

Praxissemesterbericht



Abbildung 1: Wald in Togo

natureOffice GmbH und ecoCent e.V.

Ökotourismus in Togo

Betreuende Person Hfr:

Prof. Dr. Stefan Abele

Autorin:

Elisa Diesch

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis	3
Abbildungsverzeichnis	3
1. Einführung	4
1.1 Einleitung	4
1.2 natureOffice GmbH	4
1.3 ecoCent e.V.	4
2. Ökotourismus in Aboudjokopé	5
2.1 Überblick	5
2.2 SWOT-Analyse	6
2.3 Strategien der SWOT-Analyse	7
2.4 Fazit	13
3. Mein Praxissemester	14
3.1 Meine Tätigkeiten	14
3.2 Bezugnahme zu meinem Studium	15
3.3 Fazit	16
4. Literatur	17

Abkürzungsverzeichnis

UNWTO	United Nations World Tourism Organization
SWOT-Analyse	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
CBT	Community Based Tourism
WWF	World Wide Fund For Nature
NGO	Non-Governmental Organization
GSTC	Global Sustainable Tourism Council
ICAT	Institut de Conseil et d'Appui Technique-Togo

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Wald in Togo. Eigene Darstellung

Abbildung 2: SWOT-Analyse. Quelle: QMbases. (o.D.). SWOT-Analyse Strategien. Abgerufen am [16.03.2025], von <https://www.qmbase.com/swot-analyse-strategien/>

Abbildung 3: SWOT-Analyse von Aboudjokopé. Eigene Darstellung

Abbildung 4: Gespräch mit den Dorfbewohnern. Eigene Aufnahme

Abbildung 5: Gespräch mit den Dorfbewohnern. Eigene Aufnahme

1. Einführung

1.1 Einleitung

Im Rahmen meines Studiums hatte ich die Gelegenheit, über natureOffice GmbH ein Praktikum bei ecoCent e.V. in Togo zu absolvieren. Während meines Aufenthalts in Kpalimé, einer Stadt im Südwesten Togos, konnte ich wertvolle Einblicke in die Bereiche Wiederaufforstung, Soziales und nachhaltiger Tourismus gewinnen. ecoCent e.V. ist ein Verein, der sich vor allem der Wiederaufforstung natürlicher Wälder, der Umweltbildung und der Förderung lokaler Gemeinschaften widmet. Besonders beeindruckend war für mich die Arbeit mit der lokalen Bevölkerung, insbesondere in Projekten zur Stärkung von Frauen durch Bildung und wirtschaftliche Eigenständigkeit.

1.2 natureOffice GmbH

Die natureOffice GmbH ist ein führendes Unternehmen im ganzheitlichen Klimamanagement. Das Unternehmen wurde 2007 gegründet und hat ihren Sitz in Wiesbaden. Geleitet wird das Unternehmen von Franziska Döring. Seit 2023 gehört natureOffice GmbH der CERTANIA Holding GmbH an. Hierbei handelt es sich um ein international tätiges Unternehmen, welches im Bereich Testing, Inspection und Certification (TIC) tätig ist. Es bietet eine breite Palette an Dienstleistungen an, die darauf abzielen, globale Herausforderungen in den Bereichen Gesundheit und Nachhaltigkeit zu adressieren. Das Leistungsspektrum umfasst die präzise Berechnung von CO₂-Fußabdrücken, die Entwicklung von Reduktionsstrategien, Nachhaltigkeitsberatung, sowie die CO₂-Kompensation durch zertifizierte Klimaschutzprojekte (CERTANIA Holding GmbH, o.J.).

Ein besonderes Merkmal von natureOffice GmbH ist das Wiederaufforstungsprojekt „PROJECT TOGO“ in Westafrika. Das Projekt wurde von Andreas Weckert, dem Gründer von natureOffice ins Leben gerufen. Hierbei wird Klimaschutz mit sozialer Entwicklung kombiniert. Finanziert wird es durch den Verkauf von CO₂-Zertifikaten (natureOffice GmbH, o.J.)

1.3 ecoCent e.V.

Der mit natureOffice GmbH verbundene Verein EcoCent e.V., befindet sich im Südwesten Togos, in Kpalimé. Das Kernteam besteht aus fünf Mitarbeitern, die alle in unterschiedlichen Bereichen tätig sind. Projektleiter von PROJECT TOGO ist Tobias Liemersdorf. Das zentrale Anliegen von „Project Togo“, ist die Wiederaufforstung natürlicher Wälder. Seit den 1960er hat die Waldfläche in Togo massiv abgenommen. Mittlerweile sind nur noch 6% der Landesfläche in Togo als Wald deklariert, weshalb EcoCent mit der finanziellen Unterstützung von natureOffice,

Wälder aufforstet. Darüber hinaus engagiert sich Ecocent in der Ausbildung und Sensibilisierung lokaler Bevölkerung. Ein besonderer Fokus von Ecocent liegt auf der Unterstützung der Frauen. Durch Schulungen der Frauen konnte bereits in einem Dorf, nämlich in Koto Kopé eine Frauenkooperative gestartet werden. Diese Frauen können nun unabhängig wirtschaften und stellen Seife, sowie Sheabutter und Palmöl her. Da besonders Frauen in Dörfern selten schreiben und lesen können hat Ecocent Alphabetisierungskurse in zwei Dörfern initiiert (ecoCent e.V, 2025). Abgesehen davon unterstützt Ecocent die Initiative „Miagbo ko“, was in der Sprache Ewe „Unsere Umwelt ist sauber“ bedeutet. Diese Initiative setzt sich für mehr Umweltbewusstsein im Viertel Novissikomé ein und motiviert Bewohner, aktiv zur Sauberkeit ihre Umgebung beizutragen.

2. Ökotourismus in Aboudjokopé

2.1 Überblick

Der Tourismus in Togo hat, mit Ausnahme der Corona-Jahre, stetig zugenommen und sich zu einem stark wachsenden Sektor entwickelt. Bemerkenswert ist zudem das wachsende Interesse an Ökotourismus, welches in den letzten Jahren zugenommen hat. Dies deutet darauf hin, dass das Angebot solcher nachhaltigen Tourismusformen in Zukunft weiterwachsen wird (Statista, 2024). Zudem möchte das Land besonders den nachhaltigen Tourismus fördern. Der Minister für Kultur und Tourismus, Dr. Kossi Lamadokou, betont die Bedeutung von Investitionen, um den Tourismussektor zu stärken und Arbeitsplätze zu schaffen (Kondo, 2023). Laut Statista (2024) steigt die Nachfrage nach einzigartigen und authentischen Erlebnissen abseits der bekannten Touristen-Hotspots. Dadurch können neu Reiseziele erschlossen werden – ein Trend, der dem Dorf Aboudjokopé zugutekommt.

Aboudjokopé ist eines der Dörfer in denen der Wald wieder aufgeforstet wird. Das Dorf hat vor der Wiederaufforstung des Waldes Holzkohle produziert und verkauft. Da der Wald nun unter Schutz steht, fällt diese Einnahmequelle der Dorfbewohner weg. Als alternative Einnahmequelle soll im Dorf, neben weiteren Projekten, der nachhaltige Tourismus - genauer gesagt der Ökotourismus - etabliert werden. Die Weltorganisation für Tourismus (UNWTO) definiert Ökotourismus folgendermaßen:

„Ökotourismus ist eine Form des naturbasierten Tourismus, bei der die Hauptmotivation der Besucher darin besteht, die biologische und kulturelle Vielfalt zu beobachten, zu lernen, zu

entdecken, zu erleben und wertzuschätzen – stets mit einer verantwortungsbewussten Haltung, um die Integrität des Ökosystems zu schützen und das Wohl der lokalen Gemeinschaft zu fördern. Ökotourismus trägt dazu bei, das Bewusstsein für den Schutz der Biodiversität, der natürlichen Umwelt und des kulturellen Erbes sowohl bei der lokalen Bevölkerung als auch bei den Besuchern zu stärken. Gleichzeitig erfordert er besondere Managementprozesse, um negative Auswirkungen auf das Ökosystem zu minimieren“ (UNWTO,2025).

Die kulturellen Traditionen, die natürliche Umgebung und die Offenheit der Menschen bieten eine solide Grundlage, um neue Einkommensmöglichkeiten zu schaffen. Besonders der Naturwald, der derzeit wiederaufgeforstet wird, soll zukünftig touristisch genutzt werden. Gleichzeitig stehen dem Dorf einige Herausforderungen gegenüber, wie die fehlende Infrastruktur und das mangelnde Wissen über Tourismus. Mithilfe der SWOT-Analyse, sollen die Stärken und Schwächen, sowie Chancen und Risiken aufgezeigt werden. Basierend auf diesen Erkenntnissen, werden Handlungsempfehlungen formuliert, um eine nachhaltige und erfolgreiche Tourismusstrategie zu ermöglichen (Fayos-Solà et al. 2014).

2.2 SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse ist ein strategisches Planungsinstrument, das zur Bewertung eines Unternehmens, Projekts oder einer Situation verwendet wird. Der Begriff „SWOT“ steht für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Bedrohungen). Die SWOT-Analyse bewertet führt die unternehmensinternen Fähigkeiten (Stärken und Schwächen) und die unternehmensexternen Einflussfaktoren (Chancen und Risiken) auf, welche dann miteinander kombiniert werden. Dadurch lässt sich der aktuelle Zustand eines Projekts erfassen und gezielte Handlungsempfehlungen können abgeleitet werden (vgl. Simon von der Gathen, 2002, p.230-231).

SWOT		Interne Analyse	
		Stärken	Schwächen
E x t e r n e A n a l y s e	Chancen	Stärken-Chancen-Strategie	Schwächen-Chancen-Strategie
	Risiken	Stärken-Risiken-Strategie	Schwächen-Risiken-Strategie

Abbildung 2: SWOT-Analyse

Im Fall von Aboudjokopé können die vorhandenen Stärken und Chancen identifiziert und gezielt genutzt werden. Gleichzeitig ermöglicht die Analyse von Schwächen und Risiken, diese anzugehen und zu minimieren. Insgesamt unterstützt eine SWOT-Analyse die Entwicklung fundierter Strategien, um den Tourismus im Dorf nachhaltig aufzubauen.

2.3 Strategien der SWOT-Analyse

In der unten gezeigten Abbildung sind jeweiligen Stärken, Schwächen, sowie die Chancen und Risiken Aboudjokopés ersichtlich. Die meisten Informationen wurden durch Gespräche mit den Dorfbewohnern gewonnen. Zusätzlich fanden Gespräche mit dem Bürgermeistersekretär Herr Sakpa von Agou, sowie mit Sefa Zogan, dem Tourismusverantwortlichen im Ministerium für Tourismus und Kultur, statt.

Im Folgenden werden Schnittpunkte miteinander kombiniert, sodass sich daraus mögliche Strategien ableiten lassen, um den Tourismus weiterzuentwickeln.

Stärken	Schwächen
• Naturwald, der aufgeforstet wird • Wildtiere, die in den Wald zurückkehren • Handwerkliche Fertigkeiten wie z.B. das Weben • Authentizität und Ursprünglichkeit	• Fehlende Infrastruktur (Straßen, Unterkünfte, Stromnetz, Beschilderung) • Geringes Wissen über Tourismus • Sprachbarrieren, da überwiegend Ewe gesprochen wird • Unsicherheit in Bezug auf Selbstorganisation • Misstrauen unter den Dorfbewohnern • Bisher kein Tourismuskonzept in der Gemeinde Agou
Chancen	Risiken
• Wachsende Nachfrage nach nachhaltigem Tourismus • Unterstützung durch Ecocent beim Aufbau eines Tourismuskonzepts • Schaffung neuer Einkommensquellen • Erhaltung und Förderung des kulturellen Erbes • Pioneer-Destination	• Konkurrenz durch andere touristische Destinationen • Abhängigkeit vom Tourismusmarkt • Klima- und Wetterbedingungen – z.B. Regenzeiten können Tourismus zeitweise erschweren • Greenwashing • Fragiler Wirtschaftssektor • Fehlende Machbarkeitsstudien

Abbildung 3: SWOT-Analyse von Aboudjokopé

S-O-Strategie

Bei der S-O-Strategie geht es darum, die Stärken (Strengths) zu nutzen, um die Chancen (Opportunities) zu maximieren. Eine der größten Stärken Aboudjokopés ist der Naturwald, der derzeit aufgeforstet wird und ein Alleinstellungsmerkmal in der Region darstellt. Besonders für den Ökotourismus, der in den letzten Jahren stark an Beliebtheit gewonnen hat, bietet dieser

Wald enormes Potenzial (Statista, 2024). Eine vielversprechende Strategie wäre es, gezielt auf Community-Based Tourism (CBT) zu setzen.

Der WWF definiert Community-Based-Tourismus als eine Form des Tourismus, „bei der die lokale Gemeinschaft erheblichen Einfluss auf die Entwicklung und Verwaltung hat und ein großer Teil der Vorteile in der Gemeinschaft verbleibt“ (WWF International, Guidelines for community-based ecotourism development, 2001).

Dabei wird die lokale Bevölkerung bei sämtlichen Entscheidungen eingebunden. Die Traditionen werden geschützt und der Austausch zwischen Touristen und Einheimischen soll gefördert werden. Dies unterstützt nicht nur die wirtschaftliche Stabilität, sondern stärkt auch das Gemeinschaftsgefühl und die Wertschätzung für die eigene Kultur und Umwelt.

Eine konkrete Maßnahme wäre die Organisation von geführten Wanderungen durch den Naturwald, bei denen geschulte Dorfbewohner als Guides agieren und Besuchern die Flora und Fauna näherbringen. Diese Guides könnten durch Schulungen von Ecocent ausgebildet werden, wodurch wertvolles Wissen vermittelt und zugleich Arbeitsplätze geschaffen würden. Zudem könnten spezielle Tier- und Vogelbeobachtungspunkte errichtet werden, die besonders für Naturinteressierte und Ornithologen attraktiv wären. Außerdem ist durch den Schutz des Waldes zu erwarten, dass Wildtiere zurückkehren und sich weniger scheu gegenüber Menschen verhalten. Somit könnten zukünftig wieder Wildtiere gesichtet werden, welches ein erhebliches touristisches Potenzial darstellt. Weiterhin könnten Nachtwanderungen angeboten werden, die den Wald aus einer völlig neuen Perspektive erlebbar machen.

Ein weiteres Potenzial liegt im traditionellen Weben, welches in Aboudjokopé praktiziert wird. Dabei stellen die Dorfbewohner Stoffe her, welche anschließend nach Ghana verkauft werden. Durch eine bessere Integration dieser Aktivität in den Tourismus, könnte eine zusätzliche Einnahmequelle geschaffen werden. Im Sinne des Community-Based Tourism könnten die Dorfbewohner in einem gemeinsamen Handwerkszentrum zusammenarbeiten, ihre Produkte vor Ort vermarkten und Touristen die Möglichkeit bieten, selbst an Workshops teilzunehmen. Hierbei könnten sie nicht nur ihre Handwerkskunst präsentieren, sondern auch die kulturelle Bedeutung des Webens und ihre persönlichen Geschichten teilen. Dies würde nicht nur den wirtschaftlichen Nutzen steigern, sondern auch den Zusammenhalt in der Gemeinschaft fördern und ein tieferes Verständnis für das lokale Erbe schaffen. Dafür müsste jedoch noch Überzeugungsarbeit in Aboudjokopé geleistet werden, da die Dorfbewohner der

gemeinschaftlichen Arbeit bisher skeptisch gegenüberstehen. Derzeit arbeitet jeder für sich und das Vertrauen in andere Dorfbewohner ist geschwächt (Befragung Dorfbewohner, Februar 2025).

Auch die Authentizität und Abgeschiedenheit des Dorfes bietet eine Chance, um nachhaltigen Tourismus zu fördern. Da sich die Dorfgemeinschaft weitgehend selbst versorgt und kaum auf externe Produkte angewiesen ist, könnte diese Lebensweise als authentisches touristisches Erlebnis gestaltet werden. Dabei ist es jedoch essenziell, die Traditionen und die Lebensweise der Dorfbewohner zu respektieren und sie nicht durch den Tourismus zu verfälschen. In einer Umfrage vom 5. Februar 2025 äußerten sich viele Dorfbewohner positiv über die Idee, Besuchern ihre lokale Küche näherzubringen. Sie könnten sich vorstellen, traditionelle Gerichte für Gäste zuzubereiten und ihnen mehr über die kulturellen Hintergründe der Speisen zu erzählen. Ebenso könnten Touristen in die landwirtschaftlichen Praktiken eingebunden werden und beispielsweise lernen, wie bestimmte Pflanzen angebaut oder geerntet werden.

Durch die Umsetzung von Community-Based Tourism könnte Aboudjokopé langfristig als nachhaltige und authentische Reisedestination etabliert werden, bei der sowohl die Natur als auch die lokale Bevölkerung profitieren. Indem die Dorfgemeinschaft aktiv in die Tourismusgestaltung eingebunden wird, lassen sich nicht nur wirtschaftliche Chancen nutzen, sondern auch kulturelle Werte bewahren und soziale Strukturen stärken.

W-O-Strategie

Die W-O-Strategie zielt darauf ab, vorhandene Schwächen abzubauen, um die sich bietenden Chancen optimal zu nutzen.

Ein Phänomen im ländlichen Raum in Togo ist die rudimentäre Infrastruktur, welche besonders abgelegene Dörfer betrifft. Diese sind häufig schwer zu erreichen (Ministère de la Culture et du Tourisme, 2025). Auch Aboudjokopé ist hiervon betroffen. Das Dorf ist mit einem Zweirad gut erreichbar, mit dem Auto wird es schon schwieriger, da es sich lediglich um einen Sandweg handelt. Als Lösungsansatz, könnte ein Shuttle-Service errichtet werden. Sodass interessierte Touristen sich im Vorhinein anmelden und daraufhin in Agou mit einem Zweirad, Dreirad oder Auto abgeholt werden.

Eine weitere Schwäche ist das fehlende Tourismuskonzept der Gemeinde Agou. Obwohl Touristen grundsätzlich willkommen sind, hat der Tourismus in der Entwicklungsplanung der Präfektur Agou bisher keine hohe Priorität. Laut dem Sekretär des Bürgermeisters, Sakpa, sind

touristische Projekte jedoch erwünscht. Die Gemeinde bietet Unterstützung bei der Kommunikation zwischen Anbietern und Dorfbewohnern an, um sicherzustellen, dass touristische Angebote gut angenommen werden. Eine finanzielle Förderung seitens der Gemeinde ist jedoch nicht vorgesehen, so Herr Sakpa.

Derzeit beschränken sich die geplanten Entwicklungsprojekte in der Region auf den Bau zusätzlicher Wasserstaubecken zur Trinkwasserversorgung. Langfristig könnten diese Standorte jedoch auch für den Tourismus interessant sein, beispielsweise für Tierbeobachtungen.

Diese Situation stellt für Aboudjokopé einerseits eine Schwäche dar, da der Tourismus in der Gemeinde noch nicht entwickelt ist und somit kaum touristische Infrastruktur vorhanden ist. Andererseits bietet sich hier eine große Chance: Da es in der näheren Umgebung keine vergleichbaren Tourismusdestinationen gibt, hat Aboudjokopé die Möglichkeit, sich als Vorreiter in der Region zu positionieren und ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen.

Um Aboudjokopé als nachhaltige Tourismusdestination zu etablieren, sollte zunächst ein grundlegendes Tourismuskonzept erstellt werden. Dieses Konzept könnte in Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren, Tourismusexperten und externen Partnern erarbeitet werden.

Das Konzept sollte folgende Aspekte umfassen:

- Definition der Zielgruppe (Ökotouristen, Kulturreisende, Abenteuer touristen)
- Analyse der Ressourcen (Aufforstung des Naturwaldes, Weberei-Kooperative)
- Entwicklung erster Angebote (Geführte Wanderungen, Kochkurse, Workshops)
- Einschätzung der benötigten Infrastruktur (Beschilderung, Unterkünfte, Straßen, sanitäre Einrichtungen)
- (Langfristige Finanzierungs- und Kooperationsmöglichkeiten)

Das fehlende Wissen über den Tourismus stellt eine der größten Herausforderungen in Aboudjokopé dar. Um das Dorf attraktiver zu gestalten, ist ein grundlegendes Verständnis dieser Branche unerlässlich. Besonders während der Befragung der Dorfbewohner am 5. Februar 2025 wurde deutlich, dass viele den Tourismus mit einer NGO verwechseln. Häufig wurde angenommen, dass Besucher kommen, um Krankenhäuser oder Brunnen zu bauen oder die Infrastruktur auf andere Weise zu verbessern. Auch nach mehreren Versuchen, den Tourismus und dessen Funktionsweise zu erklären, wurde nur selten verstanden, was es damit auf sich hat. Um dieses Missverständnis zu korrigieren, sollten zunächst gezielte Schulungen zum Thema Tourismus angeboten werden. Dabei sollte insbesondere vermittelt werden,

welchen Nutzen der Tourismus für das Dorf haben kann und welche wirtschaftlichen Chancen sich dadurch eröffnen.

Ein weiteres Hindernis für den Tourismus ist die Sprachbarriere. Die meisten Dorfbewohner sprechen ausschließlich Ewe, während die Mehrheit der Touristen nur Französisch oder Englisch beherrschen. Um die Kommunikation zu erleichtern, könnten Sprachkurse angeboten werden, in denen zumindest grundlegende Französischkenntnisse vermittelt werden. Gleichzeitig könnte die Beschilderung im Dorf zweisprachig – in Ewe und Französisch – gestaltet werden. Dies würde nicht nur die Verständigung erleichtern, sondern den Touristen auch ein authentisches Erlebnis bieten, da Ewe die vorherrschende Sprache in Südtogo ist. Dieser Punkt ist jedoch zu vernachlässigen, da es stets Kommunikationsmöglichkeiten gibt und es den Aufenthalt in Aboudjokopé noch authentischer machen kann.

Auch die unzureichende Infrastruktur stellt eine Herausforderung dar. Daher könnten Partnerschaften gesucht werden, um notwendige Verbesserungen voranzutreiben. Ein vielversprechender Ansatz ist ein von der Regierung gestartetes Programm, das seit 2014 darauf abzielt, 500 Dörfer in nachhaltige Ökodörfer umzuwandeln (VertTogo, 2020). Bisher wurden die beiden Pilotprojekte Ando-Kpome und Donomadé erfolgreich umgesetzt, wobei gezielt nachhaltige Infrastruktur aufgebaut und erneuerbare Energien genutzt wurden. Die Finanzierung erfolgt über das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP). Die bestehenden Ökodörfer könnten als Vorbild dienen, um wertvolle Erkenntnisse für die eigene Entwicklung zu gewinnen. Darüber hinaus sollte ein langfristiges Entwicklungsprogramm erarbeitet und konsequent verfolgt werden.

Schließlich ist eine klare Positionierung und Markenidentität entscheidend, um sich von anderen Reisezielen abzuheben. Der aufgeforstete Naturwald bietet großes Potenzial als zentrales Alleinstellungsmerkmal. Eine einheitliche Farbgestaltung für die Destination sowie ein einprägsamer Slogan könnten die Wiedererkennbarkeit stärken und dafür sorgen, dass Aboudjokopé den Besuchern nachhaltig im Gedächtnis bleibt. Zudem könnte eine Nachhaltigkeitszertifizierung in Betracht gezogen werden, um das Vertrauen der Touristen zu stärken und das Dorf als umweltfreundliches Reiseziel zu etablieren.

Bei dieser Strategie werden die Schwächen und die Risiken analysiert und es wird versucht diese zu vermindern.

Die schlechte Erreichbarkeit des Dorfes riskiert, dass keine Touristen kommen, um das Dorf zu besuchen. Daher sollte das Infrastrukturproblem zeitig angegangen werden. Egal ob ein Ausbau der Straßen, oder die Etablierung eines Shuttle Services.

Nur wenige Kommunen berücksichtigen im Entwicklungsplan den Bau touristischer Infrastrukturen, obwohl diese maßgeblich zu der Entwicklung der Dörfer beitragen. Auch in Agou kommt dem Tourismus lediglich eine kleine Rolle zu, obwohl dieser eine wichtige Einnahmequelle sein könnte. Daher wäre es sinnvoll, ländliche Wege auszubauen.

Ein weiteres Risiko, sind fehlende Machbarkeitsstudien. Häufig scheitern Tourismusprojekte in Togo an fehlenden Machbarkeitsstudien (Ministère du Tourisme et de la Culture, 2025). Hierbei handelt es sich um eine Studie, die die Umsetzbarkeit eines Projekts darstellen soll und mögliche Risiken exakt skizziert (Schulte et al., 2008, p.875).

Das Durchführen einer solcher Studie kann Fehlinvestitionen verhindern, indem die touristische Nachfrage, den Infrastrukturbedarf, sowie die Umweltauswirkungen analysiert werden.

Auffallend ist außerdem Greenwashing, das bei vielen Tourismus-Destinationen in Togo betrieben wird. Beim Greenwashing im Tourismus bedeutet, dass der Ökotourismus beworben wird, obwohl nachhaltige Praktiken in der Praxis nicht umgesetzt werden (Fosbery, 2006, p. 3).

Häufig bewerben Öko-Lodges ihre Unterkünfte als nachhaltig und umweltfreundlich. Bei genauerer Analyse fällt auf, dass diese Unterkünfte nur in Teilen nachhaltige Prinzipien umsetzen, während in vielen Bereichen umweltfreundliche Maßnahmen fehlen. Beispielsweise findet häufig keine Mülltrennung statt. Stattdessen wird der Müll direkt auf dem Gelände verbrannt, obwohl auf dem Grundstück Mülleimer aufgestellt sind, die den Eindruck einer umweltfreundlichen Abfallentsorgung vermitteln. Zudem werden einige dieser Unterkünfte mit benzinkraftstoffbetriebenen Generatoren versorgt, was wiederum dem Prinzip der Nachhaltigkeit widerspricht.

Diese Problematik stellt ein Risiko für die Glaubwürdigkeit einer potenziellen Öko-Unterkunft in Aboudjokopé dar. Greenwashing kann dadurch langfristig zum Vertrauensverlust der Touristen führen und somit auch die Wirtschaftlichkeit des Projekts gefährden. Um dies zu vermeiden, sollte sich der Tourismus in Aboudjokopé konsequent an nachhaltigen Praktiken orientieren.

Ein vielversprechender Ansatz ist die Implementierung von Community-Based-Tourismus. Durch die Einbindung der Dorfbewohner kann zum einen Einkommen in dem Dorf generiert werden, und zum anderen entsteht ein authentisches und glaubwürdiges Erlebnis. Schulungen zur ökologischen Nachhaltigkeit für Mitarbeiter, als auch für Touristen, tragen zu einer umweltfreundlichen Tourismusgestaltung bei. Eine weitere Möglichkeit, Vertrauen zu schaffen, wären Zertifizierungen durch anerkannte Standards, wie den Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Dies würde Transparenz schaffen und im Idealfall Greenwashing vorbeugen.

S-T-Strategie

Bei der Stärken-Risiken-Kombination geht es darum, die Stärken zu nutzen, um die Risiken zu minimieren.

Die größte Stärke Aboudjokopés ist der wiederaufgeforstete Naturwald, ein einzigartiges Projekt in Togo. Da es im Land kaum vergleichbare Initiativen zur Wiederaufforstung gibt (QUELLE), stellt dieser Wald eine Besonderheit dar. Die Vielfalt der gepflanzten Baumarten schafft eine außergewöhnliche Biodiversität, die in der Region nur noch selten zu finden ist. Zudem trägt das Jagdverbot im Naturwald dazu bei, eine artenreiche Fauna zu erhalten. Diese Faktoren bieten eine ideale Grundlage für nachhaltige Tourismusangebote wie Naturführungen, Vogelbeobachtungen oder Bildungsprogramme zu Umweltschutz und Wiederaufforstung.

Allerdings wächst die Nachfrage nach Ökotourismus in Togo, sodass in den kommenden Jahren mit einem zunehmenden Angebot an nachhaltigen Reisezielen zu rechnen ist. Dies birgt die Gefahr, dass Aboudjokopé mit anderen Destinationen konkurrieren muss und Touristen an die Konkurrenz verliert. Um sich erfolgreich zu positionieren, ist es entscheidend, ein klares und überzeugendes Konzept zu entwickeln, das den Naturwald als zentrales Alleinstellungsmerkmal hervorhebt.

Zudem besteht die Gefahr des Greenwashings. Um diesem Risiko entgegenzuwirken, sollte mit glaubwürdigen Vereinen, wie dem Ecocent e.V., zusammengearbeitet werden. Zusätzlich könnten Nachhaltigkeitszertifizierungen in Betracht gezogen werden, um die Glaubhaftigkeit zu bewahren.

2.4 Fazit

Aboudjokopé hat als Tourismus Destination einiges zu bieten. Besonders der wiederaufgeforstete Naturwald bietet großes Potenzial für den Tourismus. Außerdem können die Authentizität der Dorfbewohner das Erlebnis in Aboudjokopé weiter abrunden.

Dem potenziellen Tourismus in Aboudjokopé stehen jedoch einige Herausforderungen entgegen. Zum einen stellt die mangelnde Infrastruktur eine Schwäche dar, welche angegangen werden sollte. Weitere interne Schwächen sind die fehlende Organisation, das Misstrauen unter den Dorfbewohnern, sowie das fehlende Wissen über den Tourismus. Ohne gezielte Maßnahmen, besteht die Gefahr, dass der Tourismus in Aboudjokopé scheitert.

Zusätzlich gibt es externe Risiken, wie die Konkurrenz durch andere touristische Destinationen, die Abhängigkeit vom Tourismusmarkt und die klimatischen Bedingungen, die jedoch zu vernachlässigen sind. Diese Risiken können den Erfolg von Aboudjokopé als Tourismus Destination beeinträchtigen. Fehlende Machbarkeitsstudien verstärken die Unsicherheit über die Realisierbarkeit eines Tourismuskonzepts und sollten daher unbedingt berücksichtigt werden.

Um Aboudjokopé erfolgreich als Tourismus Destination zu etablieren, sollten Investitionen in Infrastruktur, Schulungen und in eine strukturierte Planung getätigt werden. Als kurzfristige Maßnahme könnten zunächst Schulungen angeboten werden. Diese sollten zum einen ein allgemeines Verständnis für den Tourismus vermitteln. Zum anderen könnte das Misstrauen unter den Dorfbewohnern mithilfe von Schulungen abgebaut werden. Ein solides Vertrauen innerhalb der Gemeinschaft, wird dem Erfolg des Tourismusprojekts zugutekommen.

3. Mein Praxissemester

3.1 Meine Tätigkeiten

In den ersten zwei Wochen meines Praktikums wurden mir alle Projekte in Togo gezeigt - von den Wiederaufforstungsprojekten in Aboudjokopé über die Impkerei bis hin zur Frauenkooperative in Koto Kopé. Zudem besichtigten wir mit dem Team die Agroforstfläche in Koto Kopé, welche Ende Dezember 2024 zum Teil abgebrannt ist. Zudem besuchte ich mit dem leitenden Förster Namati das Waldgebiet in Fokpo. Darüber hinaus besuchten wir verschiedene Dörfer in denen EcoCent aktiv ist. Wir standen im Austausch mit den Dorf-Chefs, die häufig über wichtige Entwicklung in ihren Dörfern mitbestimmten.

Besonders spannend waren zwei Gespräche in Fokpo und Aboudjokopé, die sich mit einer gescheiterten Frauenkooperative befassten. Ecocent hatte den Frauen sogenannte „Técnicien“ von ICAT (Institut de Conseil et d'Appui Technique) zur Seite gestellt. Das Ziel war es ihnen die

Reiskultivierung näher zu bringen. Dieses Projekt blieb jedoch erfolglos, weshalb unsere Aufgabe darin bestand, die Gründe für das Scheitern zu ermitteln. Anschließend wurden die gewonnenen Erkenntnisse dokumentiert und im Team besprochen.

Donnerstags fanden regelmäßige Team-Besprechungen statt, um sich auszutauschen und aktuelle Entwicklungen zu besprechen.

Nach den Projektbesichtigungen, begann ich meine Recherche Arbeit. Wie bereits erwähnt, liegt das größte Waldstück, welches aufgeforstet wird in Aboudjokopé. Mein Hauptprojekt während meines Aufenthalts bei Ecocent in Togo bestand darin, eine SWOT-Analyse für Aboudjokopé zu erstellen. Mithilfe dieser Analyse sollten die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken für das Dorf erfasst werden, und entsprechende Strategien abgeleitet werden. Zu Beginn verschaffte ich mir einen Überblick über den Tourismus in Togo. Um tiefere Einblicke in die Dorfgemeinschaft zu bekommen, führte ich Interviews mit den Dorfbewohnern.



Abbildung 4 und 5: Gespräch mit den Dorfbewohnern in Aboudjokopé (eigene Aufnahmen)

In den Gesprächen ging es vor allem um die Wünsche und Vorstellung bezüglich der Entwicklung Aboudjokopés. Eine weitere Befragung Mitte Februar konzentrierte sich hauptsächlich auf die Besonderheiten und die Schwächen des Dorfes. Darüber hinaus verbrachte ich den Großteil meines Praktikums mit dem Erstellen der SWOT-Analyse.

3.2 Bezugnahme zu meinem Studium

Die Entwicklung ländlicher Räume ist ein zentraler Bestandteil des Studiengangs Nachhaltiges Regionalmanagement. Genau mit diesem Thema beschäftigt sich das Projekt Togo. Das Wiederaufforstungsprojekt in Aboudjokopé verfolgt das Ziel, den Dorfbewohnern neue

Möglichkeiten zu verschaffen, Einkommen zu generieren. Dadurch wird die lokale Wirtschaft angekurbelt und die Region entwickelt.

Während meines Praktikums konnte ich besonders mein Wissen aus den Bereichen Regionalentwicklung und Tourismusmanagement anwenden. Da der nachhaltige Tourismus in Togo an Bedeutung gewinnt, war es spannend zu sehen, welche Destinationen es in dieser Form bereits gibt und welche Konzepte dahinterstecken. Gerade in ländlichen Räumen bietet diese Form des Tourismus große Chancen. Besonders spannend, war die Kontaktaufnahme mit Verantwortlichen von Tourismus Destination.

Inhalte aus dem Kurs Projektmanagement konnte ich mit meinen Aufgaben im Praktikum verknüpfen. Mein Wissen aus diesem Bereich half mir, Abläufe besser zu verstehen und mitzugestalten. Gleichzeitig lernte ich, wie nachhaltige Konzepte in der Praxis umgesetzt werden – etwa in dem Wiederaufforstungsprojekt oder in den sozialen Projekten.

3.3 Fazit

Mein Praktikumsaufenthalt in Togo hat mir sehr gut gefallen. Besonders spannend fand ich den umfassenden Einblick in die Arbeit von Ecocent und die Möglichkeit, mein Projekt weitgehend selbst zu gestalten. Diese Eigenverantwortung in Momenten, in denen ich nicht weiterwusste, war sehr herausfordernd. Doch das Team vor Ort und Tobias als Projektleiter waren stets sehr hilfsbereit.

Besonders interessant war die Recherche zum Tourismus in Togo, da mir bewusst wurde, wie anders der Tourismus in Togo vonstattengeht. Außerdem war es aufregend, in eine andere Kultur einzutauchen und das erlernte Wissen des Studiums bestmöglich in der Praxis anzuwenden.

Anfangs hatte ich ein wenig Schwierigkeiten mit der Kommunikation, doch nach kurzer Zeit verbesserte sich dies deutlich. Durch meine Zeit in Togo konnte ich nicht nur meine fachlichen, sondern auch meine persönlichen Kompetenzen weiterentwickeln. Besonders meine interkulturellen Fähigkeiten haben sich durch die Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung verbessert. Diese Erfahrung hat mich darin bestärkt, auch in Zukunft international tätig zu sein.

4. Literatur

CERTANIA (o.J.). NATUREOFFICE. <https://certania.com/network/partner/natureoffice>

ecoCent e.V. (o.D.). <https://www.eco-cent.de>

Fayos-Solà, E., Alvarez, M., & Cooper, C. (2014). Tourism as an Instrument for Development.

Fosbery, S. (2006, September 16). In praise of green. Weekend Australian, p. 3.

Kammermeier, E., & Weikamp, K. (2002). Fallstudie am Beispiel eines Urban Entertainment Centers. In K.-W. Schulte, S. Bone-Winkel, & C. Fischer (Hrsg.), Handbuch Immobilien-Projektentwicklung, p. 875. Wiesbaden: Gabler.

Kondo. (2023). Le Togo s'engage pour un tourisme durable et favorable aux investissements verts. Matin Libre. <https://www.matinlibre.tg>

natureOffice GmbH. (o.J.). Über uns. <https://natureoffice.com/infothek/ueber-uns/>

Simon, H., & von der Gathen, A. (2002). Das große Handbuch der Strategie-Instrumente. Frankfurt.

Statista. (2024). Travel & Tourism - Togo | Statista Market Forecast.
<https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/togo>

UNWTO. (o.D.). Glossary of Tourism Terms. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

UNWTO. Zentrale Statistikstelle Togo. (2022). Togo: Country-specific: Basic indicators (Compendium) 2016 - 2020, Tourism Statistics, Vol. 1, No. 1. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.5555/unwtotfb0768010020162020202203>

VERT TOGO. (2020). Togo : « Transformer 500 villages en éco-villages d'ici 2022, c'est possible », rassure Gbétey Akpamou. <https://vert-togo.com>

WWF International. (2001). Guidelines for community-based ecotourism development.