



Berliner Botschaft

VDRJ-Preisträger kommt aus der Politik S. 16



Abhärten und Vorbeugen

Selbstversuch mit Kneipp

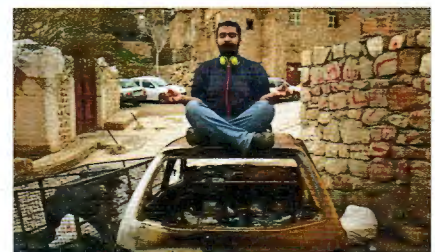
S. 8



Gulliver an der Ems

Ein Besuch in Papenburg

S. 20



Zehn Tage Aufbruch

Iranische Jugendliche

S. 20

Erschütterungen

Politische Turbulenzen beeinflussen die Reise-Entscheidung



Junge Tunesier am Meer. Die Hoffnung der Arabellion (rechts) schwindet, weil es für die jungen Männer kaum Arbeit gibt.

Bilder: Lilo Solcher

Was hat Politik mit Tourismus zu tun? Viel, wie das vergangene Jahr gezeigt hat: Die Reiseveranstalter könnten davon eine ganze Litanei aufzählen, und es sind ganz unterschiedliche politische Ereignisse, die den Tourismus in andere Bahnen lenkten.

Dass es die Ströme aus dem östlichen ins westliche Mittelmeer zieht, haben fast alle Veranstalter nach Krieg und Terror schon geahnt, auch dass es zum Teil unbeteiligte Nachbarländer trifft. „Der islamische Raum geht gegen Null,“ heißt es beim Studienreiseveranstalter Studiosus. Auch die Kreuzfahrt-Riesen haben umgeroutet und meiden inzwischen türkische Häfen. Das Wort von der „German Angst“ geht wieder um, sind es doch die Deutschen, die überaus sensibel auf Gefährdungen reagieren. Das Ammerländer Gespräch des Studienkreises für Tourismus drehte sich aber nicht nur um Länder wie Tunesien oder die Türkei, sondern auch um Dres-

den, dessen Image wegen der Pegida-Demonstrationen gelitten hat. „Wird die Politik zum Seismographen für den Tourismus?“ hieß die Frage, die letztendlich mit einem klaren Ja beantwortet wurde. Denn die Erschütterungen, die der Tourismus derzeit erlebt, sind zum größten Teil der politischen Entwicklung geschuldet.

Beispiel Türkei: Zwar hat der türkische Präsident Recep Tayyip Erdogan nach Meinung eines Experten in seiner Regierungszeit das Leben in der Türkei „grundlegend verbessert“, hat für mehr Bildung gesorgt, Krankenhäuser gebaut, die Infrastruktur verbessert. Aber mittlerweile hat er alles seinem Streben nach Allmacht untergeordnet und schreckt auch nicht davor zurück, Menschen wegen kleinster Vergehen ins Gefängnis zu werden. Kritiker werden mundtot gemacht, angebliche Unterstützer des gescheiterten Putschversuchs verschwinden, Journalisten

fliehen oder werden verhaftet. Auch aus diesen Gründen hat der Deutsche Reiseverband die Tagung in der Türkei abgesagt. Mit 40 Prozent waren die Buchungs-Rückgänge für das Land dramatisch. „Erdogan ist der Totengräber des Tourismus in der Türkei,“ konstatiert ein Veranstalter. Dennoch warnen Experten davor, den Kontakt abreißen zu lassen. „Die Türkei ist mehr als Erdogan.“ Tourismus könne durch den Meinungs-austausch auch stabilisierend wirken.

Beispiel Dresden: Viele Sachsen, so eine Hotelbesitzerin, seien „tief verzweifelt über das, was sich in Dresden abspielt“. Krawalle, Pöbeleien und die Pegida-Aufmärsche verstörten selbst Stammgäste. Sie empfänden das Land zunehmend als „unsympathisch und aggressiv“. Zu Unrecht, wie die Hoteliere meint. Denn die Mehrheit der Menschen sei keineswegs so. Auch deshalb empfindet sie die Vereinnahmung des Widerstandsspruchs „Wir sind das

Volk“ als inakzeptabel. Es sei eben gerade nicht das Volk, das da am Montag in Dresden aufmarschiere. An den Pegida-Montagen empfiehlt sie den Touristen trotzdem, Semper Oper und Zwinger zu meiden. Und den Sachsen rät sie zu mehr Zivilcourage.

Beispiel Marokko: Bei Urlaubsentscheidungen geht es den Menschen vor allem auch um die Sicherheit des Reiseziels oder auch das eigene Sicherheitsempfinden. Und das kann sich durch Vorkommnisse wie in Köln schnell ändern. Die Ereignisse der Silvesternacht hatten deutliche Auswirkungen auf die Buchungslage in Marokko. Aber auch der Terror in den Nachbarstaaten und der Einfluss des IS sind für die hochflie-

genden Pläne des Königreichs für den Tourismussektor eine Bedrohung.

Beispiel Tunesien: Komplexer ist die Situation in Tunesien, das nach der Arabellion eine Zivilgesellschaft mit freien Wahlen entwickelt hat. Das wäre, so die Diskussionsteilnehmer, jeder Unterstützung wert. Allerdings hat das Attentat in Sousse, bei dem Touristen das Ziel waren und 38 Menschen ums Leben kamen, nachhaltige Auswirkungen. „Wenn Touristen sich an ihrem Urlaubsort angegriffen fühlen, geht nichts mehr,“ so ein Veranstalter, der allerdings dafür plädiert, die Menschen vor Ort nicht im Stich zu lassen.

Tourismus, so die allgemeine Überzeugung, könne auch stabilisierend wir-

ken. Immerhin seien fast zehn Prozent der weltweiten Wirtschaftsleistung und jeder zehnte Arbeitsplatz dem Tourismus zu verdanken. Weltweit könne die Branche ein Wachstum verzeichnen – außer in Nordafrika.

„Der Tourismus,“ so ein Branchen-Lobbyist, „trägt mehr zum Abbau von Armut bei als die Entwicklungshilfe“, die ihr Ziel verfehlt habe. Allerdings, auch da waren sich die Diskussionsteilnehmer einig, könne die „Wohltat Tourismus“ für die Empfängerländer auch gefährlich sein – vor allem dann, wenn die Terroristen Touristen ins Visier nähmen, um die Regierung zu destabilisieren.

Lilo Solcher

Lesetipp: Die Krise als Chance

Die Weltlage ist kritisch und sie wurde durch die Wahl von Donald Trump zum Präsidenten der Vereinigten Staaten eher noch kritischer. Doch eine Krise kann – anders als eine Katastrophe – auch ein Wendepunkt sein, eine Chance. Im Chinesischen etwa ist das Schriftzeichen für Krise und Chance dasselbe. Das wissenschaftlich fundierte Buch „Krisenmanagement in Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen“ ermuntert dazu, sich mit den Ursachen und Folgen aber auch den Chancen einer Krise auseinanderzusetzen. Wobei sich die Frage stellt, wann aus einem kleinen Ereignis eine Krise wird oder warum ein ertrunkenes Kind mehr zu erreichen vermag als viele Tote zuvor. Man sieht, die Autoren haben das Ohr am Puls der Zeit und ihre ausdifferenzierten Texte sind nicht im akademischen Elfenbeinturm entstanden und damit auch für Menschen lesenswert, die aus einem anderen Umfeld kommen. Zumal die Warnungen vor künftigen Krisen, hervorgerufen etwa durch Klima- und demografischen Wandel, durch Migration und Fanatismus sowie den Zerfall von Staatenbündnissen und Cyberkriminalität höchst aktuell sind. Ein eigenes Kapitel widmet sich dem Krisenmanagement im Tourismus und dafür, Standards für die Sicherheit zu entwickeln. Allerdings, das räumt auch der Autor ein, werde es gegen den Terror auch im Tourismus keine Patentlösungen geben. „Doch braucht der Tourismus gleichwohl mehr denn je Sicherheit. Wenn das Vertrauen der Urlauber in die Reisesicherheit nachhaltig erschüttert wird, wird sich das auch negativ auf die Tourismuswirtschaft auswirken.“ Umso wichtiger ist die Krisenkommunikation, und das betrifft nicht nur die Journalisten, sondern auch die Social Media, wobei Peter Höbel, heute Krisenberater früher selbst Reporter, nicht mit Medienschelte spart. Mit der Verbreitung von Schreckensbildern machten sie „die perfide Medienstrategie“ der Terroristen erst möglich, rügt Höbel und beruft sich auf den Philosophen Peter Sloterdijk und seine Aussage: „Hypothetisch könnte man den Terror mit der Schweißgewaffe auslöschen, doch die steht uns nicht zur Verfügung, weil wir das Recht auf den Aufschrei höher stellen, als die Notwendigkeit, den Schrecken durch Nichtwahrnehmung zu ächten.“ Man sieht, das Buch hat durchaus auch Streitpotenzial. Info: Jörg H. Trauboth (Hrsg.), Krisenmanagement in Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen, Boorberg, 482 S., 59,80 Euro, ISBN 978-3-415-05517-9