

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

**Entwicklungsförderung ist keine Einbahnstraße:
Kenntnisreichtum durch SympathieMagazine
und Interkulturelle MotivationsSeminare**

Hintergrund

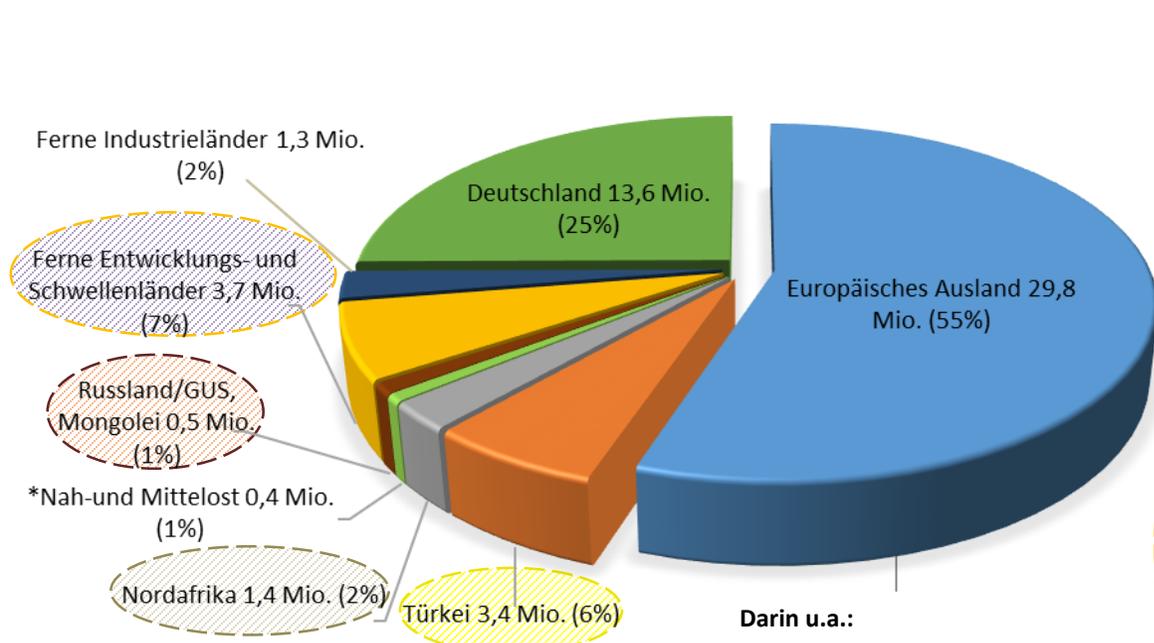
- Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. beschäftigt sich mit entwicklungsbezogener Informations- und Bildungsarbeit im Tourismus
- Zusammenarbeit mit dem BMZ seit Anfang der 70er Jahre
- Setzen uns für einen umwelt- und sozialverträglichen Tourismus ein
- Zeigen Chancen, Risiken und Verantwortung touristischer Entwicklungen für Mensch, Natur und Kultur auf

Reiseziele der Haupt-Urlaubsreisen 2017

Basis: deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, Reisen ab 5 Tagen Dauer

Alle Reisenden 2017: 54,1 Mio.

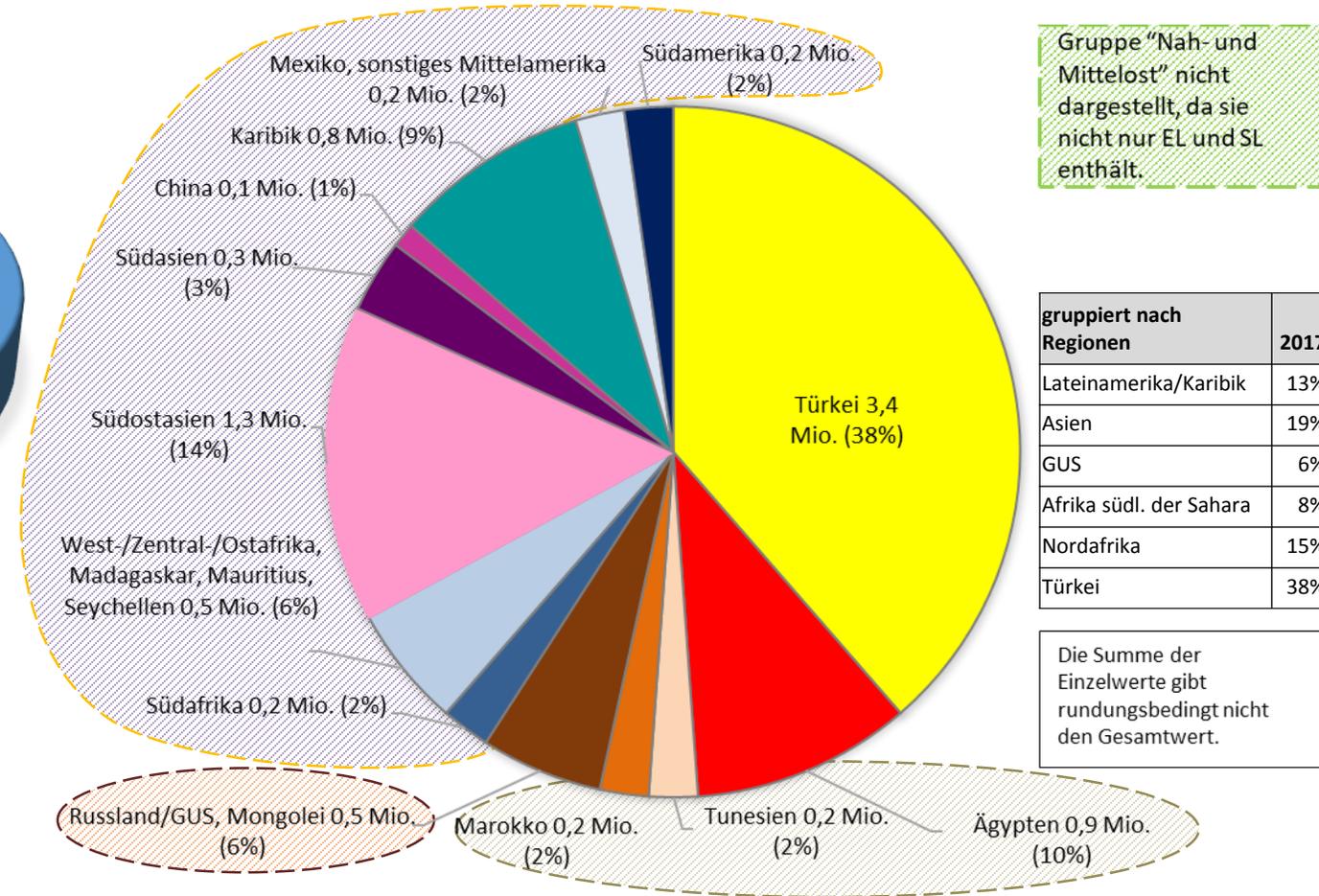
Reisende in Entwicklungs- und Schwellenländer 2017: 9,0 Mio.



Darin u.a.:

Spanien	7,4 Mio.
Italien	4,4 Mio.
Griechenland	2,3 Mio.
Kroatien	2,1 Mio.
Frankreich	1,5 Mio.
Portugal	1,1 Mio.

* **Jordanien, Libanon, Syrien, Irak, Jemen, Iran,**
 Saudi-Arabien, Oman, alle Golf-Emirate (VAE, Bahrain), Katar, Israel,
rot = EL/SL
schwarz = Industrieländer



Gruppe "Nah- und Mittelost" nicht dargestellt, da sie nicht nur EL und SL enthält.

gruppiert nach Regionen	2017
Lateinamerika/Karibik	13%
Asien	19%
GUS	6%
Afrika süd. der Sahara	8%
Nordafrika	15%
Türkei	38%

Die Summe der Einzelwerte gibt rundungsbedingt nicht den Gesamtwert.

Quelle: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, Datenbasis: Reiseanalyse 2018 F.U.R.

Übergeordnete Zielsetzung

Mehr Informationen über politische, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Besonderheiten der einzelnen Entwicklungsländer zu vermitteln, um

- Voraussetzungen für eine differenzierte Wahrnehmung zu schaffen, und so
- entwicklungspolitisch relevante Betrachtungsweisen stärker zu berücksichtigen
- globale Zusammenhänge zu verstehen, interkulturell zu lernen
- Vorurteile gegenüber Ländern und Menschen anderer Kulturen und Religionen abzubauen
- nach Möglichkeiten verstärkter Kommunikation und Begegnung zwischen Touristen und Einheimischen zu suchen

Qualifizierungsangebote im Sinne eines nachhaltigen Tourismus um unterschiedene Akteure anzusprechen

Unsere Projekte und Maßnahmen

Zielsetzung unserer Projekte: die am Tourismus Beteiligten für interkulturell ergiebige, sozial- und umweltfreundlichere und damit nachhaltigere Formen des Reisens zu gewinnen.

- SympathieMagazine
- MotivationsSeminare für Tour Guides
- TO DO Award
- Forschung
- Dialogprojekte
 - Ammerlander Gespräche
 - ZwischenRufe auf der ITB

SympathieMagazine

Auflage über 8,7 Mio
52 Länder, fünf Weltreligionen und sechs Spezialthemen



SympathieMagazine

- Informative und sympathische Einstimmung auf andere Länder, Kulturen und deren Menschen
- Verschaffen Einblicke in den Alltag anderer Länder – hinter die touristischen Kulissen
- Werben für Respekt vor dem Fremden, vor anderen Kulturen und Religionen
- Lassen Einheimische zu Wort kommen
- Machen Mut, sich mit Neugier auf das Fremde einzulassen
- Wecken Interesse, Verständnis und Sympathie für Reiseländer



SympathieMagazine Pressestimmen

- „Alles andere als ein klassisches Reisemagazin, dafür eine fast unentbehrliche Lektüre für diejenigen Leser, die hinter die Kulissen von Land und Leuten blicken wollen. Kultursensibel verfasste Texte erschließen das Fremde und statten den Reisenden mit interkultureller Kompetenz aus!“ (ServiceZeit Reisen des WDR)
- „Die gar nicht typisch deutsche Mischung aus Leichtigkeit und Tiefgang macht das Geheimnis der SympathieMagazine aus.“ (Süddeutsche Zeitung)
- „Wer mehr über den Alltag, über kulturelle, soziale und politische Besonderheiten seines Urlaubslandes erfahren will, sollte die SympathieMagazine des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung lesen.“ (Stiftung Warentest)

SympathieMagazine Vertrieb

- Überwiegender Teil über Reiseveranstalter
- Schulen, Jugend- und Erwachsenenbildung
- Personalschulung von Organisationen und Wirtschaftsunternehmen
- Privatkunden
- Webshop: www.sympathiemagazine.de

Die Herausgabe der SympathieMagazine wird – außer vom BMZ – auch von anderen staatlichen und kirchlichen Organisationen sowie von der Privatwirtschaft gefördert



Interkulturelle Seminare für Tour Guides



Interkulturelle Seminare für Tour Guides

- 136 Fortbildungsseminare in deutscher Sprache
- fünf in englischer Sprache
- 1.928 Reiseleiterinnen und Reiseleiter
in Entwicklungs- und Schwellenländern

Im Herbst 2017 Basic Seminar mit 18 Reiseleitern auf dem Pamir

Derzeit bieten wir jährlich 5 Seminare an, können jedoch die stetig wachsende Nachfrage nicht vollständig bedienen

RA 2016 – Studienkreis-Exklusivfrage „Persönlicher Anspruch an Reiseleitung“

Frage:

Stellen Sie sich vor, Sie buchen eine organisierte Urlaubsreise in ein Entwicklungs- oder Schwellenland wie z.B. Peru, Kuba, Marokko, Türkei oder Thailand:

Welche Fähigkeiten der Reiseleitung / Urlaubsbetreuung vor Ort wären Ihnen dabei persönlich besonders wichtig oder völlig unwichtig?

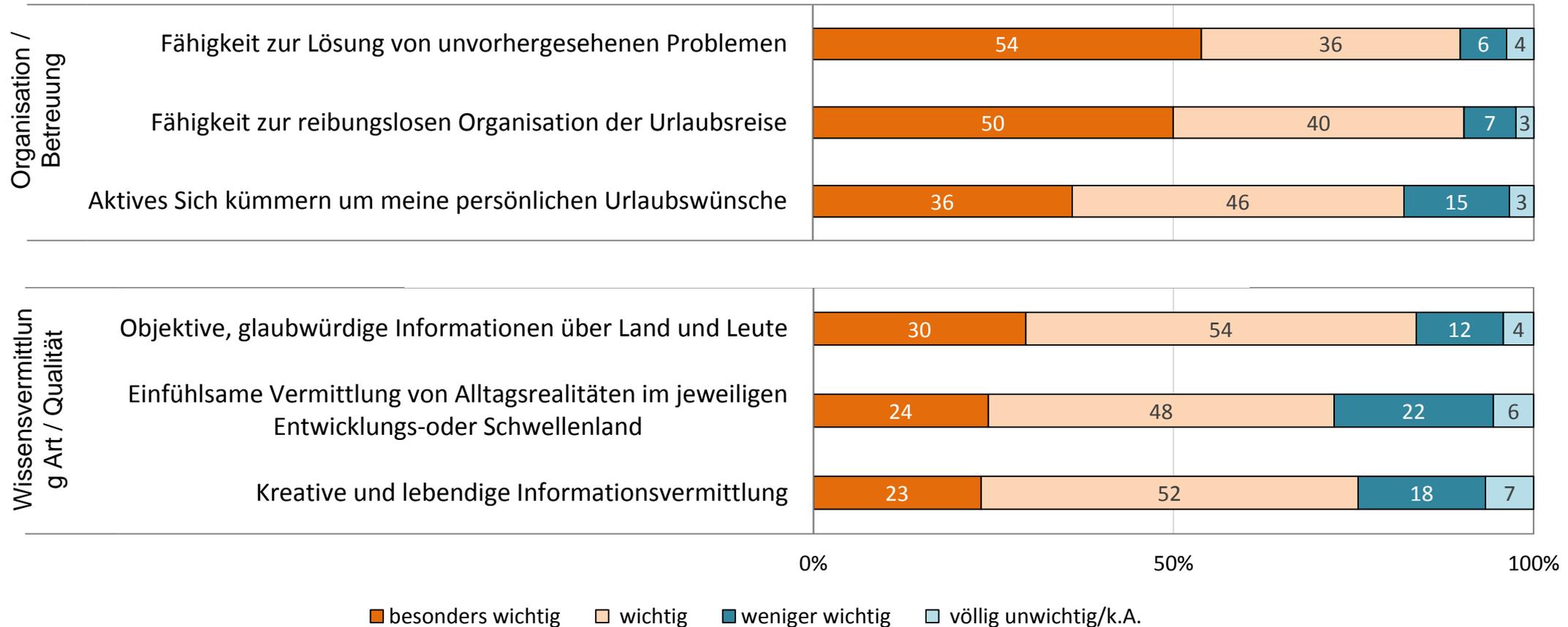
15 Items

(Antwortskala: 1 = besonders wichtig, 2 = wichtig, 3 = weniger wichtig, 4 = völlig unwichtig)

Wichtigkeit von Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort

Entwicklungs-/Schwellenländer-Erfarene 2013-2015 (15,8 Mio., ab 14 Jahre)

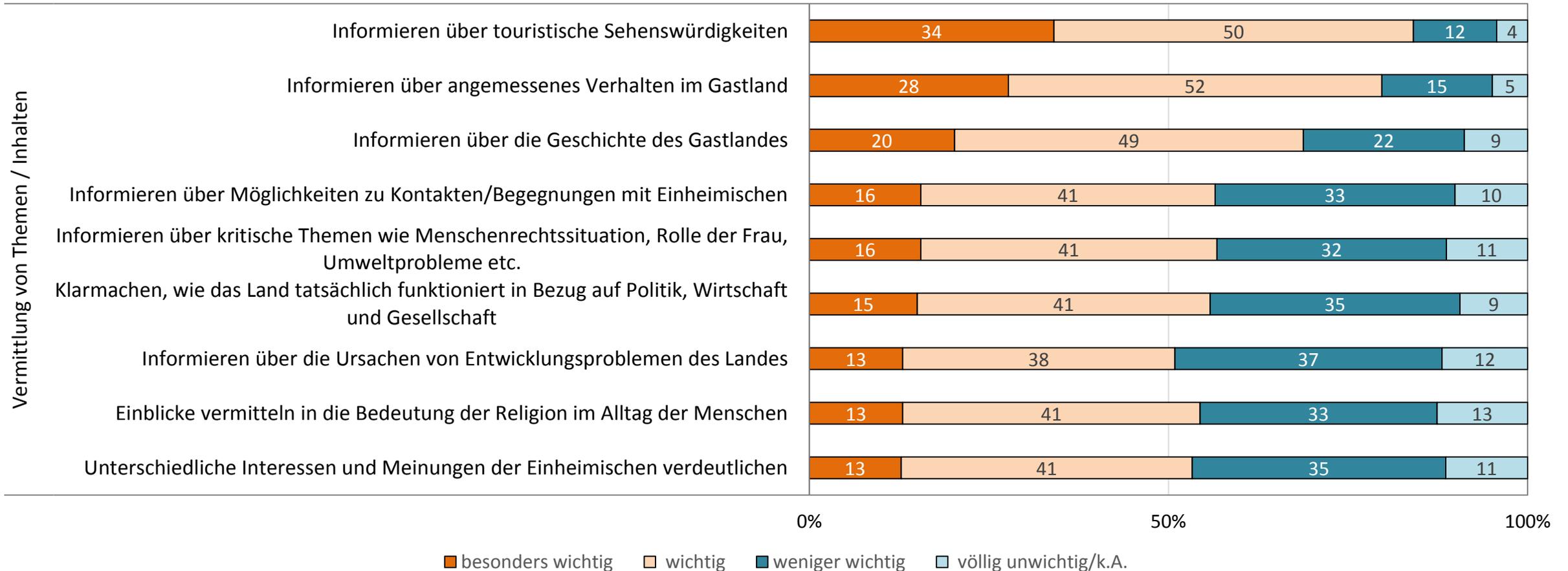
Basis: deutschsprachige Wohnbevölkerung, Angaben in %



Wichtigkeit von Fähigkeiten der Reiseleitung/Urlaubsbetreuung vor Ort

Entwicklungs-/Schwellenländer-Erfahrene 2013-2015 (15,8 Mio., ab 14 Jahre)

Basis: deutschsprachige Wohnbevölkerung, Angaben in %



Quelle: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, Datenbasis: Studienkreis-Exklusivfrage in Reiseanalyse 2016, F.U.R.

Interkulturelle Seminare für Tour Guides

Basic Seminar

- Standortbestimmung
- Erwartungen und Verhaltensweisen von Touristen
- Inhalte und Methoden der Kulturvermittlung
- Entwicklung und globale Zusammenhänge
- Tourismus und Entwicklung
- Praxisübungen

Advanced Seminar

- Argumentation
- Fakten und Argumentationsübungen zu
 - "Gesellschaft, Kultur"
 - "Entwicklung"
 - "Religion, Identität"
 - "Globalisierung"

Proficiency Seminar

- Grundlagen zur Nachhaltigkeit
- nachhaltige Tourismusedwicklung
- fachliches und methodisches Wissen zur soziokulturellen Auswirkungen des Tourismus auf lokale Gemeinden

Interkulturelle Seminare für Tour Guides

Die Interkulturellen MotivationsSeminare motivieren Tour Guides

- Ihre Kommunikationsweisen und Informationskonzepte zu überprüfen und zu verbessern
- Die kulturellen Hintergründe, persönlichen Erwartungen und Verhaltensweisen von Touristen besser zu verstehen
- Vorurteile und Klischees über Land und Leute zu erkennen und zu korrigieren
- Ihren Gästen den interessanten Alltag im Land kreativ und spannend zu vermitteln
- Entwicklungsbezogene und globale Zusammenhänge zu erkennen und aufzuzeigen
- Ihr Wissen und ihre Argumentationsfähigkeit zu erweitern

