

Türkische Delikatessen – wie der Tourismussektor das Einkommen ländlicher Gemeinden in Muğla steigert

- *TUI Care Foundation unterstützt 150 Landwirte bei Erschließung touristischer Absatzmärkte für ihre Produkte*
- *Fokus auf Steigerung der Quantität und Qualität von Delikatessen aus der Region, um lokale Produkte zu fördern und die Marktposition der Produzenten zu stärken*
- *Projekt fördert den Erhalt des gastronomischen und kulturellen Erbes in der beliebten Urlaubsregion Muğla, im Südwesten der Türkei*

Berlin, 1. April 2019: *TUI Care Foundation und die britische Travel Foundation unterstützen ländliche Kleinbetriebe im Südwesten der Türkei. Ziel des dreijährigen Projektes ist es, von der Tourismuswirtschaft zu profitieren. Das Projekt wird die Lebensgrundlagen der Landwirte und Kleinproduzenten in der Region Muğla stärken, indem es sie dabei unterstützt, lokale Delikatessen zu produzieren und an Hotels, Restaurants und Souvenirläden zu liefern.*

Die Region Muğla ist berühmt für Köstlichkeiten wie Honig, Oliven, Zitrusfrüchte, Mandeln, Granatäpfel und frisches Gemüse. In Muğla haben diese traditionellen Delikatessen ein noch nicht voll ausgeschöpftes Verkaufspotenzial. „Veredelung“ ist das Schlüsselwort. Die Produkte sollen so verarbeitet werden, dass sie auch die wachsende Tourismuswirtschaft der Region als Absatzmarkt erschließen können. Dafür gibt es nun neue, starke Partnerschaften, um gemeinsam mit den ländlichen Produzenten Waren zu entwickeln, die Hotels und Kunden in der Region ansprechen.

Über 50% der Bevölkerung in der Region Muğla lebt auf dem Land. Obwohl die Tourismusindustrie in Muğla entlang der „Türkisküste“ boomt, profitieren die meisten Landwirte vom wachsenden Tourismusmarkt nur geringfügig. Dazu kommt, dass immer weniger Menschen auf dem Land leben wollen, viele wandern in die Städte ab. Forschungsergebnisse schätzen, dass im Durchschnitt nur 5-10 Prozent der von Hotels gekauften Nahrungsmittel (wie Marmeladen und Honig) lokal produziert werden. Landwirten mangelt es oft an Kapazitäten und Know-how, um Produkte konkurrenzfähig zu machen, Marketingkampagnen durchzuführen oder die Qualitätsstandards des internationalen Tourismus zu erfüllen. Das soll sich mit Unterstützung von TCF und Travel Foundation nun ändern.

Veredelte Produkte und neu erschlossene Märkte in der Tourismuswirtschaft helfen 150 Landwirten und ihren Familien, ihre Lebensgrundlage nachhaltig zu sichern. Ein Team aus Agronomen, Wirtschafts- und Tourismusfachleuten wird gemeinsam mit den Gemeinden daran arbeiten, lokale, nachhaltige Lieferketten für Muğlas Delikatessen wie Marmeladen und Honig zu erschließen. Die Devise lautet: Lokale Produkte für internationale Gäste.

Gemeinsam stärken TUI Care Foundation, Travel Foundation und das Beratungsteam vor Ort die Gemeinden rund um das Thema Vertrieb, Kommunikation und Netzwerkbildung, um die Sichtbarkeit der Produzenten zu erhöhen. Die Produktionsmaßnahmen werden ebenfalls gestärkt, beispielsweise durch Prozessoptimierungen, Zertifizierungen und Unterstützung bei der Einhaltung von Qualitätsstandards. Das klingt sehr technisch, fördert aber auf nachhaltige Art die wirtschaftliche Entwicklung der Menschen auf dem Land. Mit der Durchführung von Produktmessen werden lokale Kleinbetriebe ihre Sichtbarkeit in der Tourismuswirtschaft steigern und so neue Kunden erschließen können.

Bis 2021 werden bis zu 500 Menschen direkt oder indirekt durch das Projekt profitieren. Besucherinnen und Besucher der Region werden zukünftig die Möglichkeit haben, die beteiligten Produzenten zu besuchen, um direkt zu erleben, wie sich das ländliche Leben in Muğla anfühlt. Der offizielle Projektstart findet am 4. April in der Handelskammer von Muğla statt, mit anschließender Verkostung von lokalen Delikatessen aus der Region.

Thomas Ellerbeck, Vorsitzender der TUI Care Foundation, über den Start des Projekts: „Für die Entwicklung von ländlichen Gemeinden ist es wichtig, dass möglichst viel von der Wertschöpfung bei den Menschen vor Ort verbleibt. Die Weiterverarbeitung von selbst angebauten Produkten ist dafür ein wichtiger Schritt. Dies stärkt nicht nur die wirtschaftliche Entwicklung, sondern trägt auch dazu bei das einzigartige kulturelle und gastronomische Erbe der Türkei den Urlaubern zu präsentieren, es zu bewahren und für Besucher erlebbar zu machen.“

Salli Felton, CEO der Travel Foundation, sagte: „Die Entwicklung einer lokalen Lieferkette von Küstenorten bis ins Hinterland trägt dazu bei, die wirtschaftlichen Vorteile des Tourismus zu verbreiten, und bietet ländlichen Gemeinden die Möglichkeit, ihre Marktbasis zu diversifizieren. Die Region Muğla ist mit einer Vielzahl von Produkten gesegnet, die für Touristen von Interesse sind“.

Das Projekt ist Teil des TUI CARES Programms, das sich für die inklusive Entwicklung von Reiseländern einsetzt. Durch die Unterstützung von sozialen Geschäftsmodellen und der Verbesserung lokaler Lebensgrundlagen trägt das Programm zum Schutz des kulturellen und gastronomischen Erbes der Destinationen bei. Ziel ist es, bis 2020, die Lebensgrundlagen von 10.000 Menschen stärken.

Über die TUI Care Foundation

Die TUI Care Foundation initiiert und unterstützt Projekte, die jungen Menschen auf der ganzen Welt neue Zukunftsperspektiven eröffnen, Natur und Umwelt schützen und die nachhaltige Entwicklung von Urlaubsdestinationen fördern. Dabei setzt die Stiftung auf das Potenzial des Tourismussektors als Motor für gesellschaftliche Entwicklung, Bildung und Wohlstand. Die TUI Care Foundation operiert weltweit, konzentriert sich

dabei jedoch immer auf die konkrete Situation vor Ort. Sie baut auf starke Partnerschaften mit regionalen und internationalen Organisationen, um nachhaltigen Wandel zu bewirken. Die gemeinnützige Stiftung ist einem transparenten und effizienten Umgang mit Spenden verpflichtet: Spenden fließen vollständig in die Programme in den Reiseländern, administrative Kosten der Stiftung werden von TUI getragen. Die TUI Care Foundation hat ihren Sitz im Herzen Europas, in den Niederlanden.