



## UNESCO Welterbeprogramm und Tourismus



**REWE** ■ ■  
GROUP

23.04.2010

1

Touristik der REWE Group – Das Unternehmen

2

Mechanismen des Tourismus

3

Partnerschaft Welterbe und Tourismus

4

Welterbe und Tourismus – Chance für Entwicklungsländer

5

Touristik der REWE Group und das Welterbe

6

Tour Operators Initiative – Internationale Zusammenarbeit

Reiseveranstalter: Pauschalveranstalter:



Bausteinveranstalter:



Reisebüros:

Touristik:



Businesstravel:



Beteiligungen:

Dienstleister:

REWE Touristik Destination Management,  
REWE Touristik Airport Services, ...

Hotelmarken:



Benötigt der Tourismus Welterbestätten?

Oder

Benötigen Welterbestätten Tourismus?

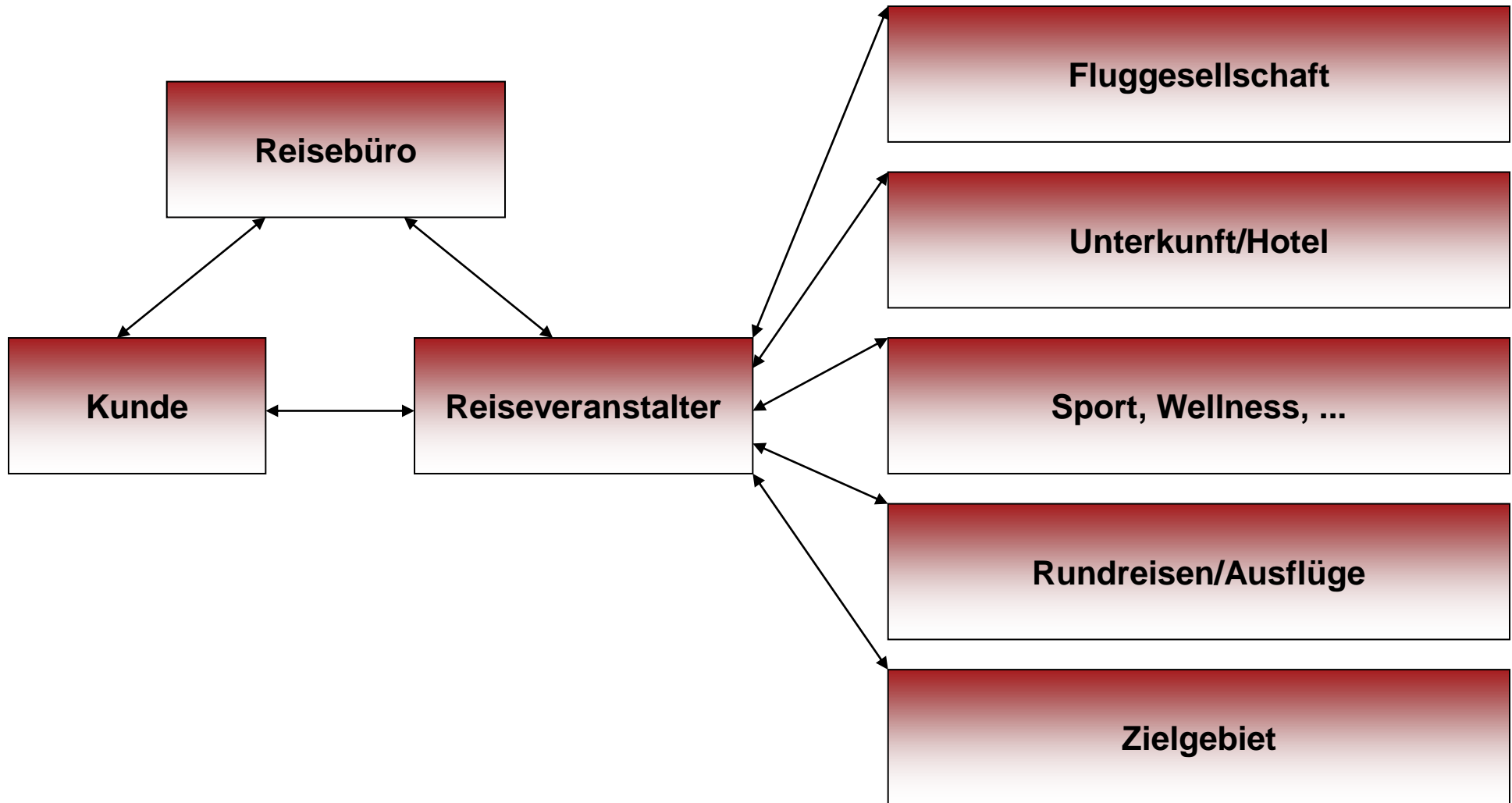
## Welche Arten von Tourismus gibt es?

### Ökotourismus

- kleine, überschaubare Reisegruppen
- Orte abseits der großen Touristenzentren werden besucht
- organisiert von kleinen oder mittelgroßen, meist hoch spezialisierten Reiseveranstaltern

### „Massen-“ bzw. „Volumentourismus“

- große Anzahl von Touristen
- Orte von allgemeinem Interesse mit meist weit entwickelter touristischer Infrastruktur werden besucht
- organisiert von großen Reiseveranstaltern



## Welches sind die Erfolgsfaktoren für einen Reiseveranstalter?

- Tourismus ist im wesentlichen eine nachfrageorientierte Industrie.
- Aufgabe des Reiseveranstalters ist es, ein „Reisepaket“ zusammen zu stellen, dass die Erwartungen der Kunden erfüllt.
- Dazu müssen die Erwartungen der Kunden bekannt sein.
- Aus den Erwartungen der Kunden leiten sich deren Entscheidungskriterien ab.

## Entscheidungskriterien für Reisegäste

### Praktische Gesichtspunkte

- Flugdauer, Visaregelungen, Impfeempfehlungen, Kosten, ...

### Touristische Infrastruktur

- Hotelstandards
- Restaurants, Bars, Diskotheken, ...
- Attraktionen, Kultur- und Sportangebote, Shopping, ...
- Strände!

### Urlaubsland

- Klima
- Menschen
- Natur
- Kultur

## Gästeerwartung an die Natur im Urlaubsland

- Wasser und Strand müssen sauber sein!
- Meer und Unterwasserwelt müssen erlebenswert sein!
- Landschaft und Umgebung müssen frei von Müll sein und zur Erkundung einladen!
- Die Luft muss rein sein!
- Überentwickelte Urlaubsgebiete schrecken Urlauber zunehmend ab!

## Gästeerwartung an die Kultur im Urlaubsland

- Qualifizierte Informationen über die Historie des Urlaubslandes!
- Archäologische Stätten müssen zugänglich sein und über mehrsprachige Informationstafeln verfügen!
- Gäste erwarten restaurierte und geschützte historische Stätten und Monumente!
- Museen und Ausstellungen müssen gut arrangiert sein!

Kultur im Urlaub ist eine Frage der Präsentation –

etwas „Entertainment“ ist willkommen!

## Bedürfnisse der Tourismusindustrie:

- Zugang zu historischen Stätten und Naturreservaten
- geschützte und möglichst unberührte Natur
- gut erhaltene und restaurierte kulturelle Stätten und Monumente
- geeignete Besucher-Infrastruktur an Kulturstätten und in Naturreservaten
- gut ausgebildete Reiseleiter und Besucherbetreuer
- starke Partner, die dies leisten können!

## Bedürfnisse der Tourismusindustrie:

- Zugang zu historischen Stätten und Naturreservaten
- geschützte und möglichst unberührte Natur
- gut erhaltene und restaurierte kulturelle Stätten und Monumente
- geeignete Besucher-Infrastruktur an Kulturstätten und in Naturreservaten
- gut ausgebildete Reiseleiter und Besucherbetreuer
- starke Partner, die dies leisten können!

Das Welterbe ist ein besonders geeigneter Partner für die  
Tourismusindustrie!

## Vorteile für das Welterbe:

### Kommunikation

- Reiseveranstalter sind „Multiplikatoren“
- Reiseveranstalter versorgen ihre Gäste mit vielfältigen Informationen
- Reiseveranstalter nehmen Einfluss auf ihre Leistungspartner
- Reiseveranstalter bewerben ihre Produkte im Quellmarkt  
(Reisekataloge, Messen, spezielle Veranstaltungen, Internet, ...)

### Zusammenarbeit

- Reiseveranstalter können spezielle Reiseprodukte zusammenstellen
- Reiseveranstalter können Aktivitäten des Welterbes unterstützen

## Vorteile für das Welterbe:

### Verständnis und Respekt seitens der Reisenden

- Natur und Kultur, die persönlich erlebbar sind, werden in besonderem Maße in Wert gesetzt und als schützenswert eingestuft!

### Respekt und Unterstützung seitens der Urlaubsdestinationen

- Der Tourismus beeinflusst zunehmend die Entwicklung in den Destinationen
  - Tourismus schafft Arbeitsplätze und Einkommen
  - Welterbestätten stellen wichtige touristische Attraktionen dar
- => Tourismus mag an manchen Stellen der einzige „wirklich verstandene gute Grund“ sein, weshalb Natur und Kultur als schützenswert eingestuft werden!

Benötigt der Tourismus Welterbestätten?

Benötigen Welterbestätten Tourismus?

Der Tourismus profitiert von Welterbestätten!

Welterbestätten profitieren vom Tourismus!

## Wie wird die Zusammenarbeit für beide Seiten gewinnbringend?

### Typische Problemfelder (aus Sicht der Tourismuswirtschaft)

- Touristen werden unterschwellig als „lästiges Übel“ empfunden, nicht als „Kunden“ wahrgenommen
- Tourismusmanagement wird nicht als Aufgabe einer Welterbestätte angesehen
- Die Kenntnisse über die Strukturen des Tourismus, Marktsegmente und die Erwartungshaltung der Kunden sind lückenhaft
- Die touristische Infrastruktur ist mancherorts unterentwickelt
- Die Besucherlenkung funktioniert nicht – Touristen verursachen unnötigerweise Schäden an Welterbestätten
- Die Welterbestätte profitiert nicht wirtschaftlich vom Tourismus

## Tourismus als Chance sehen!

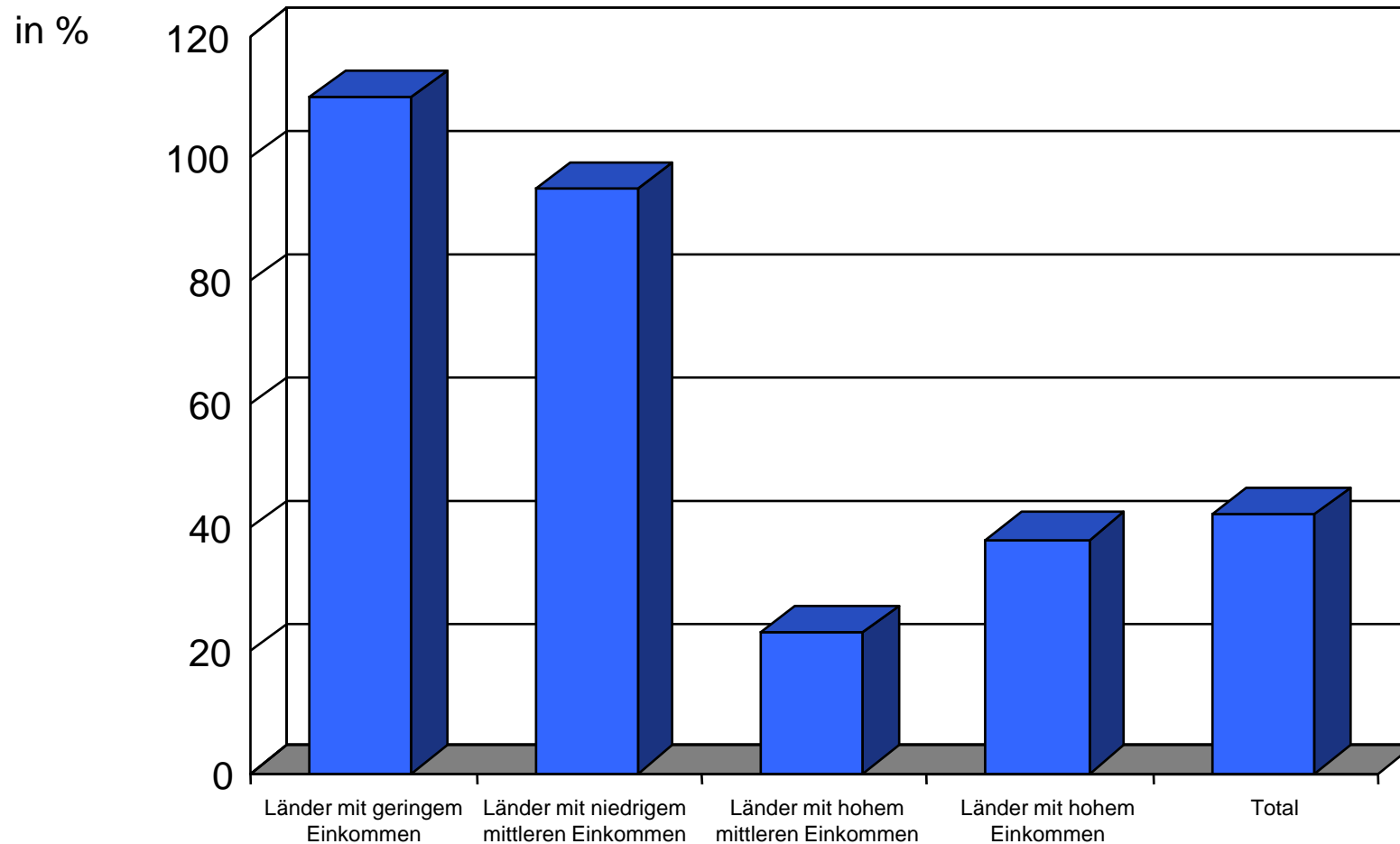
- Planung und Durchführung von touristischen Besuchen sollten als Aufgabe des Managements einer Welterbestätte verstanden werden
- Grundlegende Kenntnisse über die Mechanismen des Tourismus sollten ebenso vorhanden sein
- wie Kenntnisse über die Beweggründe und die Erwartungshaltung der Besucher
- Die erforderliche touristische Infrastruktur muss gegeben sein
- Lenkung und Information der Besucher sollten professionell erfolgen; Guides gut ausgebildet sein
- Ein betriebswirtschaftliches Gesamtkonzept sollte umgesetzt werden; die Welterbestätte sollte wirtschaftlich profitieren

## Vorschlag:

### gemeinsames Schulungskonzept für WE-Manager und Touristiker

- Herausforderungen ans Welterbe-Management
- Probleme bei der Planung öffentlicher Nutzung
- Mechanismen der Tourismuswirtschaft
- Gästesegmente und Erwartungshaltung der Besucher
- Infrastruktur und Besucherlenkung
- Attraktive Darbietung von Informationen
- Aspekte der Wirtschaftlichkeit

## Anstieg der internationalen Touristenankünfte 1991 - 2001



Quelle: World Tourism Organisation; World Development Report 2003 (World Bank)



Quelle: UN World Tourism Organisation

## Chancen durch Tourismus

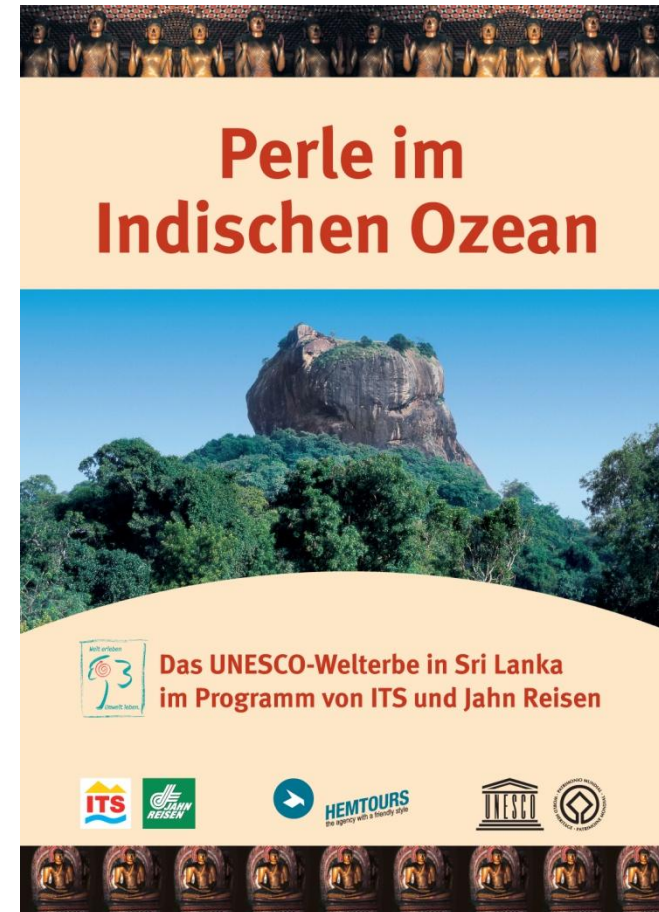
- Tourismus ist eine Wachstumsindustrie
- Tourismus entwickelt sich in Ländern mit niedrigem Einkommen in besonderem Maße
- Tourismus ist für viele Empfängerländer bereits heute eine wichtige oder die wichtigste Einnahmequelle
- Tourismus generiert 12-15 % des weltweiten Bruttosozialproduktes
- Tourismus ist beschäftigungsintensiv
- Tourismus schafft die Schlüsselnachfrage für viele andere Wirtschaftsbereiche (Landwirtschaft, Transportwesen, Bauindustrie, u.a.)
- Tourismus hat niedrige Einstiegshürden, bietet Arbeitsplätze auch für geringere Bildungsniveaus

## Chancen durch Welterbestätten

- Tourismus findet nicht „grundlos“ statt, es muss einen spezifischen Anreiz geben, eine bestimmte Reise zu unternehmen
- Reiseveranstalter brauchen gute Gründe, um ein neues Urlaubsgebiet ins Programm aufzunehmen
- Gäste müssen diese Gründe akzeptieren und als ausreichend für die eigene Reiseplanung ansehen
- Der Marketingaufwand ist enorm; neue Ziele erfordern eine erhebliche Vorlauffinanzierung seitens Veranstalter und Fremdenverkehrsbüros
- Gutes Wetter, schöne Strände, hervorragende Hotels, ..., gibt es vielerorts
- Welterbestätten sind einzigartig – können daher den zentralen Reisegrund darstellen, den „USP“
- Welterbestätten, die zum „Tourismusmagnet“ werden, stellen einen großen wirtschaftlichen Wert dar und müssen erhalten werden

## Informationsmaterial für unsere Gäste

- Allgemeine Informationen zum UNESCO-WH-Programm
- Informationen über die Bedeutung des Welterbes für den Tourismus
- Sri Lanka und seine WH-Stätten
- Beschreibung aller WH-Stätten in Sri Lanka



## Aktivitäten der Touristik der REWE Group

- Informationsstand zum Welterbe auf Programmpräsentation Sommer 2005
- Integration des Themas in das Qualifizierungsprogramm für Reisebüros
- Informationen für die Mitarbeiter im Mitarbeitermagazin und im Intranet
- Informationen zu den im Programm enthaltenen WH-Stätten in den Reisekatalogen





## **TOUR OPERATORS INITIATIVE**

### FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT

- gegründet: März 2000 in Berlin, Sitz bis Ende 2005 in Paris, seit Januar 2006 in Madrid bei der UNWTO
- Schirmherrschaft: UNEP, UNESCO-WHC und UNWTO
- Mitglieder: zur Zeit 23 Reiseveranstalter aus aller Welt
- diverse Arbeitsgruppen, u.a. „Destination Management“, „Supply Chain Management“, „Sustainable Reporting“
- [www.toinitiative.org](http://www.toinitiative.org)



**Vielen Dank!**

**Peter Zimmer im Auftrag von  
Andreas Müseler  
Umwelt und Nachhaltigkeit  
Touristik der REWE Group**