



Nachhaltiger Tourismus



Editorial

Im neunzehnten Jahrhundert entstanden als Folge des Aufschwungs des privaten Reisens Routen, aus denen im

Zuge der Revolutionierung des Verkehrs im zwanzigsten Jahrhundert die Reiseziele des Massentourismus wurden.

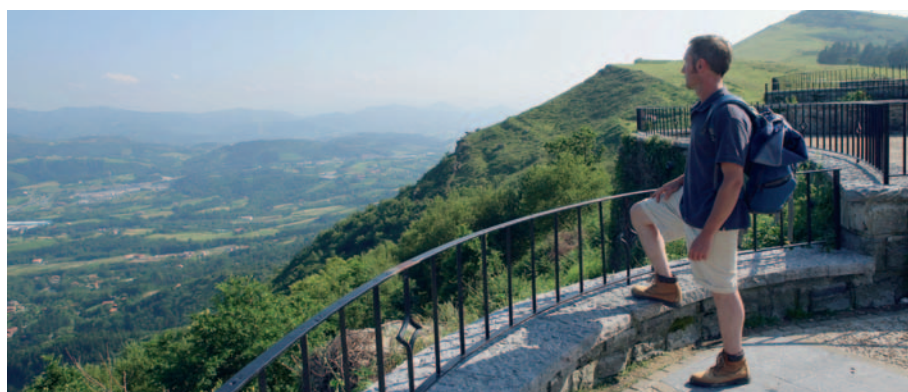
Heute ist Europa mit jährlich 500 Millionen Besuchern (53% aller Reisenden weltweit) das beliebteste Reiseziel der Welt. Obwohl viele Regionen von diesen Geldströmen sehr profitiert haben, wurden in den letzten Jahren auch die negativen Seiten des Massentourismus offenbar: Müllberge, Umweltverschmutzung durch steigendes Verkehrsaufkommen, Schäden an historischen Stätten, an Landschaft und Natur – um nur einige Beispiele zu nennen. Diese Probleme verschärfen sich durch den immer deutlicher wahrnehmbaren Klimawandel, so dass die Tourismusindustrie, genau wie alle anderen Industriezweige, sich mit diesem Thema auseinandersetzen muss.

Die Versammlung der Regionen Europas war eine der Ersten, die eine Neuorientierung hin zu nachhaltigem Tourismus einforderte, um für die Regionen die Möglichkeit zur Umsetzung politischer Maßnahmen zur Förderung der sozialen und umweltorientierten sowie der wirtschaftlichen Entwicklung ihrer Städte und Gemeinden zu schaffen. Diese Neuorientierung bedeutet für die Regionen die Entwicklung kreativer Ansätze zur Förderung des Kulturtourismus und zwar ohne Bürger oder Umwelt in unzumutbarer Weise zu beeinträchtigen. Viele der Regionen der VRE haben sich dieser Herausforderung bereits gestellt und sind nun bereit, ihre Erfahrungen guter Praxis mit anderen Regionen in ganz Europa auszutauschen. <

Michèle Sabban,
Präsidentin der VRE
Vize-Präsidentin der Region
Ile-de-France (F)

Europa an der Spitze der beliebtesten Urlaubsziele

EUROPA IST ZWAR DAS BELIEBTESTE URLAUBSZIEL DER WELT, JEDOCH KÖNNEN UNSERE REGIONEN VON DIESEM TOURISMUS NUR PROFITIEREN, WENN ER NACHHALTIG GESTALTET WIRD



Es liegt an uns, diese europäischen Landschaften zu erhalten, die zu den meistbesuchten der Welt gehören.

Europa ist nicht nur das beliebteste Reiseziel der Welt, sondern sechs Länder der EU zählen darüber hinaus zu den zehn beliebtesten Zielen für Urlauber aus der ganzen Welt. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass dieser Sektor für die Wirtschaft der Regionen in Bezug auf Finanzkraft und Arbeitsplätze höchst bedeutsam ist. Der hauptsächlich mittelständisch geprägte Tourismussektor schafft 4% des Bruttoinlandsproduktes der EU und stellt ca. 8 Millionen Arbeitsplätze bereit. Nimmt man die Verknüpfungen zu anderen Sektoren hinzu, so erhöht sich der Beitrag der Tourismusindustrie zum BIP auf ca. 11% und 12% der arbeitenden Bevölkerung Europas finden dort ihren Arbeitsplatz. Das entspricht etwa 24 Millionen Arbeitsplätzen.

Tourismus schafft jedoch nicht nur Wachstum und Arbeitsplätze, sondern spielt auch eine wichtige Rolle bei der Entwicklung der meisten europäischen Regionen. Tourismusinfrastruktur fördert die örtliche Entwicklung und auch Arbeitsplätze werden häufig in Gegenden geschaffen oder erhalten, die vom industriellen oder landwirtschaftlichen Niedergang betroffen bzw. Stadterneuerungs- oder Umstrukturierungsgebiet sind.

Im Jahr 2006 erkannte die Europäische Kommission die Notwendigkeit neuer politischer Maßnahmen zur Stärkung von Wettbewerbsfähigkeit und Wachstum in diesem Bereich. Gleichzeitig galt es die Probleme des 21sten Jahrhunderts, darunter die Entwicklung nachhaltigerer und umweltfreundlicherer Praxis, anzugehen. Günter Verheugen, Vizepräsident der Kommission und zuständig für Unternehmens-

und Industriepolitik, formulierte es wie folgt: „Erfolg und Wachstumspotential Europas als Tourismusziel hängen von unserer Fähigkeit zum Schutz und zur Stärkung der Vorzüge und Werte Europas ab. Das funktioniert jedoch nur, wenn das Produkt 'Tourismus' durch eine Kombination aus vernünftiger Entwicklung und Innovation gestärkt wird.“

Verheugen ist der Ansicht, dass Europa nach Annahme der „Agenda für nachhaltigen und wettbewerbsfähigen europäischen Tourismus“ im Oktober 2007 für diese Herausforderungen besser gerüstet ist. Dieser neue politische Ansatz unterstreicht die Notwendigkeit zur „Schaffung eines angemessenen Gleichgewichtes zwischen einer autonomen Entwicklung der Reiseziele und dem Schutz der Umwelt einerseits sowie der Entwicklung wettbewerbsfähiger Wirtschaftstätigkeit andererseits.“

Zur Umsetzung dieser löblichen Agenda unterstützte die Kommission den Start des EDEN-Projektes (European Destinations of Excellence, herausragende europäische Reiseziele), mit dessen Hilfe bei jährlich veranstalteten nationalen Wettbewerben nachhaltige Modelle zur Tourismusentwicklung innerhalb der EU gefördert werden sollen. In jedem teilnehmendem Land wird am Ende des Wettbewerbs ein „herausragendes Reiseziel“ ausgewählt, um auf diese Weise – so die Kommission – „die Wahrnehmung für europäische Reiseziele zu schärfen, eine Plattform zum Austausch guter Praxis in ganz Europa zu schaffen und die Vernetzung der ausgezeichneten Reiseziele zu fördern.“ <

Schaffung von Nachhaltigkeit im Tourismus

DIE VRE STEHT SCHON IMMER FÜR DIE FÖRDERUNG REGIONALER WIRTSCHAFT DURCH TOURISMUS BEI GLEICHZEITIGEM SCHONENDEM UMGANG MIT RESSOURCEN UND UMWELT



Blick auf den Kultsjön See in der schwedischen Region Västerbotten.

Schon Mitte der neunziger Jahre des vorigen Jahrhunderts engagierte sich die VRE durch Einrichtung einer Arbeitsgruppe zur Schaffung von „Umweltschutzstandards im Tourismus“ für nachhaltigen Tourismus. Eine der Regionen, die diese Initiative damals auf den Weg brachten, war die schwedische Region Västerbotten, deren derzeitiger Tourismusmanager Thomas Carlsson jetzt die Arbeitsgruppe Tourismus der VRE leitet. Er erläutert, welche Aufgaben die Arbeitsgruppe als erstes in Angriff nahm: „Zunächst machten wir eine Bestandsaufnahme der verschiedenen Standards im Bereich Tourismus, stellten für die Regionen Empfehlungen zur Anwendung und Umsetzung von Qualitätsstandards zusammen und sammelten Beispiele von Regionen, in denen solche Standards bereits umgesetzt waren.“ Heute sind Aufgaben und Ziele der Arbeitsgruppe breiter gefächert, wobei alle Tätigkeiten auf der Grundlage der Schaffung von Nachhaltigkeit im Tourismus stehen, sagte Carlsson weiter.

Eines der ersten, unter Führung der VRE angestoßenen wirklich nachhaltigen Tourismusprojekte schuf das Qualitätssiegel „Village+“ im Jahr 2005, erläuterte Carlsson. „Diese Initiative war eine Reaktion auf die Forderung der Bürger, dass Umweltpolitik genauso wichtig zu nehmen sei wie Wirtschafts- und Sozialpolitik und zwar auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene.“ Das Qualitätssiegel „Village+“ wurde Gebieten in Europa verliehen, die den umweltfreundlichen Tourismus aktiv förderten. „Um dieses Qualitätssiegel zu erhalten mussten mindestens 100 Einwohner eine Charta unterzeichnen, in der sie sich zu umweltfreundlichem Handeln im Alltag, besonders in Bezug auf Mülltrennung, Energie- und Wassersparen, sowie der Verwendung von biologischen Reinigungsmitteln verpflichteten.“ erläuterte Carlsson weiter.

Seit 2006 setzt die VRE zunehmend das Instrument der Peer-Reviews ein. Diese Methode kommt

bei verschiedenen Projekten zum Einsatz und hat sich als kostengünstigste Möglichkeit zum Austausch von Erfahrungen innerhalb der Regionen und als Forum, in dem Peers voneinander lernen, bewährt. Die Methodik der Peer Reviews wurde für den nachhaltigen Tourismus angepasst. Im Februar 2008 wurde in der russischen Region Tatarstan eine Pilotinitiative angestoßen, bei der regionale Fachleute aus Kärnten (A), Flevoland (NL), Pays d'Aubagne et de l'Étoile (F) und der Akademie für Tourismus Russlands eine Reihe von Interviews und Expertengesprächen führten, um das touristische Potential in Tatarstan zu ermitteln und die weiteren Bedürfnisse festzustellen. Nach dem Besuch der wichtigsten

touristischen Einrichtungen wurde ein Bericht mit konkreten Empfehlungen für die Region erarbeitet, die kurzfristig umgesetzt werden können während die Langzeitstrategie erarbeitet wird. Tatarstan hat großes touristisches Potential: die Flüsse Wolga und Kama bieten sich für Kreuzfahrten an, muslimische und orthodoxe Pilgerstätten laden zu einem Besuch ein. Um dieses Potential jedoch ausschöpfen zu können, muss laut Bericht der Peer-Review-Gruppe bei der Bevölkerung der Region zunächst Bewusstsein für nachhaltigen

Tourismus geschaffen werden. Die Bevölkerung muss weiterhin stärker in die Projekte eingebunden werden und es bedarf eines verstärkten Austausches von Informationen über beste Praktiken beim nachhaltigen Tourismus zwischen Regierungen und allen interessierten Parteien.

Thomas Carlsson bezeichnet seine eigene Region Nordschweden als gutes Beispiel für funktionierenden nachhaltigen Tourismus. „Meiner Ansicht nach leben wir im Vergleich zu anderen in einer sehr von Nachhaltigkeit geprägten Gesellschaft und selbstverständlich nutzen wir all diese Elemente und Argumente für die Förderung unseres touristischen Angebots“, sagte er. „Wir haben mehrfach ein schwedisches Öko-Kennzeichnungssystem mit dem Namen 'Das Beste der Natur' unterstützt und helfen Unternehmen, die sich dem System anschließen, auf vielfältige Art und Weise. Wir haben damit auf dem schwedischen Markt eine starkes Markenzeichen geschaffen, und ich bin davon überzeugt, dass die internationalen Reiseveranstalter das auch wissen“, setzte er noch hinzu.

Weitere Informationen zum nachhaltigen Tourismus in den Regionen sind auf der Internetseite der Kommission 1 der VRE unter www.VRE.eu/main-issues/tourism.html verfügbar. Das Internetportal des Tourismusnetzes der VRE ist unter www.aertourismnetwork.org erreichbar. <



Interview

Eszter Balázsy

Eszter Balázsy, Leiterin der Abteilung für Internationale Angelegenheiten der Regionalentwicklungsbehörde im ungarischen Észak-Alföld.

VRE: Warum interessiert sich ihre Region für nachhaltigen Tourismus?

Eszter Balázsy: Die Schaffung von Nachhaltigkeit im Tourismus ist eine riesige Aufgabe für alle Reiseziele weltweit. Eine unserer größten regionalen Attraktionen sind die Thermalquellen, die den Besuchern Wellness-Programme und Kuren anbieten. Das Thermalwasser wird natürlich nicht endlos verfügbar sein, so dass wir uns überlegen müssen, wie die Zukunft aussehen soll und wie man die Quellen möglichst lange erhalten und nutzen kann.

VRE: Und wie gehen Sie das Problem an?

EB: Wir versuchen den Touristen, die in den Kur- und Wellnesshotels zu Gast sind, auch andere Aktivitäten schmackhaft zu machen und haben deshalb eine Reihe von Produkten geschaffen, die mit den Thermalanwendungen zusammen als Paket angeboten werden. Viele der Kurzen-

tren bzw. Hotels bieten jetzt nicht nur für Einzelreisende, sondern auch für Familien oder Senioren Programme an, damit unsere Besucher die Besonderheiten der ungarischen Gastfreundschaft kennenlernen können.

VRE: Was bieten diese Programme denn im Einzelnen an?

EB: Nachdem unsere Besucher durch die Thermalquellen und Kuranwendungen körperliche Erholung und Stärkung erfahren haben, wollen wir sie dazu bringen, die Städte mit ihren historischen oder kulturellen Sehenswürdigkeiten zu besichtigen, das funktionierende Dorfleben und die Volkskunst kennenzulernen und natürlich das verlockende Angebot der Gastronomie anzunehmen. In vielen kleinen Dörfern gibt es Sommerfeste, bei denen die Besucher unser Kulturerbe kennenlernen können.

Nachhaltiger Umwelt- und Naturschutz

ZIEL DES PRESERVE-PROJEKTES IST DIE FÖRDERUNG VON TOURISMUS BEI GLEICHZEITIGEM SCHUTZ VON UMWELT UND NATUR

„Die Begriffe Nachhaltigkeit und Bewahrung des Kulturerbes ziehen sich wie ein roter Faden durch die Arbeit der VRE im Bereich des Tourismus“, sagt Håkan Sandgren, County Councillor in Jönköping (S) und Präsident der Kommission 1 der VRE. **„In Zukunft haben wir dafür zu sorgen, dass wir auf diesem an der Natur orientierten Weg bleiben und den ökologischen Tourismus noch viel stärker ins Bewusstsein rücken.“** Genau darum geht es bei der PRESERVE-Initiative der VRE (Peer reviews for sustainable eco-regions via Europe, Peer-Reviews zur Nachhaltigkeit in den Regionen Europas). Das Programm, das im November offiziell gestartet wurde, wird mitfinanziert durch INTERREG IVC. Dieses EU-Programm dient der Förderung der territorialen Zusammenarbeit und unterstützt Regionen beim Austausch von Wissen und Erfahrungen. Außerdem bietet es eine Plattform zum Austausch von guter Praxis.

Innerhalb der PRESERVE-Initiative arbeitet die VRE mit 13 Mitgliedsregionen aus 11 Ländern zusammen. Das ermöglicht den Austausch von Erfahrungen mit der nachhaltigen Gestaltung von Tourismus in den Regionen mit Hilfe des Instrumentes des Peer Review und den daraus abgeleiteten Empfehlungen für politische Maßnahmen.

Innerhalb des Projektes werden sechs Peer Reviews im Laufe von zwei Jahren stattfinden. Regionen, in denen ein Peer Review durchgeführt wird, organisieren zusätzlich regionale Seminare mit relevanten Partnern, bei denen die Erfahrungen und Wirkungen der Peer Reviews und andere durch das Projekt gewonnene Erkenntnisse thematisiert werden. Zur Sicherung der Nachhaltigkeit des Projektes nehmen diese Gruppen außerdem an einem Aktionsplan und einem Workshop zur Selbstevaluierung teil.



© Display Design

Die 13 Regionen, die an diesem Projekt teilnehmen, sind sehr unterschiedlich geprägt, so dass viele verschiedene Erfahrungen eingebracht und hoffentlich viele neue Kenntnisse und Fähigkeiten erworben werden können. Die einzelnen Regionen werden auf der Internetseite des Projekts PRESERVE.VRE.eu vorgestellt.

In der Region Sterea Ellada (GR) ist man sich des großen Potentials der Tourismusindustrie bewusst. Die Region hat viele Kulturstätten, darunter wichtige archaische byzantinische Denkmäler „von denen die meisten unbekannt, unzugänglich und in keinem Touristikangebot enthalten sind.“ Die Region wünscht jedoch nur nachhaltiges Wachstum und will sicherstellen, dass „Tourismus in diesem Sinne als Instrument zur Förderung erneuerbarer Energien oder von Technologien mit niedrigem Energieverbrauch oder Energiesparprogrammen dient ... die Stätten können gleichzeitig die Auswirkungen auf die Umwelt ein-

schließlich der biologischen Vielfalt überwachen. Touristische Aktivitäten können mit stringenten Maßnahmen zur Reduzierung des Müllaufkommens, der Steuerung der Abfallwirtschaft und der Sicherung einer ökologisch verträglichen Abfallentsorgung verbunden werden.“

In Süddänemark ist man in diesem Bereich schon gut unterwegs und weiß, dass „nachhaltiger Tourismus äußerst wichtig ist“ für die Region und ein Urlaub dort „viele Möglichkeiten zur Erkundung der Natur und der Freude an den einfachen Dingen des Lebens bietet ... es gibt sowohl die Möglichkeit eine Küche von Weltklasse zu genießen wie auch gute, regionale Ökoprodukte zu kaufen.“ Man räumt seitens der Region allerdings ein, dass „weitere Verbesserungen möglich sind“ und dass „eine Möglichkeit zum Reiseziel von Weltklasse zu werden in der Teilnahme am PRESERVE-Projekt besteht“, denn hier lässt sich durch Wissensaustausch und Peer Reviews sehr viel lernen. <



Interview

Gunn-Viol Kattilakoski

Gunn-Viol Kattilakoski, Verkaufsleiter der Touristeninformation in Örebro (S)

VRE: Warum beteiligt sich ihre Region an PRESERVE?

Gunn-Viol Kattilakoski: Die Region Örebro ist außerhalb Schwedens nicht sehr gut bekannt. Wir haben sie vor zwei Jahren in „Das Herz von Schweden“ umbenannt, um sie international besser touristisch vermarkten zu können. Wir stecken eine Menge Geld in dieses Projekt und müssen uns in Richtung Nachhaltigkeit dringend neu orientieren, um unsere Region global vermarkten zu können. Wir nehmen am PRESERVE-Projekt teil, um von anderen Regionen Europas diese nachhaltige Vermarktung zu lernen. Wir

müssen ja nicht das Rad neu erfinden, wenn wir von den EU-Regionen in Italien oder Spanien lernen können, wo bereits langjährige Erfahrungen mit nachhaltigem Wirtschaften vorliegen und wo sehr viel Tourismus besteht.

VRE: Was haben Sie aus dem Projekt gelernt?

G-V K: Wir stehen ganz am Anfang und können noch nicht viel sagen. Das Peer Review ist für Ende Juni vorgesehen. Wir erhoffen uns davon Instrumente und Werkzeuge für die Umsetzung unserer Strategie - es gibt bereits ein Projekt für nachhaltigen Tourismus in der Stadt Örebro, jedoch

nicht für die Region. Wir müssen zum Beispiel lernen, wie wir unseren Unternehmen den Umgang mit internationalen Touristen am besten vermitteln, welche Informationen sie benötigen und wie wir diese Informationen auf der Internetseite in englischer Sprache bereitstellen können.

VRE: Welche nachhaltigen Tourismusprojekte können sie den Touristen in ihrer Region anbieten?

G-V K: Unsere Region bietet Ruhe und Erholung und viele Möglichkeiten für Ausflüge und Aktivitäten – wir sind wirklich das Herz von Schweden. Bei uns gibt es Hochland und Tiefebene, den Hjälmaren-See, der Schwedens viertgrößter See ist; es gibt auch Wälder und nach Stockholm bzw. Oslo sind es nur ein paar Stunden Fahrt. Wir haben schon jetzt viele Besucher, aber wir brauchen ein besseres Angebot und hoffen, das im Laufe der Zeit und mit Hilfe des Peer Reviews erarbeiten zu können.

Kulturpartnerschaften

DIE REGIONEN MÜSSEN ENTSCHIEDEN VORGEHEN WENN SIE WOLLEN DASS TOURISTEN DIE KULTURGÜTER DER REGION AUS LOKALER PERSPEKTIVE WAHRNEHMEN UND NICHT NUR AUS NATIONALER SICHT SEHEN



Ortsansässige sind am besten in der Lage, Touristen die Vielfalt ihrer Heimat näher zu bringen.

Die Regionen müssen bei ihrem Angebot Profil zeigen. Wenn die Werbung für Regionen von einer nationalen Tourismusagentur übernommen wird, dann wird die Perspektive dieser Leute dominieren; die Regionen müssen deshalb an solchen Entscheidungsprozessen beteiligt sein“, so die dringende Empfehlung des Tourismusexperten Alan Clarke, Professor an der Universität von Pannonia (H).

Clarke betonte erneut die Wichtigkeit der Rolle, die die Regionen beim Kulturtourismus spielen – sie müssen sicherstellen, dass die Besucher die Region aus der Sicht der örtlichen Bevölkerung sehen und erfahren anstatt nur die Perspektive der Hauptstadt kennen zu lernen. Dies ist seiner Ansicht nach besonders wichtig, weil die „Kultur für Touristen“ oft so etwas wie eine konzentrierte Version des Kulturerbes eines Landes darstellt. „Auf Reisen bringen wir unsere eigenen Vorstellungen und Ansichten mit und das entscheidet darüber, wie wir unser Reiseziel erfahren“, sagte er. „Unsere kulturellen Erlebnisse als Touristen finden fast immer in gedrängter Form, also im 'Paket' statt. Ein Besucher möchte sein Reiseziel erfahren, er fühlen und erschmecken und wenn das Paket stimmt, haben die Touristen das Gefühl, etwas Schönes erlebt zu haben“, erläuterte er weiter. Clarke räumt ein, dass hier viele Fragen auftauchen. „Um ein solches Paket zu schnüren, wird das Kulturerbe speziell zugerichtet und aufbereitet. Dadurch können Verwerfungen entstehen - hier müssen wir die örtliche Bevölkerung mit in die Verantwortung nehmen bei der Entscheidung, wie weit wir gehen dürfen.“

Clarke hält die Einbeziehung der Menschen in den Regionen für unabdingbar, wenn das Paket stimmig sein soll. Es sollte hervorgehen aus „einer Partnerschaft zwischen Denkmalschützern, die bewahren wollen, Kulturschaffenden, die vorzeigen wollen und Tourismusprofis, die erreichen wollen, dass ihre Kunden zu dem Gezeigten in Beziehung treten können.“ Wichtig ist außerdem die Ein-

beziehung „von Menschen aus dem öffentlichen und privaten Bereich sowie der Ehrenamtlichen und freiwillig Tätigen.“

Um festzustellen, in welchen Regionen die Vermarktung des Kulturerbes bereits in dieser Art funktioniert, plant Clark im Laufe des Jahres eine vergleichende Analyse von VRE-Mitgliedern, bei der ein Hauptaugenmerk auf der Frage nach „der Entwicklung von Partnerschaften und den Schlüsselfaktoren für Kulturtourismusprojekte“ liegen wird. Die Idee zu diesem Projekt entstand bei einem VRE-Seminar in Ustron (PL) im Mai 2008. Clarke erwartet, dass diese Analyse die Tourismusbehörden bzw. Fremdenverkehrsämter motiviert „nach innen zu schauen und sich auf die Reichtümer der Regionen zu besinnen anstatt zu versuchen äußeren Klischees gerecht zu werden.“ Die Ergebnisse dieser vergleichenden Studie sollen nicht etwa „ein alleingültiges Modell hervorbringen, sondern Leitlinien für beste Praxis in den unterschiedlichsten Situationen schaffen.“

Devon (GB) ist eines der besten Beispiele für Partnerschaften zur Förderung von Kulturtourismus. „Der Grafschaftsrat von Devon beschloss einen Strategieplan mit fünf Zielgebieten, um die kulturellen Vorzüge der Grafschaft richtig herausstellen zu können“, sagte Saxon Spence, Mitglied des Grafschaftsrates. „Dazu gehörte auch, dass unsere Bevölkerung versteht, was Devon kulturell zu bieten hat und dazu gehört die Förderung des Kulturtourismus“, fügte sie hinzu. Aus diesen Zielbereichen entstanden eine Reihe von Kulturprojekten, die Allan Clarkes Vorstellungen vom erfolgreichen Umgang mit dem Kulturerbe sehr entsprechen. Die Verwaltung arbeitet mit einer Reihe von Partnern zusammen, darunter „South West Food and Drink“, „Taste of the West“ und „Food and Drink Devon“, um die Ess- und Trinkkultur der Grafschaft Devon sowie das Kulturerbe bei kulinarischen Veranstaltungen und in Restaurants - beispielsweise während der einmonatigen Kampagne „Devon Celebration of

Food 2009“ - und auch Hofläden bekannt zu machen und zu fördern.

In der Region entstanden auch etliche Netzwerke, z.B. das Projekt „Tourism and Creative Skills for Success“, in dem Tourismus und kreative Kunst verknüpft werden, um sich gegenseitig zu befruchten, von einander zu lernen und zukünftige Möglichkeiten der Zusammenarbeit zu erkunden. Gegenwärtig werden die Werkzeuge „Tourism and Creative Skills“ in einer Reihe von gemeinsamen Veranstaltungen eingesetzt, um damit Unternehmen und Handel zur Schaffung eigener Kulturtourismusangebote zu motivieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

In der Region hat man auch keine Berührungsängste und nutzt nationale oder gar internationale Veranstaltungen, um das Kulturerbe der Region bekannt zu machen. Das beste Beispiel ist „Team Devon“ – „die neue Partnerschaft zur Koordination der Arbeit in Devon, Plymouth und Torbay. Damit wollen wir uns die Möglichkeiten, die die Olympiade 2012 bietet, gemeinsam zu Nutze machen“, sagte Spence. Team Devon steht unter der Leitung des „Devon and Cornwall Business Council“, dem Medienvertreter und Ehrenamtliche angehören und der laut Spence „eine Reihe von Kulturprojekten plant, darunter 'Tanz in Devon' und die Unterstützung eines regionaler Gemeinschaftsprojekts, einer Art 'Schatzsuche' bei der Kunst, Literatur und andere Aktivitäten mit der Landschaft Devons in Verbindung gebracht werden.“ <



AER - ARE - VRE Dossier Nachhaltiger Tourismus – Frühjahr 2009
Themenspezifisches Dossier der Versammlung der Regionen Europas (VRE)

Verantwortung für die Veröffentlichung - Klaus Klipp
Chefredakteur - Richard Médic
Redaktion - Philippa Jones
Redaktionssekretariat - Francine Huhardeaux
Übersetzungen - Ursula Gerstenmaier (F & D)
Konzeption und Layout - Agence Contexte - Strasbourg (F)
Druck - OTT Imprimeurs - rue Pins - 67310 Wasselonne (F)
Auflage (in drei Sprachen): 5 500 ex.
Wiedergabe nur mit Quellenangabe
Juni 2009

VRE www.aer.eu
Generalsekretariat - 6, rue Oberlin - F-67000 Strasbourg
Tel.: +33 3 88 22 07 07 - Fax : +33 3 88 75 67 19
E-Mail: secretariat@aer.eu
Büro in Brüssel - Boulevard Baudouin 12 - B-1000 Brussels
Postanschrift: 2, Place Saintelette - B-1080 Brussels
Tel.: + 32 2 421 85 12 - Fax: + 32 2 421 83 69
E-Mail: aer.brussels@aer.eu

 
Europe for Citizens' Programme
Co-financed by the European Union within the
programme "Europe for Citizens" 2007 - 2013