

Universität Passau  
Philosophische Fakultät  
Fachbereich Geographie

## **Binnentourismus in den ASEAN-Staaten - unter besonderer Berücksichtigung Thailands**

### **Promotionsschrift**

Studiendekan der Philosophischen Fakultät: Prof. Dr. Bernhard Stahl  
1. Gutachter: Prof. Dr. Werner Gamerith  
2. Gutachter: Prof. Dr. Dieter Anhuf

Tag der mündlichen Prüfung: 18.01.2019

Katharina Eckinger

## **Vorwort**

Vorliegende Arbeit setzt sich zum Ziel zu untersuchen, welchen Raum der Binnentourismus in den ASEAN-Staaten einnimmt, welche Bevölkerungsgruppen daran beteiligt sind und welche vorrangigen Interessen der Bevölkerung der Binnentourismus abdeckt.

Da die Gemeinschaft der ASEAN-Staaten sowohl hoch entwickelte Industrieländer, Schwellenländer und auch Entwicklungsländer umfasst, ist anzunehmen, dass der Anteil der Einwohner am Binnentourismus in den höher entwickelten Staaten größer ist.

Am Beispiel von Thailand sollen diese o. a. Aspekte genauer untersucht und deren Erscheinungsformen sollen durch Fragebogenerhebungen in Hua Hin und Chiang Mai dokumentiert werden. Vier viermonatige Aufenthalte in Hua Hin von Mitte November bis Mitte März in den Jahren 2012/2013, 2013/2015, 2014/2015 und 2015/2016, in Verbindung mit Reisen in die übrigen ASEAN-Staaten und ein zweiwöchiger Aufenthalt in Chiang Mai im Januar 2015 gaben mir Gelegenheit, diese Untersuchungen durchzuführen.

Das Gelingen meiner Arbeit habe ich vielen Personen zu verdanken, sowohl in Deutschland als auch in Thailand, die durch ihre Hilfestellung und durch zahlreiche Gespräche die Durchführung dieser Untersuchung ermöglichten. Mein ganz herzlicher Dank gilt zunächst meinem Doktorvater, Herrn Prof. Dr. Werner Gamerith, Inhaber des Lehrstuhls für Regionalgeographie an der Universität Passau, der mich kontinuierlich sehr hilfreich betreute und durch vielfältige, äußerst konstruktive Vorschläge unterstützte. Darüber hinaus trug nicht zuletzt mein Ehemann Longinus Eckinger durch seine Aufmunterung dazu bei, dass ich nicht den Mut verlor, als Seniorin eine Dissertation zu verfassen. In Thailand selbst fuhr er mich auf seinem Motorrad von Hotel zu Hotel bzw. zu den einzelnen Erhebungslokalitäten, damit ich langwierige Befragungen durchführen konnte. Bei Fragen zu dem Schreibprogramm Citavi stand mir Frau Renate Weber von der Universitätsbibliothek Passau zur Seite.

In Thailand selbst gab mir Terry Clapp, ein amerikanischer Staatsbürger, der seit 50 Jahren in Thailand lebt und mit drei aus sehr unterschiedlichen sozialen Schichten stammenden Thais verheiratet war, einen tiefgründigen Einblick in die Denk- und Verhaltensweise der Thais. Ebenso tat dies meine Freundin Chadapon Sukiakul, die auch die Fragebögen ins Thailändische übersetzte. Zu danken habe ich auch dem Bürgermeister der Stadt Hua Hin, Khun Jira Phongphaiboon, der mir nicht nur zu einem Interview zur Verfügung stand, sondern auch durch seine Hilfestellung den Zugang zur Verwaltung der Stadt Hua Hin ermöglichte. Ferner fand ich bei den Mitgliedern des Rotary Clubs of Royal Hua Hin gesprächsbereite und kompetente Mitglieder, so dass mir auch dadurch Einsicht in die sozialen und ökonomischen Strukturen der Provinz Prachuap Khiri Khan gewährt wurde.

Deggendorf, im Frühjahr 2018

*Ernestine Katharina Eckinger*

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	I
Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen .....	VII
Abkürzungsverzeichnis.....	XI
1. Einleitung.....	1
1.1. <i>Sachlicher Aufbau und Zielsetzung der Arbeit</i> .....	2
1.2. <i>Zahlenmaterial und Fragebögen</i> .....	4
2. Überblick über den bisherigen Stand der Forschung .....	7
2.1. <i>Zur Literatur</i> .....	7
2.2. <i>Gründe für die Vernachlässigung des Binnentourismus in der wissenschaftlichen         Forschung</i> .....	11
3. Binnentourismus allgemein .....	14
3.1. <i>Definition und Abgrenzung von relevanten Begriffen</i> .....	14
3.2. <i>Zur Situation der Datenerhebung durch die UNWTO</i> .....	18
4. Vorteile des Binnentourismus .....	21
4.1. <i>Ökonomische Vorteile</i> .....	21
4.2. <i>Ökologische Vorteile</i> .....	24
4.3. <i>Sozio-kulturelle Vorteile</i> .....	26
5. Nachteile des Binnentourismus .....	29
5.1. <i>Ökonomische Nachteile</i> .....	29
5.2. <i>Ökologische Nachteile</i> .....	30
5.3. <i>Sozio-kulturelle Nachteile</i> .....	33

<b>6.</b>	<b>Maßnahmen zur Stärkung des Binnentourismus.....</b>	<b>35</b>
<b>7.</b>	<b>Die ASEAN-Staaten .....</b>	<b>41</b>
	<b>7.1. Entwicklungsstand der ASEAN-Staaten.....</b>	<b>43</b>
	<b>7.2. Tourismusstrukturen in den ASEAN-Staaten .....</b>	<b>47</b>
	<b>7.3. Binnentourismus in ausgewählten ASEAN-Staaten .....</b>	<b>53</b>
	7.3.1 Binnentourismus in Indonesien.....	55
	7.3.2 Binnentourismus in Malaysia .....	59
	7.3.3 Binnentourismus auf den Philippinen.....	62
	7.3.4 Binnentourismus in Vietnam.....	64
<b>8.</b>	<b>Binnentourismus in Thailand.....</b>	<b>68</b>
	<b>8.1. Zur Geographie Thailands .....</b>	<b>68</b>
	<b>8.2. Entwicklung des Binnentourismus in Thailand.....</b>	<b>71</b>
	<b>8.3. Maßnahmen zur Stärkung des Binnentourismus in Thailand.....</b>	<b>74</b>
	<b>8.4. Zur Situation der Datenerhebung in Thailand.....</b>	<b>77</b>
	<b>8.5. Struktur des Binnentourismus in Thailand.....</b>	<b>78</b>
	<b>8.6. Die beliebtesten Reiseziele der Thais.....</b>	<b>88</b>
<b>9.</b>	<b>Binnentourismus in Hua Hin .....</b>	<b>94</b>
	<b>9.1. Lage und Erreichbarkeit von Hua Hin.....</b>	<b>94</b>
	<b>9.2. Die Anfänge des Tourismus in Hua Hin .....</b>	<b>95</b>
	<b>9.3. Struktur des Tourismus in Hua Hin .....</b>	<b>97</b>
	<b>9.4. Exkurs: Die Überflutung Bangkoks .....</b>	<b>103</b>
	<b>9.5. Auswirkungen des Binnentourismus auf Hua Hin .....</b>	<b>105</b>
	9.5.1 Physiognomische Auswirkungen.....	105
	9.5.2 Sozio-kulturelle Auswirkungen.....	111
<b>10.</b>	<b>Binnentourismus in Chiang Mai .....</b>	<b>113</b>
	<b>10.1. Lage und Erreichbarkeit von Chiang Mai .....</b>	<b>113</b>
	<b>10.2. Die Anfänge des Tourismus in Chiang Mai.....</b>	<b>113</b>
	<b>10.3. Exkurs: Die Rolle des thailändischen Königs.....</b>	<b>116</b>
	<b>10.4. Struktur des Tourismus in Chiang Mai.....</b>	<b>117</b>
	<b>10.5. Auswirkungen des Binnentourismus auf Chiang Mai .....</b>	<b>121</b>

<b>11. Zusammenfassung .....</b>	<b>124</b>
<b>12. Literaturverzeichnis .....</b>	<b>128</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>138</b>
1a Fragebogen: <i>Thailändische Touristen in Hua Hin (englische Version)</i> .....	138
1b Fragebogen: <i>Thailändische Touristen in Hua Hin (thai Version)</i> .....	141
2a Fragebogen: <i>Hotels in Hua Hin (englische Version)</i> .....	143
2b Fragebogen: <i>Hotels in Hua Hin (thai Version)</i> .....	144
3a Fragebogen: <i>Thailändische Touristen in Chiang Mai (englische Version)</i> .....	145
3b Fragebogen: <i>Thailändische Touristen in Chiang Mai (thai Version)</i> .....	146
4a Fragebogen: <i>Thailändische Touristen am Cicada Markt in Hua Hin (englische Version) ...</i>	147
4b Fragebogen: <i>Thailändische Touristen am Cicada Markt in Hua Hin (thai Version)</i> .....	148

# Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen

	<b>Seite</b>
<b>1 Tabellen</b>	
Tab. 1: Entwicklungsstand der ASEAN-Staaten nach BNE/Person, Kaufkraft und HDI (eigene Darstellung) <a href="http://www.data.worldbank.org">http://www.data.worldbank.org</a>	45
Tab. 2: Anzahl der Binnentouristen in den ASEAN-Staaten und %-Anteil an der Einwohnerzahl 2010 mit Deutschland im Vergleich (eigene Darstellung) <a href="http://www.e-unwto.org">http://www.e-unwto.org</a> <a href="https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/data">https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/data</a>	49
Tab. 3: Internationale und Binnentouristen 2012 in den ASEAN-Staaten (eigene Darstellung) <a href="http://www.data.worldbank.org">http://www.data.worldbank.org</a>	51
Tab. 4: Relation zwischen Einkommen/Monat, ausgeübtem Beruf, sozialem Status (eigene Darstellung)	81
Tab. 5: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer und durchschnittliche Ausgaben pro Tag in den Jahren 2007 bis 2011 (eigene Darstellung) <a href="http://www.data.worldbank.org">http://www.data.worldbank.org</a>	86
Tab. 6: Die beliebtesten Reiseziele der Thais 2003 und 2011 (eigene Darstellung) Kaosa-ard et al. 2001, S. 115-116 Jan 2001	88
Tab. 7: Anzahl in- und ausländischer Touristen in Hua Hin, veröffentlicht im Internet am 23.09.2014 (eigene Darstellung) <a href="http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/620">www.tourism.go.th/home/details/11/221/620</a>	98
Tab. 8: Anzahl in- und ausländischer Touristen in Hua Hin, veröffentlicht im Internet vor dem 23.09.2014 (eigene Darstellung) <a href="http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/620">www.tourism.go.th/home/details/11/221/620</a> (URL nicht mehr vorhanden)	100
Tab. 9: Anzahl thailändischer Touristen in Hua Hin 2010 und 2011 (eigene Darstellung) <a href="http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/620">www.tourism.go.th/home/details/11/221/620</a> (URL nicht mehr vorhanden)	103

Tab. 10:	Anzahl in- und ausländischer Touristen in Chiang Mai (eigene Darstellung) <a href="http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/620">www.tourism.go.th/home/details/11/221/620</a> (URL nicht mehr vorhanden)	118
Tab. 11:	Anzahl in- und ausländischer Touristen in Chiang Mai 2007 nach jahreszeitlicher Verteilung (eigene Darstellung) <a href="http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/620">www.tourism.go.th/home/details/11/221/620</a> (URL nicht mehr vorhanden)	120



## 2 Abbildungen

	<b>Seite</b>
Abb. 1: Devotionalienverkauf (eigene Aufnahme)	22
Abb. 2: Abfalltrennung im Hotel Amari (eigene Aufnahme)	25
Abb. 3: Abfall hinter einem Wohnhaus (eigene Aufnahme)	32
Abb. 4: Beispiel einer touristengerechten Apartmentanlage (eigene Aufnahme)	38
Abb. 5: Die ASEAN-Staaten <a href="http://aseanconsult.de/images/asean-map.jpg">http://aseanconsult.de/images/asean-map.jpg</a>	41
Abb. 6: ASEAN-Mitgliedsstaaten <a href="http://multimedia.anamai.moph.go.th/view.php?id=431">http://multimedia.anamai.moph.go.th/view.php?id=431</a>	42
Abb. 7: HDI 2012 der ASEAN-Staaten (eigene Darstellung) <a href="http://www.hdr.undp.org/en/data">http://www.hdr.undp.org/en/data</a>	46
Abb. 8: BNE/Person 2012 der ASEAN-Staaten in US-\$ (eigene Darstellung) <a href="http://data.worldbank.org/">data.worldbank.org/</a>	47
Abb. 9: Physische Karte Indonesien <a href="http://www.mapsofworld.com/indonesia">www.mapsofworld.com/indonesia</a>	55
Abb. 10: Physische Karte Malaysia <a href="https://www.weltkarte.com/asien/landkarten-malaysia-weitere-karten/landkarte-malaysia-reliefkarte.htm">https://www.weltkarte.com/asien/landkarten-malaysia-weitere-karten/landkarte-malaysia-reliefkarte.htm</a>	59
Abb. 11: Physische Karte Philippinen <a href="http://www.mapofworld.com/physical-map/philippines.html">www.mapofworld.com/physical-map/philippines.html</a>	62
Abb. 12: Physische Karte Vietnam <a href="https://www.weltkarte.com/asien/landkarten-vietnam-weitere-karten/landkarte-vietnam-reliefkarte.htm">https://www.weltkarte.com/asien/landkarten-vietnam-weitere-karten/landkarte-vietnam-reliefkarte.htm</a>	64
Abb. 13: Flagge Thailands <a href="https://www.fundresearch.de/research/Laenderblickpunkt-Thailand.html">https://www.fundresearch.de/research/Laenderblickpunkt-Thailand.html</a>	68
Abb. 14: Geographische Regionen Thailands <a href="https://www.weltkarte.com/asien/thailand/karte-thailand-regionen.htm">https://www.weltkarte.com/asien/thailand/karte-thailand-regionen.htm</a>	70
Abb. 15: Prozentanteil der Binnentouristen nach höchstem abgeschlossenem Bildungsniveau (eigene Darstellung)	82

Abb. 16:	Rajabhakti Park in Hua Hin (eigene Aufnahme)	91
Abb. 17:	The Venezia in Hua Hin (eigene Aufnahme)	92
Abb. 18:	Karte der südlichen Provinzen Thailands <a href="http://www.mapsofworld.com/thailand/thailand-political-map.html">www.mapsofworld.com/thailand/thailand-political-map.html</a>	94
Abb. 19:	Bahnhof in Hua Hin (eigene Aufnahme)	96
Abb. 20:	Das Railway Hotel 1927 <a href="https://famoushotels.org/hotels/sofitel-centara-railway-hotel-hua-hin">https://famoushotels.org/hotels/sofitel-centara-railway-hotel-hua-hin</a>	96
Abb. 21:	Eventplakat (eigene Aufnahme)	99
Abb. 22:	Herkunft der thailändischen Touristen in Hua Hin (eigene Darstellung)	101
Abb. 23:	Anzahl der in- und ausländischen Patienten im Bangkok Hospital Hua Hin 2011 (eigene Darstellung) Bangkok Hospital Hua Hin, S. 26	104
Abb. 24:	Hua Hin vom Felskap Khao Takiab aus (eigene Aufnahme)	105
Abb. 25:	Stadtplan von Hua Hin im Jahre 1986 Ashew & Logan, S. 157	106
Abb. 26:	Stadtplan von Hua Hin aktuell <a href="http://www.orangesmile.com/common/img_city_maps/hua-hin-map-0-jpg">http://www.orangesmile.com/common/img_city_maps/hua-hin-map-0-jpg</a>	108
Abb. 27:	Beispiel einer baulichen Fehlentwicklung: Apartmenthäuser am Strand von Hua Hin (eigene Aufnahme)	110
Abb. 28:	Chiang Mai vom Doi Suthep in 1000 m Höhe aus (eigene Aufnahme)	114
Abb. 29:	Hmong Frau auf dem Markt in Doi Pui (eigene Aufnahme)	116
Abb. 30:	Herkunft der thailändischen Touristen in Chiang Mai (eigene Darstellung)	119
Abb. 31:	Stadtplan von Chiang Mai <a href="http://www.orangesmile.com/travelguide/chiang-mai/high-resolution-maps.htm">www.orangesmile.com/travelguide/chiang-mai/high-resolution-maps.htm</a>	121

## Abkürzungsverzeichnis

<b>AEC</b>	<b>A</b> SEAN <b>E</b> conomic <b>C</b> ommunity
<b>ASEAN</b>	<b>A</b> ssociation of <b>S</b> outheast <b>A</b> sian <b>N</b> ation
<b>BNE</b>	steuerlich erfasste Wertschöpfung aller Wirtschaftsbereiche und staatlicher Dienstleistungen
<b>Condo</b>	Apartment
<b>HDI</b>	<b>H</b> uman <b>D</b> evelopment <b>I</b> ndex
<b>ICOMOS</b>	<b>I</b> nternational <b>C</b> ouncil <b>o</b> n <b>M</b> onuments and <b>S</b> ights
<b>KKP US-\$</b>	Kaufkraftparität-Dollar zur Anpassung von Preisniveauunterschieden zwischen Ländern
<b>MOTS</b>	Ministry of Tourism and Sports
<b>TAT</b>	<b>T</b> ourism <b>A</b> uthority of <b>T</b> hailand
<b>TSA</b>	<b>T</b> ourism <b>S</b> atellite <b>A</b> ccounts einheitliche Standards für die Datenerhebung im Tourismussektor
<b>UIS</b>	<b>U</b> NESCO <b>I</b> nstitute for <b>S</b> tatistics
<b>UNESCO</b>	<b>U</b> nited <b>N</b> ations <b>E</b> ducational, <b>S</b> cientific and <b>C</b> ultural <b>O</b> rganization
<b>UNWTO</b>	<b>U</b> nited <b>N</b> ations <b>W</b> orld <b>T</b> ourist <b>O</b> rganization
<b>VNAT</b>	<b>V</b> ietnam <b>N</b> ational <b>A</b> dministration <b>T</b> ourism
<b>WTO</b>	<b>W</b> orld <b>T</b> ourism <b>O</b> rganization (auch UNWTO)

# 1. Einleitung

Zum Thema Binnentourismus, d.h. Reisen von Inländern im Inland, in Entwicklungs- und Schwellenländern wurde bislang noch wenig geforscht. Zwar existiert eine Vielzahl an Bestandsaufnahmen des Entwicklungsstandes des Tourismus in den jeweiligen Ländern und es gibt einzelne Studien zu Teilaspekten wie Ökonomie, Ökologie und Kultur. Diese befassen sich jedoch meist mit dem Einfluss des externen Tourismus auf die Zielländer. Auch für das Untersuchungsgebiet dieser Arbeit, nämlich den Binnentourismus in den ASEAN-Staaten unter besonderer Berücksichtigung Thailands zu ergründen, trifft dies zu. Dieser Staatenbund ist insofern von Interesse, als er Länder unterschiedlicher Entwicklungsstufen umfasst. Es ist anzunehmen, dass je höher ein Land entwickelt ist, desto mehr Einwohner am Binnentourismus teilnehmen.

Im Fokus dieser Untersuchung steht der inländische Erholungstourismus, da diese Form, im Gegensatz zum Verwandtenbesuch und Pilgertourismus, in Entwicklungs- und Schwellenländern bislang meist nur von der Oberschicht (vgl. Kap. 8.2, S. 71) praktiziert wird. Es soll konstatiert werden, inwieweit aber auch Angehörige anderer sozialer Schichten in Thailand daran teilnehmen, der Binnentourismus also auch schichtenübergreifend wirkt und damit zur sozialen Identitätsbildung der thailändischen Bevölkerung beiträgt.

Speziell am Beispiel Thailands werden darüber hinaus die beliebtesten Reiseziele aufgezeigt und untersucht, welchen Tätigkeiten die Binnentouristen am Reiseziel nachgehen, wieviel Nächte sie dort verbringen und wie hoch ihre durchschnittlichen Ausgaben pro Tag sind. Am Beispiel zweier Städte in Thailand werden die Auswirkungen aufgezeigt, die ein wachsender Binnentourismus mit sich bringt. Nicht zuletzt seine gesellschaftliche Funktion in einem Entwicklungs- oder Schwellenland, das in jüngerer Zeit einem raschen ökonomischen Wandel unterworfen war und sich in vielerlei Hinsicht einer deutlichen Modernisierung öffnete, steht im Fokus der vorliegenden Arbeit. So wird gefragt, ob und wie Binnentourismus als Indikator oder sogar Motor einer sozialen Entwicklung verstanden werden kann.

## 1.1. Sachlicher Aufbau und Zielsetzung der Arbeit

Nachdem im Kapitel 1 (S. 1 ff.) der sachliche Aufbau der Arbeit, das verwendete Zahlenmaterial und die für die Untersuchung benutzten Fragebögen vorgestellt werden, gibt Kapitel 2 (S. 7 ff.) einen Überblick über die Forschungslandschaft von der Makroebene, den Schriften zur Tourismussituation in Entwicklungsländern allgemein, bis hin zur Mesoebene, dem Untersuchungsgebiet Thailand. Ebenso werden, ausgehend von der zum Thema ‚Binnentourismus in den ASEAN-Staaten unter besonderer Berücksichtigung Thailands‘ verfügbaren Literatur, Gründe angeführt, warum in der wissenschaftlichen Forschung der Binnentourismus in diesen Ländern bisher vernachlässigt wurde. Da es keine einheitliche Begriffsfassung gibt, wird der Begriff Binnentourismus im Kapitel 3 (S. 14 ff.) dieser Arbeit, ausgehend von dem englischen Begriff *domestic tourism*, als Reisen von Inländern im Inland definiert. Ferner wird dargestellt, wie die *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) und die *Tourism Authority of Thailand* (TAT) Daten zum Binnentourismus erheben.

Im vierten und fünften Kapitel (S. 21 ff. und S. 29 ff.) werden die Vor- und Nachteile des Binnentourismus, unterteilt in ökonomische, ökologische und sozio-kulturelle Aspekte, aufgezeigt. Hierzu finden sich in der Literatur zahlreiche Beispiele, die sich bei den einzelnen Autoren überschneiden. Sie sollen in getrennten Kapiteln aufgegriffen, geordnet, ergänzt und erläutert werden. Diese Darstellungsweise erleichtert es der Leserin/dem Leser die doch sehr unterschiedlichen Aspekte nachzuvollziehen.

Da zwischenzeitlich erkannt wurde, dass mit zunehmendem Wohlstand auch in Entwicklungsländern der Binnentourismus an Bedeutung gewinnt, werden in Kapitel 6 (S. 35 ff.) Möglichkeiten aufgezeigt, wie diese Länder den Binnentourismus fördern können. Diese reichen von verlängerten Wochenenden, Verbesserungen der Verkehrsinfrastruktur, Ausbau und Anpassung der Beherbergungsstruktur und einem dualen Preissystem bis hin zu den notwendigen Marketingmaßnahmen.

Kapitel 7 (S. 41 ff.) stellt schließlich den eigentlichen Untersuchungsraum dieser Arbeit vor. Ausgehend von der Theorie von Stewig,<sup>1</sup> der als Gradmesser für die Entwicklungsstufe eines Landes dessen Anteil am Binnentourismus anführt, soll die Situation in den ASEAN-Staaten hinsichtlich ihres Anteils am Binnentourismus, deren

---

<sup>1</sup> Stewig 1991

Entwicklungsstand anhand des Bruttonationaleinkommens/Person (BNE/Person) und des *Human Development Index* (HDI) unter Auswertung statistischer Daten untersucht werden, um die Theorie von Stewig auch für diese Ländergruppe zu verifizieren oder zu falsifizieren. Anschließend wird in Anlehnung an eine Untersuchung der *United World Tourism Organization* (UNWTO) der Zweck einer Reise angeführt<sup>2</sup> und es wird begründet, warum der Binnentourismus in vielen Staaten Südostasiens eine Zunahme erfährt. Die Staaten Indonesien, Malaysia, Philippinen und Vietnam werden daraufhin hinsichtlich ihres touristischen Potenzials und ihrer touristischen Struktur dargestellt.

An Hand des Beispiels Thailand wird in Kapitel 8 (S. 68 ff.) der Binnentourismus näher untersucht. Die Geographie Thailands wird kurz beschrieben, um danach die Entwicklung des Binnentourismus seit dem Ende des 19. Jahrhunderts, basierend auf Aussagen verschiedener Autoren, zu skizzieren.<sup>3 4 5 6</sup> Hierauf werden die Institutionen genannt, die für den Tourismus in Thailand zuständig sind und deren Aufgaben beschrieben. Es wird aufgezeigt, wie die Datenerhebung erfolgt und welche Maßnahmen zur Förderung des Binnentourismus von den verschiedenen Institutionen durchgeführt werden.

Im Fokus dieser Untersuchung steht der inländische Erholungstourismus. Welche soziale Schicht in Thailand, einem relativ hoch entwickelten Schwellenland, am Binnentourismus in Form des Erholungstourismus teilnimmt, ist eine der zentralen Fragen dieser Arbeit. Um dies zu untersuchen, wurden Fragebogenaktionen durchgeführt, die u.a. das Einkommen der Probanden eruieren und dieses mit deren Beruf, deren Schulbildung und dem Steuersatz in Relation setzen sollen. Die beliebtesten Reiseziele der Thais wurden im Jahr 2003 von Kaosa-ard et al.<sup>7</sup> und 2011 von Jan<sup>8</sup> aufgeführt. In der Fragebogenerhebung nennen die Probanden ihre beliebtesten Ziele und darüber hinaus soll herausgefunden werden, welchen Tätigkeiten sie am Reiseziel nachgehen, wie viele Nächte sie dort verbringen und wie hoch ihre durchschnittlichen Ausgaben pro Tag sind, um das ökonomische Potenzial der Binnentouristen abschätzen zu können.

---

<sup>2</sup> Vgl. UNWTO Commission 2012, S. 3

<sup>3</sup> Peleggi 1996

<sup>4</sup> Cohen 2008

<sup>5</sup> Kaosa-ard et al. 2001

<sup>6</sup> Evrard und Leepreecha 2009

<sup>7</sup> Vgl. Kaosa-ard et al. 2001, S. 115-116

<sup>8</sup> Jan 2011

Auf der Mikroebene werden sodann zwei strukturell sehr unterschiedliche Orte in Thailand untersucht: Hua Hin, ein Seebad 230 km südlich von Bangkok, das gerade für die Oberschicht, aber auch Teile der Mittelschicht ein beliebtes Wochenendziel darstellt und Chiang Mai, eine Stadt im gebirgigen Norden Thailands, die durch ihre zahlreichen Tempel, die teils bis in das 14. Jahrhundert zurückreichen, viele internationale, aber auch inländische Touristen anzieht.

Ausgehend von den Anfängen des Tourismus in diesen beiden Orten, werden die im Internet veröffentlichten Zahlen der in- und ausländischen Besucher näher betrachtet und mit den in der Befragung erhobenen Daten verglichen. Weiterhin werden die Auswirkungen der Besucherströme auf die Bautätigkeit und auf das Stadtbild untersucht. Für Hua Hin werden zudem auch die sozio-kulturellen Folgen aufgezeigt, wie sie sich aus der Fragebogenerhebung ergeben.

## 1.2. Zahlenmaterial und Fragebögen

Als eine der Grundlagen der statistischen Auswertung in dieser Arbeit dienen bis auf angeführte Zahlen der Weltbank<sup>9</sup> die Daten der UNWTO,<sup>10</sup> die jährlich auf der Basis der sogenannten *Tourism Satellite Accounts* (TSA) von dieser Institution erhoben werden. Hierfür liefern viele Staaten der Welt, vor allem die Industrieländer, Kennziffern zum Auslands- und seit neuerer Zeit auch zum Binnentourismus. Diese werden durch Befragung von Haushalten und Beherbergungsbetrieben gewonnen. Allerdings musste festgestellt werden, dass noch keiner der ASEAN-Staaten zum Zeitpunkt der neuesten Veröffentlichung der UNWTO (26.05.2014) Daten für das Jahr 2013 über den Binnentourismus zur Verfügung gestellt hatte. Deshalb können in dieser Arbeit nur Daten bis zum Jahr 2012 verwendet werden und dies auch nur für Kambodscha, Indonesien, Malaysia, Philippinen und Thailand, da die übrigen Staaten bislang noch nie Daten zum Binnentourismus bereitstellten. Ein weiteres Manko ist die Tatsache, dass die Staaten, mit Ausnahme von Malaysia, nicht zwischen einem ein- und mehrtägigen Aufenthalt, also zwischen ‚excursionists‘ und ‚tourists‘ unterscheiden, sondern nur die Gesamtzahl der Binnentouristen nennen.

---

<sup>9</sup> Vgl. Weltbank

<sup>10</sup> Vgl. UNWTO 2014

Zusätzlich zu den Daten der UNWTO wurden Statistiken des thailändischen *Ministry of Tourism and Sports* (MOTS) für die näher zu untersuchenden Orte Hua Hin und Chiang Mai verwendet. Diese Zahlen wurden bis zum Jahr 2007 durch die *Tourism Authority of Thailand* (TAT) im Internet veröffentlicht, bevor dann das MOTS für die Datenerhebung zuständig wurde.

Um die Struktur des Binnentourismus und das Verhalten der thailändischen Touristen zu untersuchen, wurden Fragebögen in englischer Sprache entworfen und ins Thailändische übersetzt (vgl. Anhang). Da eine Vollerhebung unter allen einheimischen Touristen in Hua Hin bzw. Chiang Mai aus organisatorischen und Kapazitätsgründen nicht möglich war, erfolgte die Auswahl der Probanden durch eine Zufallsstichprobe. "Ziel ist es, von den Eigenschaften der Stichprobe auf entsprechende Eigenschaften der Grundgesamtheit zu schließen."<sup>11</sup>

Für Hua Hin konnten die Antworten von 105 Personen (Rücklaufquote von ca. 50 %) ausgewertet werden, die von Dezember 2012 bis Januar 2013 befragt worden waren (vgl. Anhang 1a und Anhang 1b). Die Antworten zu den Fragen 4 bis 8 und 18 bis 24 fielen größtenteils identisch aus, so dass auch eine größere Stichprobe aller Wahrscheinlichkeit nach keine entscheidenden neuen Erkenntnisse gebracht hätte. Die Probanden wurden vorrangig in 15 der 262 Unterkunftsmöglichkeiten Hua Hins aufgesucht, auch um zu vermeiden, dass Besitzer von Zweitwohnsitzen, also regelmäßig Angehörige der Oberschicht, in die Stichprobe aufgenommen wurden, da eines der Ziele der Untersuchung darin besteht, die Teilnahme von Angehörigen der Mittel- und Unterschicht am Binnentourismus eines Schwellenlandes zu ermitteln. Die Auswahl der anfangs 30 Hotels erfolgte in Absprache mit dem Büro der *Tourist Authority of Thailand* (TAT) in Hua Hin, das Auskunft darüber erteilte, wo überwiegend Thais absteigen. Außerdem sollten untere, mittlere und gehobene Preiskategorien vertreten sein. Auch die Hotels erhielten einen Fragebogen, der über Ausstattung, Preise, das Management und das Verhalten der Touristen Auskunft geben sollte (vgl. Anhang 2a und Anhang 2b). Jedoch verzichtete die Hälfte der kontaktierten Hotels darauf, Angaben zu machen und berief sich dabei oft auf den Datenschutz, was vorwiegend die gehobenere Preisklasse betraf.

---

<sup>11</sup> Reuber und Pfaffenbach 2005, S. 52



Jedoch bilden auch die erfolgreich befragten 15 Hotels noch immer einen guten Querschnitt um ein aussagekräftiges Ergebnis zu erlangen, da alle Preisklassen und Managementtypen in diesen 15 Hotels vertreten sind.

In Chiang Mai wurde die Untersuchung im Januar 2015 durchgeführt. Ein Fragebogen wie in Hua Hin, einem Seebad, wurde hierfür verwendet, jedoch gleichzeitig an die spezielle Situation in Chiang Mai, einem geschichtsträchtigen Ort im Hochland mit kulturtouristischem Potenzial, angepasst (vgl. Anhang 3a und Anhang 3b). Die Fragebögen wurden an 105 thailändische Besucher, die sich mindestens zwei Tage in Chiang Mai aufhielten, verteilt. Angesprochen wurden die Probanden vor einzelnen Tempeln in der Stadt bzw. auch in einem Elefantencamp, einem beliebten Ausflugsziel. Diesmal wurde besonders darauf geachtet, dass die Fragebögen vollständig ausgefüllt waren. Ferner erhielten die Probanden bei eventuell auftretenden Missverständnissen weiterführende Erklärungen.

Nach diesen Umfragen empfahl es sich einen weiteren Fragebogen zu entwerfen (vgl. Anhang 4a und Anhang 4b), um die Einkommensstruktur der Binnentouristen noch genauer erfassen zu können. Eine Befragung hierzu erfolgte im Januar 2015 am Cicada Markt in Hua Hin, der an jedem Wochenende von Tausenden von Thais aus nah und fern aufgesucht wird. Auch hier wurden 53 Probanden, die sich eine oder mehrere Nächte als Touristen in Hua Hin aufhielten, auf Stichprobenbasis befragt.

## 2. Überblick über den bisherigen Stand der Forschung

### 2.1. Zur Literatur

Es existiert eine Vielzahl an kulturraum- und länderspezifischen Einzelstudien zum Thema Tourismus in Schwellen- und Industrieländern, die von zahlreichen Wissenschaftlern unterschiedlicher Disziplinen unter verschiedenen Gesichtspunkten behandelt wurden. Diese beschäftigen sich aber nahezu ausschließlich mit dem aus den Industrieländern in die Entwicklungsländer hineingetragenen Tourismus. Die Anzahl der Arbeiten, die sich bisher mit dem Binnentourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern und hier insbesondere der ASEAN-Staaten befasst haben, dem Thema dieser Arbeit, bleibt hingegen sehr begrenzt.

Als einer der wenigen deutschsprachigen Wissenschaftler, die den Binnentourismus in Entwicklungsländern thematisieren, führte Reinhard Stewig<sup>12</sup> schon 1991 den Begriff ‚endogener Tourismus‘ ein und verstand diesen als Gradmesser des Industrialisierungsprozesses in Schwellen- und Entwicklungsländern. Je mehr Bewohner eines Landes am endogenen Tourismus teilnehmen, desto weiter sei dieses Land hinsichtlich seiner Industrialisierung fortgeschritten. Für seine Untersuchung verglich er England, Afghanistan, Tunesien, Irland und die Türkei. Auf der Makroebene ist auch Krishna B. Ghimire zu nennen, der sich in dem von ihm herausgegebenen Sammelband ‚The native tourist‘ in seinem Einleitungskapitel<sup>13</sup> sowohl mit dem Massentourismus von Ausländern als auch mit dem Binnentourismus in Entwicklungsländern beschäftigte. Er weist darauf hin, dass der Binnentourismus in Entwicklungsländern noch kaum untersucht wurde und von den Institutionen und Regierungen weit weniger beachtet wird, obwohl er wesentlich stärker vertreten sei als der internationale Tourismus.<sup>14</sup> So besuchten z.B. 1996 das Taj Mahal in Agra, Indien, nur 1,4 Mio. Ausländer im Vergleich zu den 7 Mio. inländischen Touristen.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Stewig 1991

<sup>13</sup> Ghimire 2001b, S. 1-29

<sup>14</sup> Vgl. ebenda, S. 1-28

<sup>15</sup> Vgl. ebenda, S., 14

Auch betonen die Coautoren Dignes und Kaosa-ard in Kapitel 3<sup>16</sup> bzw. 5,<sup>17</sup> dass der Binnentourismus aufgrund der wachsenden Mittelschicht zunehmend an Bedeutung gewinnt, wie Beispiele aus Brasilien und Thailand zeigen. Ebenso führen die Coautoren Kaosa-ard und Rao an, dass sich der Zweck der Reise vom Pilgertourismus und Verwandtenbesuch hin zu Naturerlebnissen und Abenteuerismus, wie die Beispiele Thailand<sup>18</sup> und Indien<sup>19</sup> zeigen, entwickelt. Intensiv beschäftigt sich Ghimire<sup>20</sup> in seinem Buch ‚The Growth of national and Regional Tourism in Developing Countries‘ mit den positiven und negativen Folgen des Binnentourismus und betont die Notwendigkeit politischer Planung. Peggy Teo, T. C. Chang und K.C. Ho<sup>21</sup> zeigen am Beispiel Südostasiens auf, wie einzelne Staaten auf der Ebene des Tourismus zusammenarbeiten. Das Sammelwerk ‚Asia on Tour‘, herausgegeben von Tim Winter, Peggy Teo und T. C. Chang<sup>22</sup>, ebenso wie der von Shalini Singh<sup>23</sup> herausgegebene Sammelband untersuchen an zahlreichen Fallbeispielen den Inlands- und den interregionalen Tourismus und zeigen auf, wie Verbesserungen in Infrastruktur, Einkommen und liberalisierten Wirtschaftsstrukturen Asiaten das Reisen ermöglichen. Die neueste Veröffentlichung, 2013 von der UNWTO<sup>24</sup> herausgegeben, gibt einen allgemeinen Überblick über die Situation des Binnentourismus in den asiatischen und pazifischen Staaten. Dieser basiert auf statistischem Material, das von der UNWTO jährlich erhoben wird.

Die Kritikpunkte in der wissenschaftlichen Diskussion über den Binnentourismus in Entwicklungsländern umfassen vor allem dessen ökonomische, ökologische und soziale Auswirkungen. David Harrison<sup>25</sup> beschäftigt sich ausführlich mit den sozialen Nachteilen des zunehmenden Binnentourismus in Entwicklungsländern und weist darauf hin, dass es aufgrund der unterschiedlichen sozialen Schicht der Personen, die am Binnentourismus teilnehmen, zu sozialen Spannungen kommt.

---

<sup>16</sup> Vgl. Ghimire 2001b, S. 58

<sup>17</sup> Vgl. ebenda, S. 114

<sup>18</sup> Vgl. ebenda, S. 116-117

<sup>19</sup> Vgl. ebenda, S. 209

<sup>20</sup> Ghimire 2001a

<sup>21</sup> Teo et al. 2001

<sup>22</sup> Winter et al. 2009

<sup>23</sup> Singh 2011

<sup>24</sup> UNWTO 2013a

<sup>25</sup> Harrison 1992

Auch werden Traditionen modernen Bedürfnissen angepasst, Kunsthandwerk wandelt sich entsprechend dem Geschmack der Touristen, Rituale werden zu Touristenattraktionen – prinzipiell ähnlich wie auch im Ausländertourismus – aufgrund der kulturellen Nähe der Binnentouristen aber noch wesentlich akzentuierter. Die Oberschicht verbündet sich mit ausländischem Kapital und generiert neue Tourismuszentren wiederum für die Oberschicht. Michael Hitchcock<sup>26</sup>, der sich in seinen Arbeiten auf den Tourismus in Südostasien bezieht, führt die Schwierigkeiten an, die sich in Bezug auf die Aufrechterhaltung der ethnischen Identität ergeben. Obwohl er sich dabei vor allem auf den internationalen Tourismus bezieht und den Kultur-, Öko- und Sextourismus, usw. behandelt, sind seine Argumente auch auf den Binnentourismus übertragbar. Die Themen, die dabei angesprochen werden, sind nicht ausschließlich ein Phänomen Südostasiens, sondern eng mit der politischen, kulturellen und umweltbezogenen Diskussion zur Globalisierung verbunden. Jafar Jafari<sup>27</sup> forderte bereits 1986 in einem Zeitschriftenaufsatz, dass ein Land zuerst den Tourismus im eigenen Land entwickeln sollte, um dadurch zu einem besseren Verständnis zwischen den einzelnen ethnischen Gruppen zu gelangen, bevor international Verständnis gefordert werden kann. Darüber hinaus führt er ökonomische und sozio-kulturelle Aspekte an, auf die im Kap. 4, S. 21 ff. dieser Arbeit näher eingegangen wird. Das kulturelle Erbe und die Auswirkungen auf die Kulturstätten durch den zunehmenden Inlands-, aber auch internationalen Tourismus beschreiben Dallen J. Timothy und Gyan P. Nyaupar.<sup>28</sup> In diesem Werk weisen die Autoren darauf hin, dass der Besuch von Kulturstätten auch für die Bewohner von Entwicklungsländern zunehmend an Bedeutung gewinnt und setzen sich mit Fragen zum Erhalt und der annehmbaren, genauen und politisch korrekten Darstellung der Vergangenheit im touristischen Kontext auseinander.

Mit Blick auf die Forschung zum Tourismus in Südostasien ist insbesondere Eric Cohen<sup>29 30</sup>, ehemals Lehrstuhlinhaber u.a. an der Hebrew University in Jerusalem und noch heute Referent an der Universität in Chiang Mai, zu nennen, der sich von 1973 bis 2012 mit dem Tourismus in Thailand auseinandersetzte. Er untersuchte vor allem die Konsequenzen des internationalen Tourismus auf die Bergstämme im

---

<sup>26</sup> Hitchcock et al. 1993

<sup>27</sup> Jafari 1986

<sup>28</sup> Timothy und Nyaupane 2009

<sup>29</sup> Cohen 2008

<sup>30</sup> Cohen 13.12.2014, Vortrag

Norden und die Küsten des Südens, die Prostitution und den medizinischen Tourismus. Der Binnentourismus wird seit neuerer Zeit auch als Folgeerscheinung des internationalen Tourismus betrachtet, der dessen Infrastruktur nutzt und an den künstlich geschaffenen Attraktionen teilnimmt. Cohen beschäftigt sich mit dem Nebeneinander von unterschiedlichen, oftmals widersprüchlichen kulturellen Bereichen, wirtschaftlichen Interessen und politischen Zielsetzungen, die auf vielen Ebenen Konflikte hervorrufen, jedoch besonders im Tourismus zum Tragen kommen. So kaufen z.B. thailändische Investoren Ländereien in touristisch attraktiven Gegenden auf, um diese infrastrukturell zu erschließen, was jedoch die Lebensgrundlage der ländlichen Bevölkerung zerstört. Auch sind touristisch attraktive historische bzw. kulturelle Stätten in privater Hand und stellen damit eine Aufforderung bezüglich Erhalt und Pflege an Objekte unter staatlichem Management dar. M. Kaosa-ard et al.<sup>31</sup> untersuchen die Entwicklung des Tourismus und der Tourismuspolitik in Thailand und zeigen die Motivation für den Binnentourismus sowie seine ökonomische Bedeutung auf. Darüber hinaus warnen sie vor der Übernutzung touristischer Gebiete und geben Empfehlungen für eine nachhaltige Tourismuspolitik. Karl Vorlaufer analysiert in mehreren Zeitschriftenartikeln den Tourismus in Thailand und erklärt, inwiefern der Binnentourismus durch den Besuch von Verwandten und Freunden die wirtschaftliche Entwicklung auch von Peripherieräumen und dadurch den Abbau von Disparitäten fördert.<sup>32</sup> Fehlendes Umweltmanagement der Behörden und Einwohner führen allerdings zu erheblichen Umweltbelastungen nicht nur durch den ausländischen Massentourismus.<sup>33 34</sup> Mit den Kulturdenkmälern Thailands befasst sich Maurizio Peleggi<sup>35</sup> in einem Zeitschriftenaufsatz und betont, dass Thais daran schon immer größeres Interesse gezeigt hätten als ausländische Touristen. Auch Victor T. King und Michael J.G. Parnwell<sup>36</sup> weisen darauf hin, dass archäologische und landschaftliche Kulturstätten vor allem von einheimischen Touristen besucht werden und konstatieren, dass dadurch ein Umdenken im Management dieser Orte erforderlich wird.

---

<sup>31</sup> Kaosa-ard et al. 2001

<sup>32</sup> Vorlaufer 1995

<sup>33</sup> Vorlaufer 2003

<sup>34</sup> Vorlaufer und Becker-Baumann 2003

<sup>35</sup> Peleggi 1996

<sup>36</sup> King und Parnwell 2011

## **2.2. Gründe für die Vernachlässigung des Binnentourismus in der wissenschaftlichen Forschung**

Sucht man nach Gründen für die Vernachlässigung des Binnentourismus in der wissenschaftlichen Forschung, so kann man primär auf postkoloniale Denkweisen zurückgreifen. Postkolonialismus ist nicht mit dem formalen Ende westlicher Kolonialherrschaft gleichzusetzen, sondern unter Postkolonialismus wird der Diskurs, der das Verhältnis von Kolonialmächten zu (ehemals) kolonisierten Ländern beleuchtet, verstanden. Auszugehen ist von einer Zweiteilung der Welt, die durch den Kolonialismus entstanden ist: Gegenüber stehen sich die Unterdrückenden und die Unterdrückten. Die ehemaligen Kolonialmächte, die „auf Fortschritt und Zivilisation aufbauen, brauchen eine Abgrenzung zur ‚primitiven‘, kolonisierten Welt, die oftmals mit einer europäischen Vergangenheit gleichgesetzt wird.“<sup>37</sup> Diese Einstellung wird von einer scheinbaren Überlegenheit und einer vielschichtigen Hegemonie abgeleitet.

In Anlehnung an Said, der in seinem Orientalismuskonzept hervorhebt, dass das Bild, das sich der Westen über den Orient macht, vorrangig von den eigenen gesellschaftlichen und historischen Verhältnissen bestimmt wird, lässt sich konstatieren, dass sich dadurch der Westen ein ideologisches Konstrukt geschaffen und somit einen Weg gefunden hat, mit dem Anderssein der östlichen Kulturen und Praktiken umzugehen.<sup>38</sup>

Bezieht man nun dieses Konstrukt auf die ehemals kolonialisierten Staaten zurück, lässt sich am Beispiel Thailands aufzeigen wie pauschalisierend dieses Bild ist. Thailand wurde nie kolonialisiert, da es abseits der großen Seerouten lag und für europäische Kaufleute lediglich eine relativ wenig bedeutende Zwischenstation auf ihrem Handelsweg nach China war.

Ausgehend von diesen postkolonial gefärbten kulturellen Zuschreibungen und der damit verbundenen stereotypen und mit Klischees behafteten Darstellung von Menschen und Kulturen ist es nicht verwunderlich, dass in der Literatur der Entwicklungs- und Schwellenländer in einer postkolonial geprägten Perspektive bisher meist nur der Auslandstourismus Berücksichtigung fand und die Vorstellung, dass die Bewohner auch in ihrem eigenen Land verreisen, nicht in den Fokus gelangte.

---

<sup>37</sup> Unique 06/2010 2011

<sup>38</sup> Vgl. Said 2003, S.1f

Evrard und Leepreecha geben als Begründung hierfür an, dass westliche Wissenschaftler Asiaten lediglich als wohlwollende und abhängige Gastgeber sehen, jedoch nicht als eigenständige Touristen.<sup>39</sup> Ein wohl eher polemisch gemeintes Argument führt Asamberri an: "*the neglect of domestic tourism hides in the reptilian brain of the prevailing academic mindset*".<sup>40</sup>

Diese Argumente mögen auch der Grund dafür sein, dass bislang selbst die UNWTO lediglich für den Auslandstourismus Daten erhob. Statistiken über den Binnentourismus waren entweder nicht erhältlich oder blieben unzuverlässig, da es keine einheitlichen Standards für die Datenerhebung gab. Heute gibt es sogenannte *Tourism Satellite Accounts (TSA)*. Diese vereinheitlichte Erhebung soll weltweit statistische Daten zum Tourismus liefern, indem sie Waren und Dienstleistungen misst. Zwar wird dies von den Industrieländern seit den 1990er Jahren praktiziert, die asiatisch-pazifischen Länder führten diese Erhebung jedoch erst viel später bzw. überhaupt nicht oder nicht in standardisierter Form ein.<sup>41</sup>

Somit ist es auch schwierig konkrete Aussagen, verifiziert durch statistische Daten, über den Binnentourismus in den ASEAN-Staaten zu treffen, der in dieser Arbeit untersucht werden soll.

Oppermann weist zusätzlich zu den Argumenten der UNWTO darauf hin, dass sich internationale Organisationen auf den Auslandstourismus konzentrieren und die Untersuchungen meist von Forschungsinstitutionen aus Industrieländern durchgeführt werden.<sup>42</sup> Reuber nennt als Grund, warum der Binnentourismus quantitativ nur teilweise erfassbar ist, die weitverbreiteten semiformalen Geschäftspraktiken und Dienstleistungen,<sup>43</sup> wie z.B. Auto- und Motorradverleih oder Garküchen – alles Dienstleistungen, die insbesondere vom informellen Sektor erbracht und daher statistisch kaum verlässlich erfasst werden können. Ghimire betont, dass Untersuchungen und Publikationen nur dann von Investoren und Regierungen gefördert werden, wenn sie marktorientiert – sprich auf das Ausland fokussiert – sind. Dies sei beim Binnentourismus jedoch nicht der Fall, da in diesem Bereich ein geringes Ausgabenniveau zu verzeichnen sei. Darüber hinaus erfordert die statistische

---

<sup>39</sup> Vgl. Evrard und Leepreecha 2009, S. 302

<sup>40</sup> Asamberri 2004, S. 5

<sup>41</sup> Vgl. UNWTO 2008, S. 1

<sup>42</sup> Vgl. Oppermann, Martin und Chon, Kaye 1997, S. 91

<sup>43</sup> Vgl. Reuber 2003, S. 15

Erfassung der Daten mehr Arbeitsaufwand,<sup>44</sup> da beispielsweise die ohnehin automatisierte Erfassung an Landesgrenzen im Rahmen der Passkontrollen beim Inlandstourismus nicht erfolgt, also Ressourcen eingesetzt werden müssten, um diese Daten zu eruieren. Dies bedeutet zusätzlichen Aufwand. Hinzu kommt, dass keine einheitlichen Definitionen für die Datenerfassung bestehen und diese somit erst kreiert werden müssten. Auch dieser Aufwand verhindert eine relevante Aufarbeitung, die regierungsunabhängige Institutionen, wie z.B. Hotels kaum stemmen können, weil diese die Anmeldebögen auswerten müssten.

---

<sup>44</sup> Vgl. Ghimire 2001b, S. 3



### 3. Binnentourismus allgemein

#### 3.1. Definition und Abgrenzung von relevanten Begriffen

Im allgemeinen Sprachgebrauch sind die Begriffe endogener Tourismus, *domestic tourism*, *internal tourism*, *national tourism*, Inlands- bzw. Binnentourismus gleichwertig zu behandeln. Dennoch unterscheiden sie sich hinsichtlich ihres definitionsgemäßen Umfangs und ihrer Abgrenzung voneinander.

So ist es von Bedeutung, ob Quellregion und Zielregion identisch sind und es ist darauf zu achten, ob die Tourismusströme innerhalb eines Landes, vom Ausland ins Inland oder vom Inland ins Ausland gerichtet sind.

Stewig definiert den endogenen Tourismus folgendermaßen:

„Endogener Tourismus bezeichnet die touristische Nachfrageseite eines Landes. Endogen bezeichnet den in einem Lande selbst entstehenden Tourismus, der also nicht von außen (exogen) hineingetragen wird. Das Land selbst, in dem der Industrialisierungsprozess einsetzt und voranschreitet, ist das Quellgebiet des endogenen Tourismus, [...] der im Lande selbst verbleibt.“<sup>45</sup>

Diese Definition bezieht sich allerdings lediglich auf den in einem Land einsetzenden Industrialisierungsprozess, der laut dieser Abgrenzung den Ausgangspunkt für Binnentourismus darstellt, ohne dass dabei auf dessen Erscheinungsformen und Auswirkungen eingegangen wird.

1978 wurden die Begriffe *domestic visitors*, *domestic tourists* und *domestic excursionists* von der *World Tourism Organization* (WTO) wie folgt definiert:

*"Domestic visitors are any persons, regardless of nationality, resident of a country and who travel to a place within the same country for not more than one year and whose main purpose of which is other than following an occupation remunerated from within the place visited".*

---

<sup>45</sup> Stewig 1991, S. 6

*"Domestic tourists are domestic visitors staying at least 24 hours, but not more than one year in the place visited and the purpose of whose trip can be classified under one of the following headings:*

*a) pleasure, recreation, holiday, sport.*

*b) business, visiting friends and relatives (VFR), mission, meeting, conference, health, studies, religion.*

*Domestic excursionists are domestic visitors staying less than 24 hours in the place visited."*<sup>46</sup>

Somit waren die drei Begriffe eindeutig definiert. Auch der genannte Zweck ‚*business*‘, definiert als ‚*other than following an occupation remunerated from within the place visited*‘ ist aussagekräftig, da er eine entlohnte, berufliche Tätigkeit am besuchten Ort ausschließt. Allerdings ist die Definition *domestic tourist* trotzdem noch sehr weit gefasst, da sie auch traditionelle Gründe für eine Reise, wie den Besuch von Freunden oder Verwandten und Pilgerfahrten umfasst. Vielmehr ist für diese Untersuchung ausschlaggebend, in wie weit der Erholungstourismus Einheimischer in einem Entwicklungsland zum Tragen kommt.

Absicht der WTO war es, diese Definitionen systematisch zu verbessern bzw. zu erweitern. So verwendete die WTO 1993 nur noch die Begriffe *domestic tourist* und *domestic excursionist* und fasste damit *domestic visitor* und *domestic tourist* wie folgt zusammen:

*"any person residing in a country, who travels to a place within the country outside his/her usual environment, for a period not exceeding 12 months and whose main purpose of visit is other than the exercise of an activity remunerated from within the place visited."*<sup>47</sup>

In einer Veröffentlichung der UNWTO, der Nachfolgeorganisation der WTO, werden 2013 die Begriffe *domestic visitor* und *domestic tourism* wie folgt definiert:

---

<sup>46</sup> Williams 2004, S. 54, zit. nach WTO 1982

<sup>47</sup> Ghimire 2001a, S. 4, zit. nach WTO 1993

*„Domestic visitor: As a visitor travels within his/her country of residence, he/she is a domestic visitor and his/her activities are part of domestic tourism.*

*„Domestic tourism: Comprises the activities of a resident visitor within the country of reference, either as part of a domestic tourism trip or part of an outbound tourism trip“<sup>48</sup>*

In diesen Definitionen werden weder die Dauer der Reise noch deren Zweck genannt. Was jedoch äußerst widersinnig erscheint, ist die Tatsache, dass hier auch Auslandsreisen Einheimischer als Binnentourismus bezeichnet werden, was einem Widerspruch in sich gleichkommt, da Binnentourismus Reisen ins Ausland ausschließt.

Eine Erklärung dieses Widerspruchs ist auch nicht in der Definition von *outbound tourism* zu finden, denn hier heißt es *“Outbound tourism: Comprises the activities of a resident visitor outside the country of reference, either as part of an outbound tourism trip or as part of a domestic tourism trip.“<sup>49</sup>*

Wo hier eine Verbesserung der Definition von 1993 zu finden sein soll, ist nicht ersichtlich. Andererseits wird aber in der jährlich veröffentlichten Statistik der UNWTO zwischen *inbound tourism*, *domestic tourism* und *outbound tourism* unterschieden.<sup>50</sup>

Eine weitere offizielle Institution, nämlich das thailändische *Ministry of Tourism and Sports* bezieht in seiner ebenfalls wenig aussagekräftigen und sehr sperrigen Definition auch ausländische Touristen, die innerhalb Thailands reisen, mit ein und verwendet hierfür den Begriff *internal tourist*.

*"Thai and foreigner (during visiting Thailand) who travels from one province to another province or from (!) residential province to another province temporarily with any purpose except professional or education (!) purpose and that person must not be a native who lives or works or educates in the visited province.“<sup>51</sup>*

---

<sup>48</sup> UNWTO 2013b, S. 20

<sup>49</sup> ebenda, S. 20

<sup>50</sup> Vgl. ebenda, S. 5-6

<sup>51</sup> Tourism Authority of Thailand (TAT) 2010, S. 1

Abgesehen von diesen beiden hier genannten Institutionen befassten sich u.a. auch Timothy und Nyaupane, die über Formen des Binnentourismus schreiben, mit der Definition des *domestic tourism* und nennen als Zweck einer Reise zusätzlich zur Definition der WTO auch den Besuch von Kulturstätten und was sie als *living culture* bezeichnen, nämlich „*agricultural landscapes, agrarian lifestyles, arts, handicrafts, villages, languages, musical traditions, spiritual and religious practices*“,<sup>52</sup> die man jedoch auch unter dem Zweck Vergnügen, Erholung, Kultur und Religion fassen kann.

Spörel nennt in seinem Beitrag die deutschen Begriffe für die bislang in der englischsprachigen Literatur verwendeten:

- *Domestic tourism* entspricht dem Begriff Binnentourismus bzw. Binnenreiseverkehr.
- *National tourism* wird als nationaler Tourismus bezeichnet und unterteilt in Binnenreiseverkehr und Ausreiseverkehr.
- *Internal tourism* ist mit Inlandstourismus gleichzusetzen und umfasst den Einreiseverkehr und den Binnenreiseverkehr.<sup>53</sup>

Aus all diesen, teils widersprüchlichen bzw. inkonsistenten Definitionen, kann der Schluss gezogen werden, dass dem Binnentourismus in den Statistiken eine untergeordnete Rolle zukommt. Dies mag daran liegen, dass er zahlenmäßig wesentlich schwerer zu erfassen ist als Auslandstouristen. Diese werden regelmäßig beim Grenzübertritt im Zielland erfasst. In Industrieländern erfolgt darüber hinaus eine statistische Erhebung in der Unterkunft am jeweiligen Aufenthaltsort. Binnentouristen werden in Nichtindustrieländern meist nur stichprobenartig erfasst und auch dann nach sehr unterschiedlichen Erhebungskonzepten.

Deshalb soll für diese Arbeit eine klare Abgrenzung für den Begriff Binnentourismus bzw. Binnenreiseverkehr getroffen werden, der sich wie folgt definiert:

Inlands- bzw. Binnentourismus ist eine Form des Tourismus, bei der die Bewohner eines Landes länger als 24 Stunden von ihrem üblichen Aufenthaltsort abwesend sind, jedoch im Lande selbst verbleiben. Ausgenommen davon sind Personen, die sich vorübergehend an ihrem Zweitwohnsitz aufhalten bzw. in einer unentgeltlichen Unterkunft übernachten können, da diese nicht statistisch erfasst wird. Der Zweck

---

<sup>52</sup> Timothy und Nyaupane 2009, S. 76

<sup>53</sup> Vgl. Spörel 1998, S. 129

der Reise dient vorrangig der Erholung, der Freizeitgestaltung, dem Urlaub und wenn statistisch erfasst, auch dem Besuch von Freunden oder Verwandten oder einer Pilgerfahrt.

Bewusst wurde in dieser Definition auf Personen mit Zweitwohnsitzen verzichtet, da diese auch in keiner Statistik, sei es der UNWTO oder des MOTS erfasst werden. Darüber hinaus gehört dieser Personenkreis zumeist einer vermögenden Oberschicht an, denn nur dieser Personenkreis kann sich aufgrund der Immobilienpreissituation überhaupt einen Zweitwohnsitz leisten, und diese Schicht hat schon seit Anfang des 20. Jahrhunderts am Binnentourismus, auch in Form des Erholungstourismus teilgenommen. In dieser Arbeit soll jedoch vor allem untersucht werden, inwieweit die Mittel- bzw. Unterschicht am Binnentourismus insbesondere zum Zweck der Erholung teilnimmt und mehr als einen Tag am Urlaubs- oder Ferienort verbleibt.

### **3.2. Zur Situation der Datenerhebung durch die UNWTO**

Die UNWTO hat es sich zum Ziel gesetzt gesicherte Daten zum Tourismus zu erheben. Wie schon erwähnt, erhebt die Institution ihre Daten auf der Basis der sogenannten *Tourism Satellite Accounts (TSA)*, die sie wie folgt definiert: *“The Tourism Satellite Account (TSA) is a standard statistical framework and the main tool for the economic measurement of tourism.”*<sup>54</sup> Sie dient der Erfassung und Analyse des Tourismus als ökonomisches Phänomen, indem sie umfassende statistische Informationen zu allen relevanten touristischen Aktivitäten liefert, diese systematisch erfasst, darstellt und interpretiert.<sup>55</sup>

Grundsätzlich sollen global alle Staaten folgende Daten liefern:<sup>56</sup>

Zum *inbound tourism*:

- Anzahl der Reisenden, unterteilt nach Tages- und Übernachtungsgästen
- Anzahl der Ankünfte je nach Herkunftsregion
- Zweck der Reise

---

<sup>54</sup> World Tourism Organization 2008, S. 1

<sup>55</sup> Vgl. UNWTO Commission 2012, S. 1-2

<sup>56</sup> Vgl. UNWTO 2013b, S. 9-12

- Transportmittel
- Beherbergungsstatistik
- Reiseausgaben
- Größe der Reisegruppe
- Aufenthaltsdauer

Zum *domestic tourism*:

- Anzahl der Reisenden, unterteilt nach Tages- und Übernachtungsgästen
- Zweck der Reise, unterteilt nach persönlicher Intention (Ferien, Erholung) und beruflichem Zweck
- Transportmittel
- Organisationsform der Reise (individuell, organisiert)
- Anzahl der Mitreisenden
- Beherbergungsstatistik
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer
- Durchschnittliche Reiseausgaben pro Tag

Zum *outbound tourism*:

- Anzahl der Ausreisenden
- Reiseausgaben
- Aufenthaltsdauer
- Anzahl der Unterkunft- und Versorgungsmöglichkeiten

Zu *tourism industries*:

- Anzahl der Unterkunft- und Versorgungsmöglichkeiten
- Auslastung
- Aufenthaltsdauer
- Gewählte Reiseagentur

Zu *employment*:

- Anzahl der Angestellten und deren Arbeitsstellen

Die Datenerhebung wurde von den Industrieländern in den 1990er Jahren eingeführt, während in den asiatisch-pazifischen Staaten die UNWTO erst im Jahr 2011 die Initiative ergriff, neben dem Auslandstourismus auch Daten zum Binnentourismus zu erheben.<sup>57</sup>

Jedoch beteiligen sich bislang nur einzelne dieser Staaten, außer Daten zum Auslandstourismus auch Daten zum Binnentourismus zu liefern. Dies ist umso bedauerlicher, da, wie die UNWTO anführt, "die TSA Daten zu einem besseren Verständnis bei[tragen], welchen Platz der Tourismus innerhalb der Wirtschaft eines Landes einnimmt",<sup>58</sup> weil nur so „*the awareness of domestic tourism as a crucial contributor to the socio-economic development of the country*“<sup>59</sup> gesteigert werden kann und hiermit der Binnentourismus als wesentlicher Faktor für die Entwicklung eines Staates erkannt und gefördert wird.

Auch ist es äußerst schwierig, gesicherte Daten zu erhalten, wenn die Gäste bei Freunden oder Verwandten bzw. in nicht registrierten Unterkünften bleiben. Dies ist gerade in asiatischen Gesellschaften durchaus Usus, da hier die familiären Bande eine große Rolle spielen und deshalb der Besuch von Freunden oder Verwandten auch die Art der Unterkunft beeinflusst, die zudem kostengünstig sein sollte,.

Die UNWTO-Untersuchungen werden auf der Basis von Befragungen der Haushalte sowie der Beherbergungsbetriebe durchgeführt. Allerdings gibt es keine einheitlichen Fragebögen unter eindeutigen Definitionen, weshalb die Ergebnisse auch nicht streng miteinander vergleichbar sind. Beispielsweise unterscheiden manche Staaten nicht zwischen Tages- und Übernachtungsgästen und erschweren somit die Vergleichbarkeit der Zahlen.<sup>60</sup> Andererseits liefert keiner der ASEAN-Staaten alle erwünschten Daten, wie das Beispiel Thailands zeigt (vgl. Kap. 8.4, S. 77 f.).

---

<sup>57</sup> Vgl. UNWTO World Tourism Organization 2012, S. 1

<sup>58</sup> ebenda (wörtliche Übersetzung)

<sup>59</sup> UNWTO 2013a, S. 41

<sup>60</sup> Vgl. UNWTO Commission 2012, S.1

## 4. Vorteile des Binnentourismus

In der Literatur finden sich zahlreiche Überlegungen zu den Vor- und Nachteilen des Binnentourismus, die sich bei den einzelnen Autoren aber überschneiden. In dieser Arbeit werden die ökonomischen, ökologischen und sozio-kulturellen Vor- und Nachteile in sachbezogenen Abschnitten zusammengeführt.

### 4.1. Ökonomische Vorteile

Der Binnentourismus dient primär der **regionalen Entwicklung**, da er sich positiv auf den Arbeitsmarkt auswirkt. Einheimische Touristen besuchen auch weniger attraktive Gegenden, sei es, weil sie dort Verwandtschaft haben, weil kostengünstige Quartiere zur Verfügung stehen, die Gegend von einer indigenen Kultur geprägt ist oder ein bedeutender buddhistischer Mönch oder Tempel ihre Aufmerksamkeit weckt. So werden dort Arbeitsplätze geschaffen, die viel und teilweise auch ungelerntes Personal erfordern und hierdurch besonders für entlegene und damit meist ärmere Regionen von Vorteil sind.

Als Beispiel sei hier das ‚Armenhaus‘ Thailands, der Isan im Nordosten des Landes genannt. Diese Provinz, etwa halb so groß wie Deutschland, ist touristisch kaum erschlossen, trotz ihrer laotischen Kultur, die in der regionalen Küche, Kleidung, sakralen Architektur aus der Zeit der Khmer-Herrschaft und der traditionellen Seidenherstellung ihren Ausdruck findet. Erst allmählich gelangte diese Region, ausgehend von Privatinitiativen von Zimmervermittlungen und jetzt auch durch Kampagnen der Reiseagenturen, in den Fokus der einheimischen Touristen.

Regionale Disparitäten werden auch hinsichtlich der Einkommen ausgeglichen, da nicht nur die ausländischen, sondern vor allem auch die inländischen Touristen zur lokalen Wertschöpfung beitragen.<sup>61 62 63 64 65</sup> Dies geschieht z.B. durch die Vermietung von günstigen Privatquartieren oder den Verkauf von Produkten in Garküchen sowie

---

<sup>61</sup> Vgl. Hitchcock, S. 215–217

<sup>62</sup> Vgl. Sri Lanka Tourism Development Authority 2013, S. 1

<sup>63</sup> Vgl. UNWTO World Tourism Organization 2011, S. 3

<sup>64</sup> Timothy und Nyaupane 2009, S. 64

<sup>65</sup> Vgl. Vorlaufer 2004, S. 9



durch Dienstleistungen, wie z.B. dem Friseurbesuch, die von ausländischen Touristen weniger in Anspruch genommen werden. Besonders erwähnenswert ist hier auch der Verkauf von religiösen Souvenirs, die in den Devotionalienständen im Tempelbereich, aber auch auf den Nachtmärkten angeboten werden (vgl. Abb. 1). Diese reichen von Amuletten, Buddha-Statuen jeglicher Größe, Buddha-Gemälden und traditionellen Heilmitteln bis hin zu verkitschten, mit dem Abbild von Buddha verzierten T-Shirts, Blumentöpfen und Weckern. Die Herstellung dieser Devotionalien, aber auch von Muschelprodukten und Schnitzereien, geht teils auf uralte handwerkliche Traditionen zurück, die durch den Binnentourismus, wo die Gäste an ihrem Urlaubsort eher bereit sind einen Kauf zu tätigen, einen Aufschwung und teils auch eine Wiederbelebung erfahren.



**Abb. 1: Devotionalienverkauf (eigene Aufnahme)**

Nicht nur für einzelne Regionen ist der Binnentourismus von Vorteil, sondern auch für das gesamte **jeweilige Land** selbst. Wenn die Bevölkerung ihren Urlaub im eigenen Land verbringt, wird dadurch ein Kapitalabfluss ins Ausland verhindert. Weiterhin erzielt der Staat durch die Verkehrssteuern, wie z.B. die Umsatzsteuer, die bei allen Dienstleistungen anfällt, zusätzliches Steueraufkommen – sofern sie verlässlich an den Staat abgeführt wird. Da keine ausländischen Transportunternehmen in Anspruch genommen werden, bleiben auch für diesen Bereich die Einnahmen im eigenen Land. Wie verschiedene Autoren anführen, können Investitionen für z.B. Hotels, Kinderattraktionen, Straßenbau, Flughäfen, die für den internationalen Tourismus

ausgegeben worden sind, auch von den Binnentouristen genutzt werden und amortisieren sich somit rascher.<sup>66 67 68 69</sup>

Grundlegend wünschenswert sowohl für Industrie-, als auch Entwicklungsländer ist die **ganzjährige touristische Auslastung**. Gerade aber in den ASEAN-Staaten ist der Auslandstourismus saisonal orientiert, da im Sommer der Monsun viele ausländische Reisende abhält, hier ihren Urlaub zu verbringen. Binnentourismus findet jedoch auch in der Nebensaison statt.<sup>70 71</sup> Außerdem verreisen einheimische Touristen auch dann, wenn im Land politische Instabilität, Streiks oder eine Wirtschaftskrise herrschen oder wenn Naturkatastrophen oder gesundheitliche Risiken die Menschen bedrohen. Diese Aussage teilt auch Ghimire, der dazu ausführt:

*„[...] would national and regional tourism represent 'self-reliance' and become an economic dynamo for the country (as in theory) it should be less sensitive to international political instability and economic stagnation, less detrimental to the country's balance of payments, less 'leaky' and able to create substantial income and employment.“<sup>72</sup>*

Ein weiterer Grund für eine Förderung des Binnentourismus ist die in einigen ASEAN-Staaten immer noch herrschende **mangelnde Infrastruktur** - sei dies hinsichtlich des Beherbergungsgewerbes und sonstiger touristischer Einrichtungen oder der Verkehrsinfrastruktur, die allesamt bisweilen zu wünschen übriglassen. Diese Mängel werden von einheimischen Touristen eher akzeptiert als von Ausländern, die - meist aus Industrieländern kommend - derartige Verhältnisse oft nur schwer in Kauf nehmen. Jedoch wird, wie Jafari anführt, durch die Förderung des Binnentourismus langfristig eine Verbesserung der infrastrukturellen Einrichtungen geschaffen. Darüber hinaus wird das einheimische Personal im Beherbergungsgewerbe geschult,<sup>73</sup> alles Verbesserungen, die letztendlich auch dem Auslandstourismus förderlich sind.

---

<sup>66</sup> Vgl. Hitchcock, S. 215–217

<sup>67</sup> Vgl. Sri Lanka Tourism Development Authority 2013, S. 1

<sup>68</sup> Timothy und Nyaupane 2009, S. 64

<sup>69</sup> Vgl. UNWTO World Tourism Organization 2011, S. 3

<sup>70</sup> Vgl. Jafari 1986, S. 492–496

<sup>71</sup> Vgl. UNWTO World Tourism Organization 2011, S. 3

<sup>72</sup> Ghimire 2001a, S. 5

<sup>73</sup> Vgl. Jafari 1986, S. 492–496

Zu bezweifeln bleibt allerdings, ob die Preise nicht allzu sehr steigen, wenn Einheimische weniger als Ausländer ausgeben.<sup>74</sup> Dies mag auf die Preise in Garküchen und das Angebot in Billigmärkten zutreffen, jedoch gilt es nicht für Restaurants, Hotels und Miet- bzw. Grundstückspreise. Da diese auch durch die unterschiedlichen Zielgruppen der entsprechenden Verbrauchermärkte bestimmt werden.

## 4.2. Ökologische Vorteile

Bezieht man in die Überlegungen den globalen Klimawandel mit ein und geht davon aus, dass „auf einem Hin- und Retourflug von London nach New York man problemlos mehr Kohlenstoff in die Luft [bläst] als mit dem jährlichen Gas- und Stromverbrauch im eigenen Haus“,<sup>75</sup> nämlich 1.700 kg CO<sub>2</sub>, so sind die Argumente der Gegner von **Langstreckenflügen** nicht zu ignorieren. Diese Problematik stellt sich beim Binnentourismus, selbst wenn sie nicht gegenstandslos ist, allerdings doch weniger massiv. Somit verbindet sich mit dem Binnentourismus in dieser Hinsicht ein relativ ökologischer Vorteil.

Als ein weiterer (relativer) ökologischer Vorteil ist der wesentlich geringere Ressourcenverbrauch einheimischer Touristen während ihres Urlaubs zu verzeichnen. Denkt man nur an die vielen Produkte, seien es Nahrungs- und Genussmittel oder Kosmetika für Hotelzimmer, die ausländische Touristen gewohnt sind und als gegeben hinnehmen und die deshalb meist importiert werden müssen, wird dieser ökologische Vorzug des Binnentourismus evident. Auch ist der hohe Wasserverbrauch für die Swimmingpools anzuführen, die, zumindest von Thais, in wesentlich geringerem Umfang genutzt werden als von ausländischen Touristen.

Problematisch ist das im Allgemeinen unzulängliche **Umweltverhalten** insbesondere der niedrigen sozialen Schichten in Entwicklungs- und Schwellenländern. Allerdings beruft sich Vorläufer auf Untersuchungen, die ergeben haben, dass

---

<sup>74</sup> Vgl. Hitchcock, S. 216

<sup>75</sup> Brazier 2008, S. 2

„Beschäftigte des Tourismusgewerbes ein problem-adäquateres Umweltbewusstsein und -verhalten aufweisen als die sonstige Bevölkerung der Tourismuszentren, da sie den Wert einer intakten Umwelt als Grundlage für Tourismus und damit ihrer wirtschaftlichen Existenz zunehmend erkennen.“<sup>76</sup>

Somit könnte man annehmen, dass einheimische Touristen bei einem Hotelaufenthalt auf Möglichkeiten, wie z.B. die Abfalltrennung oder die adäquate Entsorgung des Abfalls aufmerksam gemacht werden. Ob allerdings die Beschäftigten des Tourismusgewerbes wirklich ein bewussteres Umweltverhalten an den Tag legen, konnte in einem Interview mit der u.a. für die Abfallentsorgung Verantwortlichen des Amari-Hotels in Hua Hin nur teilweise bestätigt werden. In diesem Vier Sterne-Hotel mit 221 Zimmern, das fünf Kilometer vom Stadtzentrum entfernt liegt, werden seit August 2013 Papier, Kartons, Plastikflaschen, Glas, Problemabfall und Essensreste für Schweinefarmen getrennt gesammelt. Wie Abb. 2 jedoch zeigt, ist das Verfahren noch arg rudimentär, zumindest im Vergleich zu einigen Fünf Sterne-Hotels an anderen Orten, wo in großzügigen Containern eine Abfalltrennung erfolgt.



**Abb. 2: Abfalltrennung im Hotel Amari (eigene Aufnahme)**

---

<sup>76</sup> Vorläufer 2004, S. 13

Das System der Abfalltrennung beruht auf einer Privatinitiative, die durch die südostasiatische ONYX *Hospitality Management* Gesellschaft für alle Hotels der Amari-Gruppe initiiert wurde. Der Abfall wird durch eine lokale Abfallbeseitigungsfirma abgeholt und zur größten thailändischen Recyclingfirma Wongpanich mit einer Zweigstelle in jeder Provinz Thailands gebracht. Das Hotel erhält dafür z.B. für Plastikflaschen 0,30 €/kg, für Papier 0,10 €/kg und für unsortierte Glasflaschen 0,025 € pro Stück. 40 % der Einnahmen fallen an ONYX. Obwohl die restlichen 60 % der Einnahmen der Belegschaft in Form von Incentive-Maßnahmen zu Gute kommen, ist es äußerst schwierig das Personal vom Sinn einer Abfalltrennung zu überzeugen.<sup>77</sup>

Unterschiedlich reagiert hierzu die Mittelschicht. Bei der Befragung (Frage 24 in Anhang 1a,b) in Hua Hin ergab sich, dass bis auf zwei Ausnahmen 103 Probanden Recycling für durchaus wichtig erachten, weil dadurch die globale Erwärmung eingedämmt und die Umwelt weniger belastet, Ressourcen geschont und Rohstoffe eingespart würden, weniger Müll anfallt und die Umgebung sauberer sei, um nur die am häufigsten genannten Argumente aufzuzeigen. Dies wurde jedoch von Probanden, die der Mittelschicht angehören, geäußert, bei denen ein stärkeres Umweltbewusstsein vorherrscht als bei den Personen aus der Unterschicht.

### 4.3. Sozio-kulturelle Vorteile

Sozio-kulturelle Auswirkungen sind viel schwieriger zu messen und ihr Ausmaß ist viel schwerer zu bestimmen als im Fall ökonomischer, aber auch ökologischer Faktoren, bei denen Statistiken als Grundlage dienen. Im Fall der sozio-kulturellen Auswirkungen kann man lediglich Hypothesen aufstellen, die gegebenenfalls durch Aussagen von Experten oder Meinungsumfragen gestützt werden können.

So wird z.B. in den höher entwickelten ASEAN-Staaten wie Malaysia, Indonesien und Thailand der Binnentourismus durch Initiativen diverser Tourismusorganisationen gefördert, die in den Medien einzelne Regionen bzw. regional gebundene Events propagieren, mit dem Slogan, **Lerne dein Heimatland näher kennen**‘.

---

<sup>77</sup> Vgl. Rojanawisut 29.01.2014

Da in den meisten ASEAN-Staaten die Globalisierung noch nicht so weit fortgeschritten ist, dass in allen Regionen einheitliche Strukturen vorhanden sind, werden die im Heimatland Reisenden mit **traditionellen Gebräuchen** wie Tanz, Musik oder Kunsthandwerk anderer Regionen vertraut gemacht. So können sie z.B. in Koh Yao Noi, Thailand, in einem muslimischen *Community-based Ecotourism Club* das Färben mit Naturfarben oder den Garnelen- und Krabbenfang erlernen - Praktiken auf die sie wiederum durch die Medien aufmerksam wurden.

Es wird zudem ein Gefühl von **Gemeinsamkeit** vermittelt, da beide Gruppen, sowohl die Touristen als auch die Bewohner der besuchten Regionen, zur gleichen Zeit Feste feiern und sich der dabei aufkommenden Feierstimmung eher öffnen als ausländische Gäste.

In Übereinstimmung mit Kaosa-ard et al., die schreiben, dass *"the cultural impacts inflicted by the nationals of a country upon others in a different region or socio-economic situation are far less evident than those induced by foreign visitors"*<sup>78</sup>, kann in vielen Fällen festgestellt werden, dass eine Überfremdung der traditionellen Kultur durch einheimische Gäste und damit einhergehend eine Akkulturation weniger gegeben ist als durch ausländische Touristen. Vielmehr werden die einheimischen Besucher in der Regel **sozialen Verhältnissen** in Bezug auf Religion oder Ethnizität gegenüber toleranter sein und sich der natürlichen und kulturellen Vielfalt ihres eigenen Landes bewusster.

Die Interaktion zwischen Menschen unterschiedlicher kultureller Provenienz führt zu einer Erhöhung des Verständnisses und der Akzeptanz der jeweils anderen Kultur(en). Auch könnten **Sprachbarrieren** zu weiter entlegenen Bevölkerungsgruppen überwunden werden. Als Beispiel sei hier die bereits erwähnte thailändische Provinz Isan angeführt. Dort wird ein eher dem Laotischen ähnelndes Idiom gesprochen, das sich von der thailändischen Sprache markant unterscheidet und deshalb im Allgemeinen eine Verständigung erschwert. Um mit den Gästen zu interagieren, sind die Gastgeber gezwungen ihren Sprachgebrauch zu verändern. Darüber hinaus werden hier Gebräuche gepflegt und Gepflogenheiten kultiviert, die auch den einheimischen Touristen eher fremd sind. Im Austausch lernen, wie Jafari anführt, beide Gruppen, sowohl die einheimischen Touristen als auch die lokalen Gastgeber,

---

<sup>78</sup> Kaosa-ard et al. 2001, S. 128

neue Ideen oder Praktiken kennen.<sup>79</sup> Hierdurch könnten sich **Wertesysteme, Lebensstile und Verhaltensweisen**, zumindest der Gastgeber angleichen, während die Einflüsse auf die Gäste eher gering sind, da diese ihr kulturelles Gepäck mitbringen und vermutlich weniger zu einer Anpassung bereit sind.

Wie auch bei der Umfrage (Frage 17 und 18 in Anhang 1a,b) festgestellt werden konnte, interagieren und kommunizieren einheimische Touristen mehr mit der lokalen Bevölkerung als dies bei ausländischen Touristen der Fall ist, was wohl auf deren Sprachbarrieren zurückzuführen ist. Doch auch mit Einheimischen ergeben sich nicht zwangsläufig **Kontakte**; lieber bleiben die Touristen aus dem Inland oft unter sich im Familien- oder Freundesverband. Dies kann mit der z.B. in Thailand vorherrschenden hierarchischen Gesellschaftsstruktur begründet werden, in der man sich lieber zurückhält, wenn man die soziale Stellung seines Gegenübers nur schwer einschätzen kann.

---

<sup>79</sup> Vgl. Jafari 1986, S. 492-493

## 5. Nachteile des Binnentourismus

### 5.1. Ökonomische Nachteile

Obwohl die ökonomischen Vorteile des Binnentourismus gegenüber den Nachteilen eindeutig überwiegen, sind zumindest zwei Nachteile hervorzuheben.

Die Aussage von Ghimire, dass sich das **Landeigentum** ändert<sup>80</sup>, wird von Kaosa-ard et al. mit dem Beispiel des Khao Yai-Nationalparks, dem meist besuchten und größten Nationalpark Thailands mit einem der ausgedehntesten Areale von Monsunwald auf dem Festland Asiens, unterstützt. Von den Besuchern sind 98,5 % Thais. Wie Kaosa-ard et al. schreiben, verfügen die Dorfbewohner nicht mehr über ihr traditionelles Recht den Wald zu nutzen. Betuchte aus Bangkok haben sich hier Zweitwohnsitze geschaffen, um die relativ saubere Luft und die landschaftliche Schönheit zu genießen und kauften dafür das Land auf. Die Regierung versäumte den Dorfbewohnern ökonomische Alternativen aufzuzeigen.<sup>81</sup> Eine Einschränkung dieser übermäßigen Landnutzung ist die Restriktion des Erwerbs von Land für Ausländer, falls diese mit keiner thailändischen Person verheiratet sind. Darüber hinaus wird viel Land auch für Golfplätze und Resorts, sowohl für ausländische als auch inländische Touristen, verbraucht.

Ein weiterer Nachteil ist der kontinuierliche **Anstieg der Land- und Immobilienpreise**. Wie Arnold Ruijs, Inhaber der Firma Hua Hin Property, der seit 1997 in Hua Hin wohnt, betont, steigen seit 1998, als Hua Hins touristische Infrastruktur sich entwickelt hatte, sowohl die Landpreise als auch die Immobilienpreise enorm. Kostete damals 1 Rai (= 1.600 m<sup>2</sup>) Land am Strand THB 15 bis 20 Mio., so wurde dieses im Winter 2013 um THB 100 Mio. (= € 2,5 Mio.) verkauft. Weiter landeinwärts zahlte man für 1 Rai THB 1,3 Mio., 2013 dann bereits 4 Mio. (= € 1 Mio.).

Bei den Apartments, die zu 80 % von Thais gekauft werden, ist ein Preisanstieg von THB 70.000 bis 80.000 pro m<sup>2</sup> auf THB 120.000 bis 130.000 (= ca. € 3.000) an der Küste zu verzeichnen. Weiter landeinwärts sinkt dann der Quadratmeterpreis für eine

---

<sup>80</sup> Vgl. Ghimire 2001a, S. 18

<sup>81</sup> Vgl. Kaosa-ard et al. 2001, S. 110



Villa, der in Küstennähe noch € 1.250 beträgt auf € 750. Villen sind insofern auch günstiger, als sie weniger Mieteinnahmen erzielen und viele der Besitzer darauf angewiesen sind, an ausländische Touristen zu vermieten.<sup>82</sup> Zudem bevorzugen nach den gewonnen Erfahrungen die meist älteren Paare, die den Winter in Thailand verbringen, jedoch kleinere Wohneinheiten.

Der hohe Anstieg der Immobilienpreise zeigt, dass die Nachfrage nach Immobilien weiterhin besteht, was zum Bau von zusätzlichen Wohnungen und damit einhergehend auch Versorgungseinrichtungen, führt. Die Folge davon ist eine **bauliche Verdichtung** in innerstädtischen Bereichen, wie sie z.B. in Hua Hin festzustellen ist. Auch wird die Landschaft zersiedelt und damit verbunden visuell degradiert. Zwischen Hua Hin und dem 15 km entfernten Ort Cha Am, in der nördlichen Provinz Phetchaburi, ist ein Städteband entstanden, das von der Küste bis ca. fünf Kilometer ins Landesinnere reicht.

## 5.2. Ökologische Nachteile

Diese bauliche Verdichtung sollte zeitgleich mit einem Ausbau der Verkehrswege einhergehen. Weitläufige Umgehungsstraßen für Ortschaften und der Ausbau des Schienenverkehrs könnten das **Verkehrschao**s, das im verstärkten Maße durch die einheimischen Gäste am Wochenende zu verzeichnen ist, etwas eindämmen. So dauert eine Autofahrt von z.B. Hua Hin nach Bangkok während der Woche zwei bis drei Stunden, am Sonntagnachmittag jedoch, wenn die Besucher aus Bangkok aus dem Wochenende zurückfahren, bis zu fünf Stunden, da dann auch sechsspurige Autobahnen überlastet sind und sich der Verkehr auf den innerörtlichen Straßen kilometerlang staut. Diese infrastrukturellen Maßnahmen sind jedoch Angelegenheit der staatlichen Finanzierung, deren finanzielle Mittel dringender an anderer Stelle gebraucht werden.

Einhergehend mit dem zunehmenden Verkehr und dem Anstieg der Touristenzahlen ist auch der durch die Aktivitäten der Touristen oder durch die Transportmittel bedingte **Lärm** sowie der erhöhte **Kohlendioxid**ausstoß zu verzeichnen, der den Treibhauseffekt fördert und globale Auswirkungen auf das Ökosystem hat.

---

<sup>82</sup> Vgl. Ruijs 11.03.2013

Ein weiteres Problem der Zunahme des Binnentourismus ist der hohe **Wasserverbrauch**, der nicht allein durch die ausländischen Touristen verursacht wird. Auch die inländische Oberschicht kann sich z.B. die Nutzungsgebühr für den Golfplatz in Höhe von € 60 bis € 100 pro Person leisten. Und gerade die vielen Golfplätze, von denen es allein in Hua Hin immerhin elf gibt, verbrauchen pro Platz 3.000 m<sup>3</sup> Wasser täglich.<sup>83</sup> Hierfür werden Leitungen von Reservoirs im Hinterland an die Küste verlegt. Doch immer wieder reicht das Wasser insbesondere an Wochenenden, wenn die Thais zahlreich nach Hua Hin kommen, nicht aus, und so gab es z.B. im Frühjahr 2014 in der Stadt stundenweise kein Wasser, obwohl der Höhepunkt der Trockenzeit und auch die hohen Temperaturen noch lange nicht erreicht waren.

Das größte Problem in weniger entwickelten Staaten ist das **mangelnde Umweltbewusstsein und -verhalten** der Bevölkerung. So schreibt z.B. Vorlauffer, dass in einer Fragebogenaktion festgestellt wurde, dass "sowohl die Tourismusbeschäftigten als auch die sonstigen Thais das Umweltbewusstsein der Touristen relativ hoch einschätzten. Demgegenüber bewerten alle thailändischen Probandengruppen und noch ausgeprägter ausländische Touristen das Umweltbewusstsein der Thais als sehr niedrig."<sup>84</sup> Auch bei der von mir durchgeführten Fragebogenerhebung gaben die Probanden an, dass Ausländer reinlicher (70 %) bzw. weniger laut (73 %) seien als Thais. Essen wird gewöhnlich in Styroporkartons oder Plastikbeuteln, Wasser in Plastikflaschen mitgenommen und die Reste vom Auto oder dem Zug aus durch das Fenster entsorgt. Hat sich diese Situation zumindest in der Ober- und gehobenen Mittelschicht gebessert, so bleibt immer noch nach jeder Veranstaltung der jeweilige Ort mit Müll übersät. Auch auf Campingplätzen und in den Nationalparks ist nach einem Wochenende die Abfallproblematik deutlich sichtbar. Aber hilft es wirklich, wenn Styroporverpackungen verboten werden, wie dies Kaosa-ard et al.<sup>85</sup> u.a. vorschlagen? Es ist vielmehr eine Frage der Erziehung, was auch zumindest die thailändischen Schulen noch nicht erkannt haben, wo nach der Mittagspause nach meinen Beobachtungen mehrere ältere Menschen den Abfall der Schüler vom Pausenhof entfernen.

---

<sup>83</sup> Vgl. Pleumarom, S. 107

<sup>84</sup> Vorlauffer und Becker-Baumann 2003, S. 879

<sup>85</sup> Vgl. Kaosa-ard et al. 2001, S. 127



**Abb. 3: Abfall hinter einem Wohnhaus (eigene Aufnahme)**

Darüber hinaus verfügen viele der kommunalen Behörden, aber auch der Beherbergungsbetriebe nicht über eine **adäquate Müllentsorgung**, geschweige denn Mülltrennung. Abfälle werden, wenn überhaupt, unsortiert entsorgt, ein Flaschenpfand ist unbekannt. Ärmere Bevölkerungsgruppen, wie z.B. das Reinigungspersonal, sammeln jedoch bisweilen Plastikflaschen und bringen sie zu einer der zentralen Sammelstellen, wofür sie Geld erhalten.

Ein recht seltsam anmutender Artikel über die Entsorgung von Essensresten erschien in einer thailändischen Immobilienzeitschrift.

Hier wurde geraten, Essensreste durch den Abfluss zu entsorgen um Mülldeponien zu entlasten, durch den Wegfall des Transports Energie zu sparen und den Austritt von Methangas zu unterbinden. Vielmehr sollte laut des Artikels der Biomüll in der Kläranlage in Dünger umgewandelt werden.<sup>86</sup>

Wünschenswert wäre, wenn durch den zunehmenden Binnentourismus und damit die verstärkte Begegnung mit westlichem Verhalten, zumindest was die Müllproblematik angeht, ein wenigstens rudimentäres Umweltbewusstsein geschärft würde.

---

<sup>86</sup> Waste Disposal & the Environment 2013, S. 26

### 5.3. Sozio-kulturelle Nachteile

Auch wenn der Auslandstourismus u.U. soziale Spannungen erzeugt oder eine Überfremdung der traditionellen Kultur herbeiführt, so rufen ausländische Touristen durch ihre Kritik bisweilen auch ein Umdenken von eingefahrenen Bahnen hervor, was bei einheimischen Touristen eher nicht der Fall ist. Als Beispiel hierfür ist die **Kinderarbeit** in Entwicklungsländern zu erwähnen. Diese fällt dem ausländischen Touristen weniger in den Manufakturen, in der Fischerei oder Shrimps Zucht, in Steinbrüchen oder im Drogenhandel auf, begegnet ihnen aber zwangsläufig im informellen Sektor, wenn Kinder mit Bauchläden Kaugummi, Zigaretten und Blumen verkaufen, Schuhe putzen oder sich als Fremdenführer verdingen. Thailand ist Ausgangs-, Durchgangs- und Zielland für Kinderhandel aus Myanmar, Laos, Kambodscha und Südchina. Meist verkaufen Eltern ihre Kinder aus Not. Diese werden dann in Thailand zur Arbeit gezwungen oder zur Prostitution missbraucht. Wie einer Internetseite zu entnehmen ist, sind in Thailand 80.0000 Jugendliche unter 18 Jahren und 200.000 Kinder unter zwölf Jahren als Prostituierte tätig.<sup>87</sup> Jedoch ist es gerade auf diesem Sektor schwierig, selbst wenn Prostitution in Thailand gesetzlich verboten ist, hierauf von außen Einfluss zu nehmen, da 95 % aller thailändischen Männer über Erfahrung mit Prostituierten verfügen und 4,6 Mio. Thailänder diese Dienste in Anspruch nehmen.<sup>88</sup> Die vielfältige, weltweite Auflehnung gegen dieses Gewerbe und gegen Kinderarbeit allgemein trägt zumindest dazu bei, dass auch Thais sich dieses Missstands bewusst werden.

Ein weiteres Problem sind die **sozialen Spannungen** unter den Einheimischen, die allmählich auch im ‚Land des Lächelns‘ klar zu erkennen sind. Wie Kortländer schreibt subsumiert dieser Mythos über das ‚Land des Lächelns‘ „allgemeine europäische Vorstellungen [...] und ist mit europäischen Konnotationen belegt.“<sup>89</sup> Mit diesem Lächeln werden vielmehr „häufig problematische und angespannte Situationen bewältigt und Konflikte entschärft“,<sup>90</sup> die durch die hierarchische Gesellschaftsordnung Thailands entstehen. Die Regeln dieser Gesellschaftsordnung gelten für die Thais als zentrale Orientierung, wie sie sich gesellschaftlich, beruflich und persönlich zu verhalten haben. Diese Hierarchieorientierung bildet einen festen Bestandteil aller

---

<sup>87</sup> Vgl. Krüger 2012

<sup>88</sup> Vgl. Heim

<sup>89</sup> Kortländer 2000, S. 51

<sup>90</sup> ebenda, S. 49

staatlichen, öffentlichen und privaten Institutionen. Ihr Ursprung ist im buddhistischen Glauben verankert. Demnach hat eine Person ihre soziale und wirtschaftliche Stellung in einem früheren Leben erworben und ist deshalb ihrem unabänderlichen Schicksal ergeben. Sie unterwirft sich ihm und Ungleichheit bzw. Ungerechtigkeit werden ertragen. Somit gab und gibt es unter den Thais kaum spürbaren Neid in Bezug auf den materiellen Wohlstand. Bei vielen Thais allerdings ändert sich diese fatalistische Einstellung im Zuge des zunehmenden beruflichen Erfolges und des stärker werdenden Selbstbewusstseins allmählich. Sie erfahren, dass die Privilegien der urbanen Elite keine natürliche Selbstverständlichkeit sind.

Da am Binnentourismus vorrangig Mitglieder der Ober- und Mittelschicht teilnehmen, die es gewohnt sind, in der Hierarchie oben zu stehen und die Unterschicht als Bedienstete zu betrachten, ergeben sich Reibungspunkte, die auch in einem ‚Land des Lächelns‘ nicht zu vernachlässigen sind. Dieses Lächeln ist seit jeher ein probates Mittel zur Konfliktvermeidung. Jedoch erzeugt die Tatsache, dass ein bestimmter Teil der Bevölkerung, insbesondere große Teile der Landbevölkerung vom gesellschaftlichen Aufstieg abgeschnitten ist, in neuerer Zeit ein Gefühl von Neid, das dann mitunter zu kriminellen Handlungen führt (vgl. auch landesspezifische Sicherheitshinweise des Auswärtigen Amtes Deutschland für Kambodscha, Laos, Philippinen und Thailand).<sup>91</sup> Diese sozialen Spannungen äußern sich auch immer wieder im politischen Geschehen, wenn sich ‚Gelbhemden‘ - Anhänger der Ober- und urbanen Mittelschicht - mit den ‚Rothemden‘ - Anhängern der Unterschicht - teils blutige Kämpfe liefern.

---

<sup>91</sup> Vgl. Auswärtiges Amt Deutschland

## 6. Maßnahmen zur Stärkung des Binnentourismus

Wie bereits unter Punkt 5.1 erwähnt, überwiegen die ökonomischen Vorteile des Binnentourismus gegenüber den Nachteilen. Dies ist auch der Fall hinsichtlich der sozio-kulturellen und ökologischen Auswirkungen, da soziale Spannungen sowohl in Bezug auf ausländische wie inländische Touristen auftreten können. Das Problem der Kinderarbeit und auch der ökologischen Situation, insbesondere der mangelnden Abfallentsorgung, wird sich mit zunehmendem Entwicklungsstand eines Landes ändern.

Viele Länder, aber auch Experten, sehen im Tourismus ein Instrument zur Überwindung wirtschaftlicher Unterentwicklung. So wurden und werden insbesondere ausländische Touristen umworben, mit dem Ziel, die Deviseneinnahmen und das Einkommen der einheimischen Bevölkerung durch die unmittelbare, aber auch indirekte Schaffung von Arbeitsplätzen zu erhöhen.

In neuerer Zeit erkennen Tourismusorganisationen, dass es durchaus sinnvoll erscheint, wenn Regierungen auch den Binnentourismus unterstützen. Gerade in Ländern, die auf den Tourismus angewiesen sind, wie z.B. in Thailand, aber auch in Staaten mit nur rudimentärer touristischer Infrastruktur wie Kambodscha, Laos oder Myanmar stellt ein Ausbleiben ausländischer Gäste wegen Unsicherheiten am Reisemarkt (Aufstände, politische Instabilität, Krankheiten) ein wirtschaftliches Risiko dar. Dies wurde etwa im Frühjahr 2014 deutlich, als in Bangkok langanhaltende Unruhen ausbrachen. So hatte Thailand von Januar bis Anfang März 2014 bereits einen Einbruch bei den Gästeankünften insbesondere aus China, Japan, Indien und Russland zu verzeichnen. Die Zahl der chinesischen Touristen sank um 61 % auf rund 80.000, der Japaner um 58,8 %, der Touristen aus Indien um 49 % und die Gäste aus Russland, das übrigens seit 2011 Thailands größtes touristisches Quellgebiet bildet, ging um 9,32 % auf 129.000 zurück.<sup>92</sup> Der extrem hohe Rückgang bei den Touristenzahlen aus Japan und China ist darauf zurückzuführen, dass die Besucher aus diesen Ländern vorrangig zum Einkaufen nach Bangkok und damit in die von Unruhen am meisten betroffene Region kommen.

---

<sup>92</sup> Vgl. Chinmaneevong 2014, S. B6

Es erhebt sich nun die Frage, wie der Staat den Binnentourismus fördern kann. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Beschäftigte in manchen südostasiatischen Ländern kaum gesetzlichen Anspruch auf Urlaubstage haben (Thailand 6 Tage; Philippinen 5; Indonesien und Vietnam je 12, Malaysia 16 Tage)<sup>93</sup> und deshalb Erholungsphasen auf das Wochenende beschränkt bleiben, wobei mit Ausnahme der staatlichen Einrichtungen und der großen Firmen sechs Tage pro Woche gearbeitet wird. Deshalb ist die Maßnahme, religiöse oder traditionell bedingte Feiertage, die auf einen Samstag, Sonntag oder auf einen staatlichen Feiertag fallen, durch einen zusätzlichen freien Tag zu ergänzen, dem Binnentourismus förderlich. Diese Praxis, die insbesondere in Indonesien und Malaysia Usus ist, ermöglicht es den Einheimischen, ein **längeres Wochenende** auch außerhalb ihres üblichen Aufenthaltsortes zu verbringen.<sup>94</sup>

Da das Automobil das beliebteste Verkehrsmittel für Kurzreisen darstellt, wie sich auch bei der Fragebogenauswertung ergab, wo 70,4 % der Probanden in Hua Hin und immerhin 28,6 % in dem von Bangkok doch fast 700 km entfernten Chiang Mai angaben, mit dem Auto angereist zu sein, würde **billiger Treibstoff** eine erhöhte Reisetätigkeit garantieren. Damit einhergehend sind vor allem Investitionen in die **Verkehrsinfrastruktur** notwendig. Als Beispiel für den Ausbau von Straßen lässt sich hier Kambodscha anführen, wo die zweispurige Trasse zwischen Siem Reap, dem Ausgangspunkt für die Besichtigung Angkor Wats, und Phnom Penh 2009 geteert wurde und 2014 in eine vierspurige Autobahn ausgebaut werden sollte, jedoch auch im Frühjahr 2018 noch nicht fertig gestellt war. Die zunehmende Anzahl an Binnentouristen, die nach Siem Reap und an das nahegelegene Angkor Wat vorrangig mit dem Auto reisen, macht dies jedoch dringend erforderlich. Aber auch der Ausbau des Schienenverkehrs und insbesondere der Hochgeschwindigkeitsstrecken sollte Vorrang haben. Ebenso wäre die Reduzierung des Fahrpreises für Familien oder junge Reisende sicherlich von Vorteil. Investitionen in den Bau von Flughäfen sind nötig, um insbesondere in Großflächenstaaten, wie zum Beispiel Indonesien, aber auch in Staaten mit einer großen Nord-Süd-Ausdehnung, wie z.B. Thailand, dem Binnentouristen das Reisen zu erleichtern. Um dies zu verwirklichen, sind Billigfluglinien gefragt. Die indonesischen Fluglinien Air Asia und Lion Air und die

---

<sup>93</sup> Vgl. Mercer Insights Juli/August 2014

<sup>94</sup> Vgl. UNWTO 2013a, S. 16

thailändische Nok Air bieten zu äußerst günstigen Preisen ihre Dienste an. Wie Vorlaufer schreibt, wird in Thailand zur Finanzierung der Erschließung der Peripherie neben den staatlichen Investitionen in den Bau von Straßen, Flughäfen und die Vermarktung auch die Privatwirtschaft durch steuerliche Anreize miteinbezogen.<sup>95</sup>

Die **Beherbergungsmöglichkeiten** sollten an die Binnentouristen angepasst werden. Dies bedeutet die Etablierung von weniger luxuriösen Unterkünften, jedoch ohne, dass es dabei am Service mangelt. In den ASEAN-Staaten verreist man meist im Familienverband, der mehr als vier Mitglieder umfasst bzw. mit Freunden. Dies bedeutet nicht nur den Bedarf an größeren Unterkunftsmöglichkeiten hinsichtlich der Zahl der Zimmer, sondern auch an einer Ausstattung mit Küche, Wohnzimmer und dergleichen, um einen höheren Grad an Autonomie für die Gastfamilien zu gewährleisten. Gerade deshalb sind auch die zahlreichen und kurzfristig zu mietenden Apartmenthäuser, die Wohnungen mit drei bis vier Schlafzimmern aufweisen, so beliebt. Dies erscheint auch vor allem für jüngere Touristen sinnvoll, die meist in Gruppen zu zehn oder mehr Personen verreisen.

---

<sup>95</sup> Vgl. Vorlaufer 2003, S. 9





Abb. 4: Beispiel einer touristengerechten Apartmentanlage (eigene Aufnahme)

Für weniger gut situierte Bevölkerungsgruppen bietet sich insbesondere in den Naturparks der Aufenthalt auf Campingplätzen an, die allerdings am Wochenende überfüllt sind. Hier ist vor allem das Problem der Abfallentsorgung zu bedenken, da Speisen meist in Styroporverpackungen mitgebracht und die Reste dann achtlos weggeworfen werden (vgl. S. 76).

Weniger bekannte Regionen können durch **Marketingmaßnahmen**, wie gezielte Werbung in Print- und elektronischen Medien, publik gemacht werden.<sup>96</sup> Diese Werbung sollte jedoch nicht Orte umfassen, deren Infrastruktur noch nicht genügend ausgebaut ist und deren örtliche Anlaufstellen, wie z.B. Informations- und

---

<sup>96</sup> Vgl. Sri Lanka Tourism Development Authority 2013

Vermittlungsbüros noch nicht bereit oder in der Lage sind, Auskunft über Beherbergungsmöglichkeiten, Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten zu erteilen. Auch sollte darüber informiert werden, für wen ein Ort geeignet ist, sprich z.B. für Familien, Sportinteressierte oder Erholungssuchende.

Ebenso kann auf diesem Weg für Festlichkeiten und Events geworben werden, denn insbesondere Einheimische nehmen an diesen Aktionen teil. So ist z.B. die *Royal Flora Expo* in Chiang Mai von November bis Februar ein großer Anziehungspunkt, ebenso wie die im Mai in Bangkok stattfindende *Thailand Golf Expo* oder das *Wonderful Thailand Wonderful World Fest*. Aber auch religiöse Feste, wie das *Phi Ta Khon Festival* in der Provinz Loei im Juli oder das *Ubon Ratchathani Candle Festival* in Thing Si Mueang, sind beliebt.

Darüber hinaus ziehen auch **Konferenzorte** Einheimische an. Zehn Städte in Thailand, u.a. Pattaya, Krabi und Hua Hin, sollen durch das *Thailand Convention and Exhibition Bureau* zu Tagungs- und Konferenzorten ausgebaut werden.<sup>97</sup>

Um zu gewährleisten, dass diese Marketingmaßnahmen von einem breiten Publikum wahrgenommen werden, sollten bereits Kinder und Schüler motiviert werden, mehr über die kulturelle Vielfalt ihres Landes zu erfahren. Auch Hochschulstudenten, die Tourismus-relevante Fächer studieren, sollten lernen, welchen Einfluss **Kulturtourismus** auf die lokalen Gemeinden hat. Das *Department of Fine Arts*, das in Thailand für die Einrichtung kultureller Museen zuständig ist, könnte durch die Öffnung zusätzlicher Museen das Angebot an historischen Informationen noch erweitern.<sup>98</sup>

Damit auch gering verdienende Einheimische einen Kurzurlaub finanzieren können bzw. die Möglichkeit haben, Kulturdenkmäler oder Nationalparks zu besuchen, ist, wie bereits vielerorts in den ASEAN-Staaten vorhanden, ein **duales Preissystem** sinnvoll, bei dem Einheimische zum Teil wesentlich weniger bezahlen als Ausländer.<sup>99</sup> So kostet z.B. eine Tageskarte in Angkor Wat für Ausländer US-\$ 20, während der Besuch für Kambodschaner kostenlos ist. In Thailand bezahlen Ausländer für den Eintritt in Nationalparks meist den zehnfachen Preis des Eintrittspreises für Einheimische. Als zusätzliche gefühlte Ungerechtigkeit wird dabei von ausländischen Touristen empfunden, dass die Preise für Thais meistens auf Thai angeschrieben sind und

---

<sup>97</sup> Vgl. Sritama 2011, S. 4

<sup>98</sup> Vgl. Kaosa-ard et al. 2001, S. 136

<sup>99</sup> Timothy und Nyaupane 2009, S. 21

dieses duale Preissystem deshalb für die meist des Thais unkundigen Ausländer unklar bleibt, so dass sie auch nicht die Möglichkeit haben zu entscheiden, ob sie den erhöhten Preis zu zahlen gewillt sind oder lieber auf die Besichtigung verzichten.

Als Argumentation für dieses duale Preissystem gilt, dass Sehenswürdigkeiten für einheimische Touristen erschwinglich bleiben sollten, zumal die Einheimischen auch für den Erhalt der Attraktionen besteuert werden, während sich ausländische Touristen die erhöhten Eintrittspreise, die dennoch unter den in Europa oder den USA üblichen liegen, in aller Regel leisten können.

Zunächst mag dieses duale Preissystem unter dem Gesichtspunkt der Gleichheit, wie es in europäischen demokratischen Verfassungen meist festgelegt ist, rechtlich bedenklich erscheinen. Dennoch kennen auch demokratische Verfassungen die Unterscheidung zwischen Rechtspositionen von eigenen Staatsangehörigen und Ausländern. Im Lichte eines sachlichen Differenzierungsgrundes betrachtet, wie es der Beitrag über nationale Steuern für die Angehörigen des jeweiligen Staates darstellt, bereitet die Ausgestaltung dieses dualen Preissystems wohl keine rechtlichen Schwierigkeiten, zumal ja auch keine Sanktions- oder Appellationsmöglichkeit besteht.

Wie eine deutschsprachige Zeitung in Thailand berichtete, plant die TAT einen Gesetzesvorschlag zu lancieren, der es Binnentouristen ermöglicht, ihren Urlaub von der **Steuer** abzusetzen.<sup>100</sup> Diese Idee würde jedoch lediglich für jene Bevölkerungsgruppe von Vorteil sein, die auch tatsächlich Einkommenssteuern bezahlt. Eine andere Möglichkeit der steuerlichen Subvention des Tourismus wurde beispielsweise in der Bundesrepublik Deutschland 2010 eingeführt, indem der Umsatzsteuersatz für bestimmte Beherbergungsleistungen von 19 % auf 7 % gesenkt wurde, eine Maßnahme, die nahezu überall in Europa gebräuchlich ist. Diese Senkung der Umsatzsteuer führte zu erhöhten Investitionen im Hotelgewerbe, die dem regionalen Handwerk, der Zulieferindustrie, den Gästen und Mitarbeitern gleichzeitig zu Gute kamen.<sup>101</sup>

---

<sup>100</sup> Vgl. Wochenblitz 2014, S. 1

<sup>101</sup> Vgl. Hotelverband Deutschland (IHA) 2015

## 7. Die ASEAN-Staaten



Abb. 5: Die ASEAN-Staaten<sup>102</sup>

Der Verband südostasiatischer Nationen ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) mit Sitz in Jakarta (Indonesien) wurde 1967 von Thailand, Indonesien, Malaysia, den Philippinen und Singapur gegründet. Diesem Verband gehören mittlerweile auch die Länder Brunei (seit 1984), Vietnam (seit 1995), Myanmar und Laos (seit 1997) sowie Kambodscha (seit 1999) an.<sup>103</sup> Ziel für diese siebt-größte Wirtschaftsmacht der Welt, mit mehr als 600 Mio. Menschen und damit dem drittgrößten Arbeitskräftepotenzial nach China und Indien, ist die Schaffung eines gemeinsamen Wirtschaftsraumes, in dem seine "Mitglieder durch wirtschaftlichen Aufschwung, sozialen Fortschritt und politische Stabilität zusammenarbeiten und so näher an die führenden Wirtschaftsnationen herangeführt werden."<sup>104</sup> Jedoch gibt es im Gegensatz zur EU weder einen Zwang zur Umsetzung der Ziele, noch eine Kontrolle und Legitimation durch die Bürger. Eine übergeordnete Ebene, die von sich aus Initiative ergreift oder neue Ziele definiert, fehlt. Dieses Misstrauen gegenüber einer

<sup>102</sup> ASEAN-Staaten

<sup>103</sup> Vgl. Wirtschaftslexikon

<sup>104</sup> Business Wissen 2008

übergeordneten Institution mag auf die Erfahrungen aus der Kolonialzeit zurückzuführen sein; man will keine Souveränität abgeben.

Der Zusammenschluss der ASEAN-Staaten ist wie folgt strukturiert: Der ASEAN-Gipfel ist das höchste, über die Politik entscheidende Organ. Hier treffen sich seit 2009 zweimal jährlich die Staats- und Regierungschefs, um über Ziele und deren Umsetzung zu diskutieren. Diese Treffen werden vom Koordinationsrat, dem die Außenminister der Staaten angehören, vorbereitet, und die Ausführung der dort gefassten Beschlüsse wird von ihm koordiniert. Die Gemeinschaftsräte, d.h. der Sicherheitspolitische Rat, der Wirtschaftsrat und der Sozio-kulturelle Rat, sollen die Implementierung der sie betreffenden Gipfelentscheidungen gewährleisten und schließlich sollen ministerielle Organe die ihre Aufgabenbereiche betreffenden Beschlüsse der Gipfeltreffen ausführen und zur Unterstützung der Gemeinschaftsbildung eng zusammenarbeiten.<sup>105</sup>

Eine endgültige Verwirklichung der gesetzten Ziele ist noch nicht absehbar. Aber ähnlich wie in der EU ist zumindest seit Ende 2015 die *ASEAN Economic Community* (AEC) mit freiem Waren- und Dienstleistungsverkehr und weitgehend freiem Kapital- und Zahlungsverkehr und dem Austausch von Fachkräften gewährleistet. Es bedarf jedoch noch einiger Änderungen in den jeweiligen einzelstaatlichen Normen und Verfassungen. Hinsichtlich der vollständigen wirtschaftlichen Integration wird im Vergleich zur EU vorsichtiger vorgegangen, da man aufgrund der unterschiedlich hohen wirtschaftlichen Entwicklung der einzelnen Staaten keine einheitliche Währung wünscht.<sup>106</sup>

---

<sup>105</sup> Vgl. Furtak 2015, S. 133

<sup>106</sup> Vgl. ADB 2015



Abb. 6: ASEAN-Mitgliedsstaaten<sup>107</sup>

*One vision, one identity, one community* lautet das Motto, unter dem sich die zehn Staaten bis zum Jahr 2020 zu einer Einheit zusammenfinden sollen. Es drückt die Hoffnung aus, dass alle südostasiatischen Länder eine Gemeinschaft bilden die sich als „*outward looking, living in peace, stability and prosperity, bonded together in partnership in dynamic development and in a community of caring societies*“<sup>108</sup> darstellt. Dieses Motto, basiert auf drei Säulen. ASEAN soll eine Gemeinschaft bilden, in der

- politische Sicherheit gewährleistet ist
- wirtschaftliche Zusammenarbeit den Fortschritt der Gemeinschaft gewährleistet
- trotz der sozio-kulturellen Vielfalt Fragen der Umwelt, des Gesundheitswesens und der Bildung gemeinschaftlich behandelt werden.<sup>109</sup>

## 7.1. Entwicklungsstand der ASEAN-Staaten

Um den Entwicklungsstand dieser Länder zu bestimmen, eignen sich vor allem Merkmale, die gut berechenbar und verlässlich zu ermitteln sind. Hierfür müssen zwei Kategorien unterschieden werden: einerseits die ökonomischen Indikatoren wie das Bruttonationaleinkommen pro Person in US-\$ und der Kaufkraftindex pro Person, die

<sup>107</sup> ASEAN-Mitgliedsstaaten

<sup>108</sup> Association of southeast Asian nations, S. 1

<sup>109</sup> Vgl. ebenda, S. 1

von der Weltbank jährlich erhoben werden; andererseits der *Human Development Index* (HDI), ein sozialer Indikator, der auf international erhobenen Daten der *United Nations Population Division*, des UIS bei der UNESCO und der Weltbank basiert und den Status eines Landes in den grundlegenden Bereichen menschlicher Entwicklung misst und zwar Lebenserwartung bei der Geburt, Bildungsstand und das Pro-Kopf-Bruttonationaleinkommen in KKP US-\$, stellvertretend für einen angemessenen Lebensstandard.<sup>110</sup>

---

<sup>110</sup> Vgl. Weltbank: BNI, HDI

Auf dieser Grundlage ergibt sich folgende Tabelle:

	<b>Einwohner</b> in Mio.	<b>BNE</b> in Mio. KKP US- \$	<b>BNE/Pers</b> in US-\$	<b>HDI</b>	<b>Klassifikation nach Weltbank</b>
	<b>2011</b>	<b>2011</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	
<b>Brunei</b>	0,40	16,3	13.800	0,855	high-income****
<b>Kambodscha</b>	14,31	12,83	820	0,543	low-income*
<b>Indonesien</b>	242,30	848,8	2.940	0,629	lower-middle-income**
<b>Laos</b>	6,29	8,298	1.130	0,543	lower-middle-income**
<b>Malaysia</b>	28,86	287,9	8.770	0,766	upper-middle- income***
<b>Myanmar</b>	48,34	k.A.	k.A.	0,498	low-income*
<b>Philippinen</b>	94,85	224,8	2.210	0,654	lower-middle-income**
<b>Singapur</b>	5,18	239,7	42.930	0,895	high-income****
<b>Thailand</b>	69,52	345,7	4.440	0,690	upper-middle- income***
<b>Vietnam</b>	87,84	123,6	1.270	0,617	lower-middle-income**
<b>Deutschland</b>	81,73	3.601	44.270	0,920	

\*\*\*\* mehr als US-\$ 12 476

\*\*\* US-\$ 4 036 - 12 475

\*\* US-\$ 1 026 - 4 035

\* weniger als US-\$ 1 025

Tab. 1: Entwicklungsstand der ASEAN-Staaten nach BNE/Person, Kaufkraft und HDI<sup>111</sup>  
(eigene Darstellung)

<sup>111</sup> Weltbank: BNI, HDI



Wie aus Tab. 1 (S. 45) und den Abb. 7 und 8 (S. 46 und 47) ersichtlich wird, rangieren Singapur und Brunei hinsichtlich ihres Entwicklungsstandes an erster Stelle, gefolgt von den Schwellenländern Malaysia, Thailand, Indonesien, Philippinen und Vietnam und schließlich Laos, Kambodscha und Myanmar, die noch den Rang von Entwicklungsländern einnehmen. In vielen Quellen werden die Staaten in die Kategorien Industrieland - Schwellenland - Entwicklungsland eingeteilt. Hierfür gibt es allerdings weder bei der Weltbank noch dem IWF eine verbindliche Liste der Merkmale.

Besser erscheint die Einteilung der Weltbank in *low-income* (BNE/Person in US-\$ 1.025 oder weniger), sprich ein Entwicklungsland, *lower-middle-income* (US-\$ 1.026 bis 4.035), *upper-middle-income* (US-\$ 4.036 bis 12.475); hier trifft der Begriff Schwellenland zu und *high-income* (US-\$ 12.476 oder mehr); ein Industrieland<sup>112</sup> (vgl. Tab. 1, S. 45). Ebenso sind die Staaten auch entsprechend ihres HDI einzustufen. Die Weltbank führt hierzu Singapur und Brunei als „*very high human developed*“, Malaysia als „*high human developed*“, Thailand, Indonesien, Philippinen, Vietnam, Laos und Kambodscha als „*medium human developed*“ und schließlich Myanmar als „*low human developed*“ an.<sup>113</sup> Somit ergeben sich in den Abb. 7 und 8 folgende angeführte Rangfolgen:

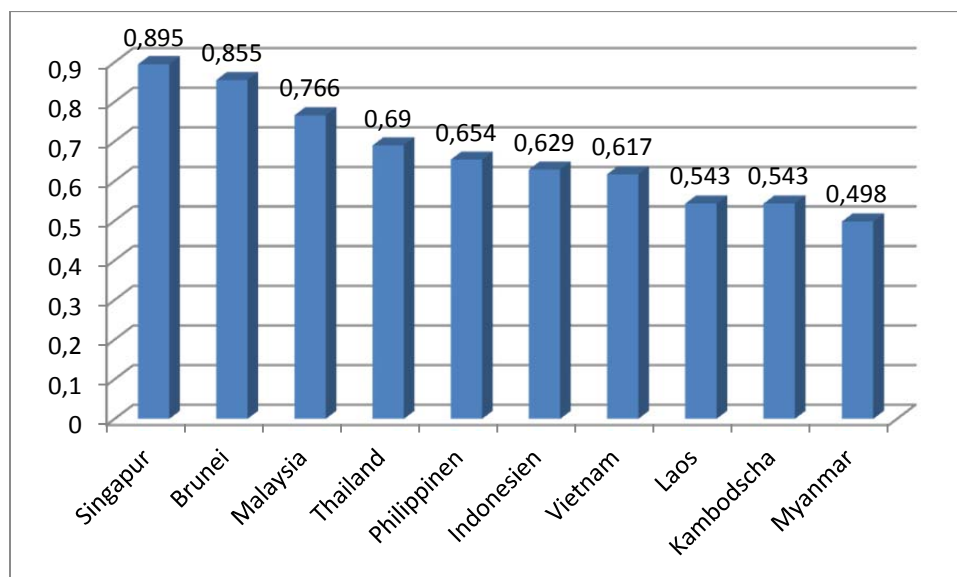
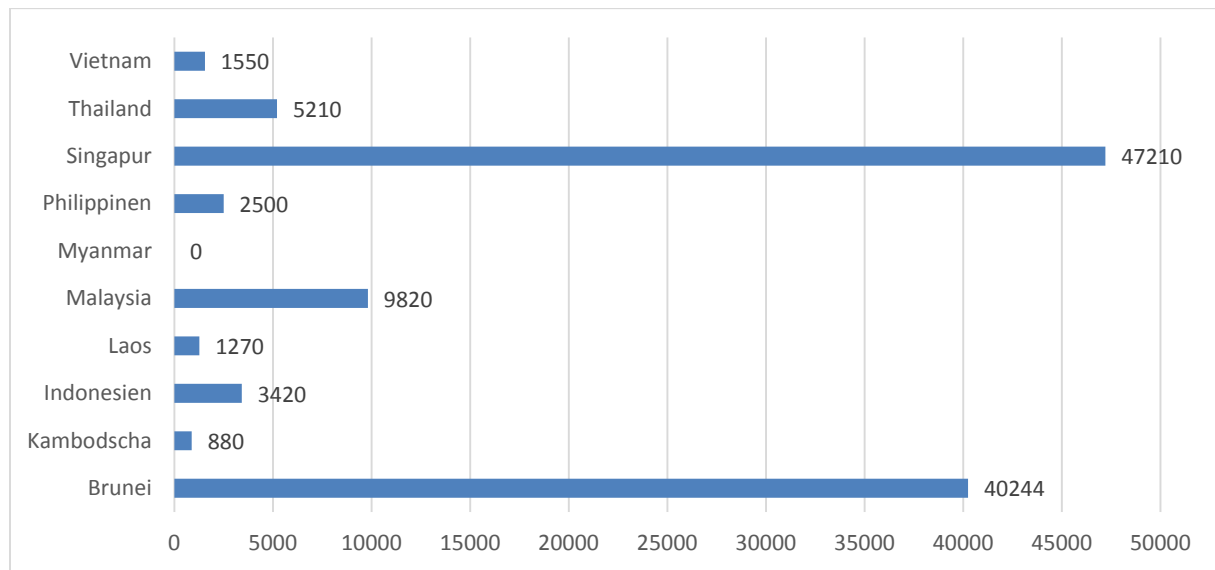


Abb. 7: HDI 2012 der ASEAN-Staaten (eigene Darstellung)

<sup>112</sup> Vgl. World Bank: Weltentwicklungsbericht

<sup>113</sup> Vgl. Weltbank: BNI, HDI



**Abb. 8: BNE/Person der ASEAN-Staaten in US-\$<sup>114</sup> (eigene Darstellung)**

Hinsichtlich des HDI und des BNE/Person stimmen diese Rangfolgen bis auf Indonesien und die Philippinen überein. Während die Philippinen einen höheren HDI als Indonesien aufweisen, liegt Indonesien beim BNE/Person gegenüber den Philippinen vorne.

Nach Aussage einer Quelle aus dem thailändischen Finanzministerium lag das Pro-Kopf-Einkommen in Thailand im Jahr 2012 zwischen US-\$ 4.000 und 5.000, während es in Malaysia bei US-\$ 9.700 und in Singapur US-\$ 46.910 betrug.<sup>115</sup>

## 7.2. Tourismusstrukturen in den ASEAN-Staaten

Stewig führte bereits 1991 an, dass als Gradmesser für die Entwicklungsstufe eines Landes der Anteil am Binnentourismus herangezogen werden kann.<sup>116</sup> Ausgangspunkt hierfür ist das Modell von Rostow,<sup>117</sup> der den fünf Stufen des Industrialisierungsprozesses unterschiedliche Arten und Beispielländer auch für den Binnentourismus zuordnet. Als erstaunlich erweist sich trotz der Abstraktion, die jedem Modell innewohnt, dass es mit der o.a. Rangfolge in etwa übereinstimmt, obwohl es z.B. landestypische Besonderheiten nicht berücksichtigt. So siedeln die Autoren auf der

<sup>114</sup> Weltbank: BNI, HDI

<sup>115</sup> Vgl. Chantanusornsiri und Ruangdit 2013, S. 1

<sup>116</sup> Vgl. Stewig 1991, S. 13

<sup>117</sup> Vgl. Rostow 1960 bei Vorlaufer 1996, S. 49

Stufe der *traditional society* oder eines Entwicklungslandes jene Länder an, deren Erholungsaktivitäten sich im Familienverband, also in Form von Verwandten- und Freundesbesuchen abspielen. Lediglich eine zahlenmäßig kleine Elite nimmt daran teil.<sup>118</sup> Als Beispiele werden hier Myanmar und Kambodscha genannt.<sup>119</sup> Auch 2012 entsprach diese Zuordnung dieser beiden Staaten noch den Gegebenheiten (vgl. Tab. 1, S. 45). Für Kambodscha konnte diesbezüglich in einem Gespräch mit dem Leiter des Fremdenverkehrsamtes in Siem Reap festgestellt werden, dass zum Besuch dieser Stadt nur die Oberschicht mit dem Auto anreist und sich auch für die Kultur von Angkor Wat interessiert. Angehörige der Unter- und Mittelschicht besuchen Verwandte oder kommen, um in den Tempeln von Angkor Wat besonders an Feiertagen zu opfern. Dann ist für sie auch der Eintritt frei.<sup>120</sup>

Nur die Oberschicht und die obere Mittelschicht der Staaten auf der Stufe der *precondition for take-off* oder Vorstufe zum Schwellenland können sich aus finanziellen Gründen einige Tage in Touristenhotels leisten. Als Beispiele hierfür werden die Bewohner Malaysias, Thailands, Indonesiens und der Philippinen genannt.<sup>121</sup> Malaysia und Thailand haben dieses Stadium jedoch im Jahr 2012 schon überschritten, wie aus Tab. 1 (s. S. 45) hervorgeht, wo sie von der Weltbank als Staaten mit ‚*upper middle income*‘ bezeichnet werden; dagegen wären 2012 die Länder Vietnam und Laos bereits hier anzuführen.

Angehörige der Mittel- und Oberschicht in den *take-off*-Ländern, die über entsprechende finanzielle Mittel, Mobilität und hinreichend Freizeit verfügen, reisen mit Pkw oder Bus an. Für die ASEAN-Staaten wird von Stewig hierzu Singapur angeführt,<sup>122</sup> obwohl dies ein Stadtstaat ist, in dem der Binnentourismus eigentlich vernachlässigbar erscheint. 2012 wären hier auch Malaysia und Thailand zu nennen, wobei Singapur bereits als Industrieland mit Massentourismus einzustufen ist.

Der Übergang zum Massentourismus ist bei den Ländern auf der Stufe des *drive to maturity* anzusiedeln.<sup>123</sup>

---

<sup>118</sup> Vgl. Stewig 1991, S. 8

<sup>119</sup> Vgl. ebenda, S. 12

<sup>120</sup> Vgl. Khun Poom 12.01.2013

<sup>121</sup> Vgl. Stewig 1991, S. 9 und 12

<sup>122</sup> Vgl. ebenda, S. 9 und 12

<sup>123</sup> Vgl. ebenda, S. 10

Vergleicht man nun die Einstufung der auf S. 46 angeführten Länder mit Tab. 2, in der die Binnentouristen prozentual zur Einwohnerzahl aufgelistet werden, so kann man annähernd feststellen, dass in Anlehnung an die Aussage von Stewig der Prozentsatz der am Binnentourismus beteiligten Einwohner einen Gradmesser für den Entwicklungsstand eines Landes darstellt.<sup>124</sup>

<b>Inlands- touristen</b>  <b>in Mio.</b> (ein oder mehrere Tage)	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>Bevölke- rung</b>  <b>in Mio.</b> <b>2010</b>	<b>Binnen- touristen</b>  <b>in % der</b> <b>Bevölkerung</b> <b>2010</b>
<b>Brunei</b>	o.A.	o.A.	o.A.	o.A.	o.A.		
<b>Indonesien</b>	222.389	225.041	229.733	234.377	236.751	238,20	98,39
<b>Kambodscha</b>	5.828	6.729	7.022	7.563	o.A.	14,70	51,44
<b>Laos</b>	o.A.	o.A.	o.A.	o.A.	o.A.		
<b>Malaysia</b>	o.A.	63.283	90.505	137.853	162.835	28,28	487,45
<b>Myanmar</b>	o.A.	o.A.	o.A.	o.A.	o.A.		
<b>Philippinen</b>	o.A.	o.A.	o.A.	111.640	117.900	95,70	116,33
<b>Singapur</b>	o.A.	o.A.	o.A.	o.A.	o.A.		
<b>Thailand</b>	83.234	98.996	86.395	101.329	109.360	69,50	145,79
<b>Vietnam</b>	o.A.	o.A.	o.A.	o.A.	o.A.		
<b>Deutschland</b> (nur mehr- tägige)				113.100		81,80	138,26

Tab. 2: Anzahl der Binnentouristen in den ASEAN-Staaten und %-Anteil an der Einwohnerzahl 2010<sup>125</sup> mit Deutschland im Vergleich<sup>126</sup> (eigene Darstellung)

Zwar sind für einzelne Länder keine Zahlen erhältlich, doch rangiert Malaysia auf Rang 1, gefolgt von Thailand sowie den Philippinen und Indonesien, während für Kambodscha der Binnentourismus noch eine weniger große Rolle spielt.

Zieht man nun Abb. 7 und Abb. 8 (S. 46 und S. 47: Entwicklungsstand nach HDI und BNE/Person) mit in Betracht, so entspricht die Rangfolge wiederum dem Grad des Binnentourismus. Erstaunlich ist allerdings, warum Indonesien trotz seiner Werbekampagne *pariwista nusantara* (= Tourismus in der Inselwelt), durch den der Binnentourismus von 1981 bis 2011 einen dreifachen Anstieg gegenüber den Jahren

<sup>124</sup> Vgl. Stewig 1991, S. 11

<sup>125</sup> UNWTO: Compendium

<sup>126</sup> Statistisches Bundesamt Deutschland 2013

zuvor erfuhr, hinsichtlich des prozentualen Anteils der Binnentouristen an der Bevölkerungszahl<sup>127</sup> hinter den Philippinen rangiert, obwohl die philippinische Regierung den Binnentourismus in diesem Zeitraum nicht förderte. Ebenso widerspricht dieser Rangordnung auch der höhere HDI. Ein Vergleich mit Deutschland ist nur sehr bedingt zulässig, da die Zahlen für den Binnentourismus in den ASEAN-Staaten sowohl die *excursionists* als auch die *tourists* umfassen, für Deutschland jedoch nur die Binnentouristen, die eine oder mehr Nächte außerhalb ihres Wohnsitzes verbringen (also *tourists*), aufgeführt werden. Lediglich für Malaysia wird in der Statistik differenziert. Hier werden für das Jahr 2010 an Binnentouristen 43.818 Mio. genannt. Dies würde dann einem prozentualen Anteil an der Einwohnerzahl von 154,94 % entsprechen, also immer noch höher als für Deutschland. Dies mag daran liegen, dass, obwohl Malaysia auf einer recht hohen Entwicklungsstufe steht, die Bewohner bevorzugt im eigenen Land ihren Urlaub verbringen, bevor sie die höheren Kosten für einen Auslandsaufenthalt aufbringen. Dies ändert sich jedoch in zunehmendem Maße, da in den letzten drei Jahrzehnten in den ASEAN-Staaten ein ständiges wirtschaftliches Wachstum, mit damit einhergehender Globalisierung zu verzeichnen ist und sich so eine wohlhabende Mittelschicht etabliert. Diese verfügt über genügend Mittel, um auch ins Ausland zu reisen. Deshalb haben die zuständigen Institutionen in Indonesien, Malaysia, Thailand und den Philippinen gut durchdachte Werbemaßnahmen und Vermarktungsstrategien entwickelt, um diesen Teil der Bevölkerung im eigenen Land zu halten. Regelmäßig werden in den gängigen Zeitschriften bestimmte Regionen vorgestellt und es wird für deren landschaftliche Schönheit geworben bzw. werden die kulturellen, aber auch kulinarischen Besonderheiten präsentiert. Darüber hinaus bieten inländische Fluggesellschaften günstige Tarife für Inlandsflüge an.

Allerdings sind die Angaben über die Anzahl Binnentouristen in einzelnen ASEAN-Staaten (vgl. Tab. 2, S. 49) sehr lückenhaft, weil, wie bereits auf S. 20 dargestellt, die UNWTO erst 2011 die Initiative ergriff, in den asiatischen und pazifischen Ländern neben dem Auslandstourismus auch Daten zum Binnentourismus zu erheben. Jedoch beteiligen sich bislang nur einzelne Staaten daran. Wie auch aus Tab. 2 (S. 49) hervorgeht, nimmt in jedem der angeführten Staaten der Anteil des Binnentourismus, wohl aufgrund des stetig steigenden BNE/Person, zu, wobei Malaysia zwischen 2009

---

<sup>127</sup> Vgl. UNWTO Commission 2012, S. 8

und 2011 einen Zuwachs von 257 % verzeichnete. Man muss weiterhin berücksichtigen, dass das verfügbare Einkommen zwar steigt, jedoch für einen Auslandsaufenthalt noch nicht ausreichend ist, ebenso wie ein Auslandsaufenthalt evtl. auch mehr als drei Tage Dauer in Anspruch nimmt, also nicht an einem Wochenende stattfinden kann. Somit ist in allen angeführten Ländern die Zahl an Binnentouristen teils wesentlich höher als die der Gäste aus dem Ausland, insbesondere, wenn man Indonesien und die Philippinen mit ihrem Verhältnis von jeweils 30:1 betrachtet, wobei hier jedoch auch die *excursionists* mit einbezogen sind. Für Thailand ergibt sich ein Verhältnis von 5 : 1 (vgl. Tab. 3). Dies widerspricht der Aussage von Asamberri, dass in Thailand der Auslandstourismus überwiegt, wenn er schreibt, dass „*domestic tourism beats international tourism by far, with the single exception of Thailand*“,<sup>128</sup> ohne dies jedoch zu belegen.

	Internationale Touristen	Binnentouristen
	2012	2013
<b>Brunei</b>	209.108	o.A.
<b>Kambodscha</b>	3.330.035	7.563.000*
<b>Laos</b>	3.584.307	o.A.
<b>Indonesien</b>	8.044.462	245.290.000
<b>Malaysia</b>	25.032.722	55.364.000
<b>Myanmar</b>	503.381	o.A.
<b>Philippinen</b>	4.272.811	117.900.000**
<b>Singapur</b>	14.496.091	o.A.
<b>Thailand</b>	22.353.903	109.360.000**
<b>Vietnam</b>	6.847.680	o.A.

\*2010

\*\*2011

Tab. 3: Internationale und Binnentouristen 2012 in den ASEAN-Staaten<sup>129</sup> (eigene Darstellung)

Betrachtet man den Zweck des Besuchs, so stellt die UNWTO, allerdings für die Gesamtheit der asiatischen und pazifischen Länder fest, dass 43 % aller Besucher aus Gründen der Erholung oder zum Zweck des Einkaufs verreisten, 31 % für Freundes- oder Verwandtenbesuche, 10 % aus beruflichen und 16 % aus religiösen oder anderen Gründen.<sup>130</sup> Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass in diese Statistik sehr hoch entwickelte Staaten wie Australien, Neuseeland, Japan, China und die arabischen Staaten miteinbezogen werden, die ebenso wie die Bewohner westlicher

<sup>128</sup> Asamberri, S. 2

<sup>129</sup> UNWTO World Tourism Organization 2012

<sup>130</sup> Vgl. UNWTO Commission 2012, S. 3

Industriestaaten, z.B. der USA und Deutschland, wie statistisch nachgewiesen, vorrangig zum Zweck der Erholung reisen. Laut einer Studie der *U.S. Travel Association* verreisten 2016 innerhalb der USA drei von vier Personen, um sich zu erholen. Dabei wurden folgende Gründe angeführt: der Besuch bei Verwandten, das Einkaufserlebnis, der Besuch bei Freunden und von guten Restaurants und an fünfter Stelle das Naturerlebnis.<sup>131</sup> Erholung ist demnach nicht zwingend mit Badeurlaub gleichzusetzen. Insbesondere gilt dies für die Bewohner Südostasiens, die einem Badeurlaub gegenüber eher abgeneigt sind, da sie die Sonne scheuen, um ihre Haut nicht noch mehr zu bräunen. Dies erklärt sich damit, dass in diesen Regionen Hellhäutigkeit nicht nur als Schönheitssymbol, sondern auch als Ausweis der Angehörigkeit zu einer höherstehenden sozialen Klasse gehört. (Der Bauer auf dem Feld ist braungebrannt.)

Wie bereits erwähnt, ist durchwegs eine Zunahme von Binnentourismus und damit eine Zunahme von touristischen Aktivitäten allgemein zu verzeichnen (vgl. Tab. 2, S. 49). Die Gründe hierfür entsprechen weitgehend denjenigen, wie sie z. B. Deutschland in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg hinsichtlich des Auslandstourismus erfahren hat.

Einerseits ist hier die **Verbesserung der sozioökonomischen Verhältnisse** anzuführen, vor allem die höheren Löhne und die höhere Verfügbarkeit von freien Tagen (vgl. S. 56) bzw. auch die Bezahlung von Urlaubszeiten. So bleiben z.B. in allen ASEAN-Staaten öffentliche Einrichtungen wie Ämter, Banken und die Büros großer Firmen an den Wochenenden geschlossen, was früher lediglich an einem Tag pro Woche der Fall war. Mindestens seit 2016 haben die meisten ASEAN-Staaten einen Mindestlohn pro Stunde eingeführt: Indonesien (2016: 0,53 US-\$), Laos (2014: 0,84 US-\$), Malaysia (2013: 1,18 US-\$), Philippinen (2012: 0,69 US-\$), Thailand (2013: 1,15 US-\$), Vietnam (2015: 0,59 US-\$).<sup>132</sup> Dieser Lohn mag zwar gering erscheinen, garantiert jedoch den Arbeitern eine stabile Grundlage, mit der sie rechnen können, ohne verhandeln zu müssen.

Andererseits tragen auch die **Verbesserung des Transportwesens**, insbesondere des Zugverkehrs und der Ausbau von Straßen und Autobahnen gerade in diesen

---

<sup>131</sup> Vgl. U.S. Travel Association 2016

<sup>132</sup> Vgl. Wikipedia, List of minimum wages

Ländern zu einer Zunahme des Binnentourismus bei. Nach Aussage des Leiters des Fremdenverkehrsamtes in Siem Reap, Kambodscha, kommen jährlich ca. 30.000 Einheimische nach Siem Reap, eine Verdoppelung, seit 2009 die Straße nach Phnom Penh geteert worden ist.<sup>133</sup> (s. S. 36)

Ghimire führt zusätzlich noch an, dass insbesondere durch die **Medien** ein westlicher Lebensstil und somit eine Konsumorientierung und damit verbunden das Bedürfnis nach Erholungsreisen geschaffen und vermittelt werden. Trotz eines höheren Einkommens nicht nur der Oberschicht, sondern auch der Mittelschicht, bleiben Auslandsreisen aber oftmals unerschwinglich.<sup>134</sup> Kaosa-ard et al. argumentieren darüber hinaus, dass gerade die städtische Mittel- und Oberschicht durch einen Zweitwohnsitz in einer ruhigen, ländlichen Gegend am Binnentourismus verstärkt teilnimmt,<sup>135</sup> obwohl diese Form des Tourismus in keinem der ASEAN-Staaten erfasst wird und somit in der Tourismusstatistik auch nicht auftaucht. Erstaunlich ist vor diesem Hintergrund, dass im ASEAN Tourism Strategic Plan für 2012 bis 2015 der Binnentourismus nicht erwähnt wird und sich lediglich der Auslandstourismus durch einen Maßnahmenkatalog als einer Förderung würdig erweist. Vorrangiges Ziel des Plans ist, dass Touristen mehr als nur einen der ASEAN-Staaten besuchen sollen, um hierdurch Verständnis für die einzelnen Länder zu wecken. Ein weiteres Ziel des Plans ist die Bekämpfung von Kriminalität und Terrorismus, um den Reisenden ein Gefühl von Sicherheit zu vermitteln.<sup>136</sup>

### 7.3. Binnentourismus in ausgewählten ASEAN-Staaten

Will man die Struktur des Binnentourismus in den ASEAN-Staaten genauer untersuchen, so ist man aus Mangel an gesicherten Daten mit einigen Problemen konfrontiert, denn lediglich fünf der zehn ASEAN-Staaten, nämlich Indonesien, Kambodscha, Malaysia, Philippinen und Thailand, reichten bei der UNWTO Daten zum Binnentourismus ein.<sup>137</sup> Somit sind fundierte Aussagen über die Länder Brunei, Laos, Myanmar, Singapur und Vietnam nicht zu tätigen, wobei für Brunei und Singapur eine

---

<sup>133</sup> Vgl. Dop 22.01.2014

<sup>134</sup> Vgl. Ghimire 2001a, S. 6

<sup>135</sup> Vgl. Kaosa-ard et al. 2001, S. 113

<sup>136</sup> Vgl. The ASEAN Secretariat 2011, S. 10-17

<sup>137</sup> Vgl. UNWTO: Compendium



Aussage zum Binnentourismus aufgrund ihrer Größe ohnehin nicht besonders aussagekräftig wäre. Darüber hinaus ist ein Vergleich der Daten schwierig, da, wie bereits in Kapitel 3.1. (s. S. 14 ff.) dargestellt, auf keine eindeutigen Definitionen für die einzelnen Aussagen zurückgegriffen werden kann. Kambodscha übermittelte lediglich die Gesamtzahl der Binnentouristen an die UNWTO, die Philippinen und Thailand die Gesamtzahl und die Länge des Aufenthalts in Tagen. Lediglich Indonesien und Malaysia erheben Daten zur Gesamtzahl, zum Zweck der Reise, zum benutzten Verkehrsmittel, zur Art der Unterkunft und zur Länge des Aufenthalts. Hier jedoch ist die Dauer des Aufenthalts in Nächten nur bei den Philippinen bekannt, während bei den übrigen Ländern auch ein Tagesausflug zählt.<sup>138</sup> Somit wird man sich bei der folgenden Darstellung der Länder auf jene beschränken müssen, für die ausreichend Zahlenmaterial, aber auch Literatur zum Binnentourismus erhältlich ist.

---

<sup>138</sup> Vgl UNWTO: Compendium

### 7.3.1 Binnentourismus in Indonesien



Abb. 9: Physische Karte Indonesien<sup>139</sup>

Indonesien ist mit 17.500 Inseln der größte Inselstaat der Welt und steht mit einer Fläche von fast 2 Mio. km<sup>2</sup> und mit einer Einwohnerzahl von 250 Mio. (2013) weltweit jeweils an vierter Stelle. 57 % der Bevölkerung konzentrieren sich auf die Insel Java, die allerdings nur 6,8 % der Landesfläche umfasst. Hier liegt auch die Hauptstadt Jakarta mit mehr als 9 Mio. Einwohnern. Diese Insel bildet das wirtschaftliche Kerngebiet Indonesiens.<sup>140</sup>

Indonesien wurde in den letzten zwei Jahrzehnten von einer Reihe von Katastrophen, wie z.B. dem Tsunami Ende 2004, dem Erdbeben in Yogyakarta im Mai 2006, dem Ausbruch des Merapi im November 2010 oder den Überschwemmungen in Jakarta 2013, sowie von mehreren politischen Unruhen und Bombenanschlägen, wie z.B. 2002 auf Bali, heimgesucht. Dadurch war ein Rückgang der internationalen

<sup>139</sup> Physische Karte Indonesien

<sup>140</sup> Vgl. Länder Lexikon Indonesien

Touristenankünfte zu verzeichnen. Deshalb investierte die Regierung vor allem in Verbindung mit dem *nusantara*-Programm, das so viel bedeutet wie ‚Tourismus in der Inselwelt‘ oder ‚entdecke dein eigenes Land‘ erfolgreich in den Binnentourismus und konnte hierdurch einen dreifachen Anstieg gegenüber den Jahren zuvor verzeichnen. Ziel dieser Kampagne ist es auch, das nationale Motto des Staates, nämlich *unity in diversity*, zu realisieren, das Verständnis für die verschiedenen Kulturen und Ethnien des weit ausgedehnten Inselstaates fordert.<sup>141</sup>

Wie Gunawan und Adriani ausführen, wurde eine spezielle Abteilung innerhalb des Ministeriums für Tourismus geschaffen, um den Binnentourismus zu fördern.<sup>142</sup> Diese befasst sich u.a. mit der Erhaltung und Verbesserung der touristischen Ressourcen, wie Nationalparks, dem kulturellen und natürlichen Erbe, den Unterkunfts- und Versorgungsmöglichkeiten und dem Transportwesen. Auf diesem Sektor wurden z.B. Billiganbieter im Flugverkehr (Indonesien hat 208 nationale Flughäfen) eingeführt, und praktisch alle Fluglinien sind mittlerweile über das Internet buchbar.

Darüber hinaus erkennt die Regierung 14 Tage jährlich als Feiertage und somit als arbeitsfreie Tage an (in Deutschland sind dies acht). Diese resultieren vor allem aus den fünf anerkannten Religionen (Islam, Christentum, Buddhismus, Konfuzianismus, Hinduismus) und deren religiösen Feiertagen bzw. den unterschiedlichen Neujahrsfesten. Wenn ein Feiertag auf einen Samstag oder Sonntag fällt, so ist auch der Tag vorher oder danach ein arbeitsfreier Tag.

Auch die Einführung der 5-Tage-Woche für Regierungsangestellte in den späten 1990er Jahren trug zu steigenden Zahlen im Binnentourismus bei.<sup>143</sup>

Gezielte Werbung ist eine weitere Maßnahme der Tourismusabteilung. So werden seit dem Jahr 2003 jährlich Ausstellungen unter dem Motto *Gebyar Wisata*, was so viel heißt wie ‚strahlender Tourismus des Inselreichs‘, veranstaltet, die für den Binnentourismus in Indonesien werben und der Bevölkerung verschiedene Regionen näher zu bringen versuchen.<sup>144</sup> Auch werden Fernsehsendungen ausgestrahlt, die sich mit dem Natur- und Kulturerbe einzelner Regionen befassen. Darüber hinaus gibt es spezielle Angebote für besondere Segmente des Tourismus, z.B. für Freunde von

---

<sup>141</sup> Vgl. UNWTO 2013a, S. 156

<sup>142</sup> Vgl. Gunawan, Myra P. and Adriani, Yani 2013, S. 155 ff.

<sup>143</sup> Vgl. ebenda, S. 155 ff.

<sup>144</sup> Vgl. Winter et al. 2009, S. 173

Oldtimern oder des Motorradsports, aber auch für junge Menschen, da 50 % der Bevölkerung Indonesiens jünger als 25 Jahre ist und deren Ausgabenvolumen beschränkt ist.<sup>145</sup> Auch das gestiegene Einkommen und ein höherer Lebensstandard, die sich in einer wohlhabenden Mittelschicht manifestieren, deren Bedürfnisse sich denen der ausländischen Touristen angleichen, tragen zu einem Anstieg des Binnentourismus bei.

An die UNWTO liefert Indonesien jährlich die Daten über die Anzahl der Binnentouristen, den Zweck der Reise, das benutzte Verkehrsmittel, die Anzahl der Hotelübernachtungen und die durchschnittliche Dauer der Reise. Die Anzahl der Touristen hat im Zeitraum von 2007 bis 2011 um 6,45 % von 222.389 Mio. auf 236.751 Mio. zugenommen und betrug im Jahr 2012 bereits 245.290 Mio. (vgl. Tab. 3, S. 51). Im Jahr 2011 verreisten davon 83,64 % zur Erholung, 8,90 % aus anderen Gründen und 7,38 % berufsbedingt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug 1,97 Nächte.<sup>146</sup> Die insgesamt recht hohe Anzahl der Erholungsreisenden entspricht den Gegebenheiten in den wohlhabenderen Staaten Südostasiens. Auch die relativ kurze Dauer des Aufenthalts spiegelt das allgemeine Reiseverhalten in Asien wider.

Die Hauptreisezeit bildet in Indonesien neben den Schulferien die Woche vor und nach dem *Idul Fitri*, dem Fest des Fastenbrechens. In dieser Zeit begeben sich große Teile der Bevölkerung von Java aus zu den weiter entfernten Inseln und von den größeren Städten in die kleineren und in die Dörfer, um ihre Verwandten zu besuchen.<sup>147</sup> Dies spiegelt sich auch in den zehn beliebtesten Reisezielen der Indonesier wider, denn lediglich drei davon, nämlich Labuan Bajo auf der Insel Flores, Belitung, eine kleine Insel östlich von Sumatra und die Insel Bali dienen vorrangig dem Erholungs-, sprich Badetourismus. Die anderen sieben, auf der offiziellen touristischen Website Indonesiens angeführten Ziele betreffen Städte, die keinerlei touristische Attraktionen aufweisen. Dies sind der Reihenfolge nach Pontianak auf West Kalimantan (Rang 3), Malang und Batu im Osten Javas (Rang 4 und 5), Pangkalpinang auf der Insel Bangka (Rang 6), Mataram auf Lombok (Rang 7), Tarakan im Norden von Kalimantan (Rang 9) und Badar Lampung auf Sumatra (Rang 10).<sup>148</sup>

---

<sup>145</sup> Vgl. Gunawan, Myra P. and Adriani, Yani 2013, S. 153 ff.

<sup>146</sup> Vgl. UNWTO: Compendium

<sup>147</sup> Vgl. Gunawan, Myra P. and Adriani, Yani 2013, S. 161

<sup>148</sup> Vgl. Indonesia's Official Tourism Website 2014

Diese teils recht peripheren Regionen werden demnach wohl insbesondere von Bewohnern der Insel Java aufgesucht, um zumindest an *Idul Fitri* dorthin zurückzukehren, woher sie oder ihre Vorfahren ursprünglich stammen.

### 7.3.2 Binnentourismus in Malaysia



Abb. 10: Reliefarte Malaysia<sup>149</sup>

Der Staat Malaysia besteht aus zwei, durch das Südchinesische Meer voneinander getrennten Landesteilen: Westmalaysia auf der Malakka Halbinsel und Ostmalaysia mit den Provinzen Sarawak und Sabah auf der Insel Borneo sind über 650 km voneinander entfernt. Mit einer Gesamtfläche von 329.758 km<sup>2</sup> ist Malaysia somit etwas kleiner als Deutschland. Im Jahr 2013 lebten in Malaysia 29,72 Mio. Einwohner. Die Hauptstadt Kuala Lumpur stellt zugleich die größte Stadt sowie das wirtschaftliche und kulturelle Zentrum des Landes dar.

Insbesondere in den letzten zwei Jahrzehnten verzeichnete Malaysia einen gewaltigen Aufschwung im Bereich des Tourismus und ist nun in dieser Hinsicht in Südostasien führend. Dieser Erfolg erklärt sich sowohl mit dem gestiegenen Lebensstandard als auch mit der Förderung des Tourismus durch das *Malaysian Tourism Ministry*, das im

<sup>149</sup> Reliefkarte Malaysia

März 2004 das frühere *Ministry of Culture, Arts, and Tourism* ablöste. So wurden u.a. im Februar 2000 der erste und dritte Samstag jeden Monats für den öffentlichen Dienst als arbeitsfreier Tag eingeführt,<sup>150</sup> seit der Finanzkrise vor der Jahrtausendwende die Ausfuhr malaysischer Ringgits beschränkt<sup>151</sup> und Billigfluglinien für Inlandsflüge gefördert.

Noch Anfang der 1960er und 1970er Jahre reiste die Mehrzahl der Malaien nach Singapur. Weitere Auslandsreisen betrafen den *Hadsch* nach Mekka. Wie Badaruddin anführt, gingen die Pilger in Port Kland und Penang Port an Bord eines Schiffes und wurden dort von zahlreichen Verwandten und Freunden für die dreimonatige Reise verabschiedet. Dazu kamen sie per Autobus und übernachteten in Billighotels, bei Freunden oder auch in Moscheen.<sup>152</sup> Bis heute reisen Malaien in erster Linie, um Verwandte oder Freunde zu besuchen. Laut einer Untersuchung der UNWTO lagen die beliebtesten Reiseziele der Malaien 2010 im Nordwesten Borneos, in den Provinzen Sarawak und Sabah.<sup>153</sup> In Sarawak findet man noch ursprünglich belassene Regenwälder mit ihrer exotischen Flora und Fauna, die von indigenen Volksgruppen, wie den Iban, bewohnt werden. Sabah besitzt eine große Auswahl an Palmenstränden. Aber auch die Hauptstadt Kuala Lumpur mit den Petronas Towers, der großen Moschee (Masjid Negara), dem Nationalmuseum und dem Vogelpark sind beliebte Reiseziele. Außerdem führt die UNWTO die historischen Städte Melaka und Penang, die Hochlandresorts von Cameron und die Küstenresorts von Pangkor, Redang und Langkawi an.<sup>154</sup>

An die UNWTO liefert Malaysia jährlich die Zahl der Binnentouristen, den Zweck ihrer Reise, das benutzte Verkehrsmittel, die Anzahl der Hotelübernachtungen und die durchschnittliche Reisedauer in Tagen. Die Anzahl der Touristen hat von 2008 bis 2011 um 75,40 % von 29.380 Mio. auf 51.534 Mio. zugenommen und 2012 verreisten im Inland 55.364 Mio. (vgl. Tab. 3, S. 51). Dies bedeutet einen wesentlich höheren Anstieg als in Indonesien (6,45 % von 2007 bis 2011) und ist wohl auf das erheblich höhere BNE pro Kopf zurückzuführen. Während das BNE in Indonesien 2010 US-\$ 2.864 und 2013 US-\$ 3.475 betrug, konnte Malaysia 2010 ein BNE pro Kopf von

---

<sup>150</sup> Vgl. Badaruddin und Yusnita, S. 562

<sup>151</sup> Vgl. ebenda, S. 560

<sup>152</sup> Vgl. Badaruddin 2005, S. 59

<sup>153</sup> Vgl. UNWTO 2013a, S. 337 ff.

<sup>154</sup> Vgl. ebenda, S. 337 ff.

US-\$ 8.465 und 2013 von US-\$ 10538 verzeichnen.<sup>155</sup> Im Jahr 2011 verreisten lediglich 14,0 % zur Erholung, 80,62 % aus anderen Gründen und 2,38 % berufsbedingt. Durchschnittlich blieben die malaiischen Binnentouristen 2,45 Tage.<sup>156</sup> Erstaunlich ist, dass Malaien, obwohl sie innerhalb der ASEAN-Staaten hinsichtlich des Binnentourismus führend sind (vgl. Tab. 2, S. 49) und nach Singapur und Brunei über das höchste BNE pro Kopf verfügen, nicht vorrangig zum Zweck der Erholung verreisen, sondern, wie auch Badaruddin schreibt, „*mainly travel to visit friends and relatives*“.<sup>157</sup>

Die Hauptreisezeit für Malaysia bilden die Schulferien, nämlich eine Woche im März, zwei Wochen im Juni, eine Woche im August und die Monate November und Dezember. Darüber hinaus werden religiöse Feiertage genutzt: Hari Raya, das muslimische Fest des Fastenbrechens, das chinesische Neujahrsfest und die hinduistischen Feste Thaipusam und Deepavali, eine Kombination, die für die multikulturelle Gesellschaft Malaysias charakteristisch ist.<sup>158</sup>

---

<sup>155</sup> Vgl. knoema

<sup>156</sup> Vgl. UNWTO: Compendium

<sup>157</sup> Badaruddin 2005, S. 60

<sup>158</sup> Vgl. Badaruddin und Yusnita, S. 562



### 7.3.3 Binnentourismus auf den Philippinen



Abb. 11: Physische Karte Philippinen<sup>159</sup>

Die Philippinen sind mit 342.903 km<sup>2</sup> der fünftgrößte Inselstaat der Erde. Die 7.107 Inseln, von denen etwa 880 von den insgesamt 81,5 Mio. Einwohnern bewohnt sind, erstrecken sich über 1.850 km von Nord nach Süd und über 1.127 km von Ost nach West. Der Staat wird in drei Hauptinselgruppen eingeteilt: Luzón mit der gleichnamigen größten Insel im Norden, die Visayas zwischen Luzón und Mindanao mit den Inseln Negros, Palawan, Leyte, Cebu, Masbate, Samar und Bohol, sowie als dritte Inselgruppe Mindanao mit u.a. den Inseln Mindanao, der zweitgrößten Insel der Philippinen, Basilan und dem Sulu-Archipel.<sup>160</sup>

Der gesamte philippinische Archipel ist mit 20 aktiven Vulkanen stark durch Erdbeben gefährdet. So gehören der Vulkan Mayon bei Legazpi City und der 50 km südlich von Manila gelegene Vulkansee Taal zu den bekanntesten Sehenswürdigkeiten des Landes. Beliebte Reiseziele sind darüber hinaus die Städte Manila mit ihren Barockkirchen und Cebu City sowie die historische Altstadt von Vigan City, die

<sup>159</sup> Physische Karte Philippinen

<sup>160</sup> Vgl. Wikipedia: Philippinen

aufgrund ihrer kaum veränderten Architektur aus der spanischen Kolonialzeit zum UNESCO-Welterbe erklärt wurde.<sup>161</sup>

An die UNWTO liefern die Philippinen seit dem Jahr 2010 Zahlen über Binnentouristen und die durchschnittliche Reisedauer in Tagen. Die Anzahl der Touristen hat von 2010 bis 2011 von 111.640 Mio. auf 117.900 Mio. zugenommen, folglich innerhalb eines Jahres um 5,6 %. Durchschnittlich blieben sie 4,0 bzw. 4,06 Tage.<sup>162</sup> Wie in Haushaltsbefragungen festgestellt wurde, verreisten Philippiner 2005 noch vorrangig zum Besuch von Verwandten und Freunden, gaben jedoch 2010 an, dass der Hauptzweck einer Reise der Erholung dient.<sup>163</sup>

---

<sup>161</sup> Vgl. Transasien

<sup>162</sup> Vgl. UNWTO: Compendium

<sup>163</sup> Vgl. UNWTO 2013a, S. 34 ff.

### 7.3.4 Binnentourismus in Vietnam



Abb. 12: Reliefkarte Vietnam<sup>164</sup>

Vietnam ist fast so groß wie Deutschland und hat eine Bevölkerung von 89,7 Mio. (2013). Die Nord-Süd-Ausdehnung beträgt mehr als 2.000 km mit über 3.260 km Küstenlinie. Im nördlichen Teil erreicht die Ost-West-Ausdehnung 500 km, im mittleren Teil, der schmalsten Stelle, dagegen nur 50 km.

Vietnam lässt sich in drei Großlandschaften untergliedern: Tonkin (Bac Bo) im Norden, Annam (Trung Bo) in der Mitte und Kotschinchina (Nam Bo) im Süden. Darüber hinaus gehören zum Staat Vietnam mehrere tausend Inseln.

Tonkin besteht überwiegend aus Bergland, nämlich Ausläufern des chinesischen Yunnan-Gebirges. Dieser Bereich umfasst sowohl die höchste Erhebung des Landes, den Fan Si Pan mit 3142 m, als auch das rund 22.000 km<sup>2</sup> große, dicht besiedelte Tonkin-Delta, das sich von der Hauptstadt Hanoi bis zum Golf von Tonkin erstreckt und

<sup>164</sup> Reliefkarte Vietnam

vom Roten Fluss (Song Hong) und dessen Nebenarm, dem Schwarzen Fluss (Song Da), gebildet wird. Besondere Sehenswürdigkeiten sind in diesem Teil neben der Stadt Hanoi die Kalksteinfelsen von Ninh Binh sowie die Halong-Bucht.

Das dünnbesiedelte Bergland von Annam erreicht Höhen von ca. 2500 m und fällt in Richtung Westen zu einem schmalen Küstenstreifen entlang des Südchinesischen Meeres steil ab.

Im Süden des Landes befindet sich das fruchtbare und dichtbesiedelte Mekong-Delta mit einer Fläche von ca. 70.000 km<sup>2</sup>, das vom Mekong und einer Vielzahl anderer Flüsse gespeist wird. Hier liegt auch die Millionenstadt Ho-Chi-Minh-Stadt (früher Saigon).<sup>165 166</sup>

Mit dem Ende der Kolonialzeit (1954) kam dem Binnentourismus in Form von Gruppenreisen erstmals einige Bedeutung zu. Diese staatlich kontrollierten Reisen wurden zunächst durch den vietnamesischen Allgemeinen Gewerkschaftsbund organisiert. Gewerkschaftsmitglieder und ihre Familien erhielten Gutscheine für Sommeraufenthalte an der Küste oder in den Bergen.<sup>167</sup> Allerdings wurden diese touristischen Aktivitäten durch den Vietnamkrieg (1955 bis 1975) stark eingeschränkt und erst seit 1992, als es im Land zur Einführung einer freien Marktwirtschaft kam, gewann auch der Binnentourismus wieder mehr an Bedeutung.<sup>168</sup> Seit 1999 beträgt die wöchentliche Arbeitszeit nur noch 40 anstatt 48 Stunden, was es somit der aufstrebenden vietnamesischen Mittelschicht und einer wachsenden Oberschicht ermöglicht, auch die Wochenenden für Kurzreisen zu verwenden.

Heute werden touristische Angelegenheiten durch die VNAT (*Vietnam National Administration Tourism*), eine Abteilung des Ministeriums für Kultur, Sport und Tourismus, geregelt. Die VNAT ist wiederum unterteilt in mehrere Abteilungen, z.B. für Reisen im Allgemeinen, für Hotels und Werbung, für Entwicklungsforschung und für Fremdenverkehrsinformation. Allerdings bleibt hierbei der Binnentourismus weitgehend unberücksichtigt. Um dessen Vermarktung kümmern sich private Unternehmen, Hotels und Reiseunternehmen,<sup>169</sup> die es insbesondere in Hanoi und Ho-Chi-Minh-Stadt gibt.

---

<sup>165</sup> Vgl. Länder Lexikon: Vietnam

<sup>166</sup> Vgl. Transasien: Vietnam

<sup>167</sup> Vgl. UNWTO 2013a, S. 566

<sup>168</sup> Vgl. ebenda, S. 39

<sup>169</sup> Vgl. ebenda, S. 560

Wie aufgrund eigener Erfahrungen festgestellt werden konnte, arbeiten diese äußerst effizient, so dass man ohne weiteres innerhalb einer Stunde mit deren Hilfe eine mehrwöchige Reise durch das Land, einschließlich Hotels und Transportmöglichkeiten, organisieren kann.

An die UNWTO liefert Vietnam lediglich Daten zum Auslandstourismus, da es für den Binnentourismus kein verlässliches TSA gibt.<sup>170</sup> Jedoch findet man im Internet für die Jahre 2000 bis 2013 eine Statistik über den Binnentourismus, veröffentlicht durch die VNAT. Dort werden u.a. für die Jahre 2011 (30 Mio.), 2012 (32,5 Mio.) und 2013 (35 Mio.) Inlandsreisen angegeben, ohne allerdings anzuführen, ob diese Zahlen nur Übernachtungen oder auch Tagesausflüge betreffen.<sup>171</sup>

In Vietnam fällt die Hauptreisezeit in die Monate Juli bis September und hier insbesondere in die Zeit der Schulferien. Im Vergleich zu anderen ASEAN-Staaten gibt es in Vietnam sehr wenige Feiertage, nämlich insgesamt nur acht. Diese sind der Gedenktag an Hung King, einen vietnamesischen Ahnen, im März, der Tag der Wiedervereinigung (30. April), der Tag der Arbeit (1. Mai), der Nationalfeiertag (2. September) und die vier variablen Feiertage zum Neujahrsbeginn,<sup>172</sup> der sich nach dem Mondkalender richtet und zwischen Ende Januar und Mitte Februar stattfindet. Diese Feiertage bieten den Vietnamesen die Gelegenheit, mehr als nur ein Wochenende lang zu verreisen. Beliebte Ziele hierfür sind am Wochenende vor allem Hanoi und Ho-Chi-Minh-Stadt, um einzukaufen oder sich in einem der Themenparks zu vergnügen. Das Meer und die Strände entlang der 3.260 km langen Küstenlinie ziehen, ebenso wie die 30 Nationalparks die meisten Touristen zu Urlaubszeiten an. Jedoch wird hier der Süden ganzjährig bevorzugt, da im Norden des Landes im Winter die Temperaturen unter 20°C fallen können. Auch der Ökotourismus findet immer mehr Anhänger, ebenso wie der Abenteuerismus, insbesondere unter den Jugendlichen.<sup>173</sup> Besonderes Interesse unter den Einheimischen gilt den Relikten aus dem Vietnamkrieg, wie z.B. Dien Bien Phu, der symbolträchtigen Erinnerungsstätte des vietnamesischen Unabhängigkeitskampfes nahe der laotischen Grenze oder dem B 52-Siegesmuseum in Hanoi, das Wrackteile abgeschossener Bomber der U.S. AirForce zeigt, ebenso wie die Tunnel von CuChi, durch die regelmäßig Schulklassen und der

---

<sup>170</sup> Vgl. UNWTO 2013a, S. 558

<sup>171</sup> Vgl. Vietnam national administration of tourism

<sup>172</sup> Vgl. UNWTO 2013a, S. 564

<sup>173</sup> Vgl. ebenda, S. 569

Veteranenverbund geführt werden. Aber auch das Mausoleum von Ho Chi Minh in der Hauptstadt Hanoi ist von großem Interesse.<sup>174</sup>

---

<sup>174</sup> Vgl. Margara 2016, S. 44

## 8. Binnentourismus in Thailand



Abb. 13: Flagge Thailands<sup>175</sup>

Die heutige Flagge Thailands wurde am 28.09.1917 eingeführt. Sie zeigt fünf Streifen in den Farben Rot, Weiß und Blau. Rot symbolisiert die Blutopfer des Volkes, Weiß die Reinheit und den buddhistischen Glauben. Der blaue Streifen in der Mitte wird mit dem Königshaus und seiner zentralen Bedeutung für die thailändische Gesellschaft in Verbindung gebracht.<sup>176</sup>

### 8.1. Zur Geographie Thailands

Thailand liegt zwischen 6° und 20°30' nördlicher Breite und 97°30' und 105°45' östlicher Länge im mittleren Teil Südostasiens. Im Norden und Westen grenzt Thailand an Myanmar, im Nordosten an Laos, im Osten an Kambodscha und ganz im Süden an Malaysia. Darüber hinaus hat Thailand zwei Küsten mit vorgelagerten Inseln: den Golf von Thailand (Golf von Siam) im Osten und die Andamanensee im Westen. Mit seinen 513.115 km<sup>2</sup> ist das Land etwas größer als Spanien (504.645 km<sup>2</sup>). Thailands maximale Nord-Süd-Ausdehnung erreicht 1.750 km. Die Einwohnerzahl beträgt 64,7 Mio. (Febr. 2015).

---

<sup>175</sup> Flagge Thailands 2016

<sup>176</sup> Vgl. Flaggenlexikon

Naturgeographisch kann man das Land in fünf Regionen unterteilen (vgl. Abb. 14, S. 70):

Der **Norden** besteht aus einer Serie von Gebirgszügen, die parallel zueinander verlaufen und meist mit tropischen Regenwäldern dicht bewaldet sind. Hier befindet sich auch der mit 2565 m höchste Berg Thailands, der Doi Inthanon. Touristisch interessant ist diese Region nicht nur wegen des vergleichsweise kühleren Klimas, das von den Thais insbesondere in den heißen Sommermonaten geschätzt wird, sondern auch wegen der vielen Nationalparks und der kulturellen Sehenswürdigkeiten der ersten drei Thai-Königreiche Sukhothai, Chiang Mai und Chiang Saen, die hier im Norden angesiedelt waren. Auch lohnt sich ein Besuch bei einem der Bergstämme, um Einblick in deren Lebensgewohnheiten zu bekommen. Nicht zuletzt befindet sich im nördlichsten Teil, im Dreiländereck von Myanmar, Thailand und Laos, das ‚Goldene Dreieck‘, das durch seinen Mohnanbau und seine Opiumerzeugung berühmt-berüchtigt wurde und dessen Geschichte, sehr gut aufbereitet, in einem Museum dokumentiert wird.

Das mit einer durchschnittlichen Höhe von 200 Metern im **Nordosten** gelegene Hochplateau wird als Isan bezeichnet. Die sandigen, wenig fruchtbaren Böden und die eher geringen jährlichen Niederschlagsmengen, die jedoch während der Regenzeit von Juni bis Oktober zu Überflutungen führen können, wie insbesondere während der Flutkatastrophe 2011 zu bemerken war, lassen auch landwirtschaftlich wenig Möglichkeiten offen. Trotz verschiedener Strukturmaßnahmen, wie u.a. das in den 1980er Jahren durchgeführte Wiederaufforstungsprogramm, ist dies das am wenigsten entwickelte, jedoch abgesehen von Bangkok auch das bevölkerungsreichste Gebiet des Landes. Touristen besuchen diese Region trotz ihrer ursprünglichen Kultur und den zum Teil tausend Jahre alten hinduistisch-inspirierten Tempelanlagen nur selten, abgesehen vom Khao-Yai-Nationalpark, dem Elefantentreffen in Surin und dem imposanten Mekong.





Abb. 14: Karte der geographischen Regionen Thailands<sup>177</sup>

<sup>177</sup> Karte der geographischen Regionen Thailands

Die **Zentrale Ebene** und der **Südosten** mit den fruchtbarsten Ackerböden in Südostasien bilden das Hauptreisbauggebiet in Thailand. Die vielen Flüsse, wie z.B. der Chao Phraya, der in Bangkok in den Golf von Siam mündet, und ein engmaschiges Kanalnetz bewässern dieses Schwemmland. Die zentrale Ebene stellte das Hauptsiedlungsgebiet des ersten Thaistaates dar, der sich 1238 aus mehreren Fürstentümern zusammenschloss. Die erste Hauptstadt bis 1350 war Sukhothai. Darauf folgten zwei weitere Hauptstädte: Ayutthaya (1350 - 1767), deren Ruinen, ebenso wie die von Sukhothai, Anziehungspunkte für den Inlands- und Auslandstourismus darstellen, und Thonburi (1767 - 1782), bis die noch heute auf dem Thron befindliche Chakri-Dynastie (s. Kap. 10.3, S. 116) den Regierungssitz nach Bangkok verlegte. Seit 1932 ist Thailand eine konstitutionelle Monarchie. Die zentrale Ebene bildet das am dichtesten bevölkerte Gebiet mit der Hauptstadt Bangkok im Zentrum und den Touristenhochburgen Pattaya, Rayong und Koh Chang.

Zentrum der Tourismusindustrie ist allerdings der **Süden**. Sowohl entlang der Andamanenseeküste als auch der Küste am Golf von Siam und auf den zahlreichen Inseln ist die touristische Entwicklung am weitesten fortgeschritten und der Tourismus begründet auch den Wohlstand dieser Region. Darüber hinaus gedeihen in dem feuchtheißen Klima Reis, Gummibäume, Rambutans (ähnlich Litschi), Mangostinen (mit tomatengroßem, fast weißem Fruchtfleisch mit purpurroter Schale), Durians (kokosnussgroße, stinkende, süße Frucht mit graugrünen, holzartigen Stacheln), Orangen und Kokospalmen zwischen zerklüfteten Kalksteinbergen.<sup>178</sup>

## 8.2. Entwicklung des Binnentourismus in Thailand

Die thailändische Sprache hatte ursprünglich kein Wort für ‚Tourismus‘. Der Ausdruck *tiao* umfasst ein wesentlich breiteres semantisches Feld. Seine wörtliche Bedeutung kann als ‚eine gute Zeit weg von zu Hause haben‘ übersetzt werden.<sup>179</sup> Historisch gesehen wurde der thailändische Binnentourismus seit dem Ende des 19. Jahrhunderts, während der Regierungszeit von König Chulalongkorn, zunächst von der königlichen Familie und der Oberschicht getragen und stand in engem

---

<sup>178</sup> Vgl. Khun Somsak 2012

<sup>179</sup> Vgl. Cohen Vortrag 13.12.2014, S. 8

Zusammenhang mit der Entwicklung des thailändischen Nationalstaates.<sup>180</sup> Da Thais jedoch äußerst mobil sind, reiste schon immer auch die Mittel- und Unterschicht, meist zum Zweck von religiösen **Pilgerfahrten**, zu buddhistischen Tempeln oder um ihre Verwandten zu besuchen. Der religiöse Grund, eine Wallfahrt zu unternehmen, um den Segen (*tham bun*) zu erhalten, war immer gepaart mit einem hedonistischen Grund, nämlich der Reise selbst (*pay thiao*). Wallfahrer blieben größtenteils bei Verwandten, Freunden oder in preiswerten Unterkünften über Nacht.<sup>181</sup> Auch heute noch ziehen Festlichkeiten, die an buddhistischen oder chinesischen Tempeln veranstaltet werden, eine große Menge an Gläubigen an.

Die **Besichtigung historischer Monumente**, wie die historische Ruinenstadt Sukhothai, 450 km nördlich von Bangkok, die Hauptstadt der ersten Thai-Nation, die 1238 gegründet wurde, ebenso wie Ayutthaya, die Hauptstadt Siams von 1350 bis 1767, war seit der Regierungszeit Ramas VI. (1919 - 1925) für die Oberschicht von Bedeutung, gelangte jedoch erst am Ende der 1970er Jahre in den Fokus des Interesses auch der Mittelschicht, als die Regierung begann, sich um den Erhalt kultureller Denkmäler zu bemühen und die städtische Bevölkerung ermutigte, diese aufzusuchen.

**Wochenendausflüge an die Küste** waren bei der thailändischen Mittelschicht auch schon vor der Entdeckung Pattayas, einer Stadt am nördlichen Golf von Siam durch die amerikanischen G.I.s in den 1960er Jahren, beliebt.<sup>182</sup>

Jedoch war der Tourismus in Thailand seit den 1960er Jahren vorrangig auf die Bedürfnisse und Präferenzen der ausländischen Touristen ausgerichtet, um Devisen ins Land zu bringen.

Nach 1987, als Thailand einen wirtschaftlichen Aufschwung verzeichnete und somit auch das Einkommen stieg, wandelte sich der Binnentourismus gewaltig. Mit zunehmendem Wohlstand aufgrund einer vollentwickelten Industrie, der Motorisierung und dem Ausbau der Verkehrsinfrastruktur, gepaart mit der gezielten Werbung für einzelne Orte und Aktivitäten, fuhr zumindest auch die obere Mittelschicht übers Wochenende fort, meist um Kunsthandwerk oder Antiquitäten zu kaufen oder in kleinen

---

<sup>180</sup> Vgl. King und Parnwell 2011, S. 396; zit. n. Evrand and Prasit 2009, S. 243

<sup>181</sup> Vgl. Peleggi 1996, S. 436

<sup>182</sup> Vgl. Cohen Vortrag 13.12.2014, S. 10

Resorts einen Kurzurlaub zu verbringen.<sup>183</sup> Hotels und Restaurants stellten sich mehr und mehr auf thailändische Touristen ein.<sup>184</sup>

Heute kann es sich eine städtische Gesellschaft aufgrund des ökonomischen Wachstums leisten, um der Erholung willen zu reisen. Wohlhabende Leute und vermehrt auch die Mittelschicht aus Bangkok verbringen ihr Wochenende in den Unterkünften am Ufer des Flusses Kanchanaburi, bekannt unter dem Namen *River Kwai* aus dem gleichnamigen Film ‚Die Brücke am Kwai‘ oder in einem der Strandresorts in Hua Hin,<sup>185</sup> wo sie sich auch Zweitwohnsitze geschaffen haben, um dem urbanen Umfeld mit all seinen Nachteilen zu entkommen. Sie benutzen touristische Einrichtungen, die ursprünglich für die ausländischen Besucher gedacht waren und interessieren sich auch für **weiter von Bangkok entfernt liegende Regionen**, deren traditionelle Kultur und landschaftliche Attraktionen, wie z.B. in der Provinz Chiang Mai. Wie Chang et al. feststellen, erfährt die Kultur der Stämme des Hochlands im Norden heute eine Renaissance, da diese als eng mit dem Ursprung der thailändischen Nation verbunden betrachtet wird, (vgl. Kap. 10.2, S. 113 ff.) während die Aristokraten, die schon früher diese Region aufsuchten, diese Bergstämme und die Bewohner Chiang Mais noch als unzivilisiert und schmutzig beschrieben.<sup>186</sup> So stellt Renard fest, dass „[...] *To the people of the capital, Chiang Mai was a place of homely women who smoked heavily, chewed betel to excess and ate so much pa ha (fermented fish) that they fouled the air.*“<sup>187</sup>

Diese negative Sicht änderte sich erst allmählich gegen Ende des 19. Jahrhunderts, nicht zuletzt als Ergebnis eines Nationalisierungsprozesses als Reaktion auf die Kolonisation Südostasiens durch Briten und Franzosen, wo durch die Bildung eines Territorialstaates und der damit einhergehenden kulturellen Identität eine Kolonisation Siams vermieden werden sollte.<sup>188</sup> Einen nicht unerheblichen Einfluss auf die kulturelle Anerkennung der nördlichen Provinzen hatte auch die gebildete Prinzessin Dara, eine Tochter des Königs von Chiang Mai, die 1886 eine Konkubine des weltoffenen und auf Modernisierung bedachten Königs Chulalongkorn (Rama V., 1868 - 1910) wurde.

---

<sup>183</sup> Vgl. Cohen 2008, S. 6

<sup>184</sup> Vgl. Kaosa-ard et al. 2001, S. 112-113

<sup>185</sup> Vgl. Peleggi 1996, S. 436

<sup>186</sup> Vgl. Chang et al. 2009, S. 230-252

<sup>187</sup> Renard 1999, S. 87

<sup>188</sup> Vgl. Buergin, S. 3-4

Vor allem diese zwei Gegebenheiten trugen dazu bei, dass das „*image in the eyes of the people of Bangkok changed from one of uncouth people from the kingdom's fringe to one having quaint and picturesque customs as well as beautiful women. What the people of Bangkok saw as a land of potential dangerous renegades came to be viewed as a place of harmless beauty.*“<sup>189</sup> Als dann 1920 die Eisenbahnlinie zwischen Bangkok und Chiang Mai eröffnet worden war, förderte die Eisenbahngesellschaft durch gezielte Werbung sowohl den Inlands-, als auch den Auslandstourismus: „*the scenery was beautiful, many important sites existed, there were a variety of delightful ancient traditions, the population was polite and mild-mannered, all of which made the place appropriate for tourists to visit.*“<sup>190</sup>

### 8.3. Maßnahmen zur Stärkung des Binnentourismus in Thailand

Um jedoch den Menschen das Reisen auch um der Erholung willen schmackhaft zu machen, bedarf es einer gezielten Werbung für einzelne Orte bzw. Aktivitäten. Wie Jafari ausführt, steht die Idee, Regierungen zu verpflichten, Binnentourismus zu fördern, da diese Art des Reisens auch für Menschen in Entwicklungsländern erschwinglich ist, in Einklang mit sozialem Tourismus<sup>191</sup> In Thailand sind drei Institutionen für den Tourismus zuständig: Dies ist zum einen die *Tourism Authority of Thailand (TAT)*. Sie wurde im Jahr 1959 gegründet und ist u.a. dafür verantwortlich, den Touristen Naturschönheiten, archäologische Stätten, Geschichte, Kunst, Kultur, Sport und die technische Entwicklung nahe zu bringen. Außerdem gibt es das *Ministry of Tourism and Sports (MOTS)*, gegründet im Jahr 2002. Es hat u.a. die Aufgabe, touristische Stätten, die Tourismusindustrie und die einheimischen Reiseleiter zu fördern, aber auch statistische Daten zu sammeln und zu analysieren<sup>192</sup>. Bis zum Jahr 2010 wurden touristische Daten durch die TAT erhoben und veröffentlicht. Seither ist das MOTS dafür zuständig. Das *Department of Local Administration* ist für die wirtschaftliche Entwicklung auf lokaler Ebene verantwortlich, soll Investitionen anstreben, Arbeitsplätze schaffen sowie Handel und Tourismus fördern.<sup>193</sup> Betrachtet man die Bemühungen der thailändischen Regierung, so muss festgestellt werden, dass

---

<sup>189</sup> Renard 1999, S. 91

<sup>190</sup> ebenda, S. 95; zit. n. State Railway of Thailand 1964, S. 23

<sup>191</sup> Vgl. Jafari 1986, S. 493

<sup>192</sup> Vgl. Wirudchawong 2011, S. 14-15

<sup>193</sup> Vgl. ebenda, S. 15-16

lediglich in einer der fünf Strategien des *Thailand Tourism Development Plan* der Binnentourismus und seine Förderung erwähnt werden. Wörtlich heißt es hier in etwas schwerfälligem Englisch: *"The first strategy seeks to develop infrastructure and logistics, linking with domestic and international tourism."*<sup>194</sup> Daraus lässt sich schließen, dass, obwohl der Binnentourismus an erster Stelle genannt wird, wiederum der internationale Tourismus eine Vorrangstellung einnimmt und der Binnentourismus sich dessen infrastruktureller Einrichtungen bedient. Allerdings wurde bereits im Jahr 1994 die erste Kampagne *'Thais Tour Thailand'* zur Förderung des Binnentourismus initiiert. Diese Bemühungen waren jedoch passiver Natur und zielten vorrangig darauf ab, Thais davon abzubringen, ins Ausland zu reisen, um damit die Devisen im Land zu halten.<sup>195</sup> Jedoch förderte die TAT in den letzten Jahren den Binnentourismus auch aktiv, indem sie Regionen, die von Ausländern weniger besucht werden, durch gezielte Werbekampagnen bekannter machte.

1997 wurden Thailands Provinzen staatlicherseits in drei touristische Kategorien eingeteilt, um den Ausbau touristischer Einrichtungen zu fördern.

Dies sind

- Provinzen mit hohem touristischen Potenzial
- Provinzen mit mittlerem touristischen Potenzial
- Provinzen mit Potenzial für andere Aktivitäten.

Zu den Provinzen mit hohem touristischen Potenzial gehören neben den fünf bedeutendsten Destinationen, nämlich Bangkok, Pattaya, Phuket, Chiang Mai und Hat Yai,

- Stätten, die Weltkulturerbe sind, wie die historischen Städte Ayutthaya und Sukhothai, ebenso wie der Nationalpark Dong Phrayayen-Khao Yai Forest Complex im Isan
- Seebäder am Golf von Thailand und der Andamanensee
- die Provinzen entlang der Grenzen im Norden, Nordosten, Süden und Westen.<sup>196</sup>  
(vgl. Abb. 14, S. 70)

---

<sup>194</sup> Wirudchawong 2012, S. 22

<sup>195</sup> Vgl. Kaosa-ard et al. 2001, S. 131

<sup>196</sup> Vgl. Fuller 1997, S. 10

Besonderer Wert wird seit den 1990er Jahren auf den nachhaltigen Tourismus gelegt, da das Umweltbewusstsein bei Thailands Mittelschicht verstärkt eine Rolle spielt.<sup>197</sup> Unter nachhaltigem Tourismus versteht man hierbei den Kompromiss zwischen wirtschaftlichen und umweltpolitischen Interessen. Einerseits sollen die Bedürfnisse der Touristen und der Tourismusindustrie befriedigt werden, andererseits soll aber auch die Zukunft des Reiseziels bewahrt bleiben. In Bezug auf den Binnentourismus ist hierbei besonderes Augenmerk auf die Nationalparks zu legen, deren Besucher überwiegend Thais sind, die insbesondere an Wochenenden vor allem die Nationalparks in der Nähe der Großstädte bevölkern und tonnenweise Müll zurücklassen, wie z.B. im Doi Suthep- oder im Doi Inthanon-Nationalpark bei Chiang Mai, wo täglich durchschnittlich drei Tonnen Müll abtransportiert werden müssen. Um dies zukünftig zu unterbinden, wurden von der TAT diverse Maßnahmen vorgeschlagen. So könnten z.B. für Camper Gebühren erhoben und deren Zahl an die Kapazität der Infrastrukturen angepasst werden. Allerdings sind diese bis heute nicht umgesetzt worden.<sup>198</sup>

Eine weitere Maßnahme der TAT, die den nachhaltigen Tourismus stärken soll, ist die Förderung des sog. *Community based (eco)tourism* seit dem Jahr 1997.<sup>199</sup> Dieses Tourismusprojekt auf Gemeindebasis soll in- und ausländischen Besuchern Einblicke in den thailändischen Alltag verschaffen und sie mit der Kultur der ländlichen Bevölkerung vertraut machen. Mit diesem Konzept wird die Bevölkerung nicht nur in die inhaltliche Planung der lokalen Tourismusentwicklung involviert, sondern sie profitiert auch direkt vom Tourismus, ohne dass dabei ihr Einkommen allein davon abhängig ist.

Zunächst werden die Dorfbewohner auf den Umgang mit den Besuchern vorbereitet. Diese wiederum nehmen bei ihrem Aufenthalt am täglichen Leben der Einheimischen teil. Sie übernachten in den Häusern der Gastfamilien, essen mit ihnen gemeinsam und begleiten sie morgens auf das Reisfeld oder zum Fischfang.

---

<sup>197</sup> Vgl. Kontogeourgopoulos, S. 329

<sup>198</sup> Vgl. Kaosa-ard et al. 2001, S. 127

<sup>199</sup> Vgl. Thavarasukha, S. 227-229

Durch dieses Programm sollen insbesondere städtische Binnentouristen dazu angeregt werden, andere thailändische Provinzen aufzusuchen, um, wie Premierminister Sarit in einer seiner zahlreichen Reden zum Tourismus sagte, „*increase knowledge, understanding and love for their country.*“<sup>200</sup>

#### 8.4. Zur Situation der Datenerhebung in Thailand

Die *Tourism Authority of Thailand* (TAT) unterschied, solange sie für die Datenerhebung zuständig war (bis 2010), in ihrer Statistik drei Arten von Touristen:

- *Visitors*: Diese bleiben zwei Tage bzw. eine Nacht am Urlaubsort.
- *Tourists*: Hierunter versteht man alle Besucher, die länger als zwei Tage bleiben.
- *Excursionists*: Sie halten sich lediglich an einem Tag an einem oder mehreren Orten auf.

Diese Unterscheidung weicht von der der UNWTO ab, die lediglich zwischen *tourists* (eine oder mehr Nächte) und *excursionists* (Tagesgäste) differenziert. *Visitors* werden in der Statistik der UNWTO nicht genannt.

Entgegen der Definition des thailändischen *Ministry of Tourism and Sports* (MOTS) (vgl. S. 16) wird dann allerdings in der von dieser Institution seit dem Jahr 2011 veröffentlichten Statistik, analog zur UNWTO zwischen Thais und Ausländern unterschieden; die Ausländer, die innerhalb Thailands reisen, werden in der Statistik des MOTS nicht erfasst.

Laut der TAT liefern die Unterkunftsbetriebe (Hotels, Pensionen, Resorts) monatlich die Zahl der Übernachtungen an die TAT. Darüber hinaus werden durch Fragebögen an die Unterkunftsbetriebe die Anzahl der Zimmer, die Nationalität der Gäste, die Dauer des Aufenthalts (in Tagen), die durchschnittliche Anzahl der Gäste pro Zimmer und die prozentuelle Auslastung des Betriebes erfasst. Um die Anzahl der Besucher (*visitors* und *excursionists*) in anderen Arten von Unterkünften (Apartments, Häuser, Tempel, Regierungseinrichtungen usw.) statistisch zu belegen, werden monatlich Fragebogenaktionen an touristisch attraktiven Orten durchgeführt.

---

<sup>200</sup> Kaosa-ard et al. 2001, S. 131



Laut der TAT wird auch das Verhalten der Touristen untersucht. Durch monatliche Besucherinterviews werden Daten zum Profil, zur Reisetätigkeit und zu den täglichen Reiseausgaben der Gäste erhoben.<sup>201</sup> Allerdings konnte dies nicht überprüft werden, da jede Art von schriftlicher oder fernmündlicher Nachfrage unbeantwortet blieb und derartige Angaben auch aus der offiziellen Statistik (veröffentlicht im Internet)<sup>202</sup> nicht hervorgehen. Lediglich für 2011 erschien die Auswertung einer Umfrage über das Reiseverhalten der Thais.<sup>203</sup>

Die UNWTO erhält vom MOTS folgende, den Binnentourismus betreffende Daten:

- Anzahl der Reisenden unterteilt nach Tages- und Übernachtungsgästen, also *excursionists* und *tourists*
- Anzahl der Gäste in Hotels in Tagen
- Beherbergungsstatistik
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer
- Durchschnittliche Reiseausgaben pro Tag<sup>204</sup>

## 8.5. Struktur des Binnentourismus in Thailand

Im Weltvergleich der Einnahmen aus dem internationalen Tourismus nahm Thailand 2015 mit 48.527 Mrd. US-\$ Platz 6 ein.<sup>205</sup> Damit stellt Thailand ein hoch frequentiertes Reiseland dar. 1998 war das erste Jahr der statistischen Erfassung für Daten bezogen auf ausländische und einheimische Touristen. Vergleicht man das Verhältnis von einheimischen zu ausländischen Touristen für 1998 bis 2012, so waren in jedem Jahr weniger als die Hälfte aller Touristen Ausländer. Im Jahr 2012 standen 56,6 Mio. einheimischen Touristen 22,4 Mio. ausländische Touristen gegenüber.<sup>206</sup>

Diese Relation ist im Prinzip auf alle ASEAN-Staaten übertragbar (vgl. Tab. 3, S. 51), woraus ersichtlich wird, dass der Binnentourismus auch in Entwicklungs- und Schwellenländern eine nicht zu vernachlässigende Größe darstellt, obwohl er

---

<sup>201</sup> Vgl. Tourism Authority of Thailand (TAT) 2010, S. 6-9

<sup>202</sup> Vgl. Ministry of Tourism and Sports 2015

<sup>203</sup> Vgl. Tourism Authority of Thailand 2012

<sup>204</sup> Vgl. UNWTO: Compendium

<sup>205</sup> Vgl. factfish

<sup>206</sup> Vgl. UNWTO: Compendium

gegenüber Industrieländern in absoluten Zahlen eher gering ausfällt (vgl. hierzu Deutschland Tab. 2, S. 49). Die soziale Gruppe aber, die am Binnentourismus, von Verwandtenbesuchen und Pilgerreisen abgesehen, teilnimmt, wird in neuerer Zeit nicht mehr nur durch die Ober-, sondern auch die städtische Mittelschicht gebildet. Diese wird von King und Parnwell wie folgt definiert: *"educated salary-earning professionals, executives, managers, technocrats, intellectuals and administrators"* als die neue Mittelschicht, und *"small proprietors and the self-employed, including shopkeepers whose educational level is somewhat lower"* als die alte Mittelschicht, sowie *"lower-grade white-collar clerical and sales and service workers and small proprietors"*,<sup>207</sup> als die untere Mittelschicht. Hinsichtlich des Bruttojahreseinkommens verdient laut PayScale, einer Institution die weltweit die Gehälter von höher dotierten Posten anführt, z.B. ein Projektmanager THB 1.185.901 (= ca. € 29.600), ein Ingenieur THB 585.549 (= ca. € 14.600) und ein Bilanzbuchhalter THB 420.000 (= ca. € 10.500) mit Abschluss Master bzw. Bachelor, und eine ausgebildete Krankenschwester THB 255.282 (= ca. € 6.400). Eine Kassiererin im Tesco-Supermarkt, einer in ganz Thailand verbreiteten Ladenkette, verdient dagegen nur € 2.700 pro Jahr.<sup>208</sup>

Dass allerdings das Einkommen der Thais steigt - ein Bilanzbuchhalter verdiente 2005 noch durchschnittlich € 7.968 pro Jahr<sup>209</sup> - mag wohl auch der Grund sein, weshalb Thawatchai Arunyik, der Vorstandsvorsitzende der TAT gegenüber der Bangkok Post äußerte, dass sich aufgrund des Rückgangs der ausländischen Touristen während der Unruhen in Bangkok im Frühjahr 2014 die Werbung der TAT auf die mittlere thailändische Einkommensschicht konzentrieren wird, die 60 % des Binnentourismus ausmacht.<sup>210</sup>

Die Frage nach dem Einkommen stößt bei Thais keineswegs auf Abwehr, sondern wird durchwegs offen beantwortet, wenn man auch die Angaben nicht immer als ganz korrekt und verlässlich betrachten darf, da Thais oft gerne mehr darstellen als vorhanden ist. So gaben in der Fragebogenerhebung in den Hotels von Hua Hin 37,25 % der Probanden an, dass sie weniger als THB 300.000 (= € 7.500 Ende 2013) pro Jahr verdienen, 39,21 % verdienen danach zwischen THB 300.000 und 500.000, 13,72 % zwischen THB 500.000 und 1 Mio. und 9,80 % über THB 1 Mio. Dies trifft

---

<sup>207</sup> King und Parnwell 2011, S. 393

<sup>208</sup> Vgl. PayScale 2015

<sup>209</sup> Vgl. Worldsalaries 2005

<sup>210</sup> Vgl. Chinmaneevong 2014

auch ungefähr auf Chiang Mai zu, nur gaben dort 46,59 % der Befragten an, dass sie über ein Einkommen unter THB 300.000 verfügen. Dies mag an der Vielzahl an jüngeren Reisenden, vor allem der Studenten, liegen. Ein jährliches Einkommen von ca. € 6.000 erscheint vielleicht für Bewohner der Industrienationen gering, relativiert sich allerdings mit Blick auf Thailand. Hier beträgt der Mindestlohn seit Februar 2013 THB 300 pro Tag (= € 7,50), also ca. € 2.340 pro Jahr, ohne Berufsausfallzeiten. In der Umfrage am Cicada Markt in Hua Hin wurde nach dem monatlichen Nettoeinkommen und dem Beruf gefragt (vgl. Anhang 4a,b) Zur niedrigsten Einkommensstufe, die genannt wurde, zählten 10 % der Befragten mit einem Einkommen von THB 10.000 bis THB 20.000 pro Monat (= € 250 bis € 500). Dies waren allerdings Krankenschwestern bzw. Verwaltungsangestellte - zwar mit Bachelorabschluss, jedoch erst zwischen 23 und 28 Jahre alt. 33 % erhalten ein monatliches Nettoeinkommen von entweder € 500 bis € 1.000 (z.B. höhere Verwaltungsangestellte und Polizeioffiziere) oder € 1.000 bis € 2.000 (Ingenieure, Stewardessen und hochrangige Regierungsmitarbeiter) Ein Einkommen von mehr als € 2.000 ist meist auf selbstständige Geschäftsleute beschränkt.

Will man nun abgrenzen, ab welcher Höhe des Einkommens von einer unteren Mittelschicht gesprochen werden kann, so sollte man auch den Steuersatz berücksichtigen. Ab einer Summe von € 6.000 pro Jahr ist man mit 5 % einkommenssteuerpflichtig; der Höchststeuersatz von 35 % betrifft ein Jahreseinkommen von über € 102.250.<sup>211</sup> Demnach kann man Thais mit einem jährlichen Einkommen von € 6.000 zur unteren Mittelschicht rechnen.

---

<sup>211</sup> Vgl. Thailand tax law revenue code 2015

<b>Einkommen pro Monat</b>	<b>ausgeübter Beruf</b>	<b>sozialer Status</b>
€ 250 - € 500	Krankenschwester Verwaltungsangestellter	obere Unterschicht
€ 501 - € 1.000	Polizeioffizier höherer Verwaltungsangestellter	untere Mittelschicht
€ 1.001 - € 2.000	Ingenieur, Stewardess	Mittelschicht
≥ € 2.001	hochrangiger Regierungsbeamter Geschäftsmann	obere Mittelschicht, Oberschicht

**Tab. 4: Relation zwischen Einkommen/Monat, ausgeübtem Beruf und sozialem Status (eigene Darstellung)**

Somit nimmt die untere Mittelschicht und, wie das Beispiel der Krankenschwestern und Regierungsangestellten (jährliches Nettoeinkommen zwischen € 3.000 und € 6.000) zeigt, auch die obere Unterschicht am Binnentourismus in Form des Erholungstourismus teil und übernachtet in Hotels oder sonstigen Unterkünften. Die Oberschicht (mehr als € 25.250 Einkommen pro Jahr, mit einem Steuersatz von 30 %) besitzt größtenteils ein eigenes Apartment oder Haus in Hua Hin und kann sich auch eine Auslandsreise leisten.

Auch die Schulbildung gibt Hinweise auf die Einstufung.

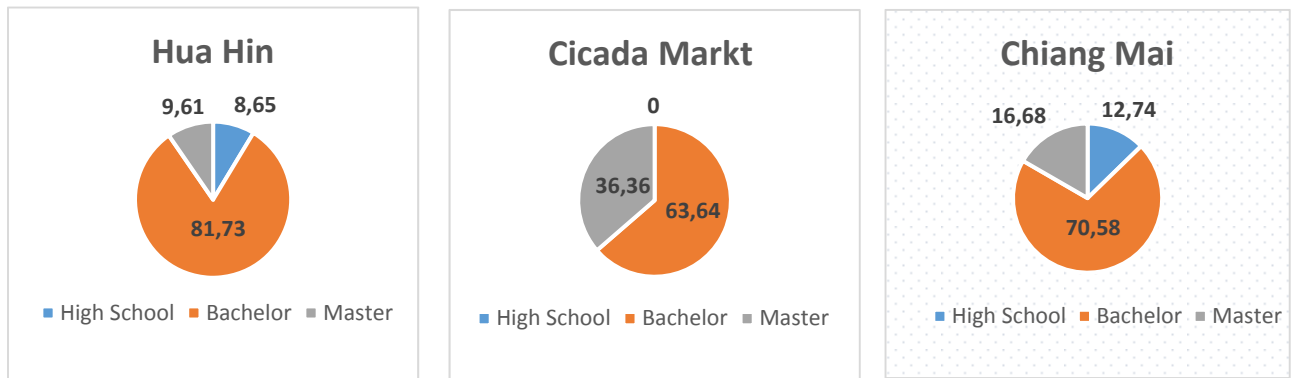


Abb. 15: Prozentanteil der Binnentouristen nach höchstem abgeschlossenem Bildungsniveau (eigene Darstellung)

Generell weisen Thais, die an einer Form des Erholungstourismus teilnehmen, eine höhere Schulbildung mit Bachelor- oder Masterabschluss auf. Bei den Probanden mit *High-School*-Abschluss handelte es sich um jüngere Studenten.

Diese Angehörigen der Mittelschicht interessieren sich nicht nur mehr und mehr für das kulturelle Erbe und die landschaftlichen Schönheiten, wie für die 70 Nationalparks, die gerne wegen der Wasserfälle bzw. der Flora und Fauna zum Wandern und Campen aufgesucht werden (vgl. S. 89), sondern verfolgen auch einen Lebensstil

*"that recognizes the importance of leisure pursuits, which include such activities as spending weekends away in resort and spa hotels or holidays abroad, playing golf, joining health, fitness and sports clubs, communing with and gazing upon nature, eating out in particular restaurants, dressing in designer clothes, using computers, cell phones and digital cameras, being seen in upmarket cars that carry status, and increasingly adopting certain Western habits such as drinking wine."*<sup>212</sup>

Bei Frage 8 (Anlage 1a,b) gaben in der Befragung 63,15 % der Probanden als vorrangigen Grund für den Besuch von Hua Hin an, dass sie hier das Wochenende verbringen, um sich zu erholen, 16,67 %, um zu schwimmen, 7,89 %, um spezielle Restaurants zu besuchen, 7,02 % wegen der in der Umgebung befindlichen Nationalparks und 5,27 % wegen der Festtage. Hua Hin, ein ausgesprochenes Seebad, wird somit von den Thais nicht vorrangig zum Baden aufgesucht, da Thais

<sup>212</sup> King und Parnwell 2012, S. 395

zwar gerne jegliche Art von Wassersport betreiben, jedoch selten das Meer zum Schwimmen und nie den Strand zum Sonnenbad aufsuchen. Auch stellte sich heraus, dass trotz der elf Golfplätze in Hua Hin niemand diese Sportart als Grund für einen Aufenthalt nannte. Offensichtlich ist für die Mittelschicht eine Platzgebühr von 60 € bis 100 € doch noch nicht erschwinglich. Jedoch fallen im Straßenbild die Autos der gehobenen Preisklasse auf sowie als alltägliche Gebrauchsgegenstände die iPhones, Tablets und Kameras, die überall und scheinbar ununterbrochen zum Einsatz kommen. Wie Franz bereits 1985 feststellte, trifft es immer noch zu, dass die Jugendlichen, die aus wohlhabenden Familien stammen, zumindest nach Sonnenuntergang auch schwimmen gehen, während die übrigen Thais lieber in einem Restaurant am Strand oder tagsüber im Schatten eines Baumes sitzen, anstatt im Meer zu baden oder sich zu sonnen<sup>213</sup>, da eine gebräunte Haut keinesfalls dem Schönheitsideal entspricht. Vorrangig wird deshalb jede Art von Wassersport gegen Abend betrieben.

In Chiang Mai konnten die Probanden im Fragebogen (vgl. Anlage 3a,b) mehrere Gründe für den Zweck ihrer Reise angeben. Auch hier, in einer Stadt, die viel thailändische Tradition und Kultur bietet, führten 39 % von denen, die nur einen Grund für die Reise nannten, an, dass sie hierher zur Erholung kämen. Insgesamt wurde dieser Grund von 79 % der Besucher genannt. Naturschönheiten als Grund wurde von 40 % der befragten Gäste, das Klima von 31 % und die Besichtigung von Sehenswürdigkeiten von 29 % angegeben. Lediglich 13,6 % kamen als Pilger nach Chiang Mai, und nur 6,8 % besuchten Verwandte oder Freunde, wobei die Pilgerreise als alleiniger Grund nur von vier der insgesamt 105 Probanden genannt wurde.

Somit zeigt sich, dass Thais vorrangig verreisen, um Spaß (*sanuk*) zu haben und weniger aus kulturellen Gründen, wie auch die Autoren King und Parnwell,<sup>214</sup> ebenso wie ein Vertreter der TAT in einem Gespräch mit Peleggi<sup>215</sup> vermerken (vgl. S. 90)

Auf die Frage, welche Einrichtungen sie nutzen, nannten 36 der insgesamt 105 Probanden in Hua Hin bzw. 30 der 105 Probanden in Chiang Mai die Massage (Frage 13 in der Anlage 1a,b und 3a,b). Die Wäscherei wurde in Hua Hin von 22 und in Chiang Mai von 16 Binnentouristen genannt. Den Friseur suchten 22 in Hua Hin bzw. 13 in Chiang Mai auf. Der Schneider wurde ausschließlich in Hua Hin von drei

---

<sup>213</sup> Vgl. Franz 1985, S. 17

<sup>214</sup> Vgl. King und Parnwell 2011, S. 395

<sup>215</sup> Vgl. Peleggi 1996, S. 439

Probanden genannt. Dieser kann auch nur bei einem länger dauernden Aufenthalt in Anspruch genommen werden und ist allgemein bei Binnentouristen weniger gefragt als bei ausländischen, die die im Verhältnis zum außerasiatischen Ausland günstigen Preise während ihres Thailandaufenthalts nutzen. Interessant sind auch die Antworten auf die Frage, wohin die Thais essen gehen (Frage 12, Anlage 1a,b und 3a,b). Bis auf 15 der insgesamt 210 Probanden, die teure Restaurants bevorzugen, nannten sowohl in Hua Hin als auch in Chiang Mai, alle Garküchen oder preiswerte Restaurants, unabhängig von ihrem Einkommen. Dies war auch zu erwarten, da, wie in vielen Interviews festgestellt wurde, Thais die thailändische Küche bevorzugen und teure Restaurants meist nur internationale Gerichte anbieten.

Daher kann sowohl für Hua Hin als auch für Chiang Mai und damit wohl auch für ein Land auf der Entwicklungsstufe wie Thailand vermutet werden, dass heute der Hauptzweck einer Reise nicht mehr der reinen Pilgerfahrt oder dem alleinigen Besuch von Verwandten oder Freunden dient, sondern mit dem Ziel der Erholung verbunden wird und somit auch die Übernachtung in Hotels oder Pensionen erfolgt. Wie jedoch auf S. 82 dargestellt, nehmen an dieser Form des Tourismus vorrangig Personen mit höherem Bildungsabschluss teil.

Im Rahmen einer Studie der *University of the Thai Chamber of Commerce* vom 4. bis 8. Februar 2013 wurden 1.200 Thais zu ihrem Reiseverhalten befragt. 80,4 % der Thais gaben an, dass sie lieber im Inland verreisen würden, wenn sie die Wahl zwischen einer Inlands- und einer Auslandsreise hätten. 36,6 % sagten, eine Inlandsreise wäre lohnenswerter und 51,8 % meinten, sie wäre auch sicherer.<sup>216</sup> Der geringe Anteil an Thais, die lieber ins Ausland verreisen würden, liegt wohl an den teils unerschwinglichen Kosten, auch für die Mittelschicht, während die Oberschicht und obere Mittelschicht Reiseziele auch außerhalb Thailands gerne wahrnehmen können und wollen, vorrangig in den ASEAN-Staaten, mit dem benachbarten Malaysia an erster Stelle.<sup>217</sup> So gab von allen Probanden in Hua Hin und Chiang Mai lediglich einer an, schon einmal eine Auslandsreise (nach Japan) unternommen zu haben. Ein weiterer Grund für die Bevorzugung des Heimatlandes könnte auch in Zusammenhang mit der engen Verbundenheit der Thais zu Thailand stehen. So vermerkt Peleggi, dass Thais insbesondere Stätten besuchen, die mit ihrem geliebten König, ihrem hohen

---

<sup>216</sup> Vgl. Amnatcharoenrit 2013, S. 5

<sup>217</sup> Vgl. Tourism Authority of Thailand (TAT) 2012

Nationalbewusstsein und ihrer politischen Loyalität zu tun haben.<sup>218</sup> Aber auch auf die Fragen 14 bis 16 (Anlage 1a,b und Anlage 3a,b), an welchen anderen Orten sie ihren Urlaub verbracht hätten, gaben in Hua Hin 53 % und in Chiang Mai 31 % an, dass sie nie zuvor oder nur manchmal innerhalb Thailands verreist wären. Somit kann festgestellt werden, dass für Thais eine Erholungsreise auch im Inland keine Selbstverständlichkeit darstellt.

Hinsichtlich der Aufenthaltsdauer unterscheiden sich Binnentouristen wesentlich von den ausländischen Touristen. Zwar wird für Ausländer in der Statistik die Aufenthaltsdauer in Nächten und für Thais in Tagen angegeben, jedoch wird die Vergleichbarkeit dadurch nicht nennenswert verzerrt. Während die Ausländer in den Jahren 2007 und 2011 durchschnittlich 9,19 bzw. 9,64 Nächte blieben, verweilten einheimische Touristen 2,63 bzw. 2,73 Tage<sup>219</sup> (vgl. Tab. 5, S. 86). Dies liegt nicht nur an der längeren Anreise der ausländischen Touristen, sondern auch am allgemeinen Reiseverhalten zumindest der Thais, Malaien, Japaner und Chinesen, wie auch der Generalmanager des Amari-Hotels in Hua Hin in einem Interview ausführt. Die Angehörigen dieser Staaten verreisen bei 8 bis 21 Tagen Urlaub pro Jahr mehrmals für durchschnittlich zwei Nächte.<sup>220</sup> Auch die vorliegende Umfrage im Rahmen dieser Arbeit ergab, dass von den Probanden in Hua Hin lediglich 25 % länger als zwei Nächte blieben, im Gegensatz zu Chiang Mai, wo die Besucher aus Bangkok durchschnittlich 2,62 Nächte verbrachten und diejenigen aus dem Süden Thailands sogar drei bis sieben Nächte, was wohl vor allem an der wesentlich größeren Entfernung liegt.

Auch geben ausländische Touristen pro Tag mehr als das Doppelte aus als Thais (vgl. Tab. 5, S. 86) Betrachtet man hierzu die Studie der *University of the Thai Chamber of Commerce*, so gaben 64,3 % von denjenigen, die lieber im Inland verreisen würden, an, dass sie weniger als THB 5.000 (= € 125) pro Monat, 49 % zwischen THB 5.001 und 10.000 (= € 250) und 30,9 % THB 10.000 bis 20.000 (= € 400) verdienten. 49,4 % sagten, dass trotz der Anhebung des Mindestlohns auf THB 300 pro Tag (= ca. € 7,50) ihr Ausgabenvolumen für touristische Zwecke gleichbliebe, während 28,5 % angaben, dass sie mehr ausgeben würden.<sup>221</sup> Allerdings

---

<sup>218</sup> Vgl. Peleggi 1996, S.439

<sup>219</sup> Vgl. UNWTO: Compendium

<sup>220</sup> Vgl. Leonhard 10.03.2013

<sup>221</sup> Vgl. Amnatcharoenrit 2013



bleibt zu bezweifeln, ob Einkommenschichten, die den Mindestlohn oder auch unter THB 10.000 pro Monat verdienen, überhaupt am Tourismus teilnehmen, evtl. abgesehen von Studenten. Diese im Vergleich zu den Ausländern geringen Ausgaben liegen also vor allem am wesentlich geringeren Einkommen der Thais. So führt auch Asamberri aus: *"Their purchasing power is still quite far from that of their counterparts in developed societies."*<sup>222</sup>

	2007	2008	2009	2010	2011
<b>durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen</b>					
<b>ausländische Touristen</b>	9,19	9,51	8,99	9,12	9,64
<b>Thais</b>	2,63	2,44	2,35	2,59	2,76
<b>durchschnittliche Ausgaben/Tag in €</b>					
<b>ausländische Touristen</b>	83,9	85,1	82,2	100,5	96,2
<b>Thais</b>	35,9	33	31,5	42,8	49,77

Tab. 5: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer und durchschnittliche Ausgaben pro Tag in den Jahren 2007 bis 2011<sup>223</sup> (eigene Darstellung)

<sup>222</sup> Asamberri, S. 7

<sup>223</sup> Vgl. UNWTO: Compendium

Auch die Umfrage für die vorliegende Arbeit, die sich bei Frage 11 (Anlage 1a,b) im Unterschied zur offiziellen Statistik lediglich auf die täglichen Ausgaben für Essen, Trinken und Vergnügen bezog, ergab, dass 30,13 % der thailändischen Touristen in Hua Hin THB 1.000 bis < 2.000 pro Tag ausgeben, 21,91 % nannten THB 2.000, 17,80 % zwischen THB 500 und < 1.000 und 16,43 % unter THB 500. Nur 13,69 % gaben an, mehr als THB 2.000 auszugeben, wobei keine Korrelation mit dem jährlichen Einkommen festzustellen ist. Unterschiedlich sind die Ergebnisse der Befragung in Chiang Mai (Frage 11, Anlage 3a,b). Hier geben die Thais teils wesentlich weniger aus. So liegt der Anteil der Binnentouristen, die weniger als THB 1.000 aufwenden bei 52 %, nämlich 29 % zwischen THB 500 und 1.000, 23 % sogar weniger als THB 500. Dies lässt sich mit der jüngeren Bevölkerungsschicht erklären, die hier vertreten ist und wohl über weniger finanzielle Ressourcen verfügt. Immerhin waren 35 % der Probanden unter 30 Jahre alt. Allerdings nannten 19 % aller Befragten auch eine Summe höher als THB 2.000. Dies waren meist Touristen über 50 Jahre.

Als Fazit lässt sich anführen, dass inländische Touristen trotz kürzerer Aufenthaltsdauer und den geringeren Ausgaben im Vergleich zu den ausländischen Touristen dennoch einen wesentlichen Faktor im Tourismusgeschehen Thailands darstellen. Dies liegt nicht nur an dem prozentual niedrigeren Anteil an Auslandstouristen, der, wie Asamberri weltweit feststellt, *„accounts for less than one quarter of the income generated by domestic tourism“*,<sup>224</sup> sondern auch an der größeren touristischen Unabhängigkeit Thailands, so dass es *„less sensitive to international instability and economic stagnation, less detrimental to the country's balance of payment, less ‚leaky‘ and able to create substantial income and employment“*<sup>225</sup> sein sollte.

---

<sup>224</sup> Asamberri, S. 1

<sup>225</sup> Ghimire 2001a, S. 5

## 8.6. Die beliebtesten Reiseziele der Thais

Betrachtet man nun die beliebtesten Reiseziele der Thais (vgl. Tab. 6, S. 88), so ist festzustellen, dass diese sowohl nationale Denkmäler (z.B. Bangkok) oder historische Stätten (z.B. Ayutthaya) und religiöse Monumente (z.B. Chiang Mai), als auch Orte, die der reinen Erholung dienen (wie z.B. Pattaya, Phuket), umfassen - Ziele also, die auch von ausländischen Touristen aufgesucht werden.

2003	2011
Bangkok	Bangkok
Nakhon Ratchasima	Pattaya
Chiang Mai	Ayutthaya
Phetchaburi	Kanchanaburi
Pattaya	Phuket
Chon Buri	
Rayong	
Kanchanaburi	
Hat Yai	
Phuket	

Tab. 6: Die beliebtesten Reiseziele der Thais 2003<sup>226</sup> und 2011<sup>227</sup> (eigene Darstellung)

Hauptreiseziel des Binnentourismus war und ist **Bangkok**, die quirlige Hauptstadt des Landes mit dem königlichen Palast und vielen weiteren Sehenswürdigkeiten, vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten und kulinarischen Erlebnissen.

**Chiang Mai**, bekannt als ‚Rose des Nordens‘, ist wegen seiner malerischen, gebirgigen Umgebung und der vielen berühmten buddhistischen Tempel sehr beliebt.

King und Parnwell nennen zumindest für die Mittelschicht den **Erholungstourismus** (vgl. S. 79).<sup>228</sup> In diese Kategorie fallen die in der Tabelle angeführten Erholungsorte am Meer wie Chon Buri, Phetchaburi, Pattaya und Rayong, die alle im Einzugsbereich

<sup>226</sup> Vgl. Kaosa-ard et al. 2001, S. 115-116

<sup>227</sup> Vgl. Jan 2011

<sup>228</sup> Vgl. King und Parnwell 2011, S. 395

von Bangkok am Golf von Siam liegen sowie die Ferieninsel Phuket im Süden des Landes.

Der Hauptzweck einer Reise in den Norden, aber auch nach Bangkok war und ist immer noch der **Besuch von Verwandten und Freunden**. Im Jahr 2003 stand Nakhon Ratchasima, eine Stadt 256 km nordöstlich von Bangkok, noch an zweiter Stelle in der Rangliste. Hierher kommen insbesondere Reisende aus Bangkok, um in dieser auch heute noch eher ärmlichen Region ihre Verwandten zu besuchen, nachdem sie selbst oder ihre Elterngeneration diesem Gebiet den Rücken gekehrt hatten und wegen der Arbeitsmöglichkeiten nach Bangkok gezogen waren.

Aber, wie Kaosa-ard et al. anführen, sind [...] *"the two most common motivations for domestic tourists for travel [are] nature-related activities and visits to historical sites."*<sup>229</sup>

Für **Naturinteressierte** ist ein Aufenthalt in einem der 70 Nationalparks, wie z.B. im Kha Khaos-Nationalpark in Chon Buri, drei Autostunden nördlich von Bangkok lohnenswert. Dies ist der älteste Nationalpark Thailands (1962) und seit 2005 steht er auf der UNESCO-Liste des Weltkultur- und naturerbes der Menschheit. Die Vegetation umfasst auf diesem 600 bis 1000 m hohen Sandsteinplateau Graslandschaften, Trocken-, Regen- und Nebelwälder. Aber auch der Mangroven-Lehrpfad in Phetchaburi, 170 km südwestlich von Bangkok, ist ein beliebtes Ziel für Binnentouristen.

Auch King und Parnwell betonen, dass die Natur im Binnentourismus einen hohen Stellenwert einnimmt und stellen dazu fest:

*"At the heart of Thai domestic tourism is an implicit nationalism and an explicit nostalgia, which have transformed people, places and landscapes from being things to be avoided, ignored, looked down upon or even feared (in the case of remote forests and uplands) into things that are attractive and curious, which are worth visiting and worthy of preserving."*<sup>230</sup>

Diese Aussage ist wohl etwas euphorisch, zumindest was die deutliche Sehnsucht nach der Vergangenheit betrifft, stimmt aber mit der Aussage überein, bei der King und Parnwell in ihrem Aufsatz einige Sätze weiter explizit konstatieren, dass *"the Thai*

---

<sup>229</sup> Kaosa-ard et al. 2001, S. 138

<sup>230</sup> King und Parnwell 2011, S. 396

*tourist seeks sanuk (fun), convenience and 'Western symbols of modernity', with a 'dominant metropolitan core commoditising and fetishising the weaker cultural and natural periphery'.<sup>231</sup>*

So sind z.B. die alte Königs- und Hauptstadt Ayutthaya und die Ruinenstadt Sukhotthai, ebenso wie der historische Park Phara Nakhon Khiri, der 1858 von König Rama IV. in der Nähe von Bangkok angelegt wurde bzw. die Brücke am Kwai in Kanchanaburi für **Kulturinteressierte** eine Reise wert. Dahingehend argumentieren auch King und Parnwell, dass “[...] particularly heritage sites that are given recognitions through UNESCO and ICOMOS, because it provides these locations with both 'international status and authenticity'”, aufgesucht werden “*Remnants of Thailand's past have been used to construct a national identity*”.<sup>232</sup> Viele dieser historischen Sehenswürdigkeiten sind heute jedoch Touristenattraktionen, die man leicht mit Vergnügungsparks verwechseln könnte.

Hierzu zählt z.B. auch der Ende September 2015 durch den damaligen Kronprinzen und jetzigem König eröffnete Rajabhakti Park in Hua Hin, eine Kombination aus Kultur und Vergnügen. Zu Ehren der sieben Großen Könige Siams, angefangen von der Sukhotthai-Periode bis zur heutigen Chakri-Dynastie, wurden auf einem 355.200 m<sup>2</sup> großen Gelände deren Statuen mit durchschnittlich 13,9 m Höhe errichtet. Davor befindet sich ein 145.600 m<sup>2</sup> großer Platz für Zeremonien und sonstige Veranstaltungen. Eine weitere Attraktion sind die Museen mit Artefakten aus den verschiedenen Dynastien und der sich anschließende, 201.600 m<sup>2</sup> große Vergnügungspark.<sup>233</sup>

Dies steht im Einklang mit der Aussage des Stellvertreters von TAT, der in einem persönlichen Gespräch mit Maurizio Peleggi sagte, dass Feste an historischen Stätten veranstaltet werden sollten, um deren Attraktivität für die Thais zu erhöhen. Das Hauptaugenmerk liege dabei nicht auf ihrem historischen oder künstlerischen Wert, sondern auf *sanuk* (Spaß), wobei die Ruinen einen szenischen Hintergrund bilden.<sup>234</sup>

Um *sanuk* (Spaß) zu erleben, verbringen Thais ihre freie Zeit auch gerne in **Vergnügungsparks, Themenparks** und **Aquarien**, die sich ausgehend vom

---

<sup>231</sup> King und Parnwell 2011, S. 396

<sup>232</sup> ebenda, S. 385

<sup>233</sup> Vgl. Touch Technologies Co. LTD 2015

<sup>234</sup> Vgl. Peleggi 1996, S. 439

Großraum Bangkok überall im Land etablieren. Beispiele hierfür sind das *Underwater World*-Aquarium in Pattaya, der Zoo in Nakhon Ratchasima und der im Dezember 2014 fertiggestellte *Vana Nava Hua Hin Water Jungle*, angeblich der größte in Asien. Aber auch Westernshows, die ein Ausdruck für die zunehmende Verwestlichung thailändischer Kultur sind, werden gerne am Wochenende aufgesucht.



Abb. 16: Rajabhakti Park in Hua Hin (eigene Aufnahme)

Ebenso erfreuen sich **Einkaufszentren** großer Beliebtheit. Berühmtestes und größtes Kaufhaus ist das Paragon in Bangkok. Im Frühjahr 2013 eröffnete in Hua Hin *The Venezia*, ein themenbezogenes Einkaufszentrum, in dem Gondolieri in typischer ‚Thaiinterpretation‘, allerdings nicht singend, den Besucher über einen 200 m langen Kanal, transportierten (vgl. Abb. 17, S. 92). Aufgrund mangelnder Investoren wurde diese Attraktion jedoch bereits 2017 wieder geschlossen und destruiert. Auch der traditionelle schwimmende Markt von Bangkok wird in Form von Einkaufsparadiesen entlang von künstlichen Wasserläufen in vielen Touristenorten kopiert. In neuerer Zeit nehmen Thais auch das Einkaufsparadies für geschmuggelte Waren aus Malaysia in Hat Yai, 1.000 km südlich von Bangkok an der Grenze zu Malaysia, wahr.

**Märkte**, ob täglich stattfindende *night markets*, die es in jeder größeren Stadt gibt, oder Wochenendmärkte, wie z.B. der Cicada Markt in Hua Hin, ziehen Tausende von ausländischen und einheimischen Touristen gleichermaßen an. Zum Cicada Markt

werden am Samstag und am Sonntag Besucher aus Bangkok und auch aus nähergelegenen Regionen scharenweise mit Bussen herantransportiert, um dann, wenn der Markt um 23 Uhr schließt, wieder zurückzufahren bzw. in einem der nahe gelegenen Hotels zu übernachten, um evtl. noch einen der zahlreichen Massagesalons aufzusuchen, die an Wochenenden bis 3 Uhr morgens geöffnet haben, was der hohen Frequentierung geschuldet ist.



Abb. 17: The Venezia in Hua Hin (eigene Aufnahme)

Einen weiteren Anziehungspunkt bilden traditionelle **Feste**, wie das chinesische Neujahrsfest im Januar/Februar, das thailändische Neujahrsfest *Songkran* im April oder das bei Vollmond im Dezember stattfindende *Loi-Krathong*-Fest. Aber auch neue Feste, die schon sehr bald zur Tradition werden, wie das *Mekong fireball festival*, das Jazzfest und das *King's Cup Elephant Polo*-Turnier in Hua Hin oder das *Elephant Round-up* in Surin, ziehen viele einheimische Besucher an, die das Wochenende für einen Kurzurlaub nutzen.

Auch die Umfrage (Frage 15 in Anlage 1a,b) in Hua Hin ergab, dass Chiang Mai (13 Nennungen), Pattaya (11), Bangkok (6) und Phuket (4) beliebte Reiseziele darstellen. Darüber hinaus wurde der Besuch von Nationalparks, Bergen, Meer und historischen Stätten genannt.

Es stellt sich nun die auch kulturwissenschaftlich wichtige Frage, ob Thais lediglich westliche Tourismusstrukturen kopieren oder neue, ihnen entsprechende Formen der Erholung entwickeln. Mithin kann man erkennen, dass inländische Touristen heute mit einer gewissen Präferenz dieselben Hotels und touristischen Einrichtungen wie ausländische Touristen nutzen, allerdings verfolgen sie unterschiedliche Interessen, was die Ausstattung der touristischen Einrichtungen anlangt. So bevorzugen sie, abgesehen von der Oberschicht, wahrscheinlich aus Kostengründen, weniger luxuriöse Hotels und sind *„more aware of the local cultural norms than tourists coming from Europe or North America.“*<sup>235</sup> Auch verbringen sie ihre Zeit der Erholung unter anderen Gesichtspunkten und mit anderen Schwerpunkten. So suchen sie nicht die Sonne, liegen nicht am Strand, sondern schauen lieber aufs Meer und gehen mit der Großfamilie zum Essen auf die diversen Nachtmärkte.

---

<sup>235</sup> Ghimire 2001a, S. 6



## 9. Binnentourismus in Hua Hin

### 9.1. Lage und Erreichbarkeit von Hua Hin

Hua Hin liegt 230 km südlich des Zentrums von Bangkok am Golf von Siam in der Provinz Prachuap Khiri Khan.

Diese Provinz mit 500.378 Einwohnern (2011) und einer Fläche von 6.367,62 km<sup>2</sup> (= ca. viermal die Größe des Landkreises Passau) grenzt im Norden an die Provinz Phetchaburi und 212 km weiter im Süden an die Provinz Chumphon. Im Osten liegt der Golf von Siam und an der schmalsten Stelle sind es nur zwölf Kilometer nach Westen bis an die Grenze zu Myanmar. Die Provinz selbst ist in acht Verwaltungseinheiten unterteilt, von denen mit 87 km<sup>2</sup> ein *Amphoe* (Landkreis) Hua Hin ist<sup>236</sup> (Stadt Passau = 69,58 km<sup>2</sup>).

Der sechsspurige, nach Süden verlaufende Highway 4 verbindet die Hauptstadt Bangkok und ihren Flughafen in nur drei Stunden Fahrzeit mit Hua Hin. Zwischen diesen beiden Orten herrscht neben dem Privat- und Busverkehr auch ein reger Taxiverkehr für lediglich THB 2.500 (= ca. 65 €, Ende 2014).



Abb. 18: Karte der südlichen Provinzen Thailands<sup>237</sup>

<sup>236</sup> Vgl. Tourism Authority of Thailand (TAT) 2012, S. 5

<sup>237</sup> Karte der südlichen Provinzen Thailands

Die elfmal täglich verkehrenden Züge von Bangkok bringen die Reisenden in fünf Stunden nach Hua Hin. Die Stadt verfügt auch über einen Flughafen, der 6 km nördlich liegt, dessen Flugverbindung nach Bangkok seit November 2013 mit drei Flügen am Wochenende wieder aufgenommen wurde, um der wachsenden Zahl an Pendlern und Wochenendbesuchern gerecht zu werden. Ebenso werden derzeit Chiang Mai und Kuala Lumpur angefliegen.

## **9.2. Die Anfänge des Tourismus in Hua Hin**

Ein Jagdausflug, der anlässlich des bevorstehenden Besuchs des Großfürsten von Russland bei König Rama V. um 1900 organisiert wurde, führte Prinz Chakrabhongse, der in Russland studiert hatte, nach Hua Hin, einem Fischerdorf in der Provinz Prachuap Khiri Khan. Der Prinz begeisterte sich für einen Strandabschnitt 10 km nördlich von Hua Hin und ließ dort später die erste Strandvilla Thailands bauen. König Rama VI. (König Vajiravudh, 1910 - 1925) baute 1923 an dieser Stelle den ersten königlichen Sommerpalast (Maruekatayawan), und König Rama VII. schließlich 3 km nördlich des Zentrums den noch heute von der königlichen Familie bewohnten Klai-Kangwon-Palast.<sup>238</sup>

Angehörige der königlichen Familie und Wohlhabende aus Bangkok ließen sich daraufhin entlang der Küste eindrucksvolle Strandvillen bauen, da es als Prestige galt (und bis heute noch gilt), dort ein Haus zu haben, wo sich der König aufhielt.

Im Jahre 1922 wurde die Eisenbahn von Bangkok bis Hua Hin erweitert.

---

<sup>238</sup> Vgl. Tourism Authority of Thailand (TAT) 2012, S. 1

Abb. 19: Bahnhof in Hua Hin  
(eigene Aufnahme)



1921 ließ Prinz Bhuratchatara Chaiyakorn ein stattliches *Railway Hotel* nach europäischem Vorbild errichten, in dem Nachmittagstee serviert wurde sowie Champagneressen und Gartenpartys stattfanden.<sup>239</sup> Diese Institution war auch Schauplatz des führenden Hotels in Phnom Penh in dem Film ‚*The Killing Fields*‘.



Abb. 20: Railway Hotel 1927<sup>240</sup>

In unmittelbarer Nähe wurde im Oktober 1922 der erste Golfplatz Thailands eröffnet. Hua Hin war damit der erste Küstenbadeort Thailands für die königliche Familie und für die Elite des Landes.

---

<sup>239</sup> Vgl. Hohnholz 2003, S. 184

<sup>240</sup> Railway Hotel 1927

Der König besuchte Hua Hin jedes Jahr im April. Die Aristokratie und andere Mitglieder der Oberschicht nutzten die Bungalows am Strand für Ferien und Wochenenden oder überließen sie ihren Bekannten.

Als Thailand im Dezember 1932 eine demokratische Verfassung erhielt und der Einfluss der Aristokratie geringer wurde, geriet Hua Hin allmählich in Vergessenheit. Erst nachdem sich nach dem Zweiten Weltkrieg die wirtschaftliche Lage gebessert hatte und Pattaya und Bang Saen, beide in der Nähe von Bangkok am Golf von Siam gelegen, für Touristen und einheimische Investoren interessant geworden waren, erfuhr auch Hua Hin einen Aufschwung durch die Bautätigkeit wohlhabender Gäste aus Bangkok. Hua Hin wurde zudem für junge Menschen und Familien sehr anziehend. Große Gruppen mieteten Busse von weit entfernten Orten, um hier Neujahr oder andere Festtage zu feiern.<sup>241</sup>

### **9.3. Struktur des Tourismus in Hua Hin**

Konkrete Daten für die Stadt Hua Hin sind nicht erhältlich, da das MOTS lediglich Daten für die Provinz Prachuap Khiri Khan u.a. durch Haushaltsbefragungen erfasst. Auch wird nicht zwischen *tourists* und *excursionists* unterschieden, was die Statistik etwas verfälscht, denn der Cicada Markt in Hua Hin ist an den Wochenenden ein beliebtes Ausflugsziel, das von zahlreichen Tagesgästen, auch aus Bangkok, mit dem Bus angesteuert wird. Daten für die Provinz Prachuap Khiri Khan waren Ende 2015 bis einschließlich des Jahres 2013 erhältlich. Eigentümlicherweise musste festgestellt werden, dass die noch im August 2014 im Internet veröffentlichten Daten ab dem 23.09.2014 ganz andere Werte aufweisen (vgl. Tab. 7) und auch für die Jahre 2010 bis 2012 jeweils dieselbe Anzahl sowohl an ausländischen als auch an einheimischen Touristen nennen.

---

<sup>241</sup> Vgl. Ashew und Logan 1994, S. 155

	<b>2007</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Touristen insg.</b>	1.472.940	3.336.000	3.336.000	3.336.000
<b>Thais</b>	1.095.763	2.136.000	2.136.000	2.136.000
<b>Ausländer</b>	377.177	1.200.000	1.200.000	1.200.000
<b>%-Anteil an Thais</b>	<b>74,39</b>	<b>64,02</b>	<b>64,02</b>	<b>64,02</b>

Tab. 7: Anzahl in- und ausländischer Touristen in Hua Hin (veröffentlicht im Internet am 23.09.2014<sup>242</sup>  
(eigene Darstellung)

Dies erschien äußerst unwahrscheinlich und ist mit größter Sorgfalt auf einen Erhebungs- oder Wiedergabefehler zurückzuführen. Auf schriftliche Nachfrage beim MOTS kam keine Antwort. Auch in der neuesten Auflage der Statistik vom 18.11.2015 wurden dieselben Zahlenwerte veröffentlicht, diesmal für das Jahr 2013. Ab dem Jahr 2014 werden Daten für die einzelnen Provinzen nicht mehr erfasst bzw. veröffentlicht, sondern die einzelnen Provinzen werden zu Regionen (Zentrum, Osten, Norden, Nordosten, Süden und Westen) zusammengefasst. Um dennoch eine Aussage über die Struktur des Tourismus in Hua Hin machen zu können, werden hier diejenigen Daten ausgewertet, die noch im August 2015 auf der Webseite des MOTS einzusehen waren.

Dass die Statistik Daten der gesamten Provinz umfasst, ist mit Einschränkungen zu vernachlässigen, wenn man bedenkt, dass Hua Hin der größte und beliebteste Ferienort sowohl für Ausländer als auch für Thais in dieser Provinz ist. So ergibt sich, dass ebenso wie in der Statistik für Gesamtthailand auch in der Provinz Prachuap Khiri Khan und damit in Hua Hin grundsätzlich mehr inländische als ausländische Touristen vertreten sind.<sup>243</sup> 2012 waren dies 64 % Thais, demnach immer noch mehr als ausländische Touristen, wenn auch deren Anzahl im Verhältnis stärker zunimmt (vgl. Tab. 8, S. 100). Die *Bangkok Post* schreibt hierzu, dass deshalb örtliche Events und Feste nur auf Thai annonciert und vermarktet werden.<sup>244</sup>

<sup>242</sup> Vgl. Ministry of Tourism and Sports 2015

<sup>243</sup> Vgl. Ministry of Tourism and Sports 2015

<sup>244</sup> Vgl. Pichaya 2011, S. 3

Ein Beispiel hierfür ist die folgende Abbildung, die zeigt, dass auch Events, die für Ausländer wie für Thais interessant sind, primär auf Thai annonciert werden, und Englisch – wenn überhaupt – nur im Kleingedruckten verwendet wird, obwohl die TAT sehr großen Wert auf die Förderung des Tourismus legt und u.a. auch jegliches Personal aufgefordert ist, Englisch zu lernen. Diese Diskrepanz mag auch in der eher geringen Akzeptanz, vor allem der Oberschicht, gegenüber ausländischen Touristen liegen, wie in Kap. 9.5.2, S. 112 ff., näher ausgeführt wird.

**CENTARA GRAND**  
BEACH RESORT & VILLAS  
HUA HIN

**HUA HIN**  
AUTOMOBILE CONCOURS 2014  
28-30 NOVEMBER 2014

**MONSOON VALLEY**

Bangkok Post, วิทยุ, Bangkok Airways, Tune Insurance, The Venezia, Meeplee, STANBANK, GFI, GSP

**เทศกาลรถคลาสสิกแห่งเมืองหัวหิน**

**วันที่ 28 พฤศจิกายน**  
การจัดแสดงรถคลาสสิก  
ณ. เดอะเวเนซีย  
Classic car displayed at The Venezia 17.30 u. - 21.00 u.

**วันที่ 29 พฤศจิกายน**  
ชมพิพิธภัณฑ์รถคลาสสิก  
ณ. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ทและวิลลา หัวหิน  
Car exhibition at Centara Grand Beach Resort & Villas Hua Hin 16.30 u. - 20.00 u.

งานกาล่าดินเนอร์ และแฟชั่นโชว์  
ณ. ริมสระว่ายน้ำโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ทและวิลลา หัวหิน  
Gala Charity dinner by the pool with live entertainment and fashion show 19.00 u. - 22.30 u.

Reservation required, please contact us at  
**0 3251 2021-38**

Logos: PTT, TopGear, Coca-Cola, BANYAN, Chita-Som, HYATT, Anantara

Abb. 21: Eventplakat (eigene Aufnahme)

	<b>1998</b>	<b>2007</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Touristen insg.</b>	1.009.133	2.439.159	1.465.631	1.931.581	3.336.000
<b>Thais</b>	765.239	1.987.059	1.062.609	1.345.210	2.136.000
<b>Ausländer</b>	243.894	452.100	403.022	586.371	1.200.000
<b>%-Anteil an Thais</b>	<b>75,8</b>	<b>81,5</b>	<b>72,9</b>	<b>69,6</b>	<b>64,0</b>

Tab. 8: Anzahl in- und ausländischer Touristen in Hua Hin (veröffentlicht im Internet vor dem 23.09.2014)<sup>245</sup> (eigene Darstellung)

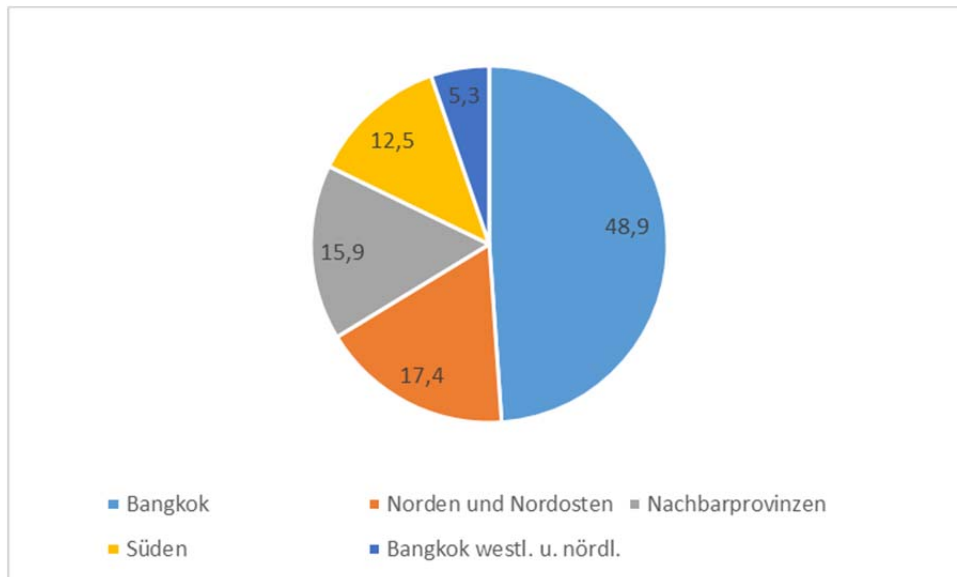
Der prozentuale Anteil der Thais in Hua Hin ist gegenüber den ausländischen Touristen rückläufig (vgl. Tab. 8), auch wenn die Zahlen für das Jahr 2012 anzuzweifeln sind, da eine Verdoppelung bei den thailändischen Touristen zwischen den Jahren 2010 und 2012 ebenso äußerst unwahrscheinlich ist wie eine Verdreifachung bei den ausländischen Touristen im selben Zeitraum. Der Zuwachs an ausländischen Touristen zwischen 1998 und 2007 ist u.a. wohl auf den Tsunami im Dezember 2004 zurückzuführen, der in Thailand besonders die Tourismusregion Phuket traf. Seit dieser Zeit bevorzugen vor allem die skandinavischen Touristen die Urlaubsregion Hua Hin gegenüber Phuket. Den Rückgang, insbesondere an thailändischen Touristen im Jahr 2010 kann man auf die damals von März bis Mai andauernden Unruhen in Bangkok zurückführen, deren Auswirkungen bis zum Dezember anhielten, da sich das Land im Ausnahmezustand befand.

Um über den Binnentourismus in Hua Hin weitere Aussagen zu treffen, wird auf die Statistik des Jahres 2012 zurückgegriffen. Laut dem MOTS kamen in diesem Jahr von den 2.136.000 Thais 42,4 % aus Bangkok.<sup>246</sup> Die Umfragewerte von Dezember 2012 bis Februar 2013 weisen hierfür 48,9 % auf und im Januar 2015 stammten bei der Befragung auf dem Cicada Markt sogar fast zwei Drittel der thailändischen Gäste aus Bangkok, nämlich 65,4 %.

<sup>245</sup> Vgl. Ministry of Tourism and Sports 2015

<sup>246</sup> Vgl. ebenda

Aus den Nachbarprovinzen stammten 15,9 % und auch aus weit entlegenen Gebieten wie der südlichen Golfküste und Phuket kamen immerhin 12,5 % (11,5 % im Januar 2015), aus den nördlichen und nordöstlichen Gebieten 17,4 % (bzw. 21 %).



**Abb. 22: Herkunft der thailändischen Touristen in Hua Hin (eigene Darstellung)**

Dies bedeutet einen nicht unerheblichen Aufwand für die Reisenden, wenn sie nur für wenige Tage diese großen Strecken zurückzulegen haben.

Immerhin reisten 70,4 % mit dem Auto an, 19,6% mit dem Bus und 10 % mit der Bahn.<sup>247</sup> Dies ist bemerkenswert, da der Zug sowohl aus den südlichen Landesteilen, als auch aus Bangkok noch immer sehr langsam, wenn auch als Verkehrsmittel am billigsten ist. Der Zeitfaktor soll sich allerdings bis 2022 ändern, da chinesische Investoren einen Ausbau der Strecke planen. Die amtliche Statistik unterscheidet nicht zwischen Tages- und Übernachtungsgästen. Somit waren wohl diejenigen, die mit dem Bus anreisten, hauptsächlich Tagesgäste. Allerdings findet jeden Freitag bis Sonntag in Hua Hin ein künstlerischer Nachtmarkt statt. Dieser Cicada genannte Markt ist ein sehr beliebtes Ausflugsziel für Thais, die hierher kommen, um Kunsthandwerk zu kaufen, zu essen und den Musikbands zuzuhören. Wie an der großen Zahl an Reisebussen vor den umliegenden Hotels und auf Grund von Umfragen festgestellt werden konnte, bleibt ein Teil der Busgäste, die hauptsächlich aus dem 230 km entfernten Bangkok kommen, zumindest eine Nacht.

<sup>247</sup> Vgl. Ministry of Tourism and Sports 2015



Laut offizieller Statistik blieben die Thais 2010 durchschnittlich 2,20 Tage (2012: 3,41 Tage), im Gegensatz zu den Ausländern, die 3,30 Tage (2010) bzw. 3,28 Tage (2012) hier verbrachten.<sup>248</sup> Dies würde eine markante Zunahme innerhalb von nur zwei Jahren bedeuten, die auch dadurch nicht erklärbar wird, dass in die Statistik auch die Tagesgäste mit einfließen und die Aufenthaltsdauer in Tagen und nicht in Nächten angegeben wird. Vermutlich liegt diese Diskrepanz auch an der nicht ganz korrekten Erhebung der Daten.

So widerspricht diese durchschnittliche Aufenthaltsdauer vom Jahr 2010 auch den Umfragewerten der vorliegenden Arbeit nur geringfügig. Von den Probanden verbrachten im Zeitraum von Dezember 2012 bis Mitte Februar 2013 allerdings lediglich 25 % mehr als zwei Nächte in Hua Hin. Umso erstaunlicher muss dieses Ergebnis erscheinen, als gerade in diesem Zeitraum die auch für Thais so wichtigen Feiertage liegen (Weihnachten, Neujahr, Chinesisches Neujahr), an denen auch längere Wochenenden genutzt werden könnten. Die Umfrage am 30.01.2015 am Cicada Markt bestätigte dieses Ergebnis, da die Probanden durchschnittlich nur 1,9 Nächte blieben und 50 % von ihnen auch nur zwei Nächte. Von den 15 befragten Hotelmanagern gaben lediglich vier an, dass Thais mehr als zwei bis drei Nächte in Hua Hin verbringen. Aus den Befragungen ergeben sich folgende Erkenntnisse: Thais verreisen oft mehrmals im Jahr. Wenn sie verreisen, verbringen sie aber immer nur wenige Tage am Urlaubsort.

Von den Hotels, in denen Befragungen stattfanden, gehören je fünf der Preiskategorie € 35 pro Nacht/Zimmer, € 75 bis € 120 und € > 130 an. Die meisten Probanden (48,9 %) übernachteten in der mittleren Preiskategorie, nur 19 % in der oberen. Eine Korrelation mit dem jährlichen Einkommen kann jedoch nicht hergestellt werden, da alle Einkommensklassen in jeder Kategorie vertreten sind, auch wenn die Einkommensgruppen von mehr als THB 500.000 (= € 12.500/Jahr) nur 18,75 % der Befragten betrifft. Somit kann angenommen werden, dass Thais, wenn sie verreisen, sich auch den Luxus teurer Hotels leisten.

---

<sup>248</sup> Vgl. Ministry of Tourism and Sports 2015

Laut Statistik fällt die Hauptreisezeit der Thais in die Zeit von Juli bis September, was auch dem Ergebnis der Fragebogenerhebung in den Hotels entspricht (vgl. Tab. 9).

	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Januar - März</b>	553.992	515.060
<b>April – Juni</b>	683.703	667.041
<b>Juli – September</b>	967.492	1.028.579
<b>Oktober – Dezember</b>	824.716	2.531.355

Tab. 9: Anzahl thailändischer Touristen in Hua Hin 2010 und 2011<sup>249</sup> (eigene Darstellung)

Wie mir einige der Manager der Unterkünfte der oberen Preiskategorie bestätigten, werden ihre Hotels in diesem Zeitraum aufgrund der niedrigeren Nebensaisonpreise auch für mittlere Einkommensschichten interessant.

Der hohe Anstieg der Übernachtungszahlen von Oktober bis Dezember 2011 geht nicht auf fehlerhafte Daten zurück, sondern lässt sich durch die Überflutung Bangkoks erklären. Dies ist ein Beispiel, wie Ereignisse im Inland, seien es Naturereignisse, politische Unruhen oder ein Währungseinbruch, den Binnentourismus fördern bzw. hemmen.

#### **9.4. Exkurs: Die Überflutung Bangkoks**

Der heftige und langanhaltende Monsun von Anfang Juli bis Ende Oktober 2011 in Verbindung mit einer Springflut Ende Oktober 2011 verlangsamte das Abfließen des Wassers des Chao Praya in den Golf von Siam. So wurden nicht nur Teile Bangkoks, sondern auch weite Gebiete (ca. 6 Mio. ha) im Norden Thailands überschwemmt, was ca. 12 % der Fläche Thailands entspricht.

Wie diverse Zeitungen und Zeitschriften berichteten, setzten sich Tausende in Richtung Süden ab, insbesondere nach Pattaya und Hua Hin. So schrieb u.a. das Thailand Magazin, dass "viele der Überlandbusse total überfüllt [sind] und in Pattaya oder Hua Hin bekommt man kaum noch Hotelzimmer",<sup>250</sup> und Frau Pinar Charoenphol, die

<sup>249</sup> Vgl. Ministry of Tourism and Sports 2015

<sup>250</sup> Thailand Infoblog. Das Thailand Magazin 2011

Direktorin der TAT in Prachuap Khiri Khan, konstatierte, dass die Hotels ausgebucht wären und von Mitte Oktober bis Ende November eine 80 bis 90 %ige Auslastung aufwiesen.<sup>251</sup> Dieser Exodus kann auch anhand der Statistik des *Bangkok Hospital Hua Hin* nachgewiesen werden (vgl. Abb. 23). Viele Patienten aus Krankenhäusern, die von den Fluten betroffen oder bedroht waren, wurden in das Krankenhaus in Hua Hin verlegt. Hierfür wurde die Zahl der Ärzte, Pfleger, Apotheker und sonstigen Angestellten erhöht und auch die Ordinationsstunden mussten erweitert werden.<sup>252</sup>

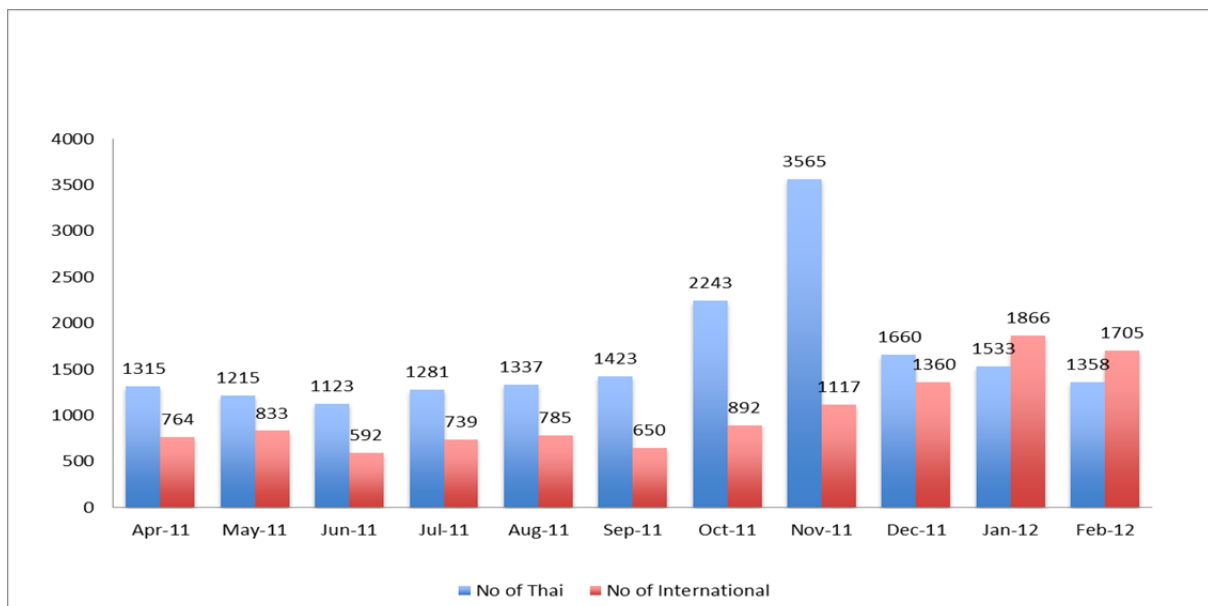


Abb. 23: Anzahl der in- und ausländischen Patienten im Bangkok Hospital Hua Hin 2011<sup>253</sup>  
(eigene Darstellung)

<sup>251</sup> Vgl. Citinot 2011, S. 1

<sup>252</sup> Vgl. Asian Publication Co., Ltd. 2012

<sup>253</sup> Vgl. Bangkok Hospital Hua Hin 2012, S. 26

## 9.5. Auswirkungen des Binnentourismus auf Hua Hin



Abb. 24: Hua Hin vom Felskap Khao Takiab aus (eigene Aufnahme)

### 9.5.1 Physiognomische Auswirkungen

Hua Hin ist ein typisches Beispiel für den Wandel von einem Fischerdorf zu einem städtisch geprägten Bade- und Tourismusort. Bis ca. 1984/85 war hier kaum eine größere Bautätigkeit zu verzeichnen. Es gab insgesamt sieben Beherbergungsmöglichkeiten, davon ein größeres Hotel, nämlich das (alte) Railway Hotel. So standen den Besuchern in ganz Hua Hin insgesamt 195 Zimmer zur Verfügung.<sup>254</sup>

Wie der Abb. 25 (S. 106) zu entnehmen ist, erstreckte sich der Ort im Jahre 1986 entlang der Hauptstraße ca. 2 km vom Königspalast bis zum Railway Hotel.

---

<sup>254</sup> Vgl. Ashew und Logan 1994, S. 15

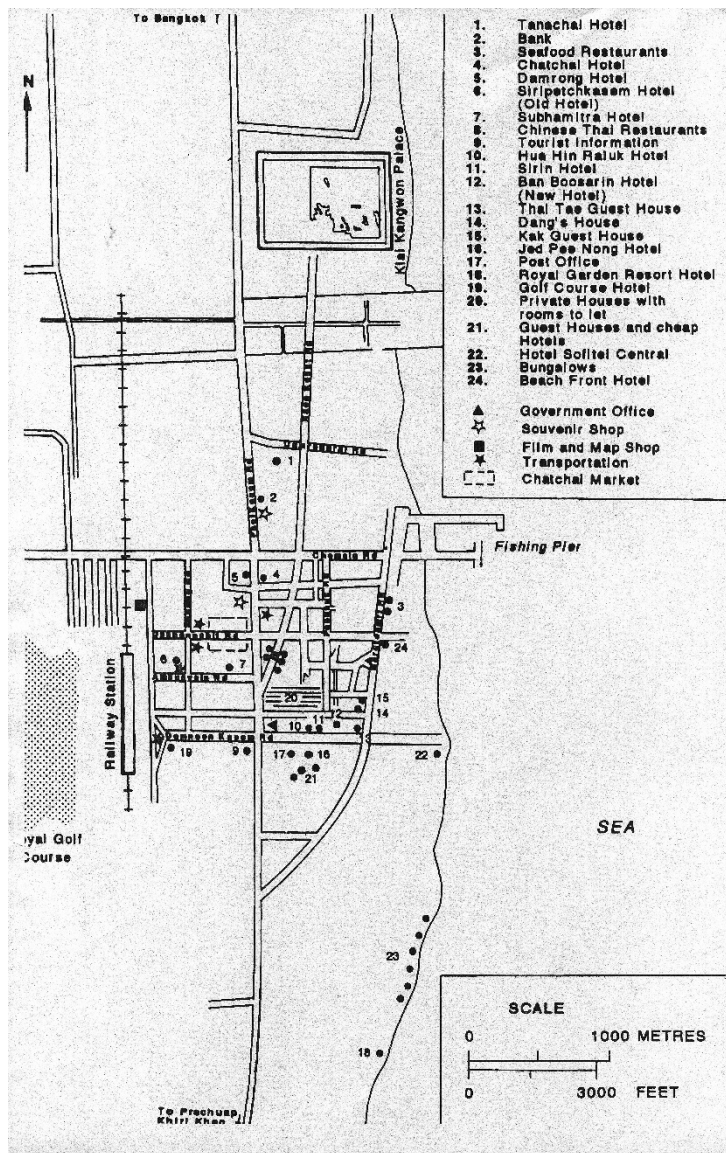


Abb. 25: Stadtplan von Hua Hin im Jahre 1986<sup>255</sup>

Das eigentliche Stadtzentrum umfasste eine Fläche von ca. 1 km<sup>2</sup>. Damals hatte Hua Hin bereits 31.889 Einwohner, 13 Hotels mit 635 Zimmern und 15 Bungalows mit 196 Zimmern.

Wiederum zwei Jahre später (1988) konnte Hua Hin bereits drei Fünf-Sterne-Hotels mit 466 Zimmern (Railway Hotel, Royal Garden, Sailom), 82 Bungalows und 364 Zimmer in Standard-Hotels und Pensionen anbieten.<sup>256</sup>

<sup>255</sup> Ashew und Logan 1994, S. 157

<sup>256</sup> Vgl. ebenda, S. 157

Darüber hinaus wurde seit der Jahrtausendwende mit dem wachsenden Wohlstand Thailands der Besitz eines Hauses oder Apartments in Hua Hin auch für mittelständische Familien, vor allem aus dem Raum Bangkok, zum Statussymbol, womit auch auf diesem Sektor eine rege Bautätigkeit entfacht wurde. Die Tatsache, dass der allseits verehrte vormalige thailändische König bis zu seiner Erkrankung sich den Sommer über regelmäßig in seinem Palast aufhielt, trug wesentlich zur Beliebtheit Hua Hins bei. Nicht zu vernachlässigen ist allerdings auch die gute Anbindung an Bangkok und die allmähliche Abkehr von Pattaya (ein nur ca. 60 km von Bangkok entfernter Badeort), das wegen des Sextourismus und der hohen Kriminalitätsrate an Attraktivität verlor.

Inzwischen umfasst die Stadt Hua Hin eine Fläche von 87 km<sup>2</sup> und erstreckt sich über ca. 13 km entlang der Hauptstraße vom Flughafen bis zum Khao Takiab, einem 272 m hohen Felskap mit einer riesigen vergoldeten Buddha Statue. Lediglich im Stadtzentrum gibt es parallel zur Hauptstraße einige Nebenstraßen (vgl. Abb. 25, S. 106). Lag die Einwohnerzahl im Jahr 1993 noch bei 37.281, erreichte sie 2003 44.587 und wuchs in den letzten zehn Jahren doppelt so schnell, so dass Hua Hin im November 2013 bereits 58.274 Einwohner hatte.<sup>257</sup> Dieser Zuwachs an Einwohnern geht auch auf den Anstieg an Arbeitsplätzen im Tourismussektor zurück.

---

<sup>257</sup> Vgl. Hua Hin Municipality 2013



Abb. 26: Stadtplan Hua Hin aktuell<sup>258</sup>

<sup>258</sup> Stadtplan Hua Hin aktuell

Den 2013 mehr als 3 Mio. in- und ausländischen Touristen stehen ca. 200 Hotels, davon sieben der Fünf-Sterne-Kategorie, zur Verfügung. Ein Sechs-Sterne-Hotel soll im Frühjahr 2017 fertig gestellt sein.

Darüber hinaus stehen in Hua Hin insgesamt 18 Apartmenthäuser mit jeweils mehr als zehn Stockwerken und in der Summe 1.732 Wohnungen, die je nach Größe und Lage durchschnittlich THB 69.000 pro m<sup>2</sup> (= € 1.725: 2013) kosteten. 80 % hiervon gehören Thais, zumeist aus Bangkok. 20 % befinden sich in der Hand ausländischer Investoren. Die thailändischen Eigentümer reisen gelegentlich an Wochenenden oder Feiertagen an bzw. vermieten ihr Eigentum an andere Thais oder Ausländer. In der Tourismusstatistik Hua Hins werden diese Bewohner nicht als Touristen gezählt, obwohl sie das Bild der Stadt prägen und die Gesamtzahl der Binnentouristen sehr deutlich nach oben steigen lassen.

Immer noch sehr beliebt und deshalb auch teuer ist die Lage direkt am Strand mit bis zu THB 130.000 pro m<sup>2</sup> (= € 3.250), jedoch findet eine Erweiterung insbesondere mit Villensiedlungen und den damit verbundenen Einkaufs- und Gartenzentren sowie Restaurants auch bis fünf Kilometer Entfernung auf den Hügeln im Landesinneren statt. Ende 2013 waren 1.581 Apartments an der Küste und 314 im Landesinneren auf dem Markt. Nach einer Untersuchung von Colliers, einer der größten Immobiliengesellschaften, waren es Ende 2015 insgesamt 5.962 Apartments, von denen 77 % zu einem Durchschnittspreis von Baht 76.600 pro m<sup>2</sup> (= € 1.912) bereits verkauft waren.<sup>259</sup> Trotz dieses relativ hohen Angebots steigen die Preise in Hua Hin weiterhin um 10 % pro Jahr und viele Wohnbauprojekte, wie z.B. *The Energy* mit 6.000 Wohneinheiten, meist Ein-Zimmer-Apartments, waren 2016 noch im Bau, insbesondere, um den Bedürfnissen der thailändischen Mittelschicht entgegenzukommen, die sich durch einen Zweitwohnsitz in der Königsstadt Hua Hin ebenso wie die Oberschicht höheres Ansehen verspricht, allerdings zu niedrigeren Preisen. Ein Apartment soll insgesamt nicht mehr als THB 4.000.000 (= ca. € 100.000) kosten.<sup>260</sup>

---

<sup>259</sup> Vgl. Hua Hin Today 2016, S.3

<sup>260</sup> Vgl. Katharangsiporn 2014



Im Zuge der intensiven Bautätigkeit wurden diverse Bausünden begangen, man erst seit 2002 mehr oder weniger eindämmte, als eine Bauvorschrift eine höhere Bebauung als zwei Stockwerke direkt am Strand bzw. mehr als 100 m Höhe in 60 m Entfernung verbot (vgl. Abb. 27).



**Abb. 27: Beispiel einer baulichen Fehlentwicklung: Apartmenthäuser am Strand von Hua Hin (eigene Aufnahme)**

Aber nicht nur auf dem Wohnungsmarkt, sondern auch in infrastruktureller Hinsicht war vieles einem Wandel unterworfen und wird sich auch in Zukunft verändern. 1997 gab es in Hua Hin nur Läden des täglichen Bedarfs, so dass man für einen Großeinkauf oder etwa für Einrichtungsgegenstände in die 94 km entfernte Provinzhauptstadt Prachuap Khiri Khan fahren musste. Diese Situation änderte sich nur zögernd. Immerhin existierten im Jahr 2013 zwei Großmärkte und im Frühjahr 2017 wurde das BluPort eröffnet, ein riesiges Einkaufszentrum mit einem angeschlossenen Sechssternen-Hotel. Ein Hochgeschwindigkeitszug von Bangkok nach Hua Hin, der Ausbau des Flughafens für weitere internationale Destinationen und eine Verlängerung der Autobahn nach Süden sind in Planung. Nahezu jeden Monat werden neue Großprojekte angekündigt.

An dieser Stelle interessiert nun, ob diese infrastrukturellen Veränderungen und Erweiterungen vorrangig den thailändischen oder den ausländischen Touristen zugute kommen. Der Ausbau der Eisenbahnlinie und die Verlängerung der Autobahn dienen sicherlich primär der einheimischen Bevölkerung, wie auch die vorliegende Umfrage (Frage 5 im Anhang 1a,b) indirekt ergeben hatte (89 % der Befragten reisten mit dem Auto, der Rest mit dem Zug an). Betrachtet man das Angebot in den Kaufhäusern, so ist festzustellen, dass es hinsichtlich der Nahrungsmittel, aber auch der Kleidung und der Einrichtungsgegenstände beiden Geschmacksrichtungen entspricht und preislich bei ungefähr der Hälfte des deutschen Niveaus (ausgenommen Markenkleidung) liegt. Vor allem auch Thais kaufen hier ein. Dies erklärt sich jedoch durch die Sozial- und Einkommensstruktur der Einwohner und vor allem der einheimischen Touristen, die aus der Ober- und Mittelschicht stammen. Kein Thai mit einem jährlichen Einkommen unter THB 300.000 (= ca. € 7.500) könnte sich einen Einkauf in diesen Kaufhäusern leisten. Jedoch gibt es genügend Märkte und Garküchen, um auch diese Konsumentenschicht zu bedienen.

### **9.5.2 Sozio-kulturelle Auswirkungen**

Wie bereits erwähnt, werden weder in Hua Hins noch Thailands Tourismusstatistik die Eigentümer von Zweitwohnsitzen, also von Apartments, Häusern und sonstigen Unterkünften bzw. deren Mieter, berücksichtigt. Lediglich die Zahl der Übernachtungen in Hotels und Pensionen werden erfasst. So waren 64 % der Touristen Hua Hins im Jahr 2013 Thais im Gegensatz zum Jahr 2011, wo der Anteil noch 69,6 % betrug. (vgl. Tab. 8, S. 100). Es erhebt sich nun die Frage, welche Vorteile bzw. Nachteile die Thais selbst in dem Umstand sehen, dass ein immer größer werdender Prozentsatz an ausländischen Touristen zu verzeichnen ist. Man kann davon ausgehen, dass viele Thais gegen ausländische Touristen eingestellt sind, so wie Lipp feststellt, der schreibt, dass „Wissenschaftler der Chiang Mai University gehalten [sind], Tourismusentwicklung zu betreiben, die den Kontakt von Gästen mit der Bevölkerung vermeidet. [...] Gäste sollen (im Idealfall) in bestimmte Orte 'kanalisiert' werden, eine bestimmte Zeit dort verbringen und anschließend in die nächste Ortschaft weiterreisen.“<sup>261</sup> Diese Feststellung stimmt auch mit meinen Beobachtungen, besonders innerhalb der Ober-

---

<sup>261</sup> Lipp 2011, S. 35

und oberen Mittelschicht überein. Diese deutliche Skepsis gegenüber ausländischen Touristen ist, wie auch Lipp vermutet, möglicherweise darauf zurückzuführen, dass „führende Kreise in Thailand sehr daran interessiert [sind] sich das Land als eine Insel für ihre und ihrer Familien Interessen zu erhalten.“<sup>262</sup> Wie bereits in Kap. 4.3. auf S. 28 erwähnt, nehmen Einheimische einerseits nur sehr selten Kontakt zu Ausländern auf und lehnen Tourismus, abgesehen von den Deviseneinnahmen, ab, da sie eine Verwestlichung ihrer Kultur bzw. eine zu starke Einflussnahme anderer Staaten auf ihre Kultur befürchten. Diese Einstellung erscheint allerdings ambivalent, da Thais, wie auch andere Südasiaten, gerne ihre Freizeit, ebenso wie Amerikaner oder Europäer, in Freizeitparks mit westlich inspirierten Attraktionen verbringen. Umgekehrt sehen, wie auch meine Umfragen ergaben, nur wenige thailändische Touristen Negativeffekte des ausländischen Tourismus. So antworteten auf die Frage 19 (Anlage 1a,b), ob die thailändische Tradition oder Kultur durch den Auslandstourismus negativ beeinflusst wird, ganze drei Viertel der Befragten mit ‚nein‘ und auch die durchaus provokant gestellten Fragen 20 und 21, ob Ausländer mehr Lärm und Schmutz verursachen als Einheimische, wurden zu 73 % bzw. 70 % mit ‚nein‘ beantwortet. Mit Blick auf die infrastrukturellen Veränderungen antworteten 66,31 % der Probanden auf die Frage 22, ob sie mit dem ständigen Wachstum Hua Hins einverstanden seien, mit einem klaren ‚Ja‘ und begründeten diese Antwort damit, dass dadurch die Auswahl an Einkaufs-, Unterhaltungs- und Freizeitmöglichkeiten sowohl für die Bewohner als auch für die Touristen steige und Arbeitsplätze geschaffen würden, was sich positiv auf die Wirtschaft auswirke. Das verbleibende Drittel der negativen Antworten führte als Begründungen die erhöhte Verkehrsbelastung und damit verbundene Luftverschmutzung, die steigenden Preise, aber auch die Zerstörung der Natur durch die Bebauung an und gab dafür der unzureichenden Stadtplanung die Schuld. Bereits in einer Umfrage der TAT aus dem Jahr 1986 ergab sich, dass die meisten Einwohner Hua Hins von der Ausweitung des Tourismus in ihrer Gegend begeistert sind, weil sich dadurch sowohl das Arbeitsangebot, als auch ihr Lebensstandard verbessert und öffentliche Einrichtungen erweitert werden. Allerdings gab auch damals knapp ein Drittel der Befragten an, dass aus dem Tourismus keinerlei Vorteile resultierten.<sup>263</sup>

---

<sup>262</sup> Lipp 2011, S. 36

<sup>263</sup> Vgl. Ashew und Logan 1994, S. 157

## 10. Binnentourismus in Chiang Mai

### 10.1. Lage und Erreichbarkeit von Chiang Mai

Die Stadt, die gerne als ‚Rose des Nordens‘ bezeichnet wird und eines der bedeutendsten Tourismuszentren Nordthailands darstellt, ist mit 132.634 Einwohnern (Dezember 2012)<sup>264</sup> die fünftgrößte Stadt Thailands, die Hauptstadt Nordthailands sowie der Provinz Chiang Mai (20.107 km<sup>2</sup>, 1.708.564 Einwohner 2012). Diese Provinz erstreckt sich über 130 km von Osten nach Westen und über 320 km in Nord-Südrichtung. Hier befinden sich auch die höchsten Berge Thailands (Doi Inthanon, 2565 m über NN). Chiang Mai liegt 696 km von Bangkok entfernt am Fluss Mae Ping auf 310 m über NN.<sup>265</sup>

Mehrere Fluggesellschaften fliegen täglich von Bangkok aus nach Chiang Mai. Aber auch von Phuket, Hat Yai, Krabi und Koh Samui (alle im Süden Thailands) wird Chiang Mai direkt angeflogen. Die staatliche Eisenbahngesellschaft bietet täglich sechs Verbindungen nach Bangkok an. Die Busfahrt dauert zehn Stunden, wobei man durchgehend auf Autobahnen fährt.

### 10.2. Die Anfänge des Tourismus in Chiang Mai

Chiang Mai wurde 1296 von König Mengrau als Hauptstadt des Königreiches Lanna, das bis zum 16. Jahrhundert bestehen sollte, gegründet. Auf der Basis einer langen, zum größten Teil von anderen Einflüssen unabhängigen Geschichte, konnte die Stadt ihre kulturelle Identität bewahren. Eine Vielzahl historischer Tempelbauten im nordthailändischen Stil, mit dem ältesten Tempel aus dem Gründungsjahr der Stadt (1296), zogen und ziehen viele, vor allem auch einheimische Touristen an. Diese Tempel waren schon immer ein Ziel des Pilgertourismus. Neun bestimmte Tempel in der Altstadt Chiang Mais sollten nach buddhistischer Überlieferung aufgesucht werden, um besondere Verdienste zu erwerben.<sup>266</sup>

---

<sup>264</sup> Vgl. Chiang Mai Municipality 2015

<sup>265</sup> Vgl. Chiang Mai Municipal Tourist Information Center, S. 5

<sup>266</sup> Vgl. Tourism Authority of Thailand (TAT) Chiang Mai Office, S. 10

Mit Beginn der 1960er Jahre öffnet sich das inländische Publikum auch für den Erholungstourismus. Ausschlaggebend hierfür war der Bau des Phuphing-Palastes durch König Bhumibol im Jahr 1961. Dieser Palast liegt in der Nähe eines der heiligsten Tempel Nordthailands, dem Wat Phra That, in ca. zwölf Kilometer Entfernung vom Stadtzentrum an der malerischen Straße zum Doi Suthep, einem 1610 m hohen Berg, der einen guten Überblick über Chiang Mai bietet.



**Abb. 28: Chiang Mai vom Doi Suthep in 1000 m Höhe aus (eigene Aufnahme)**

Der Doi Suthep mit dem Wat Phra That und dem Phuphing-Palast stellen das kulturelle Zentrum Chiang Mais dar, das durchschnittlich von 120.000 Touristen pro Monat, besucht wird,<sup>267</sup> wobei die Thais ihre buddhistischen Überzeugungen und ihre Loyalität gegenüber der Monarchie und der Nation zum Ausdruck bringen. Wat Phra That ist einer der zwölf Tempel Thailands, die ein Buddhist in seinem Leben aufgesucht haben sollte. Fährt man die Straße vom Doi Suthep weiter in westlicher Richtung, erreicht man in sieben Kilometer Entfernung den Königspalast Phuphing. Es ist die tiefe Loyalität der Thais gegenüber ihrem König, die bis heute für Chiang Mai ebenso wie für Hua Hin als Zentrum des Binnentourismus ausschlaggebend ist.

---

<sup>267</sup> Vgl. Tourism Authority of Thailand (TAT) Chiang Mai Office, S. 10

Ähnlich wie in Hua Hin in den Sommermonaten, hielt sich König Bhumibol, insbesondere in jüngeren Jahren, während der Wintermonate in Chiang Mai auf. Seine Begeisterung für Wanderungen, aber auch für sein Land und dessen ethnische Vielfalt, übertrug sich auf sein Volk, das grundsätzlich gerne Anregungen seines Herrschers annimmt, gemäß dem Slogan „*Follow the King's footsteps!*“<sup>268</sup> Er, der in Europa aufwuchs und studierte, kümmerte sich u.a. auch in dieser Region um Verbesserungen in der Landwirtschaft, um Aufforstung von Ödland, um den Bau von Kanälen und Bewässerungsanlagen, um ökologische Projekte, um das öffentliche Gesundheitswesen und um die Ausbildung seiner Untertanen.

So besuchte der König auch regelmäßig ein benachbartes Dorf, Doi Pui, das von den Hmong bewohnt wird. Diese wanderten am Ende des 19. Jahrhunderts aus dem Südwesten Chinas ein und siedelten in der Nachbarschaft der Suthep-Pui-Berge. Sie bauten neben Mais und Reis zur Selbstversorgung auch Opium als *cash fruit* an, bis dieser Anbau 1959 verboten wurde. Bereits der König ließ sich gerne in der Tracht der Hmong fotografieren - eine Tradition, die heute von den einheimischen Touristen gerne aufgegriffen wird und ein großes Vergnügen (*sanuk*) darstellt, wenn man sich entweder gemeinsam mit einem Hmong-Angehörigen oder in einer Hmong-Tracht zusammen mit Freunden ablichten lässt (vgl. Abb. 29, S. 116). Außer den Hmong leben in dieser Region die Bergvölker (thailändische Bezeichnung: *Chao Khao*) der Karen und Lisu, die ihre kunsthandwerklichen Produkte an Touristen verkaufen.

In den 1980er Jahren wurde der Flughafen ausgebaut, zahlreiche Hotels errichtet und meist dreitägige Busreisen für die thailändische Mittelschicht von Bangkok nach Chiang Mai organisiert, die ca. US-\$ 80 bis US-\$ 105 kosteten.<sup>269</sup>

---

<sup>268</sup> Evrard und Leepreecha 2009, S. 309

<sup>269</sup> Vgl. Richter 1989, S. 90



Abb. 29: Hmong Frau auf dem Markt in Doi Pui (eigene Aufnahme)

### 10.3. Exkurs: Die Rolle des thailändischen Königs

König und Volk sind in Thailand seit jeher eine unzertrennliche Einheit. Der König steht über den Menschen und wird als gottähnlich angesehen. Bis zum Ende der absoluten Monarchie, 1932, war der König unumschränkter Herrscher über Eigentum und Leben seiner Untertanen. Auch heute noch ist jegliche Kritik gegenüber dem Königshaus vollkommen unangebracht und wird als schweres Verbrechen geahndet. Selbst für die harmloseste Bemerkung über den König drohen bis zu 15 Jahren Gefängnis.

Seit der Sukkothai-Dynastie (1569 ff.) bis zur heutigen Chakri-Dynastie gab es sieben sogenannte „Große“ Könige, die aufgrund ihrer Verdienste um das Volk besonders gerühmt werden (s. Abb. 16, S. 91). König Bhumibol Adulyadei (1927 - 2016) war der 9. Herrscher, Rama IX., der 225 Jahre alten Chakri-Dynastie, der nach dem Tod

seines älteren Bruders Kronprinz wurde und 1946 an die Macht kam, und damit der dienstälteste Monarch der Welt war. Es wird erwartet, dass er jetzt, nach seinem Tod, zum achten „Großen“ König verklärt werden wird. Das Volk liebte ihn aufgrund seines Einsatzes für das Land und seines sozialen Engagements. In allen öffentlichen Gebäuden, Läden und Wohnstuben, selbst auf den entlegensten Inseln, hing ein Porträt des Königs bzw. des Königspaares.

Während die politischen Lager in Thailand von jeher stark polarisieren, ist die Loyalität zum König von beiden politischen Seiten her uneingeschränkt. Die Verehrung des Königs hält das thailändische Volk zusammen. Jetzt nach seinem Tod wird befürchtet, dass das Land, durch eine Polarisierung der Fronten aus ‚Rothemden‘ (Anhänger des vom Militär gestürzten Premierministers Thaksin Shinawatra) und ‚Gelbhemden‘ (Anhänger des Königs, vor allem aus der Oberschicht), unter seinem Nachfolger und Sohn Maha Vajiralongkorn, Rama X., in einen bürgerkriegsähnlichen Zustand fallen könnte. Der neue König muss sich in seiner Arbeit seinem Volk gegenüber noch bewähren, wenn er die selbe Anerkennung und Wertschätzung, die seinem Vater entgegengebracht wurde, erreichen will.

#### **10.4. Struktur des Tourismus in Chiang Mai**

Konkrete Zahlen für die Stadt Chiang Mai sind ebenso wenig erhältlich wie für Hua Hin, da das MOTS seit 2008 auch hier lediglich Daten für die Provinz Chiang Mai erfasst und auch nicht mehr differenziert zwischen *visitors*, *tourists* und *excursionists*. Auch werden die Jahre 2008, 2009 und 2010 nicht aufgeführt, so dass im Jahr 2015 lediglich Daten für die Jahre 2011, 2012 und 2013 zur Verfügung standen. Darüber hinaus sind auch Angaben für das Jahr 2006 und 2007 verfügbar, die sich auf die Stadt Chiang Mai beziehen. Diese wurden damals noch von der TAT erhoben.<sup>270</sup>

Wie aus Tab. 10 (S. 118) ersichtlich ist, kommen insgesamt mehr Touristen nach Chiang Mai als nach Hua Hin. Auch in Chiang Mai waren inländische Touristen stärker vertreten als ausländische, (2011: 59,7 %; 2012: 59,6 %, 2013: 59,6 %) wenn auch mit geringerem Anteil als in Hua Hin. Dies liegt vor allem an der weiten Entfernung zu Bangkok, der Stadt in Thailand, die schon aufgrund der hohen Einwohnerzahl und des

---

<sup>270</sup> Vgl. Ministry of Tourism and Sports 2015



großen Angebots an höher wertigen Arbeitsplätzen eine breitere Mittelschicht aufweist. Insgesamt ist die Anzahl sowohl der inländischen, als auch der ausländischen Touristen aber ziemlich stabil geblieben.

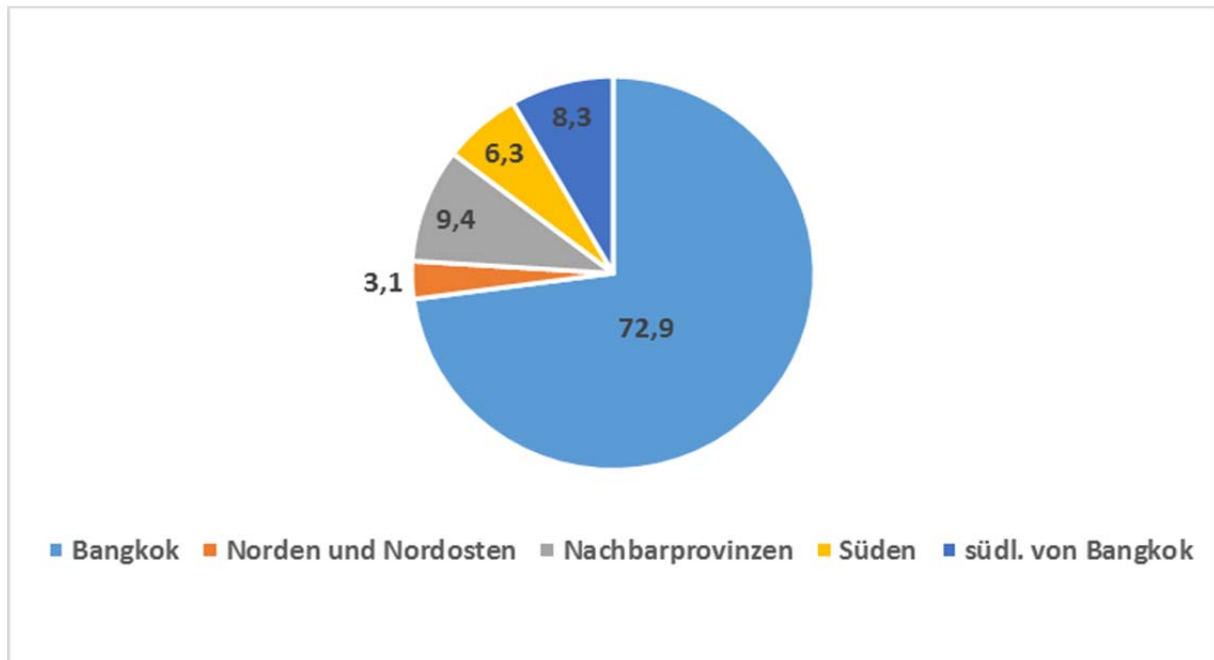
	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Touristen insg.</b>	4.405.720	4.181.878	4.047.000	4.046.000	4.049.000
<b>Thais</b>	2.529.420	2.598.041	2.415.500	2.413.000	2.414.000
<b>Ausländer</b>	1.876.300	1.583.837	1.632.000	1.633.000	1.635.000
<b>%-Anteil an Thais</b>	<b>57,4</b>	<b>62,1</b>	<b>59,7</b>	<b>59,6</b>	<b>59,6</b>

Tab. 10: Anzahl in- und ausländischer Touristen in Chiang Mai<sup>271</sup> (eigene Darstellung)

Laut dem MOTS kamen 2012 von den 2.413.000 Binnentouristen 35,7 % aus Bangkok und immerhin 17,6 % aus dem Süden Thailands.<sup>272</sup> Die Umfragewerte der vorliegenden Arbeit zur Herkunft der inländischen Touristen in Chiang Mai weisen für Bangkok 72,9 % und für bis zu 300 km südlich von Bangkok gelegene Provinzen 8,3 % auf. Aus weit entfernten Gebieten, wie der südlichen Golfküste und Phuket, kamen immerhin 6,3 % und aus den nordöstlichen Provinzen 3,1 %. Die Touristen aus den Nachbarprovinzen umfassten 9,4 %.

<sup>271</sup> Vgl. Ministry of Tourism and Sports 2015

<sup>272</sup> Vgl. ebenda



**Abb. 30: Herkunft der thailändischen Touristen in Chiang Mai (eigene Darstellung)**

Somit ist festzustellen, dass die Hauptstadt mit ihren vielfältigen Arbeitsmöglichkeiten und höherem Einkommensniveau die Triebfeder für den Binnentourismus darstellt. Diese Zahlen entsprechen, allerdings mit Einschränkungen, denen aus der Befragung in Hua Hin, jedoch ist in Chiang Mai der Prozentanteil der Touristen aus Bangkok wesentlich höher. Dies liegt wahrscheinlich auch an den in Chiang Mai niedrigeren Preisen für Hotels und Restaurants bzw. an den vielfältigeren Attraktionen, die Chiang Mai im Vergleich zu Hua Hin zu bieten hat.

43,2 % reisten mit dem Auto an, 19,9% mit dem Bus, 18,9 % mit dem Flugzeug und 17,8 % mit der Bahn.<sup>273</sup> Aus der offiziellen Statistik geht jedoch nicht hervor, von welchem Landesteil die Touristen mit welchem Verkehrsmittel anreisen. Bereits aus Bangkok nimmt eine Anreise mit dem Auto oder der Bahn beinahe einen ganzen Tag in Anspruch. Somit erscheint eine Anreise mit dem Flugzeug, insbesondere aus den südlichen Landesteilen, wahrscheinlich, zumal auch die Flugpreise für die mittlere Einkommensschicht erschwinglich sind und es im Süden immerhin fünf Flughäfen gibt, die Chiang Mai direkt bedienen (Phuket, Koh Samui, Krabi, Surat Thani und Hat Yai). Auch die Umfrage ergab, dass aus Bangkok immerhin 66,2 % und alle Befragten aus den südlichen Landesteilen mit dem Flugzeug angereist waren. Die erfolgreiche Preispolitik der regionalen Billigfluggesellschaften bildet sich in diesen Zahlen ab.

<sup>273</sup> Vgl. Ministry of Tourism and Sports 2015

Laut offizieller Statistik blieben die Thais im Jahr 2011 durchschnittlich 3,44 Tage in Chiang Mai (2012: 3,27), im Gegensatz zu den Ausländern, die 3,01 Tage (2011) bzw. 3,61 Tage (2012) hier verbrachten.<sup>274</sup> Diese durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Thais entspricht auch ungefähr den vorliegenden Umfragewerten, zumindest für die nördlichen Regionen und die Nachbarprovinzen. Auch die Probanden aus Bangkok und den südlichen Nachbarprovinzen verbrachten im Januar 2015 durchschnittlich 3,34 Nächte in Chiang Mai, die Probanden aus dem Süden blieben dagegen durchschnittlich sogar 4,80 Nächte. Dies mag im Vergleich zu Hua Hin an der weiten und dadurch auch etwas teuren Anreise liegen oder auch daran, dass Chiang Mai vielfältigere Möglichkeiten nicht nur zur Erholung, sondern auch zum Besichtigen bietet.

Daten für die jahreszeitliche Verteilung der Touristen in Chiang Mai sind nur für 2007 erhältlich. Wie aus nachfolgender Tabelle ersichtlich wird, lag die Hauptreisezeit für Thais 2007 in Chiang Mai in den Monaten Oktober bis Dezember. Dann nämlich ist die Regenzeit vorüber, während es im Süden noch heiß bleibt, so dass man gerne in den kühleren Norden ausweicht. Auch sind im Oktober in Thailand zwei Wochen lang Schulferien und darüber hinaus fiel nach dem buddhistischen Kalender das *Loy-Krathong*-Fest, das Lichterfest, das besonders in der Provinz Chiang Mai gefeiert wird und dort mit einem offiziellen Feiertag verbunden ist, 2007 in den Monat Oktober. Dass die Zahl der Ausländer im Zeitraum Oktober bis März ansteigt, ist mit der kühlen Jahreszeit in den Industriestaaten der Nordhemisphäre zu erklären, für die dann die Hauptreisezeit für Thailand und Südostasien beginnt.

	<b>Thais</b>	<b>Ausländer</b>
<b>Januar - März</b>	732.257	492.530
<b>April – Juni</b>	468.004	289.274
<b>Juli – September</b>	485.149	352.821
<b>Oktober – Dezember</b>	912.631	449.212

**Tab. 11: Anzahl in- und ausländischer Touristen in Chiang Mai 2007 nach jahreszeitlicher Verteilung<sup>275</sup> (eigene Darstellung)**

<sup>274</sup> Vgl. Ministry of Tourism and Sports 2015

<sup>275</sup> Vgl. ebenda

## 10.5. Auswirkungen des Binnentourismus auf Chiang Mai

Abgesehen von zahlreichen Unterkunftsmöglichkeiten jeder Preisklasse in Chiang Mai und Umgebung konnte kein direkter oder ausschließlicher Einfluss des Binnentourismus auf das Stadtbild festgestellt werden. Die Apartmenthäuser, die das Stadtbild Hua Hins prägen, fehlen hier größtenteils. Zwar findet man am Stadtrand einige Siedlungen mit Apartmenthäusern, jedoch sind diese 18.640 Wohneinheiten meist von Studenten bewohnt. Chiang Mai hat zehn Universitäten mit insgesamt ca. 100.000 Studenten.<sup>276</sup>

Wie auf dem Stadtplan (Abb. 31, S. 121) zu erkennen ist, wird die Altstadt als quadratische Fläche mit zwei Kilometer Seitenlänge noch heute von einem Wassergraben umgeben, der sich ehemals vor einer Stadtmauer befand, die heute nur noch in geringen Resten vorhanden ist. In der Altstadt befanden sich noch vor 50 Jahren zahlreiche traditionelle Holzhäuser. Heute prägen breite Straßen, aber auch schmale Gässchen, Tempel aus Teakholz mit ihren vielfältigen Schnitzereien und die goldenen Dächer der Chedis (Teile einer buddhistischen Tempelanlage, z.B. Stupa) das Stadtbild.



Abb. 31: Stadtplan Chiang Mai<sup>277</sup>

<sup>276</sup> Vgl. Chiang Mai Municipality 2015

<sup>277</sup> Stadtplan Chiang Mai

Der Ping-Fluss, umgangssprachlich Mae (= deutsch ‚Mutter‘) Ping genannt, verläuft in ca. 1 km Entfernung östlich des Wassergrabens. Zwischen der Altstadt und dem Ping wird das Netz der Gassen von breiten Hauptverkehrsstraßen durchzogen. Hier im Westen der Altstadt, nahe dem Fluss und dem Nachtbazar, konzentrieren sich die großen Hotels. Auch westlich der Altstadt, entlang der Huai Kaew Road Richtung Doi Suthep und um den Flughafen, haben sich Hotels und Einkaufszentren angesiedelt.

Auffällig ist die Entwicklung der Einwohnerzahl Chiang Mais. Bis 1997 war ein stetiges Wachstum zu verzeichnen. 1972 hatte die Stadt 93.353 Einwohner und wuchs bis 1997 auf eine Bevölkerung von 189.895, also auf etwas mehr als das Doppelte an. Seit 1997 jedoch ist eine stete Abnahme zu verzeichnen, so dass im Dezember 2014 die Zahl der Einwohner nur noch 132.634 betrug,<sup>278</sup> Chiang Mai somit innerhalb von 17 Jahren eine Abnahme um ca. 30 % erfahren hatte. Allein von 1997 bis 1998 schrumpfte die Bevölkerung um 9,9 %. Auskunft über die Ursache konnten weder die Stadtverwaltung noch die TAT geben, so dass hierüber lediglich Vermutungen angestellt werden können. Wenn man davon ausgeht, dass sich Thailand im Juli 1997 vom US-Dollar abkoppelte und dadurch die thailändische Währung um 18 % abstürzte, was allgemein einer der Auslöser der asiatischen Wirtschaftskrise war, so hatte dies einen Anstieg der Arbeitslosenzahlen und starke Realeinkommenseinbußen zur Folge. Firmen, einschließlich großer Konzerne, waren in Insolvenz gegangen. Vor diesem Hintergrund kann nicht nur mit weniger Reisen von Thais in das nunmehr teurere Ausland, sondern auch mit einem Rückgang des Binnentourismus gerechnet werden. Aus Mangel an Arbeitsplätzen, speziell in dieser eher ländlichen Region, kam es zu einer Abwanderung der Bevölkerung nach Bangkok bzw. zurück in die Dörfer.

Ein möglicher Grund für die Rückkehr der Bewohner Chiang Mais in ihre Dörfer könnte auch das seit 1997 in der Provinz bestehende Programm zur Einführung nachhaltiger Landnutzungssysteme sein, das, wie Knüpfer schreibt, u.a. versucht, die Bauern zu überzeugen, das System der *shifting cultivation* mit vorrangig Mais- und Bergreisbau aufzugeben und stattdessen Dauerkulturen mit Obst, Tee und Nassreisterrassen anzulegen.

---

<sup>278</sup> Vgl. Chiang Mai Municipality 2015

Darüber hinaus werden die Wiederaufforstung und der Erosionsschutz gefördert.<sup>279</sup>  
Diese Maßnahmen stellen sicherlich eine Verbesserung der finanziellen Situation und damit auch der Lebensqualität der Dorfbewohner dar.

---

<sup>279</sup> Vgl. Knüpfer 2001, S. 12

## 11. Zusammenfassung

Der Binnentourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern wurde bislang in der wissenschaftlichen Forschung - insbesondere hinsichtlich einer verlässlichen Datenerfassung - vernachlässigt. Als Grund hierfür ist in erster Linie die postkolonial geprägte Denkweise anzuführen, die der Vorstellung, dass auch Bewohner eines Entwicklungs- und Schwellenlandes verreisen, widerspricht, denn die subtilen Machtverhältnisse zwischen dem zivilisierten Europa und dem „primitiven“ Rest der Welt werden noch immer – zumindest in den Denkweisen – aufrechterhalten. So wurden bisher in diesen Ländern hauptsächlich Daten zum Auslandstourismus erhoben bzw. es existieren keine einheitlichen Definitionen für die Datenerfassung des Binnentourismus.

Das Ziel dieser Arbeit war es den Binnentourismus in den ASEAN-Staaten anhand von vorhandenen statistischen Daten zu untersuchen. Darüber hinaus wurde die Datenerhebung gezielt für Thailand durch Befragungen thailändischer Binnentouristen ausgeweitet, um die vorhandenen statistischen Daten zu ergänzen und zu verifizieren. Hierbei wurde besonderes Augenmerk darauf gelegt, in wieweit der Binnentourismus in diesen Ländern wahrgenommen wird, welche Bevölkerungsgruppen sich daran beteiligen, welche Interessen sie dabei verfolgen und welche Auswirkungen der Binnentourismus in physiognomischer und sozio-kultureller Hinsicht mit sich bringt.

Diese Arbeit stellte in einem ersten Schritt die Vor- und Nachteile des Binnentourismus, weitgehend angelehnt an die vorhandene Literatur, einander gegenüber. Dazu konnte dargelegt werden, dass die Vorteile sowohl in ökonomischer, als auch in ökologischer und sozio-kultureller Hinsicht eindeutig überwiegen und der Binnentourismus in den ASEAN-Staaten nicht nur die regionale Entwicklung fördert, sondern jeweils das gesamte Land davon profitiert, indem Investitionen, Einnahmen und Ausgaben im Land verbleiben. In sozio-kultureller Hinsicht können regionale Unterschiede in Bezug auf Religion oder Ethnizität gemildert werden, wenn Einheimische ihr Heimatland näher kennen lernen. Dies vermag nicht zuletzt auch soziale und politische Spannungen in den jeweiligen Ländern zu mildern.

Um zu erfahren, welchen Raum der Binnentourismus in den ASEAN-Staaten genau einnimmt, wurde neben der monetären Kennziffer, dem Bruttonationaleinkommen dieser Staaten, auch als soziale Kennziffer der HDI (*Human Development Index*) herangezogen, um eine Einteilung der Staaten in Entwicklungs-, Schwellen- und Industrieländer vorzunehmen, weil neben diesen beiden Kennziffern nach Stewig<sup>280</sup> die Bedeutung des Binnentourismus auch als Gradmesser für den Entwicklungsstand eines Landes herangezogen werden kann. Es ist anzunehmen, je höher der Entwicklungsstand des jeweiligen Landes eingestuft wird, desto mehr Einwohner beteiligen sich am Binnentourismus. Dies konnte für die ASEAN-Staaten bestätigt werden. So nehmen, abgesehen von den Industriestaaten Brunei und Singapur, deren Binnentourismus aufgrund ihrer Kleinflächigkeit vernachlässigbar ist, insbesondere die Einwohner der *take-off* Länder wie Malaysia, Thailand, Indonesien, die Philippinen und Vietnam, am Binnentourismus teil, während dieser in den Entwicklungsländern Laos, Kambodscha und Myanmar noch eine geringe Rolle spielt.

Vorrangiges Ziel war es herauszufinden, inwieweit in den ASEAN-Staaten unter besonderer Berücksichtigung Thailands der inländische Erholungstourismus, abgesehen von der Oberschicht, auch von Angehörigen anderer sozialen Schichten, wahrgenommen wird. Ausgehend von der königlichen Familie, nahm die thailändische Oberschicht schon seit dem Ende des 19. Jahrhunderts am Erholungstourismus im Inland teil, während die Mittel- und Unterschicht Pilgerfahrten unternahm bzw. Verwandte besuchte. Der 2016 verstorbene König Bhumibol Adulyadej trug wesentlich dazu bei, den Binnentourismus für alle Bevölkerungsschichten in seinem Land zu fördern. Er ließ die ersten Nationalparks in Thailand eröffnen und gründete die ‚70 Routen des Königs‘ (*Royal Projects*), die zu Entwicklungsprojekten in die abgelegenen Dörfer Thailands führen.

In einer Befragung an einem touristischen Hotspot in Hua Hin kristallisierte sich heraus, dass mittlerweile neben der Oberschicht die Mittelschicht, aber auch die obere Unterschicht, mit einem jährlichen Einkommen von € 3.000 bis € 6.000 am Binnentourismus in Form des Erholungstourismus teilnimmt. Diese Teilnahme ist jedoch abhängig von einer höheren Schulbildung bzw. einem Bachelorabschluss.

---

<sup>280</sup> Vgl. Stewig 1991



Darüber hinaus konnte durch die Befragung in den Städten Hua Hin und Chiang Mai festgestellt werden, dass sich der Binnentourismus in Thailand wesentlich von dem der westlichen Industrieländer unterscheidet. So verweilen Thais, wie auch Bewohner anderer südostasiatischer Staaten, durchschnittlich nur zwei bis drei Tage am Urlaubsort. Da sie vielfach im Familienverband verreisen, ziehen sie größere Unterkunftsmöglichkeiten den luxuriösen Unterkünften vor. Sie verreisen vorrangig um Spaß zu haben und weniger aus kulturellen Gründen und sie treten dabei nur selten in Kontakt mit Ausländern. Ferner wurde festgestellt, dass der getätigte persönliche Aufwand deutlich geringer ist, als in der Regel von Auslandstouristen.

Dies scheint erstaunlich, da die Thais eine multi-ethnische und auch multi-kulturelle Gesellschaft sind. Jedoch mussten sie sich im 19. Jahrhundert gegen Versuche westlicher Kolonialmächte, ihr Land zu kolonialisieren, verteidigen. Insbesondere König Rama VI. (1910 – 1925), förderte darüber hinaus den Nationalstolz der Thais, um die Souveränität des Landes zu sichern. Dieser Nationalstolz wird noch heute durch die tägliche Präsenz des Königs und das tägliche Abspielen der Nationalhymne im Fernsehen und Radio gestärkt. Dies hinterließ und hinterlässt letztlich ein tief sitzendes Misstrauen gegen alle Fremden.

Dieses Misstrauen bezieht sich zwar auf Ausländer, jedoch nicht auf die unkontrollierte Übernahme westlicher Werte und Lebensweisen, die Spaß versprechen. So werden am Wochenende gerne Westernshows oder themenbezogene Einkaufsparadiese besucht. Viele der historischen Sehenswürdigkeiten wurden in Touristenattraktionen umgewandelt, die man leicht mit Vergnügungsparks verwechseln könnte. Dieser Trend der Verwestlichung ist seit den 1990er Jahren zu verzeichnen und wurde wohl auch durch die Globalisierung verstärkt.

Auch der Binnentourismus hat neben dem Auslandstourismus Auswirkungen auf das Stadtbild, meist in Form von Apartmenthäusern, die Thais am Wochenende nutzen, wie anhand der Beispiele Hua Hin und Chiang Mai festgestellt werden konnte.

Als großes Negativum für die Nachforschung sind die unzulänglichen und uneinheitlichen Statistiken zu nennen, die von den verantwortlichen Institutionen der einzelnen Staaten an die UNWTO geliefert werden.

Um eine gesicherte Datenplattform zu bilden und damit Vergleichbarkeit zu gewährleisten, so dass verifizierte politische und ökonomische Entscheidungen getroffen werden können, aber auch um festzustellen, welchen Platz der Binnentourismus innerhalb der Wirtschaft eines Landes einnimmt, sollte noch mehr auf eine Vereinheitlichung und damit Verlässlichkeit der Daten gedrängt werden.

Dies ist auch wichtig, weil eine gezielte und effiziente regionale touristische Planung und Entscheidungen meines Erachtens nur möglich sind, wenn gesicherte Daten zum Binnentourismus nicht nur auf Landesebene, sondern auch für die einzelnen Städte, Landkreise und Provinzen erhoben werden.

Um nun mehr Menschen die Möglichkeit zu eröffnen, ihre Freizeit außerhalb der gewohnten Umgebung zu verbringen, müssen in erster Linie die sozioökonomischen Verhältnisse verbessert werden und ein Mindestlohn, der dem Preisniveau des jeweiligen Landes angepasst ist, gewährleistet sein.

Darüber hinaus ist ein Ausbau des Transportwesens und der touristischen Infrastruktur notwendig. Ein infrastruktureller Ausbau könnte die Touristen auch in weniger dichtbesiedelte Regionen locken.

Durch die Unterstützung des Tourismus innerhalb der ASEAN-Staaten, wie z.B. eine jährliche Tourismuskonferenz der Mitgliedsstaaten, könnte zukünftig auch der *regional tourism* – Reisende in und aus benachbarten Ländern<sup>281</sup> - gefördert werden.

So mögen die Erkenntnisse dieser Arbeit, die weitgehend auf der Befragung von thailändischen Binnentouristen und Hoteliers beruhen, als Grundlage für die weitere Forschung dienen und dazu beitragen, dass das noch wenig untersuchte Themenfeld des Binnentourismus in den ASEAN-Staaten weiterhin ergründet wird.

---

<sup>281</sup> Vgl. Ghimire 2001a, S. 4

### 11.1.1. Literaturverzeichnis

ADB (2015): Asean Economic Community: 12 Things to know. Hg. v. Asian Development Bank. Online verfügbar unter [www.adb.org/features/asean-economic-community-12-things-know](http://www.adb.org/features/asean-economic-community-12-things-know), zuletzt geprüft am 14.03.2016.

Amnatcharoenrit, Bamrung (2013): Most Thais prefer to travel within kingdom. In: *The Nation*, 15.02.2013.

Asamberri, Julio: Domestic Tourism in Asia. Some Ruffle and Flourish for a Neglected Relation. In: *Tourism recreation research 2004* (Vol. 29, No. 2), S. 1–11.

ASEAN-Mitgliedsstaaten. Online verfügbar unter <http://multimedia.anamai.moph.go.th/view.php?id=431>, zuletzt geprüft am 24.02.2018.

ASEAN-Staaten. Online verfügbar unter <http://aseanconsult.de/images/asean-map.jpg>, zuletzt geprüft am 25.03.2018.

Ashew, M.; Logan, W. (Hg.) (1994): Cultural Identity and urban change in Southeast Asia. Dizzy development in Hua Hin: the effects of tourism on a Thai seaside town. Unter Mitarbeit von Annette Hamilton. Deakin University. Victoria.

Asian Publication Co., Ltd. (2012): Bangkok Hospital Hua Hin.

Association of southeast Asian nations: About ASEAN. Online verfügbar unter [www.asean.org/asean/about-asean](http://www.asean.org/asean/about-asean), zuletzt geprüft am 16.02.2018.

Auswärtiges Amt Deutschland: Reise- und Sicherheitshinweise. Online verfügbar unter <https://www.auswaertiges-amt.de/de/Reiseundsicherheit/reise-und-sicherheitshinweise/uebersicht-navi>, zuletzt geprüft am 20.02.2018.

Badaruddin, Mohamed (2005): The Psychographic Analysis of Malaysian Domestic Travelers. Hg. v. TEAM Journal of Hospitality & Tourism. Penang. Online verfügbar unter [https://teamjournalht.files.wordpress.com/2013/05/vol212005-team-journal-of-hospitality\\_tourism\\_part8.pdf](https://teamjournalht.files.wordpress.com/2013/05/vol212005-team-journal-of-hospitality_tourism_part8.pdf).

Badaruddin, Mohamed; Yusnita, Yusof: Malaysian domestic Travelers: Characteristic and Behavior. Hg. v. Universiti Sains Malaysia. Online verfügbar unter [eprints.usm.my/8601/1/Malaysian\\_Domestic\\_Travelers\\_characteristic\\_and\\_Behavior\\_\(PPPB%26P\).pdf](http://eprints.usm.my/8601/1/Malaysian_Domestic_Travelers_characteristic_and_Behavior_(PPPB%26P).pdf).

Bankok Hospital Hua Hin (2012). Hg. v. Asian Publication Co., Ltd. Bangkok.

- Brazier, Chris (2008): Fliegen oder nicht fliegen. In: *Südwind* (5), S. 2–3.
- Buergin, Reiner: 'Hilltribes' und Wälder: Minderheitenpolitik und Ressourcenkonflikte in Thailand. Albert-Ludwigs-Universität. Freiburg. Online verfügbar unter [www.sefut.uni-freiburg.de/pdf/WP\\_7.pdf](http://www.sefut.uni-freiburg.de/pdf/WP_7.pdf), zuletzt geprüft am 08.08.2016.
- Business Wissen (2008): Gute Chancen für Unternehmen in südostasiatischen Ländern, zuletzt aktualisiert am 15.12.2015, zuletzt geprüft am 26.01.2018 (URL nicht mehr vorhanden).
- Chang, T. C.; Teo, Peggy; Winter, Tim (2009): *Asia on tour. Exploring the rise of Asian tourism.* Unter Mitarbeit von Evrand und Leepreecha. London: Routledge.
- Chantanusornsiri, Wichit; Ruangdit, Pradit (2013): PM vows splurge on megaprojects. Big spend aims to exit 'middle-income trap'. In: *Bangkok Post* 2013, 23.01.2013, S. 1.
- Chiang Mai Municipal Tourist Information Center (Hg.): *Chiang Mai Tourist Information.*
- Chiang Mai Municipality (Hg.) (2015).
- Chinmaneevong, Chadamas (2014): TAT aiming to woo domestic tourists. Private operators to help with marketing. In: *Bangkok Post*, 27.02.2014, S. B6.
- Citinot, Luc (2011): Thailand's recent floods helped enhance Hua Hin's profile. Hg. v. eTN (e Turbo News) Global Travel Industry News. Online verfügbar unter [www.eturbonews.com/27152/thailands-recent-floods-helped-enhance-hua-hins-profile](http://www.eturbonews.com/27152/thailands-recent-floods-helped-enhance-hua-hins-profile), zuletzt geprüft am 15.12.2015.
- Cohen, Erik (2008): *Explorations in Thai tourism. Collected case studies.* 1. Aufl. Bingley, UK: Emerald.
- Cohen, Erik (13.12.2014): *The permutations of Thai tourism.* University of Chiang Mai, Department of tourism.
- Dop, Choe (2014): *Binnentourismus in Siem Reap.* Siem Reap, 22.01.2014 an Katharina Eckinger.
- Evrard, Olivier; Leepreecha, Prasit (2009): Monks, Monarchs and Mountain Folks. In: *Critique of Anthropology* 29 (3), S. 300–323. DOI: 10.1177/0308275X09104657.
- factfish. Online verfügbar unter <http://www.factfish.com>.
- Flagge Thailand (2016). Online verfügbar unter <https://www.fundresearch.de/research/Laenderblickpunkt-Thailand.html>, zuletzt aktualisiert am 28.01.2016, zuletzt geprüft am 20.02.2018.
- Flaggenlexikon: Thailand. Online verfügbar unter <http://flaggenlexikon.de/fthai.htm>, zuletzt geprüft am 10.02.2018.

Franz, J.C: The seaside resorts of Southeast Asia. In: *Tourism recreation research* 1985 (10), S. 15–23.

Fuller, Belinda (1997): Thailand Tourism: Vision 2012. Natural Resources and Environment Program. TDRI Quarterly Review (S. 14-24). Online verfügbar unter [www.thaiscience.info/Journals/Article/TQR/10475133.pdf](http://www.thaiscience.info/Journals/Article/TQR/10475133.pdf), zuletzt geprüft am 06.02.2018.

Furtak, Florian T. (2015): Internationale Organisationen. Staatliche und nichtstaatliche Organisationen in der Weltpolitik. Wiesbaden: Springer VS (SpringerLink : Bücher).

Ghimire, Krishna B. (2001a): The Growth of National and Regional Tourism in Developing Countries: An Overview. Unter Mitarbeit von Krishna B. Ghimire.

Ghimire, Krishna B. (2001b): The native tourist. Mass tourism within developing countries. Unter Mitarbeit von Antonio C. Diegues, Mingsarn Kaosa-ard und Nina Rao. London [etc.]: Earthscan Publications.

Gunawan, Myra P. and Adriani, Yani (2013): Domestic Tourism in Indonesia. In: UNWTO (Hg.): Domestic Tourism in Asia and the Pacific. Madrid.

Harrison, David: Tourism to less developed countries: the social consequences. In: David Harrison (Hg.): Tourism and the less developed countries, S. 19–34.

Heim, Peter: Prostitution in Thailand und 3.Welt-Ländern. Hg. v. Thailand Informationen. Online verfügbar unter [www.kohchangvr.de/thailandsprostitution/sextourismusthailands.htm](http://www.kohchangvr.de/thailandsprostitution/sextourismusthailands.htm), zuletzt geprüft am 26.01.2018.

Hitchcock, Michael: Tourism and economic development in ASEAN. Unter Mitarbeit von John Walton. In: Peggy Teo (Hg.): Interconnected Worlds. Tourism in South-East Asia. Unter Mitarbeit von Erik Cohen, S. 214–233.

Hitchcock, Michael; King, Victor T.; Parnwell, Mike (1993): Tourism in South-East Asia. London,, New York: Routledge.

Hohnholz, Jürgen (2003): Studium Generale - Thailand. Ressourcen - Strukturen - Entwicklungen eines tropischen Schwellenlandes. Unter Mitarbeit von Dieter Tourismus Thailand Gegenwärtige Bedeutung historische Entwicklung räumliche Verbreitung S. 168-215 in Uthoff. Tübingen: Selbstverlag des Geographischen Instituts der Universität.

Hotelverband Deutschland (IHA) (2015): Mehrwertsteuer. Endlich fair und gerecht. Hg. v. Hotelverband Deutschland (IHA). Online verfügbar unter [www.ih-service.de/mehrwertsteuer](http://www.ih-service.de/mehrwertsteuer), zuletzt aktualisiert am 04.02.2016, zuletzt geprüft am 08.02.2018.

Hua Hin Municipality (Hg.) (2013).

Hua Hin Today (2016). In: *Hua Hin Today*, Februar 2016.

Indonesia's Official Tourism Website (2014): Indonesia's surging Domestic Tourists pick Top Ten Destinations in 2014. Online verfügbar unter <https://www.eturbonews.com/80564/indonesia-s-domestic-tourists-pick-top-ten-destinations-2014>, zuletzt geprüft am 06.02.2018.

Jafari, Jafar (1986): On Domestic Tourism. In: *Annals of Tourism Research* 13 (3), S. 491–496.

Jan (2011): Bangkok Top Travel Destination For Thai Domestic Travel 2010, 07.08.2011. Online verfügbar unter [pattayadailynews.com/bangkok-top-travel-destination-for-thai-domestic-travel-2010/](http://pattayadailynews.com/bangkok-top-travel-destination-for-thai-domestic-travel-2010/), zuletzt geprüft am 06.02.2018.

Kaosa-ard, M.; Bezic, D.; White, S. (2001): Domestic Tourism in Thailand: Supply and Demand. Unter Mitarbeit von K. The Native Tourist in: Ghimire.

Karte der geographischen Regionen Thailands. Online verfügbar unter <https://www.weltkarte.com/asien/thailand/karte-thailand-regionen.htm>, zuletzt geprüft am 11.02.018.

Karte der südlichen Provinzen Thailands: mapsofworld. Online verfügbar unter <https://www.mapsofworld.com/thailand/thailand-political-map.html>, zuletzt geprüft am 12.02.2018.

Katharangsiporn, Kanana (2014): Low-rise strategy at Thanapat. It's a buyers' market in Hua Hin. In: *Bangkok Post*, 27.03.2014, S. B2.

Khun Poom (2013): Internal Tourism, 12.01.2013 an Katharina Eckinger.

Khun Somsak (2012): Thailand - Geographie des Landes. Online verfügbar unter [www.thailandaktuell.com/927/thailand-geographie-des-landes/](http://www.thailandaktuell.com/927/thailand-geographie-des-landes/).

King, Victor T.; Parnwell, Michael J.G (2011): World Heritage Sites and domestic tourism in Thailand. Social change and management implicatioons. In: *South East Asia Research* (19), S. 381–421.

knoema: Bruttonationaleinkommen. Online verfügbar unter [knoema.de/atlas/.../topics/Wirtschaft/Volkswirtschaftliche-Gesamtrrechnung-Bruttonationaleinkommen/BNE-pro-Kopf-US-Dollar](http://knoema.de/atlas/.../topics/Wirtschaft/Volkswirtschaftliche-Gesamtrrechnung-Bruttonationaleinkommen/BNE-pro-Kopf-US-Dollar).

Knüpfer, Judith (2001): Landnutzungsentscheidungen ethnischer Minderheiten im Kontext der institutionellen Rahmenbedingungen Nordthailands. Universität Hohenheim. Online verfügbar unter <https://entwicklungspolitik.uni-hohenheim.de>, zuletzt geprüft am 02.02.2015.

Kontogeourgopoulos, Nick: Sustainable Tourism or Sustainable Development? Financial Crisis, Ecotourism, and the 'Amazing Thailand' Campaign. In: *Current Issues in Tourism* 1999 (2), S. 316–332.

Kortländer, Kristina (2000): Das Land des Lächelns. Thailand als Mythos in Reisekatalogen. Münster, Hamburg, London: Lit.

Krüger, Ce-eff (2012). Der Farang. Online verfügbar unter [der-farang.com/de/pages/kinderarbeit-in-thailand](http://der-farang.com/de/pages/kinderarbeit-in-thailand), zuletzt geprüft am 30.01.2016.

Länder Lexikon: Indonesien (Geographie). Online verfügbar unter [www.laenderlexikon.de/Indonesien\\_\(Geografie\)](http://www.laenderlexikon.de/Indonesien_(Geografie)).

Länder Lexikon: Vietnam (Geografie). Online verfügbar unter [www.laenderlexikon.de/Vietnam\\_\(Geografie\)](http://www.laenderlexikon.de/Vietnam_(Geografie)).

Leonhard, Christoph (2013): Reiseverhalten Thais, 10.03.2013 an Katharina Eckinger.

Lipp, Hans (2011): Land des Lächelns in der Krise. Thailands Tourismus am Scheideweg. In: *südostasien* (1), S. 34–36.

Margara, Andreass (2016): Vietnam Reloaded: Tourismus auf den Spuren des Krieges. In: *Geographische Rundschau* (2), S. 40–45.

Mercer Insights (Juli/August 2014): Who Gets The Most Time Off, By Law? Mercer Consulting Unternehmen. Online verfügbar unter [www.mercer.com/insight/view/2014/who-gets-the-most-time-off-by-law.html](http://www.mercer.com/insight/view/2014/who-gets-the-most-time-off-by-law.html), zuletzt geprüft am 04.02.2016.

Ministry of Tourism and Sports (2015): Tourism Statistics in Provinces. Online verfügbar unter [www.tourism.go.th/home/details/11/221/620](http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/620), zuletzt aktualisiert am 23.02.2015, zuletzt geprüft am 22.02.2018 (URL nicht mehr vorhanden).

Oppermann, Martin und Chon, Kaye (1997): *Tourism in Developing Countries*. Boston: International Thomson Business Press.

PayScale (2015). Online verfügbar unter [www.payscale.com/research/TH/Country=Thailand/Salary](http://www.payscale.com/research/TH/Country=Thailand/Salary), zuletzt aktualisiert am 15.12.2015, zuletzt geprüft am 10.02.2018.

Peleggi, Maurizio (1996): National heritage and global tourism in Thailand. In: *Annals of Tourism Research* (Vol. 23, No. 2), S. 432–448.

Physische Karte Indonesien. Online verfügbar unter [www.mapsofworld.com/indonesia](http://www.mapsofworld.com/indonesia), zuletzt geprüft am 18.02.2018.

Physische Karte Philippinen. Online verfügbar unter <https://www.mapsofworld/physical-map/philippines.html>, zuletzt geprüft am 06.02.2018.

Pichaya, Svasti (2011): Hua Hin's tourism is over 70 % domestic. In: *Bangkok Post*, 15.09.2011.

Pleumarom, A.: Course and effects - Golf tourism in Thailand. In: *The ecologist* 1992 (22), S. 104–110.

Railway Hotel 1927. Online verfügbar unter <https://famoushotels.org/hotels/sofitel-centara-railway-hotel-hua-hin>, zuletzt geprüft am 08.02.2018.

Reliefkarte Malaysia: [weltkarte.com](http://weltkarte.com).

Reliefkarte Vietnam: [weltkarte.com](http://weltkarte.com). Online verfügbar unter <https://www.weltkarte.com/asien/landkarten-vietnam-weitere-karten/landkarten-vietnam-reliefkarte.htm>, zuletzt geprüft am 19.02.2019.

Renard, Ronald D. (1999): The image of Chiang Mai: the making of a beautiful city. In: *Journal of Siam society* 87.1&2, S. 87–98.

Reuber, Paul (2003): Probleme des Tourismus in Thailand. In: *Geographische Rundschau* 55 (3), S. 14–19.

Reuber, Paul; Pfaffenbach, Carmella (2005): Methoden der empirischen Humangeographie. Beobachtung und Befragung. Das geographische Seminar. Braunschweig: Westermann Verlag.

Richter, Linda K. (1989): *The Poitics of Tourism in Asia*. Honolulu.

Rojanawisut, Supinda (29.01.2014): Recycling im Hotel Amari. Interview mit Supinda Rojanawisut. Hua Hin.

Ruijs, Arnold (2113): Bautätigkeit in Hua Hin. Hua Hin, 11.03.2113 an Katharina Eckinger.

Said, Edward W. (2003): *Orientalism*. London: Penguin (Penguin classics).

Singh, Shalini (2011): *Domestic tourism in Asia. Diversity and divergence*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.

Spörel, U. (1998): Die amtliche deutsche Tourismusstatistik. In: Günther Haedrich (Hg.): *Tourismus-Management. Tourismus-Marketing und Fremdenverkehrsplanung*. 3., völlig neu bearb. und wesentlich erw. Aufl. Berlin: de Gruyter, S. 127–144.

Sri Lanka Tourism Development Authority (2013): *Promoting Domestic Tourism*. Online verfügbar unter [www.sltda.lk/domestic\\_tourism](http://www.sltda.lk/domestic_tourism), zuletzt geprüft am 04.02.2018.



Sritama, Suchat (2011): Domestic tourism expected to see year-end spike. In: *The Nation* 2011, 30.08.2011.

Stadtplan Chiang Mai. Online verfügbar unter <http://www.orangesmile.com/travelguide/chiang-mai/high-resolution-maps.htm>, zuletzt geprüft am 19.02.2018.

Stadtplan Hua Hin aktuell. Online verfügbar unter [http://www.orangesmile.com/common/img\\_city\\_maps/hua-hin-map-0.jpg](http://www.orangesmile.com/common/img_city_maps/hua-hin-map-0.jpg), zuletzt geprüft am 12.02.2018.

Statistisches Bundesamt Deutschland (2013): Genesis-online Datenbank. Online verfügbar unter [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/StatistischesJahrbuch2011.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/StatistischesJahrbuch2011.pdf?__blob=publicationFile), zuletzt aktualisiert am 05.09.2013, zuletzt geprüft am 08.02.2018.

Stewig, Reinhard (1991): Endogener Tourismus als Gradmesser des Industrialisierungsprozesses in Industrie- und Entwicklungsländern. Kiel: Im Selbstverlag des Geographischen Instituts der Universität Kiel (Kieler geographische Schriften, Bd. 81).

Teo, Peggy; Chang, T. C.; Ho, K. C. (2001): *Interconnected worlds. Tourism in Southeast Asia*. Oxford, New York: Pergamon.

Thailand Infoblog. Das Thailand Magazin (Hg.) (2011): Hochwasser in Bangkok. Online verfügbar unter [www.thailand-infoblog.de/2011/10/27hochwasser-nes-bangkok-27-10/](http://www.thailand-infoblog.de/2011/10/27hochwasser-nes-bangkok-27-10/), zuletzt aktualisiert am 29.05.2013, zuletzt geprüft am 14.02.2018 (URL nicht mehr vorhanden).

Thailand tax law revenue code (2015), 12.12.2015. e-mail. [www.thailandlawonline.com/support-at-thailandlawonline.com](http://www.thailandlawonline.com/support-at-thailandlawonline.com).

Thavarasukha, Vunsadet: *Ecotourism Case Studies in Thailand* (Chapter 27). Online verfügbar unter <https://static1.squarespace.com/static/53109b11e4b05040160f0a8f/t/54d5d496e4b0836a698c1a78/1423299734647/215041978-Ecotourism-Case-studies-Thailand.pdf>[https://www.academia.edu/23937582/Chapter\\_Twenty-seven\\_Ecotourism\\_Case\\_Studies\\_in\\_Thailand](https://www.academia.edu/23937582/Chapter_Twenty-seven_Ecotourism_Case_Studies_in_Thailand), zuletzt geprüft am 11.02.2018.

The ASEAN Seretariat (2011): *ASEAN Tourism Marketing Strategy 2012-2015*. Hg. v. Public Outreach & Civil Society Division. Online verfügbar unter [www.walterjamieson.com/resources/ASEAN%20Strategic%20plan%202011-2015.pdf](http://www.walterjamieson.com/resources/ASEAN%20Strategic%20plan%202011-2015.pdf), zuletzt geprüft am 18.12.2015.

Timothy, Dallen J.; Nyaupane, Gyan P. (2009): Cultural heritage and tourism in the developing world. A regional perspective. London, New York: Routledge (Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility).

Touch Technologies Co. LTD (Hg.) (2015): Rajabhakti Park. Bangkok.

Tourism Authority of Thailand (Hg.) (2012): Executive Summary. The 2011 Survey on Travel Behavior of Thais. Online verfügbar unter [web.nso.go.th/en/survey/data\\_survey/560212%20Travel%2011.pdf](http://web.nso.go.th/en/survey/data_survey/560212%20Travel%2011.pdf), zuletzt geprüft am 25.02.2018.

Tourism Authority of Thailand (TAT) (2010): Internal Tourism Statistics in Thailand. Online verfügbar unter [statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/thailand\\_sts03.pdf](http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/thailand_sts03.pdf), zuletzt geprüft am 28.02.2018.

Tourism Authority of Thailand (TAT) (2012): amazing Thailand. Prachuap Khiri Khan, Hua Hin. Hg. v. Tourism Authority of Thailand (TAT).

Tourism Authority of Thailand (TAT) Chiang Mai Office (Hg.): Chiang Mai. Bangkok.

Transasien: Philippinen-Geographie und Karte. Online verfügbar unter [www.transasien.org/pages/philippinen/geographie.php](http://www.transasien.org/pages/philippinen/geographie.php).

Transasien: Vietnam (Südostasien): Karte und Geographie. Online verfügbar unter [www.transasien.org/pages/vietnam/geographie.php](http://www.transasien.org/pages/vietnam/geographie.php).

U.S. Travel Association (Hg.) (2016): U.S. Travel Answer Sheet. Online verfügbar unter <https://www.ustravel.org/answersheet>.

Unique 06/2010 (Hg.) (2011): Postkoloniales Reisen. Online verfügbar unter <http://no-racism.net/article/3987/>, zuletzt geprüft am 20.03.2018.

UNWTO: Compendium of Tourism Statistics dataset. World Tourism Organization. Madrid. Online verfügbar unter <http://www.e-unwto.org/toc/unwtofb/current>, zuletzt geprüft am 02.02.2018.

UNWTO (2008): Statistics and Tourism Satellite Account. The conceptual framework for TSA - Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008). Online verfügbar unter [statistics.unwto.org/en/content/conceptual-framework-tsa-tourism-satellite-account-recommended-methodological-framework-tsar](http://statistics.unwto.org/en/content/conceptual-framework-tsa-tourism-satellite-account-recommended-methodological-framework-tsar), zuletzt geprüft am 10.02.2018.

UNWTO (Hg.) (2013a): Domestic Tourism in Asia and the Pacific. UNWTO. Madrid.

UNWTO (2013b): Methodological Notes to the Tourism Statistics Database. Online verfügbar unter <http://statistics.unwto.org/en/news/2012-06-11/methodological-notes-tourism-statistics-database>, zuletzt aktualisiert am 15.12.2015, zuletzt geprüft am 10.02.2018.

UNWTO (2014): Compendium of Tourism Statistics dataset. World Tourism Organization. Madrid. Online verfügbar unter <http://www.e-unwto.org>, zuletzt geprüft am 10.12.2014.

UNWTO Commission (2012): Reference Material 1: Initial Findings of UNWTO study on domestic tourism across Asia and the Pacific. Item 5b of the Provisional Agenda. Chiang Mai, Thailand. Online verfügbar unter [http://asiapacific.unwto.org/sites/all/files/pdf/agenda\\_item\\_5b\\_background\\_doc\\_domestic\\_tourism\\_study\\_overview.pdf](http://asiapacific.unwto.org/sites/all/files/pdf/agenda_item_5b_background_doc_domestic_tourism_study_overview.pdf), zuletzt geprüft am 19.02.2018.

UNWTO World Tourism Organization (2011): Some points on Domestic Tourism. Unter Mitarbeit von Frederic Pierret. UNWTO. Online verfügbar unter [www2.unwto.org/en/agora/some-points-domestic-tourism](http://www2.unwto.org/en/agora/some-points-domestic-tourism), zuletzt geprüft am 19.06.2013.

UNWTO World Tourism Organization (2012): Domestic Tourism Study Overview. UNWTO. Online verfügbar unter [www2.unwto.org/en/agora/domestic-tourism-study-overview](http://www2.unwto.org/en/agora/domestic-tourism-study-overview), zuletzt geprüft am 19.06.2013.

Vietnam national administration of tourism: Domestic tourists, 2007-2013. Ministry of Culture, Sports and Tourism. Online verfügbar unter [www.vietnamtourism.com/en/index.php/news/items/7638](http://www.vietnamtourism.com/en/index.php/news/items/7638).

Vorlaufer, Karl (1995): Regionale Disparitäten, Tourismus und Regionalentwicklung in Thailand. In: *Petermanns Geographische Mitteilungen* 139 (5/6), S. 353–381.

Vorlaufer, Karl (1996): Tourismus in Entwicklungsländern. Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Darmstadt.

Vorlaufer, Karl (2003): Tourismus in Entwicklungsländern. Bedeutung, Auswirkung, Tendenzen. In: *Geographische Rundschau* 55 (3), S. 4–13.

Vorlaufer, Karl (2004): Tourismus und nachhaltige Entwicklung in Thailand. In: *Thailand-Rundschau* (1), S. 5–15.

Vorlaufer, Karl; Becker-Baumann, Heike (2003): Massentourismus und Umweltbelastungen in Entwicklungsländern: Umweltbewertung und -verhalten der Thai-Bevölkerung in Tourismuszentren Südthailands. In: Christoph Becker (Hg.): *Geographie der Freizeit und des Tourismus*. München [u.a.]: Oldenbourg, S. 876–887.

Waste Disposal & the Environment. Flushing food waste through the waste water system (2013).  
In: *Approach Magazine*.

Weltbank: BNI, HDI, zuletzt geprüft am 27.03.2013.

Wikipedia: Geographie der Philippinen. Online verfügbar unter [https://de.wikipedia.org/wiki/Geographie\\_der\\_Philippinen](https://de.wikipedia.org/wiki/Geographie_der_Philippinen).

Wikipedia: List of minimum wages by country. Online verfügbar unter [https://en.wikipedia.org/wiki/list\\_of\\_minimum\\_wages\\_by\\_country](https://en.wikipedia.org/wiki/list_of_minimum_wages_by_country).

Williams, Stephen (2004): *Tourism*. Unter Mitarbeit von D. C. Gilbert. London: Routledge (Critical concepts in the social sciences), zuletzt geprüft am 26.01.2016.

Winter, Tim; Teo, Peggy; Chang, T. C. (2009): *Asia on tour. Exploring the rise of Asian tourism*. London, New York: Routledge.

Wirtschaftslexikon: ASEAN Beitrittsjahr. Online verfügbar unter [www.wirtschaftslexikon24.com](http://www.wirtschaftslexikon24.com), zuletzt geprüft am 04.02.2018.

Wirudchawong, Niti: Policy on Community Tourism Development in Thailand. Office of the Ombudsman Thailand. Online verfügbar unter [www.ritsumei.ac.jp/acd/re/k-rsc/hss/book/pdf/vol04\\_02.pdf](http://www.ritsumei.ac.jp/acd/re/k-rsc/hss/book/pdf/vol04_02.pdf), zuletzt geprüft am 16.02.2018.

Wochenblitz (2014): TAT will Inlandstourismus fördern. In: *Wochenblitz*, 05.11.2014, S. 1.

World Bank: Country and Lending Groups. Online verfügbar unter <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519>, zuletzt geprüft am 17.02.2018.

World Tourism Organization (2008): *Statistics and Tourism Satellite Account. The conceptual framework for TSA- Tourism Satellite Account*.

Worldsalaries (2005). Online verfügbar unter [www.worldsalaries.org/thailand.shtml](http://www.worldsalaries.org/thailand.shtml), zuletzt geprüft am 04.02.2018.

## Anhang

### 1a Fragebogen: Thailändische Touristen in Hua Hin (englische Version)

*UNIVERSITY OF PASSAU, GERMANY*  
*RESEARCH ABOUT DOMESTIC TOURISM IN THAILAND*

---

1. Where do you come from?			
2. Are you an individual traveler?	yes	no	
3. Do you travel in a group?	yes	no	
4. How many persons did join you?	family	relatives	friends
5. How did you get to Hua Hin?	car	taxi	train
	plane	bus	other
6. Where are you staying?			
house or condo	with friends or relatives	hotel	guesthouse
7. How long are you going to stay here?		days	
8. Why did you come to Hua Hin?	festivals	leisure	swimming
playing golf	enjoying nature	eating out	other
9. What's your level of education?			
Primary school	High school	BA	MA
10. What is your annual family net income?			
Less than 300 000 Baht	300 000 to 500 000 Baht	500 000 to 1 000 000 Baht	more than 1 000 000 Baht
11. How much money per person do you spend a day for food/drink/fun?		Baht	
12. Where do you usually have dinner during your stay here?			
cheap restaurant	expensive restaurant	market	at home
13. Which facilities do you use during your stay?			
laundry	massage	hairdresser	tailor
other (which)			
14. How often have you gone to other places than Hua Hin for vacation?			
15. Where to?			



16. How long did you stay?		days	
17. Do you get in closer contact with tourists from abroad?			
never	sometimes	often	regularly
18. Do you get in closer contact with Thai tourists?			
never	sometimes	often	regularly
19. Do you think that Thai tradition/culture is being negatively influenced by tourists from abroad?	yes	no	
20. Do you think that tourists from abroad are noisier than domestic tourists?	yes	no	
21. Do you think that tourists from abroad are not as clean as domestic tourists?	yes	no	
22. Do you agree with Hua Hin's continual construction growth?	yes	no	
why?			
23. Do you think that Hua Hin is cleaner (streets/beach/air) than your hometown?	yes	no	
24. Do you think that recycling should be introduced in Thailand?	yes	no	
why?			

## 1b Fragebogen: Thailändische Touristen in Hua Hin (thai Version)

### มหาวิทยาลัยพาสาชอ, ประเทศเยอรมันนี การวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1. ท่านเป็นคนจังหวัดอะไร?			
2. ท่านเป็นนักท่องเที่ยวอิสระหรือ?	ใช่	ไม่ใช่	
3. ท่านมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มหรือ?	ใช่	ไม่ใช่	
4. ท่านมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร?	ครอบครัว	ญาติ	เพื่อน
5. ท่านมาพักผ่อนด้วยยานพาหนะชนิดใด?	รถยนต์ส่วนตัว	แท็กซี่	รถไฟ
	เครื่องบิน	รถประจำทาง	อื่นๆ
6. ท่านพักอยู่ที่ไหน?			
บ้านพักส่วนตัวหรืออาคารชุด (คอนโด)	กับเพื่อนหรือญาติ	โรงแรม	ห้องเช่า (เกสท์เฮาส์)
7. ท่านจะพักอยู่นานเท่าไร?		(จำนวนวัน)	
8. ทำไมท่านจึงมาที่นั่น?	เทศกาล	มาพักผ่อน	มาเล่นน้ำทะเล
มาเล่นกอล์ฟ	มาเพลิดเพลินกับธรรมชาติ	มารับประทานอาหาร	อื่นๆ
9. ระดับการศึกษาของท่าน?			
ประถมศึกษา-มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
10. รายได้สุทธิของครอบครัวของท่านโดยรวมต่อปี?			
น้อยกว่า 300,000 บาท	300,000 ถึง 500,000 บาท	500,000 ถึง 1,000,000 บาท	มากกว่า 1,000,000 Baht
11. ท่านจ่ายค่าอาหาร ค่าเครื่องดื่ม และการบันเทิงเป็นเงินเท่าใดต่อวันต่อหนึ่งท่าน?		บาท	
12. ท่านมักจะไปรับประทานอาหารเมื่อเย็นที่ใดระหว่างที่พักอยู่ที่นี้?			
ร้านอาหารราคาถูก	ร้านอาหารราคาแพง	ตลาด	ที่บ้าน
13. ระหว่างที่ท่านพักอยู่ที่นี้ท่านใช้สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทใด?			
การช้อปปิ้ง	การนวด	การทำผม	การตัดเสื้อ
อื่นๆ (อื่นใดอันหนึ่ง)			



14. บ่อยครั้งแค่ไหนที่ท่านใช้วันหยุดไปเที่ยวที่อื่นมากกว่าหัวหิน?			
15. ท่านไปที่ใด?			
16. ท่านพักอยู่นานเท่าใด?		(จำนวนวัน)	
17. ท่านเคยติดต่อกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอย่างสนิทสนมหรือไม่?			
ไม่เคย	บางเวลา	บ่อยครั้ง	สม่ำเสมอ
18. ท่านเคยติดต่อกับนักท่องเที่ยวในประเทศ (นักท่องเที่ยวชาวไทย) อย่างสนิทสนมหรือไม่?			
ไม่เคย	บางเวลา	บ่อยครั้ง	สม่ำเสมอ
19. ท่านคิดว่าประเพณี/วัฒนธรรมไทยจะมีอิทธิพลเชิงลบต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือไม่?	ใช่	ไม่ใช่	
20. ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเสี่ยงดังมากกว่านักท่องเที่ยวในประเทศหรือไม่?	ใช่	ไม่ใช่	
21. ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสะอาดน้อยกว่านักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือไม่?	ใช่	ไม่ใช่	
22. ท่านเห็นด้วยกับการเจริญเติบโตของหัวหินในด้านการก่อสร้างอย่างต่อเนื่องหรือไม่?	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
เพราะเหตุใด			
23. ท่านคิดว่าถนนหนทาง ชายทะเล ภูมิอากาศ ที่หัวหินสะอาดกว่าบ้านเมืองที่ท่านอยู่หรือไม่?	ใช่	ไม่ใช่	
24. ท่านคิดว่า ในประเทศไทยควรมีการแนะนำหรือไม่ ในเรื่องการนำสิ่งที่ใช้แล้วมาหมุนเวียนผลิตใหม่เพื่อให้ใช้ประโยชน์ได้อีก หรือที่เรียกว่า ระบบรีไซเคิล?	ควร	ไม่ควร	
เพราะเหตุใด			

## 2a Fragebogen: Hotels in Hua Hin (englische Version)

*UNIVERSITY OF PASSAU, GERMANY*  
*RESEARCH ABOUT DOMESTIC TOURISM IN THAILAND*

1. Name of hotel			
2. How many rooms are there?			
3. Room rates per night:	Baht	Baht	Baht
high season			
low season			
4. Is there a pool?	yes	no	
5. Who runs the hotel?			
Thai owner			
owner from abroad			
Thai company			
company from abroad			
Other			
6. What is the relation of tourists from abroad to domestic tourists (in percent)?	%	to	%
7. In which months do Thai tourists mostly come?			
8. In which months do tourists from abroad mostly come?			
9. How do most guests from Thailand book the hotel?	internet	agency	telephone
10. How many days do tourists from abroad / from Thailand stay on average (in days)?	from abroad days	from Thailand days	
11. Do you think that tourists from abroad are noisier than domestic tourists?	yes	no	I don't know
12. Do you think that tourists from abroad are not as clean as domestic tourists?	yes	no	I don't know
13. Where does the management in the hotel come from?			
What percentage speaks another language than Thai?	%		
14. Where does the workforce in the hotel come from?			
What percentage speaks another language than Thai?	%		
15. Do you agree with Hua Hin's continual growth?	yes	no	
Why?			
16. Do you think that recycling should be introduced in Thailand?	yes	no	
Why?			

## 2b Fragebogen: Hotels in Hua Hin (thai Version)

มหาวิทยาลัยพาสาขอ, ประเทศเยอรมันนี  
การวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1. ชื่อโรงแรม			
2. มีห้องพักรวมจำนวนเท่าไร?			
3. อัตราค่านั่งประมาณเค็นละเท่าไร?	บาท	บาท	บาท
ฤดูท่องเที่ยว/ไฮซีซั่น			
ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว/โลว์ซีซั่น			
4. มีสระว่ายน้ำหรือไม่?	มี	ไม่มี	
5. ใครเป็นผู้บริหารโรงแรม?			
เจ้าของคนไทย			
เจ้าของจากต่างประเทศ			
บริษัทที่ถูกบริหารโดยคนไทย			
บริษัทที่ถูกบริหารโดยชาวต่างประเทศ			
อื่นๆ			
6. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยที่มาพักที่โรงแรมคิดเป็นอัตราร้อยละเท่าใด? (ก็เปอร์เซ็นต์)	%	ถึง	%
7. ในเดือนใดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมมากที่สุด?			
8. ในเดือนใดที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมมากที่สุด?			
9. แขกชาวไทยที่มาพักจองที่พักที่โรงแรมด้วยวิธีใด?	อินเทอร์เน็ต	เอเจนซี่	โทรศัพท์
10. ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยมาพักที่โรงแรม?	นักท่องเที่ยวต่างชาติ..... .....วัน	นักท่องเที่ยวชาวไทย .....วัน	
11. ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่งเสริมสิ่งดังมากกว่านักท่องเที่ยวไทยในประเทศหรือไม่?	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ทราบ
12. ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสะอาดน้อยกว่านักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือไม่?	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ทราบ
13. ผู้บริหารโรงแรมเป็นชาวอะไร?			
ผู้บริหารพูดภาษาอื่น (มากกว่าภาษาไทย) คิดเป็นอัตราร้อยละเท่าไร? (ก็เปอร์เซ็นต์)	%		
14. พนักงานในโรงแรมเป็นชาวอะไร?			
พนักงานพูดภาษาอื่น (มากกว่าภาษาไทย) คิดเป็นอัตราร้อยละเท่าไร? (ก็เปอร์เซ็นต์)	%		
15. คุณเห็นด้วยกับการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของหัวหน้าหรือไม่?	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
เพราะเหตุใด?			
16. ท่านคิดว่า ในประเทศไทยควรมีการแนะนำหรือไม่ในเรื่องการปาสั่งที่ใช้แล้วมาหมุนเวียนผลิตใหม่เพื่อใช้ประโยชน์ได้อีก หรือที่เรียกว่าระบบรีไซเคิล?	ควร	ไม่ควร	
เพราะเหตุใด?			

### 3a Fragebogen: Thailändische Touristen in Chiang Mai (englische Version)

*UNIVERSITY OF PASSAU, GERMANY*

*RESEARCH ABOUT DOMESTIC TOURISM IN THAILAND*

1. Where do you come from?				
2. How many persons are in your travel group?		female	male	I'm alone
3. How many persons are ....		family	relatives	friends
4. How old are you?		years		
5. How did you get to Chiang Mai?		car	train	plane
			bus	other
6. Where are you staying?				
house or condo		with friends or relatives	hotel	guesthouse
7. How long are you going to stay here?		nights		
8. Why did you come to Chiang Mai?		festivals	leisure	pilgrimage
visiting friends/relatives		enjoying nature	sightseeing	climate
9. What's your level of education?				
Primary school		High school	Bachelor	Master
10. What is your annual family net income?				
less than 200 000 Baht	200 000 to 300 000 Baht	300 000 to 500 000 Baht	500 000 to 1 000 000 Baht	more than 1 000 000 Baht
11. How much money per person do you spend here a day for food/drink/fun?			Baht	
12. Where do you usually have dinner during your stay here?				
cheap restaurant		expensive restaurant	market/food stall	at home
13. Which facilities do you use during your stay?				
laundry		massage	hairdresser	tailor
14. Which other places did you visit for vacation?				
15. How long did you usually stay there?			nights	
16. Do you get in closer contact with tourists from abroad?				
never		sometimes	often	regularly
17. Do you get in closer contact with Thai tourists?				
never		sometimes	often	regularly

### 3b Fragebogen: Thailändische Touristen in Chiang Mai (thai Version)

มหาวิทยาลัยพะเยา ประเทศไทย

การวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1. ท่านมาจากจังหวัดอะไร?			
2. ในกลุ่มของท่านมีนักท่องเที่ยวกี่คน?	หญิง	ชาย	มาคนเดียว
3. มีกี่ท่านที่เป็น...	ครอบครัว	ญาติ	เพื่อน
4. ท่านอายุเท่าไร?	ปี		
5. ท่านมาจังหวัดเชียงใหม่อย่างไร?	รถยนต์	รถไฟ	เครื่องบิน
		รถประจำทาง	อื่นๆ
6. ท่านพักอยู่ที่ไหน?			
บ้าน หรือ คอนโด	กับเพื่อนหรือญาติ	โรงแรม	ห้องเช่า(เกสท์เฮาส์)
7. ท่านจะพักอยู่นานแค่ไหน?	คืน		
8. ท่านมาเชียงใหม่ทำไม?	งานเทศกาล	พักผ่อน	แสวงบุญ
เยี่ยมเพื่อน/ญาติ	เที่ยวชมธรรมชาติ	ชมเมือง	อากาศดี
9. ระดับการศึกษาของท่าน?			
ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
10. ครอบครัวของท่านมีรายได้สุทธิต่อปีเท่าไร?			
น้อยกว่า 200 000 บาท	200 000 ถึง 300 000 บาท	300 000 ถึง 500 000 บาท	500 000 ถึง 1 000 000 บาท
11. ท่านมีค่าใช้จ่ายต่อคนวันละเท่าไรสำหรับค่าอาหาร/ค่าเครื่องดื่ม/บั้นเทิง?		บาท	
12. ท่านมักจะไปรับประทานอาหารมื้อเย็นที่ไหนระหว่างที่พักอยู่ที่นี้?			
ร้านอาหารราคาถูก	ร้านอาหารราคาแพง	ศูนย์การค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต	ที่บ้าน
13. สถานบริการใดที่ท่านใช้บริการในช่วงที่พักอยู่ที่นี้?			
ร้านซักรีด	บริการนวด	ร้านทำผม	ร้านตัดเสื้อผ้า
14. ท่านไปเที่ยวที่ไหนอีกในช่วงวันหยุด?			
15. ปกติท่านจะพักอยู่ที่นั่นนานแค่ไหน?		คืน	
16. ท่านได้พูดคุยใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบ้างหรือไม่?			
ไม่เคย	บางครั้ง	บ่อยๆ	เป็นประจำ
17. ท่านได้พูดคุยใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวชาวไทยบ้างหรือไม่?			
ไม่เคย	บางครั้ง	บ่อยๆ	เป็นประจำ

**4a Fragebogen: Thailändische Touristen am Cicada Markt in Hua Hin  
(englische Version)**

*UNIVERSITY OF PASSAU, GERMANY*  
*RESEARCH ABOUT DOMESTIC TOURISM IN THAILAND*

1. Where do you come from?				
2. How old are you?		ปี		
3. Where are you staying?				
house or condo		with friends or relatives	hotel	guesthouse
4. How long are you going to stay here?		nights		
5. What's your level of education?				
Primary school		High school	Bachelor	Master
6. What is your job?				
7. What is your monthly family net income?				
less than 10 000 BHT	10 001 ถึง 20 000 BHT	20 001 - 40 000 BHT	40 001 -- 80 000 BHT	more than 80 001 BHT

**4b Fragebogen: Thailändische Touristen am Cicada Markt in Hua Hin  
(thai Version)**

มหาวิทยาลัยพาสซอ ประเทศเยอรมันนี

งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1. ท่านมาจากจังหวัดอะไร?				
2. ท่านอายุเท่าไร?		ปี		
3. ท่านพักอยู่ที่ไหน?				
บ้าน หรือ คอนโด		กับเพื่อน หรือญาติ	โรงแรม	ห้องเช่า(เก สท์เฮาส์)
4. ท่านจะพักอยู่นานแค่ไหน?		คืน		
5. ระดับการศึกษาของท่าน?				
ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา	ปริญญา ตรี	ปริญญาโท
6. คุณทำงานอะไร?				
7. ครอบครัวของคุณมีรายได้สุทธิเดือนละเท่า ไหร่?				
น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001 ถึง 20,000 บาท	20,001 ถึง 40,000 บาท	40,001 ถึง 80,000 บาท	มากกว่า 80,001 บาท

**Versicherung (gem. § 7 Abs. 2 Buchst. g PromO):**

Ich versichere hiermit,

- dass ich die Dissertation selbständig angefertigt, außer den im Schriftenverzeichnis sowie den Anmerkungen genannten Hilfsmitteln keine weiteren benützt und die Herkunft der Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus anderen Werken übernommen sind, bezeichnet habe,
  
- dass die Dissertation nicht bereits in derselben oder einer ähnlichen Fassung an einer anderen Fakultät oder einem anderen Fachbereich zur Erlangung eines akademischen Grades eingereicht wurde,
  
- dass ich nicht schon an einer anderen Hochschule der Bundesrepublik den philosophischen Doktorgrad erworben oder den Erwerb dieses Grades erfolglos versucht habe.

(Unterschrift)