

Tourismus: Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Stephan Stober

Wer an Kolumbien denkt, hat meistens zunächst nicht Urlaub im Kopf. “Und warum muss es ausgerechnet Kolumbien sein? Kolumbien ist gefährlich!” (Grohmann 2016). So oder so ähnlich mag die Reaktion im Bekanntenkreis ausfallen, wenn Kolumbien als nächstes Reiseziel bekannt gegeben wird. Doch tatsächlich ist Kolumbien als Reiseland sicherer geworden und erlebt einen Aufschwung an internationalen Ankünften. Der internationale Tourismus hat vor allem in den letzten Jahren ein beschleunigtes Wachstum verzeichnet.

Jahr	Touristenankünfte*	Wachstum %
2010	2.385.000	
2011	2.045.000	-16 %
2012	2.175.000	6 %
2013	2.288.000	5 %
2014	2.565.000	12 %
2015	2.968.000	16 %

*Die Zahlen beinhalten: Ankünfte von ausländischen Gästen in Kolumbien sowie Ankünfte von im Ausland lebenden kolumbianischen Staatsangehörigen. Ankünfte von Kreuzfahrtschiffen und sog. *transfronterizos* (z.B. Pendler, die die Staatsgrenze aus beruflichen Gründen überqueren) sind nicht einberechnet.

Tabelle 1: Internationale Touristenankünfte in Kolumbien. Quelle: World Tourism Organization 2016.

Zuvor hatten der bewaffnete Konflikt zwischen den verschiedenen illegalen Gruppen und der Regierung, terroristische Anschläge, *pesca milagrosas*¹ und hohe Kriminalitätsraten in den Großstädten den Tourismus

1 Kolumbianischer Begriff für Entführungen während Überlandfahrten.

bis auf wenige Ausnahmen praktisch zum Erliegen gebracht. Die einheimische Bevölkerung trotzte der Gefahrenlage teilweise und fuhr an Wochenenden oder zu Ferienzeiten in von Militär begleiteten Karawanen von den Ballungsgebieten in die umliegenden touristischen Erholungsgebiete. Internationaler Tourismus fand im Grunde nur punktuell an der Karibikküste in Cartagena und auf der Insel San Andrés statt, an organisierte Rundreisen durch Kolumbien war kaum zu denken.

Seit 2002 hat sich die Sicherheitslage im Land verbessert und auch das Deutsche Auswärtige Amt stuft zumindest die Hauptrouten zwischen den wichtigen Städten und üblichen touristischen Zentren als sicher ein. So heißt es in den Sicherheitshinweisen der Deutschen Botschaft: "Die kolumbianischen Sicherheitsbehörden haben in den vergangenen Jahren erhebliche logistische und personalintensive Anstrengungen unternommen, um die Sicherheit der Straßenverbindungen zwischen den wichtigsten Städten des Landes zu gewährleisten" (Auswärtiges Amt 2016). Die Botschaften anderer Länder, die internationale Presse und die Sicherheitsabteilungen der internationalen Reiseveranstalter bewerten die Situation ähnlich, wenngleich natürlich die immer noch bestehenden Sicherheitsrisiken und das damit verbundene Image die größte Barriere für die Destination darstellen.

Für die derzeitige Entwicklung des Tourismus in Kolumbien ist dementsprechend neben den globalen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auch die Performance einzelner Akteure wie des Tourismus- und Exportförderbüros ProColombia entscheidend. Dieses hat große Anstrengungen unternommen und Investitionen getätigt, um das Image Kolumbiens im Ausland aufzupolieren. "Colombia, the only risk is wanting to stay" war über einige Jahre hinweg der Slogan, der im sogenannten Destinations-Marketing zum Einsatz kam und in zahlreichen internationalen Tourismusmagazinen, Zeitschriften und Plakaten als Werbung für das Land verbreitet wurde. Die allgemeine Besorgnis über die eigene Sicherheit sollte kurzerhand durch den Wunsch, für immer im Land zu bleiben, ersetzt werden. Die Imagepflege der kolumbianischen Regierung fand eine Fortsetzung in dem Slogan "The answer is Colombia", der im April 2013 sogar zehn Tage lang am Time Square in New York flimmerte (Portafolio 2013). Hierdurch sollte die Verbindung zwischen Kolumbien und dem Wort Risiko gelockert und auf die Möglichkeiten von Investitionen in den kolumbianischen Tourismus hingewiesen werden.

Es ist unschwer zu erkennen, dass die derzeitige Regierung den Tourismus fördern will und in Zukunft vermehrt auf Einkünfte aus diesem Sektor zählt. Doch welches sind die Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Tourismus in Kolumbien? Welches sind die Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt, um sich als touristische Destination längerfristig zu etablieren? Um diese Fragen zu beantworten, erfolgt zunächst ein Blick auf die Reisemotive der Kolumbientouristen. Es wird sich herausstellen, dass die ausländischen Gäste zum Teil ganz andere Bedürfnisse haben als die kolumbianischen Binnentouristen und daher auch andere Anforderungen an touristische Produkte stellen. Ein Vergleich zwischen dem touristischen Kolumbien-Angebot der internationalen Reiseveranstalter und jenem kolumbianischer Anbieter verdeutlicht dies. Abschließend wird die touristische Infrastruktur im Land beschrieben und die diesbezüglichen Herausforderungen werden angesprochen.

Tourismusformen und Reisemotive

Das touristische Potential Kolumbiens ist unter denen, die das Land schon bereisen durften, wohl unbestritten. Das nördlichste und zugleich einzige Land Südamerikas mit Zugang zu beiden Weltmeeren bietet Berglandschaften rund um die östliche, mittlere und westliche Andenkette, bedeutende Metropolen und kulturelle Zentren wie Bogotá, Medellín und Cali, koloniale Architektur in zahlreichen Dörfern und schön hergerichtete Altstädte. Karibisches Flair lässt sich rund um Cartagena und Santa Marta erleben, archäologische Fundstätten früherer Kulturen in San Agustín sowie an Biodiversität kaum zu überbietende Naturparadiese im Amazonasgebiet und an der Pazifikküste. Aufgrund der sehr abwechslungsreichen Geographie sowie eines vielseitigen Klimas findet man in Kolumbien einen enormen Artenreichtum bezüglich Flora und Fauna. Zudem bietet das Land mit dem höchsten Küstengebirge der Welt (mit über 5.700 m hohen, schneebedeckten Gipfeln, nur ca. 40 km von der Karibikküste entfernt) an der Sierra Nevada de Santa Marta ein echtes Alleinstellungsmerkmal. Für den Tourismus gibt es also durchaus Standortvorteile gegenüber anderen Regionen.

Entsprechend der Vielfalt des Landes lassen sich die folgenden relevanten Erscheinungsformen des Tourismus in Kolumbien unterscheiden,

welche in den Angeboten internationaler und kolumbianischer Reiseveranstalter in verschiedenem Ausmaß zu finden sind.

Tourismusformen	Beispiele	Orte
Aktiv - und Abenteuerismus	Trekking, Wandern und Bergsteigen	u.a. Nationalparks Sierra Nevada del Cocuy (Boyacá), Los Nevados (Kaffeezone) und Sierra Nevada de Santa Marta (Küstengebirge bei Santa Marta)
	Fahrradtouren	u.a. Boyacá, Kaffeezone, Santander
	Rafting, Abseiling, Caving, Paragliding, Canopy	u.a. Santander, Kaffeezone, Antioquia
Kulturismus	Archäologische Stätten präkolonialer Kulturen	San Agustín (Huila), Tierradentro (Cauca), Verlorene Stadt (Sierra Nevada de Santa Marta)
	Städtetourismus (mit teilweise erhaltenen kolonialzeitlichen Stadtkernen)	v.a. Bogotá, Medellín, Cartagena, Santa Marta, Cali, Popayán
	Kolonialdörfer (mit gut erhaltener, kolonialzeitlicher Architektur)	u.a. Villa de Leyva (Boyacá), Barichara (Santander), Santa Fé de Antioquia (Antioquia), Mompos (Bolívar), Honda (Tolima), Salamina (Caldas)
	Regionale Feste, Events und kulturelle Feste	v.a. Karneval in Barranquilla (Atlántico), Blumenfest in Medellín (Antioquia), Volksfest "Feria de Cali" (Valle de Cauca), Osterprozession in Popayán (Cauca)
	Gastronomischer Tourismus	in den urbanen Zentren: u.a. Bogotá, Medellín, Cartagena

Naturtourismus / Ökotourismus	Touristische Inwert- setzung der Kaffee- haciendas (Besuche und Übernachtungen)	v.a. Kaffeezone, Huila, Santander
	Besuche der National- parks	u.a. Tayrona Park (bei Santa Marta), La Serranía de la Macarena (in den Llanos), Parque Nacional Chingaza (bei Bogotá), uvm.
	Exkursionen und Pakete zu speziellen naturlandschaftlichen Räumen	u.a. Urwald bei Leticia (Amazonas), Steppenland bei Yopal (Casanare, Los Llanos), Urwald und Pazifik- küste bei Nuqui (Chocó), Wüste bei El Cabo de la Vela (Guajira-Wüste)
	Beobachtung von Fauna (Wale, Vögel, etc.)	u.a. Walbesichtigung in Nuqui und Bahía Solano (Pazifikküste) / Vogel- besichtigung in der Kaffeezone und der Sierra Nevada de Santa Marta (bei Santa Marta)
Sonne und Strand	Große Hotelanlagen und Resorts	Cartagena und Islas del Rosario, Santa Marta, San Andrés, Provi- dencia
	Kleinere Ecolodges und einfache Strandhütten	Palomino (bei Santa Marta), Tayro- na Park (bei Santa Marta) Nuqui und Bahía Solano (an der Pazifik- küste), Cabo de la Vela (Guajira- Wüste)
Sportreisen	Tauchen	Cartagena und Islas del Rosario, Santa Marta (v.a. Taganga), San Andrés, Providencia, Malpelo und Gorgona (beide Pazifikküste)
	Golfen	Bogotá, Kaffeezone (Armenia und Pereira), Medellín, Bucaramanga, Caratagena
	Surfen	Palomino (bei Santa Marta), Nuqui und Bahía Solano (an der Pazifik- küste), Cabo de la Vela (Guajira- Wüste)

Tabelle 2: Tourismusformen in Kolumbien, Beispiele und Orte. Eigene Zusammenstellung.

Die Aufstellung zeigt die seit einigen Jahren begonnene Diversifizierung des touristischen Angebots. Auf Ambivalenzen und Zielkonflikte, vor allem in der groben Ausrichtung zwischen alternativem Tourismus und Massentourismus wird später eingegangen.

Bedürfnisse und Angebote für deutschsprachige Gäste

Derzeit kommen jährlich ca. 3 Millionen internationale Gäste nach Kolumbien, wobei diese Zahl in den vergangenen Jahren jeweils angestiegen ist (siehe Tabelle 1). Bei genauerer Betrachtung dieser zunächst recht eindrücklich wirkenden Zahl muss festgestellt werden, dass nur zwei Drittel (ca. 2,2 Millionen) auf ausländische Gäste entfällt, die ihren Wohnsitz nicht in Kolumbien haben (ProColombia 2016a). Der restliche Anteil entfällt auf Kolumbianer, die nicht in Kolumbien leben (sog. ethnischer Reiseverkehr) und auf Ankünfte von Kreuzfahrtschiffen, deren Gäste nicht in Kolumbien übernachten.

Ausgehend von ca. 2,2 Millionen Ankünften internationaler Gäste muss wiederum berücksichtigt werden, dass nur ein relativ kleiner Teil von ihnen eine touristische Rundreise bei einem Reiseveranstalter bucht (nur ca. 15-20 %, nach eigener Einschätzung). Der restliche Anteil entfällt wohl vor allem auf Geschäftsreiseverkehr und Rucksacktouristen bzw. sogenannte *Flashpacker*.²

Ein Blick auf das Kolumbienangebot deutschsprachiger Reiseveranstalter zeigt, dass sich Kolumbienreisen mittlerweile in relativ großem Maße etabliert haben. So ist, wer heute eine organisierte Rundreise nach Kolumbien unternehmen will, längst nicht mehr auf Angebote eines Reiseveranstalters aus einem Spezialsegment, wie etwa die eines Lateinamerika- oder Abenteuer-Spezialisten angewiesen. Insgesamt bieten rund 125 Reiseveranstalter allein aus Deutschland Gruppen- und Individualreisen durch Kolumbien an, darunter auch viele der großen und etablierten wie DerTour, Studiosus, TUI oder FTI. Die typische Kolumbienrundreise dauert im Schnitt ca. 12-21 Tage und umfasst die Orte Bogotá, Villa de Leyva, San Agustín mit seinen archäologischen Ausgrabungsstätten, die Kaffezone, Santa Marta und Cartagena an der Karibikküste. Auch

2 Reisende, die wie Rucksacktouristen den Kontakt zur einheimischen Bevölkerung suchen und bei denen Authentizität im Vordergrund steht, die aber ein höheres Budget als Rucksacktouristen zur Verfügung haben und in besseren Unterkünften als Hostels bleiben. Sie organisieren ihre Reise häufig selbständig.

Medellín und Popayán finden sich häufiger in den Angeboten. Andere Ziele, die in der Tabelle 2 aufgezeigt wurden, werden weniger häufig in Rundreisen eingeschlossen. Eine Rundreise durch Kolumbien enthält also typischerweise mehrere der aufgezeigten Tourismusformen. In den meisten Fällen werden Kulturtourismus, Naturtourismus und ein wenig Sonne und Strand miteinander verbunden.



Abbildung 1: Reiseroute des Veranstalters Miller Reisen: “Kultur, Archäologie und Karibik”. Quelle: Miller Reisen 2016.

Bezüglich der Vermarktung lässt sich feststellen, dass bewusst in den Angeboten immer wieder auf die Vielfalt des Landes hingewiesen wird. Auf ein

klares Markenzeichen wie Peru mit dem Machu Picchu, Costa Rica mit dem Ökotourismus oder Brasilien mit den Stränden und dem Zuckerhut zielte die staatliche Tourismusförderung bislang nicht ab. Analog hierzu werden Kolumbienreisen von den Veranstaltern mit “Kolumbien intensiv: Ein Land für alle Sinne” (DerTour 2016) oder “Kaffeeduft und Karibikzauber” (Gebeco 2016) recht allgemein beschrieben und versprechen ein Land, so “vielfältig wie ein Kontinent” (Conosur 2016).

Ein Blick auf die Inhalte und spezifischen Leistungen der Rundreisen zeigt, dass die Authentizität des Reiseerlebnisses besonders wichtig ist: So werden z.B. Übernachtungen in “Landestypischen kleinen Hotels – Authentisch, Sauber & Geprüft” (SKR Reisen 2016) während der Rundreise angepriesen. Zudem wird vermehrt mit “Begegnungen auf Augenhöhe” (World Insight 2016) geworben, welches sich konkret beispielsweise bei einem vororganisierten Abendessen bei einer kolumbianischen Familie darstellt. Das Erlebnis, welches außerhalb der Logik des Alltags steht und vermittelt, das “echte Kolumbien” kennengelernt zu haben, ist ein zentrales Element des Reisemotivs. Die Ambivalenz zwischen dem Wesen der komplett durchorganisierten Rundreise, bei der der Gast genau die Leistungen erhält, welche ihm versprochen wurden und dem “Abenteuer Kolumbien” mit “authentischen Begegnungen auf Augenhöhe” wird in Kauf genommen und kann als “inszenierte Authentizität” (Schäfer 2015) beschrieben werden. Die Angebote für andere europäische Märkte (z.B. Frankreich, England, Italien) sind ähnlich.

Bei den weiteren Quellmärkten zeigt sich ein den allgemeinen Möglichkeiten entsprechendes breites Angebot. Die Reisedauer hängt dabei maßgeblich von der Entfernung vom Quell- zum Zielgebiet ab. So werden für Touristen aus einem der Nachbarländer oder nahegelegenen Quellmärkten Kurztrips z.B. an die Karibikküste nach Santa Marta oder vor allem Cartagena angeboten, die entsprechenden Flugverbindungen inklusive der Low-Cost-Anbieter (z.B. Jetblue von Miami nach Cartagena) gibt es längst.

Ein auffälliger Trend lässt sich derzeit in Medellín beobachten: Bei internationalen Rucksacktouristen ist die Stadt ein immer beliebteres Reiseziel. Diese buchen häufig Touren, die mit den Drogenkartellen der 80er und 90er Jahre und mit dem wohl berühmtesten Sohn der Stadt Pablo Escobar zusammenhängen. Der Besuch von historischen Orten, die mit Pablo Escobar in Verbindung stehen, wie sein Grab oder das Gebäude *Edificio Monaco*, sind Bestandteile der Touren. Ein Teil dieses Phänomens

hängt wohl mit der Fernsehserie “Narcos” zusammen, die sich weltweit großer Beliebtheit erfreut und zeigt Parallelen zu den sogenannten “Gangster-Touren” auf den Spuren von Al Capone in Chicago (siehe auch den Beitrag von Thomas Fischer in diesem Band).

Bedürfnisse und Angebote für Binnentouristen

Der Binnentourismus hat eine große Bedeutung in Kolumbien. Auch wenn damit keine Devisen erwirtschaftet werden, ist er aufgrund der weitaus höheren Zahl der Reisenden für einen großen Anteil der Einnahmen der Tourismusbranche verantwortlich (MCIT 2016). Er ist durch eine hohe Saisonalität der Nachfrage geprägt: Osterwoche (*Semana Santa*), Sommerferien (*mitad de año*), Herbstferien (*semana de receso*) und Weihnachtsferien (*Fin de año*). Das Problem vieler Kolumbianer ein Visum in die USA oder nach Europa zu bekommen und die relativ hohen Kosten einer Reise in andere Länder dürften die Nachfrage nach Ausflugszielen im eigenen Land erhöhen. Das Tourismus-Vizeministerium hat sich außerdem zum Ziel gesetzt die chancengleiche Zugänglichkeit zum Tourismus für alle Kolumbianer zu fördern. Dies soll im Wesentlichen über eine Verbesserung der räumlichen Zugänglichkeit (Infrastruktur), sowie für Kolumbianer zugänglichere Preise touristischer Leistungen geschehen (MCIT 2014).

Das Angebot an kolumbianische Gäste umfasst vor allem 3-7 Tagespakete und Kurzreisen an die Karibikküste (Cartagena, San Andrés oder Santa Marta), an die Kaffeezone, oder in die großen urbanen Zentren (Medellín, Bogotá, Cali) und in weit weniger großem Umfang auch Reisen zu Ökotourismus-Zielen wie Amazonas oder die Pazifikküste (Anato 2016). Dabei steht für den kolumbianischen Gast die Funktion Erholung und Unterhaltung im Vordergrund. Große Hotelanlagen mit All-Inclusive-Angeboten wie z.B. die Hotelkette Decameron und inszenierte Erlebniswelten wie der *Parque de Chicamocha* und der *Parque Nacional del Café* sind populäre Ausflugsziele.

Strukturelle Rahmenbedingungen der touristischen Entwicklung

Der Tourismusbereich ist politisch seit 2002 im *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo* (kurz MCIT) beheimatet. Dieses entwirft, koordiniert und regelt die nationale Tourismuspolitik. Das Vizeministerium hat sich

zum Ziel gesetzt, aus Kolumbien eine weltweit wettbewerbsfähige Touristendestination zu machen und dabei die Prinzipien des nachhaltigen Tourismus zu berücksichtigen sowie die Regionalentwicklung zu fördern und einen Beitrag zum Frieden zu leisten.

Posicionar a Colombia como destino turístico sostenible y sustentable, reconocido en los mercados mundiales y valorado en los mercados nacionales, por su multiculturalidad y mega diversidad, con oferta altamente competitiva, que lleve a su máximo nivel a la industria de los viajes y al turismo como potenciador del desarrollo regional y constructor de paz (MCIT 2014: 32).

Konkret sollen bis zum Jahre 2018 insgesamt 300.000 neue Arbeitsplätze und 6 Milliarden US-Dollar an Devisen ins Land fließen.³ Nach dem Öl- und Kohlesektor ist schon heute der Tourismus die drittgrößte Einnahmequelle für Devisen (Semana 2015).

Ein weiterer bedeutender Akteur ist ProColombia, das dem MCIT untergeordnet ist und zum Ziel hat, den kolumbianischen Exportsektor, ausländische Investitionen und den Tourismussektor zu fördern. Außerdem ist ProColombia für das sog. *Destination Branding* (die Marke der Destination) zuständig. Die bereits zu Beginn des Textes beschriebene derzeit betriebene Imagepflege kann durchaus als Erfolg bewertet werden.

Was die infrastrukturelle Voraussetzung für den Tourismus betrifft, so muss eine zu den ambitionierten Zielen passende Infrastruktur größtenteils noch aufgebaut werden. Besonderer Nachholbedarf besteht hier beim Straßennetz und den Flughäfen bzw. Regionalflughäfen in marginalen Gegenden des Landes.

Bezüglich des Straßennetzes muss festgestellt werden, dass nur wenige Straßen die touristischen Attraktionspunkte verbinden. Zudem ist das bestehende Netz mit den vielen LKWs ständig an seiner Belastungsgrenze, da über 80 % des internen Transports über das Straßennetz abgewickelt werden (*Financial Times* 2015). Außerdem ist der Zustand der Straßen teilweise sehr schlecht (z.B. die Verbindung zwischen den touristischen Gebieten San Agustín und Popayán, die Anbindung von Mompos an Cartagena oder Santa Marta oder die des Nationalparks Sierra Nevada del Cocuy zum Rest des Landes). In der Regenzeit bricht das Straßennetz mit-

3 Das Ziel wurde 2015 ausgewiesen und bezieht sich auf den Zeitraum zwischen 2015 und 2018 (MCIT 2016: 21).

unter zusammen, wenn Schlammlavinen eine Durchfahrt komplett verhindern. Ausweichrouten gibt es in vielen Fällen nicht.

Für Überlandfahrten müssen im Schnitt pro 100 km je nach Verkehrszustand und Strecke zwischen 2 und 2,5 Stunden Fahrtzeit gerechnet werden, was bei einem flächenmäßig so großen Land wie Kolumbien ein Problem darstellen kann. Was das Straßennetz betrifft werden aber gerade große Anstrengungen unternommen es zu verbessern und es sollen zusätzliche 5892 km an Straßennetz in den kommenden 8 Jahren zur Verfügung gestellt werden (*Financial Times* 2015). Es bleibt abzuwarten inwieweit dieses Vorhaben umgesetzt werden kann; in der Vergangenheit haben sich Infrastrukturprojekte durch Korruption und Vetternwirtschaft immer wieder verzögert.

Die Infrastruktur der Flughäfen ist in den großen Städten und Ballungszentren, dem aktuellen Aufkommen und der allgemeinen Nachfrage gut angepasst, bzw. wird derzeit ausgebaut (*El Tiempo* 2015b). Größere Probleme gibt es z.T. bei Regionalflughäfen: ProColombia wirbt mit Reisen an die Pazifikküste um von Juli bis Oktober Wale zu sichten (ProColombia 2016b), allerdings wird der Zugang durch den kleinen Flughafen, dessen Piste in schlechtem Zustand ist, stark beeinträchtigt (*El Tiempo* 2015a) und immer wieder werden Flüge gestrichen.

Die Hotelinfrastruktur hat sich zumindest in den größeren touristischen Zentren des Landes in der Vergangenheit zum Teil stark verbessert. Dies wurde vor allem durch ein Gesetz zur Aufhebung der Einkommenssteuer für Hotelbetreiber, welches für 30 Jahre ab in Betriebnahme der Hotels gültig ist, begünstigt. Viele der neuen Hotels vor allem in den großen Städten sind allerdings für den Geschäftsreiseverkehr bestimmt und passen nicht zu den Bedürfnissen vieler ausländischer (vor allem europäischer) Urlaubsreisender.

Herausforderungen

Neben den schon erwähnten infrastrukturellen Rückständen, wird im Folgenden noch auf weitere interne Herausforderungen der Tourismusindustrie eingegangen, die für die Rahmenbedingungen der touristischen Entwicklung des Landes von Bedeutung sind und die zukünftige Entwicklung beeinträchtigen könnten.

Ambivalenzen im touristischen Angebot

Kolumbiens *Destination Branding* zielt wie eingangs erwähnt auf einen breiten Markt ab. "Die Antwort ist Kolumbien" zeigt die Vielseitigkeit des Landes und der Möglichkeiten auf und spricht entsprechend unterschiedliche Zielgruppen an. Zudem sind wie aufgezeigt die Motive kolumbianischer Urlauber und europäischer Reisender verschieden und beide Gruppen beanspruchen unterschiedliche touristische Infrastrukturen. Erste Zielkonflikte lassen sich z.B. in Santa Marta, Cartagena und San Andrés gut beobachten: Die vielen großen Hotelanlagen an den Stränden des Rodadero (in Santa Marta) ziehen vor allem Binnentouristen an, während ihr reiner Anblick Rundreiseturisten aus Europa, welche kleine authentische Hotels bevorzugen, eher abschrecken dürften. Entsprechend ist der Strandabschnitt Rodadero im Angebot europäischer Reiseveranstalter kaum zu finden. Ähnliches gilt für die von Kolumbianern besonders häufig nachgefragten großen Bettenburgen der Destinationen von Cartagena und San Andrés. Cartagena ist zwar fester Bestandteil praktisch jeder Kolumbienrundreise ausländischer Reiseveranstalter, jedoch finden sich selten Hotels in Bocagrande⁴ in den europäischen Veranstalterkatalogen und Besucher aus diesem Quellmarkt meiden diesen Stadtteil meistens (er stellt keinen Bestandteil einer Stadtbesichtigung dar).

Es ist möglich, dass die positive Entwicklung des zahlenmäßig deutlich überlegenen Binnentourismus in Zukunft vermehrt auf Kosten der Anzahl ausländischer Rundreiseturisten gehen könnte.

Übergeordnet ist diesen Fragestellungen natürlich ganz allgemein der Schutz des naturlandschaftlichen und kulturellen Erbes, welcher im Zielkonflikt mit vielen touristischen (vor allem die Formen des Massentourismus betreffenden) Angeboten steht.

Auch besteht in Cartagena seit einiger Zeit ein gefühlt immer gravierenderes Problem des Sextourismus und leider auch der Kinderprostitution (*El Tiempo* 2014). Diese gilt es im Sinne eines nachhaltigen Tourismus seitens der Regierung und privater Akteure gemeinsam zu bekämpfen. Erste Schritte in diese Richtung wurden bereits unternommen, da eine Zertifizierung in nachhaltigem Tourismus zukünftig vorgeschrieben wird und

4 Stadtteil Cartagenas mit einem großen Strandabschnitt, an dem sich hochgebaute Hotels und Hochhäuser reihen.

diese verschiedene Massnahmen zur Bekämpfung des Sextourismus und Kinderprostitution voraussetzt.

Zusammenarbeit verschiedener öffentlicher Institutionen und privater Akteure

Verschiedene Beispiele verdeutlichen eine unzureichend koordinierte Zusammenarbeit des MCIT und des Tourismusförderbüros ProColombia auf der einen Seite sowie der Nationalparkbehörde (*Parques Naturales Nacionales de Colombia*) und privater Akteure wie Incoming-Agenturen und lokale Reisebüros auf der anderen Seite:

- (Kurzfristige) Schließungen von Nationalparks (2014 Nationalpark Sierra Nevada de Santa Marta, 2015 Tayrona-Park, 2016 Cocuy-Nationalpark, etc.), bei gleichzeitiger Bewerbung durch ProColombia (ProColombia 2016b). Für Reisebüros ist es dadurch wiederum schwierig ein längerfristiges Angebot zu kommunizieren und gegenüber internationalen Kunden Vertrauen in die Destination zu schaffen.
- Die von der Regierung kommunizierte Bewerbung von einigen vor allem peripheren Regionen ist den infrastrukturellen Bedingungen vor Ort zum Teil nicht angepasst. Für das Trekking zur Verlorenen Stadt (*ciudad perdida*) wird derzeit Werbung betrieben (ProColombia 2016b), der Ort ist aber überlaufen, die Hängemattencamps überfüllt und es wird nichts zur Verbesserung der Infrastruktur unternommen.
- Das gemeinsame Verfolgen derselben Ziele und eine einheitliche Strategie wird im Allgemeinen noch zu oft vermisst.

Ausbildung touristischer Fachkräfte

Auch im Bereich der Ausbildung touristischer Fachkräfte gilt es immense Herausforderungen zu bewältigen, möchte sich Kolumbien als Tourismusdestination langfristig auf den internationalen Quellmärkten erfolgreich etablieren. Gut ausgebildete englisch-, französisch- oder deutschsprachige Reiseleiter gibt es zwar in einzelnen Gebieten, aber noch lange nicht flächendeckend. Ausgebildetes englischsprachiges Personal ist in Provinzflughäfen oder kleineren Hotels meistens nicht auffindbar, auch wenn der internationale Tourismus in diesen Regionen bereits angekommen ist.

Beteiligung von regionalen Akteuren und Minderheiten im Tourismus

Die Eingliederung der touristischen Dienstleistungen in die regionalen Wirtschaftskreisläufe ist im Hinblick auf die nachhaltige Entwicklung des Tourismus in Kolumbien von besonderer Bedeutung, da so die Sicker-effekte⁵ klein gehalten werden und der Tourismus zur regionalen Entwicklung beitragen kann. Im Zuge der neoliberalen Wirtschaftspolitik der Regierung der letzten Jahre, die für gute Voraussetzungen für Investitionen gesorgt hat und der bereits genannten Aufhebung der Einkommenssteuer für Hotelbetriebe, haben viele internationale Hotelketten in Kolumbien Filialen eröffnet (z.B. die spanische Hotelkette NH, die chilenische Hotelkette Atton oder Marriott aus den USA) (Portafolio 2012). Den dadurch erreichten Deviseneinnahmen sowie der infrastrukturellen Aufwertung stehen höhere Sicker-effekte und geringere Beteiligung von regionalen Akteuren im Tourismus gegenüber.

Auf der anderen Seite lässt sich feststellen, dass es durchaus schon punktuelle Bemühungen gibt regionale Bevölkerung und auch Minderheiten sowie vulnerable Bevölkerungsgruppen in den Tourismus zu integrieren. Das Programm *Posadas Turísticas de Colombia* (MCIT 2016) sieht z.B. die Einbeziehung vulnerabler Landbevölkerung in die touristische Wertschöpfungskette vor. Die kleinen Unterkünfte und Lodges gibt es z.B. im Tayrona-Park, in der Tatacoa-Wüste oder in Nuqui an der Pazifikküste. Sie werden über Booking.com vertrieben und sind auch vereinzelt in den Programmen der Reiseveranstalter integriert (World Insight 2016).

Auch werden private Akteure (Hotels, Restaurants und kolumbianische Reisebüros) dazu angehalten sich in nachhaltigem Tourismus zu zertifizieren. Die *Certificación de Calidad y Sostenibilidad Turística* (Zertifizierung in Qualität und touristischer Nachhaltigkeit) wurde vom MCIT initiiert und richtet sich nach internationalen Richtlinien zum nachhaltigen Tourismus. Die Inklusion von lokaler Bevölkerung und Minderheiten sind feste Bestandteile der Vorgaben zur Zertifizierung.

Die *Asociación Colombiana de Turismo Responsable* (Kolumbianischer Verband für verantwortlichen Tourismus, ACOTUR⁶) stellt Richtlinien für nachhaltigen Tourismus in Kolumbien auf. Mitglieder sind Incoming-Agenturen im ganzen Land sowie mehrere Hotels und Ecolodges. Die in-

5 Der erneute Abfluss von Devisen in andere Regionen oder ins Ausland durch Importe.

6 www.acotur.co

klusion der jeweiligen örtlichen Bevölkerung in die touristischen Aktivitäten ist eines der Ziele des Verbandes.

Allerdings lässt sich auch feststellen, dass trotz der bereits unternommenen Anstrengungen die Aufgaben und Herausforderungen in diesem Punkt, in Anbetracht der heterogenen und weiterhin sehr ungleich verteilten kolumbianischen Sozialstruktur, noch sehr groß sind.

Fazit und Ausblick

Der Tourismus steckt in Kolumbien in vielerlei Hinsicht noch in den Kinderschuhen, was einen gewissen Reiz für Reisende ausübt, weil das Land mit seinen netten und herzlichen Menschen auch ungemein sympathisch wirkt. Kolumbien will gleichzeitig sein großes touristisches Potential weiter ausschöpfen und hat sich hohe Ziele gesteckt. Die volkswirtschaftliche Bedeutung dürfte vor allem in Anbetracht der immer ungewisseren Zukunft des Ölexportes für den internationalen Tourismus als Devisenbringer wichtiger werden. Dabei wird Kolumbien nicht darum herum kommen, die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure voranzutreiben und sich als Destination konsequent auf die Bedürfnisse seiner Gäste auszurichten. Es wurde aufgezeigt, dass sich die Bedürfnisse der kolumbianischen Touristen von denen ausländischer und speziell europäischer Gäste durchaus unterscheiden. Es wird ein Lernprozess seitens der relevanten Akteure auf den verschiedenen Ebenen nötig sein, um Angebote und Infrastruktur auf die unterschiedlichen Märkte zuzuschneiden und dabei möglichst wenige Konflikte und Spannungen zu kreieren.

Weitere Ambivalenzen entstehen im Zusammenhang mit dem vor allem punktuell (Cartagena, Santa Marta, San Andrés, etc.) generierten großen Aufkommen von Touristen und der ökologischen und sozialen Verträglichkeit der verschiedenen Tourismusformen. Die seitens der Regierung getätigten Bemühungen, touristische Akteure zur Zertifizierung in nachhaltigen Praktiken des Tourismus zu bewegen, sind ein bedeutender Schritt in die richtige Richtung. Es ist wichtig die Akteure flächendeckend in diesen guten Praktiken schulen zu können. Dies ist im Moment nur unzureichend der Fall.

Über das Thema der Wirkungen von Tourismus in Entwicklungsländern ist schon viel diskutiert und geschrieben worden (Vorlaufer 2003; Job/Weizenegger 2017). Auf die Problematik der Beteiligung regionaler Bevöl-

kerung wurde in diesem Text schon eingegangen. Im aktuellen kolumbianischen Kontext bleibt es zudem enorm spannend wie sich der Ausgang der Friedensverhandlungen und eine mögliche Zeit nach dem bewaffneten Konflikt, mit all ihren neuen Herausforderungen auf die Entwicklungen im Tourismus auswirken. Ob der Tourismus hier vielleicht auch einen Beitrag zur Bildung einer Friedenskultur in Kolumbien schaffen kann, bleibt abzuwarten.

Literaturverzeichnis

- ANATO (2016): “Resultado Encuesta de Temporada Receso Escolar 2016”. <<http://anato.org/sites/default/files/Resultados%20Encuesta%20de%20Receso%20Escolar%202016.pdf>> (24.11.2016).
- AUSWÄRTIGES AMT (2016): “Kolumbien: Reise und Sicherheitshinweise”. <http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/Nodes/KolumbienSicherheit_node.html> (24.11.2016).
- CONOSUR (2016): “Rundreise: ‘Kolumbien – so vielfältig wie ein Kontinent’”. <<http://www.conosur.eu/kolumbien-94.html>> (24.11.2016).
- DERTOUR (2016): “Rundreise: ‘Kolumbien Intensiv: Ein Land für alle Sinne’”. <<http://www.dertour.de/reisemagazin/fernweh/lateinamerika/>> (24.11.2016).
- El Tiempo* (2014): “Así opera el sexo con menores de edad en Cartagena”. <<http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/asi-opera-el-turismo-sexual-con-menores-en-cartagena/14707764>> (24.11.2016).
- (2015a): “Turismo en Nuquí, en vilo por mal estado de aeropuerto”. <<http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/viajar/nuqui-mal-estado-de-aeropuerto/15456635>> (24.11.2016).
- (2015b): “Hay 51 aeropuertos con obras de modernización en Colombia”. <<http://www.eltiempo.com/economia/sectores/infraestructura-en-colombia-modernizacion-de-aeropuertos/16406909>> (24.11.2016).
- Financial Times* (2015): “Colombia prioritises infrastructure plans”. <<https://www.ft.com/content/39e07b96-4b3d-11e5-b558-8a9722977189>> (24.11.2016).
- GEBECO (2016): “Rundreise: ‘Kaffeeduft und Karibikzauber’”. <<https://www.gebeco.de/reisen/2441000-Kolumbien-Erlebnisreise>> (24.11.2016).
- GROHMANN, Elke (2016): “Reisen mit Kindern, warum ausgerechnet Kolumbien”. In: *Passion to Travel*, <<http://www.patotra.com/reisen-mit-kindern-warum-ausgerechnet-kolumbien/>> (24.11.2016).
- JOB, Hubert/WEIZENEGGER, Sabine (2007): “Tourismus in Entwicklungsländern”. In: Becker, Christoph/Hopfinger, Hans/Steinecke, Albrecht: *Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick*. München/Wien: Oldenbourg, S. 629-640.

- MCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) (2014): “Documento de Política Sectorial. Plan Sectorial de Turismo 2014-2018. Turismo para la construcción de paz”. Bogotá: MCIT.
- (2016): “Informe de Gestión Sector Comercio, Industria y Turismo”. Bogotá: MCIT.
- MILLER REISEN (2016): “Rundreise ‘Kultur, Archäologie und Karibik’”. <http://www.miller-reisen.de/de/detailanzeige.htm?header=Kultur,_Arch%C3%A4ologieundKaribik&detail=true&id=48> (24.11.2016).
- PORTAFOLIO (2012): “Marcas hoteleras internacionales crecen con Colombia”. <<http://www.portafolio.co/negocios/empresas/marcas-hoteleras-internacionales-crecen-colombia-40868>> (24.11.2016).
- (2013): “Así fue la primera jornada de Colombia en Times Square”. <<http://www.portafolio.co/internacional/primera-jornada-colombia-times-square-73748>> (24.11.2016).
- PROCOLOMBIA (2016a): “Informe TEC. Turismo extranjero en Colombia”. <http://www.procolombia.co/sites/default/files/informe_tec_marzo_2016.pdf> (24.11.2016).
- (2016b): “Colombia es realismo mágico”. <<http://www.colombia.travel/realismomagico/>> (24.11.2016).
- SCHÄFER, Robert (2015): *Tourismus und Authentizität: Zur gesellschaftlichen Organisation von Außeralltäglichkeit*. Bielefeld: Transcript.
- SEMANA (2015): “Turismo, el nuevo motor de la economía colombiana”. <<http://www.semana.com/economia/articulo/turismo-el-nuevo-motor-de-la-economia-colombiana/423615-3>> (24.11.2016).
- SKR REISEN (2016): “Ausgesuchte Unterkünfte”. <<https://www.skr.de/kolumbien-reisen/kolumbien-rundreise-kaffee-kultur-karibik/hotels/>> (24.11.2016).
- VORLAUFER, Karl (2003): “Tourismus in Entwicklungsländern. Bedeutung, Auswirkung, Tendenzen”. In: *Geographische Rundschau*, 55, 3, S. 4-13.
- WORLD INSIGHT (2016): “Rundreise ‘Kolumbien, 21 Tage Abenteuer’”. <<https://www.world-insight.de/aktivreisen/kolumbien-aktivplus/>> (24.11.2016).
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (2016): “Tourism Highlights 2016 Edition”. <<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>> (24.11.2016).