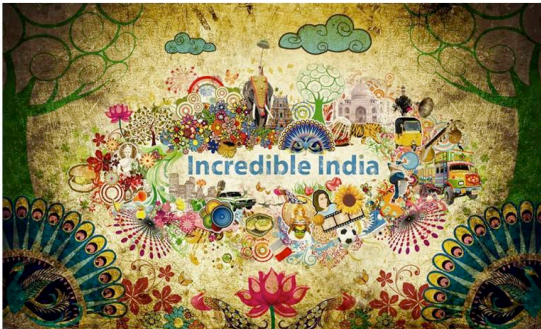


Destination Branding: Am Beispiel Incredible India

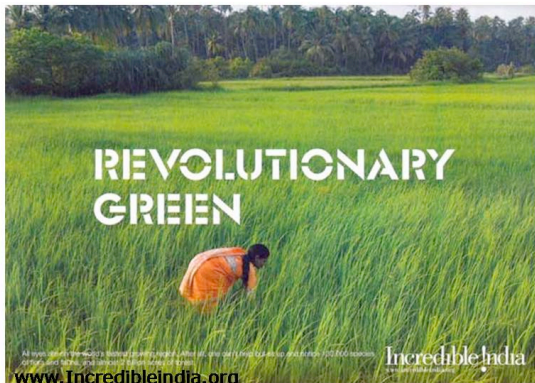
Wie wird nachhaltiger Tourismus innerhalb dieser Kampagne vermarktet?



„Incredible India“ eine Destination Branding Kampagne

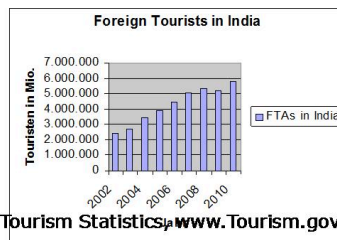
„Incredible India“ ist die erste indische Destination Branding Kampagne, die das ganze Land mit einbezieht. Sie wurde 2002 vom indischen Tourismusministerium ins Leben gerufen. Seither haben sich die Zahlen der Touristen in Indien verdoppelt.

„Destination Branding is the process of developing a unique identity or personality for a tourist (or investment) destination, and communicating the same to visitors (or prospective investors) using a name, a tagline, a symbol, a design or a combination of these to create a positive Image.“ (R. Harish "Brand architecture in tourism branding: the way forward for India" S.154, www.emeraldinsight.com)

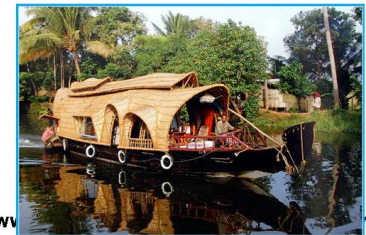


Nachhaltiger- und Ökotourismus innerhalb dieser Kampagne

Der nachhaltige Tourismus ist der am schnellsten wachsende Sektor innerhalb der Tourismusindustrie. „Incredible India“ bietet auch nachhaltige und ökologische Tourismusangebote an. Die meisten Angebote gibt es in Kerala und um die Himalayaregion im Norden.

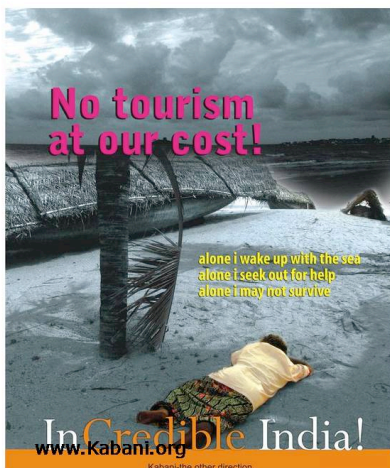


India Tourism Statistics, www.Tourism.gov.in



www

Negative Auswirkungen des „Ökotourismus“ in Indien



Als Ökotourismus wird oftmals undifferenziert, jede Art von Reise vermarktet, die in der Natur stattfindet. Dies hat jedoch oftmals weit reichende Folgen für die Umwelt und die dort ansässige Bevölkerung. Durch den Bau von Resorts in Kerala, wird den Fischern der Zugang zum Strand genommen. Einheimische dürfen nicht auf die Resorts und müssen oft Umwege in Kauf nehmen. Der hohe Wasserverbrauch innerhalb der Tourismusgebiete, führt zur Wasserknappheit in den betroffenen Regionen.

Der Hausboottourismus in den Backwaters von Kerala, verschmutzt das Wasser. Menschen müssen nun andere Wasserquellen suchen. Das kostet sie zusätzlich Zeit und Geld.

Die einheimische Bevölkerung partizipiert zu wenig an den Tourismuseinnahmen.