der Forschung	4
1.5 Begriffsdefinitionen	6
1.5.1 Tourismus	7
1.5.2 Massentourismus	8
1.5.3 Individualtourismus	12
1.5.4 Ökotourismus	14
1.5.5 Turismo Rural	16
1.5.6 Hochpreisiger Individualtourismus („Luxustourismus“)	17
1.5.7 Touristisches Zielgebiet	19
2. Methodik	20
2.1 Forschungsleitende Fragen	20
2.2 Vorgehensweise	22
2.2.1 Der Fragebogen	22
2.2.2 Auswahl des Untersuchungsraumes	29
2.2.3 Vorstellung des Untersuchungsraumes	31
2.2.4 Entwicklung des Untersuchungsraumes	39
2.3 Der Pre-Test	42
2.4 Organisatorische Rahmenbedingungen der Befragung	43

3. Auswertung	47
3.1 Das Ansehen der verschiedenen touristischen Konzepte bei der Bevölkerung	47
3.1.1 Das Ansehen des Massentourismus	50
3.1.2 Das Ansehen des Ökotourismus	52
3.1.3 Das Ansehen des Luxustourismus	54
3.1.4 Das Ansehen des Turismo Rural	56
3.1.5 Zusammenfassung	57
3.2 Einstellung der Bevölkerung zu möglicherweise meinungsbildenden Faktoren	58
3.2.1 Umweltschutz	59
3.2.2 Touristische Expansion	60
3.2.3 Wohnort	61
3.2.4 Wirtschaftliche Aspekte	62
3.2.5 Entwicklungsinteresse	63
3.2.6 Zusammenfassung	63
3.3 Bürgerbeteiligung bei touristischen Planungen	64
3.3.1 Interesse der Bevölkerung	64
3.3.2 Bedeutung der Partizipation	65
3.3.3 Augenblickliche Einflussmöglichkeiten	66
3.3.4 Teilnahme der Bevölkerung	67
3.3.5 Informationspolitik	70
3.3.6 Forderungen und Wünsche	70
3.3.7 Zusammenfassung	71
3.4 Chancen und Risiken im Tourismus	75
3.4.1 Chancen	75
3.4.2 Risiken	76
3.4.3 Potentiale	77
3.4.4 Zusammenfassung	78
3.5 Präferenzen der Bevölkerung	79
3.5.1 Allgemeines	79
3.5.2 Soziodemographische Differenzierung	81
3.5.2.1 Schulabschlüsse	81
3.5.2.2 Lebensalter	82

3.5.2.3 Dauer des Aufenthaltes	82
3.5.2.4 Geschlecht	83
3.5.2.5 Zusammenfassung	83
3.5.3 Einstellungsorientierte Differenzierung	84
3.5.3.1 Umweltschutz.	84
3.5.3.2 Touristische Expansion	85
3.5.3.3 Verbundenheit	86
3.5.3.4 Entwicklungsinteresse	87
3.5.3.5 Wirtschaftliche Aspekte	88
3.5.3.6 Zusammenfassung	88
4. Ergebnisdiskussion	–	–	–	–	–	–	–	–	89
4.1 Allgemeine Erkenntnisse	89
4.2 Fazit	94
4.3 Ausblick	96
Anhang	–	–	–	–	–	–	–	–	100
I. Zuordnungen der genannten Beispielorte	100
II. Fragebogen in den Endfassungen (spanisch/deutsch)	101
III. Literaturverzeichnis	106

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb.1 - Die vier verschiedenen Tourismusarten im Gesamtbild der Studie	19
Abb.2 - Legende zur Skizze des Untersuchungsgebietes	34
Abb.3 - Zuordnungen der Beispiele für Massentourismus	50
Abb.4 - Benotungen des Massentourismus in Abhängigkeit vom Beispielort	51
Abb.5 - Zuordnungen der Beispiele für Ökotourismus	52
Abb.6 - Benotungen des Ökotourismus in Abhängigkeit vom Beispielort	53
Abb.7 - Zuordnungen für Luxustourismus	54
Abb.8 - Benotungen des Luxustourismus in Abhängigkeit vom Beispielort	55
Abb.9 - Zuordnungen für Turismo Rural	56
Abb.10 - Benotungen des Turismo Rural in Abhängigkeit vom Beispielort	57
Abb.11 - Relevanz der Umweltsituation nach Ansicht der Befragten	59
Abb.12 - Relevanz der touristischen Expansion nach Ansicht der Befragten	60
Abb.13 - Ausmaß des Verbundenheitsgefühles der Befragten mit ihrem Wohnort	61
Abb.14 - Vorteilhaftigkeit des Tourismus für den individuellen Beruf nach Ansicht der Befragten	62
Abb.15 - Ausmaß des Interesses an der Wohnortentwicklung	63
Abb.16 - Ausmaß des Interesses an der touristischen Entwicklungsplanung des Wohnortes	64
Abb.17 - Bedeutsamkeit der Möglichkeit der Einflussnahme auf die touristische Entwicklungsplanung durch die Bevölkerung	65
Abb.18 - Beurteilungen der Möglichkeiten zur Einflussnahme auf die touristischen Planungen durch die Bevölkerung	66
Abb.19 - Versuchte Einflussnahme auf die touristische Entwicklungsplanung	67
Abb.20 - Benotungen der Einflussmöglichkeit auf die Planungen getrennt nach angegebenen Aktivitäten bzw. Gründen für Inaktivität	68
Abb.21 - Eventuelle Nutzung der Möglichkeiten im Falle ihrer Existenz	69
Abb.22 - Empfundene Informiertheit	70
Abb.23 - Vordringlich empfundene Themen	71
Abb.24 - Vermutete positive Auswirkungen einer verstärkten touristischen Nutzung	75
Abb.25 - Vermutete negative Auswirkungen einer verstärkten touristischen Nutzung	76
Abb.26 - Gründe für einen Besuch der Costa Calida nach Ansicht der Befragten	77
Abb.27 - Präferenzen der Bevölkerung hinsichtlich der Nutzung, Frequenz und Orientierung des Tourismus	79

Abb.28 - Mittelwerte der Skalen (Ergänzung zu Abbildung 26)	80
---	----

TABELLENVERZEICHNIS

Tab.1: Beteiligung an der Umfrage	44
Tab.2: Vergleich der statistischen Daten der Befragten	44
Tab.3: Vergleich des Bildungsstandes der Befragten	45
Tab.4: Mittelwerte der Skalen getrennt nach Schulabschlüssen	81
Tab.5: Mittelwerte der Skalen getrennt nach dem Lebensalter	82
Tab.6: Mittelwerte der Skalen getrennt nach Dauer des Aufenthaltes in Jahren	82
Tab.7: Mittelwerte der Skalen getrennt nach Geschlechtszugehörigkeit	83
Tab.8: Mittelwerte der Skalen differenziert nach der Bedeutung einer intakten Umwelt	84
Tab.9: Mittelwerte der Skalen getrennt nach der Bedeutung der touristischen Expansion	85
Tab.10: Mittelwerte der Skalen getrennt nach dem Ausmaß des Verbundenheitsgefühles	86
Tab.11: Mittelwerte der Skalen getrennt nach dem Ausmaß des Interesses an der Entwicklung des Ortes	87
Tab.12: Auswertung der Skalen getrennt nach Profiteuren	88
Tab.13: Zuordnungen der beispielhaften Ortsnennungen	100

VERZEICHNIS DER FOTOGRAFIEN

F.1: Küstenabschnitt beim Kap Cope	35
F.2: Neue Ferienwohnungen bei Jaravia	35
F.3: Stadtansicht Aguilas	37
F.4: Uferpromenade in Aguilas	37
F.5: Uferpromenade in Mazarron-Hafen	38
F.6: Uferbebauung in Mazarron-Hafen	38
F.7: Bauernhof im Hinterland	40
F.8: Zitrusplantage im Hinterland	40
F.9: Sandsteinformationen bei Bolnuevo	41
F.10: Uferbebauung in Calnegre	41
F.11: Paseo de la Sal in Mazarron-Hafen	46
F.12: Plaza de Espana in Aguilas	46

VERZEICHNIS DES KARTOGRAPHISCHEN MATERIALS

K.1: Lageskizze der Costa Calida	31
K.2: Skizze des Untersuchungsgebietes	34

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Abb.	-	Abbildung
abk.	-	abgekürzt
Abk.	-	Abkürzung
Anm.	-	Anmerkung
Art.	-	Artikel
Aufl.	-	Auflage
bspw.	-	beispielsweise
ca.	-	zirka
d.	-	der, des
d.m.	-	das meint
d.h.	-	das heißt
EDV	-	Elektronische Datenverarbeitung
etc.	-	et cetera
evtl.	-	eventuell
Ew.	-	Einwohner
F.	-	Fotographie
ff.	-	fortfolgende
i.V.m.	-	in Verbindung mit
Individualt.	-	Individualtourismus
K.	-	Karte
Kap.	-	Kapitel
km	-	Kilometer
Luxust.	-	Luxustourismus
Massent.	-	Massentourismus
n. bek.	-	nicht bekannt
nördl.	-	nördlich
o. A.	-	ohne Autorenangabe
o. J.	-	ohne Jahresangabe

- o. O. - ohne Ortsangabe
östl. - östlich
sog. - sogenannte/n/r/s
südl. - südlich
svw. - so viel wie
Tab. - Tabelle
u.a. - unter anderem
u.U. - unter Umständen
u.ä. - und ähnliche/s
unveröff.- unveröffentlicht
usw. - und so weiter
v.a. - vor allem
Verf. - Verfasser/s
vgl. - vergleiche
westl. - westlich
X - (Variable für Ortsnamen: Aguilas oder Mazarron)
z.B. - zum Beispiel
z.T. - zum Teil
zit. - zitiert
(...) - (Auslassungszeichen)

1. EINLEITUNG

1.1 PERSPEKTIVISCHE FRAGESTELLUNG

In den 60er und 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts wurde der Tourismus als neuer, ertragreicher Wirtschaftsfaktor entdeckt. Im Überschwang der Begeisterung wurde oftmals übersehen, dass der Tourismus die Region, die ihn nutzt, einschneidend verändert, sowohl in räumlicher als auch in gesellschaftlicher Hinsicht. Heute wird „Tourismus“ nicht mehr nur positiv angesehen. Vor allem in vom so genannten Massentourismus bereits erschlossenen Gebieten wird der Ruf der Einwohner nach der Bewahrung der Landschaft und der kulturellen Identität immer lauter.

Doch wie stellt sich die Situation in touristisch noch nicht erschlossenen Gebieten dar? Welche touristischen Perspektiven ergeben sich aus Sicht der Einwohner für einen touristisch noch nicht erschlossenen Ort? Wird der Standpunkt vertreten, dass es allen besser ginge, wenn der Ort touristisch genutzt würde? Oder setzt sich aufgrund der negativen Erfahrungen der beispielhaft massentouristisch genutzten Orte eine Denkweise durch, die eher die Bewahrung des augenblicklichen Status befürwortet? Interessiert sich die Bevölkerung überhaupt für die Fragestellungen, die eine touristische Nutzung mit sich bringt? Wo sieht die Bevölkerung die Chancen und Risiken, die der Tourismus bietet? Diesen Fragen soll im Folgenden nachgegangen werden, und zwar am Beispiel der Costa Calida im Südosten Spaniens, einer Region, die sich derzeit im Wandel befindet von einer stark agrarischen zu einer verstärkt touristischen Nutzung, deren finale Ausprägung momentan noch nicht erkennbar ist und die daher im Gegensatz zu anderen Küstenabschnitten noch alle Entwicklungsmöglichkeiten aufweist.

1.2 STRUKTUR DER ARBEIT

Im einleitenden Kapitel wird die Arbeit im Anschluss an diesen Abschnitt einem wissenschaftlichen Segment zugeordnet, danach folgen die Definitionen für die wichtigsten Begriffe dieser Arbeit. Im zweiten Kapitel wird die zugrunde gelegte Fragestellung in mehreren Teilfragen präzisiert wird, die dann in einer entsprechenden empirischen Fallstudie überprüft werden können. Diese Fallstudie wird zu Vergleichszwecken in zwei Orten

durchgeführt, die ebenfalls in Kapitel 2 vorgestellt werden. Das Kapitel schließt ab mit der Beschreibung des Ablaufes des Pre-Tests und einer Befragungscharakterisierung.

Das dritte Kapitel umfasst die Auswertung der durch die Befragung gewonnenen Daten. Die gewonnenen Ergebnisse werden in Abbildungen präsentiert und die wesentlichen Punkte textlich präzisiert.

Im vierten Kapitel folgt dann die Ergebnisdiskussion. Zuerst werden die Ansichten der Befragten zu den eingangs aufgestellten Fragen diskutiert, später erfolgt die Darstellung weiterer Erkenntnisse, die aus den Resultaten der Fallstudie gewonnen werden konnten. Es folgen konkrete, aus den Ergebnissen abgeleitete Vorschläge zur Situationsverbesserung sowie ein Ausblick auf den sich aus der Arbeit ergebenden zukünftigen Forschungsbedarf. Das Kapitel schließt mit der Inbezugsetzung der Erkenntnisse aus der Fallstudie zu den eingangs vorgestellten Beiträgen der Literatur.

Zur Orientierung dienendes Kartenmaterial sowie fotografisches Material, welches erste Eindrücke von den untersuchten Orten vermitteln soll, werden an geeigneter Stelle eingefügt. Im Anhang finden sich die bei der Befragung verwendeten Fragebögen und die Zuordnungen der genannten Orte zu den touristischen Kategorien.

1.3 WISSENSCHAFTSDISZIPLINÄRE EINORDNUNG DER ARBEIT

Seit Beginn des 20. Jahrhunderts ist der Tourismus ein Forschungsgegenstand der Geographie. Erstmals wurde der Begriff „Fremdenverkehrsgeographie“ 1905 von Josef STRADNER in seinem Werk „Der Fremdenverkehr, eine volkswirtschaftliche Studie“ verwendet.¹ Jedoch sah Stradner die Aufgaben der Fremdenverkehrsgeographie – wie bereits im Titel seines Buches deutlich wird - mehr auf volkswirtschaftlicher Ebene und untersuchte überwiegend die wirtschaftlichen Aspekte des Tourismus. 1919 erfolgte durch SPUTZ eine Ausweitung des Forschungsfeldes, indem er die gegenseitigen Auswirkungen zwischen dem Fremdenverkehr einerseits und anderen geographischen Faktoren andererseits behandelte.² 1939 differenzierte POSER den Begriff Fremdenverkehrsgeographie und ordnete ihm drei Fragestellungen zu:

- die Frage nach der Gestaltung und Veränderung von Landschaften durch den Fremdenverkehr (genetischer Ansatz),
- die Frage nach den sich durch die verschiedenen Fremdenverkehrsarten herausbildenden Strukturen (strukturräumlicher Ansatz) und

¹ STRADNER, J. 1905: Der Fremdenverkehr - Eine volkswirtschaftliche Studie, Graz

² SPUTZ, K. 1919: Geographische Bedingungen und Wirkungen des Fremdenverkehrs in Tirol, Wien

- die Frage nach den räumlich-funktionalen Beziehungen zwischen Zielgebiet und Quellgebiet (Herkunftsregion der Reisenden) (funktionaler Ansatz).³

1970 wurde die bislang raumbezogene „Fremdenverkehrsgeographie“ durch RUPPERT und MAIER um einen soziogeographischen Faktor erweitert.⁴ Die so entstandene wissenschaftliche Disziplin „Geographie des Freizeitverhaltens“ basierte auf der Theorie einer Funktionsgesellschaft, in der jedes Mitglied den ihm zur Verfügung stehenden Raum funktional nutzt, beispielsweise als Versorgungs-, Wohn- oder Erholungsraum. Vor diesem Hintergrund wurden vor allem Fragen nach dem künftigen Bedarf an Erholungszentren, dem Angebot und der Nachfrage beleuchtet. Als Gegensatz zur Verknüpfung der „Geographie des Freizeitverhaltens“ mit dem von Ruppert und Maier bevorzugten gesellschaftlichen Modell etablierte sich in den 1980er Jahren der Begriff „Geographie des Freizeit- und Fremdenverkehrs“, der nicht mehr an ein Gesellschaftsmodell gebunden ist.

Mit der Ausbreitung des Begriffes „Tourismus“, der nach und nach den Begriff „Fremdenverkehr“ ersetzte, ging auch die Umbenennung der wissenschaftlichen Disziplin in „Freizeit- und Tourismusgeographie“ einher.

Heute stellt sich die Tourismusgeographie als eine interdisziplinäre Wissenschaft dar, die längst auch wirtschaftliche, soziologische, pädagogische oder psychologische Aspekte beinhaltet (und daher oft auch bereits als „Tourismusforschung“ bezeichnet wird): „Innerhalb ihrer 100-jährigen Forschungsgeschichte hat sich die wissenschaftliche Auseinandersetzung der Geographie mit dem Tourismus gewandelt – von der deskriptiv arbeitenden Strukturbeschreibung der ‚Fremdenverkehrsgeographie‘ zur ‚Geographie der Freizeit und des Tourismus‘ als einer analytischen und anwendungsorientierten Regional- und Gesellschaftsforschung.“⁵

Auch die vorliegende Arbeit befasst sich mit Regional- und Gesellschaftsforschung im touristischen Zusammenhang, indem sie der Frage nachgeht, welchen Einfluss bzw. welche Veränderungen eine Gesellschaft auf ihre Heimatregion durch die Einwirkung einer verstärkten touristischen Nutzung vermutet und präferiert. Damit ist sie dem Fachgebiet „Tourismusgeographie“ zuzuordnen.

³ POSER, H. 1939: Geographische Studien über den Fremdenverkehr im Riesengebirge, Göttingen

⁴ RUPPERT, K. und MAIER, J. (Hrsg.) 1970: Geographie des Freizeitverhaltens, Regensburg

⁵ STEINECKE, A. 2006: Tourismus – Eine geographische Einführung. Braunschweig. Seite 29

1.4 STAND DER FORSCHUNG

Unter Bezugnahme auf den letzten Absatz müssen, um einen Überblick über den Forschungsstand zu erhalten, vor allem diejenigen Studien und Werke näher betrachtet werden, die sich mit den Auswirkungen des Tourismus in ausgewählten Regionen und unter Berücksichtigung der Ansichten der Bevölkerung beschäftigen.

Die auf diesem Gebiet wohl umfangreichste Studie dürfte das vom CSIL verfasste Werk „Die Auswirkungen des Tourismus auf Küstengebiete“ sein, die vom Ausschuss für regionale Entwicklung des europäischen Parlaments in Auftrag gegeben wurde, in dessen Rahmen ebenfalls Befragungen durchgeführt wurden, allerdings ausschließlich mit „Vertretern des öffentlichen Sektors, (...); Vertretern des privaten Tourismussektors; Vertretern von Umweltverbänden“⁶ und darüber hinaus mit „sonstigen einschlägigen Akteuren“.⁷

Insgesamt betrachtet kann gesagt werden, dass aufgrund dieser Auswahl zwar die beteiligten Organisationen gehört wurden, nicht jedoch die betroffenen, weil im Entwicklungsgebiet lebenden Menschen. Zudem nehmen die so gewonnenen Primärdaten im Vergleich zu den „aus der umfangreichen Literatur zu Tourismus, Küstenregion und Strukturfonds“ erhobenen und verarbeiteten Sekundärdaten nur einen untergeordneten Rang ein, da das durch die Sekundärdaten erstellte „Gesamtbild“ durch die Primärdaten lediglich „vervollkommenet wird“.

In den Empfehlungen, die am Schluss der Studie gegeben werden, wird auf die sich ja möglicherweise von den übrigen unterscheidenden Belange der Bevölkerung folgerichtig nicht eingegangen. Es findet sich lediglich der Hinweis, dass, „um das Vertrauen der Öffentlichkeit zu gewinnen“, Projekte realisiert werden sollten, für die „ein hoher Anteil an öffentlichen Investitionen, eine starke Öffentlichkeitswirksamkeit und ein hoher Bekanntheitsgrad kennzeichnend sind.“

Die Frage, ob die Öffentlichkeit solche Projekte überhaupt wünscht oder mit den bereits durchgeführten zufrieden ist, lässt die Studie offen. Stattdessen werden hauptsächlich Investitionsempfehlungen gegeben. So sollten beispielsweise „architektonische Merkmale“ besondere Berücksichtigung finden, um „besonders repräsentativen Vorhaben zu einer neuen Wahrnehmung zu verhelfen“.⁸ In ihrer Gesamtheit legt die Studie also ihr Augenmerk auf den

⁶ CENTRE FOR INDUSTRIAL STUDIES, 2008: Die Auswirkungen des Tourismus auf Küstenregionen, Brüssel, Seite 7

⁷ Leider wurde darauf verzichtet, diese „einschlägigen Akteure“ näher zu benennen.

⁸ CENTRE FOR INDUSTRIAL STUDIES, 2008: Die Auswirkungen des Tourismus auf Küstenregionen, Brüssel, Seite 81 ff.

Ausbau vorhandener touristischer Strukturen und wie man sie aus institutioneller Sicht fördern bzw. unterstützen kann. Die Betrachtung der Auswirkungen des Tourismus resultieren eher in einem Maßnahmenkatalog zur Stärkung des Tourismus, unabhängig davon, ob dies vor Ort so gewollt ist.⁹

Bedauerlicherweise findet sich dazu kaum vergleichbares Material. SEEBOTH erklärt zum Thema „Sanfter Tourismus in der Türkei“: „Vor allem müssen die Einheimischen auch verstehen, dass der kurzfristige wirtschaftliche Erfolg nicht so erstrebenswert ist wie ein geringerer, dafür aber dauerhafter Ertrag“.¹⁰ Ob der „Wertewandel der Einheimischen vor Ort“¹¹, wie von SEEBOTH gefordert, mittlerweile stattgefunden hat, lässt sich meist nur an praktischen Beispielen ablesen.

So berichtet SCHOLZ umfassend über die Einführung der Agenda 21 in der mallorquinischen Gemeinde Calvia.¹² Dieses Projekt, das als oberstes Ziel hatte, den menschlichen Einfluss nicht auszuweiten, das Wachstum zu begrenzen und die komplette Erneuerung des Landes und des Küstenbereiches zu fördern, wurde schließlich Gegenstand einer Bürgerbefragung, bei der sich 30 % der erwachsenen Bevölkerung für die Inangriffnahme der geplanten Maßnahmen entschieden. Dies bedeutete gleichzeitig eine deutliche Abkehr vom bislang vorherrschenden Massentourismus (1992 beherbergte Calvia 1,3 Millionen Touristen).¹³

SCHOLZ sieht die Umsetzung des Maßnahmenpaketes und die Neuausrichtung Calvias als gelungen an und bewertet sie als „uneingeschränkt positiv“, merkt aber an, dass Calvia „ohne die reichhaltige staatliche Förderung (...), den Bonus eines Musterprojektes sowie dem Wirken einer engagierten Bürgermeisterin (...) nicht so weit im Agenda-Prozess gekommen“ wäre. Mit berücksichtigt werden muss auch, dass die Bewohner von Calvia bei ihrer Entscheidung die Auswüchse des Massentourismus Tag für Tag vor Augen hatten. Daraus ergibt sich, dass zumindest bei Vorhandensein bestimmter Faktoren wie umfangreiche Förderprogramme oder möglicherweise als negativ empfundene Anblicke touristischer Großhotels die Bevölkerung durchaus zum Umdenken bereit ist. Inwieweit das Umdenken aber in Regionen erfolgt ist, in denen eine solche touristische Entwicklung noch gar nicht stattgefunden hat, kann durch das Beispiel Calvia nicht beantwortet werden.

⁹ In diesem Zusammenhang interessant ist, dass die Studie laut ihrem Titel zwar die „Auswirkungen des Tourismus“ beleuchten soll, als Ziel jedoch dann die Betrachtung der „Auswirkungen des Strukturförderungsfonds auf Tourismusprojekte“ nennt, was nicht ganz dasselbe ist.

¹⁰ SEEBOTH, A., 1995: Sanfter Tourismus in der Türkei, Frankfurt am Main

¹¹ SEEBOTH, A., 1995: Sanfter Tourismus in der Türkei, Frankfurt am Main, Seite 76

¹² SCHOLZ, W.: Nachhaltiger (Massen-)Tourismus auf Mallorca?, in: BORGHARDT, J., MELTZER, L., ROEDER, S., SCHOLZ, W., WÜSTENBERG, A. (Hrsg.), 2002: ReiseRäume – Touristische Entwicklung und räumliche Planung, Dortmund

¹³ Quelle: SCHOLZ, W.: Nachhaltiger (Massen-)Tourismus auf Mallorca?, in: BORGHARDT, J., MELTZER, L., ROEDER, S., SCHOLZ, W., WÜSTENBERG, A. (Hrsg.), 2002: ReiseRäume – Touristische Entwicklung und räumliche Planung, Dortmund, Seite 239ff.

Die 1997 veröffentlichte Delphi-Studie „Fernreisen 2005“¹⁴ verfolgt zwar einen prospektiven Ansatz, jedoch stammt zum einen der Datenbestand aus dem Jahre 1996, zum anderen wurden ausschließlich „Experten“ aus Deutschland, Österreich und der Schweiz um eine Einschätzung künftiger Entwicklungen gebeten.

Für das Jahr 2005 sahen die Befragten bei Reisen in „nahe und ferne Entwicklungsländer“ eine „schwach bis mittelstark“ abnehmende „Akzeptanz von Tourismus/Touristen durch Einheimische“ voraus. „Schwach bis mittelstark“ zunehmende Probleme vermuteten die Beteiligten bei infrastrukturellen Einrichtungen wie zum Beispiel der Wasserversorgung, der Müllabfuhr oder dem Flächenverbrauch.¹⁵ Ob die betroffene Bevölkerung diese damals zukünftigen Problematiken ebenfalls so sah, bleibt allerdings auch in dieser Studie offen.

Diese Beispiele mögen verdeutlichen, dass die von der Bevölkerung prognostizierten bzw. präferierten touristischen Entwicklungen noch kaum thematisiert wurden. Die überwiegende Anzahl der Arbeiten verfolgt einen retrospektiven Ansatz und untersucht nur solche Regionen, die bereits erschlossen waren. Im Gegensatz dazu ist die vorliegende Arbeit eher prospektiv orientiert, da sie sich auf einen Untersuchungsraum konzentriert, der erst noch erschlossen werden soll und zudem andere Präferenzen aufweist: Nicht die tatsächlich erfolgten Auswirkungen des Tourismus stehen im Vordergrund, sondern die erwarteten, möglichen, befürworteten.

1.5 BEGRIFFSDEFINITIONEN

Um untersuchen zu können, unter welchen Bedingungen die Einwohner einer Region Tourismus generell und Ökotourismus im Besonderen akzeptieren, müssen vorab die im Rahmen dieser Arbeit verwendeten Begriffe genauer definiert werden. Problematisch dabei ist, dass es innerhalb der Touristik eine Vielzahl von Begriffen gibt, die sich zum Teil inhaltlich überschneiden, die andererseits aber auch mitunter sehr stark unterschiedlich definiert werden. Dies gilt auch für die tourismuswissenschaftlichen Abhandlungen.

¹⁴ VIELHABER, A., MÜLLER, H., KÖSTERKE, A., ENDER, W., 1997: Fernreisen 2005, Ammerland

¹⁵ VIELHABER, A., MÜLLER, H., KÖSTERKE, A., ENDER, W., 1997: Fernreisen 2005, Ammerland, Seiten 162 ff.

1.5.1 TOURISMUS (TOURISM, TURISMO)

Die verbreitetste Definition von Tourismus ist die der Welttourismusorganisation WTO. Sie besagt:

„Tourismus beinhaltet die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten, wobei sie am aufgesuchten Ort keine bezahlte Arbeit aufnehmen.“¹⁶

Diese Definition greift für die vorliegende Arbeit jedoch zu weit: Ihr zufolge würden Tagesausflügler aus benachbarten Städten ebenso Touristen sein wie Reisende aus anderen, entfernteren Regionen¹⁷ Da jedoch diese unterschiedlichen Arten von Tourismus auch unterschiedliche Effekte hervorrufen, muss hier eine zusätzliche Eingrenzung vorgenommen werden.

Auch bei HUNZIKER und KRAPF, die Tourismus (als „Fremdenverkehr“ bezeichnet) definieren als „Inbegriff der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus dem Aufenthalt Ortsfremder ergeben, sofern durch den Aufenthalt keine Niederlassung zur Ausübung einer dauernden oder zeitweiligen hauptsächlichen Erwerbstätigkeit begründet wird“¹⁸, findet sich keine solche weitergehende räumliche Eingrenzung. Zwar könnte der Begriff „ortsfremd“ als umfassender verstanden werden als die Formulierung der WTO, doch schließt auch er die Tagesausflügler nicht aus.

Im tourismusmarketingorientierten Werk von FREYER wird Tourismus wie folgt definiert: „Tourismus ist der vorübergehende Ortswechsel von Personen, wobei eine unterschiedlich weite Abgrenzung des Begriffes, je nach Entfernung erfolgt (Ort), Dauer (Zeit), Grund oder Anlass (Motiv) des Reisens.“¹⁹

Diese Definition mag als Beispiel für die Berechtigung der Kritik dienen, die BIEGER äußert, wenn er bemängelt, dass „auf abstrakter Ebene zwar weitgehend gemeinsame Auffassungen und generelle Merkmale bestehen“, aber wenn es um eine Konkretisierung des Begriffes „Tourismus“ geht, allgemein anerkannte Kriterien fehlen. Dies habe zur Folge, dass bei beispielsweise regionalen Projekten oft Unsicherheit herrsche, wer als Tagesreisender aus der Region angesehen werden soll und wer als Tourist.²⁰

¹⁶ <http://www.unwto.org/aboutwto/index.php?op=0>, abgerufen am 22.1.2008 (eigene Übersetzung)

¹⁷ Tatsächlich kann die Formulierung „gewohnte Umgebung“ sogar so ausgelegt werden, dass selbst das Aufsuchen eines bislang fremden Stadtteils dem Tourismus zugerechnet werden könnte.

¹⁸ HUNZIKER, W. und KRAPF, K., 1942: Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre, Zürich

¹⁹ FREYER, W., 2001: Tourismusmarketing, München, S. 4

²⁰ BIEGER, T., 2004: Tourismuslehre – Ein Grundriss, Bern, S. 33

Demzufolge wurde auch für die vorliegende Arbeit eine eingrenzendere Definition entwickelt:

„Tourismus ist Anreise, Aufenthalt, Aktivität und Abreise von Individuen in eine/r bestimmten Region, welche einen für das Individuum reizvollen Kontrast zu seiner gewohnten Umgebung darstellt, sich von dieser in verschiedener Hinsicht unterscheidet und zum Zwecke einer alternativen Freizeitgestaltung im Vergleich mit dem sonstigen Alltag aufgesucht wird, wobei die insgesamt außerhalb der gewohnten Umgebung verbrachte Zeit bereits zu Beginn der Reise feststeht.“

Diese Definition hat den Vorteil, davon auszugehen, dass das Reisemotiv des normalen Touristen der Wunsch nach Abwechslung und/oder Erholung ist, dass die zur Verfügung stehende Zeit dafür genutzt wird, Regionen zu besuchen, deren Erreichung innerhalb des Alltagslebens nicht oder nur schwer möglich ist, die aber von Interesse sind für den Reisenden und dass die Region prinzipiell austauschbar ist, da der Reisende nicht in irgendeiner Art und Weise an sie gebunden ist. So fallen Reisende, die am Zielort eine Zweit- oder Ferienwohnung haben, heraus, ebenso Reisende aus der näheren Umgebung, die Tagesausflüge tätigen, da sich deren gewohnte Umgebung im Regelfalle nicht wesentlich von der Umgebung des Zielortes unterscheidet. Im Unterschied zum Begriff „Fremdenverkehr“ wird beim Tourismus der Geschäftsreiseverkehr nicht miteinbezogen.²¹

1.5.2 MASSENTOURISMUS (MASS TOURISM, TURISMO DE MASAS)

Der Begriff „Massentourismus“ wird unterschiedlich und oftmals als undefiniertes, aber bedrohliches Phänomen angesehen. Dies betrifft nicht nur die Fachliteratur, sondern tritt besonders auch in allgemeinen lexikalischen Werken zu Tage. So schreibt der „Schüler-Duden“ 1991 beispielsweise zum Stichwort Massentourismus, den er lediglich als „zu beobachtende Erscheinung“ definiert: „Bedingt durch bezahlten Urlaub, steigendes Einkommen und immer größer werdender Mobilität wurden ganze Landstriche dem Tourismus geopfert. (...) Da der M.²² zerstörerisch auf die Landschaft gewirkt hat und noch immer wirkt, (...) ist er vielerorts in die Kritik geraten.“²³

²¹ Die Unterscheidung zwischen „Tourismus“ und „Fremdenverkehr“ wird zudem augenscheinlich nur im deutschen Sprachraum vorgenommen. Für beide Begriffe gibt es sowohl im Englischen als auch im Spanischen, Italienischen oder Französischen nur eine Übersetzung.

²² gemeint ist „Massentourismus“

²³ Dr. HANLE, A., 1991: Schüler-Duden Die Geographie. Mannheim

Seitdem ist diese emotionale Betrachtungsweise des Begriffes etwas zurückgegangen. Das „Wörterbuch Allgemeine Geographie“ definiert den Massentourismus 1997 wie folgt:

“Massentourismus: 1. Ausdruck für die in den westlichen Industrieländern zu beobachtende Erscheinung, dass die *Reiseintensität* der Bevölkerung sehr hohe Werte erreicht, dass also weiteste Bevölkerungskreise am *Fremdenverkehr* teilnehmen.

2. *Fremdenverkehr*, der sich im Gegensatz zum *Individualtourismus*, in organisierter Form und in größeren Gruppen abspielt und als Ziel stark frequentierte Fremdenverkehrsgebiete aufweist. Der Begriff wird häufig abschätzig im Sinn einer Kritik an Auswüchsen des Tourismus gebraucht.”²⁴

Ob die erste Definition des Begriffes überhaupt erforderlich ist, bleibt fraglich. Schließlich wäre in diesem Falle der Massentourismus nichts weiter als eine fortschreitende Ausweitung des Tourismus (vgl. Kap. 1.4.1), wobei die Frage offen bleibt, ob zur Beschreibung dessen extra ein neuer Begriff gefunden werden muss.

Die zweite Definition sieht den Massentourismus als eine Vielzahl von Touristen, die organisiert anreisen und auch ihren Urlaub organisiert verbringen. Auch diese Definition nennt die negative Konnotation des Begriffes.

Von der spanischen Hochschule für Touristik „Alhamar“ stammt folgende Definition: „Massentourismus: Touristen, die in Gruppen oder Massen reisen, organisiert durch Reisebüros oder Reiseveranstalter mit Billigpreisen.“²⁵

Interessant ist, dass in dieser Definition den bisherigen Faktoren (Anzahl der Reisenden, Grad der Organisation) ein dritter hinzugefügt wird, nämlich das Preissegment. Massentourismus ist Billigtourismus, was bedeutet, dass die Einheimischen bei dem einzelnen Touristen keine sonderlich große Kaufkraft erwarten können. Daher muss die mangelhafte Kaufkraft des Individuums durch Erhöhung der Anzahl der Reisenden ausgeglichen werden.

In ähnliche Richtung geht die Definition des „Duden“: Massentourismus ist dort ein „in großem Umfang betriebener Tourismus für breite Schichten der Bevölkerung.“²⁶ – wenn der Duden diese Art von Tourismus für „breite Schichten der Bevölkerung“ gedacht ansieht, muss der Massentourismus eigentlich im mittel- bis niedrigpreisigen Segment angesiedelt werden.

²⁴ LESER, H., 1997: Wörterbuch Allgemeine Geographie, Braunschweig

²⁵ TORRES ARRABAL, M. und JUAREZ GUTIERRES, J., 2000: Verschiedene Typen des Tourismus, Granada

²⁶ o. A., 2007: Duden – Deutsches Universalwörterbuch, Mannheim

In der fachwissenschaftlichen Literatur wird dem Begriff „Massentourismus“ ebenfalls ein negativer Beiklang zugesprochen. So heißt es im „Lexikon Tourismus“ unter dem entsprechenden Eintrag: „Eher abwertende Bezeichnung für das konzentrierte Auftreten von Touristen in einer Destination als Folge der (...) Demokratisierung des Reisens (...)“.²⁷

Das „Lexikon zur Tourismussoziologie“ sieht den Begriff selbst als fast unbrauchbar für die wissenschaftliche Arbeit an. Massentourismus sei eine „in der Regel kritisch oder explizit abwertende verwandte (sic!) (und damit wissenschaftlich wenig brauchbare) Bezeichnung sowohl für die Beteiligung großer (und insbesondere sozio-ökonomisch schwächer gestellte) Bevölkerungskreise am Tourismus als auch für die Konzentration von Reisenden an bestimmten Destinationen“.²⁸ Auch hier wird der Begriff „Massentourismus“ mit der Konzentration vieler und einkommensschwächerer Touristen an einem Ort verbunden. Dem Hinweis, dass der Begriff in wissenschaftlichen Arbeiten nicht verwendet werden sollte, folgt allerdings kein Vorschlag, durch welche Bezeichnung diese touristische Art zu ersetzen wäre.

Im Gegensatz zu anderen Quellen sieht das „Lexikon zur Tourismussoziologie“ den Massentourismus selbst nicht als unbedingt negativ, sondern nur den Begriff „Massentourismus“²⁹ als negativ aufgeladen. Denn „bestimmte negativ bewertete und mit dem ‚Massentourismus‘ in Verbindung gebrachte Phänomene wie ‚Umweltverschmutzung, Alkoholismus, Prostitution, Bettelei, Identitätsverlust etc.‘“ seien nicht dem Massentourismus oder – worauf explizit hingewiesen wird – „Urlaubern und Veranstaltern“ allein anzulasten, „sondern stellen in erster Linie Folgen von gesellschaftlichen Modernisierungs- und Konzentrationsprozessen dar“.³⁰ Im Gegensatz dazu könne die „Zusammenballung von Touristen in relativ abgeschirmte Touristenklaven (...) auch helfen, unerwünschte Auswirkungen (...) zu vermeiden“.³¹

KIEFL und BACHLEITNER nehmen dadurch eine Sonderstellung ein, dass sie den Versuch unternehmen, den Massentourismus als positiv darzustellen, während in den anderen Publikationen der Massentourismus bestenfalls als nicht-negativ dargestellt wird. Wenn die Autoren allerdings dem Massentourismus im Einklang mit der übrigen Literaturmeinung eine Rolle als Konzentrationsprozess zugestehen, gleichzeitig aber dann behaupten, die negativen

²⁷ FUCHS, W., MUNDT, J. und ZOLLONDS, H.D., (Hrsg.) 2008: Lexikon Tourismus, München, Seite 458

²⁸ KIEFL, W. und BACHLEITNER, R., (Hrsg.) 2005: Lexikon zur Tourismussoziologie, München, Seite 103

²⁹ der im Übrigen von den Autoren trotz ihrer Ansicht, der Begriff sei „wissenschaftlich wenig brauchbar“, weiterhin verwendet wird

³⁰ KIEFL, W. und BACHLEITNER, R., 2005: Lexikon zur Tourismussoziologie, München, Seite 103

³¹ KIEFL, W. und BACHLEITNER, R., 2005: Lexikon zur Tourismussoziologie, München, Seite 103

Auswirkungen des Massentourismus seien nicht diesem, sondern „Konzentrationsprozessen“ anzulasten, so stellt dies einen Widerspruch in sich dar, den die Autoren auch nicht auflösen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass es sich bei dem Begriff „Massentourismus“ um einen Ausdruck handelt, der – das wird selbst von den Befürwortern so gesehen – überwiegend negativ interpretiert wird. Andererseits handelt es sich aber auch um eine touristische Art, deren Ausprägungen in der Literatur überwiegend übereinstimmend dargestellt werden, sodass gesagt werden kann, dass es sich bei dem Wort „Massentourismus“ um einen feststehenden Begriff handelt. Als Beispiel für die Selbstverständlichkeit des Begriffes und der touristischen Art, die er bezeichnet, sei abschließend ein Zitat aus einem anderen wissenschaftlichen Werk angebracht, das den Massentourismus zum Thema hat, ihn aber gar nicht erst definiert: „Vielen (...) ist der Massentourismus aus eigener Erfahrung bekannt. (...) Es darf daher die grobe Struktur des Massentourismus (...) beim Leser als bekannt vorausgesetzt werden.“³²

Alle gezeigten Definitionen können für diese Arbeit nicht unverändert übernommen werden, da sie auf die Beschaffenheit der Destination nicht eingehen. Wenn von einer „organisierten Form“ die Rede ist, so bezieht sich das allein auf die Reisenden, die „organisiert“ am Urlaubsort eintreffen, jedoch nicht auf den Ort selber, dessen Entwicklung sich nicht unbedingt in „organisierter Form (...) abspielt“. Da sich die vorliegende Arbeit aber gerade mit den Ansichten und Meinungen der vom Massentourismus Betroffenen (Menschen und Regionen) beschäftigt, sind Definitionen, in denen dieser Faktor vollkommen ausgeblendet wird, nicht hilfreich.

Daher wurde der Begriff „Massentourismus“ vom Verfasser folgendermaßen definiert:

„Massentourismus ist eine im Niedrigpreissegment angesiedelte Form des Tourismus, bei welchem die Zielregion regelmäßig über einen langen Zeitraum hinweg von einer erheblichen Zahl von nicht im Gastland beheimateten Touristen aufgesucht wird, was zur Folge hat, dass die Zielregion sich aufgrund der regelmäßigen und deutlichen Präsenz an die Entwicklung anpasst und sich dadurch erheblich und dauerhaft verändert.“

Die Kriterien „Organisationsgrad der Anreise“ und „Einkommen der Reisenden“ wurden nicht explizit in die Definition eingearbeitet, da eine völlige, reibungsfreie Ausnutzung

³² PONGRATZ, C.A., 2001: Massentourismus – Zur sozialen Problematik des Verhältnisses zwischen Einheimischen und Gästen am Beispiel Gran Canaria, Wien, Seite 10

massentouristisch geprägter Destinationen zum größten Teil eben nur durch organisierte An- und Abreisen gewährleistet werden kann. Ebenso kann die weitgehende Auslastung nur durch eine Positionierung im Niedrigpreissegment sichergestellt werden, da dieses Konzept darauf basiert, dass sich möglichst viele Menschen diesen Urlaub leisten können.

Obgleich eine Definition neutral gehalten sein sollte, wird der Massentourismus zum Teil sogar direkt als negativ definiert, in allen Fällen werden ihm aber nur negativ klingende Eigenschaften wie billig oder zerstörerisch zugeschrieben. Positive Aspekte sucht man in den meisten Fällen vergebens.³³ Es kann abschließend gesagt werden, dass der Massentourismus in der Literatur zumindest nicht als positiv betrachtet wird, sondern lediglich bestenfalls wertneutral.

1.5.3 INDIVIDUALTOURISMUS (INDIVIDUAL TOURISM, TURISMO INDIVIDUAL)

Zunächst sei die Definition des „Wörterbuch Allgemeine Geographie“ gegeben:

“Individualtourismus: von einer Person bzw. Familie oder Kleingruppe individuell durchgeführte Urlaubsreise im Gegensatz zur *Gesellschaftsreise*. Die Reise kann entweder von einem Reiseveranstalter organisiert worden sein oder aber völlig eigenständig durchgeführt werden.”³⁴

Bereits hier zeigt sich, wie uneinheitlich die Begriffsverwendungen selbst innerhalb eines Werkes sind. Denn während in der Definition des Massentourismus der Individualtourismus noch als dessen Gegenteil genannt wird („... im Gegensatz zum...“), so wird in der Definition für Individualtourismus plötzlich der so genannte „Gesellschaftstourismus“ als dessen Gegenteil bezeichnet. Letzterer wiederum ist aber nach LESER *nicht* identisch mit dem Massentourismus, sondern wird gesondert von diesem als „im Gegensatz zur Einzelreise (*Individualtourismus*) eine von einem Reiseveranstalter organisierte Reise für eine größere Personengruppe“³⁵ definiert.

Beiden Definitionen ist außerdem zu eigen, dass sie nicht – wie der Massentourismus – als eine touristische Art, sondern nur als eine touristische Reise gesehen werden, die von einem Individuum oder einer Gruppe unternommen wird.

³³ Mit Ausnahme eines Verweises (Duden-Definition) darauf, dass der Massentourismus eine soziale Komponente aufweisen könnte, da er möglichst vielen Menschen das Reisen ermöglicht.

³⁴ LESER, H., 1997: Wörterbuch Allgemeine Geographie, Braunschweig

³⁵ LESER, H., 1997: Wörterbuch Allgemeine Geographie, Braunschweig

Der „Duden“ geht in seiner Definition im Gegensatz dazu von der Gesamtheit der Reisen aus. Individualtourismus ist dort ein „Tourismus individuell reisender Urlauber[innen].“³⁶ Die Frage, ob Individualtourismus auch von einem Reiseveranstalter organisiert worden sein kann, beantwortet der „Duden“ nicht.

Hingegen schließt das „Lexikon Tourismus“ diese Möglichkeit aus: Individualtourismus wird dort mit „Individualreise“ gleichgesetzt, also mit einer „Reise, die ohne Inanspruchnahme eines Reiseveranstalters organisiert und durchgeführt wird.“³⁷ Problematisch bei dieser Definition ist, dass sie die Anzahl der Reisenden, das eigentlich ja ausschlaggebende Kriterium für Individualtourismus, völlig außer Acht lässt.

Wie ausgeprägt die Uneinigkeit bei der Definition des Individualtourismus ist, zeigt die folgende Definition. Individualtourismus sei „eine Gruppe von Touristen, die individuell reisen und deren Reisen von ihnen selbst organisiert wurden oder durch ein Reisebüro. In dieser Gruppe kann man den so genannten *Qualitätstourismus* finden.“³⁸ Nach Ansicht von TORRES und JUAREZ kann also Individualtourismus sehr wohl von einem Reiseveranstalter (Reisebüro) organisiert werden.

Es bleibt festzuhalten, dass sich der Individualtourismus der Mehrheitsmeinung nach durch wenige Touristen auszeichnet, die individuell, also nicht organisiert reisen, obgleich die Gesamtreise vorab von einem Reiseveranstalter organisiert worden sein kann.³⁹ Bezogen auf die Gesamtheit der Reisen kann Individualtourismus zusammenfassend definiert werden als eine Form des Tourismus, bei dem die Zielregion von einer *quantitativ* eher bedeutungslosen Zahl von Individuen aufgesucht wird. Die Frage, von wem die Reise vorab organisiert wurde, ist für die vorliegende Arbeit nicht relevant.

Im Rahmen dieser Arbeit wird der Individualtourismus unterschieden werden in Ökotourismus, Turismo Rural und Luxustourismus. Allen drei Begriffen ist gemeinsam, dass die Reisenden organisiert oder nicht organisiert ihre Zielregion aufsuchen können und dass sie das nicht in „Massen“ tun.

³⁶ o.H., 2007: Duden – Deutsches Universalwörterbuch, Mannheim

³⁷ FUCHS, W., MUNDT, J. und ZOLLONDS, H.D., 2008: Lexikon Tourismus, München, Seite 374

³⁸ TORRES ARRABAL, M. und JUAREZ GUTIERRES, J., 2000: Verschiedene Typen des Tourismus, Granada

³⁹ wie beispielsweise die bekannten Bed-and-Breakfast-Reisen Irlands oder Islands.

1.5.4 ÖKOTOURISMUS (ECO-TOURISM, ECOTURISMO)

Unter dem Begriff „Ökotourismus“ werden eine Vielzahl von Begriffen subsumiert, die zwar alle in dieselbe Richtung weisen, aber unterschiedliche Akzente setzen. Als Beispiele genannt seien Nachhaltiger Tourismus, Grüner Tourismus, Sanfter Tourismus, Intelligenter Tourismus, Ländlicher Tourismus, Verantwortlicher Tourismus, Alternativtourismus etc.

Beispielsweise gibt die „International Ecotourism Society“ folgende Definition für den Begriff „Ökotourismus“: „Verantwortliches Reisen in Naturräume, das die Umgebung bewahrt und das Wohlbefinden der Einheimischen verbessert.“⁴⁰

LESER bezeichnet „Ökotourismus“ als „eine neuere Bezeichnung für eine Form des Fremdenverkehrs, bei der naturnahe Reiseziele, ökologisch wertvolle Räume, Naturreservate, Nationalparks u. ä. als Hauptziele aufgesucht werden“.⁴¹

Der Duden meint, Ökotourismus sei „Fremdenverkehr in ökologisch wichtige u. schützenswerte Gebiete mit minimaler Belastung der entsprechenden Ökosysteme“.⁴²

Allen diesen Definitionen ist gemeinsam, dass die Zielregion „naturnah“ sein muss. Im Gegensatz dazu sehen TORRES und JUAREZ den „Ökotourismus“ als einen Tourismus an, der darauf „basiert, die Ferienzeit zu genießen und gleichzeitig die Umwelt zu respektieren“⁴³, etwas, was man auch in nicht naturnahen Räumen tun kann. Für das Aufsuchen naturnaher Räume wurde von den Autoren ein anderer Begriff verwendet („Ländlicher Tourismus“).

Betrachtet man nun Definitionen anderer Begriffe, so wird noch deutlicher, dass eine beachtliche Unklarheit hinsichtlich der Zuordnungen der Begriffe herrscht. LESER gibt zum Beispiel an, dass der Begriff „Ökotourismus“ auch als Synonym für „Sanfter Tourismus“ gebraucht wird. Letzteren definiert er als Tourismusart, die zum Ziel hat, „die negativen Auswirkungen und Wirkungen des Tourismus zu korrigieren“, eine Eigenschaft, die der „Sanfte Tourismus“ mit dem „Intelligenten Tourismus“ teile, allerdings – im Unterschied dazu – „fast ausschließlich ökologisch gewichtet“ sei, während der intelligente Tourismus von LESER als Mittelweg zwischen sanftem und hartem Tourismus⁴⁴ verstanden wird. Im

⁴⁰http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/k.BEB9/What_is_Ecotourism__The_International_Ecotourism_Society.htm, abgerufen am 2.3.2009 (eigene Übersetzung)

⁴¹ LESER, H., 1997: Wörterbuch Allgemeine Geographie, Braunschweig

⁴² o.H., 2007: Duden – Deutsches Universalwörterbuch, Mannheim

⁴³ TORRES ARRABAL, M. und JUAREZ GUTIERRES, J., 2000: Verschiedene Typen des Tourismus, Granada

⁴⁴ Die Antwort auf die Frage, was „harter“ Tourismus sei, bleibt Leser leider schuldig.

Mittelpunkt des „Sanften Tourismus“ sollen naturorientierte Freizeitaktivitäten stehen⁴⁵ - dies dürfte zwangsläufig zugleich aber auch der Mittelpunkt des „Ökotourismus“ sein. Es wird nicht deutlich, weshalb LESER hier drei verschiedene Begriffe unterscheidet.

BÄTZING sieht den „Sanften Tourismus“ hingegen als „komplementäre Wirtschaftsaktivität der Einheimischen“, die mit Landwirtschaft und Handwerk eine „enge Vernetzung“ eingeht „zur Stärkung regionalwirtschaftlicher Kreisläufe“. Das touristische Angebot solle sich „an den Naturlandschaften und Kulturlandschaften, an den geschichtlichen und kulturellen Sehenswürdigkeiten“ orientieren, von einer fast ausschließlichen ökologischen Gewichtung rückt BÄTZING jedoch ab⁴⁶. Seine Definition entspricht eher LESERS Definition eines „intelligenten Tourismus.“⁴⁷

Der „nachhaltige Tourismus“ wird von der WTO beschrieben als ein Tourismus, der „ökonomische, soziale und ästhetische Bedürfnisse erfüllen kann, während die kulturelle Integrität, essentielle ökologische Vorgänge, Artenvielfalt und Lebensqualität nicht verloren gehen“⁴⁸. Damit entspricht diese Definition weitgehend LESERS Vorstellung von einem „intelligenten Tourismus“, nutzt aber einen anderen Begriff für diese Aussage.

Die gegebenen Beispiele mögen verdeutlichen, mit welchen Schwierigkeiten zu rechnen ist, wenn man sich mit Begriffen wie „Naturtourismus“ u. a. auseinandersetzt. Es hat den Anschein, als seien die Unterschiede zwischen diesen verschiedenen touristischen Arten mitunter selbst für Fachleute nicht klar, aus Sicht von Laien würde sich wahrscheinlich ein Gewirr von Begriffen ergeben, die mehr oder minder alle dasselbe meinen und lediglich nuancierte Unterschiede bezeichnen. Für die vorliegende Studie musste daher eine Art Oberbegriff geschaffen werden, der einerseits der Intention der touristischen Art nahe kommt, andererseits aber leicht verständlich und auf Nachfrage schnell erklärt werden kann. Es lag nahe, den Begriff „Ökotourismus“ zu verwenden, da er am bekanntesten ist⁴⁹.

⁴⁵ LESER, H., 1997: Wörterbuch Allgemeine Geographie, Braunschweig

⁴⁶ BÄTZING, W., 1997: Kleines Alpenlexikon, München

⁴⁷ „Der intelligente Tourismus“ (...) bezieht sozioökonomische und ökologische Aspekte gleichgewichtig in die Betrachtung mit ein (...). Einzelziele des intelligenten Tourismus sind die Erhaltung der Lebensqualität im Fremdenverkehrsgebiet (...).“ (LESER, H., 1997: Wörterbuch Allgemeine Geographie, Braunschweig)

⁴⁸ http://www.ecotourism.org/webmodules/webarticlesnet/templates/eco_template.aspx?articleid=95&zoneid=2, abgerufen am 2.3.2009 (eigene Übersetzung)

⁴⁹ dies ergab eine einfache Suchanfrage bei Google: Die Suchmaschine fand rund 159.000 Seiten, die den Begriff „Ökotourismus“ enthielten. Zum Vergleich: „Sanfter Tourismus“ 40.000 Einträge, „Naturtourismus“ 30.000 Einträge, „nachhaltiger Tourismus“ 28.000 Einträge, „intelligenter Tourismus“ 1.000 Einträge, Suchanfrage vom 27.12.2007

Letztendlich wurde für die Studie folgende Definition gebildet: Ökotourismus ist eine Form des Individualtourismus, bei dem der Nachhaltigkeitsgedanke im Vordergrund steht. Für die der jetzigen nachfolgenden Generationen müssen dieselben Entwicklungsmöglichkeiten bestehen wie für die jetzige, was bedeutet, dass die Entwicklung, die der Tourismus bewirkt, reversibel sein muss, ohne dass bestimmte Ressourcen für immer verloren sind.

Grob gesagt ist Ökotourismus die Form des Tourismus, die sich der Zielregion anpasst und sie nicht oder nur wenig verändert. Es bleibt ebenfalls festzuhalten, dass der Ökotourismus und seine Unterarten in der Literatur durchweg als positiv angesehen werden.

1.5.5 TURISMO RURAL

Der spanische Begriff „Turismo rural“ ist mit dem deutschen Begriff „Ökotourismus“ weitgehend identisch. So beschreiben TORRES und JUAREZ den „Turismo Rural“ als „Ländlicher Tourismus niedriger Intensität, dessen Zielort natürliche Räume sind“.⁵⁰

Die Verwendung des Begriffes „Turismo Rural“ im Rahmen dieser Arbeit war ursprünglich nicht vorgesehen. Während des Pre-Tests zeigte sich jedoch, dass die Befragten mit dem Begriff „Ecoturismo“ (die genaue Übersetzung des deutschen Begriffes) nicht viel anfangen konnten. Es lag daher nahe, den Begriff „Ecoturismo“ durch den bekannteren Begriff „Turismo Rural“ zu ersetzen. Das wiederum hatte jedoch zur Folge, dass küstennahe Gebiete als Antwortmöglichkeit ausfielen, da der „Turismo Rural“ als „ländlicher“ Tourismus überwiegend mit dem Landesinneren in Verbindung gebracht wird. Aus diesem Grunde wurde der Begriff zusätzlich zum „Ecoturismo“ in diese Arbeit aufgenommen. Mittlerweile rückt der „Turismo Rural“ immer näher an die Küste heran, d. h., auch küstennahe Hotels und Pensionen gehen dazu über, den „Turismo Rural“ für sich zu bewerben, sodass davon ausgegangen werden kann, dass der Begriff „Turismo Rural“ in Spanien in absehbarer Zeit den Begriff „Ecoturismo“ vollständig ersetzen wird.^{51 52}

⁵⁰ TORRES ARRABAL, M. und JUAREZ GUTIERRES, J., 2000: Verschiedene Typen des Tourismus, Granada

⁵¹ So listen die spanischen Gelben Seiten für das Stadtgebiet von Aguilas bereits 3 touristische Angebote auf, die sich der Rubrik „Turismo Rural“ zuordnen und im Durchschnitt 5 Kilometer Luftlinie von der Küste entfernt sind:

<http://www.paginasamarillas.es/resultados.asp?activ=Turismo+rural&prov=MURCIA&loca=Aguilas&pgpv=1&mode=homon&site=paol>, abgerufen am 4.12.2008

⁵² „Turismo Rural“ bedeutet wörtlich übersetzt „Ländlicher Tourismus“. Im Deutschen kann dies missinterpretiert werden, da dieser Begriff hierzulande auch für „Ferien auf dem Bauernhof“ verwendet wird. Diese Verwechslungsgefahr besteht im Spanischen nicht, da dort für diese Art von Ferien der Begriff „Agroturismo“ benutzt wird.

1.5.6 LUXUSTOURISMUS (Hochpreisiger Individualtourismus) (HIGH-END TOURISM, TURISMO DE LUJO)

Bislang wurden zwei touristische Konzepte voneinander unterschieden, der Massentourismus und der Turismo Rural bzw. Ecoturismo. Grob gesagt zeichnet sich das eine Konzept durch viele Menschen und die Nichtanwendung des Nachhaltigkeitsgedankens aus, das andere durch wenige Menschen und die Anwendung des Nachhaltigkeitsgedankens. Davon ausgehend wären zwei weitere Konzepte denkbar. Eines von beiden würde auf vielen Menschen und der Anwendung des Nachhaltigkeitsgedankens basieren – das ist zur Zeit nur ein spekulativer Gedanke, denn ein nachhaltiger Massentourismus erscheint derzeit als Widerspruch in sich. Ein nichtnachhaltiger Individualtourismus liegt allerdings im Bereich des Möglichen. Legt man die Definition von TORRES und JUAREZ zugrunde, nach der der Massentourismus darauf basiert, von vielen Personen wenig Geld für eine Reise zu erhalten, so ist es umgekehrt möglich, wenigen Leuten viel Geld abzuverlangen. Natürlich muss diesen Reisenden für ihr Geld ein entsprechender Gegenwert geboten werden – luxuriöse Hotel- und Freizeitanlagen sind die Folge.

Bedauerlicherweise gibt es für diese Art des Tourismus noch keinen fest definierten Begriff. Das Wort „Luxustourismus“ deckt zwar die Intention dieses touristischen Konzeptes vom Wortklang her ab, eine Definition dieses Begriffes existiert jedoch nicht⁵³, dort, wo der Begriff verwendet wird, erfährt er ebenfalls keine Definition. So wird der Luxustourismus beispielsweise zwar als eine von drei touristischen Arten gelistet, die entstehen, wenn man den Tourismus „nach soziodemographischen Kriterien“ gliedert^{54 55}, doch bleibt es bei der bloßen Erwähnung. Auch JÄGGI und STAUFFER beschränken sich in ihrem Werk „Grün und integriert“, welches den Luxustourismus sogar im Untertitel führt, auf eine anschauliche Beschreibung des Luxustourismus: „Ein Golfplatz mitten in der Wüste (...) Yachthäfen, Casinos, Appartementshäuser (...)“⁵⁶ und auf die Abgrenzung zum Massentourismus, den sie „im Gegensatz“ zum Luxustourismus als „Billigbadetourismus“ bezeichnen.

⁵³ Eine wiederholte Bitte des Verfassers an die WTO um Auskunft, wie diese Art von Tourismus genannt würde, ob es eine Definition oder eine feste Bezeichnung dafür gäbe, wurde leider nur mit einer standardisierten Mail beantwortet, die auf die statistischen und zur Beantwortung der Frage nicht brauchbaren Erhebungen der WTO verwies.

⁵⁴ KRIPPENDORF, J. (Hrsg.), 1987: Freizeit und Tourismus, Bern

⁵⁵ Als weitere Tourismusarten nach „soziodemographischen Kriterien“ werden der „traditionelle Tourismus“ und der „Sozialtourismus“ genannt.

⁵⁶ JÄGGI, M. und STAUFFER, B., 1990: Grün und integriert – Wie in Tunesien Naturlandschaften für Luxustourismus zerstört werden, Zürich

Auch das „Lexikon zur Tourismussoziologie“ erwähnt den Luxustourismus zwar, aber nur am Rande im Eintrag zur Massenphobie, wo es heißt: „Obwohl moderne westliche Gesellschaften geradezu durch eine weitgehend egalitäre Massenzivilisation charakterisiert sind, bestehen (...) Ressentiments (gegenüber dem Massentourismus, Anm. d. Verf.) fort und werden weiter kultiviert, was sich u. a. in der Hervorbringung eines standardisierten, pseudo-individualisierten Luxus-Tourismus (...) äußert“.⁵⁷ Mit dieser Aussage wird der Luxustourismus ebenfalls gleichzeitig zumindest in die Nähe des Individualtourismus und in den Gegensatz zum Massentourismus gestellt.

Basierend auf den zitierten Äußerungen wird für die vorliegende Studie folgende Definition zugrunde gelegt:

Luxustourismus ist eine Form des Individualtourismus, bei der eine Zielregion zwar nur von relativ wenigen Individuen aufgesucht wird, die aber aufgrund ihrer wirtschaftlichen Stärke eine die Zielregion dauerhaft verändernde Entwicklung anregen. Dabei wird die Zielregion den spezifischen Bedürfnissen des Luxustourismus angepasst. Wie im Massentourismus auch bewirkt der Luxustourismus erhebliche bauliche Veränderungen, jedoch in anderer Ausprägung. Plakativ formuliert: Golfplätze statt Hochhäuser.

Zur Veranschaulichung sei hier ein Schaubild abgedruckt, welches die Einordnungen der drei bzw. vier touristischen Arten in das Gesamtbild „Tourismus“ aufzeigt:

⁵⁷ KIEFL, W. und BACHLEITNER, R., 2005: Lexikon zur Tourismussoziologie, München, Seite 102

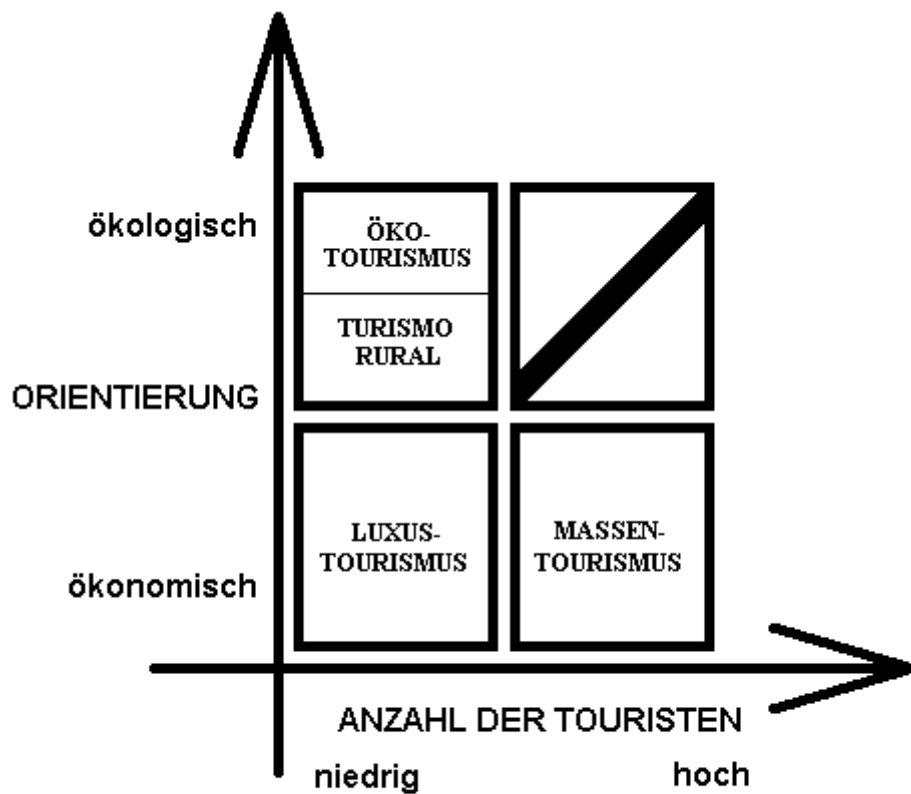


Abb. 1: Die vier verschiedenen Tourismusarten im Gesamtbild der Studie⁵⁸

1.5.7 TOURISTISCHES ZIELGEBIET

Ein Zielgebiet im Sinne dieser Arbeit wird definiert als ein geographischer Raum, der aufgrund seiner spezifischen Ausprägungen touristisch attraktiv ist und daher touristisch genutzt wird oder werden könnte. Im Gegensatz zu einer touristischen Destination ist ein touristisches Zielgebiet nicht unbedingt gleichzeitig auch touristisch erschlossen und vermarktet.

⁵⁸ Quelle: eigene Ausarbeitung

2. METHODIK

2.1 FORSCHUNGSLEITENDE FRAGEN

Wie in Kapitel 1.5 erläutert, wird der Massentourismus in der Literatur mehrheitlich als eher negativ angesehen, während der Ökotourismus nahezu einhellig positiv dargestellt wird. Dabei wird allerdings ausgeblendet, dass die Bevölkerung der Zielregion andere Präferenzen haben könnte und die vorherrschende Literaturmeinung nicht unbedingt teilen müsste. Tatsächlich könnte die Meinung vorherrschen, dass ein intensiver Tourismus immerhin Kapital in die Zielregion bringt. Es stellt sich die Frage, welcher Ruf den verschiedenen touristischen Konzepten voraussetzt. Wenn es gelingen soll, den sogenannten „Ökotourismus“ auszubauen und als eine umweltschonende Alternative zum ressourcenintensiven Massentourismus zu etablieren, dann muss diese nachhaltige Form des Tourismus zwar auf die Akzeptanz bei den Reisenden stoßen, aber auch die Bereisten müssen sie akzeptieren.

Doch wie hoch ist die Akzeptanz bei der betroffenen Bevölkerung tatsächlich? Wird der Ökotourismus tatsächlich als Alternative wahrgenommen oder sogar gegenüber den anderen Tourismusarten befürwortet? Oder wird er eher abgelehnt, weil andere touristische Zweige mehr Wirtschaftskraft versprechen? Welches Ansehen hat der Tourismus allgemein in Gebieten, die noch nicht von ihm erschlossen worden sind?

Die mit dem Konzept des nachhaltigen Tourismus konkurrierenden Konzepte müssen aus Sicht der Bevölkerung überwiegend mit negativen Eigenschaften besetzt sein, um überhaupt die Suche nach Alternativen, mit denen sich die nachteiligen Entwicklungen vermeiden ließen, notwendig erscheinen zu lassen. Daher stellt sich zunächst einmal die Frage:

Welchen Bekanntheitsgrad und welches Ansehen genießen die vier touristischen Konzepte Massentourismus, Ökotourismus, Luxustourismus und Turismo Rural in touristisch noch nicht erschlossenen Regionen?

Um mit einem touristischen Konzept auf Zustimmung bei der Bevölkerung zu stoßen, sollte gewährleistet sein, dass ihr dieses nicht in einem Top-Down-Prozess aufoktroiert wird, sondern dass sie im Gegenteil an den Entscheidungsprozessen beteiligt ist. Dies ergäbe jedoch nur Sinn, wenn bei den Einheimischen überhaupt ein gewisses Mindestmaß an politischem

Interesse bzw. an der Entwicklung ihres Wohnortes gegeben ist. Die zweite Frage lautet daher:

Wie groß ist das Interesse an den den Wohnort betreffenden tourismus-politischen Entscheidungen?

Gemäß dem Effekt der sozialen Erwünschtheit besteht allerdings die Gefahr, dass politische Partizipation gesellschaftlich positiv konnotiert ist und deshalb Befragte ein Interesse bejahen, obwohl kein reales Interesse daran existiert. Daher stellt sich die Frage:

Würde die Bevölkerung überhaupt zusätzliche Möglichkeiten der Planungspartizipation nutzen? Sieht sie überhaupt Handlungsbedarf?

Um beurteilen zu können, ob „der Tourismus“ noch als „Wundermittel“ gegen Armut und Arbeitslosigkeit angesehen wird, ist es erforderlich, zu ermitteln, was sich die Einwohner touristisch nicht erschlossener Gebiete vom Tourismus erhoffen würden oder ob sie gegebenenfalls auch schon Befürchtungen haben. Denn wenn der „herkömmliche“ Tourismus in den Augen der Betroffenen auch eindeutig negative Seiten hat, werden sie eher gewillt sein, auch andere Konzepte ins Kalkül zu ziehen. Daher die Frage:

Wo sehen die Bürgerinnen und Bürger Chancen bzw. Risiken im Tourismus?

Bislang war die Region maßgeblich von der Landwirtschaft geprägt. Nun soll jedoch der Tourismus in der Region deutlich gefördert werden.⁵⁹ Um eine auf die Wünsche der Einheimischen abgestimmte touristische Entwicklung initiieren zu können, ist es natürlich erforderlich, diese Wünsche zu kennen. Was findet die Bevölkerung selbst an ihrer Stadt, ihrer Region besonders liebenswert, und wie würde sie selbst diese Eigenschaften touristisch nutzen wollen? Will sie sie überhaupt touristisch nutzen? Kurz gefragt:

Befürwortet die Bevölkerung eine touristische Nutzung ihres Ortes? Wenn ja, welche Art von Tourismus befürwortet die Bevölkerung?

⁵⁹ vgl. Kap. 2.2.3

Zuletzt soll auch ermittelt werden, wie eine zukünftige Entwicklung diese Wunschvorstellungen beeinflussen könnte. Beispielsweise könnte ein hohes Umweltbewusstsein eine positive Einstellung zum Ökotourismus bewirken, während eine Tätigkeit in einer Branche, die vom Ausbau des Tourismus in einem Maße, das der Ökotourismus nicht erfüllen könnte, profitieren würde, eher eine negative Einstellung zur Folge haben dürfte:

Welche Faktoren beeinflussen die touristischen Nutzungspräferenzen der Befragten?

Wenn es gelänge, die gestellten Fragen zu beantworten, dann sollte am Schluss dieser Arbeit für das gewählte Fallbeispiel deutlich werden, welche Art einer tourismuswirtschaftlichen Entwicklung mit dem überwiegendem Einverständnis der Bevölkerung rechnen könnte.

2.2 VORGEHENSWEISE

Zur Beantwortung der Fragestellungen, die dieser Arbeit zugrunde liegen, wurde eine empirische, fragebogengestützte Fallstudie durchgeführt. Um einen möglichst hohen Rücklauf zu erhalten, wurde die Form der mündlichen Befragung gewählt. Da möglichst viele Bevölkerungsschichten von der Studie erfasst werden sollten, wurde das quantitative Erhebungsverfahren des Straßeninterviews, gestützt auf standardisierte Fragebögen, genutzt. Die Verwendung offener Fragen im hinteren Teil des Fragebogens stellte dabei sicher, dass auch individuelle Ansichten der Befragten aufgenommen werden konnten.

2.2.1 DER FRAGEBOGEN ⁶⁰

Der zur Umfrage gehörige Fragebogen besteht aus zwei Teilen. Im sogenannten Kopfteil werden die für die Arbeit relevanten demographischen Daten erfasst. Der zweite Teil des Fragebogens ist der Hauptteil. In diesem Teil werden die Fragen formuliert, deren Beantwortung für die Fragestellung der Arbeit ausschlaggebend sein wird.

Der Fragebogen wurde zunächst in Deutsch verfasst und dann ins Spanische übersetzt. Sowohl die deutsche als auch die spanische Fassung finden sich im Anhang.

⁶⁰ vgl. dazu auch Kap. 2.3 sowie die im Anhang beigefügten Fragebögen

Obwohl die Datenerhebung durch eine direkte Befragung erfolgt, finden sich im Fragebogen auch Erläuterungen zum Ausfüllen, um den Befragten ein eigenständiges Ausfüllen und Nachreichen des Fragebogens zu ermöglichen.

Die im so genannten Kopfteil erfragten Daten dienen zum einen dem "Aufwärmen" und sollen den Befragten auf die Befragung einstimmen. Zu diesem Zweck werden zu Beginn leicht zu beantwortende Fragen gestellt. Außerdem soll auf diesem Wege ermittelt werden, ob die zufällige Personenauswahl tatsächlich einen Durchschnitt der Bevölkerung darstellt. Zuletzt soll überprüft werden, ob die in diesem Teil gewonnenen Daten auch Rückschlüsse auf die durch den Hauptteil gewonnenen Erkenntnisse zulassen.

Im Hauptteil werden nun die eigentlichen relevanten Fragen gestellt, die im folgenden einzeln näher betrachtet werden sollen. Dabei dienen die Fragen 1 – 7 auch als Einleitung und können aufgrund ihrer Formulierung recht schnell beantwortet werden.

1a. Kennen sie den Begriff „Massentourismus“ ? *O ja O nein*

1aa. Falls ja – Verbinden sie mit dem Begriff mehr positive oder mehr negative Eigenschaften?

O deutlich positiv

O überwiegend positiv

O teils positiv, teils negativ

O überwiegend negativ

O deutlich negativ

1ab. Nennen sie bitte einen Ort in Spanien für „Massentourismus“: _____

1b. Kennen sie den Begriff „Ökotourismus“ ? *O ja O nein*

1ba. Falls ja – Verbinden sie mit dem Begriff mehr positive oder mehr negative Eigenschaften?

O deutlich positiv

O überwiegend positiv

O teils positiv, teils negativ

O überwiegend negativ

O deutlich negativ

1bb. Nennen sie bitte einen Ort in Spanien für „Ökotourismus“: _____

Ic. Kennen sie den Begriff „Luxustourismus“ ?

O ja O nein

Ica. Falls ja – Verbinden sie mit dem Begriff mehr positive oder mehr negative Eigenschaften?

O deutlich positiv

O überwiegend positiv

O teils positiv, teils negativ

O überwiegend negativ

O deutlich negativ

Icb. Nennen sie bitte einen Ort in Spanien für „Luxustourismus“:

Id. Kennen sie den Begriff „Turismo Rural“ ?

O ja O nein

Ida. Falls ja – Verbinden sie mit dem Begriff mehr positive oder mehr negative Eigenschaften?

O deutlich positiv

O überwiegend positiv

O teils positiv, teils negativ

O überwiegend negativ

O deutlich negativ

Idb. Nennen sie bitte einen Ort in Spanien für „Turismo Rural“:

Diese Fragen dienen dazu, zu testen, wie bekannt die vier touristischen Arten in der Bevölkerung mittlerweile sind, zum anderen aber soll dadurch auch das Image der vier Tourismusarten ermittelt werden. Anhand eines jeweils zu nennenden Beispiels kann einerseits überprüft werden, ob der Befragte bei den Gedanken an eine der vier Tourismusarten auch ein Bild vor Augen hat (und wenn ja, ob es mit den in der Literaturanalyse eruierten Eigenschaften tatsächlich korreliert).

2. Wie wichtig ist ihnen eine intakte Umwelt ?

Zwei der vier genannten touristischen Konzepte greifen in erheblichem Maße in die Umwelt ein. Daher soll durch diese Frage herausgefunden werden, in welchem Ausmaße der Umweltschutzgedanke in der Bevölkerung vorhanden ist und ob die Bewahrung der Umwelt überhaupt als wichtig angesehen wird.

3. Wie wichtig ist ihnen die touristische Expansion in X⁶¹?

Diese Frage steht in engem Zusammenhang mit der Frage 2: Mit ihrer Hilfe soll ermittelt werden, ob seitens der Bevölkerung im Zweifelsfalle der touristischen Expansion gegenüber dem Schutz der Umwelt Priorität eingeräumt würde.

4. Wie stark fühlen sie sich mit X verbunden ?

Diese Frage ermittelt das Verbundenheitsgefühl der Einwohner mit ihrem Ort. Die Intensität des Verbundenheitsgefühles könnte die touristische Wunschvorstellung beeinflussen.

5. Wie stark interessieren sie sich für die Entwicklung von X?

Eine Frage, die in engem Zusammenhang mit Frage 4 steht. Wenn sich in Zusammenarbeit mit der Bevölkerung überhaupt Konzepte ausarbeiten lassen sollen, dann muss seitens der Bevölkerung auch ein gewisses Mindestmaß an Interesse an der Entwicklung ihres Wohnortes vorhanden sein.

6. Wie stark interessiert sie das Thema „Touristische Entwicklung in X und Umgebung“ ?

Ein starkes Interesse an der Entwicklung des Wohnortes muss nicht automatisch auch ein Interesse speziell am Thema „Tourismus“ sein, da dieses Thema sich auf die gesamte Umgebung auswirkt. Interessen an der Entwicklung eines Ortes können auch stadtteilbezogen sein. Durch diese Frage wird ermittelt, wie sehr das Thema dieser Arbeit auch die Befragten beschäftigt.

7. Wie wichtig ist ihnen die Beteiligung der Bevölkerung an der touristischen Entwicklungsplanung?

Frage 7 zielt darauf ab, zu ermitteln, ob das vorhandene Interesse sich auch in Aktivitäten niederschlagen könnte. Jemand, der angibt, die Beteiligung der Bevölkerung sei wichtig, wird sich wahrscheinlich eher einbringen wollen als jemand, der der Beteiligung gleichgültig gegenübersteht.

⁶¹ X steht an dieser Stelle und im Folgenden für den Ortsnamen (Mazarron insgesamt inkl. Bolnuevo bzw. Aguilas)

8. Wie bewerten sie die aktuellen Beteiligungsmöglichkeiten der Bevölkerung an der touristischen Entwicklungsplanung?

Es soll herausgefunden werden, ob seitens der Planer und Entscheidungsträger Handlungsbedarf besteht, die Möglichkeiten zur Bürgerbeteiligung zu erhöhen.

9. Versuchen sie, auf die touristische Entwicklung in X aktiv Einfluss zu nehmen? Falls ja: Worauf beziehen sich ihre Aktivitäten ? Falls nein: Weshalb nicht ?

Auch diese Frage steht im Zusammenhang mit dem Interesse der Bevölkerung zu diesem Thema sowie der Überlegung, ob touristische Konzepte gemeinsam mit der betroffenen Bevölkerung erarbeitet werden könnten und sollten, denn dazu ist ein gewisses Mindestmaß an Aktivitäten der Einwohner zu diesem Thema unabdingbar.

10. Nur falls Frage 9 mit „nein“ beantwortet wurde: Würden sie sich aktiv an den touristischen Planungen beteiligen, wenn die Möglichkeiten dazu gegeben wären?

Frage 10 testet, ob es sich lohnen würde, die Beteiligungsmöglichkeiten für die Bevölkerung auszubauen.

11. Fühlen sie sich über die touristische Entwicklungsplanung ausreichend informiert?

Es soll herausgefunden werden, ob seitens der Planer und Entscheidungsträger Handlungsbedarf besteht, den Informationsfluss zu erhöhen.

12. Arbeiten sie in einem Wirtschaftszweig, der ihrer Meinung nach von verstärkter touristischer Nutzung profitieren könnte (bspw. Gastronomie, Einzelhandel, Hotellerie, Immobilienbranche) ?

Normalerweise interessiert sich eine Person automatisch für das, was um ihn herum passiert, sodass ein gesteigertes Interesse an der Entwicklung des Wohnortes nicht verwunderlich ist. Ein sehr starkes Interesse kann aber auch daher rühren, dass der Interessierte mehr als andere seiner Umgebung in die Vorgänge involviert ist, weil er zum Beispiel persönlichen Nutzen zieht oder Schaden durch die Entwicklungen erleidet oder zu erleiden droht. Durch diese

Frage soll einerseits herausgefunden werden, ob nur die direkt Betroffenen für das Thema sensibilisiert sind oder ob auch andere, nicht direkt Beteiligte das Thema für relevant halten, andererseits aber auch, wie hoch der Anteil derjenigen, die direkt von den Entwicklungen in positiver oder negativer Hinsicht betroffen sind, in der Bevölkerung ist.

13. Welche Chancen sehen sie in einer verstärkten touristischen Nutzung für sich und/oder X?

Eine der Grundfragen der vorliegenden Arbeit ist die Frage nach den Chancen und Risiken touristischer Nutzung in den Augen der Bevölkerung. Frage 8 fragt daher direkt nach den von den Befragten gesehenen Chancen, für sich selbst, aber auch für andere bzw. für den Ort.

14. Welche Risiken sehen sie in einer verstärkten touristischen Nutzung für sich und/oder X?

Eine der Grundfragen der vorliegenden Arbeit ist die Frage nach den Chancen und Risiken touristischer Nutzung in den Augen der Bevölkerung. Frage 14 fragt daher direkt nach den von den Befragten gesehenen Risiken, für sich selbst, aber auch für andere bzw. für den Ort.

15. Was würden sie den für die touristische Planung Verantwortlichen gerne sagen?

Frage 15 zielt darauf ab, ob die Befragten überhaupt Handlungsbedarf sehen oder ob sie mit der aktuellen Lage vielleicht sogar vollauf zufrieden sind.

16. Was würden sie einem Freund sagen, weshalb es sich lohne, X zu besuchen?

Worin sehen die Befragten eine wirkliche Besonderheit ihrer Stadt? Worauf sind sie stolz, was ist ihnen wichtig? Diese Frage dient dazu, zu ermitteln, ob die Gefahr besteht, dass durch einen Ausbau des Tourismus eine in den Augen der Bewohner wichtige Eigenschaft der Stadt verloren gehen könnte.

17. Bitte kreuzen sie in den drei folgenden Skalen den Kreis an, der ihrer Einstellung am ehesten entspricht. Sollten sie keine Meinung haben, so kreuzen sie in der betroffenen Skala keinen Kreis an.

Erklärung der Zahlen (Kategorien): 1=Starke Tendenz zur links stehenden Forderung, 2=Schwache Tendenz zur links stehenden Forderung, 3=Tendenz zum Ausgleich, 4=Schwache Tendenz zur rechts stehenden Forderung, 5= Starke Tendenz zur rechts stehenden Forderung

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	
<i>Ausmaß der Nutzung</i>						
<i>starke touristische Nutzung</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>keine Nutzung</i>
<i>Ausmaß der Frequentierung</i>						
<i>Massentourismus</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>Individualtourismus</i>
<i>Ausrichtung des Tourismus</i>						
<i>ökonomisch orientiert</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>O</i>	<i>ökologisch orientiert</i>

Mit Frage 17 soll herausgefunden werden, ob man mit dem Mittel einer einfachen Befragung die Präferenzen der Bevölkerung zu diesem Thema ermitteln kann. Dazu wird mittels einer Matrix abgefragt, welcher touristischen Nutzung die Befragten zuneigen. Aus den drei gelisteten Variablen und deren Ausprägungen müsste sich die favorisierte Nutzungsart herauslesen lassen.

18. Raum für weitere Eintragungen:

Die abschließende Frage richtet sich nach bisher unerwähnten, dem Befragten aber wichtigen Dingen, die noch zu erwähnen wären.⁶²

⁶² Es stellte sich nach Abschluss der Befragungen heraus, dass von dieser Möglichkeit ausnahmslos kein Gebrauch gemacht worden war.

2.2.2 AUSWAHL DES UNTERSUCHUNGSRAUMES

Bei der Auswahl des Untersuchungsgebietes mussten verschiedene Faktoren berücksichtigt werden: Aufgrund der Aufgabenstellung war es erforderlich, eine touristisch noch nicht erschlossene Region ausfindig zu machen, da in einem bereits intensiv vom Fremdenverkehr genutzten Gebiet die Bevölkerung nicht mehr als unvoreingenommen betrachtet werden kann. Gleichzeitig musste die Region aber über touristisch nutzbares Potential verfügen, damit die Frage nach den Vor- und Nachteilen einer touristischen Entwicklung nicht von vorneherein als abwegig, sondern als durchaus berechtigt und realistisch angesehen werden konnte.

Wünschenswert war außerdem eine Region, in der die Bevölkerung durch den Ausbau der touristischen Infrastruktur in benachbarten Regionen sowie der Diskussion über die weitere Entwicklung ihrer eigenen Region bereits sensibilisiert worden war. Daraus ergaben sich folgende Bedingungen:

A.) Die Region sollte möglichst weitgehend dem Idealtypus touristischer Destinationen entsprechen bzw. touristisch nutzbare Ressourcen aufweisen.

Diese Bedingung ist recht vage formuliert, denn es gibt eine Vielzahl ganz unterschiedlicher Destinationen, die allesamt jedoch vom Fremdenverkehr angenommen wurden. Für die vorliegende Arbeit war es natürlich wichtig, dass der an dem Ort mögliche Tourismus der für diese Arbeit ausgearbeiteten Definition von Tourismus entspricht. Außerdem sollte die Region aufgrund ihrer Beschaffenheit offen sein für verschiedene unterschiedliche touristische Entwicklungskonzepte, da vermieden werden musste, dass die Region von vorneherein auf ein Konzept festgelegt wurde.

B.) Die Region sollte nur über wenig touristische Infrastruktur verfügen

Um zu verhindern, dass die Bevölkerung sich nur deswegen für ein bestimmtes Konzept ausspricht, weil das bereits bestehende ihrer Meinung nach gescheitert sei, durfte die Region noch nicht touristisch genutzt werden.

C.) Es sollten Planungen bestehen, die Region zu einer touristischen Destination auszubauen

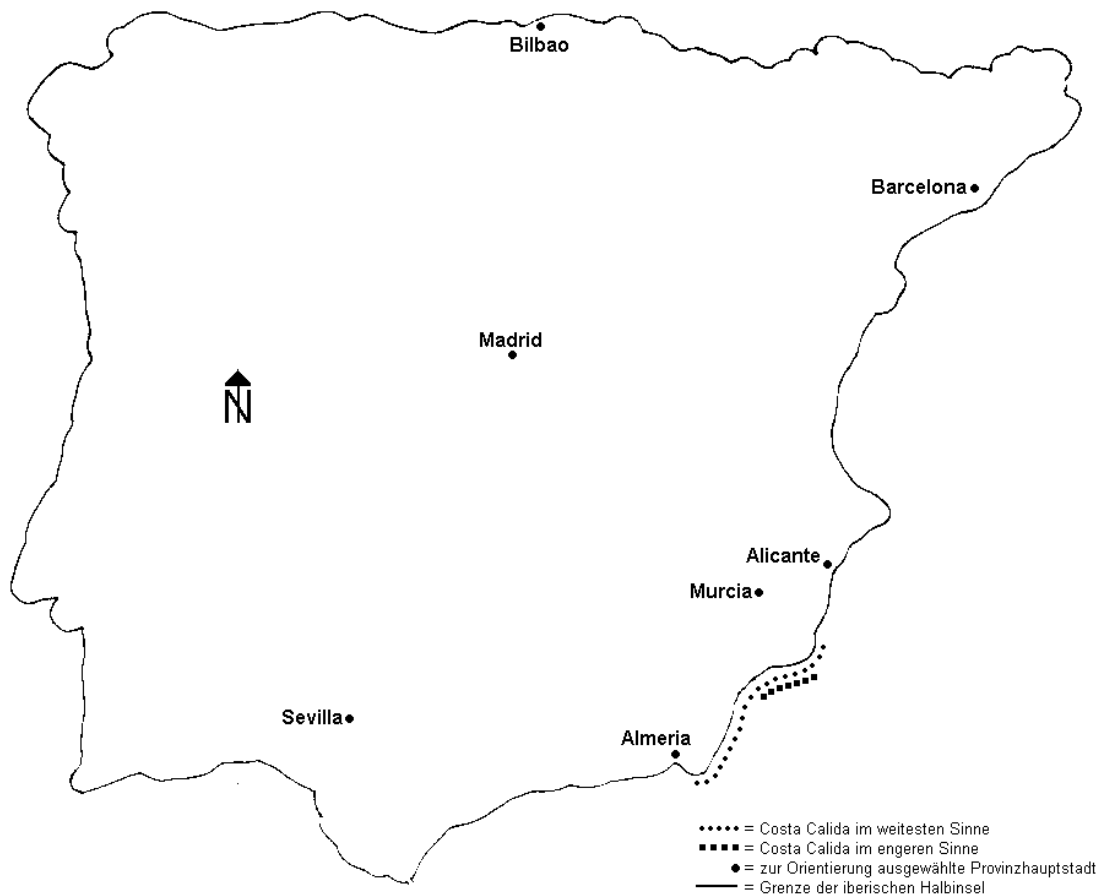
Diese Bedingung war eher wünschenswert als erforderlich: Selbstverständlich wäre es auch in noch völlig unbeplanten Regionen möglich gewesen, eine entsprechende Untersuchung durchzuführen, jedoch wäre es von Vorteil, wenn die Bevölkerung bereits für das Thema sensibilisiert worden wäre, sodass die Forschungsergebnisse sicher aufschlussreicher und aussagekräftiger wären in Bezug auf das Vorhandensein und das Ausmaß des Interesses in der Bevölkerung. Wo in anderen Regionen lediglich mit hypothetischen Vorstellungen operiert werden müsste, würde in bereits beplanten Gebieten die begonnene Konkretisierung einer touristischen Entwicklung die Relevanz des Themas erkennen lassen.

D.) Die Region sollte aufgrund des organisatorischen Aufwandes in Westeuropa liegen.

Eine Bedingung, die den zur Verfügung stehenden Mitteln geschuldet ist.

Eine Region, die diese vier Bedingungen auf sich vereint, ist die „Südliche Costa Calida“ in der Region⁶³ Murcia in Südostspanien, die daher als Untersuchungsgebiet ausgewählt wurde.

⁶³ An dieser Stelle bezeichnet das Wort „Region“ eine politische Einheit, die Region Murcia ist eine der 17 autonomen Regionen Spaniens, vergleichbar einem Bundesland in Deutschland.



K. 1: Lageskizze der Costa Calida

2.2.3 VORSTELLUNG DES UNTERSUCHUNGSRRAUMES

Die Costa Calida ist die Mittelmeerküste der spanischen Region Murcia. Sie erstreckt sich von der Grenze zur Region Valencia im Norden bei El Mojon bis zur andalusischen Grenze im Süden bei Terreros. Zu erreichen ist sie über die Autobahn Alicante-Murcia-Almeria, die Teil der Mittelmeerautobahn A-7 ist.

Die Costa Calida lässt sich strukturell in zwei Teile unterteilen. Der östliche Teil erstreckt sich von der Grenze zu Valencia bis zur Hafenstadt Cartagena und besteht hauptsächlich aus dem Gebiet um das Mar Menor, einer durch eine Nehrung vom Mittelmeer abgegrenzten Lagune, sowie der Stadt Cartagena, mit rund 200.000 Einwohnern nach der Regionshauptstadt Murcia die zweitgrößte Stadt der Region und die größte an der Costa Calida gelegene Hafenstadt. Der südliche Teil erstreckt sich von Cartagena bis zur Grenze nach Andalusien.

Die südliche Costa Calida wird im Norden und Osten durch die Bergketten Carrasquilla, Almenara und de Algarrobo begrenzt. Im Süden bildet das Mittelmeer die Grenze, im Westen grenzt das Gebiet an Andalusien. Diese Grenze ist zugleich die einzige nicht natürliche Grenze der südlichen Costa Calida.⁶⁴

An der Küste liegen die beiden Städte Aguilas (mit dem Stadtteil El Hornillo) und Mazarron-Puerto (mit dem Stadtteil Bolnuevo), außerdem die Dörfer Calnegre und El Portus sowie die Feriensiedlungen Calabardina und Calarreona auf dem Stadtgebiet von Aguilas und Isla Plana und La Azohia auf den Stadtgebieten von Mazarron bzw. Cartagena, die nahezu ausschließlich aus Ferienhäusern und Ferienwohnungen bestehen, welche fast nur im Sommer und überwiegend von Einwohnern Lorcas oder Murcias zur Sommerfrische genutzt werden. Hinzu kommen einzelne isoliert liegende Gehöfte.

Die Costa Calida wird in ihrer Länge durch die 2007 eröffnete gebührenpflichtige Autobahn AP-7 erschlossen sowie durch die Nationalstraße N-332. An das Hinterland angebunden wird das Gebiet durch die autobahnähnlich ausgebauten Schnellstraßen C-3211 (Aguilas-Lorca) und MU-603 (Mazarron-Totana). Ergänzt wird das Straßennetz durch mehrere in den letzten Jahren angelegte Gemeindestraßen, sodass das Gebiet als straßenverkehrsmäßig gut erschlossen gelten darf.

Mazarron und Aguilas verfügen jeweils über einen Fischerei- und einen Sportboothafen. Aguilas besitzt zudem einen Eisenbahnanschluss. In Calnegre und El Portus existieren keine Häfen, jedoch können kleinere Fischerboote direkt vom Strand ins Wasser gezogen und so gestartet werden.

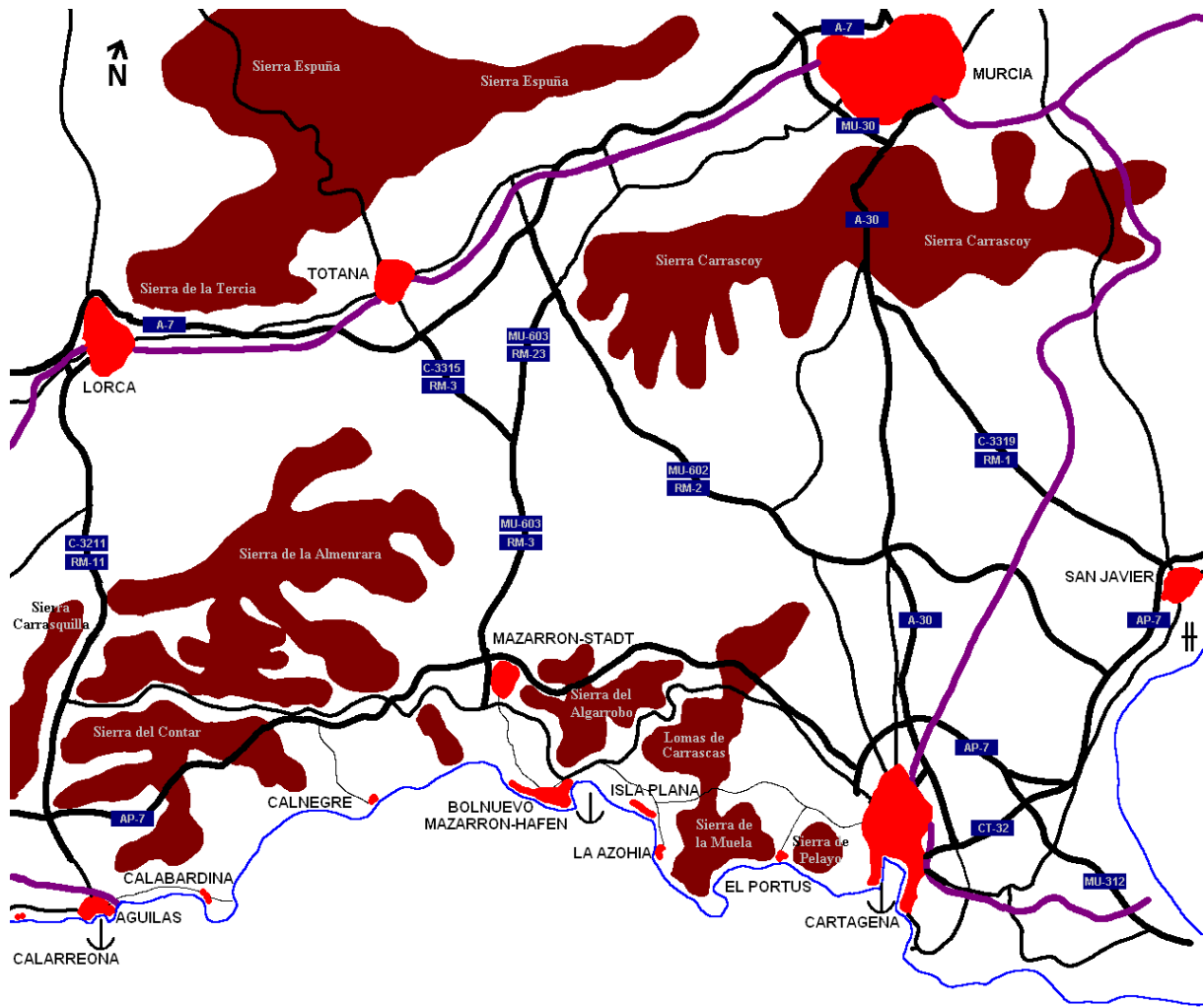
Das nächstgelegene Oberzentrum für das Gebiet ist für die Stadt Aguilas die Stadt Lorca (90.000 Einwohner), für die Stadt Mazarron die Stadt Murcia (500.000 Einwohner).

Es existieren Planungen, die sowohl von der Regionalregierung in Murcia als auch vom Stadtrat in Aguilas mehrheitlich unterstützt werden, die südliche Costa Calida zu einer touristischen Attraktion auszubauen. Zu diesem Zweck soll zwischen Mazarron und Aguilas eine neue Siedlung gebaut werden, die Platz böte für bis zu 50.000 Feriengäste. Dieses zu bebauende Gebiet liegt direkt an der Küste und grenzt an einen Nationalpark. Im Falle der Realisierung der Pläne würde ein Großteil der zum Stadtgebiet von Aguilas gehörenden Küste

⁶⁴ In einigen Karten wird auch die Küste bis zum Cabo de la Gata bei Almeria noch als Costa Calida bezeichnet (siehe Lageskizze). In den meisten Kartenwerken ist dieser Küstenstreifen jedoch als „Costa de Almeria“ verzeichnet.

verbaut werden. Für den Fall, dass sich diese Planungen politisch nicht durchsetzen lassen, ist als Ausweichfläche ein Gebiet in der Nähe von Mazarron vorgesehen.⁶⁵

⁶⁵ Quellen: SOLER, A. und JEREZ, S. 2006: Los populares afirman que Marina de Cope sera 'el soporte' de Aguilas – in: El Faro, 15.12.2006
AGULLO, R. 2007: Marina de Cope lanzara definitivamente a Aguilas – in: La actualidad, 11.5.2007
BUIRAGO, M. 2006: Un informe de 25 universidades denuncia la liquidacion de grandes espacios naturales en la Region – in: La Verdad, 22.12.2006



K. 2: Skizze des Untersuchungsraumes

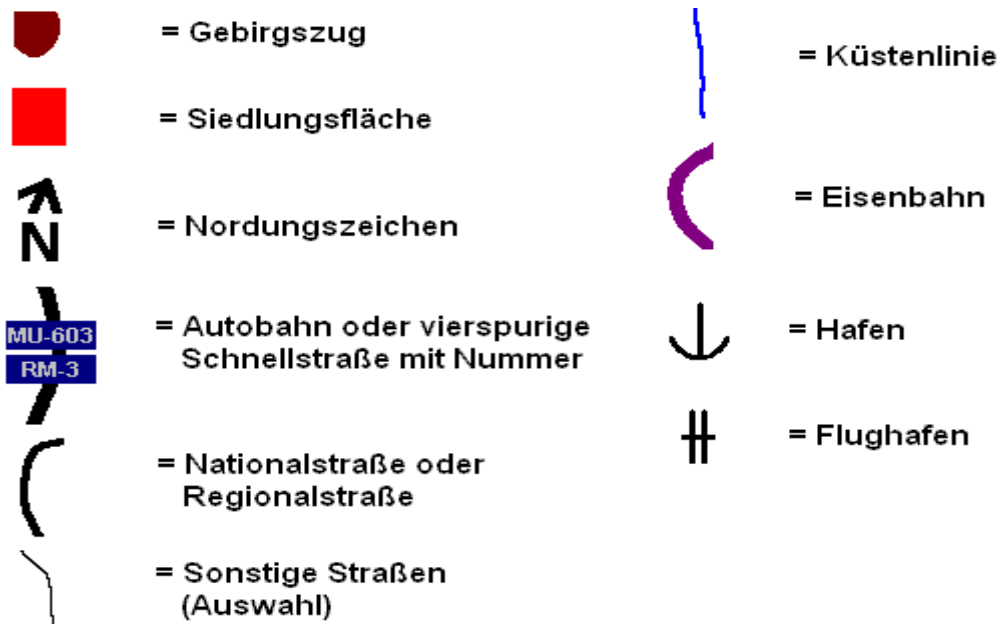


Abb. 2: Legende zur Skizze des Untersuchungsgebietes. Eingezeichnet wurden nur die in der Arbeit erwähnten Siedlungen



F. 1: Unverbaut: Küste beim Kap Cope (Bildmitte rechts), 11 km östlich von Aguilas



F. 2: Vorhut des Tourismus? Feriensiedlung bei Jaravia, 10 km westlich von Aguilas

Politisch gesehen gehört das Gebiet zur Region und Provinz Murcia, auf kommunaler Ebene haben die Städte Mazarron, Lorca, Aguilas und Cartagena Anteil an der Küste. Der Ort Calnegre gehört administrativ zu Lorca, die Feriensiedlungen Isla Plana, La Azohia und der Ort El Portus zu Cartagena.

Aufgrund der Tatsache, dass mit weitem Abstand die meisten Einwohner in den beiden an der Küste gelegenen Städten wohnen und die Feriensiedlungen naturgemäß lediglich im Sommer und von Nichteinheimischen bewohnt werden, wurde die Untersuchung auf die Städte Aguilas und Mazarron beschränkt.

Aguilas ist eine Stadt im Südosten Spaniens, an der Costa Calida gelegen. Sie gehört zur Region und Provinz Murcia. Das zur Stadt gehörende Gebiet hat eine Größe von 253,7 Quadratkilometer und umfasst neben der Stadt selber noch mehrere, allerdings nicht an der Küste gelegene Weiler. Die Gesamteinwohnerzahl beträgt 32.450, davon wohnen knapp 30.000 in der Stadt selber.⁶⁶

Mazarron ist eine Stadt im Südosten Spaniens. Sie gehört zur Provinz und Region Murcia. Das Stadtgebiet umfasst 318,7 Quadratkilometer. Rund 30.000 Einwohner leben auf dieser Fläche, die Mehrzahl davon in und um Mazarron, ein Bruchteil wohnt in kleinen, in den Bergen gelegenen Weilern.⁶⁷

Mazarron weist eine Besonderheit hinsichtlich seiner Siedlungsstruktur auf – die Stadt zerfällt in drei Teile: Mazarron-Stadt (Mazarron-Ciudad), Mazarron-Hafen (Mazarron-Puerto) und Mazarron-Bolnuevo⁶⁸, ein eingemeindetes Dorf, wobei die beiden Letztgenannten eine an der Küste gelegene Siedlungseinheit bilden, Mazarron-Stadt jedoch 10 Kilometer von der Küste entfernt im Landesinneren liegt und daher nicht mehr zu den Küstenorten gerechnet werden kann.

⁶⁶ Stand: 1.1.2007, Quelle: Oficina de Turismo de Aguilas (Hrsg.) 2007: Informationsbroschüre Aguilas. Da in dieser Statistik auch die Einwohner der im Landesinnern liegenden Dörfer enthalten sind, kann für die Einwohnerzahl der Stadt selbst nur ein Schätzwert angegeben werden.

⁶⁷ Stand: 1.1.2007, Quelle: Oficina de Turismo de Mazarron (Hrsg.) 2007: Informationsbroschüre Mazarron. Da in dieser Statistik auch die Einwohner der im Landesinnern liegenden Dörfer und des Stadtteils Mazarron-Stadt enthalten sind, kann für die Einwohnerzahl des an der Küste gelegenen Stadtteils selbst nur ein Schätzwert angegeben werden.

⁶⁸ Die jeweiligen Stadtteile werden im Spanischen des Öfteren auch als „Mazarron“, „Puerto de Mazarron“ und „Bolnuevo“ bezeichnet.



F. 3: Stadtansicht Aguilas vom Kastell aus gesehen



F. 4: Uferpromenade in Aguilas



F. 5: Uferpromenade in Mazarron-Hafen



F. 6: Uferbebauung in Mazarron-Hafen

2.2.4 ENTWICKLUNG DES UNTERSUCHUNGSRRAUMES

Bis in die 1990er Jahre hinein lag die südliche Costa Calida infrastrukturell betrachtet in einem „toten Winkel“. Die Mittelmeerautobahn endete bei Alicante und mündete in die schmale Nationalstraße N-340. Über eine Eisenbahnanbindung verfügte nur die Stadt Aguilas, die internationalen Flughäfen Alicante und Almeria lagen aufgrund der Straßenverhältnisse bis zu dreieinhalb Fahrtstunden weit entfernt, der Flughafen San Javier bei Cartagena wurde nur von Inlandsflügen angeflogen. Aufgrund der ungünstigen Verkehrslage eignete sich die südliche Costa Calida trotz der reizvollen Landschaft nicht als touristisches Zielgebiet, sodass lediglich ein Individualtourismus von bedeutungslosen Ausmaßen stattfand. Dementsprechend war auch keine nennenswerte touristische Infrastruktur vorhanden. Die wenigen Hotels, die es gab, waren Hotels der Unterklasse, die vorwiegend von Handlungsreisenden genutzt wurden. Hingegen setzte Ende der 1960er Jahre eine Bauentwicklung dahingehend ein, dass vermehrt Eigentumswohnungen gebaut wurden, die überwiegend von Einwohnern aus den benachbarten, küstenfernen Städten Lorca, Totana, Alhama sowie der Regionshauptstadt Murcia gekauft und als Zweit- und Ferienwohnungen noch heute genutzt werden. Aus dieser Zeit resultieren auch einige Urbanisationen¹, die - meist entfernt vom eigentlichen Ort - komplett auf dem Reissbrett geplant und dann auch so gebaut wurden.

Mit der Aufnahme Spaniens in die Europäische Gemeinschaft EG (heute Europäische Union EU) 1986 wurden umfangreiche Mittel für den Ausbau des spanischen Straßennetzes bereitgestellt. So konnte 1994 der Autobahnabschnitt der heutigen A-7 Alicante-Almeria fertig gestellt werden, der zwar nicht dem Küstenverlauf folgt, aber dennoch die gesamte Region Murcia an das innerspanische Autobahnnetz anbindet. Die Erschließung der an der Küste liegenden Orte wurde durch gut ausgebaute Stichstraßen gewährleistet. Mit der Vollendung der Küstenautobahn AP-7 Alicante-Cartagena-Vera wird seit 2007 auch die südliche Costa Calida in ihrer Länge durch eine Autobahn erschlossen, zudem wurde mittlerweile auch der bei Cartagena liegende Flughafen San Javier für den internationalen Flugverkehr geöffnet. Die Infrastruktur hat sich also in den letzten 15 Jahren entscheidend verbessert. Dies trug zunächst dazu bei, dass viele Flächen für den Gemüseanbau verwendet wurden.

¹ wie z.B. die Urbanisation Calabardina



F. 7: Bauernhof im Hinterland, ca. 10 km nordöstlich von Aguilas



F. 8: Zitrusplantage im Hinterland, ca. 10 km nordwestlich von Aguilas.



F. 9: Naturdenkmal: Sandsteinformationen bei Mazarrón-Bolnuevo



F.10: Romantisches Ideal? Fischerdorf Calnegre, ca. 12 km südwestlich von Mazarrón-Hafen

Noch heute werden große Teile des Gebietes um Aguilas für den Gemüse- und Obstanbau genutzt. Aufgrund der Krise im Agrarsektor wird nun jedoch nach neuen Wirtschaftswegen gesucht.

2.3 DER PRE-TEST

Der Pre-Test wurde im Zeitraum vom 30.11.2007 – 30.12.2007 mit 16 Testpersonen durchgeführt. Dabei handelte es sich zu gleichen Teilen um die späteren Interviewer und um zufällig ausgewählte Passanten. Es zeigte sich, dass am Fragebogen einige Veränderungen vorgenommen werden mussten. Im einzelnen betraf dies folgende Fragen:

- Den drei verschiedenen Tourismusarten (Frage 1 a-c) wurde eine vierte Art („Turismo rural“, Frage 1d) hinzugegestellt.
- Anstelle der Frage nach spontanen Assoziationen („Was verbinden sie mit dem Begriff Massentourismus/Ökotourismus/Luxustourismus?“) wurde die Frage nach der Bewertung der jeweiligen touristischen Art eingeführt. Im Pre-Test stellte sich heraus, dass die ursprüngliche Intention der Frage (Nennung konkreter Ausprägungen) nicht erreicht wurde, stattdessen nannten die Befragten entweder Adjektive wie „gut“ oder „schlecht“ oder verwiesen auf Beispielorte. Einige wenige tatsächliche Assoziationen konnten erst durch mehrmaliges Nachfragen ermittelt werden, was sich jedoch auf die Bereitschaft der Befragten, an der Befragung weiter teilzunehmen, nachteilig auswirkte.
- Die Frage „Was erhoffen Sie sich vom Tourismus?“ musste ersetzt werden durch die Frage „Welche Chancen sehen Sie im Tourismus?“, da das Verb „erhoffen“ im Spanischen mit „esperar“ übersetzt wird, was jedoch in der Hauptbedeutung dem deutschen Verb „erwarten“ entspricht. Der Inhalt der ursprünglichen Frage war damit nicht mehr erkennbar.
- Die Frage „Was befürchten Sie vom Tourismus“ wurde analog dazu durch die Frage „Welche Risiken sehen Sie im Tourismus“ ersetzt.
- Weitere Änderungen betrafen orthographische Korrekturen.

Der Fragebogen in der endgültigen Fassung findet sich im Anhang. Da die vorläufige Fassung nach dem Pre-Test durch die endgültige Fassung ersetzt wurde und somit überholt ist, wurde sie dieser Arbeit nicht beigelegt.

2.4 ORGANISATORISCHE RAHMENBEDINGUNGEN DER BEFRAGUNG

Die tatsächliche Befragung wurde im Zeitraum 3.3.2008 – 10.5.2008 in Aguilas und Mazarron durchgeführt. Zusätzlich zur eigentlichen Befragung wurden informelle Gespräche mit den Angestellten der Tourismusbüros geführt. Gespräche mit Vertretern der Planungsbehörden oder der Stadtverwaltung kamen leider nicht zustande.

Aufgrund des Umfangs der Grundgesamtheit musste eine zufallsgesteuerte Auswahl der Befragten vorgenommen werden. Dabei wurde wie folgt vorgegangen:

In jeder der beiden Städte des Untersuchungsgebietes wurde ein bestimmter Punkt ausgewählt, wo die Befragungen vorgenommen wurden. Dabei kam der Umstand zugute, dass es in fast jeder südspanischen Stadt einen zentralen Platz gibt, der allen Bevölkerungsschichten als Treffpunkt dient und daher des Öfteren aufgesucht wird. Die Auswahl der Befragten erfolgte dann zufällig, indem möglichst jede Person, die zu den vorher festgelegten Befragungszeiten den Befragungspunkt passierte, um die Teilnahme an der Befragung gebeten wurde. Die Befragungen wurden zu verschiedenen Tageszeiten durchgeführt, um zu gewährleisten, dass nicht etwa aufgrund der Tageszeit eine bestimmte Bevölkerungsgruppe über- oder unterrepräsentiert aufgenommen wurde. Dabei wurden nur Personen befragt, die angaben, sie würden in Aguilas oder Mazarron-Puerto bzw. Bolnuevo wohnen (dies wurde vor Beginn der eigentlichen Befragung gefragt).

In Aguilas wurde die Plaza de Espana als Befragungsort ausgewählt, in Mazarron-Puerto diente der Platz vor dem Sportboothafen diesem Zweck.

In Calnegre, El Portus, Mazarron-Stadt und Bolnuevo wurden keine gesonderten Befragungen durchgeführt. Im Falle Calnegres und El Portus´ wurde aufgrund der geringen Einwohnerzahl darauf verzichtet, im Falle von Mazarron-Stadt aufgrund der küstenferneren Lage. Bolnuevo und Mazarron-Puerto bilden eine Siedlungseinheit.

Die Beteiligung an der Befragung lässt sich folgender Tabelle entnehmen:

Tabelle 1: Beteiligung an der Umfrage

Ort	Einwohneranzahl ²	Anzahl der Befragten	Prozentsatz
Aguilas, Mazarron-Puerto und Bolnuevo	ca. 45.000	484	1,08 %

Anhand der Tabelle 2 lässt sich erkennen, dass die Gruppe der Befragten hinsichtlich der demographischen Daten überwiegend repräsentativ ist, es sind keine erheblichen Unterschiede in den statistischen Angaben zu Gesamtspanien zu verzeichnen.

Tabelle 2: Vergleich der statistischen Daten der Befragten

Die Befragten	Aguilas und Mazarron-Puerto	Spanien ³
sind männlich zu	44 %	49,4 %
sind weiblich zu	56 %	50,6 %
Durchschnittsalter	39,3 Jahre	44,6 Jahre
Durchschnittlich wohnhaft im Ort seit	31,9 Jahren	-

Tabelle 3 gibt Auskunft darüber, welche Schulabschlüsse bei den Befragten vorwiegen. Die Unterschiede hinsichtlich den statistischen Angaben zu Gesamtspanien⁴ lassen sich dadurch erklären, dass das „Instituto Nacional de Estadísticas“ für seine Publikation, der die Daten entnommen wurden, lediglich Personen im Alter von 25 – 64 Jahren erfasst hat, während für die vorliegende Untersuchung keine Altersgrenze festgelegt wurde, was sich vor allem auf die prozentuale Anzahl derer, die einen Universitäts- oder anderen Abschluss haben, auswirkt. Trotzdem kann unter Berücksichtigung der Tatsache, dass ein 15jähriger Schüler aus

² Stand: 1.1.2007, Quellen: Oficina de Turismo de Aguilas (Hrsg.) 2007: Informationsbroschüre Aguilas sowie Oficina de Turismo de Mazarron (Hrsg.) 2007: Informationsbroschüre Mazarron. Die genaue Zahl kann nicht genannt werden, da in den amtlichen Statistiken die Einwohner der umliegenden Dörfer und – im Falle von Mazarron – auch die des Stadtteils Mazarron-Stadt beinhaltet sind, sodass die Angaben auf Schätzungen beruhen.

³ Stand: 1.1.2007, Quelle: Instituto Nacional de Estadística (Hrsg) 2007: Pressemitteilung „La poblacion empadronada (...)“ vom 11. Juni 2007, o.O.

⁴ Das spanische Schulsystem unterscheidet sich zum deutschen System dadurch, dass es nicht dreigliedrig ist. Alle Schüler durchlaufen zunächst die Volksschule und erhalten im Anschluss daran den Abschluss „basica“. Im Anschluss daran erfolgt der freiwillige Besuch der weiterführenden Schule, der mit dem Abschluss „secundaria“ endet. Danach erfolgt die Berufsausbildung oder der Besuch der Universität. Die Abschlüsse „basica“ und „secundaria“ sind daher nur eingeschränkt mit dem deutschen Hauptschul- bzw. Realschulabschluss vergleichbar, da eine vorherige Selektion nicht stattfindet.

altersbedingten Gründen über keinen Universitätsabschluss verfügen kann, die Gruppe der Befragten auch im Hinblick auf den Bildungsstand als repräsentativ bezeichnet werden.

Tabelle 3: Vergleich des Bildungsstandes der Befragten

Bildungsstand	Aguilas und Mazarron-Puerto	Spanien ⁵
basica	31,9 %	29,7 %
secundaria	26,7 %	27,2 %
Berufsausbildung	21,0 %	18,0 %
Universitätsabschluss	11,5 %	25,1 %
Andere Abschlüsse	8,9 %	0 %

Besondere Vorfälle während der Durchführung der Befragung gab es nicht. Die gewonnenen Daten wurden nach Abschluss der Befragung mittels EDV erfasst und ausgewertet.

Zusammenfassend lässt sich die Befragung wie folgt charakterisieren: Es handelt sich um eine quantitative Erhebung. Die Zielgruppe sind die Einwohner der erwähnten Orte. Die Auswahl erfolgte nach dem Zufallsprinzip. Der Fragebogen ist zum Teil vollstandardisiert, zum Teil offen. Die angewandte Methode ist wiederholbar und lieferte bezüglich soziodemographischer Parameter ein ungefähres Abbild der Grundgesamtheit.

⁵ Stand 1.1.2007, Quelle: Instituto Nacional de Estadística (Hrsg) 2007: Nivel de Estudios de la Poblacion adulta, o.O.



F. 11: Paseo de la Sal – Ort der Befragungen in Mazarron-Hafen



F. 12: Plaza de Espana – Ort der Befragungen in Aguilas

3. DIE AUSWERTUNG

3.1. DAS ANSEHEN DER VERSCHIEDENEN TOURISTISCHEN KONZEPTE

Zu Beginn soll ermittelt werden, wie groß das Ansehen der vier vorgestellten touristischen Arten bei der Bevölkerung ist. Zuerst wurde daher gefragt, ob die jeweilige touristische Art überhaupt bekannt ist. Antwortete der Befragte mit „nein“, so wurde die nächste Art abgefragt. Lautete die Antwort jedoch „ja“, so sollte die befragte Person eine Gesamtbewertung abgeben. Anschließend wurde noch nach einem Beispielort gefragt.

Die Frage nach einem beispielhaften Ort für die jeweilige Tourismusart dient dazu, zu testen, ob die Befragten bei ihrer Auskunftgebung auch tatsächlich ein dem Konzept entsprechendes Bild vor Augen hatten. Wenn also eine Person als beispielhaft für Massentourismus einen Ort nannte, der tatsächlich vom Massentourismus geprägt wurde/wird, so kann davon ausgegangen werden, dass sie diese Art von Tourismus anhand des stimmigen Beispiels für sich korrekt zu bewerten wusste. Wurde hingegen ein Ort genannt, der nicht der Definition einer massentouristischen Destination im Sinne dieser Arbeit entspricht, so war anzunehmen, dass die abgegebene Benotung ebenfalls nicht auf das betreffende touristische Konzept gerichtet war.

Da nicht alle genannten Orte über die Grenzen Spaniens hinaus bekannt sind, wurden sie gemäß den in Kapitel 1.5 aufgestellten Definitionen einem touristischen Konzept zugeordnet.

Die häufigsten Nennungen waren Benidorm (für den Massentourismus), Marbella (für den Luxustourismus) und Cazorla (für den Turismo Rural). Daher sollen für diese drei Orte die vom Autor vorgenommenen Zuordnungen exemplarisch begründet werden:

Im Falle von Benidorm wurde die Zuordnung zum Massentourismus vorgenommen, nicht nur aufgrund der baulichen Ausprägung⁶, sondern auch in der Ausrichtung auf die touristische Mittelklasse, die von Anfang an so geplant war. So äußerte sich Pedro Zaragoza, als Bürgermeister von Benidorm von 1951 – 1967 Initiator der touristischen Entwicklung der

⁶ Benidorm hat – gemessen an der Einwohnerzahl – die höchste Dichte an Hochhäusern weltweit. Quelle: o. A. 2007: Die Städte mit den meisten Hochhäusern pro Kopf, auf: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,501493,00.html>, abgerufen am 30.11.2008

Stadt, 2002 wie folgt: „Wir wollten möglichst viele Menschen auf wenig Platz unterbringen, ganz nach dem Prinzip ‘Streichholzschachtel‘“⁷. Auch in Zukunft sollte Benidorm von diesem Prinzip nach Ansicht Zaragozas nicht abweichen: „Während der Franco-Zeit bildete sich in Spanien erstmals eine Mittelschicht, parallel dazu verlief der Aufstieg Benidorms. Für Benidorm war es richtig, auf die Mittelschicht zu setzen. Ihr gehören die Gegenwart und die Zukunft.“⁸

Marbella hingegen präsentiert sich als Urlaubsort für die Oberschicht. So wird bereits auf der Internetseite der Stadt damit geworben, dass es in Marbella 17 Golfplätze gibt.⁹ Zudem wird der Interessent vom Stadtrat begrüßt und darüber informiert, dass Marbella „über ein reichhaltiges Angebot“ verfüge, und zwar „mit einer Qualität und Professionalität, die weit über dem Durchschnitt liegt“.¹⁰ Marbellas Orientierung zum Luxustourismus wird auch in Benidorm wahrgenommen: „Wenn heute etwa von Marbella, das stark auf die Oberschicht setzt, 50 Familien abwandern, dann hat Marbella ein Problem. In Benidorm würde davon keiner Notiz nehmen.“¹¹

Cazorla hingegen wurde von den Befragten oft als exemplarisch für den Turismo Rural angesehen. Tatsächlich ist Cazorla neben Garrotxa eine von zwei spanischen Destinationen, die von der Europarc für die Teilnahme an der Versuchsphase im Rahmen der Einführung der „European Charter for sustainable tourism in protected areas“ ausgewählt wurden^{12 13}. Auf der Internetseite der Stadt werden Interessenten vor allem die Landschaften, Fauna und Flora Cazorlas nähergebracht. Die Hauptattraktion Cazorlas ist der nahe Naturpark Sierra de Cazorla, der seit 1983 Biosphärenreservat der Unesco ist.

Folgerichtig unterscheidet sich auch das Hotelangebot der Städte voneinander: Beispielsweise ergab eine Anfrage beim HotelSERVICE clever-hotels.com vom 21.3.2009, dass es für die Nacht

⁷ zit. in o. A. 2002: Benidorm – Platz zum Leben, auf: <http://www.leben-in-spanien.com/cgi-bin/page.pl?id=233>, abgerufen am 22.11.2008

⁸ zit. in o. A. 2002: Benidorm – Platz zum Leben, auf: <http://www.leben-in-spanien.com/cgi-bin/page.pl?id=233>, abgerufen am 22.11.2008

⁹ Quelle: Offizielle Internetseiten der Stadt Marbella: <http://www.marbella.es>, abgerufen am 1.2.2009

¹⁰ Quelle: Offizielle Internetseiten der Stadt Marbella: <http://www.marbella.es>, abgerufen am 1.2.2009

¹¹ Pedro Zaragoza, zit. nach o. A. 2002: Benidorm – Platz zum Leben, auf: <http://www.leben-in-spanien.com/cgi-bin/page.pl?id=233>, abgerufen am 22.11.2008

¹² Quelle: GOMEZ-LIMON GARCIA, J., o. J.: Turismo sostenible: Carta europea del turismo sostenible en Espacios Naturales Protegidos, Lebrija

¹³ Mittlerweile wird die Charta, die eine Symbiose aus Auszeichnung und Selbstverpflichtung ist, in 46 verschiedenen Orten angewendet. Quelle: Offizielle Internetseite der Europäischen Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten: http://www.european-charter.org/faq_neu.htm#XII, abgerufen am 20.3.2009

vom 28.3.2009 auf den 29.3.2009 in Benidorm noch 32 freie Hotels gäbe, deren Sternanzahl im Durchschnitt bei 2,94 lag. Für Marbella waren im gleichen Zeitraum 14 Hotels verfügbar, die im Schnitt mit 4,21 Sternen ausgezeichnet waren. Für Cazorla gab es keine Angebote.¹⁴

Folgende Sonderfälle bedürfen einer besonderen Erwähnung:

Die Millionenstädte Madrid und Barcelona wurden einer Sonderkategorie „Großstädte“ zugeordnet, da der dort stattfindende Tourismus mehrheitlich nicht der in Kapitel 1.5 gegebenen Definition von „Tourismus“ entspricht und eine touristische Zuordnung im Sinne dieser Arbeit daher nicht möglich ist. Diese Nennungen erfolgten nur im Zusammenhang mit dem Massentourismus.

Orte, die im Untersuchungsgebiet liegen (Aguilas und Mazarron) wurden der Sonderkategorie „Untersuchungsgebiet“ zugeordnet. Da beide Orte derzeit nicht als Destinationen genutzt werden, können sie auch nicht einer Tourismusart zugeordnet werden.

Aus Gründen der Übersichtlichkeit werden in den grafischen Darstellungen lediglich die Tourismusarten genannt. Die dazugehörige Zuordnungstabelle findet sich im Anhang.

¹⁴ Anfrage an clever-hotels.com, <http://www.clever-hotels.com>, gestellt am 21.3.2009

3.1.1 DAS ANSEHEN DES MASSENTOURISMUS

Bei der Frage nach der Kenntnis dieser touristischen Art gaben rund 46 % der Befragten an, sie zu kennen, während 54 % dies verneinten und somit auch keine Beispiele angaben. Die folgende Grafik gibt wieder, welches Bild die Befragten bei der Vergabe ihrer Bewertung vor Augen hatten:

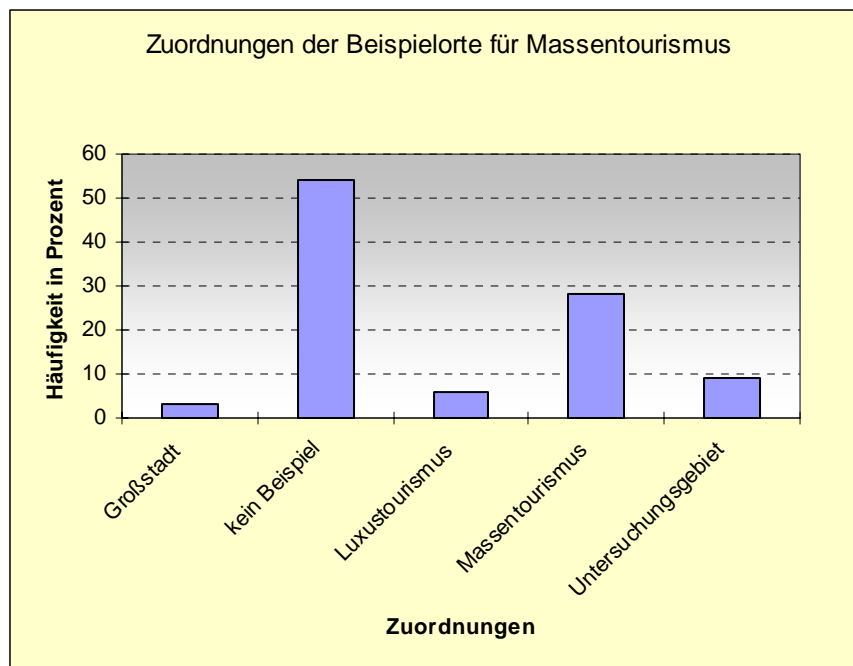


Abb. 3: Zuordnungen der Beispiele für Massentourismus (n = 484)

Dadurch, dass über 50 % der Befragten angaben, keinen Massentourismus zu kennen, konnten sie folgerichtig auch keine Beispiele dafür nennen. Immerhin fast 30 % der Befragten nannten allerdings einen Ort, der tatsächlich als beispielhaft für den Massentourismus angesehen werden kann, was bedeutet, dass über 50 % derer, die eine Note vergaben, bei der Bewertung eine Destination vor Augen hatten, die der Definition einer massentouristisch genutzten Destination im Sinne dieser Arbeit entspricht.

Die durchschnittliche Gesamtbewertung des Massentourismus liegt bei 3,59 - was eine eher unterdurchschnittliche Note bedeutet. Darin enthalten sind jedoch die abgegebenen Benotungen aller Befragten. Die folgende Grafik zeigt daher die Mittelwerte der Benotungen getrennt nach den gegebenen Beispielen.

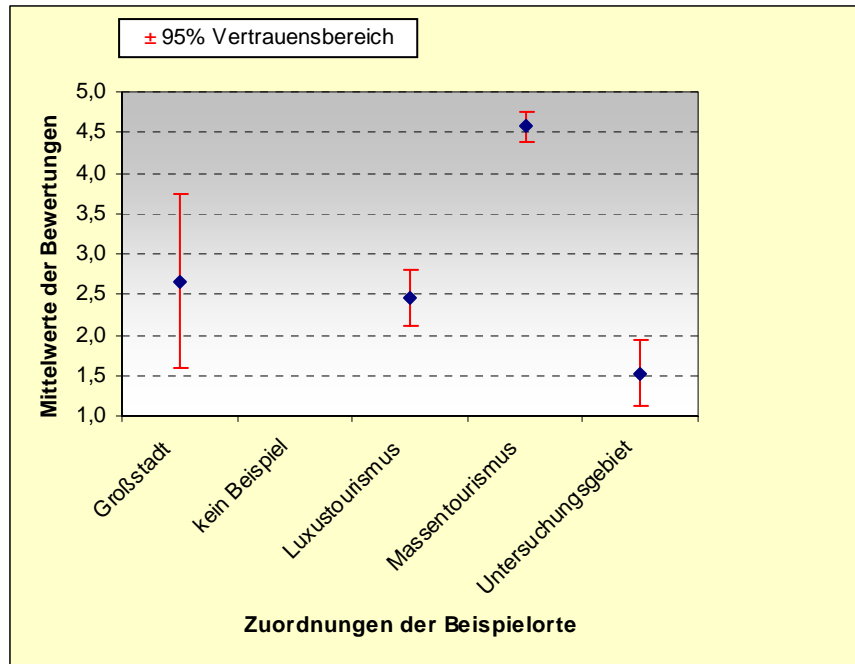


Abb. 4: Benotungen des Massentourismus in Abhängigkeit vom Beispielort (Zuordnungen) (n = 223)

Hier zeigen sich gravierende Unterschiede: Wenn der Massentourismus als derjenige Tourismus identifiziert wird, der bereits heute im Untersuchungsgebiet stattfindet, wird er weit überdurchschnittlich positiv bewertet. Wenn der Massentourismus gewissermaßen mit dem Luxustourismus verwechselt wird, erhält er noch immer leicht überdurchschnittliche Noten. Wird jedoch bei der Befragung seitens der Teilnehmer tatsächlich an massentouristisch genutzte Ziele gedacht, fällt die Bewertung sehr schlecht aus. Der Mittelwert für die Zuordnung Großstadt kann aufgrund der wenigen Fallzahlen nicht als signifikant gewertet werden. Für die Zuordnung „Kein Beispiel“ ist die Angabe eines Mittelwertes nicht sinnvoll.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass der Massentourismus bei den Einwohnern des touristisch nicht erschlossenen Untersuchungsgebietes einen Bekanntheitsgrad von rund 30 % erreicht. Das Ansehen dieser touristischen Art bei der Bevölkerung kann nur als „sehr schlecht“ bezeichnet werden – mit einem Mittelwert von 4,57 liegt die Bewertung dicht an der schlechtestmöglichen Bewertung von 5,00.¹⁵

¹⁵ Die Ablehnung zieht sich im Übrigen quer durch alle Bevölkerungsschichten. Weiterführende Auswertungen ergaben, dass auch bei den im Rahmen der Studie erhobenen demographischen Daten (Bildung, Alter, Geschlecht) allenfalls marginale Unterschiede zwischen den einzelnen Mittelwerten festzustellen sind, sodass angenommen werden kann, dass Bildungsstand, Alter oder Geschlecht keine Auswirkung auf die Ablehnung haben.

Es erscheint möglich und auch nahe liegend, dass diejenigen Befragten, die bei der Abgabe ihrer Bewertung von aus Sicht der Arbeit falschen Voraussetzungen ausgingen, ihre Benotungen im Falle einer Nutzung der Definition von Massentourismus im Sinne dieser Arbeit revidieren würden. Wie in der gesamten tourismuswissenschaftlichen Diskussion könnte also der Massentourismus, je bekannter er (noch) wird, auf umso mehr Ablehnung stoßen – auch in Regionen, die mit ihm noch keinen Kontakt hatten und bislang nicht von ihm überformt wurden. Eine Verifikation dieser abzuleitenden These bedarf allerdings einer zeitlich gestaffelten Analyse, die mit dieser Untersuchung nicht erfolgen kann.

3.1.2 DAS ANSEHEN DES ÖKOTOURISMUS

Bei der Frage nach der Kenntnis dieser touristischen Art gaben rund 33 % der Befragten an, sie zu kennen, während 67 % dies verneinten und somit auch keine Beispiele angaben. Die folgende Grafik gibt wieder, welches Bild die Befragten bei der Vergabe ihrer Bewertung vor Augen hatten:

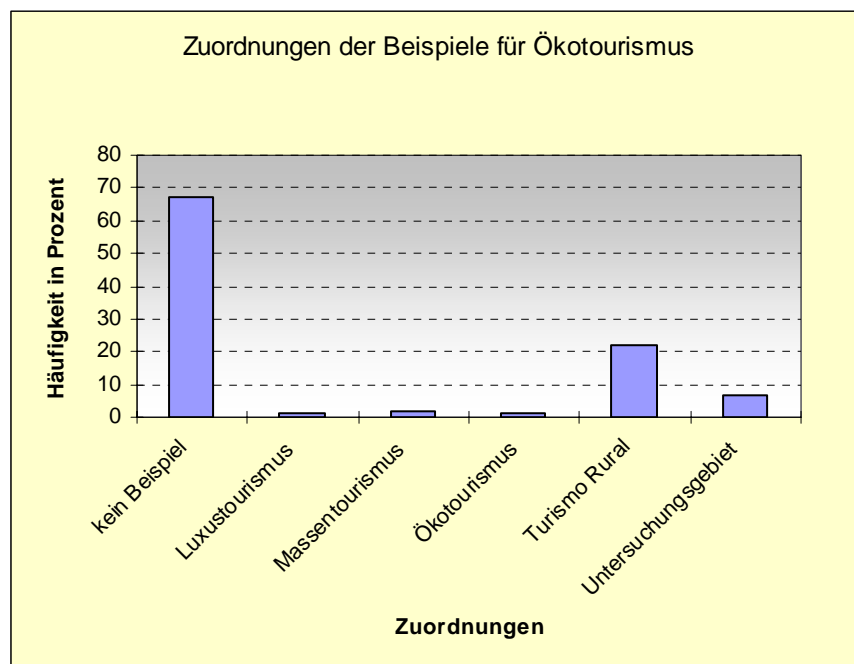


Abb. 5: Zuordnungen der Beispiele für Ökotourismus (n = 484)

Es fällt auf, dass nur 1 % aller Befragten bei der Bewertungsvergabe überhaupt eine ökotouristisch genutzte Destination im Sinne dieser Arbeit im Sinn hatten. Allerdings gaben 22 % der Befragten einen Beispielort an, der für den dem Ökotourismus sehr nahe stehenden „Turismo Rural“ stehen kann. Es kann daher vermutet werden, dass die beiden Begriffe synonym verwendet wurden. Tatsächlich unterscheiden sich die beiden Konzepte lediglich

hinsichtlich der geographischen Räume, wie in Kapitel 1.4 beschrieben, sodass auch vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse eine Trennung der beiden Begriffe nicht sinnvoll erscheint. Die durchschnittliche Gesamtbewertung des Ökotourismus liegt bei 2,02 – das ist eine rundum „gute“ Note. Darin enthalten sind jedoch auch die Benotungen, die von denjenigen stammen, die bei der Bewertung beispielsweise an massentouristische Orte dachten. Die folgende Grafik zeigt daher die Mittelwerte der Benotungen getrennt nach den geäußerten Beispielen.

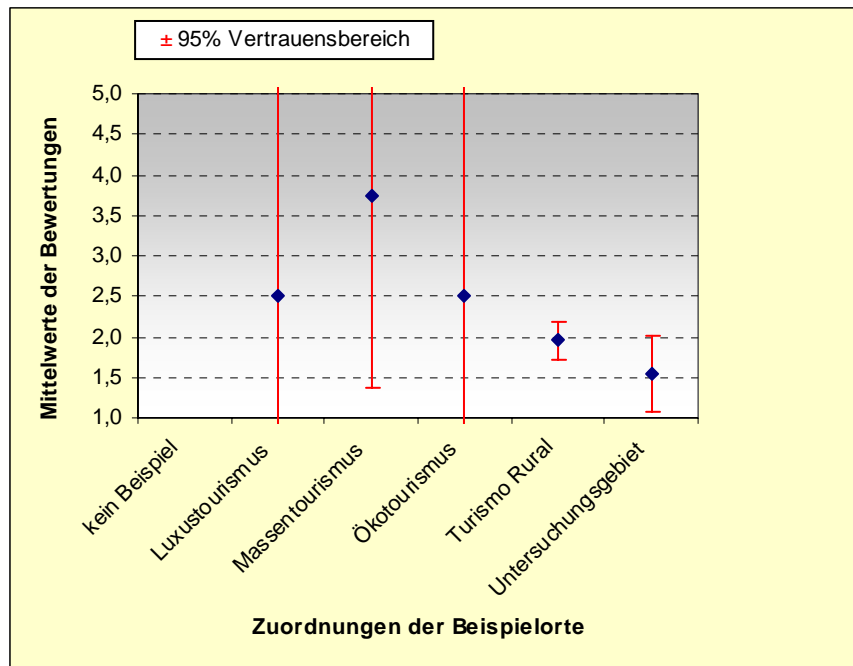


Abb. 6: Benotungen des Ökotourismus in Abhängigkeit vom Beispiellort (Zuordnungen)
(n = 160)

Aufgrund der sehr geringen Fallzahlen bei den Zuordnungen Luxustourismus, Massentourismus und Ökotourismus können die dafür gegebenen Bewertungen insgesamt nicht als signifikant gelten. Dennoch lassen sich einige Tendenzen erkennen: Massentouristisch geprägte Orte wurden auch hier am schlechtesten bewertet, während die am eigenen Wohnort wahrgenommene momentane Ausprägung des Tourismus mit einer Durchschnittsnote von 1,54 wiederum weit überdurchschnittlich positiv bewertet wird. Der „Turismo Rural“ wird mit einer durchschnittlichen Bewertung von 1,95 ebenfalls als deutlich positiv angesehen.

Der Begriff „Ökotourismus“¹⁶ ist weitestgehend unbekannt, und dort, wo er als bekannt empfunden wird, wird er mit dem „Turismo Rural“ gleichgesetzt.

Unter diesen Umständen lässt sich auch das Ansehen des Ökotourismus nicht ermitteln.

¹⁶ bzw. die genaue spanische Entsprechung „Ecoturismo“

3.1.3 DAS ANSEHEN DES LUXUSTOURISMUS

Bei der Frage nach der Kenntnis dieser touristischen Art gaben rund 59 % der Befragten an, sie zu kennen, während 41 % dies verneinten und somit auch keine Beispiele angaben. Die folgende Grafik gibt wieder, welches Bild die Befragten bei der Vergabe ihrer Bewertung vor Augen hatten:

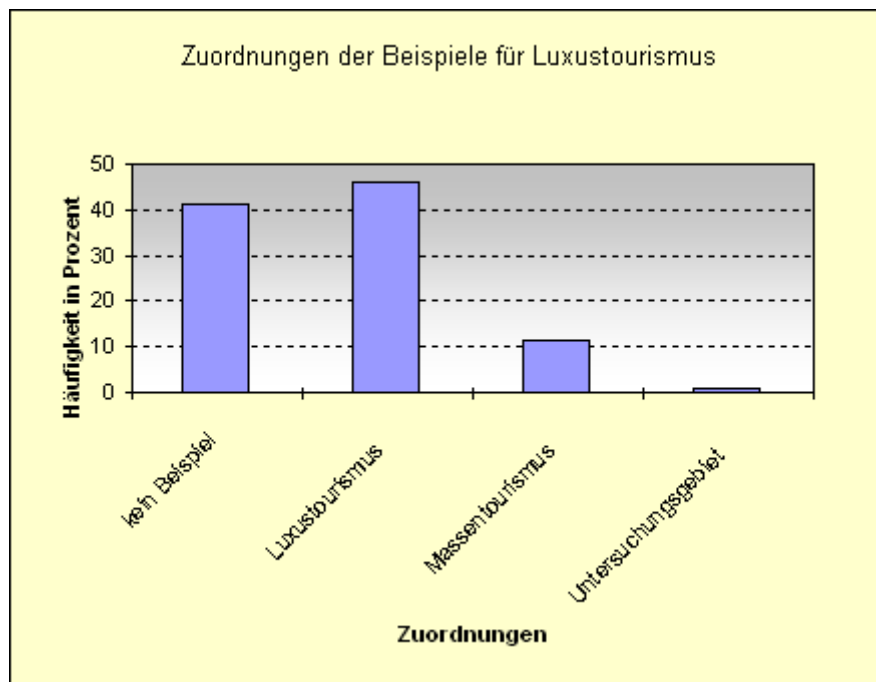


Abb. 7: Zuordnungen für Luxustourismus (n = 484)

Über 45% der Befragten hatten bei der Notenvergabe für den Luxustourismus tatsächlich einen Ort vor Augen, der diesem Konzept zuzurechnen ist, weshalb die Gesamtnote repräsentativ sein dürfte. Etwas über 10 % der Befragten dachten dabei eher an massentouristisch geprägte Orte, während 1 % der Befragten an ihrem Wohnort Luxustourismus ausmachten.

Die durchschnittliche Gesamtbewertung des Luxustourismus liegt bei 3,08 – das ist eine noch zufriedenstellende Note. Darin enthalten sind jedoch auch die Benotungen, die von denjenigen stammen, die bei der Bewertung an massentouristische Orte dachten. Die folgende Grafik zeigt daher die Mittelwerte der Benotungen getrennt nach den gegebenen Beispielen.

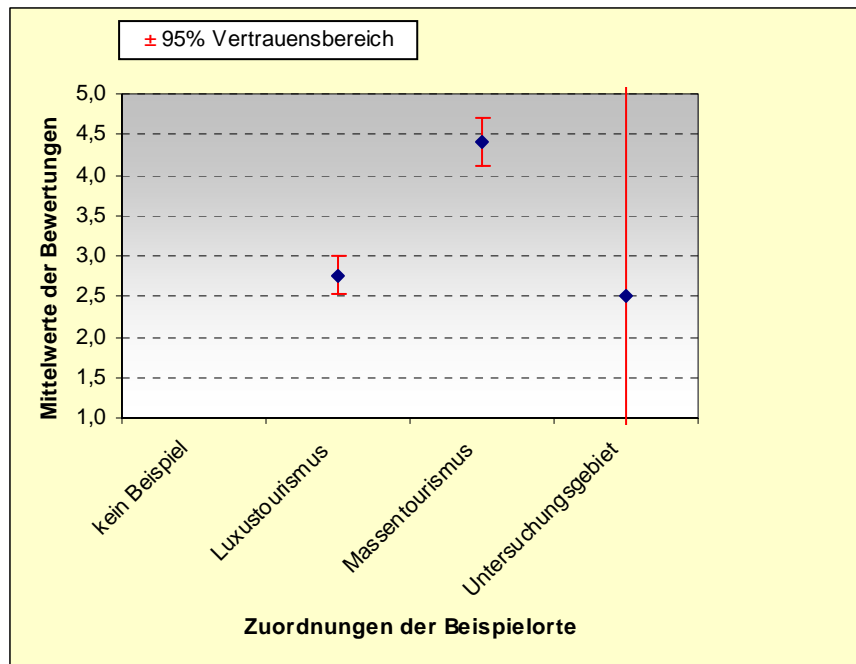


Abb. 8: Benotungen des Luxustourismus in Abhängigkeit vom Beispielort (Zuordnungen)
(n = 284)

Es wird deutlich, dass der Luxustourismus ein deutlich höheres Ansehen in der Bevölkerung genießt als der Massentourismus. Diejenigen, die sich bei ihrer Bewertung auf den Massentourismus bezogen, bewerteten den Luxustourismus sehr viel schlechter als diejenigen, die ein passendes Beispiel für den Luxustourismus genannt hatten. Mit einer Note von 2,76 wird der Luxustourismus noch leicht überdurchschnittlich positiv bewertet. Auffallend ist, dass der Tourismus im Untersuchungsgebiet, sofern er als Luxustourismus identifiziert wird, schlechter abschneidet, als wenn er als Öko- oder Massentourismus angesehen wird. Dieser Wert kann jedoch nicht als signifikant gewertet werden.

Insgesamt betrachtet hat der Luxustourismus einen deutlich höheren Bekanntheitsgrad und erfreut sich auch eines wesentlich höheren Ansehens als der Massentourismus.¹⁷

¹⁷ Wie auch im Falle des Massentourismus haben Faktoren wie Bildung, Alter oder Geschlecht keinen Einfluss auf die Benotung, weiterführende Analysen ergaben, dass sich unter besonderer Berücksichtigung dieser Daten so gut wie keine Unterschiede bei den durchschnittlichen Benotungen zeigen.

3.1.4 DAS ANSEHEN DES TOURISMO RURAL

Bei der Frage nach der Kenntnis dieser touristischen Art gaben rund 59% der Befragten an, sie zu kennen, während 41% dies verneinten und somit auch keine Beispiele angaben. Die folgende Grafik gibt wieder, welches Bild die Befragten bei der Vergabe ihrer Bewertung vor Augen hatten:

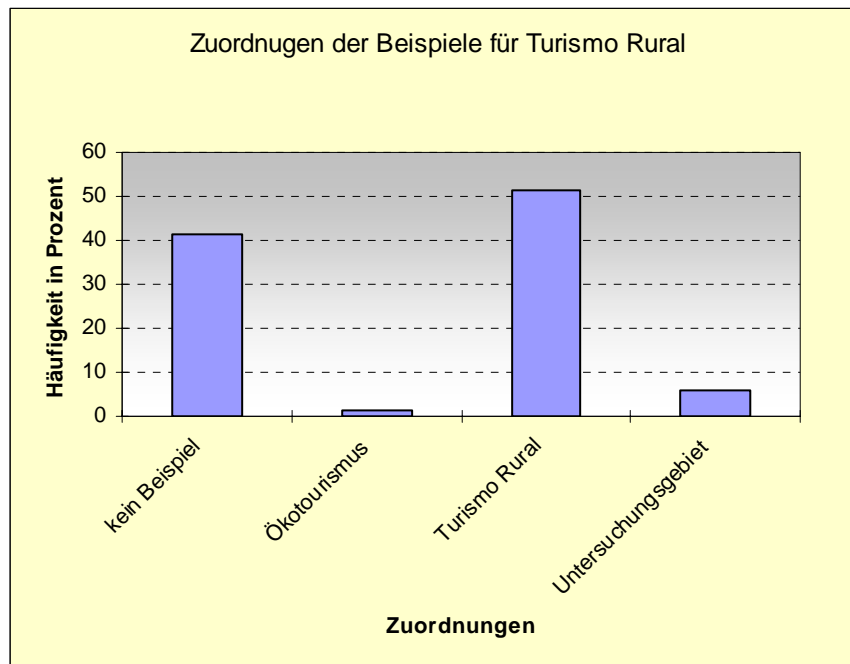


Abb. 9: Zuordnungen für Turismo Rural (n = 484)

Über die Hälfte aller Befragten gaben einen beispielhaften Ort für den Turismo Rural an. Knapp 6 % orteten den Turismo Rural an ihrem Heimatort.

Die durchschnittliche Bewertung liegt bei 1,69 – was einen deutlich positiven Wert darstellt, der sich auch unter Berücksichtigung der nicht dem Turismo Rural zuzuordnenden Ortsnennungen kaum verändert, wie die folgende Grafik zeigt.

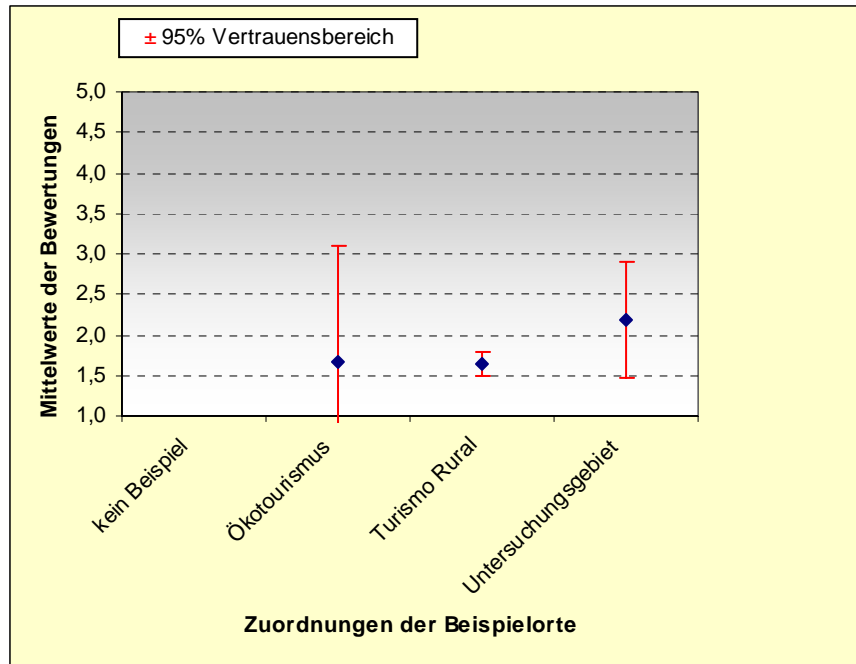


Abb. 10: Benotungen des Turismo Rural in Abhängigkeit vom Beispielort (Zuordnungen)
(n = 284)

Der Turismo Rural genießt bei der Bevölkerung mit einem tatsächlichem Bekanntheitsgrad von über 50 % und einer Durchschnittsnote von 1,63 ein sehr hohes Ansehen.¹⁸

3.1.5 ZUSAMMENFASSUNG

Insgesamt betrachtet lässt sich folgendes festhalten: Der Begriff „Ökotourismus“ ist nahezu unbekannt. Zwar gaben rund 33 % an, ihn zu kennen, doch insgesamt nannte nur 1% der Befragten wirklich einen ökotouristischen Ort, während 22 % in diesem Zusammenhang einen beispielhaften Ort für den Turismo Rural angaben. Daraus ist zu folgern, dass der Begriff – wenn überhaupt – synonym verwendet wird. Unter diesem Aspekt und unter Berücksichtigung der Tatsache, dass sich beide Begriffe nur geographisch voneinander unterscheiden, ist eine Trennung des nachhaltigen touristischen Konzeptes in zwei Begriffe weder sinnvoll noch zielführend, sodass gesagt werden kann, dass Ökotourismus und Turismo Rural im spanischen umgangssprachlichem Gebrauch ein und dasselbe ist. Da der Begriff Turismo Rural in Spanien, wie gezeigt, deutlich bekannter ist, wird fortan dieser Begriff verwendet werden.

¹⁸ Auch hier lassen sich jedoch wiederum keine signifikanten Unterschiede feststellen, wenn man die Durchschnittsbewertungen getrennt nach den erhobenen demographischen Daten ermittelt.

Der Massentourismus ist von nunmehr allen drei verschiedenen touristischen Arten der mit Abstand unbekannteste (Bekanntheitsgrad 28 %) und mit noch deutlicherem Abstand unbeliebteste (Note 4,57)

Luxustourismus und Turismo Rural zeigen hinsichtlich des Bekanntheitsgrades ein ähnliches Bild. Über 45 % (Luxustourismus) und über 50 % (Turismo Rural) ordneten diese Konzepte einer entsprechenden Destination zu. Darüber hinaus werden auch beide Konzepte als wesentlich positiver bewertet als der Massentourismus: Während der Luxustourismus als leicht positiv bewertet wird (Note 2,76), kann man das Ansehen des Turismo Rural als überaus positiv bezeichnen (Note 1,63).

Abgesehen davon ergab sich die Erkenntnis, dass bei allen drei touristischen Arten einige der Befragten das Untersuchungsgebiet selbst als beispielhaft bezeichneten, was als Zeichen dafür gewertet werden kann, dass in der Region – wie im methodischen Kapitel dargestellt – derzeit kein klares Konzept umgesetzt wird, aber auch, dass im Grunde nur vernachlässigbare touristische Aktivitäten stattfinden, andernfalls wären die Nennungen des Untersuchungsgebietes bei den beispielhaften Orten sicherlich häufiger.

3.2 DIE EINSTELLUNG DER BEVÖLKERUNG ZU MÖGLICHERWEISE MEINUNGSBILDENDEN FAKTOREN

Die Fragen 2,3,4,5 und 12 erfassen insgesamt 5 Variablen, die möglicherweise die Meinungsbildung der Bevölkerung im Hinblick auf die gewünschte touristische Art beeinflussen. Diese sind die Einstellung zu einer intakten Umwelt, die Wichtigkeit der touristischen Expansion in der Region, die Verbundenheit mit dem Wohnort, das Interesse an der Entwicklung des Wohnortes und die Frage nach einer Tätigkeit in einem Sektor, der von der touristischen Expansion profitieren würde, nach Ansicht der Befragten. Zunächst sollen die aktuellen Präferenzen der Befragten ermittelt werden. Die Untersuchung der Einflüsse erfolgt im Zusammenhang mit der Auswertung der Ausrichtung der Bevölkerung (Frage 17).

3.2.1 UMWELTSCHUTZ

Im Rahmen dieser Studie konnte nur eine sehr rudimentäre Ermittlung des Umweltbewusstseins erfolgen, da dies auch nicht das eigentliche Thema der Arbeit ist. Die nachfolgende Grafik gibt Auskunft darüber, wie wichtig der Bevölkerung eine intakte Umwelt ist:

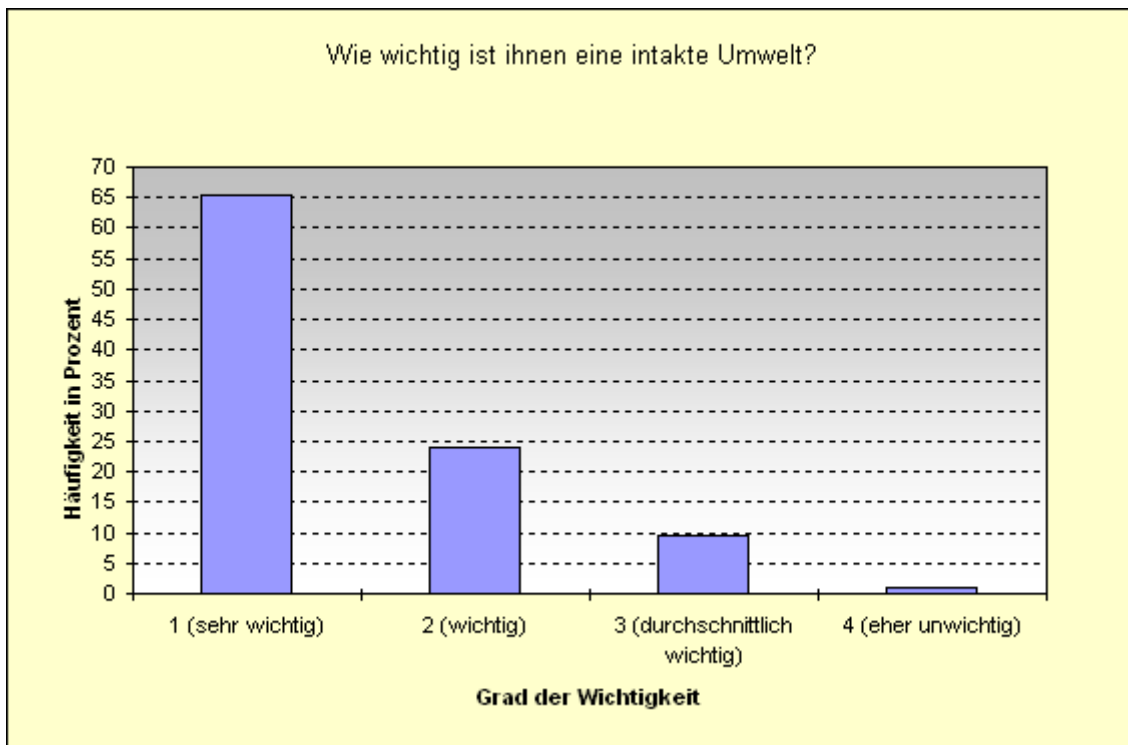


Abb. 11: Relevanz der Umweltsituation nach Ansicht der Befragten (n = 484)¹⁹

Die Grafik zeigt ein deutliches Bild: 65 % der Befragten gaben an, eine intakte Umwelt sei ihnen „sehr wichtig“, weiteren 24 % ist eine intakte Umwelt immer noch „wichtig“, während es niemanden gab, dem eine intakte Umwelt „unwichtig“ war. Der Mittelwert liegt bei 1,46 – das bedeutet, dass die Intaktheit der Umwelt einen sehr hohen Stellenwert bei den Befragten hat.

¹⁹ Die Note „5 (unwichtig)“ wurde nicht vergeben.

3.2.2 TOURISTISCHE EXPANSION

Folgende Grafik gibt Auskunft darüber, wie wichtig den Befragten die touristische Expansion generell ist:

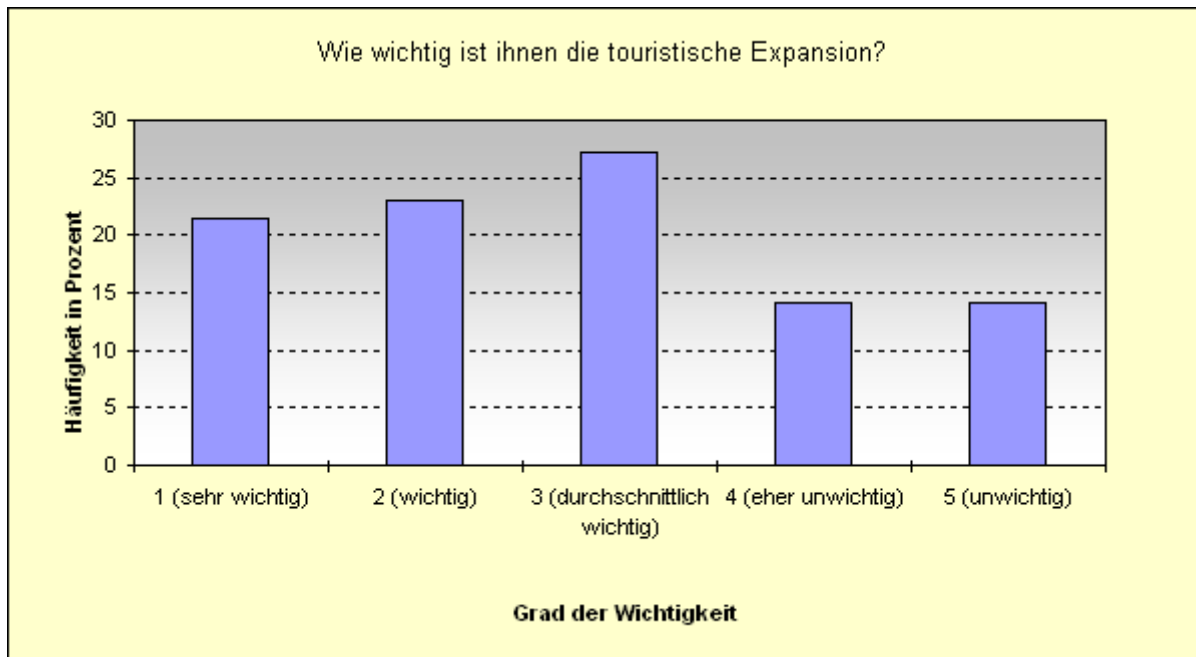


Abb. 12: Relevanz der touristischen Expansion nach Ansicht der Befragten (n = 484)

Die Mehrzahl der Befragten (27 %) gab an, die touristische Expansion sei ihnen „durchschnittlich wichtig“. Mit einem Mittelwert von 2,76 tendieren die Befragten noch immer dazu, die touristische Expansion eher wichtig als unwichtig anzusehen, sie hat aber offensichtlich eine geringere Bedeutung als eine intakte Umwelt.

3.2.3 WOHNORT

In Frage 4 sollten die Befragten angeben, wie stark sie sich mit ihrem Wohnort verbunden fühlen, ob sie also eine generell positive Einstellung zu ihrem Lebensort haben, was sich in einem eher stärkeren Verbundenheitsgefühl äußern müsste, oder ob sie ihrem Wohnort eher ablehnend gegenüberstehen, was das Verbundenheitsgefühl schwächen müsste. Folgende Grafik gibt über die Antworten Auskunft:

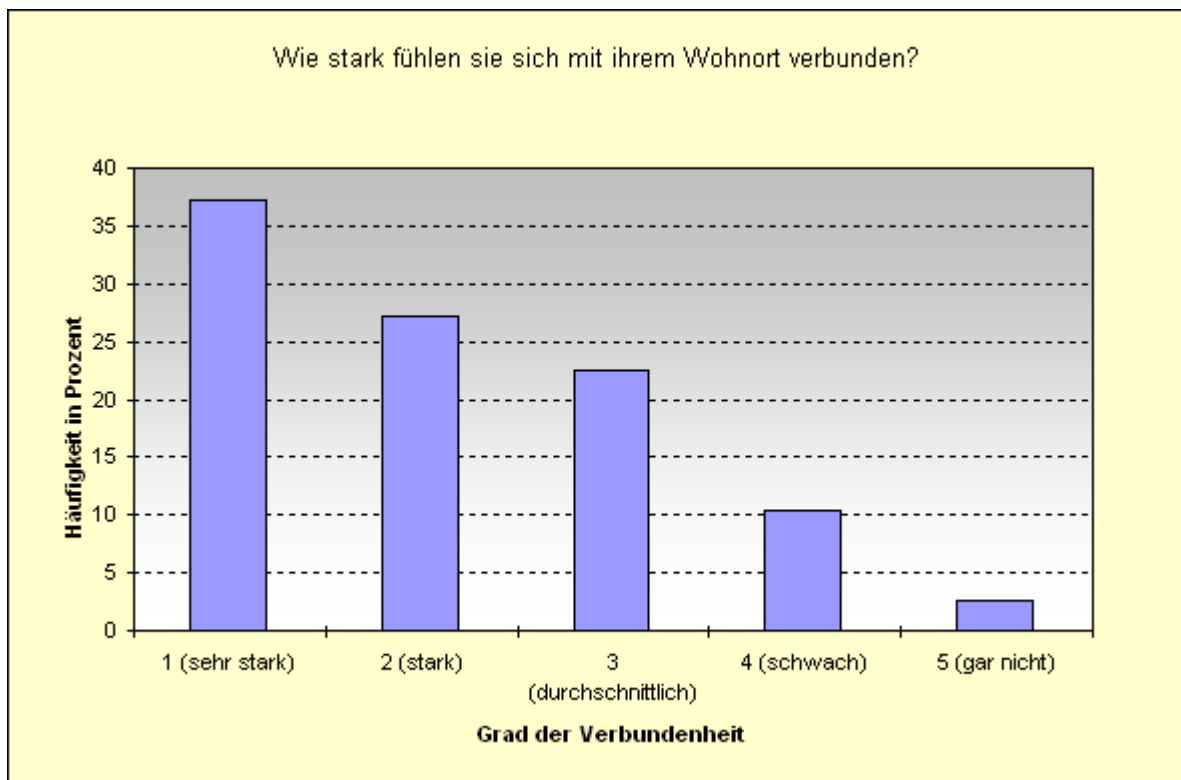


Abb. 13: Ausmaß des Verbundenheitsgefühles der Befragten mit ihrem Wohnort (n = 484)

Die Mehrheit der Befragten (37,2 %) fühlt sich „sehr stark“ mit dem Untersuchungsgebiet verbunden. Nur eine deutliche Minderheit bringt ihrem Wohnort „schwache“ (10,5 %) oder „gar keine“ Verbundenheitsgefühle entgegen. Der Mittelwert liegt bei 2,14, was einem insgesamt starken Verbundenheitsgefühl entspricht.

3.2.4 WIRTSCHAFTLICHE ASPEKTE

In Frage 12 wurde ermittelt, ob die Befragten in einem Beruf tätig seien, der von einer verstärkten touristischen Nutzung ihrer Meinung nach profitieren würde.²⁰ Das Ergebnis zeigt folgende Verteilung:

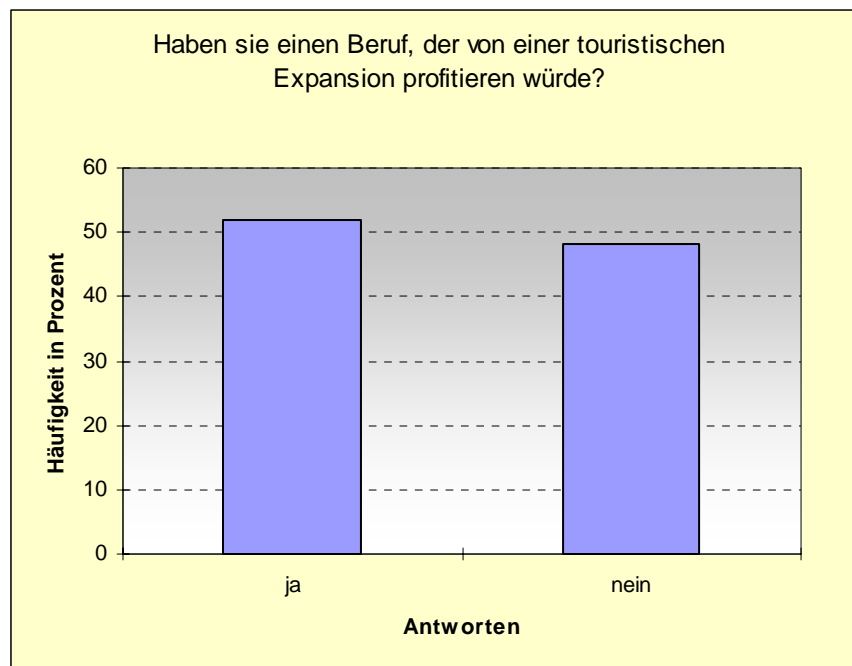


Abb. 14: Vorteilhaftigkeit des Tourismus für den individuellen Beruf nach Ansicht der Befragten (n = 484)

Die Grafik zeigt ein ausgeglichenes Bild. Knapp mehr als die Hälfte der Befragten gab an, einen solchen Beruf zu haben, darunter fanden sich meist Angestellte im Dienstleistungsgewerbe, während die Gruppe derer, die einen solchen Beruf nicht hatten, sich aus im primären Sektor Tätigen, Erwerbslosen oder Freiberuflern zusammensetzte.

²⁰ Ursprünglich war geplant, direkt nach dem jeweiligen Beruf zu fragen. Dies stellte sich im Pretest jedoch als undurchführbar heraus, da die meisten Testpersonen nicht gewillt waren, diese Frage zu beantworten. Daher musste ein Kompromiss gefunden werden, der in dieser Fragestellung resultierte. Da ab und zu trotzdem jemand seinen Beruf angab, konnte festgestellt werden, dass im Grunde fast alle im tertiären Sektor Tätige davon ausgingen, dass sie vom Tourismus beruflich einen Nutzen erhalten würden. Auch diese Personen legten aber Wert darauf, dass diese Auskunft nicht notiert wurde.

3.2.5 ENTWICKLUNGSINTERESSE

Welches Interesse bringen die Einwohner der Entwicklung „ihrer“ Stadt entgegen? Die folgende Abbildung gibt darüber Auskunft:

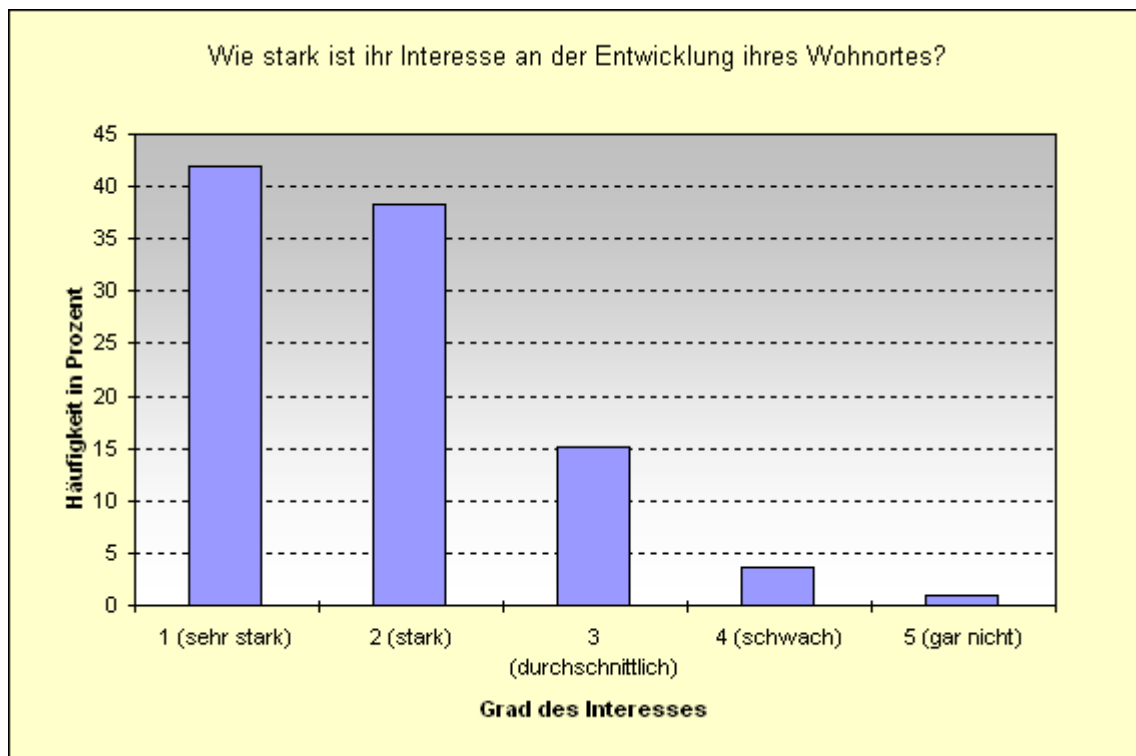


Abb. 15: Ausmaß des Interesses an der Wohnortentwicklung (n = 484)

Eine deutliche Mehrheit (insgesamt rund 80 %) hat an der Entwicklung ihres Wohnortes starkes oder sogar sehr starkes Interesse. Dies spiegelt sich auch im Mittelwert wider (1,84).

3.2.6 ZUSAMMENFASSUNG

Insgesamt betrachtet ist den Befragten der Umweltschutz sehr wichtig. Eine intakte Umwelt spielt eine außerordentlich wichtige Rolle. Im Vergleich dazu ist die touristische Expansion zwar noch immer nicht un-, aber doch deutlich weniger wichtig. Die Mehrheit der Befragten bringt ihrem Wohnort starke Verbundenheitsgefühle entgegen. Das Verhältnis Profiteure vom Tourismus zu Nicht-Profiteure vom Tourismus hält sich in etwa die Waage. Die Befragten stehen der weiteren Entwicklung ihres Wohnortes bei weitem nicht gleichgültig gegenüber.

3.3 BÜRGERBETEILIGUNG BEI TOURISTISCHEN PLANUNGEN: INTERESSEN UND MÖGLICHKEITEN

3.3.1 INTERESSE DER BEVÖLKERUNG

Inwieweit eine Beteiligung der Bevölkerung an der touristischen Entwicklungsplanung überhaupt möglich ist, liegt in erster Linie am Interesse, das diesem Thema entgegengebracht wird. Die folgende Grafik zeigt, auf wie viel Interesse das Thema im Allgemeinen stößt:

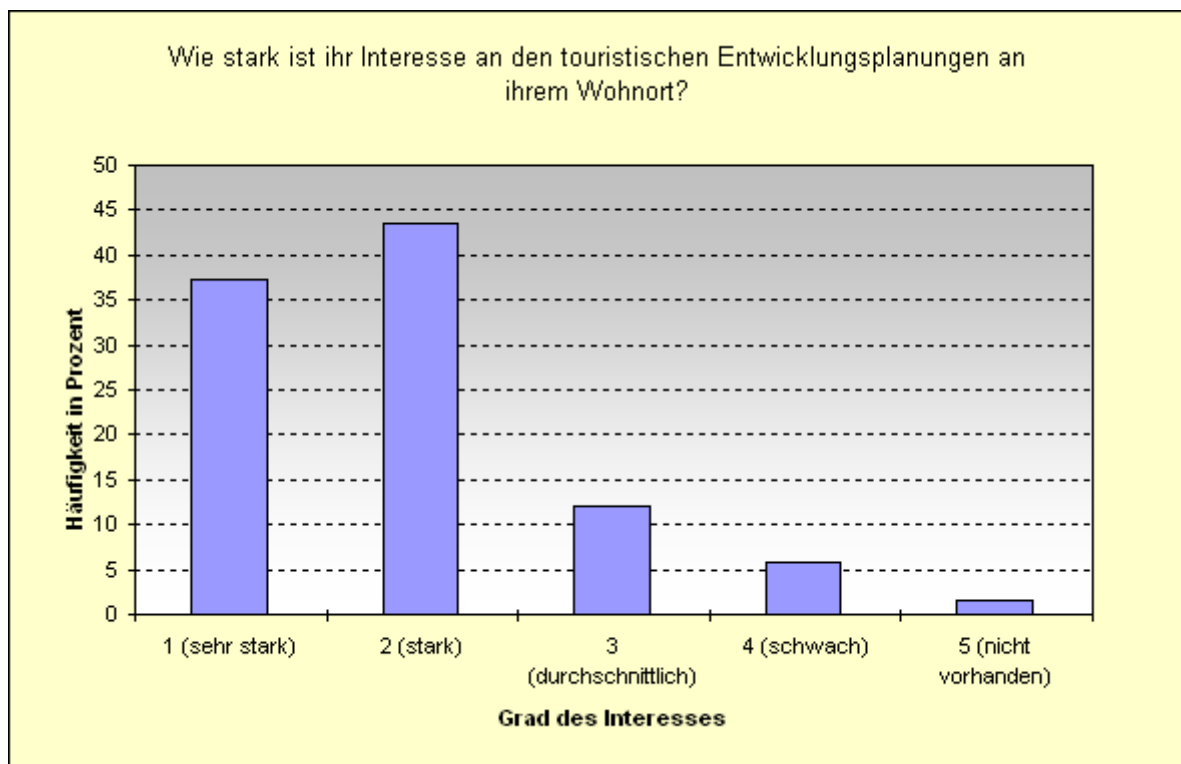


Abb. 16: Ausmaß des Interesses an der touristischen Entwicklungsplanung des Wohnortes (n = 484)

Es zeigt sich, dass sich die Befragten nicht nur für die Entwicklung ihres Wohnortes generell, sondern auch an dieser speziellen Entwicklungsrichtung ein deutliches Interesse haben. Wiederum gaben rund 80 % an, ihr Interesse wäre „stark“ oder sogar „sehr stark“. Mit 1,91 ist der Mittelwert nur unwesentlich geringer als der für das allgemeine Interesse (vgl. Kap. 3.2.5).

3.3.2 BEDEUTUNG DER PARTIZIPATION

Im nächsten Schritt soll ermittelt werden, ob über das Interesse an dem Thema hinaus es auch für wichtig angesehen wird, dass die Bevölkerung sich an dem Thema aktiv beteiligen kann, es also Möglichkeiten der Einflussnahme auf die Planungen für die Einwohner geben sollte. Die Ergebnisse aus dieser Frage werden in der folgenden Abbildung dargestellt:

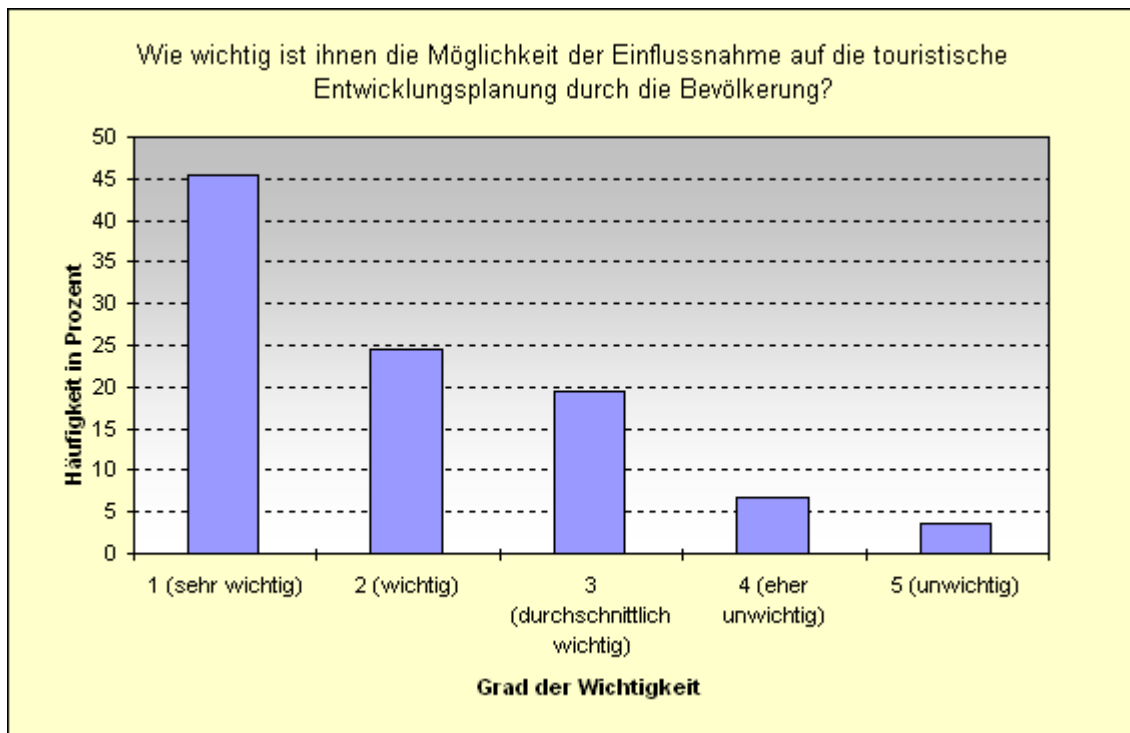


Abb. 17: Bedeutsamkeit der Möglichkeit der Einflussnahme auf die touristische Entwicklungsplanung durch die Bevölkerung (n = 484)

Einer deutlichen, wenngleich nicht absoluten Mehrheit ist die Einflussnahmemöglichkeit „sehr wichtig“ (45,6 %). Trotzdem gaben insgesamt betrachtet „nur“ rund 70 % der Befragten an, dies sei ihnen „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Mit einem Mittelwert von 1,96 ist die Relevanz für die Befragten noch immer stark gegeben, aber doch etwas schwächer als das Interesse am Thema allgemein.

3.3.3 AUGENBLICKLICHE EINFLUSSMÖGLICHKEITEN

Im vorangegangenen Kapitel wurde gezeigt, dass die Existenz von Einflussnahmemöglichkeiten als durchaus wichtig angesehen wird. Es stellt sich daher die Frage, wie zufrieden die Einwohner mit den tatsächlich vorhandenen Einflussmöglichkeiten sind. Darüber gibt die folgende Grafik Auskunft:

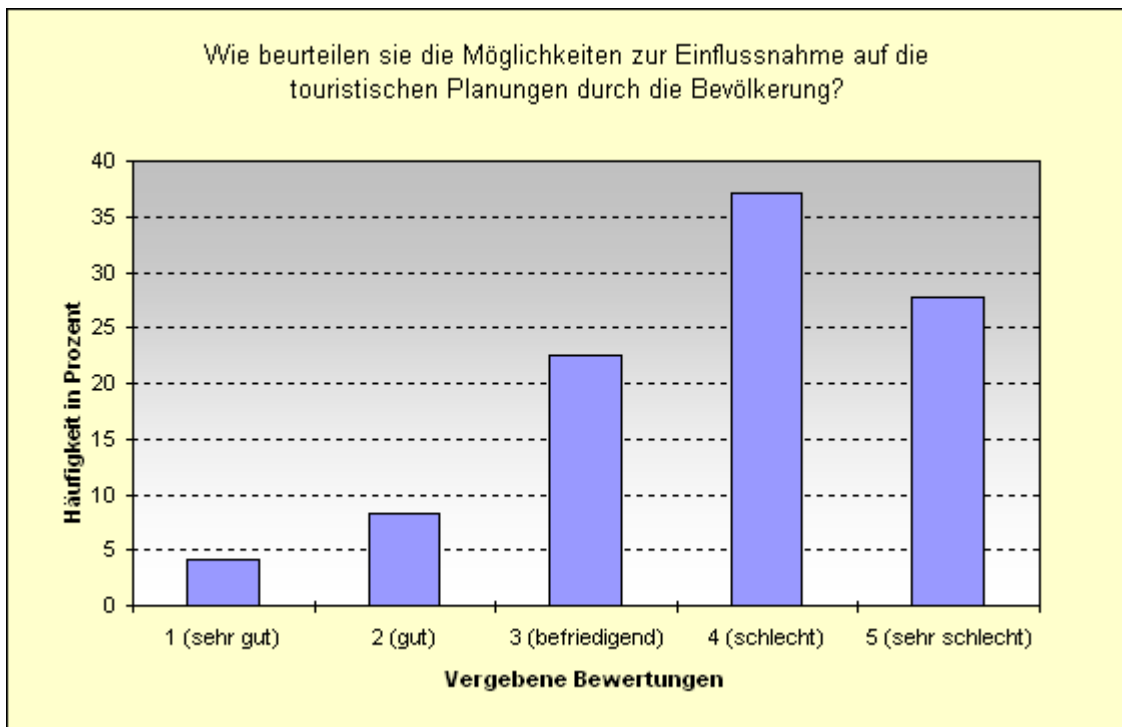


Abb. 18: Beurteilungen der Möglichkeiten zur Einflussnahme auf die touristischen Planungen durch die Bevölkerung (n = 484)

Die Abbildung zeigt, dass insgesamt rund 65 % der Befragten die Möglichkeiten als „schlecht“ oder sogar „sehr schlecht“ bezeichneten. Auch der Mittelwert von 3,76 kann nicht mehr als eine befriedigende Note bezeichnet werden.

3.3.4 TEILNAHME DER BEVÖLKERUNG

In Frage 9 sollten die Befragten angeben, ob – und wenn ja, auf welche Weise – sie versuchen, Einfluss auf die Planungen zu nehmen oder ob sie dieses nicht anstreben – und weshalb nicht. 26,7 % der Befragten antworteten auf die Frage generell mit ja, 73,3 % verneinten Versuche der Beeinflussung. Die folgende Grafik gibt eine genaue Aufschlüsselung der gegebenen Antworten:

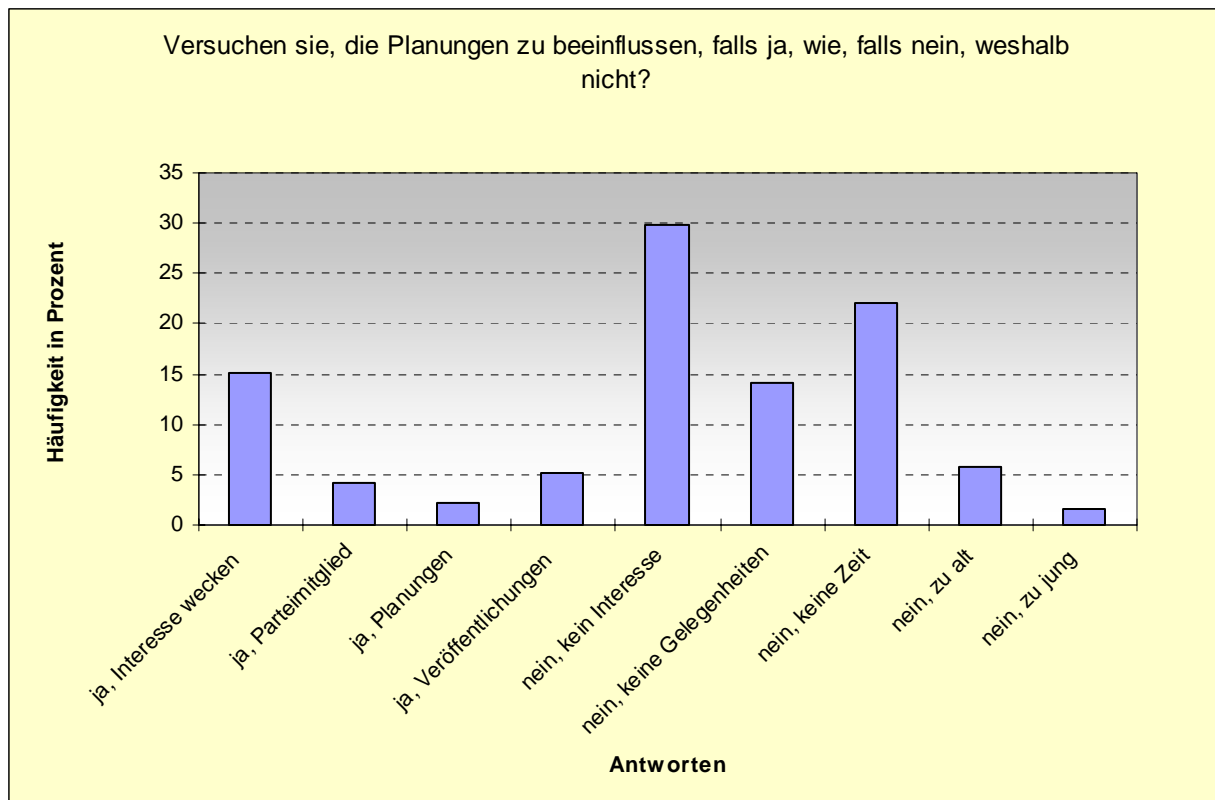


Abb. 19: Versuchte Einflussnahme auf die touristische Entwicklungsplanung²¹ (n = 484)

15,2 % gaben an, sie versuchten, andere für das Thema zu sensibilisieren und Interesse zu wecken, 4,2 % erklärten, sie seien Mitglieder einer politischen Partei. 2,1 % waren nach eigener Auskunft direkt an den Planungen beteiligt. 5,2 % veröffentlichten Leserbriefe oder Flugblätter, um so auf die Entwicklungen aufmerksam zu machen.

Bei denjenigen, die Aktivitäten verneinten, gaben 29,8 % an, sie hätten kein Interesse an dem Thema bzw. daran, dafür aktiv zu werden. 22 % gaben Zeitmangel als Grund an, 14,1 % sagten, es gäbe für die Bevölkerung praktisch keine Möglichkeit der Einflussnahme. 7,4 % gaben Altersgründe an.

²¹ Mehrfachnennungen kamen nicht vor, sodass inhaltliche Überschneidungen (Interesse kann durch persönliche Gespräche, aber eben auch durch Veröffentlichungen geweckt werden) vorkommen könnten.

Um zu erfahren, wie die jeweiligen Gruppen die Einflussmöglichkeiten bewerten, stellt die folgende Grafik die Mittelwerte der Bewertungen (vgl. Kap. 3.3.3) getrennt nach den von den Befragten genannten Aktivitäten bzw. Gründen für Nichtaktivität dar.

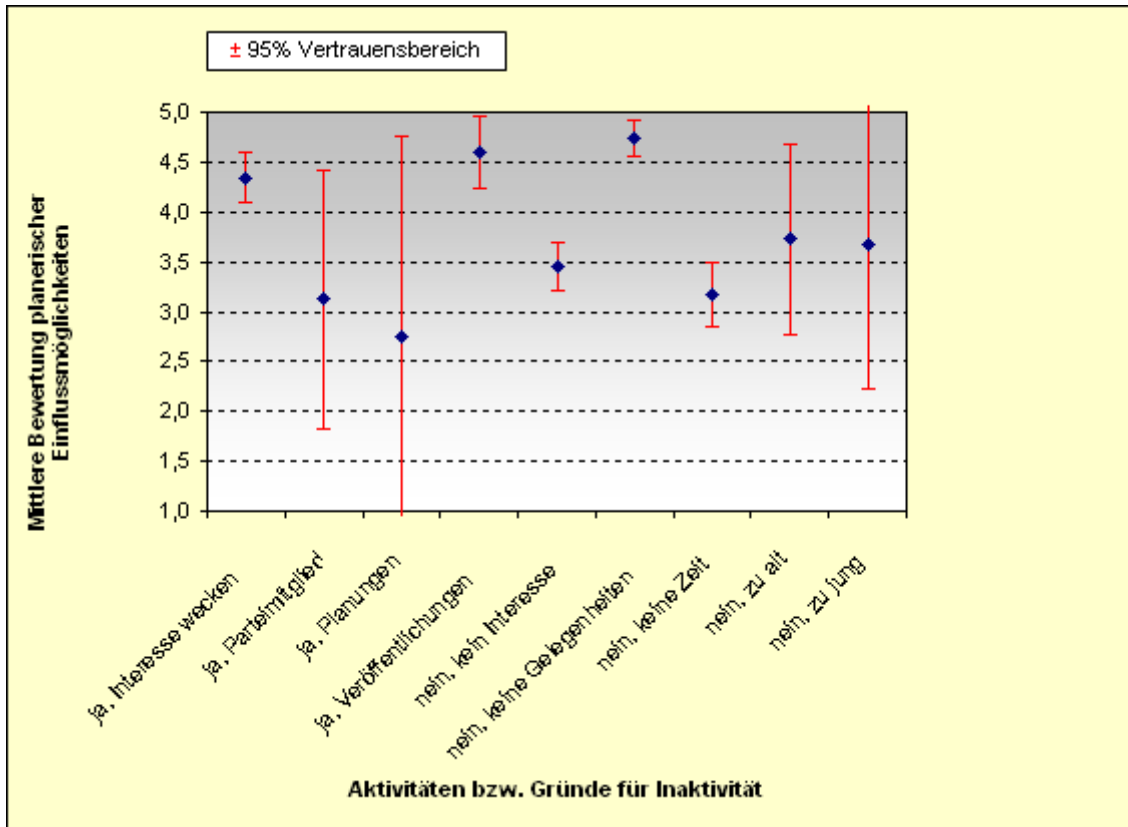


Abb. 20: Benotungen der Einflussmöglichkeit auf die Planungen getrennt nach angegebenen Aktivitäten bzw. Gründen für Inaktivität (n = 484)

Aufgrund der teilweise geringen Fallzahlen können nicht alle Mittelwertsdifferenzen als signifikant angesehen werden. Jedoch lässt sich festhalten, dass diejenigen, die erklärten, es würde ihnen an Zeit oder Interesse mangeln, um sich mit dem Thema näher auseinanderzusetzen, die Einflussmöglichkeiten durchweg besser beurteilten als diejenigen, die tatsächlich in dem Gebiet aktiv waren (Parteimitglieder²² und Planer ausgenommen) bzw. diejenigen, die es deswegen nicht waren, weil sie ohnehin keine wirksamen Möglichkeiten zur Mitgestaltung sahen.

²² Bei den Parteimitgliedern zeigte sich ohnehin eine große Spanne zwischen den einzelnen Bewertungen, die möglicherweise durch unterschiedliche Parteizugehörigkeiten erklärt werden könnte. So könnten Mitglieder oppositioneller Gruppen in den Entscheidungsgremien die Mitwirkungsmöglichkeiten schlechter bewerten als die Anhänger der jeweils regierenden Partei.

Zum Abschluss dieses Unterkapitels soll nun noch geklärt werden, ob und wie viele Befragte, die sich derzeit inaktiv verhalten, versuchen würden, vermehrt Einfluss zu nehmen, wenn die dazu erforderlichen Voraussetzungen geschaffen würden. Dazu dient die folgende Grafik:

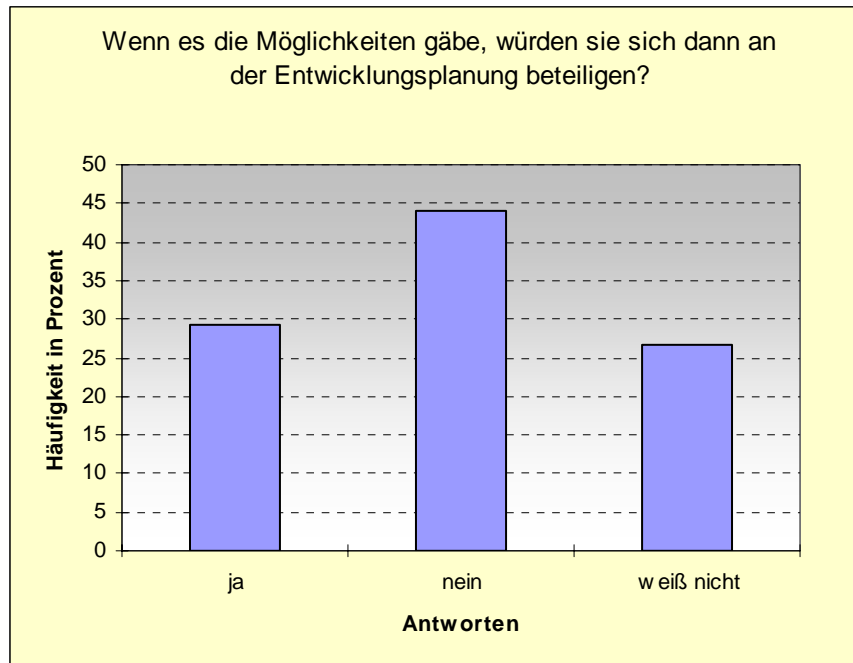


Abb. 21: Eventuelle Nutzung der Möglichkeiten im Falle ihrer Existenz²³ (n = 355)

Die Grafik zeigt, dass immerhin knapp 30 % versuchen würden, die touristischen Planungen zu beeinflussen, wenn die dafür notwendigen Möglichkeiten existierten. Weitere 26,7 % waren unentschlossen.

²³ Diese Frage wurde nur denjenigen gestellt, die Frage 9 mit nein beantwortet hatten.

3.3.5 INFORMATIONSPOLITIK

In Frage 11 wurde ermittelt, ob sich die Einwohner ausreichend über die touristischen Planungen informiert fühlten. Das Ergebnis zeigt die folgende Abbildung:

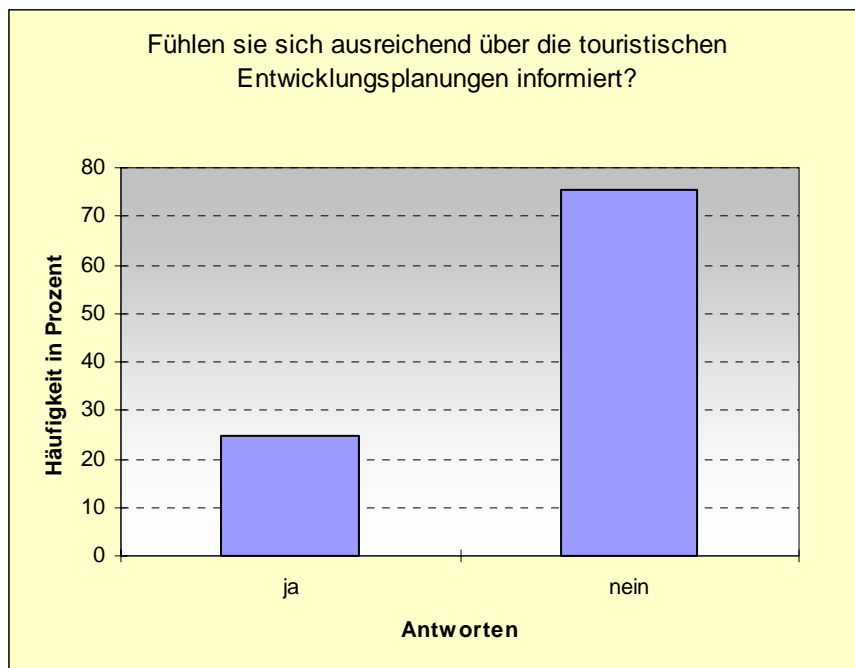


Abb. 22: Empfundene Informiertheit (n = 484)

Mit über 75% Nein-Stimmen fällt das Ergebnis sehr negativ aus.

3.3.6 FORDERUNGEN UND WÜNSCHE

In Frage 15 sollten die Befragten angeben, was sie den Verantwortlichen für die touristische Entwicklungsplanung gerne sagen würden. Die Absicht war, auf diese Weise zu ermitteln, wo die Befragten Handlungsbedarf sahen und was sie besonders berücksichtigt zu sehen wünschten. Es ergab sich jedoch, dass die Befragten diese Frage oftmals – unabsichtlich – zu einem emotionalen Ausbruch brachte, sodass es mitunter sehr schwierig war, den konkreten Handlungsbedarf zu erfahren. Über 35 % der Befragten erklärten, es gäbe immens viele Felder, auf denen etwas getan werden müsste, aber dass man von der Politik nichts erwarten dürfe. In diesen Fällen war es – obschon erkennbar war, dass die Befragten dringenden Handlungsbedarf sahen – nicht möglich, zu erfahren, wo genau Handlungsbedarf bestünde, da die Politiker, so die am häufigsten vorkommende Aussage, „eh machen würden, was sie

wollen“.²⁴ Diese Aussagen wurden unter der Antwort „keine Angabe“ subsummiert, die nicht mit der Antwort „kein Handlungsbedarf“ verwechselt werden darf.²⁵ Die folgende Grafik schlüsselt das Bild genauer auf:

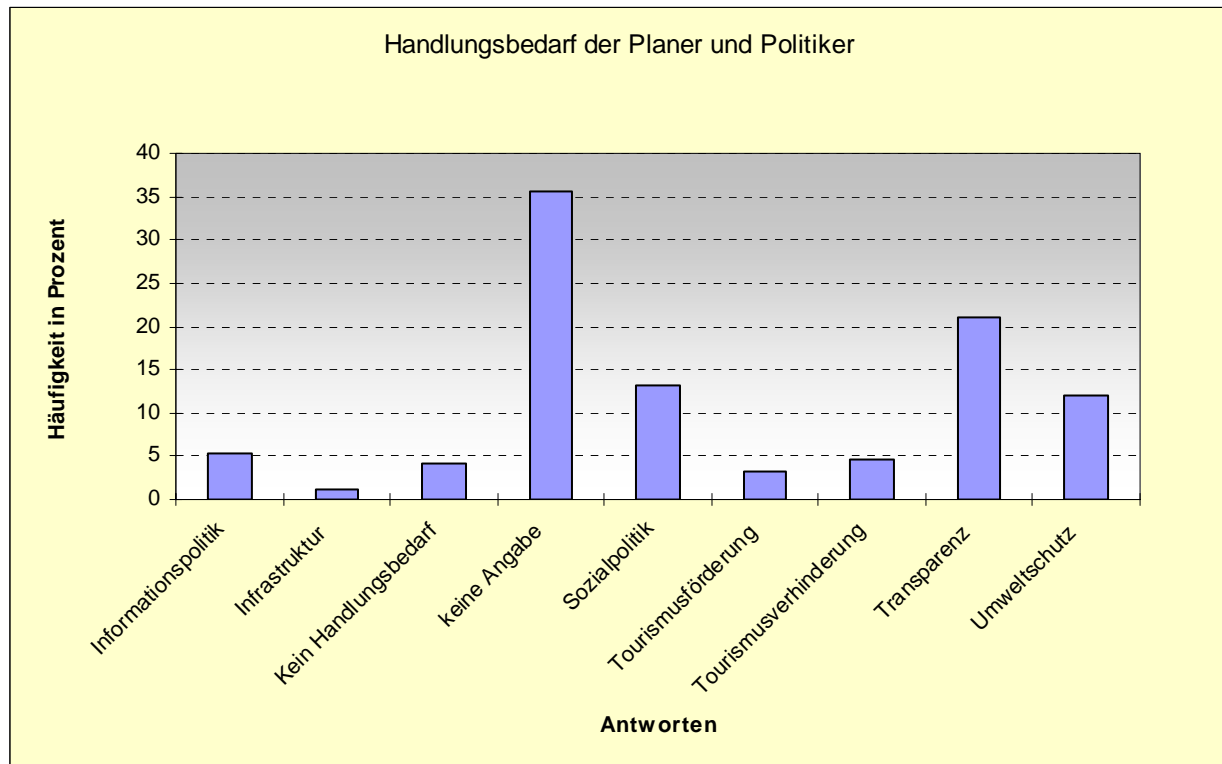


Abb. 23: Vordringlich empfundene Themen (n = 484)

Wie bereits erwähnt, sahen über 35 % der Befragten so viel Handlungsbedarf, dass sie sich nicht festlegen konnten. Nur 4,2 % erklärten sich mit der augenblicklichen Situation zufrieden. Am häufigsten wurde die Forderung nach mehr Transparenz gestellt (20,9 %), gefolgt von den Forderungen nach einer besseren Sozialpolitik (13,1 %) und einem besseren Umweltschutz (12,0 %).

3.3.7 ZUSAMMENFASSUNG

Die Befragten äußerten ein sehr starkes Interesse an der touristischen Entwicklungsplanung an ihrem Wohnort. Die Möglichkeiten, sich an der Entwicklungsplanung zu beteiligen, wurden

²⁴ Tatsächlich nutzten die Befragten diese Frage überwiegend zur Abrechnung mit der „herrschenden Klasse“ (Zitat eines Befragten).

²⁵ Um zu vergegenwärtigen, welche Aussagen nicht mehr einem Handlungsfeld zugeordnet werden konnten, hier ein Beispiel: Bei der Auskunft, im Rathaus säßen nur „korrupte Schweine“, wurde vom Verfasser noch vermutet, dass sich die befragte Person für mehr Transparenz im Finanzwesen aussprach. Die Bemerkung, bei Politikern handelte es sich ausnahmslos um „verblödete Esel“, denen „mit dem Besen eins drübergezogen“ werden müsste, war hingegen nicht mehr eindeutig zuordbar, obwohl diese Ansicht recht häufig vertreten wurde.

jedoch insgesamt als „schlecht“ angesehen, insbesondere von den Aktiven und denjenigen, die deswegen nicht aktiv sind, weil sie keine Erfolg versprechenden Gelegenheiten sehen.. Rund ¼ der Befragten ist dennoch bereits jetzt damit beschäftigt, die Planungen durch Öffentlichkeitsarbeit zu beeinflussen. Direkte Planungsbeteiligungsmöglichkeiten wie Eingaben und Petitionen werden nicht genutzt. Von denjenigen, die derzeit nicht versuchen, Einfluss auf die Planungen zu nehmen, gaben knapp 30 % an, sie würden es probieren, sofern es überhaupt Möglichkeiten dazu gäbe. Knapp 30 % der Befragten erklärten aber auch, dass sie an einer Beteiligung schlichtweg kein Interesse hätten, weitere 22 % hätten keine Zeit. Die Informationspolitik wird überwiegend als nicht ausreichend angesehen.

Es gibt offenbar eine sehr große Politikverdrossenheit bei der Bevölkerung. Vor allem die mangelnde Transparenz bei behördlichen Entscheidungen wird beklagt. Die Sozialpolitik und der Umweltschutz werden zumindest als ausbauwürdig angesehen.

Insgesamt betrachtet ergibt sich das Bild, dass ein nicht zu vernachlässigender Teil der Bevölkerung durchaus den Wunsch hat, sich an den touristischen Planungen beteiligen zu können, aber derzeit keinen wirklich effizienten Weg dafür sieht. Angesichts der Ergebnisse ist durchaus anzunehmen, dass ein Ausbau der Beteiligungsmöglichkeiten in Zusammenhang mit einer verstärkten Informationspolitik nicht nur auf die Zustimmung der Bevölkerung stoßen, sondern dieselbe auch zur weiteren Mitwirkung animieren würde – was zugleich das Ansehen der Politik zumindest etwas anheben dürfte.

Vergleicht man in diesem Zusammenhang das Bauplanungsrecht Spaniens mit dem deutschen, so fällt auf, dass die Bevölkerung in Spanien tatsächlich weniger Beteiligungsmöglichkeiten hat.

Ist in Deutschland das Planungsrecht nach dem Baugesetzbuch für das gesamte Land einheitlich geregelt,²⁶ so sind in Spanien verfassungsgemäß die einzelnen Regionen Gesetzesgeber, was Raum- und Bauleitplanung angeht.²⁷ Das hat zur Folge, dass planungsrechtliche Vorgänge in Madrid sich beispielsweise deutlich von denen in Murcia unterscheiden können.²⁸

²⁶ BATTIS, U., KRAUTZBERGER, M., LÖHR, R.-P., 2009: BauGB-Baugesetzbuch, München

²⁷ o. A., 1978: Verfassung des Königreiches Spanien - Deutsche Übersetzung, Madrid, Artikel 148 1.3. Von den Regionen dort angebotenen Möglichkeit, die Zuständigkeiten für „Gebietsordnung, Städte- und Wohnungsbau“ in ihre Zuständigkeit zu übernehmen, haben nahezu alle Regionen Gebrauch gemacht.

²⁸ o.A. 2005: Ley para la calidad en la Edificación de la Region de Murcia – in: Boletín Oficial de la Region de Murcia Numero 29, 4.2.2006

In der Vergangenheit waren die Gemeinden dazu verpflichtet, das Stadtgebiet in drei Kategorien einzuteilen: entwickelt, entwickelbar und nicht entwickelbar. Diese Dreiteilung wurde durch die Novellierung des Bodengesetzes „Ley del Suelo“ von 2008 mittlerweile aufgehoben, indem die zweite Kategorie, „entwickelbar“, aus dem Gesetz gestrichen wurde.²⁹

³⁰ Diese Neuerung trat allerdings erst nach der Befragung in Kraft.

Das traditionelle Verfahren beschreibt SANCHEZ de MADARIAGA folgendermaßen:

„Der Umsetzungsprozess beginnt, wenn ein Teilbebauungsplan beschlossen ist. Zu diesem Zeitpunkt haben die Grundeigentümer sowohl das Recht als auch die Pflicht zur baulichen Entwicklung, die im Rahmen von drei möglichen Verfahren realisiert werden kann. Die häufigste von ihnen ist die der *compensación* (Kompensation). Dabei handelt es sich um ein Verfahren der Bodenordnung bzw. der Neuparzellierung der Flächen, bei dem die Eigentümer selbst die Flächen entwickeln. Die verschiedenen Eigentümer, deren Flächen von einem Teilbebauungsplan erfasst werden, müssen sich partnerschaftlich zu einer *Junta de Compensación* (Kompensationsvereinigung) zusammenschließen, die (...) die Entwicklung der Flächen übernimmt und eine rechtsfähige Gesellschaft wird. Um eine solche Vereinigung zu schaffen, müssen sich die Eigentümer auf sie verständigen, die mindestens 60 % des im Plangebiet vorhandenen Bodenwerts vertreten. Die übrigen Flächen können zugunsten der Vereinigung enteignet werden. Die Vereinigung führt im Rahmen der Entwicklung der Flächen eine Umlegung durch, die festlegt, auf welche Weise den Eigentümern neue, erschlossene Flächen im Verhältnis der Bodenwerte ihrer eingebrachten Flächen übereignet werden sollen. Die Wertermittlung (*aprovechamiento*) ist sehr kompliziert und soll im Wesentlichen eine Gleichbehandlung der Eigentümer über die Einbeziehung unterschiedlicher Geschossflächen und Nutzungen entsprechend dem Plan sicher stellen. Die Vereinigung ist auch für die Planung und Ausführung der örtlichen Infrastruktur zuständig.“³¹

Da das Ausmaß des Mitbestimmungsrechtes am Bodenwert festgemacht wird, kann dieses System dazu führen, dass im Extremfall eine Person oder Organisation allein bestimmend

²⁹ Dies geschah vor dem Hintergrund, dass es in mehreren spanischen Gemeinden zu Korruptionsfällen gekommen war, nachdem Bauträger „nicht entwickelbares“ Land günstig aufkauften und die Gemeinde anschließend dieses Land in die Kategorie „entwickelbar“ aufstufte, womit ein beachtlicher Wertzuwachs verbunden war (vgl. dazu o. A., 2006: Korruptionsskandal in Marbella: Bürgermeisterin festgenommen, auf <http://www.jurablogs.com/de/korruptionsskandal-in-marbella-buergermeisterin-festgenommen>, abgerufen am 26.1.2010)

³⁰ o. A., 2008: Ley del Suelo, auf: <http://www.boe.es/boe/dias/2008/06/26/pdfs/A28482-28504.pdf>, abgefragt am 25.1.2010

³¹ SANCHEZ DE MADARIAGA, I., 2002: Aktuelle Tendenzen in der spanischen Raumordnung, Volos (in der Übersetzung von U. Altröck)

wird. Im Gegensatz zu Deutschland besitzen in Spanien zudem die Gemeinden das Initiativmonopol für kommunale Referenden, sodass von Seiten der Einwohner kein Bürgerentscheid eingeleitet werden und die Aufstellung des Bebauungsplanes gegen den Willen des Gemeinderates nicht rückgängig gemacht werden kann. Außerdem muss das Referendum von der nationalen Regierung genehmigt werden.³²

Aus diesem Grund sind die Einflussnahmemöglichkeiten der Bevölkerung tatsächlich als geringer ausgeprägt anzusehen als in Deutschland und die Unzufriedenheit mit der gegebenen Situation nicht unbegründet. Daher sollte seitens des Gesetzgebers über den Ausbau direktdemokratischer Elemente auf kommunalen Ebenen nachgedacht werden.³³ Auch die Bemängelung der Informationspolitik lässt sich so erklären.³⁴

³² Quelle: MANN, T., PÜTTNER, G. (Hrsg.), 2007: Handbuch der kommunalen Wissenschaft und Praxis - Band 1, Berlin

³³ Dass die Stimmungen mitunter sehr aufgeheizt sein können, mag das Beispiel Santa Cruz de Tenerife verdeutlichen: „Wegen einer Bombendrohung musste am 29. Dezember die Ratssitzung im Bürgermeisteramt von Santa Cruz de Tenerife vertagt werden, in der die neue Bauleitplanung der Stadt verabschiedet werden sollte, hier Plan General de Ordenación (PGO) genannt. Mehrere hundert aufgebrachte Bürger hatten sich vor dem Rathaus versammelt, um gegen die städtebaulichen Pläne der Stadt zu protestieren.“ (Quelle: o. A., 2010: Umstrittene neue Bauleitplanung für Santa Cruz unter heftigen Protesten verabschiedet, - in: Wochenblatt, Die Zeitung der Kanarischen Inseln vom 20.1.2010)

³⁴ Tatsächlich kam es im Dezember 2009 zu Protesten vor dem aguilenischen Rathaus, als die Bewohner der kleinen Siedlung „Todosol“ erfuhren, dass bereits im September 2008 ein neuer Bebauungsplan für ihre Siedlung verabschiedet worden war. (Quelle: o. A., 2009: Todosol bewölkt, - in: Costa Calida Nachrichten, 24.12.2009). Eine Woche später drangen sie in eine Planungssitzung ein, um zumindest Informationen zu erhalten, mussten aber unverrichteter Dinge wieder abziehen (Quelle: o. A., 2009: Auf die Barrikaden - in: Costa Calida Nachrichten, 31.12.2009).

3.4 CHANCEN UND RISIKEN IM TOURISMUS

3.4.1 CHANCEN

In Frage 13 wurde gefragt, welche größte Chance bzw. größten Vorteil die Befragten mit dem Tourismus verbinden.

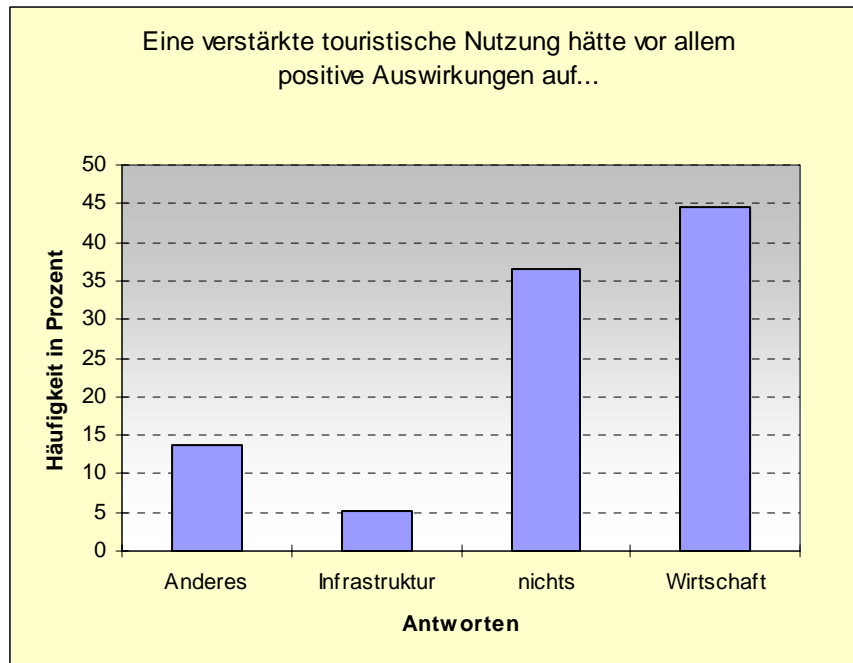


Abb. 24: Vermutete positive Auswirkungen einer verstärkten touristischen Nutzung (n = 484)

Die Antworten wurden in vier Oberkategorien zusammengefasst. Die meisten Befragten (44,5 %) sahen im Tourismus wirtschaftliche Vorteile, aber eine ebenfalls große Gruppe (36,7 %) konnte im Tourismus überhaupt keine Chancen erkennen. Unter „wirtschaftliche“ finden sich Angaben wie „mehr Verkäufe“, „mehr Umsatz“, „mehr Geld“ etc., infrastrukturelle Chancen bedeuten „Straßenausbau“ oder die „Wiedererrichtung des Hospitales“.

3.4.2 RISIKEN

Frage 14 richtete sich auf das größte Risiko, den größten Nachteil, den der Tourismus nach Meinung der Befragten mit sich bringen würde. Die folgende Abbildung gibt die Antworten wieder:

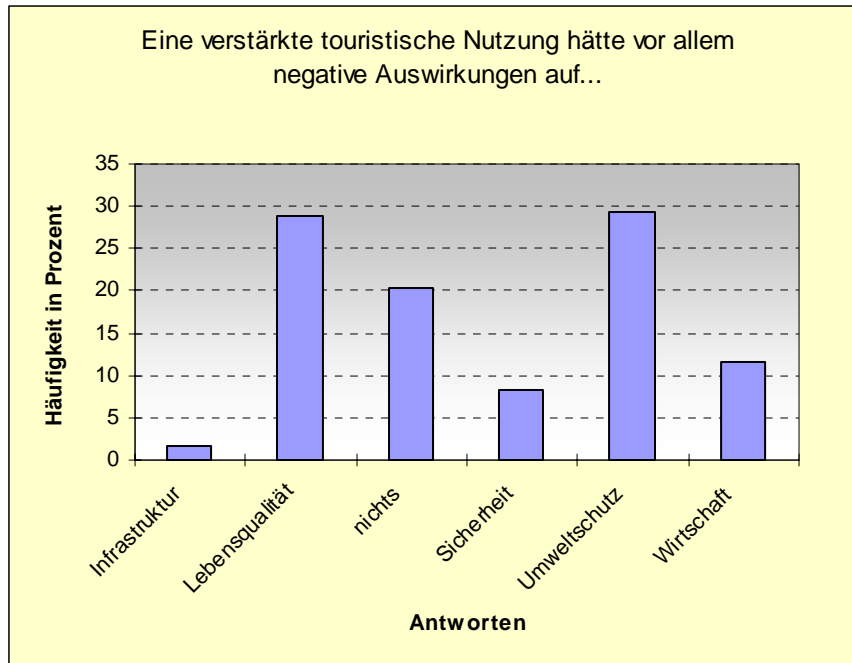


Abb. 25: Vermutete negative Auswirkungen einer verstärkten touristischen Nutzung (n = 484)

Es fällt auf, dass die Gruppe derer, die keine Risiken erkennen können, deutlich kleiner ist als diejenigen, die keine Chancen im Tourismus sehen (20,4 %). Die meisten Befragten befürchteten negative Einflüsse auf den Umweltschutz (29,3 %) ³⁵ und auf die Lebensqualität (28,8 %) ³⁶. Überraschenderweise gaben immerhin 11,5 % der Befragten an, sie würden negative Auswirkungen auf die Wirtschaftskraft befürchten. ³⁷ Weitere 8,4 % der Befragten befürchteten einen Anstieg der Kriminalität. Eine kleine Minderheit sah vor allem Probleme in der Infrastruktur (1,6 %).

³⁵ gegebene Antworten u.a. „Vernichtung der Umwelt“, „Zerstörung schützenswerter Landschaften“ etc.

³⁶ gegebene Antworten u.a. „Vermassung“, „Überfüllung“, „Lärm“, „Respektlosigkeit“ etc.

³⁷ Da die Befragten diese Angabe nicht näher konkretisierten, kann nur vermutet werden, wie das gemeint war: Eventuell hatten diese Befragten den so genannten Billigtourismus vor Augen.

3.4.3 POTENTIALE

In Frage 16 wurde nach den Besonderheiten des Wohnortes gefragt. Die folgende Grafik gibt Auskunft darüber, weswegen sich ein Besuch der Städte der westlichen Costa Calida lohnen könnte – nach Ansicht der Befragten:

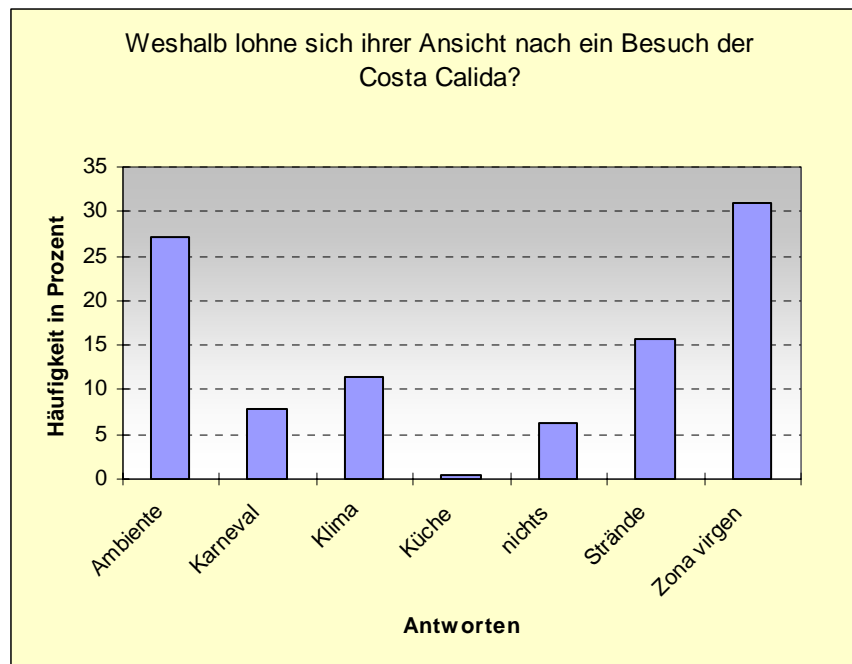


Abb. 26: Gründe für einen Besuch der Costa Calida nach Ansicht der Befragten (n = 484)

Die Mehrheit der Befragten (30,9 %) nannte Gründe wie „unberührte Natur“, „Schönheit der Landschaft“, „Ruhe“, „stille Strände“ etc., die unter dem Begriff „Zona virgen“³⁸ zusammengefasst wurden. 27,3 % der Befragten gaben mehr stadtbezogene Gründe wie „Stadtbild“, „Lebensart“, „Leute“ usw. an, welche unter der Kategorie „Ambiente“ subsummiert wurden.³⁹ 15,7 % hielten die Strände für besuchenswert, ohne dies näher zu erläutern⁴⁰, 11,5 % gaben an, das Klima sei ein guter Grund für eine Reise an die Costa Calida. 7,9 % bezogen sich auf den Karneval in Aguilas, der eine regionale Bekanntheit genießt, 0,5 % befanden, die einheimische Küche sei eine Reise wert, während 6,3 % überhaupt gar nichts Besuchenswertes einfiel.

³⁸ dt. „jungfräuliche Zone“, d.m. Eigenschaften, die durch bauliche Überformung verloren gehen würden

³⁹ Auch hier kann davon ausgegangen werden, dass durch eine verstärkte touristische Nutzung das „Ambiente“ sich zumindest verändern würde.

⁴⁰ Wenn es sich hierbei um einsame Strände handelt, so ist davon auszugehen, dass auch die Strände sich im Falle einer vermehrten touristischen Nutzung verändern, d.h., die Eigenschaft „einsam“ verlieren würden.

3.4.5 ZUSAMMENFASSUNG

Der Nutzen einer stärkeren touristischen Nutzung wird mehrheitlich auf dem Gebiet der Wirtschaft gesehen. Die Nachteile sehen die meisten Befragten in der Vernachlässigung des Umweltschutzes und des Verlustes an Lebensqualität am Wohnort. Insgesamt betrachtet überwiegen die Bedenken, da nur 1/5 der Befragten gar keine Nachteile im Tourismus sieht, während über 1/3 der Befragten keine Vorteile im Tourismus erkennen kann.

Über die Hälfte der Befragten (58,2 %) nannte als Grund für einen Besuch des Untersuchungsgebietes Eigenschaften, die im Falle der Verwirklichung eines Massentourismus⁴¹ oder Luxustourismus⁴² von diesen zumindest negativ beeinflusst, wenn nicht sogar vernichtet werden könnten.

⁴¹ der sich auf Landschaft und Lebensart auswirken würde

⁴² der sich auf vorwiegend auf die Landschaft auswirken würde

3.5 PRÄFERENZEN DER BEVÖLKERUNG

3.5.1 ALLGEMEINES

In Frage 17 sollten die Befragten anhand dreier Skalen mit Werten von 1 bis 5 festlegen, welche Art von Tourismus sie sich für ihren Wohnort wünschen würden. Skala 1 (Frequenz) reichte dabei von 1 = sehr starke touristische Nutzung bis 5 = überhaupt keine Nutzung, Skala 2 (Nutzungsart) von 1 = Massentourismus bis 5 = Individualtourismus und Skala 3 (Orientierung) von 1 = rein ökonomisch bis 5 = rein ökologisch. Es ergaben sich folgende Werte:

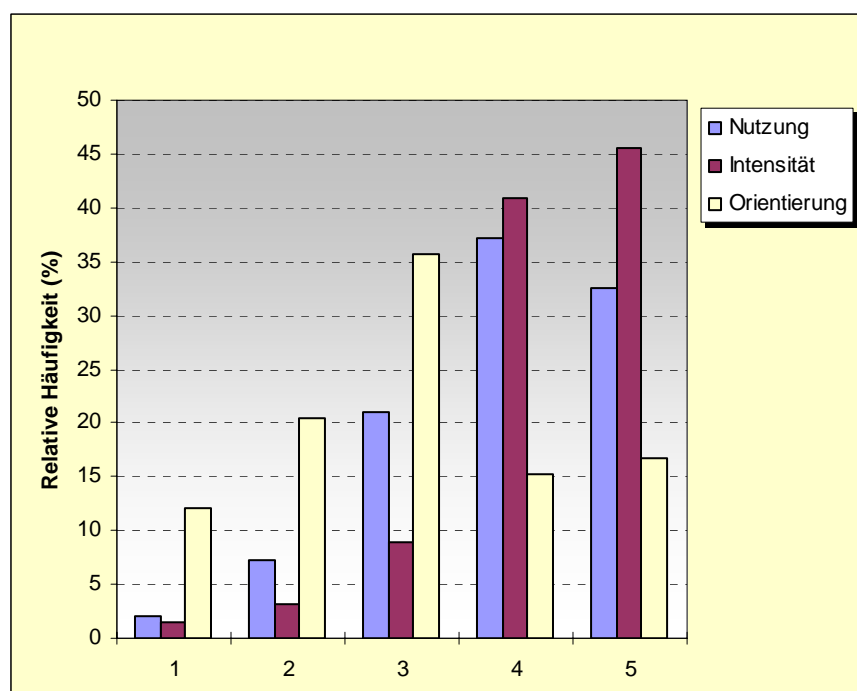


Abb. 27: Präferenzen der Bevölkerung hinsichtlich der Nutzung, Frequenz und Orientierung des Tourismus (n = 484)

In Bezug auf die Nutzung sprach sich eine Mehrheit der Befragten für eine nur geringe touristische Nutzung ihres Wohnortes aus (37,8 % für Skalenwert 4). Ebenso befürwortete eine Mehrheit deutlich einen individualistischen als einen massiven Tourismus (45,6 % für Skalenwert 5). Hinsichtlich der Orientierung erschien es der Mehrheit am sinnvollsten, die Waage zwischen Ökonomie und Ökologie zu halten (37,8 %). Zum besseren Vergleich zeigt die folgende Grafik die Mittelwerte der drei Skalen:

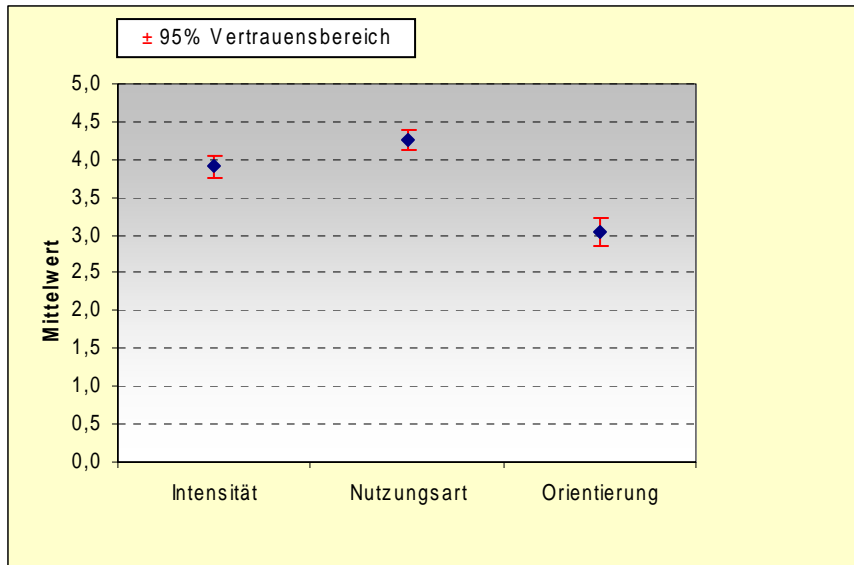


Abb. 28: Mittelwerte der Skalen (n = 484)

Die Abbildung zeigt ein relativ klare Präferenz der Befragten: Die westliche Costa Calida sollte touristisch gesehen nur schwach genutzt werden (Mittelwert Nutzung 3,91), der Tourismus selbst deutlich individualisiert sein (Mittelwert Intensität 4,26). Jedoch sollen Ökonomie und Ökologie in Einklang miteinander gebracht werden (Mittelwert Orientierung 3,04).

3.5.2 SOZIODEMOGRAPHISCHE DIFFERENZIERUNG

Im Folgenden werden die Mittelwerte für die drei Skalen differenziert nach den Angaben zur Person ausgewertet, d. h., bzgl. Schulabschluss, Alter, Geschlecht werden Mittelwerte soziodemographischer Gruppen gebildet. Das Kennzeichen „s.“ bedeutet, dass der jeweilige Mittelwert signifikant ist.⁴³ Der besseren Vergleichsmöglichkeit wegen wurde auf graphische Darstellungen verzichtet. Die angegebenen Gesamtmittelwerte sind die Mittelwerte, die aus der Gesamtheit aller Befragten gebildet wurden.

3.5.2.1 Schulabschlüsse

Die folgende Tabelle gibt Auskunft über die von den Befragten gemachten Angaben unter Bezugnahme auf ihre Schulabschlüsse.

Tab. 4 – Mittelwerte der Skalen getrennt nach Schulabschlüssen⁴⁴

Schulabschluss	Nutzung (starke (1) – keine (5) Nutzung)	Intensität (Massent. (1) – Individualt. (5))	Orientierung (ökonomisch (1) – ökologisch (5))
Basica	3,92 (n = 155)	4,31 (n = 155)	3,07 (n = 155)
Secundaria	3,94 (n = 129)	4,12 (n = 129)	2,98 (n = 129)
FP	3,83 (n = 101)	4,25 (n = 101)	3,05 (n = 101)
Universidad	3,91 (n = 56)	4,41 (n = 56)	3,00 (n = 56)
Gesamtmittelwert	3,91 (n = 484)	4,26 (n = 484)	3,04 (n = 484)

Die festgestellten Abweichungen von den jeweiligen Mittelwerten erwiesen sich als zu gering, um signifikant zu sein. Auch eine Tendenz (z. B. die Korrelation des Mittelwertes mit dem Grad des Schulabschlusses) ist nicht erkennbar. Daraus lässt sich schließen, dass die Angaben zu den Skalen nicht durch den Bildungsgrad bzw. den Schulabschluss beeinflusst werden.

⁴³ Für den Signifikanztest wurde ein Signifikanzwert von $p = 0,05$ gewählt.

⁴⁴ Die Gruppe der „sonstigen Abschlüsse“ wurde nicht in die Tabelle aufgenommen.

3.5.2.2 Lebensalter

Die folgende Tabelle gibt Auskunft über die von den Befragten gemachten Angaben unter Bezugnahme auf ihr Alter.

Tab. 5 – Mittelwerte der Skalen getrennt nach dem Lebensalter

Alter	Nutzung (starke (1) – keine (5) Nutzung)	Intensität (Massent. (1) – Individualt. (5))	Orientierung (ökonomisch (1) – ökologisch (5))
0-20 Jahre	3,91 (n = 58)	4,22 (n = 58)	2,70 (n = 58)
21-40 Jahre	3,81 (n = 213)	4,12 (n = 213)	3,12 (n = 213)
41-60 Jahre	4,00 (n = 150)	4,34 (n = 150)	2,95 (n = 150)
Über 60 Jahre	4,00 (n = 63)	4,56 (s.) (n = 63)	3,32 (n = 63)
Gesamtmittelwert	3,91 (n = 484)	4,26 (n = 484)	3,04 (n = 484)

Es zeigt sich hinsichtlich der gewünschten Intensität des Tourismus eine Tendenz, die durch einen signifikanten Unterschied gestützt wird. Je älter die Befragten, desto stärker votierten sie für einen individualisierten bzw. gegen einen massiven Tourismus. Der der Tendenz nicht entsprechende Mittelwert für die Gruppe der 0-20-Jährigen könnte zufallsbedingt sein.

3.5.2.3 Dauer des Aufenthaltes

Die folgende Tabelle gibt Auskunft über die von den Befragten gemachten Angaben unter Bezugnahme auf die am jeweiligen Ort bereits wohnhaft verbrachten Jahre.

Tab. 6 – Mittelwerte der Skalen getrennt nach Dauer des Aufenthaltes in Jahren

Wohnhaft im Ort seit	Nutzung (starke (1) – keine (5) Nutzung)	Intensität (Massent. (1) – Individualt. (5))	Orientierung (ökonomisch (1) – ökologisch (5))
0-5 Jahren	3,66 (n = 58)	4,27 (n = 58)	2,83 (n = 58)
6-15 Jahren	4,05 (n = 56)	3,95 (n = 56)	3,27 (n = 56)
16-25 Jahren	4,00 (n = 81)	4,25 (n = 81)	2,63 (n = 81)
Über 25 Jahre	3,90 (n = 289)	4,32 (n = 289)	3,12 (n = 289)
Gesamtmittelwert	3,91 (n = 484)	4,26 (n = 484)	3,04 (n = 484)

Die festgestellten Abweichungen von den jeweiligen Mittelwerten erwiesen sich auch hier als zu gering, um signifikant zu sein. Auch eine Tendenz ist nicht erkennbar. Daraus lässt sich schließen, dass die Angaben zu den Skalen nicht durch die Anzahl der am Wohnort verbrachten Lebensjahre beeinflusst werden.

3.5.2.4 Geschlecht

Die folgende Tabelle gibt Auskunft über die von den Befragten gemachten Angaben unter Bezugnahme auf die jeweilige Geschlechtszugehörigkeit.

Tab. 7 – Mittelwerte der Skalen getrennt nach Geschlechtszugehörigkeit

Geschlecht	Nutzung (starke (1) – keine (5) Nutzung)	Intensität (Massent. (1) – Individualt. (5))	Orientierung (ökonomisch (1) – ökologisch (5))
männlich	3,90 (n = 213)	4,17 (n = 213)	3,19 (n = 213)
weiblich	3,91 (n = 271)	4,33 (n = 271)	2,93 (n = 271)
Gesamtmittelwert	3,91 (n = 484)	4,26 (n = 484)	3,04 (n = 484)

Die männlichen Befragten sprachen sich eher für eine ökologische Tourismusorientierung aus, die weiblichen eher für eine ökonomische Orientierung. Jedoch sind auch diese Werte nicht signifikant, sodass keine zuverlässigen Rückschlüsse auf eine Korrelation der Orientierung mit der Geschlechtszugehörigkeit möglich sind.

3.5.2.5 Zusammenfassung

Bildung bzw. Schulabschluss und die Anzahl der am Wohnort verbrachten Lebensjahre haben keinen Einfluss auf die touristischen Entwicklungspräferenzen. Hinsichtlich des Alters kann lediglich festgestellt werden, dass mit zunehmendem Alter der Wunsch nach einem Individualtourismus zunimmt. Bezüglich des Geschlechtes könnte ein Zusammenhang mit einer eher ökologischen (männlich) oder ökonomischen (weiblich) Orientierung bestehen. Dies lässt sich mit den zur Verfügung stehenden Daten jedoch nicht eindeutig belegen. Insgesamt betrachtet haben die soziodemographischen Daten Bildung, Alter, Geschlecht und Aufenthaltsdauer keinen nennenswerten Einfluss auf die Wunschvorstellungen der Bevölkerung.

3.5.3 EINSTELLUNGSORIENTIERTE DIFFERENZIERUNG

3.5.3.1 Umweltschutz

Folgende Tabelle gibt Auskunft darüber, in wie weit das Umweltbewusstsein die Tendenzen hinsichtlich des gewünschten touristischen Konzeptes beeinflusst:⁴⁵

Tab. 8 - Mittelwerte der Skalen differenziert nach der Bedeutung einer intakten Umwelt

Wichtigkeit einer intakten Umwelt	Nutzung (starke (1) – keine (5) Nutzung)	Intensität (Massent. (1) – Individualt. (5))	Orientierung (ökonomisch (1) – ökologisch (5))
1 (sehr wichtig)	3,98 (n = 317)	4,34 (s.) (n = 317)	3,14 (n = 317)
2 (wichtig)	3,76 (n = 117)	3,96 (n = 117)	3,00 (n = 117)
3 (durchschnittlich)	3,78 (n = 46)	4,39 (s.) (n = 46)	2,61 (n = 46)
4 (eher unwichtig)	4,00 (n = 4)	4,50 (n = 4)	2,00 (n = 4)
Gesamtmittelwert	3,91 (n = 484)	4,26 (n = 484)	3,04 (n = 484)

Es besteht eine deutliche Tendenz, der Ökonomie weniger Vorrang einzuräumen, je wichtiger für die Befragten eine intakte Umwelt ist. Hinsichtlich der anderen Präferenzen ergeben sich jedoch nicht so klare Bilder. Nicht erklärbar ist beispielsweise der deutliche Ausreißer in der Spalte der Intensität. Weshalb diejenigen, denen die Umwelt „sehr wichtig“ und nur „durchschnittlich wichtig“ ist, *gemeinsam* deutlich stärker für einen Individualtourismus votieren als die, denen eine intakte Umwelt immerhin „wichtig“ ist, bleibt unklar. In Bezug auf die Nutzung lässt sich eine schwache, aber logisch nachvollziehbare Tendenz erkennen: Je stärker das Umweltbewusstsein, desto stärker die Neigung zu einer nur schwachen touristischen Nutzung.

⁴⁵ Die fünfte Antwortmöglichkeit (unwichtig) wurde nicht genutzt. Auch für die Antwortmöglichkeit 4 entschieden sich nur wenige, sodass diese Werte im Grunde nicht berücksichtigt werden können (vgl. Kap. 3.3).

3.5.3.2 Touristische Expansion

Folgende Tabelle gibt Auskunft darüber, in wie weit die Bedeutung der touristischen Expansion die Tendenzen hinsichtlich des gewünschten touristischen Konzeptes beeinflusst:

Tab. 9 - Mittelwerte der Skalen getrennt nach der Bedeutung der touristischen Expansion

Wichtigkeit der touristischen Expansion	Nutzung (starke (1) – keine (5) Nutzung)	Intensität (Massent. (1) – Individualt. (5))	Orientierung (ökonomisch (1) – ökologisch (5))
1 (sehr wichtig)	3,61 (n = 104)	4,10 (n = 104)	2,76 (n = 104)
2 (wichtig)	3,84 (n = 111)	4,30 (n = 111)	2,89 (n = 111)
3 (durchschnittlich)	3,94 (n = 133)	4,21 (n = 133)	3,10 (n = 133)
4 (eher unwichtig)	3,93 (n = 68)	4,07 (n = 68)	2,93 (n = 68)
5 (unwichtig)	4,37 (s.) (n = 68)	4,70 (s.) (n = 68)	3,74 (s.) (n = 68)
Gesamtmittelwert	3,91 (n = 484)	4,26 (n = 484)	3,04 (n = 484)

Die Befragten, denen die touristische Expansion überhaupt nicht wichtig ist, sprechen sich am deutlichsten für einen eher individualisierten, ökologisch orientierten Tourismus mit geringer Nutzung der Destination aus. Diejenigen, für die die touristische Expansion von hoher Wichtigkeit ist, stimmen noch am stärksten für eine stärkere, ökonomisch orientierte touristische Nutzung. In Bezug auf die Intensität lassen sich hingegen gar keine Rückschlüsse ziehen.

3.5.3.3 Verbundenheit

Folgende Tabelle gibt Auskunft darüber, in wie weit das Ausmaß des Verbundenheitsgefühles mit dem Wohnort die Tendenzen hinsichtlich des gewünschten touristischen Konzeptes beeinflusst:

Tab. 10 - Mittelwerte der Skalen getrennt nach dem Ausmaß des Verbundenheitsgefühles

Ausmaß des Verbundenheitsgefühles	Nutzung (starke (1) – keine (5) Nutzung)	Intensität (Massent. (1) – Individualt. (5))	Orientierung (ökonomisch (1) – ökologisch (5))
1 (sehr stark)	4,00 (n = 179)	4,27 (n = 179)	3,28 (n = 179)
2 (stark)	3,80 (n = 132)	4,31 (n = 132)	2,87 (n = 132)
3 (durchschnittlich)	3,74 (n = 109)	4,09 (n = 109)	2,93 (n = 109)
4 (schwach)	4,00 (n = 51)	4,35 (n = 51)	2,70 (n = 51)
5 (nicht vorhanden)	4,60 (n = 13)	4,60 (n = 13)	3,80 (n = 13)
Gesamtmittelwert	3,91 (n = 484)	4,26 (n = 484)	3,04 (n = 484)

Es traten keine signifikanten Unterschiede auf. Auch Tendenzen lassen sich nirgendwo erkennen, sodass davon ausgegangen werden muss, dass die Intensität des Verbundenheitsgefühles die touristischen Präferenzen der Befragten nicht beeinflusst.

3.5.3.4 Entwicklungsinteresse

Folgende Tabelle gibt Auskunft darüber, in wie weit das Ausmaß des Interesses an der Entwicklung des Ortes die Tendenzen hinsichtlich des gewünschten touristischen Konzeptes beeinflusst:

Tab. 11 - Mittelwerte der Skalen getrennt nach dem Ausmaß des Interesses an der Entwicklung des Ortes

Interesse an der Entwicklung des Ortes	Nutzung (starke (1) – keine (5) Nutzung)	Intensität (Massent. (1) – Individualt. (5))	Orientierung (ökonomisch (1) – ökologisch (5))
1 (sehr stark)	3,90 (n = 204)	4,30 (n = 204)	2,76 (n = 204)
2 (stark)	3,81 (n = 185)	4,29 (n = 185)	3,36 (s.) (n = 185)
3 (durchschnittlich)	4,00 (n = 73)	4,10 (n = 73)	2,76 (n = 73)
4 (schwach)	4,43 (n = 18)	4,00 (n = 18)	3,57 (n = 18)
5 (nicht vorhanden)	4,50 (n = 4)	4,50 (n = 4)	4,50 (s.) (n = 4)
Gesamtmittelwert	3,91 (n = 484)	4,26 (n = 484)	3,04 (n = 484)

Trotz zum Teil signifikanter Ergebnisunterschiede lassen sich keine eindeutigen Tendenzen ausweisen. Es zeigt sich hier im Falle der Orientierung ein sehr uneinheitliches Bild, das mit den gegebenen Daten nicht erklärbar ist. Aufgrund der Befragungsergebnisse ist ein Einfluss des Interesses der Bevölkerung an der Entwicklung des Wohnortes auf die touristischen Präferenzen nicht nachzuweisen.

3.5.3.5 Wirtschaftliche Aspekte

Die folgende Tabelle gibt Auskunft über die von den Befragten gemachten Angaben unter Bezugnahme auf ihren eventuell in einer vom Tourismus profitierenden Branche liegenden Arbeitsplatz

Tab. 12 - Auswertung der Skalen getrennt nach Profiteuren

In einer vom Tourismus profitierenden Branche arbeitend	Nutzung (starke (1) – keine (5) Nutzung)	Intensität (Massent. (1) – Individualt. (5))	Orientierung (ökonomisch (1) – ökologisch (5))
ja	3,74 (n = 251)	4,17 (n = 251)	3,01 (n = 251)
nein	4,09 (s.) (n = 233)	4,35 (n = 233)	3,08 (n = 233)
Gesamtmittelwert	3,91 (n = 484)	4,26 (n = 484)	3,04 (n = 484)

Diejenigen Befragten, die angaben, nicht in einem Sektor tätig zu sein, der von einer verstärkten touristischen Nachfrage profitieren würde, tendieren stärker zu einer schwächeren, individuellen, ökologisch orientierten touristischen Nutzung. Jedoch ist diese Tendenz nur hinsichtlich der Nutzung signifikant ausgeprägt.

3.5.3.6 Zusammenfassung

Die Bedeutung einer intakten Umwelt korreliert positiv mit einer ökologischen touristischen Orientierung. Ein statistischer Einfluss des Interesses an einer Ausweitung der touristischen Nachfrage ist nur bei fehlender Ausprägung feststellbar, wenn also Desinteresse besteht. Die Intensität des Verbundenheitsgefühles mit dem Wohnort hat auf die Präferenzen keinen Einfluss. Dasselbe gilt für das Ausmaß des Interesses an der weiteren Entwicklung des Wohnortes.

4. ERGEBNISDISKUSSION

4.1. ALLGEMEINE ERKENNTNISSE

Zu Beginn der Arbeit wurden verschiedene Fragestellungen beschrieben. Nachdem nun die Auswertung der gewonnenen Daten abgeschlossen ist, sollen die der Arbeit zugrunde liegenden Fragen möglichst beantwortet werden. Daher werden sie jetzt in der in Kapitel 2 angegebenen Reihenfolge aufgelistet. Im Anschluss an jede Antwort wird ein Ausblick gegeben, was die gewonnene Erkenntnis für die Zukunft bedeuten könnte:

Welchen Bekanntheitsgrad und welches Ansehen genießen die vier touristischen Konzepte Massentourismus, Ökotourismus, Luxustourismus und Turismo Rural in touristisch noch nicht erschlossenen Regionen?

„Luxustourismus“ und „Turismo Rural“ haben einen recht hohen und vergleichbaren Bekanntheitsgrad inne. Der „Massentourismus“ ist – trotz des oft genannten „Paradebeispiels“ „Benidorm“ deutlich unbekannter. Mit dem Begriff „Ökotourismus“ wusste nur ein verschwindend geringer Teil der Befragten etwas anzufangen. Hier kann die Anregung gegeben werden, die Definition des „Turismo Rural“ dahingehend zu erweitern, dass sie auch küstennahe Gebiete umschließt, um die beiden Begriffe unter dem Begriff „Turismo Rural“ zusammenfassen zu können.

Der „Turismo Rural“ genießt ein sehr hohes Ansehen, doch auch der „Luxustourismus“ wird von den Befragten eher positiv beurteilt, wenngleich deutlich schlechter als der „Turismo Rural“. Der „Massentourismus“ hat ein extrem negatives Image. Für den „Ökotourismus“ ist aufgrund der sehr geringen Fallzahlen keine fundierte Beurteilung möglich.

Schlussfolgerung:

Das Ansehen des Massentourismus wird bei zunehmendem Bekanntheitsgrad vermutlich weiter sinken, das des Luxustourismus und des Turismo Rural – sofern möglich – weiter zunehmen. Angesichts dieser Vermutung und des Umstandes, dass eine Tätigkeit in einem vom Tourismus profitierenden Sektor keinen Einfluss auf die bevorzugte Tourismusart zu haben scheint, muss davon ausgegangen werden, dass die „Bettenburgen“ aus Beton selbst in

touristisch noch nicht erschlossenen Gebieten wie dem Untersuchungsgebiet zumindest nach Ansicht der Bevölkerung keine Zukunft haben dürften.

Wie groß ist das Interesse an den den Wohnort betreffenden tourismus-politischen Entscheidungen?

Die Entwicklung des Wohnortes allgemein stößt auf großes Interesse, ebenso die weiteren Planungen und Entwicklungen im Hinblick auf die touristische Entwicklung des jeweiligen Ortes. Die Möglichkeiten, die Planungen und Entwicklungen beeinflussen zu können, wird ebenfalls als wichtig angesehen, die momentanen Möglichkeiten zur Einflussnahme auf die Planungen werden aber eher als schlecht bezeichnet. Als sehr wichtig wird überdies eine intakte Umwelt angesehen, während die touristische Entwicklung des Ortes als zwar immer noch eher wichtig genommen wird, aber eine deutlich geringere Priorität inne hat als ein gesundes Lebensumfeld. Zum Wohnort besteht generell eine starke Verbundenheit.

Schlussfolgerung:

Wenn ein touristisches Konzept von der Bevölkerung angenommen werden soll, so sollte es sich an die gegebenen Verhältnisse anpassen und sich einer umweltgerechten Entwicklung der Region unterordnen. Dies schließt eine großflächige Veränderung des Landschaftsbildes bzw. massive Eingriffe in die bestehenden Strukturen aus. Der Tourismus wird sich zukünftig an nachhaltigen Leitlinien orientieren müssen.

Würde die Bevölkerung überhaupt zusätzliche Möglichkeiten der Planungspartizipation nutzen?

Die Beteiligungsmöglichkeiten werden überwiegend als schlecht angesehen. Dennoch beteiligt sich bereits jetzt ein Viertel der Befragten an den Planungen und versucht, diese mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln zu beeinflussen. Die meisten setzen dabei auf informelle Gespräche und versuchen, andere für dieses Thema zu sensibilisieren. Im Gegenzug gaben rund 30 % der Befragten an, sie würden sich für das Thema gar nicht interessieren. Von denjenigen, die sich derzeit nicht aktiv mit dem Thema beschäftigten, wären rund 30 % jedoch bereit, dieses zu tun, wenn sich die ihnen gegebenen Voraussetzungen (Zeitmangel, fehlende Einbringungsmöglichkeiten etc.) änderten. Weitere

25 % waren unentschlossen. Sofern dieses Potential genutzt werden könnte, ergäbe sich eine Aktivenquote von 50 bis maximal 75 %. Damit kann gesagt werden, dass bei veränderten Rahmenbedingungen jeder Zweite an dem Themenkomplex Interesse hätte und sich auch einbringen würde. Ein weiteres Indiz ist, dass diejenigen, die sich bereits jetzt an der Themendiskussion beteiligen, die Möglichkeiten zur Entscheidungsbeteiligung schlechter bewerteten als die derzeit Inaktiven. Wer sich informiert, scheint zwangsläufig zu dem Schluss zu kommen, dass die derzeitigen Bürgerbeteiligungsmöglichkeiten nicht ausreichen. Zusätzliche Möglichkeiten der Bürgerbeteiligung würden daher auf jeden Fall auf Interesse stoßen und vermutlich auch genutzt werden.

Schlussfolgerung:

Die Möglichkeiten zur Bürgerbeteiligung sollten ausgebaut werden, sofern man der bereits jetzt deutlich vorhandenen Politikverdrossenheit nicht weiter Vorschub leisten will. Erforderlich wäre eine verbesserte Informationspolitik, die nachvollziehbare Gründe für getroffene Entscheidungen angibt und damit den Vetternwirtschaftsvermutungen die Grundlage entzieht. Zudem sollte verstärkt auf direktdemokratische Elemente gesetzt und über die bereits jetzt bestehenden Elemente stärker informiert werden. Auch wenn diese vielleicht nicht genutzt würden, so ergäbe sich doch zumindest für die Beteiligten und Betroffenen dadurch die Möglichkeit, dass sie etwas gegen die „von oben“ getroffenen Entscheidungen tun *könnten*.⁴⁶

Sehen die Einwohner überhaupt Handlungsbedarf?

Die Frage ist deutlich zu bejahen – allerdings nicht nur bezogen auf den Tourismus. Rund drei Viertel aller Befragten sind mit der derzeitigen Informationspolitik unzufrieden und fühlen sich nicht ausreichend informiert. Doch auch bei anderen Politikfeldern gibt es in den Augen der Bevölkerung Handlungsbedarf, vor allem auf dem Gebiet der Transparenz wurden des Öfteren Korruptionsvorwürfe laut, aber auch die Sozial- und Umweltpolitik wird nach Ansicht der Einwohner vernachlässigt. Mehr als ein Drittel der Befragten erklärte sich sogar zu „Totalfrustrierten“ und verstieg sich zu nicht zuordbaren Beschimpfungen. Weniger als 5 % der Befragten sahen keine Probleme. Insgesamt gesehen ist die Politikverdrossenheit als hoch zu bezeichnen.

⁴⁶ Wobei natürlich berücksichtigt werden muss, dass dies nicht allein die Aufgabe einer einzelnen Stadt sein kann.

Schlussfolgerung:

Bereits jetzt wird pauschal Korruption vermutet und der mangelhafte Umweltschutz kritisiert. Eine nicht an den Bedürfnissen der Bevölkerung orientierte touristische Planung und Entwicklung würde die Frustration und Ablehnung noch steigern, da dadurch zum einen die Korruptionsverdächtigungen durch eine unmäßige Ausweitung des Tourismus (und der damit verbundenen steigenden Grundstückspreise), zum anderen aber auch die Einschränkungen im Bereich des Umweltschutzes weiter zunehmen würden. Bevor daher an eine Ausweitung des Tourismus gedacht wird, sollten zunächst die von den Betroffenen genannten Themenfelder aufgegriffen werden.

Wo sehen die Bürgerinnen und Bürger Chancen bzw. Risiken im Tourismus?

Die Chancen werden hauptsächlich im finanziellen Sektor gesehen, es wird davon ausgegangen, dass vermehrter Tourismus die Wirtschaftskraft steigern wird (45 %). Jedoch gaben 37 % der Befragten an, der Tourismus biete gar keine Chancen.

Im Gegensatz dazu sahen nur 20 % der Befragten keine Risiken im Tourismus, sodass gesagt werden kann, dass nach Ansicht der Beteiligten die Risiken überwiegen. Hauptsächlich wurden der Verlust an Lebensqualität durch Lärm, Kriminalität und Überfüllung sowie negative Auswirkungen auf die Umwelt befürchtet.

Schlussfolgerung:

Seitens der Bevölkerung werden mittlerweile mehr Risiken als Chancen im Tourismus gesehen. Daraus resultiert, dass eine touristische Entwicklung nicht (mehr) per se auf breite Zustimmung stoßen wird. Stattdessen wird im Gegenteil zukünftig Acht darauf gegeben werden müssen, die Bedenken der Bevölkerung ernst zu nehmen und in den Planungen zu berücksichtigen. Die aus einer verstärkten touristischen Nutzung resultierenden Hoffnungen werden die Befürchtungen nicht mehr ausgleichen.

Welche Art von Tourismus würden die Einheimischen befürworten?

Als lohnenswerte Gründe für eine Reise an die Costa Calida wurden die Unberührtheit der Natur und das Ambiente der Städte genannt, Eigenschaften, die durch eine starke touristische

Nutzung verschwinden würden. Die Befragten sprachen sich folgerichtig auch für eine eher schwache, individualisierte touristische Nutzung aus, die die Balance zwischen Ökologie und Ökonomie achtet.

Schlussfolgerung:

Nicht (mehr) mediterrane Ubiquitäten wie Sonne, Sand und Meer werden als touristisch interessant betrachtet, sondern Unberührtheit und Individualität, die ein touristisches Konzept achten und bewahren sollte, wenn es auf Zustimmung in der Bevölkerung stoßen will.

Die eigene Region wird zunehmend als etwas Besonderes wahrgenommen, das es zu erhalten gilt. Der Tourismus darf ökologische Aspekte nicht vernachlässigen.

Welche Faktoren beeinflussen die touristischen Nutzungspräferenzen der Befragten?

Es wurde nach folgenden Faktoren gesondert gefragt: Umweltbewusstsein, Relevanz der touristischen Expansion, Ortsverbundenheit, Interesse an der Entwicklung des Ortes sowie Tätigkeit in einer vom Tourismus profitierenden Branche. Hinzu kamen die demographischen Daten Alter, Bildung, Geschlecht und Anzahl der am Ort verbrachten Lebensjahre.

Die meisten dieser Faktoren haben keinen erkennbaren Einfluss auf die Wunschvorstellungen. Zusammenhänge ließen sich nur in folgenden drei Punkten erkennen:

Je höher das Alter, desto stärker der Wunsch nach einem individualisierten Tourismus.

Je stärker das Umweltbewusstsein, desto stärker der Wunsch nach einem ökologisch orientierten Tourismus.

Je unwichtiger die touristische Entwicklung des Ortes, desto stärker das Plädoyer für den Verzicht auf eine touristische Nutzung und – wenn überhaupt – eine ökologische Orientierung.

Schlussfolgerung:

Insgesamt betrachtet lassen unterschiedliche demographische Daten keine Rückschlüsse auf die Einstellung der Bevölkerung zum Tourismus zu, von wenigen (trivialen) Ausnahmen abgesehen. Die Ablehnung bzw. Befürwortung bestimmter touristischer Arten geht quer durch alle Bevölkerungsschichten, sodass davon ausgegangen werden kann, dass ein

möglicher Kampf für oder gegen ein bestimmtes touristisches Konzept auf breite Zustimmung in der Bevölkerung stoßen und nicht nur die Befürwortung spezieller Milieus finden wird.

4.2 FAZIT

Der Tourismus kann heutzutage nicht mehr davon ausgehen, generell auf breite Zustimmung zu stoßen, auch nicht in zukünftigen Destinationen, die noch keinen oder nur wenig Kontakt mit ihm hatten. Stattdessen herrscht allgemein Skepsis vor, wenn es um touristische Entwicklungsplanungen geht. Der Massentourismus, wie er in den 60er Jahren etabliert wurde, wird deutlich abgelehnt, und prinzipiell räumt die Bevölkerung dem Tourismus keine Priorität ein. Wenn überhaupt, so wird einer Mischung aus nachhaltig orientiertem Tourismus mit wenigen luxustouristischen Applikationen am ehesten zugestimmt.

Da auf diese Weise weniger Touristen und/oder weniger Kaufkraft in die Zielregion fließen wird, bedeutet dies, dass aus wirtschaftlicher Sicht die Destination nicht „optimal“ genutzt würde, also keine Profitmaximierung stattfindet. Dies wird von der Bevölkerung allerdings billigend in Kauf genommen, sodass gesagt werden kann, dass der Gedanke von Landschafts- und Naturschutz sowie die Erhaltung des jetzigen, individuellen Zustandes der Region Vorrang hat vor wirtschaftlichen Interessen. Der Tourismus wird nicht mehr als „Zukunft“ schlechthin angesehen, sondern als eine nur vorsichtig zu nutzende Option.

Für die touristische Erschließung weiterer Destinationen bedeutet dies, dass die großen Bauprojekte der 60er und 70er Jahre nach Ansicht der Einheimischen keine Existenzberechtigung mehr haben, selbst wenn sie gegenüber nachhaltigkeitstouristischen Konzepten eine größere Wirtschaftskraft bedeuten würden.

Dies dürfte von den Befürwortern des nachhaltigen Tourismus mit Wohlwollen registriert werden. Ein gewichtiges Argument gegen den „sanften Tourismus“ war bislang der Hinweis darauf, dass dieser aus ökonomischer Sicht nicht mit dem Massen- oder Luxustourismus mithalten kann und deshalb für die einheimische Bevölkerung im Vergleich zum „herkömmlichen“ Tourismus einen wirtschaftlichen Nachteil darstellt. Im Rahmen dieser Studie zeigte sich jedoch, dass dieses Argument nicht (mehr) greift, weil sich die Prioritäten, die die Bevölkerung setzt, gewandelt haben. Mittlerweile gilt – überspitzt formuliert - überwiegend: Lieber weniger Touristen, selbst wenn dies weniger Geld bedeutet.

Für den Untersuchungsraum bedeutet dies, dass von den ehrgeizigen Plänen, die „Ferienstadt“ Marina Cope zu realisieren, Abstand genommen werden sollte. Obgleich dieser Ferienkomplex mit 5 Golfplätzen und 9.000 Ferienwohnungen nicht dem typischen Beispiel einer massentouristischen Nutzung entspräche, weil die Nutzenden bezüglich ihrer Kaufkraft ganz andere Kategorien repräsentierten als der typische Massentourist, so wäre der gesamte Komplex hinsichtlich seiner baulichen, landschaftsverändernden Dimensionen und dem Ausmaß der Frequentierung mit einer massentouristischen Destination durchaus vergleichbar.⁴⁷

Stattdessen sollten kleine, sich in die Landschaft einfügende Einzelhotels gefördert werden, die aus dem Gesamtbild der Destination nicht hervorragen und dazu geeignet sind, die Reisenden erholsame Tage verbringen zu lassen. Als Aktivitäten böten sich „schonende“ Angebote wie Wandern oder Schnorcheln an. Von der Ausstattung der Betriebe wäre ein breiter Mix von der Jugendherberge bis zum (kleinen) Vier-Sterne-Hotel denkbar, die jedoch untereinander vernetzt sein sollten, um die Nutzung der gemeinsamen Ressourcen zu optimieren und dafür Sorge zu tragen, dass nicht jeder Betrieb unabhängig vom anderen gewinnmaximiert agierend versucht, auf Kosten der anderen den größten Profit für sich „herauszuholen“. Aus diesem Mix resultiert gleichzeitig die Dekonzentration der touristischen Reisenden.

Die Infrastruktur sollte primär die Bedürfnisse der Einheimischen befriedigen und ihr Ausbau vorrangig aufgrund endogener Faktoren erfolgen. Da der Tourismus sich dem Vorhandenen anpassen sollte und nicht umgekehrt, wäre es nicht sinnvoll, die Durchführung tourismusorientierter Infrastrukturmaßnahmen in den Vordergrund zu stellen. Dies würde lediglich die jetzt schon vorhandene Bitterkeit der Bevölkerung erhöhen.⁴⁸

Im Gegensatz dazu würde ein schonender, vorrangig an die Belange der Einheimischen angepasster Ausbau der Infrastruktur auch zur Folge haben, dass die nach Ansicht der Bevölkerung regionsprägenden Faktoren wie „Unberührtheit“, „Ruhe“ oder „Ambiente“ nicht verändert, sondern der jetzige, positiv bewertete Status quo erhalten und die Anzahl der

⁴⁷ Die Befürworter planen die Errichtung „eines der größten Ferienkomplexe Europas“. (Quelle: o. A. 2008: Setecientas hectares de Marina de Cope ya son urbanizables – in: La Verdad, 30.12.2008)

⁴⁸ Bereits jetzt wurde beispielsweise darüber geklagt, dass es sowohl in Mazarron als auch in Aguilas kein Hospital gäbe, aber dafür „jede Menge neue Asphaltstraßen“.

Besucher insgesamt überschaubar bliebe. Durch letzteres würde zudem verhindert, dass Städte und Region vom Tourismus dominiert und schließlich überprägt würden.

4.3 AUSBLICK

Seit Durchführung der Untersuchung im Jahre 2008 wurde an den bereits im Bau befindlichen Appartementanlagen in der Nähe von Aguilas weiter gearbeitet, sodass mittlerweile die ersten Wohnungen verkauft werden konnten. Auch in der Nähe von Mazarron wurden die bereits begonnenen Bauprojekte fortgeführt. Der Verkauf läuft allerdings eher schleppend,⁴⁹ was nicht zuletzt auch auf die so genannte „Immobilien-Krise“⁵⁰ in Spanien zurückzuführen ist⁵¹. Obgleich die Immobilienpreise derzeit als noch stabil bezeichnet werden können und auf recht hohem Niveau stagnieren, haben bereits mehrere Immobilienmakler aufgegeben.

Folgerichtig wurden keine weiteren neuen Projekte in Angriff genommen. Hingegen werden die Planungen für die Errichtung der Ferienstadt „Marina de Cope“ nach wie vor vorangetrieben. Allerdings ist fraglich, wie viel Unterstützung diese Absichten noch „vor Ort“ haben. Zwar hat der Stadtrat von Lorca sich noch im Dezember mehrheitlich für die Errichtung von „Marina de Cope“ ausgesprochen,⁵² hingegen hat der Stadtrat von Aguilas im Dezember 2008 einen Plan zur Umsetzung von 25 Einzelmaßnahmen verabschiedet, die einen am Meer und Fischfang interessierten „spezialisierten Tourismus“ fördern sollen.⁵³ Insgesamt gesehen stellt sich die südliche Costa Calida derzeit⁵⁴ nicht anders da als 2007.

Nachdem die Arbeitsmarktlage in Spanien seit der Durchführung der Befragung sich drastisch verändert hat,⁵⁵ stellt sich die Frage, ob die von den Befragten geäußerten Ansichten

⁴⁹ Aussage der Mitarbeiter der jeweiligen Immobilienfirmen

⁵⁰ die mittlerweile nur noch „La Crisis“ („Krise“) genannt wird und sich auf die gesamte Wirtschaft ausgeweitet hat

⁵¹ „La Crisis“ ist in ihrer Bedeutung und Geschichte durchaus vergleichbar mit der so genannten „Subprime-Krise“ in den USA.

⁵² Quelle: o. A. 2008: Setecientas hectares de Marina de Cope ya son urbanizables – in: La Verdad, 30.12.2008

⁵³ Bemerkenswerterweise handelt es sich bei den Maßnahmen, die ein Gesamtvolumen von 3 Millionen Euro haben, um Projekte wie die Einrichtung eines maritimen Museums, die Einrichtung eines Küstenwanderpfades, die Zugänglichmachung eines Leuchtturmes für Besucher u. a., also um Projekte, die nicht unbedingt massen- oder luxustouristischen Konzepten zuträglich sind. (Quelle: WALZ, P. 2009: Aguilas apuesta por la pesca y el mar para atraer turismo especializado – in: La Verdad, 31.12.2008

⁵⁴ Juli 2009

⁵⁵ Zurzeit steht das Land mit einer Arbeitslosenquote von 17,92 % an der Spitze der EU-Länder. (Quelle: Instituto Nacional de Estadística (Hrsg.), 2009: Clasificación Nacional de Actividades Económicas - Resultados por comunidades autónomas y provincias, auf: http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t22/e308_mnu&file=inebase&N=&L=0, abgerufen am 2.8.2009)

hinsichtlich der bevorzugten touristischen Nutzung weiterhin Bestand haben. Es wäre denkbar, dass sich vor dem Hintergrund drohender Arbeitslosigkeit und Einkommensverlusten die Ansicht wieder durchsetzen könnte, eine starke touristische Nutzung wäre vorteilhafter als eine intakte Umwelt. Dem gegenüber gestellt werden kann jedoch der Einwand, dass auch der Tourismus in Spanien Einbrüche zu verzeichnen hat und ebenso die bekannten Destinationen wie Torremolinos und Benidorm neue Positionierungen auf dem Touristikmarkt anstreben.⁵⁶ Davon ausgehend besteht die Möglichkeit, dass ein Ausbau der touristischen Kapazitäten an der Costa Calida letztendlich nichts als Bauruinen hinterlassen könnte, weil der Markt nicht mehr groß genug ist für eine weitere Destination dieser Art.⁵⁷

Welche dieser Entwicklungen tatsächlich Realität wird, dürfte stark von der Dauer von „La Crisis“ abhängig sein. Sollte sich Spanien von nun an relativ zügig vom wirtschaftlichen Einbruch erholen, könnte sich die Ansicht durchsetzen, dass die Situation von 2008/2009 nur vorübergehender und nicht ernstzunehmender Natur gewesen ist. So erklären die Befürworter der Realisierung der explizit luxustouristisch orientierten Ferienstadt „Marina de Cope“, dass dieses neue Luxus-Ressort von der Krise nicht betroffen sein wird, da es sich dabei um ein Projekt mit einer „Entwicklungszeit von 15 oder 20 Jahren“ handelt.⁵⁸ Die Tatsache, dass die Planungen in der Zwischenzeit stark vereinfacht und damit kostengünstiger gemacht wurden, mag ein Indiz dafür sein, dass die Suche nach Investoren sich bislang schwieriger gestaltete als angenommen.⁵⁹ Sollte sich die wirtschaftliche Lage nicht innerhalb der nächsten Monate ändern, so dürfte zumindest der Termin für den Baubeginn der ersten Hotels (Frühjahr 2010) nicht zu halten sein.

Es spricht allerdings einiges dafür, dass die Krise in Spanien nicht so schnell überwunden werden wird wie in anderen europäischen Ländern, da es sich bei der spanischen Rezession um ein landesspezifisches und hausgemachtes Problem handelt: Der spanische Boom beruhte auf der Immobilien- und Bauindustrie, die nunmehr als Folge jahrelanger Überproduktion

⁵⁶ Quelle: RIBES, Rosana und TRIGUERO, Nuria, 2009: Sol y playa, renovarse o morir? – in: La Verdad-Dinero y empleo, 14.6.2009, S. 7

⁵⁷ Tatsächlich wurde diese Ansicht in Gesprächen mit Einheimischen (im Juni 2009) auch so geäußert und die Frage gestellt, wer „denn die ganzen Appartements kaufen“ solle und weshalb Touristen, „wenn die schon nicht mehr zum Golfen an das Mar Menor kommen“, dann nach Aguilas bzw. Mazarron „kommen sollten“.

⁵⁸ J.M. Ferrer, Repräsentant der Regionalregierung im Marina-Cope-Konsortium, zit. nach: MOLLEJO, J., 2009: Marina de cope revela su rostro – in: La Verdad, 3.8.2009, S. 6

⁵⁹ MOLLEJO, J., 2009: Marina de cope revela su rostro – in: La Verdad, 3.8.2009, S. 6

zusammengebrochen ist.⁶⁰ Dies ist umso gravierender, da die Bauwirtschaft – anders als in anderen Ländern – mit fast 11 % einen beachtlichen Anteil am Bruttoinlandsprodukt hat, was zur Folge hatte, dass die Immobilienkrise schließlich zu einer allgemeinen Krise wurde. Daher kann davon ausgegangen werden, dass Spanien erheblich länger benötigen wird, um sich von den Folgen der durch den Zusammenbruch der Bauindustrie ausgelösten Krise zu erholen. Hinzu kommt, dass auch der zweite wichtige Wirtschaftszweig Spaniens, der Tourismus, von der Krise betroffen ist. So sanken die Übernachtungszahlen in sämtlichen touristischen Einrichtungen um 6 %. Dies trifft vor allem die spanischen Appartementanlagen mit einem Rückgang von 8,8 % im Vergleich zum Vorjahresmonat⁶¹, gleichzeitig sanken die Preise für Übernachtungen im Jahresdurchschnitt um 6 %. Außerdem ist die Anzahl der Luxushotels der höchsten Kategorie (Fünf Sterne) um 13,1 % zurückgegangen ist, sodass davon ausgegangen werden kann, dass vor allem der Luxustourismus unter den Verlusten zu leiden hat⁶². Die Tatsache, dass aber auch die Übernachtungszahlen der spanischen Hotels insgesamt um 5,5 % und die Anzahl der Vier- und Drei-Sterne-Hotels um 6,7 % bzw. 5,4 % zurückgegangen sind⁶³, lässt darauf schließen, dass auch der Massentourismus – wenn auch geringere – Einbußen hinzunehmen hat. Im Gegensatz dazu haben sich die Übernachtungszahlen in den Anlagen, die dem Turismo Rural zuzurechnen sind, mit einer Zuwachsrate von 0,1 % trotz eines Preisanstieges von 0,7 % auf (niedrigem) Niveau halten können.^{64 65 66}

Wenn diese Entwicklungen weiter anhalten, könnten sie dazu führen, dass der Turismo Rural auch bei den Entscheidungsträgern, die derzeit offiziell noch an der Ferienstadt „Marina de Cope“ festhalten, zunehmend als Alternative zu den bisherigem Konzept angesehen wird, da

⁶⁰ Im Jahre 2006 wurden noch 800.000 Wohnungen fertig gestellt, 2009 wird die Anzahl an neugebauten Wohnungen auf unter 200.000 fallen (Quelle: KAHL, Hubert, 2009: Der kranke Mann in Europa - Warum Spanien nicht aus der Krise kommt, auf: <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,646704,00.html>, abgerufen am 4.9.2009)

⁶¹ Stand: Juli 2009

⁶² Quelle: Instituto Nacional de Estadística (Hrsg.), 2009: Pressemitteilung: „Las pernoctaciones en establecimientos hoteleros (...)“, auf: <http://www.ine.es/daco/daco42/prechote/cth0709.pdf>, abgerufen am 2.9.2009

⁶³ Diese beiden Kategorien weisen mit großem Abstand die meisten Übernachtungszahlen auf und sind daher diejenigen, die dem Massentourismus zugerechnet werden können. Quelle: Instituto Nacional de Estadística (Hrsg.), 2009: Pressemitteilung: „Las pernoctaciones en establecimientos hoteleros (...)“, auf: <http://www.ine.es/daco/daco42/prechote/cth0709.pdf>, abgerufen am 2.9.2009

⁶⁴ Quelle: Instituto nacional de Estadística (Hrsg.), 200: Pressemitteilung: „Las pernoctaciones en alojamientos turísticos (...)“, auf: <http://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/eoat0709.pdf>, abgerufen am 3.9.2009

⁶⁵ Alle Zahlen jeweils für Gesamtspanien

⁶⁶ Entgegen dem Trend stieg in der Region Murcia die Zahl der Touristen im Juli im Vergleich zum Vorjahresmonat um 24,3 % auf 119.867, während spanienweit die Zahl der Touristen um 6,1 % auf 6.635.837 sank. Die Region hat damit an der Gesamtzahl der ausländischen Reisenden noch immer einen sehr geringen Anteil in Höhe von 1,8 %. (Quelle: o. A., 2009: El turismo crece (...) – in: La Verdad, 22.8.2009, S. 3

er von der Krise derzeit weniger stark betroffen ist als andere Tourismusarten.⁶⁷ Hinzu kommt, dass nach den letzten Verlautbarungen die Planungen für „Marina de Cope“ Ende des Jahres 2009 abgeschlossen sein sollen und erst *danach* die Suche nach den Investoren, welche die Bausumme von 4.000 Millionen Euro aufbringen sollen, beginnt, sodass die Finanzierung dieses Projektes derzeit nicht gesichert ist.⁶⁸

Versucht man eine Betrachtung über einen längeren Zeitraum, also über „La Crisis“ hinweg, so ist nicht ausgeschlossen, dass auch bei wieder steigender Wirtschaftsleistung und Übernachtungszahlen eine verstärkte Orientierung zum Turismo Rural hin Bestand haben könnte. In den Augen der Bevölkerung nimmt die Umwelt bereits jetzt einen hohen Stellenwert ein, während der Tourismus „herkömmlicher“ Prägung schon vor der Krise⁶⁹ nicht mehr präferiert wurde und sich jetzt – in einer Krisenzeit - als anfällig erwiesen hat. Wenn die derzeitige Lage ein Umdenken auch bei den Planern und Entscheidungsträgern bewirkt, so könnte sich der Turismo Rural dauerhaft als dritter Weg neben den beiden bisherigen Konzepten etablieren. Gerade die südliche Costa Calida wäre aufgrund ihrer derzeit noch größtenteils vorhandenen Unberührtheit dafür prädestiniert. Diese Ansicht beginnt sich anscheinend mehr und mehr durchzusetzen. So wird beispielsweise von den regionalen Medien der Küstenabschnitt vor dem Dorf Calnegre als „wegen seiner Ruhe und Abgeschiedenheit einzigartig“⁷⁰ beschrieben und der Ort selbst als „kleines Dorf, welches uns zeigt, wie die mediterrane Küste vor dem beginnenden Massentourismus der 60er Jahre aussah“⁷¹ dem geplanten Luxus-Resort gewissermaßen als Ideal gegenübergestellt.⁷²

Insgesamt gesehen kann davon ausgegangen werden, dass die Dauer von „La Crisis“ die touristische Zukunft der Costa Calida bestimmen wird. Je länger sie dauert, desto wahrscheinlicher wird ein Umdenken und desto größer wird damit die Chance auf eine nachhaltige, schonende Nutzung der Region.

⁶⁷ Das erwähnte Maßnahmenpaket der Stadt Aguilas könnte als Indiz gewertet werden, dass zumindest im dortigen Stadtrat das Projekt „Marina de Cope“ inzwischen kritischer betrachtet wird.

⁶⁸ Quelle: MOLLEJO, J., 2009: Marina de cope revela su rostro – in: La Verdad, 3.8.2009, S. 6

⁶⁹ zum Zeitpunkt der Befragung

⁷⁰ Quelle: o.A., 2009: Ramonete, la de las dos mares – in: La Verdad, 25.8.2009, S. 6

⁷¹ Quelle: GALIANA, J.M., 2009: Marina de Ifre – in: La Verdad, 19.6.2009, S. 8-9 (eigene Übersetzung)

⁷² Aufgrund des zeitlichen Zusammenhanges und Inhaltes dürfte der Titel des Artikels, „Marina de Ifre“ nicht zufällig an den Namen der geplanten Ferienstadt, „Marina de Cope“, erinnern. „Ifre“ ist – wie auch „Cope“ - ein historischer Ortsname, der heute nur noch einen Landstrich bezeichnet.

ANHANG

I. ZUORDNUNGEN DER GENANNTEN BEISPIELORTE

Die folgende Tabelle listet die Zuordnungen der beispielhaften Ortsnennungen zu touristischen Konzepten (vgl. Kap. 3.1) in der Reihenfolge ihrer Häufigkeit. Die angegebenen Prozentzahlen beziehen sich auf die Häufigkeit der Nennung der Orte in der ihnen jeweils zugeordneten Kategorie:

Tabelle 13: Zuordnungen der beispielhaften Ortsnennungen

Dem Massentourismus wurden folgende Orte zugeordnet: Benidorm Ibiza Torrevieja Alicante	81,5 % 11,1 % 3,7 % 3,7 %
Dem Ökotourismus wurden folgende Orte zugeordnet: Galicia Asturias	60 % 40 %
Dem Luxustourismus wurden folgende Orte zugeordnet: Marbella La Manga Terrerros Marinador Almeria	75,6 % 9 % 7,7 % 6,4 % 1,3 %
Dem Turismo Rural wurden folgende Orte zugeordnet: Sierra Espuna Cazorla El noroeste ⁷³ Alpujarras Dona Ines Caceres Elche	46 % 33,7 % 10,2 % 3,1 % 3,1 % 2 % 2 %
Sonderfälle ⁷⁴ : Aguilas Mazarron Madrid Barcelona	- - - -

⁷³ der Nordwesten der Region Murcia

⁷⁴ Die Millionenstädte Madrid und Barcelona wurden einer Sonderkategorie „Großstädte“ zugeordnet, da der dort stattfindende Tourismus mehrheitlich nicht der in Kapitel 1.4 gegebenen Definition von „Tourismus“ entspricht und eine touristische Zuordnung im Sinne dieser Arbeit daher nicht möglich ist. Diese Nennungen erfolgten nur im Zusammenhang mit dem Massentourismus. Orte, die im Untersuchungsgebiet liegen (Aguilas und Mazarron) wurden der Sonderkategorie „Untersuchungsgebiet“ zugeordnet. Da beide Orte derzeit nicht als Destinationen genutzt werden, können sie auch nicht einer Tourismusart zugeordnet werden (vgl. Kap. 3.1)

II. FRAGEBÖGEN IN DEN ENDFASSUNGEN (SPANISCH/DEUTSCH)

LUGAR:

Sexo: O varón

O mujer

Edad:

Nivel de estudios: O Básica

O Secundaria

O Universidad

O AGUILAS

O MAZARRON

Residente en el lugar desde:

O Formación profesional

O otro

1a. ¿Conoce el concepto “turismo de masas”?

O si

O no

En caso afirmativo: ¿Lo relaciona con más propiedades positivas o negativas?

O Totalmente positivas

O Principalmente positivas

O En parte positivas, en parte negativas

O Principalmente negativas

O Totalmente negativas

Cite un ejemplo de un lugar de “turismo de masas”: _____

1b. ¿Conoce el concepto “ecoturismo” ?

O si

O no

En caso afirmativo: ¿Lo relaciona con más propiedades positivas o negativas?

O Totalmente positivas

O Principalmente positivas

O En parte positivas, en parte negativas

O Principalmente negativas

O Totalmente negativas

Cite un ejemplo de un lugar de “ecoturismo”: _____

1c. ¿Conoce el concepto “turismo de lujo” ?

O si

O no

En caso afirmativo: ¿Lo relaciona con más propiedades positivas o negativas?

O Totalmente positivas

O Principalmente positivas

O En parte positivas, en parte negativas

O Principalmente negativas

O Totalmente negativas

Cite un ejemplo de un lugar de “turismo de lujo”: _____

1d. ¿Conoce el concepto “turismo rural” ?

O si

O no

En caso afirmativo: ¿Lo relaciona con más propiedades positivas o negativas?

O Totalmente positivas

O Principalmente positivas

O En parte positivas, en parte negativas

O Principalmente negativas

O Totalmente negativas

Cite un ejemplo de un lugar de “turismo rural”: _____

2. ¿Qué importancia tiene para usted mantener el medio ambiente intacto?

O mucha importancia

O bastante importancia

O cierta importancia

O poca importancia

O ninguna importancia

3. ¿Qué importancia tiene para usted la expansión turística en este lugar?
 mucha importancia
 bastante importancia
 cierta importancia
 poca importancia
 ninguna importancia
4. ¿En qué grado se siente usted vinculado a este lugar?
 vinculado muy fuertemente
 vinculado fuertemente
 vinculado
 vinculado relativamente
 no se siente vinculado en absoluto
5. ¿Cuánto interés le despierta el desarrollo de este lugar?
 mucho interés bastante interés cierto interés poco interés ningún interés
6. ¿Cuánto interés tiene para usted el tema "Desarrollo turístico de este lugar y sus alrededores"?
 mucho interés bastante interés cierto interés poco interés ningún interés
7. ¿Qué importancia tiene para usted que la población participe en la planificación del desarrollo turístico?
 mucha importancia
 bastante importancia
 cierta importancia
 poca importancia
 ninguna importancia
8. ¿Cómo calificaría las posibilidades con las que cuenta la población en la actualidad para participar en la planificación del desarrollo turístico?
 O muy bien O bien O regular O mal Omuy mal
9. ¿Intenta usted influir activamente en el desarrollo turístico de este lugar? O si O no
 En caso afirmativo: ¿Con qué se relacionan sus actividades?

 En caso negativo: ¿Por qué no?
10. Sólo en el caso de que haya respondido negativamente a la pregunta 9: si se le presentara la posibilidad, ¿tomaría parte activa en la planificación turística? O si O no
11. ¿Considera que recibe suficiente información acerca del desarrollo turístico? O sí O no
12. ¿Trabaja usted en un sector económico que se podría beneficiar si hubiese más demanda turística (gastronomía, comercio al por menor, hostelería, sector inmobiliario)? O si O no
13. ¿Qué oportunidad mas grande tendría usted en el caso de que hubiese mayor demanda turística?
14. ¿Qué peligro mas grande veria usted con una mayor demanda turistica?
15. ¿Qué le gustaría decirles a los responsables de la planificación turística?
16. ¿Por qué motivos recomendaría a un amigo visitar este lugar?

17. En las tres siguientes escalas, haga una cruz en el número que más se ajuste a su opinión. Si no tiene ninguna opinión al respecto, deje la escala correspondiente en blanco.

	1	2	3	4	5	
Magnitud de la explotación turística fuerte explotación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ninguna explotación
Grado de frecuentación turística Turismo de masas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	turismo individual
Orientación del turismo Orientación económica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	orientación ecológica

Nota a los números (categorías): 1= fuerte tendencia hacia la premisa de la izquierda; 2= ligera tendencia hacia la premisa de la izquierda, 3= tendencia al equilibrio, 4= ligera tendencia hacia la premisa de la derecha, 5= fuerte tendencia hacia la premisa de la derecha.

18. Espacio para otros comentarios:

ORT:

O AGUILAS O MAZARRON

Geschlecht: O männlich O weiblich - Alter: Wohnhaft im Ort seit:
Schulabschluss: O Volksschule O Abitur O Berufsschulabschluss
O Universität O Anderer

1a. Kennen Sie den Begriff „Massentourismus“ ? O ja O nein

1aa. Falls ja – Verbinden Sie mit dem Begriff mehr positive oder mehr negative Eigenschaften ?

- deutlich positiv
- überwiegend positiv
- teils positiv, teils negativ
- überwiegend negativ
- deutlich negativ

1ab. Nennen Sie bitte einen Ort in Spanien für „Massentourismus“: _____

1b. Kennen Sie den Begriff „Ökotourismus“ ? O ja O nein

1ba. Falls ja – Verbinden Sie mit dem Begriff mehr positive oder mehr negative Eigenschaften ?

- deutlich positiv
- überwiegend positiv
- teils positiv, teils negativ
- überwiegend negativ
- deutlich negativ

1bb. Nennen Sie bitte einen Ort in Spanien für „Ökotourismus“: _____

1c. Kennen Sie den Begriff „Ländlicher Tourismus“ ? O ja O nein

1ca. Falls ja – Verbinden Sie mit dem Begriff mehr positive oder mehr negative Eigenschaften ?

- deutlich positiv
- überwiegend positiv
- teils positiv, teils negativ
- überwiegend negativ
- deutlich negativ

1cb. Nennen Sie bitte einen Ort in Spanien für „Ländlichen Tourismus“: _____

1d. Kennen Sie den Begriff „Luxustourismus“ ? O ja O nein

1da. Falls ja – Verbinden Sie mit dem Begriff mehr positive oder mehr negative Eigenschaften ?

- deutlich positiv
- überwiegend positiv
- teils positiv, teils negativ
- überwiegend negativ
- deutlich negativ

1db. Nennen Sie bitte einen Ort in Spanien für „Luxustourismus“: _____

2. Wie wichtig ist Ihnen eine intakte Umwelt ?

- sehr wichtig wichtig weniger wichtig eher unwichtig unwichtig

3. Wie wichtig ist Ihnen die touristische Expansion in Aguilas ?

- sehr wichtig wichtig weniger wichtig eher unwichtig unwichtig

4. Wie stark fühlen Sie sich mit Aguilas verbunden ?

- sehr stark verbunden
- stark verbunden
- verbunden
- schwach verbunden
- überhaupt nicht verbunden

5. Wie stark interessieren Sie sich für die Entwicklung von Aguilas?

- sehr stark stark durchschnittlich schwach überhaupt nicht

6. Wie stark interessiert Sie das Thema „Touristische Entwicklung in Aguilas und Umgebung“ ?

- sehr stark stark durchschnittlich schwach überhaupt nicht

7. Wie wichtig ist Ihnen die Beteiligung der Bevölkerung an der touristischen Entwicklungsplanung?
O sehr wichtig O wichtig O weniger wichtig O eher unwichtig O unwichtig

8. Wie bewerten Sie die aktuellen Beteiligungsmöglichkeiten der Bevölkerung an der touristischen Entwicklungsplanung?
O sehr gut O gut O durchschnittlich O schlecht O sehr schlecht

9. Versuchen Sie, auf die touristische Entwicklung in Aguilas aktiv Einfluss zu nehmen? O ja O nein
Falls ja: Worauf beziehen sich Ihre Aktivitäten ?

Falls nein: Weshalb nicht ?

10. Nur falls Frage 9 mit „nein“ beantwortet wurde: Würden Sie sich aktiv an den touristischen Planungen beteiligen, wenn die Möglichkeiten dazu gegeben wären? O ja O nein

11. Fühlen Sie sich über die touristische Entwicklungsplanung ausreichend informiert? O ja O nein

12. Arbeiten Sie in einem Wirtschaftszweig, der Ihrer Meinung nach von verstärkter touristischer Nutzung profitieren könnte (bspw. Gastronomie, Einzelhandel, Hotellerie, Immobilienbranche) ? O ja O nein

13. Welche Chancen sehen Sie in einer verstärkten touristischen Nutzung für sich und/oder Aguilas ?

14. Welche Risiken sehen Sie in einer verstärkten touristischen Nutzung für sich und/oder Aguilas ?

15. Was würden Sie den für die touristische Planung Verantwortlichen gerne sagen ?

16. Was würden Sie einem Freund sagen, weshalb es sich lohne, Aguilas zu besuchen ?

17. Bitte kreuzen Sie in den drei folgenden Skalen den Kreis an, der Ihrer Einstellung am ehesten entspricht. Erklärung der Zahlen (Kategorien): 1=Starke Tendenz zur links stehenden Forderung, 2=Schwache Tendenz zur links stehenden Forderung, 3=Tendenz zum Ausgleich, 4=Schwache Tendenz zur rechts stehenden Forderung, 5= Starke Tendenz zur rechts stehenden Forderung

	1	2	3	4	5	
Ausmaß der touristischen Nutzung						
Keine Nutzung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	starke touristische Nutzung

Ausmaß der touristischen Frequentierung						
Massentourismus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Individualtourismus

Ausrichtung des Tourismus						
ökonomisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ökologisch

18. Raum für sonstige Einträge:

III. LITERATURVERZEICHNIS

AGULLO, R. 2007: Marina de Cope lanzara definitivamente a Aguilas – in: La actualidad, 11.5.2007

ALCARAZ VARO, E. u.a. 2000: Diccionario de terminos de turismo y de ocio, Madrid

BATTIS, U., KRAUTZBERGER, M., LÖHR, R.-P., 2009: BauGB-Baugesetzbuch, München

BEYER, M. 2003: Partizipation als Herausforderung für Tourismusprojekte in der Entwicklungszusammenarbeit

BIEGER, T. 2004: Tourismuslehre – Ein Grundriss, Bern

BIRK, Dr. H.-J. 1996: Bauplanungsrecht in der Praxis, Stuttgart/Dresden

BUITRAGO, M. 2006: Un informe de 25 universidades denuncia la liquidacion de grandes espacios naturales en la Region – in: La Verdad, 22.12.2006

Centre for Industrial Studies (Hrsg.), 2008: Die Auswirkungen des Tourismus auf Küstenregionen, Brüssel

Centro Nacional de Informacion Geografica (Hrsg.) 2003: MTN50-Hoja 975-Puerto Lumbreras, Madrid

Centro Nacional de Informacion Geografica (Hrsg.) 2003: MTN50-Hoja 976-Mazarron, Madrid

Centro Nacional de Informacion Geografica (Hrsg.) 2003: MTN50-Hoja 977-Cartagena, Madrid

Centro Nacional de Informacion Geografica (Hrsg.) 2001: MTN50-Hoja 997-Aguilas, Madrid

Centro Nacional de Informacion Geografica (Hrsg.) 2002: MTN50-Hoja 977b-Cope, Madrid

- de ORTEGA, E. (Hrsg.) 2003: Investigacion y Estrategias Turisticas, Madrid
- de PEREZ DE LAS HIEBAS, M. 2004: Manual del Turismo sostenible: Como conseguir un turismo social, economico y ambientalmente responsable, Madrid
- de PUERTAS, X. 2007: Historia del Turismo en Espana en el Siglo XX, Madrid
- EGNER, H. (Hrsg.) 2003: Tourismus – Lösung oder Fluch, Mainz
- FREYER, W. 2001: Tourismusmarketing, München
- FRIEDL, H. A. 2007: Das gebuchte Paradies – Gutes Gewissen inklusive, Norderstedt
- FUCHS, W. MUNDT, J. und ZOLLONDS, H.D. (Hrsg.) 2008: Lexikon Tourismus, München
- EGGER, R. und HERDIN, T. 2007: Tourismus-Herausforderung-Zukunft, Münster
- GALIANA, J.M., 2009: Marina de Ifre – in: La Verdad, 19.6.2009
- GARCIA HENCHE, B. 2006: Marketing del Turismo Rural, 2. Auflage, Madrid
- GOMEZ-LIMON GARCIA, J. o.J.: Turismo sostenible: Carta europea del turismo sostenible en Espacios Naturales Protegidos, Lebrija
- GONZALES ORTIZ, J.L. 1999: Geografia de la Region de Murcia, Murcia
- GUTIERREZ BRITO, J. 2007: La investigacion social del Turismo: Perspectivas y aplicaciones, Madrid
- HACHTMANN, R. 2007: Tourismus-Geschichte, Stuttgart
- Dr. HANLE, A. 1991: Schüler-Duden Die Geographie
- HASSE, J. und SCHUHMACHER, F. 1990: Sanfter Tourismus, Bunderhee

HERNANDEZ LUIS, J. A. 2008: El turismo de masas: Evolucion y Perspectivas, Madrid

Hotelsuchseite <http://www.clever-hotels.com>, abgerufen am 21.3.2009

HUNZIKER, W. und KRAPF, K., 1942: Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre, Zürich

Instituto Nacional de Estadística (Hrsg.), 2009: Clasificación Nacional de Actividades Económicas - Resultados por comunidades autónomas y provincias, auf: http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t22/e308_mnu&file=inebase&N=&L=0, abgerufen am 2.8.2009

Instituto nacional de Estadística (Hrsg.), 200: Pressemitteilung: „Las pernoctaciones en alojamientos turísticos (...)“, auf: <http://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/eoat0709.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (Hrsg.), 2009: Pressemitteilung „Las pernoctaciones en establecimientos hoteleros (...)“, auf: <http://www.ine.es/daco/daco42/prechote/cth0709.pdf>, abgerufen am 2.9.2009

Instituto Nacional de Estadística (Hrsg.) 2007: Nivel de Estudios de la Población adulta, o.O.

Instituto Nacional de Estadística (Hrsg.) 2007: Pressemitteilung „La población empadronada (...)“ vom 11. Juni 2007, o.O.

JAFARI, J. 2002: Enciclopedia del Turismo, Madrid

JÄGGI, M. und STAUFFER, B. 1990: Grün und integriert – Wie in Tunesien Naturlandschaften für Luxustourismus zerstört werden, Zürich

KAHL, H. 2009: Hoffen und Bangen in Spanien – Tourismus geht zurück, auf: <http://www.n-tv.de/reise/dossier/Tourismus-geht-zurueck-article391105.html>, abgerufen am 9.7.2009

KAHL, H., 2009: Der kranke Mann in Europa - Warum Spanien nicht aus der Krise kommt, auf: <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,646704,00.html>, abgerufen am 4.9.2009

KIEFL, W. und BACHLEITNER, R. 2005: Lexikon zur Tourismussoziologie, München

KRIPPENDORF, J. (Hrsg.), 1987: Freizeit und Tourismus, Bern

LESER, H. 1997: Wörterbuch Allgemeine Geographie, München

LUDWIG, K. 1990: Der neue Tourismus – Rücksicht auf Land und Leute, München

MANN, T., PÜTTNER, G. (Hrsg.), 2007: Handbuch der kommunalen Wissenschaft und Praxis - Band 1, Berlin

MOLLEJO, J., 2009: Marina de cope revela su rostro – in: La Verdad, 3.8.2009

MOLLEJO, J. 2007: Llamazares alerta de que 'la corrupcion es la mayor amenaza para la democracia'- in: La Verdad, 15.5.2007

MOLLEJO, J. 2007: Rajoy pide al PSOE que limpie 'su propia casa de corrupcion'- in: La Verdad, 13.5.2007

o. A. 2010: Umstrittene neue Bauleitplanung für Santa Cruz unter heftigen Protesten verabschiedet, - in: Wochenblatt, Die Zeitung der Kanarischen Inseln vom 20.1.2010)

o. A. 2009: Auf die Barrikaden - in: Costa Calida Nachrichten, 31.12.2009

o. A. 2009: Todosol bewölkt, - in: Costa Calida Nachrichten, 24.12.2009

o. A. 2009: Ramonete, la de las dos mares – in: La Verdad, 25.8.2009, S.6

o. A. 2009: Yacimientos de turistas – in: La Verdad, 25.6.2009

o. A. 2009: Mazarrons Bürgermeister freigesprochen – in: Costa Calida Nachrichten, 9.1.2009

o. A. 2008: Setecientas hectares de Marina de Cope ya son urbanizables – in: La Verdad, 30.12.2008

o.A. 2005: Ley para la calidad en la Edificacion de la Region de Murcia – in: Boletin Oficial de la Region de Murcia Numero 29, 4.2.2006

o. A. 2008: Ley del Suelo, auf: <http://www.boe.es/boe/dias/2008/06/26/pdfs/A28482-28504.pdf>, abgefragt am 25.1.2010

o. A. 2007: Duden – Deutsches Universalwörterbuch, Mannheim

o. A. 2007: Die Städte mit den meisten Hochhäusern pro Kopf, auf: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,501493,00.html>, abgerufen am 30.11.2008

o. A. 2006: El turismo de calidad en el punto de mira del nuevo consorcio turistico local – in: La actualidad, 15.12.2006

o. A. 2006: Korruptionsskandal in Marbella: Bürgermeisterin festgenommen, auf <http://www.jurablogs.com/de/korruptionsskandal-in-marbella-buergermeisterin-festgenommen>, abgerufen am 26.1.2010

o. A. 2002: Benidorm – Platz zum Leben, auf: <http://www.leben-in-spanien.com/cgi-bin/page.pl?id=233>, abgerufen am 22.11.2008

o. A. 1978: Verfassung des Königreiches Spanien - Deutsche Übersetzung, Madrid

Offizielle Internetseite der Europäischen Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten: http://www.european-charter.org/faq_neu.htm#XII, abgerufen am 20.3.2009

Offizielle Internetseite der Internationalen Gesellschaft für Ökotourismus: http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/k.BEB9/What_is_Ecotourism__The_International_Ecotourism_Society.htm, abgerufen am 2.3.2009

Offizielle Internetseiten der Stadt Aguilas: <http://www.aguilas.es>, zuletzt abgerufen am 19.7.2009

Offizielle Internetseiten der Stadt Marbella: <http://www.marbella.es>, abgerufen am 1.2.2009

Offizielle Internetseiten der Stadt Mazarron: <http://www.mazarron.es>, zuletzt abgerufen am 20.7.2009

Offizielle Internetseite der UNWTO (United Nations World Tourism Organisation): <http://www.unwto.org>, zuletzt abgerufen am 2.2.2010

Oficina de Turismo de Aguilas (Hrsg.) 2007: Informationsbroschüre Aguilas, Aguilas

Oficina de Turismo de Cartagena (Hrsg.) 2007: Informationsbroschüre Cartagena, Cartagena

Oficina de Turismo de Lorca (Hrsg.) 2007: Informationsbroschüre Lorca, Lorca

Oficina de Turismo de Mazarron (Hrsg.) 2007: Informationsbroschüre Mazarron, Mazarron

PONGRATZ, C.A. 2001: Massentourismus – Zur sozialen Problematik des Verhältnisses zwischen Einheimischen und Gästen am Beispiel Gran Canaria, Wien

POSER, H. 1939: Geographische Studien über den Fremdenverkehr im Riesengebirge, Göttingen

RIBES, Rosana und TRIGUERO, Nuria 2009: Sol y playa, renovarse o morir? – in: La Verdad-Dinero y empleo, 14.6.2009

RUPPERT, K. und MAIER, J. (Hrsg.) 1970: Geographie des Freizeitverhaltens, Regensburg

SANCHEZ DE MADARIAGA, I., 2002: Aktuelle Tendenzen in der spanischen Raumordnung, Volos (in der Übersetzung von U. Altrock)

SCHOLZ, W.: Nachhaltiger (Massen-)Tourismus auf Mallorca?, in: BORGHARDT, J., MELTZER, L., ROEDER, S., SCHOLZ, W., WÜSTENBERG, A. (Hrsg.), 2002: ReiseRäume – Touristische Entwicklung und räumliche Planung, Dortmund

SEEBOTH, A. 1995: Sanfter Tourismus in der Türkei, Frankfurt am Main

SOLER, A. und JEREZ, S. 2006: Los populares afirman que Marina de Cope sera ´el soporte´ de Aguilas – in: El Faro, 15.12.2006

SIMO, G. 2007: Seminario del impacto socioeconomico de la autopista – in: La actualidad, 18.5.2007

SPUTZ, K. 1919: Geographische Bedingungen und Wirkungen des Fremdenverkehrs in Tirol, Wien

STRADNER, J. 1905: Der Fremdenverkehr - Eine volkswirtschaftliche Studie, Graz

STEINECKE, A. 2006: Tourismus – Eine geographische Einführung. Braunschweig

TORRES ARRABAL, M. und JUAREZ GUTIERRES, J. 2000: Verschiedene Typen des Tourismus, Granada

VIDAL, D. und HERMIDA, G. 2007: IU+LV y los partidos locales tienen la llave del gobierno en 9 municipios – in: La Verdad, 29.5.2007

VIELHABER, A., MÜLLER, H., KÖSTERKE, A., ENDER, W., 1997: Fernreisen 2005, Ammerland

WALS, P. 2009: Aguilas apuesta por la pesca y el mar para atraer turismo especializado – in: La Verdad, 31.12.2008

WEGENER-SPÖHRING, G. 1991: Massentourismus und Pädagogik – Essays, Theorien, Gedanken zu einer gestörten Beziehung, Hohengehren