



Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde
Fachbereich Nachhaltige Wirtschaft
Studiengang Nachhaltiges Tourismusmanagement
Prof. Dr. C. Brözel

Exposé zur Masterarbeit

Name: Annette Heger
Matrikelnummer: 14209557

Eingereicht bei Frau Prof. Dr. Brözel am 15.01.2018, überarbeitet am 16.08.2018

Zweite Betreuung:
Herr Florian Komm, Diplomkaufmann (FH)
E-Mail: komm@entrepreneurship.de

Ausgangslage/Problemstellung

Wer zwischen Herbst und Frühling in den Nordwesten der Iberischen Halbinsel reist, wird staunen: Statt des für Europas kalte Jahreszeit charakteristischen tristen Einheitsgraus, werden Besucher von den weiß über rot bis grellpinken Kamelienblüten überrascht. Die aus Asien stammende Pflanzenart hat seit ca. 200 Jahren Dank des milden, regenreichen Atlantikklimas und den typisch sauren Böden in Galicien ein neues Zuhause gefunden.

Die Kamelie als Zierpflanze (v.a. die Arten *Camellia japonica* und *C. reticulata*) ist nicht nur überall in Parks und Gärten sichtbar, sondern wird auch als regionales Symbol touristisch genutzt. Die spanische Kameliengesellschaft hat ihren Sitz in Galicien; zum Thema „Kamelie“ gibt es im Laufe von Winter und Frühjahr rund 30 Veranstaltungen in Galicien; die größte ist der seit über 50 Jahren jährlich stattfindende Internationale Kamelien-Kongress mit Zucht Wettbewerb und Ausstellungen.

Die DMO verwaltet und bewirbt das touristische Produkt der Kamelien-Route; einige Tourismusakteure auf der Route, meist Herrenhäuser mit Kamelien-Privatparks, bieten mittlerweile auch Kosmetikprodukte (die auf dem Öl der *Camellia oleifera* basieren) an.

Dass auch die Teepflanze, deren verarbeitete Blätter die Basis aller Teesorten der Welt sind, eine Kamelie ist (*Camellia sinensis*), ist allerdings kaum bekannt.

Arbeitshypothesen zum jetzigen Zeitpunkt (basierend auf Erfahrungen und Eindrücken, die während des Projektpraktikums im Frühling-Sommer 2017 vor Ort in Galicien auf der ersten kommerziellen Teeplantage gewonnen wurden) sind folgende:

- Da Kamelien (und damit Tee) nur in Galicien gedeihen, könnte durch das Produkt Tee-Kamelie dem kulinarischen Angebot der Destination ein innovatives USP hinzugefügt werden.
- Entsprechende Publikationen der DMO zeigen, dass das Potenzial des Food-Tourismus als eigenständiges Produkt erkannt wurde.
- Da Tee-Tourismus ganzjährig möglich ist, könnte Tee-Tourismus einen Beitrag zur Entsaisonalisierung und Schaffung saisonunabhängiger Arbeitsplätze in ländlichen Regionen leisten.
- Die vielfältige galicische Küche genießt einen sehr guten Ruf; bei der Kamelie und ihren vielfältigen Einsatzmöglichkeiten (als Teepulver oder Aufguss, als Öl, als essbare Blüte etc.) sitzen die Galicier auf einem kulinarischen Schatz, den es noch zu heben gilt.

Theoretische Basis

In die Untersuchung soll die Theorie von Innovation im Tourismus einbezogen und dabei genauer das Thema der Innovation im Foodtourismus betrachtet werden.

Forschungsfrage

Welches Potenzial birgt der Teetourismus für Galicien?

Ziel

Dass der Anbau der Kamelienart *Camellia sinensis*, der echten Teepflanze, für Galicien eine landwirtschaftliche Innovation darstellt, steht außer Frage. Ob diese Agrarinnovation auch touristisch innovativ genutzt werden kann, soll diese Arbeit in Form einer ersten Einschätzung herausarbeiten. Die Forschungsfrage nach dem Potenzial soll untersuchen, ob, unter welchen Voraussetzungen, wie oder auch warum nicht ein Teetourismusprodukt funktionieren könnte. Mit den in MaxQDA zu

Themen gebündelten Expertenaussagen sollen Hypothesen formuliert werden, die das Potenzial des Teetourismus in Galicien beschreiben.

Vorgehensweise (Empirie)

Teil 1 - Literaturrecherche zur Eingrenzung der Begriffe Food-Tourismus und des untergeordneten Konzepts des Tee-Tourismus sowie foodtouristischer Innovationen.

Teil 2 – Durchführung von Experteninterviews, genauer: von teilstrukturierten, leitfadengestützten Interviews mit explorativem Erkenntnisziel.

Geplant sind Interviews mit zehn Experten aus der Verwaltung der DMO (auf Region- und Provinzniveau), aus Lehre (Tourismus-/ Hotelfachschule), Gastronomie, Forschung (zur Teekamelie) und der Nachfrageseite; außerdem sieht die Planung Interviews mit einem Teebauern, einem Teehändler, einem Reiseführer und dem Leiter eines Reiseveranstalters vor.

Theorien zur Entstehung und Diffusion von Innovationen fließen in die Erarbeitung der Interviewfragen ein.

Teil 3 – Nach Transkription und Übersetzung der Interviewtexte ins Deutsche sollen die Expertenaussagen mit MaxQDA analysiert werden.

Relevanz

Einer der wichtigsten Aspekte in der aktuellen Tourismusstrategie der Regionalregierung „Estratexia Turismo de Galicia 2020“ (veröffentlicht 2017) ist die Entwicklung hin zu einer innovativen, nachhaltigen Destination.

Im Hinblick auf das gewählte Thema gilt es zu überprüfen, ob Galicien das Potenzial hat, sich auch über das Thema Tee foodtouristisch zu profilieren, ob das Erleben des Teeanbaus und der Teeproduktion in Europa der angestrebten nachhaltigen Tourismusentwicklung Galiciens eine weitere Tür öffnen kann.

Der Teeanbau und die Teeproduktion in Galicien stecken noch in den Kinderschuhen und bieten daher beste Voraussetzungen, begleitend von Beginn an einen nachhaltig ausgerichteten Tee-Tourismus zu entwickeln und kontrolliert zu vermarkten.

Da die Infrastruktur des touristischen Produkts der Zierkamelie bereits zu großen Teilen besteht, ist es an der Zeit zu untersuchen, ob eine Erweiterung des bestehenden Produktes um das Thema Tee (und damit der Kamelie als Nutzpflanze *Camellia sinensis*) machbar und wünschenswert ist, oder ob das innovative (Agrar-)Produkt Tee davon abgekoppelt im Rahmen des kulinarischen Tourismus entwickelt werden sollte.

