

**TÜRKISCH-DEUTSCHE UNIVERSITÄT
DAS INSTITUT FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN
M.A. STUDIENGANG „INTERKULTURELLES MANAGEMENT“**

**TOURISMUSPOTENTIALIA IN MIDYAT (MARDIN) –
IN BEZUG AUF DIE ASSYRISCHE KULTUR**

MASTERARBEIT

METIN ALKOL

BETREUER

Prof. Dr. Ernst STRUCK

ISTANBUL, 2020

**TÜRKISCH-DEUTSCHE UNIVERSITÄT
DAS INSTITUT FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN
M.A. STUDIENGANG „INTERKULTURELLES MANAGEMENT“**

**TOURISMUSPOTENTIALE IN MIDYAT (MARDIN) –
IN BEZUG AUF DIE ASSYRISCHE KULTUR**

MASTERARBEIT

**METIN ALKOL
(178102008)**

Abgabedatum	18.11.2020
Datum der Verteidigung	17.12.2020
Betreuer	Prof. Dr. Ernst STRUCK
Kommissionsmitglieder	Dr. Süreyya İLKILIÇ Dr. Detlev QUINTERN

ISTANBUL, 2020

**TÜRKISCH-DEUTSCHE UNIVERSITÄT
DAS INSTITUT FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN
M.A. STUDIENGANG „INTERKULTURELLES MANAGEMENT“**

**TOURISMUSPOTENTIALE IN MIDYAT (MARDIN) –
IN BEZUG AUF DIE ASSYRISCHE KULTUR**

MASTERARBEIT

METIN ALKOL

(178102008)

BETREUER

Prof. Dr. Ernst STRUCK

ISTANBUL, 2020

ÖZET (ZUSAMMENFASSUNG)

Süryani Kültürü Bağlamında Midyat'ta (Mardin) Turizm Potansiyeli

Turizm, turistik mekânların sosyal, kültürel ve ekonomik yönden gelişmesinde itici bir faktör olarak görülmektedir. Özellikle turizm olgusunun dünya üzerindeki ekonomik gelir etkisi sürekli bir şekilde artmaktadır. Turizmin ekonomik geliri artırmadaki rolünden dolayı ülkelerin yönetim politikalarında belirleyici ve önemli bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir bölgede turistik potansiyelleri tespit edebilmek için, ilk olarak o bölgedeki turizm kaynaklarının uygulanabilmesi ve gerekli şartları sağlaması gerekir. Bu anlamda Midyat ve yakın çevresinin turizm potansiyelleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

“Süryani Kültürü Bağlamında Midyat'ta (Mardin) Turizm Potansiyeli” adlı bu çalışmanın birinci bölümünde; sahanın başlıca özelliklerine, tarihine, coğrafi yapısına, demografik ve kültürel yapısına, ikinci bölümünde; turizm kavramının tanımına, çeşitlerine, temellerine, turizmdeki arz talep ilişkisine, bölgesel alandaki etkilerine ve turizmdeki kültürlerarası karşılaşmalara, üçüncü bölümünde; Midyat ve yakın çevresinin doğal ve kültürel turizm potansiyeline değinilmiştir. Dördüncü bölümde bölgedeki turizm alanındaki uzman ve aktörlerle yapılan röportajların analizi yapılmış ve bölgede geleceğe yönelik turizm sektörüne ilişkin avantaj ve dezavantajlar ele alınmıştır. Ayrıca çalışma sahasındaki turistik faaliyetlerdeki eksikliklere ve geleceğe yönelik geliştirilebilecek turizm çeşitlerine değinilmiştir. Son olarak beşinci bölümde Midyat bölgesindeki turizmin gelişimi için bölgede var olan turizm olanakları ve sınırlılıkları genel olarak tespit edilmeye çalışılmıştır.

Midyat, bünyesinde barındırdığı kültürel çeşitlilik ile Türkiye’de yer alan önemli kültür şehirlerinden birisidir. Özellikle Süryaniler gibi kadim bir milleti içinde barındırması bölgenin turizm potansiyeline değer katmaktadır. Midyat ve yakın çevresinde doğal, tarihi, etnik ve kültürel değerlerin olması bölgenin önemli bir turizm potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Ancak bu değerlerin yeterince tanıtılmaması ve şehrin alt yapı sorunlarının çözülmemesinden dolayı bölge, turizm alanında hakkettiği seviyeye ulaşamamıştır. Bu çalışma ile farkındalık oluşturularak Midyat ve yakın çevresindeki doğal ve kültürel unsurların sürdürülebilir turizm kapsamında korunması ve turizmin daha da geliştirilmesi ön görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Süryaniler, Midyat, Turizm Gelişimi, Turizm Çeşitleri

Tarih: 18.11.2020

SUMMARY

Tourism potentials in Midyat (Mardin) - in relation to the Assyrian culture

Tourism is seen as a driving factor in the social, cultural and economic development of touristic places. In particular, the economic income effect of tourism on the world is constantly increasing. Due to tourism's role in increasing economic income, it emerges as a determining and important sector in the management policies of countries. In order to determine the touristic potential of a region, the tourism resources in that region must first be analyzed to meet the necessary conditions. In this regard, the tourism potential of Midyat and its immediate surroundings are of the essence and have been attempted to be portrayed as a potential tourism hotspot.

Discussions in the first part of this study named "Tourism potentials in Midyat (Mardin) - in relation to the Assyrian culture" mention the main features, history, geographical structure, demographic and cultural structure of the site, in the second part; definition of tourism concept, its varieties, fundamentals, supply and demand relationship in tourism, its effects in the regional area and intercultural encounters in tourism, in the third part; The natural and cultural tourism potential of Midyat and its surroundings. In the fourth part, interviews with experts and actors in the field of tourism in the region were analyzed and the challenges regarding the future of such a tourism sector in the region was discussed. In addition to that, the shortcomings in touristic activities in the study area and the types of tourism that can be developed for the future are mentioned. Finally, in the fifth chapter, the tourism opportunities, advantages and limits of the region for the development of tourism in the Midyat region are tried to be determined.

Midyat, located in Turkey, which incorporates broad cultural diversity, is one of the most important cultural cities. The fact that it hosts an ancient nation such as the Assyrians, adds great value to the tourism potential of the region. The presence of natural, historical, ethnic and cultural values in Midyat and its vicinity indicates that the region has a significant tourism potential. However, the region could not reach the level it deserves in the field of tourism due to the insufficient introduction of these values and some infrastructure problems of the city. With this study, it is envisaged that the natural and cultural beauties of Midyat and its immediate surroundings are protected within the scope of sustainable tourism, and that its tourism potential is further developed by raising awareness.

Key Words: Tourismus, Assyrer, Midyat, Tourism Development, types of tourism

Date: 18.11.2020

DANKSAGUNG

An erster Stelle möchte ich mich bei allen Personen bedanken, die mir Informationen, Auskunft, Hinweise, weiterführende Gedanken gegeben haben und meine Arbeit durch ihre wertvollen Daten bereichert bzw. möglich gemacht haben. Ich wünsche mir inständig, dass meine Arbeit einen Beitrag für die weitere Entwicklung Midyats liefern kann.

Mit aufrichtigen Gefühlen und meinem endlosen Respekt, bedanke ich mich bei meinem Betreuer Prof. Dr. Ernst Struck für sein umfangreiches Wissen und für seine intensive Unterstützung, die er mir während meiner Masterarbeit entgegengebracht hat.

Ich möchte mich bei meiner lieben Freundin Marika MARKAKOS bedanken, die mich mit ihrer unendlichen Geduld stets durch die unzähligen Versionen meiner Arbeit von Anfang bis Ende begleitet hat, mir geholfen hat nicht aufzugeben und auf dessen Hilfe ich zu jeder Zeit zählen konnte. Ebenso bin ich meinem lieben Freund Selim ÇALIK dankbar, der mir während meines Studiums ebenfalls zur Seite stand.

Ich bin meiner Tochter Feyza und meiner geliebten Frau sowie meiner ganzen Familie, die ich während meiner Masterarbeit vernachlässigt habe, unendlich dankbar.

Abschließend möchte ich meinem Vater und meiner Mutter, die mir während meines gesamten Bildungswegs nie ihre Unterstützung vorenthalten haben, meinen Dank aussprechen.

Metin ALKOL

TEŞEKKÜR

Öncelikle tez çalışmam sırasında kıymetli bilgi, birikim ve tecrübeleri ile çalışmalarımı değerli verileriyle zenginleştiren ve bana yol gösteren herkese sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım. Çalışmamın Midyat'ın daha da gelişmesine katkıda bulunmasını içtenlikle diliyorum.

Tez çalışmam boyunca bana destek olan, ilgisini ve önerilerini göstermekten kaçınmayan değerli danışman hocam sayın Prof. Dr. Ernst STRUCK'a sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Tez çalışmam sırasında bana sonsuz sabrıyla her zaman eşlik eden, destekleyen ve yardımına her zaman güvenebileceğim sevgili arkadaşım Marika MARKAKOS'a teşekkür ederim. Ayrıca çalışmalarım ve eğitim hayatımda bana destek olan sevgili dostum Selim ÇALIK'a teşekkürü bir borç bilirim.

Yüksek lisans tezim sırasında ihmal ettiğim kızım Feyza ve sevgili eşime ve tüm aileme teşekkür ediyorum ve son olarak çalışmalarım boyunca maddi manevi destekleriyle beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan babama ve anneme de sonsuz teşekkürler ederim.

Metin ALKOL

INHALTSVERZEICHNIS

ÖZET (ZUSAMMENFASSUNG)	iv
SUMMARY	v
DANKSAGUNG	vi
TEŞEKKÜR	vii
EINLEITUNG	1
1. Relevanz des Themas	1
2. Methodologie.....	2
3. Gegenstand Forschung	3
4. Forschungsfragen und Ziel.....	3
5. Forschungsstand	5
1. HISTORISCHE, SOZIALE UND KULTURELLE STRUKTUR DES FORSCHUNGSGEBIETS	6
1.1 Die Region Midyat	6
1.2 Die Geschichte der Assyrer / Wer sind die Assyrer?	8
1.3 Bevölkerungsgeographische Entwicklung.....	9
1.3.1 Bevölkerungszahlen und -zuwächse	10
1.4 Siedlungsentwicklung.....	13
1.5 Religiöse und ethnische Struktur	14
1.6 Wirtschaftsstruktur	15
2. TOURISMUS	17
2.1 Grundlagen und Erfassung	17
2.1.1 Historische Entwicklung des Tourismus	17
2.1.2 Was ist Tourismus?	20
2.1.3 Entwicklung des Tourismus von 1950 - 2020 in der Welt und in der Türkei	22
2.1.4 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus.....	26
2.1.5 Tourismusarten.....	27
2.2 Angebot und Nachfrage im Tourismus	32
2.2.1 Definition von Destination.....	33
2.2.2 Touristisches Angebot	34
2.2.3 Touristische Nachfrage.....	39
2.4 Auswirkungen und Effekte des Tourismus im Regionalen Bereich	45
2.4.1 Ökonomie und Tourismus	46
2.4.2 Ökologie und Tourismus.....	47
2.4.3 Soziokultur und Tourismus.....	49
2.4.4 Nachhaltigkeit und Tourismus	50
2.4.5 Kulturelles Erbe und Tourismus.....	52
2.5 INTERKULTURELLE BEGEGNUNGEN IM TOURISMUS	58
2.5.1 Definition interkultureller Begegnungen im Tourismus	58
2.5.3 Akteurinnen von interkulturellen Begegnungen im Tourismus.....	61

2.5.3.1 Die Reisenden	61
2.5.3.2 Die Bereisten	63
2.5.4 Mögliche Konfliktquellen interkultureller Begegnungen	66
3. TOURISMUSPOTENZIAL DER REGION MIDYAT – EINE BESTANDAUFNABME.....	70
3.1 Die Bedeutung von Midyat im Tourismus.....	70
3.1.1 Historische Entwicklung des Tourismusbereichs in Midyat.....	71
3.2 Natürliches Potenzial.....	74
3.3 Kulturelles Potenzial.....	77
3.3.1 Kulturelle Attraktionen.....	78
3.3.1.1 Ethnische und religiöse Gemeinschaften	78
3.3.1.2 Historische Strukturen und Gebäude	85
3.3.1.3 Folkloristische Werte der assyrischen Kultur.....	92
EMPIRISCHER TEIL.....	100
4. DIE AUSWERTUNG DER INTERVIEWS.....	100
4.1 Wirkungen des Tourismus in Midyat auf Wirtschaft, Umwelt und Soziokultur	100
4.2 Das Image der Region Midyat aus der Sicht in- und ausländischer Touristen	106
4.3 Touristische Nachfrage in Midyat	116
4.3.1 SWOT-Analyse der Region Midyat	121
4.4 Negative Faktoren, die Entwicklung des Tourismus in Midyat beeinflussen.....	124
4.4.1 Mangel an Kapital und Investitionen und professionellem Personal.....	125
4.4.2 Mangel an Infrastruktur und Unterkünften.....	126
4.4.3 Fehlende Werbung.....	128
4.4.4 Fehlende Anzahl von Reiseführern und Reiseunternehmen	131
4.4.5 Sicherheitsproblem	132
4.5 Herausforderungen für die Zukunft.....	134
4.6 Verfügbare und Entwickelbare Tourismusarten in Midyat	139
4.6.1 Kulturtourismus	140
4.6.1.1 Glaubenstourismus	141
4.6.1.2 Ethnotourismus.....	142
4.6.1.3 Gastronomietourismus.....	143
4.6.2 Höhlentourismus	146
5. SCHLUSSFOLGERUNGEN:	147
Möglichkeiten, Chancen und Grenzen der touristischen Entwicklung in Midyat	147
KARTENVERZEICHNIS	164
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	165
LITERATURVERZEICHNIS	167
INTERNETADRESSEN	175
INTERVIEWS UND FRAGEBOGEN	177

EINLEITUNG

1. Relevanz des Themas

Viele Nationen entstanden in Mesopotamien, wo Geschichte, Zivilisation, Religionen und alte Kulturen sich entwickelten. Eines der wichtigsten und ältesten Elemente dieser Kulturen sind die Assyrer. Es ist bekannt, dass sie eine sehr alte Geschichte in dieser Region haben. Sie haben auf von ihnen besiedeltem Land, wichtige Werke auf dem Gebiet der Kultur und Kunst hinterlassen und so einen bedeutenden Beitrag zum wirtschaftlichen, sozialen und historischen Leben der Region geleistet.

Im 20. und 21. Jahrhundert haben die Gesellschaften infolge wirtschaftlicher, politischer, sozialer, kultureller und technologischer Entwicklungen einen großen Wandel durchlaufen. Diese Veränderungen waren in allen Bereichen zu spüren. Insbesondere in der sich globalisierenden Welt, hat der Wettbewerb an Bedeutung gewonnen und zu einem großen Wandel für Länder, Unternehmen und Kulturen geführt. Dieser zunehmende Wettbewerb, insbesondere im wirtschaftlichen Bereich, hat Länder und Unternehmen dazu veranlasst, nach neuen Einkommen zu suchen. Eine dieser Einkommensmöglichkeiten ist unter anderem der Tourismussektor. Der Tourismus hat sich nach dem Zweiten Weltkrieg auf der ganzen Welt schnell entwickelt und weitläufig auf große Teile weltweit ausgebreitet. Er hat heute wirtschaftliche, soziale, kulturelle und politische Auswirkungen und spielt eine wichtige Rolle insbesondere in der Wirtschaft des Landes und in internationalen, wirtschaftlichen und politischen Beziehungen. Dieser Fakt erhöht die Bedeutung des Tourismus nicht nur in den Industrieländern, die einen großen Anteil an der internationalen Tourismusbewegung haben, sondern auch in den Entwicklungsländern. Es lässt sich somit zusammenfassen, dass der Tourismus als wirtschaftliches Einkommen in der Welt des 21. Jahrhunderts eine sehr wichtige Position einnimmt und der Tourismusfaktor somit sehr wichtig für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung der Region Midyat ist.

Es lässt sich behaupten, dass die Region Midyat und ihre Umgebung ein großes touristisches Potenzial haben und sowohl die lokale Bevölkerung als auch die Volkswirtschaft positiv beeinflussen. Die Wichtigkeit und Notwendigkeit der folgenden Studie ist in diesem Sinne sehr wichtig. Bei der Analyse der statistischen Daten der letzten Jahre zeigt sich jedoch, dass sich der Tourismussektor einerseits aufgrund der politischen Probleme in der Region und

andererseits aufgrund der Nichterhaltung der touristischen Werte negativ auf den Tourismussektor auswirkt. Diese Auswirkungen werden in den späteren Kapiteln besprochen. Die Stadt und die Menschen verfügen aufgrund ihrer geografischen und historischen Bedeutung über unterschiedliche Überzeugungen sowie über ethnische und architektonische Strukturen. Ethnische, religiöse und architektonische Strukturen der Region bilden ein wichtiges Potenzial für die Entwicklung des Kulturtourismus. Die Studie:

- 1-Um das touristische Potenzial der Region zu beurteilen,
- 2-Für einen Leitfaden für die zukünftige Entwicklung des Tourismus in Midyat
- 3-Bietet einen Leitfaden zur Bestimmung und Förderung der kulturellen (religiösen und ethnischen) Struktur in Midyat, insbesondere im Kontext der Assyrer
- 4-Als Grundlage und Beitrag zur akademischen Literatur für Forscher, die insbesondere im Bereich Kulturtourismus forschen wollen.

2. Methodologie

Diese Studie wurde in der Region Midyat durchgeführt, mit dem Ziel das touristische Potential der assyrischen Kultur zu untersuchen und zu beurteilen, und um die physischen, menschlichen, kulturellen und wirtschaftlichen Eigenschaften von Midyat und seiner Umgebung zu verstehen und zu erklären. Der Studie liegt ein Modell zugrunde, das somit qualitative Forschungsmethoden inkludiert.

Die im Ergebnis der Literaturstudie erhaltenen Daten wurden untersucht, gelesen und entsprechend der Integrität der Studie synthetisiert. In Midyat und seiner Umgebung wurde zu verschiedenen Zeiten die Feldarbeit durchgeführt. Es wurden Elemente der natürlichen, kulturellen, wirtschaftlichen und menschlichen Umwelt in der Region beobachtet und mit Fotoaufnahmen, Karten und Abbildungen unterstützt. Der Entwurf der Studie stellt das touristische Potenzial der Assyrer dar, die im Zentrum und in den Dörfern von Midyat leben. In Midyat wurden Interviews mit Experten und autorisierten Personen auf dem Gebiet des Tourismus in der Region durchgeführt, um die Auswirkungen der assyrischen Kultur für den Tourismus auszumachen. Die Interviewfragen, die als Datenerhebungsmethode verwendet wurden, wurden vom Autor vorbereitet und die Interviews wurden mehr in einer Gesprächsatmosphäre durchgeführt. In den Interviews variierte die Anzahl der Fragen. Die erhaltenen Daten wurden tabellarisch dargestellt und durch die SWOT-Analysetechnik ausgewertet.

Die als Ergebnis der oben angewandten Fortschritte erstellte Studie besteht aus 5 Abschnitten. Im ersten Abschnitt enthält sie geografische und historische Informationen über die Assyrer und die Region Midyats. Im zweiten Abschnitt werden Begriff, Entwicklung, Bedeutung und Arten des Tourismus untersucht. Im dritten Abschnitt werden die Elemente, die das Tourismuspotenzial im Forschungsgebiet tragen, erörtert. Im vierten Abschnitt werden allgemeine und spezifische Vorschläge für die Tourismusedwicklung hervorgehoben. Als Ergebnis von Interviews mit Experten, werden die positiven und negativen Aspekte der lokalen und ausländischen Touristen zum Forschungsgebiet kommen analysiert. Im letzten Teil wird diskutiert, ob es in der Region ein Tourismuspotenzial gibt und welchen Beitrag es zur Region leisten wird, wenn dieses Potenzial genutzt wird.

3. Gegenstand Forschung

In der Region Midyat besteht durch die assyrische Kultur ein großes touristisches Potenzial. Jedoch gibt es keine sehr große zahlenmäßige Zunahme an Touristen, da dieses Potenzial nicht genutzt wird. Wird dieses genutzt, so kann eine große Entwicklung und Veränderung im sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Bereich.

Gegenstand der Forschung stellen die folgenden Themen:

- Ermittlung des touristischen Potenzials Midyats und seiner Umgebung
- Ermittlung alternativer Tourismusarten in Midyat und Umgebung
- Untersuchung der Beziehung zwischen Kultur und Tourismus in Midyat
- Untersuchung der ökologischen, wirtschaftlichen und soziokulturellen Auswirkungen des Tourismus in der Region Midyat

4. Forschungsfragen und Ziel

In dieser Studie mit dem Titel „*Das Potenzial der Assyrischen Kultur für den Tourismus: Am Beispiel Midyat*“ werden die touristischen Attraktionen der Region Midyat im Hinblick auf das wirtschaftliche, soziale und kulturelle Leben erörtert.

Das allgemeine Entwicklungsniveau des Forschungsgebiets und seiner Umgebung ist niedrig. Es gibt auch deutliche Unterschiede zwischen den Städten in der betreffenden Region. So lässt sich sagen, dass die landwirtschaftliche Produktion unzureichend ist, da die Region Midyat weit von den Hauptstraßen entfernt, ihr Land fragmentiert und bergig ist. Trotzdem arbeiten die Menschen oft in der Landwirtschaft. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass der Tourismus ein

wichtiger Faktor für die Verbesserung der wirtschaftlichen Situation ist, und zwar im Forschungsgebiet aufgrund negativer sozioökonomischer Indikatoren wie niedrigem Einkommensniveau, Bevölkerungswachstum, Arbeitslosenquote und hoher Migration in andere Provinzen der Region Midyat. Daraus lässt sich herleiten, dass in Midyat, wo die Wirtschaft schwach ist, der Kulturtourismus einen wichtigen Faktor für die Wirtschaft darstellt und dort großes touristisches Potential besteht. Dieses Potential kann es ermöglichen, dass der Tourismus andere Wirtschaftssektoren in der Region Mardin-Midyat beeinflusst, sofern eine angemessene Tourismuspolitik umgesetzt wird, und damit erhebliche wirtschaftliche Erträge für die Region bringen. Daraus ist die Hauptannahme dieser Studie schlusszufolgern: Der Tourismus bietet wichtiges Potenzial für die Entwicklung der Region und die Zukunft der Region Midyat ist vom Tourismus abhängig.

Ziel dieser Studie ist es, die touristischen Ressourcen im Forschungsgebiet zu ermitteln und Vorschläge für deren bessere Nutzung für touristische Zwecke zu unterbreiten. Es wird dabei angegeben, welche Arten des Tourismus in dieser Hinsicht vorteilhafter sind. Die Studien, die erforderlich sind, um die lokalen Merkmale /Strukturen/Produkten der Region, (wie ethnische, religiöse und architektonische Strukturen, lokale Gerichte, historisch-kulturelle Attraktionen usw.) in Tourismusprodukte umzuwandeln, zu vermarkten und sie als Attraktionen für Touristen anzubieten, gewinnen in der Forschung an Bedeutung. Die Grundlage der Studie liegt darin, sich auf die Auswirkungen der in Midyat lebenden Assyrer für den Tourismus zu fokussieren und Lösungen für die folgenden Fragen zu finden.

Wird das Potenzial der assyrischen Kultur für den Tourismus in Midyat genutzt und inwiefern kann dieses effektiver ausgeschöpft werden?

Unterfragen für die Studie:

- Welche Strukturen, Produkte oder Tätigkeiten der in Midyat lebenden Assyrer tragen Tourismuspotenzial?
- Welches sind die Hauptproblembereiche und Defizite der touristischen Entwicklung der Stadt Midyat - besonders in Bezug auf die assyrische Kultur?
- Welche Probleme gibt es bei Marketingstrategien?
- Inwiefern wird der Untersuchungsraum vom Tourismus geprägt?
- Welchen Zusammenhang gibt es zwischen der assyrischen Kultur und dem Tourismuspotenzial Midyats?

5. Forschungsstand

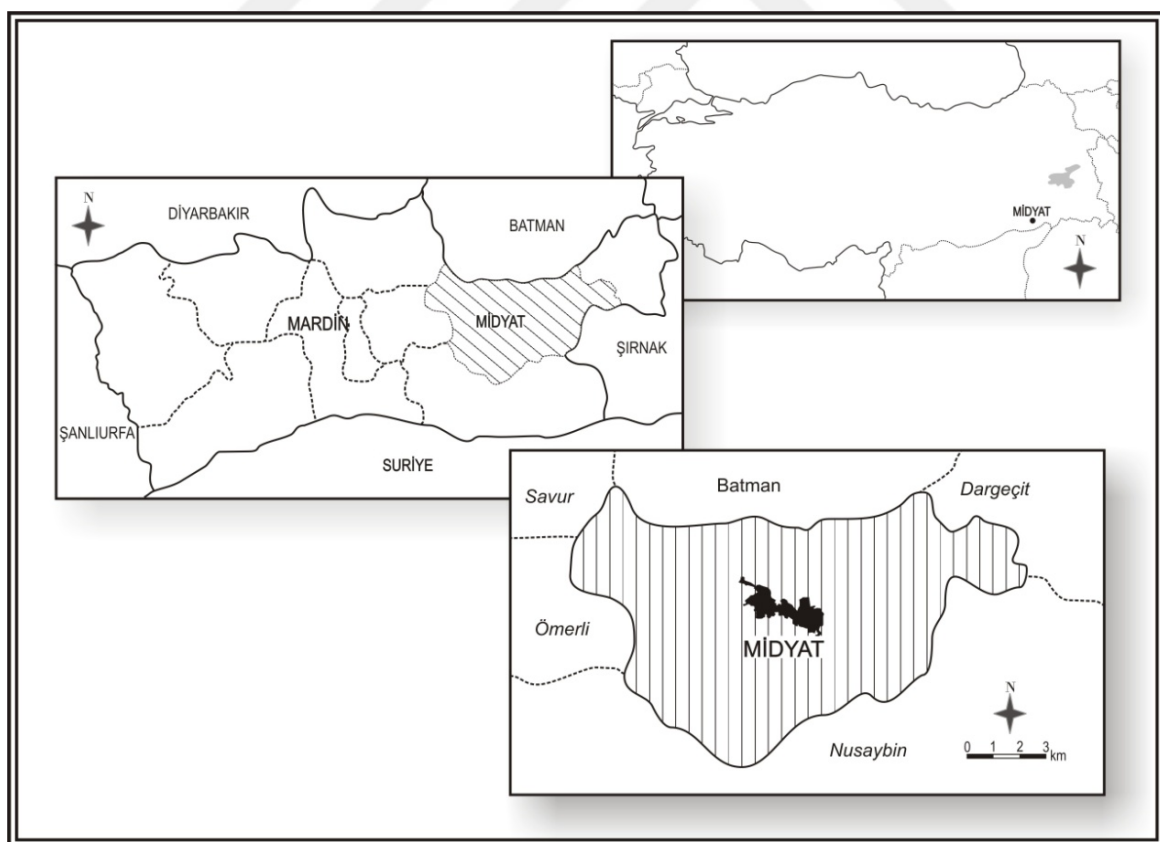
Die Forschung wurde an den Grenzen von Midyat / Mardin auf Assyrer bezogen, die im Bezirk Midyat in der Provinz Mardin leben. Mit anderen Worten, sie zielt darauf ab, das touristische Potenzial des Bezirks Midyat zu untersuchen. Das aktuelle Tourismuspotential der Region wird im Kontext der assyrischen Kultur untersucht. Insbesondere aufgrund der multikulturellen Struktur der Region wurden Lesungen und Forschungen zu Kulturwissenschaften durchgeführt. Nach der Literaturrecherche wurde festgestellt, dass es keine direkte Studie zu diesem Thema gab. Es lässt sich jedoch sagen, dass aufgrund der kulturellen Struktur der Region viele Forschungen im Bereich Tourismus und Kultur durchgeführt wurden. Studien auf diesem Gebiet zielen hauptsächlich darauf ab, das touristische Potenzial oder die kulturellen Merkmale der Provinz Mardin aufzudecken. Es gibt keine direkte Studie, die den Tourismus und die Kultur Midyats gemeinsam behandelt. Aus diesem Grund wurde die kulturelle Vielfalt des Bezirks Midyat und der Assyrer, die eines der wichtigsten Elemente / Akteure dieser Vielfalt sind, gemeinsam erörtert. Die Forschung konzentriert sich auf die kulturelle Erforschung des touristischen Potenzials von Midyat und Assyren. Insbesondere die Durchführung der Forschung in deutscher Sprache wird auch zu wissenschaftlichen Studien beitragen.

1. HISTORISCHE, SOZIALE UND KULTURELLE STRUKTUR DES FORSCHUNGSGEBIETS

Die Bestandsaufnahme der Strukturen in Midyat dient der Studie als Grundlage auf die zukünftige Entwicklung der Region besonders in Bezug auf das touristische Potenzial. Zuerst wird die Region vorgestellt, im Anschluss wird die demographische, kulturelle, historische und ökonomische Entwicklung der gesamten Region betrachtet.

1.1 Die Region Midyat

Die Midyat-Region, die Gegenstand der Forschung ist, befindet sich in der Tigris-Sektion der Region Südostanatolien. Midyat, das mit der Provinz Mardin verbunden ist, liegt 70 Kilometer vom Stadtzentrum entfernt. Die Stadt liegt in etwa 1.000 m Höhe über dem Meeresspiegel in einer hügeligen Landschaft. Die Stadt, die sich im Allgemeinen in die Ost-West-Richtung entwickelt wird, hat eine Fläche von 15,3 km² und geografische Koordinaten von 37,2 in 'nördlicher Breite und 41,2' in östlicher Länge (Vgl. Daşdemir, 2009, S.11).



Karte 1: Die Lokation Karte des Forschungsgebietes

Quelle: (Daşdemir, 2009)

Midyat liegt im Norden der Region Mesopotamien, in der sich die ältesten bekannten Zivilisationszentren der Geschichte befinden. Es wurde in einer Geographie gegründet, in der sich sehr wichtige Kulturen, Religionen und Sprachen überschneiden. Die Stadt, die zu Mesopotamien gehört, liegt in der Region Tur Abdin¹.



Karte 2 : Historische Tur Abdin Region

Quelle: (Günel, 2006)

Tur Abdin, nennt sich die Region innerhalb der Grenzen von Mardin im Westen, Hasankeyf im Norden, Cizre im Osten und Nusaybin im Süden offiziell. Midyat ist der Hauptort des Tur Abdin und seit 1478 Bischofssitz (Metropolit)². Es ist nicht genau bekannt, wann und von wem Midyat gegründet wurde. Die Stadt hat sumerische, assyrische, urartuische, mazedonische, persische, römische, abbasidische und osmanische Zeiten erlebt und wurde durch die Auswirkungen all dieser wichtigen Zivilisationen geformt. Das erste christliche Volk in der Geschichte lebte in dieser Region, das Klosterleben wurde hier geboren. Der Name Midyat wird in den assyrischen Annalen im 9. Jahrhundert v. Chr. als „Matiate“ im Sinne der Höhlenstadt erwähnt. Nach offiziellen Aufzeichnungen ist bekannt, dass Midyat im 16. Jahrhundert als Dorf galt, und diese Situation bis zum Beginn des 19. Jahrhunderts anhielt. In

¹ Tur Abdin ist ein hügeliges Gebiet, das sich im Grenz von Midyat Region im Südosten der Türkei befindet. Tur Abdin ist die aramäische Begrifflichkeit für "Berg der Knechte (Gottes). Es ist eine wichtige Region für die Assyrisch-Orthodoxen und ihre religiösen und kulturellen Zentren (Özmen, 2006).

²Der Hauptsitz des assyrischen Patriarchats befindet sich in Damaskus und es gibt insgesamt 19 Metropolregionen. Es gibt drei Metropoliten in der Türkei. Einer ist in Istanbul, der andere im Zentrum von Mardin und der andere in Midyat (Özmen, 2006).

den 1810er Jahren sei es laut Aufzeichnungen ein Landkreis gewesen. In offiziellen Dokumenten von 1839 wird es als Provinz mit neunzehn Unterbezirken erwähnt. In Midyat wurde im Jahr 1810 der Bürgerausschuss gegründet und im Jahr 1927 wurde es mit der Provinz Mardin verbunden.

Midyat besteht aus zwei Teilen: (Midyat und Estel). Im Jahr 1930 haben der Landkreis Midyat und Estel zum Namen Midyat fusioniert. Der Landkreis entwickelt sich in Richtung Estel. Diese Situation hat einen wichtigen Einfluss bei der Erhaltung der alten historischen Region der Stadt. Im Zentrum und der Umgebung von Midyat leben Muslime, Christen und Jesiden heutzutage zusammen. Darüber hinaus werden in der Region Türkisch, Kurdisch, Syrisch und Arabisch gesprochen (Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

1.2 Die Geschichte der Assyrer / Wer sind die Assyrer?

Mesopotamien, wo Geschichte, Zivilisation, Religionen und erste Kulturen entstanden, trug viele Nationen in sich. Eines der ältesten und wichtigsten Völker dieser Kulturen sind die Assyrer; die mesopotamische Region gilt als ihr Mutterland. Es wird angenommen, dass die Assyrer auf Sam, dem Sohn des Propheten Noah, als Ursprung beruhen. Ihre Religion ist christlich-orthodox und ihre Sprache ist assyrisch. Die Assyrer lebten intensiv an dem Ort, der als alte Stadt im Forschungsgebiet bezeichnet wird. Infolge der Auslandsmigration sind sie heute jedoch zu einer Minderheit geworden. Die Zahl der Angehörigen des Volkes ist nicht genau bekannt, weil in den verschiedenen Staaten, in denen die meisten Assyrer leben, Daten über ethnische Zugehörigkeiten nicht erhoben werden. Schätzungen allein für die Türkei, USA und den Irak und angrenzende Gebiete belaufen sich auf 3 Millionen, in Europa einer halben Million und weltweit 5 Millionen (Assyrischer Mesopotamien Verein, 2020).

Über den Ursprung des Wortes "Assyrisch" wurden etymologisch unterschiedliche Ansichten vertreten (Vgl. İris, 2003, S. 9-11). Es wird berichtet, dass sich der assyrische Begriff im historischen Prozess geändert hat und man seit 20 Jahrhunderten von „Assyrern“ spricht. Es wird angenommen, dass der allgemein akzeptierte Name ‚Assyrer‘ ab dem ersten Jahrhundert nach Christus verwendet wurde. Die Quelle des syrischen Namens basiert auf Orts-, Stammes- und Königsnamen³ (Vgl. Tiğiz, 2019, S.2). Demnach: Der Begriff ‚Assyrer‘ kann geografisch, durch historische Ereignisse und Menschen oder philologisch auf unterschiedlichen Ursprüngen beruhen. Vielleicht ist die einzige Gemeinsamkeit all dieser Erklärungen, dass sie

³ Der historische Prozess wird nicht eingegeben, um nicht vom Thema abzuweichen.

alles mesopotamischen Ursprungs sind. Diese Aussagen geben jedoch keine klare Antwort auf die Frage, wer die Assyrer sind. Wenn die Frage, wer die Assyrer sind, etwas tiefergehend untersucht wird, kann man auf zwei verschiedene Erklärungen treffen: kirchenzentrierte und ethnisch zentrierte (Nationalität) Definitionen. Grundlage dieser unterschiedlichen Definitionen ist der Konflikt zwischen den konservativen und den nationalistischen Menschen im Veränderungsprozess, den die Assyrer seit Beginn des 19. Jahrhunderts von einer religionszentrierten Gesellschaft zu einer nationalzentrierten Gesellschaft durchleben. Als Ergebnis dieser Diskussionen wurden drei Theorien über die Herkunft der Assyrer aufgestellt. Die erste ist, dass die Assyrer aus Aramî stammten, was hauptsächlich die Konservative/traditionelle Sichtweise ist und von Anhängern der Kirche vertreten wird. Die zweite ist die Ansicht, dass der Ursprung der Assyrer assyrisch ist und wird von liberaleren Assyrern vertreten. Der dritten Theorie zufolge sind die Assyrer die Fortsetzung der mesopotamischen Völker vor Jesus. Dieser Meinung sind nicht nur Assyrer, Babylonier, Keldanî oder Aramid. Der Assyrizismus ist eine Synthese, die auf der kulturellen Grundlage aller alten mesopotamischen Völker basiert und in sich die hellenistische Zivilisation trägt (Vgl. Özcoşar, 2013, S.74-93).

Trotz dieser Streitigkeiten über die Herkunft der Assyrer, sind, wenn es um die Assyrer im Laufe der Geschichte geht, Kirchen und ihre Mitglieder gemeint, die ihre religiösen Dienste gemäß der assyrischen Tradition leisten oder mit dieser Tradition verbunden sind.

1.3 Bevölkerungsgeographische Entwicklung

Die ältesten Daten zur Bevölkerung des Forschungsgebietes stammen aus der Zeit des Osmanischen Reiches. XVI. In den Grundstücksunterlagen des Jahrhunderts wird der Name des heutigen Landkreises Midyat als "*Tur Nahiye*⁴" erwähnt (Güneş, 2012). Während der Zentralbezirk und andere Bezirke mit dem Sandschak⁵ von Mardin verbunden waren, war Tur Nahiye mit dem Sandschak von Hasankeyf verbunden. In den Aufzeichnungen von 1526 wird davon ausgegangen, dass nur Christen in 14 von 16 Dörfern lebten und die anderen zwei Dörfer

⁴Nahiye (Verwaltungseinheit): Nahiye (Bucak) oder Vorstädte: ist eine kleine Verwaltungsabteilung der Provinz, die in Städten und Dörfern in der Türkei stattfindet, wo es eine Beziehung zwischen Geographie, Wirtschaft, Sicherheit und örtlichem Dienst gibt.

⁵Der Begriff bedeutet "Flagge" bzw. "Banner". Im Zeitraum 14. bis 16. Jh. n.Chr. war der Sandschak eine Unterabteilung des Beylerbey. Damals wurde der Sandschak von einem Bey des Sandschaks, kurz Sandschakbey, geleitet. Nach dem 1. Weltkrieg wurde die Türkei neu strukturiert und die Sandschaks in sogenannte Vilayets (Bezirke) überführt. Die Sandschaks waren in Kazas unterteilt.

muslimische Araber namens Mahalmi, bewohnten. In diesen Dörfern gab es 918 Haushalte und 311 Alleinstehende. Während 873 Haushalte und 292 Alleinstehende davon Christen waren, waren 45 Familien und 19 Alleinstehende Muslime. In den Grundbüchern der II. Selim-Zeit (1566-1574), in denen detailliertere Informationen verfügbar sind, werden 45 Dörfer in Tur Nahiye erwähnt. 16 dieser Dörfer waren vollständig christlich, eins war gemischt und die restlichen 28 waren muslimische Dörfer. In christlichen Dörfern, die größer sind als muslimische Dörfer, lebten insgesamt 1888 Familien und 863 Alleinstehende. Im Gegensatz dazu gab es in muslimischen Dörfern 829 Familien und 192 Alleinstehende. Diese Zahlen zeigen die muslimische und christliche Bevölkerung in Tur Nahiye (Vgl. Göyünç, N. , 1972, S. 145-146).

Detaillierte Informationen zur Bevölkerung von Midyat stammen aus dem Jahr 1891. Zu diesem Zeitpunkt lebten in der Stadt Midyat insgesamt 6000 Einwohner, darunter 3500 Muslime und 2500 Assyrer (Öztuna, 1986). Die richtigen Informationen über die Bevölkerungszunahme im Forschungsgebiet und die durch diese Zunahme gezeigten demografischen Trends basieren zweifellos auf den Ergebnissen periodischer Volkszählungen, die in der republikanischen Ära begannen. Nach den Ergebnissen der ersten allgemeinen Volkszählung dieser Zeit (27 Oktober 1927) lebten im Bezirk Midyat, in dem sich auch das Forschungsgebiet befand, 31.945 Menschen. Zusammenfassend beginnt die Bevölkerungsinformation über das Midyat-Bezirkszentrum ab 1927 (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020).

1.3.1 Bevölkerungszahlen und -zuwächse

Betrachtet man die Bevölkerungsentwicklung gemäß den Jahren der Volkszählungen im Untersuchungsgebiet, ist zu erkennen, dass dieser Anstieg nicht regelmäßig ist und sich wichtige Unterschiede in Abständen von 5 Jahren abzeichnen (in der Abbildung 1). Der Rückgang im Bezirkszentrum zwischen 1940 und 1945 ist auf den Zweiten Weltkrieg zurückzuführen; die Bevölkerung ging von 9.475 auf 7.660 zurück. Der größte Bevölkerungszuwachs bei der Gesamtbevölkerung im Stadtzentrum von Midyat wurde zwischen 1990 und 1997 gesehen, bei dem die Bevölkerungszahl um 31 009 stieg. Der Hauptgrund dieses Anstiegs ist die Abwanderung der Landbevölkerung ins Stadtzentrum aufgrund der terroristischen Ereignisse, die die Region betrafen. Während die Bevölkerung im Jahr 1990 bei 29.569 lag, erreichte sie im Jahr 1997 eine Zahl von 61.378. Diese Entwicklung war jedoch nicht dauerhaft, und da diese der Beginn der allmählichen Migration aus Midyat in

große Städte war, ging die Bevölkerung im Jahr 2000 auf 56.669 Menschen zurück. Abgesehen von diesen unnatürlich raschen Rückgängen in der Bevölkerungsentwicklung ist Midyats Bevölkerung im Zeitraum von 1950-1955 um 1916, im Zeitraum 1970-1975 um 3918 und im Zeitraum 1985-1990 um 7400 gewachsen. Es lässt sich erkennen, dass sich die Bevölkerung des allgemeinen Untersuchungsgebiets eher unregelmäßig entwickelt hat. Bei einer Analyse mit Fokus auf die Jahre, nimmt die Stadtbevölkerung in Midyat im Laufe der Zeit ab. Die Zahl der Nichtmuslime ging aufgrund der Zunahme der muslimischen Bevölkerung aus dem ländlichen Raum in das Stadtzentrum und der Einwanderung von Nichtmuslimen in europäische Länder wie Schweden, die Niederlande und Deutschland, erheblich zurück. Da Midyat ein wichtiger Metropolit für Assyrer ist, besuchen die Auswanderer, die hier abreisten, sowohl aus religiösen als auch aus touristischen Gründen die Stadt. Dies ist einer der Gründe, warum die Bevölkerung zu bestimmten Zeiten schwankt. Besonders in den Sommermonaten herrscht aufgrund der Besuche der einheimischen und ausländischen Touristen der Stadt hohe Fluktuation. Schaut man sich jedoch die aktuelle Bevölkerungsstatistik und die historische Entwicklung der Stadt an, ist zu sagen, dass die Bevölkerung Midyats aufgrund der Verbesserung der Lebensbedingungen, einem geringen Sicherheitsproblem, der Investitionen der Assyrer, der Entwicklung des lokalen Handwerks und der Zunahme der internen Migration von Dörfern in den Städte leicht angestiegen ist. Die Bewohner Midyats wandern jedoch auch besonders viel in große Städte aus wie Istanbul. Bei der Volkszählung 2019 wurde die Bevölkerung der Stadt auf 114.763 bestimmt (TÜİK, 2020).

Jahr der Bevölkerungszählung	Zentrum	Dörfer	Insgesamt
1927	3.918	28.027	31.945
1935	7.519	38.628	46.147
1940	9.475	37.179	46.654
1945	7.660	31.296	38.956
1950	6.190	38.924	45.114
1955	8.106	44.632	52.738
1960	9.621	50.560	60.181
1965	10.391	53.853	64.244
1970	12.987	57.323	70.310
1975	16.905	64.073	80.978
1980	19.951	64.674	84.625
1985	22.169	66.869	89.038
1990	29.569	43.360	72.929
1997	61.378	66.739	128.117
2000	56.669	71.416	128.085
2011	58.415	49.571	107.986
2019	Keine Daten	Keine Daten	114.763

Abb. 1: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Midyat (1927-2019)

Quelle: (TÜİK, 2020) und (Kul, 2015)

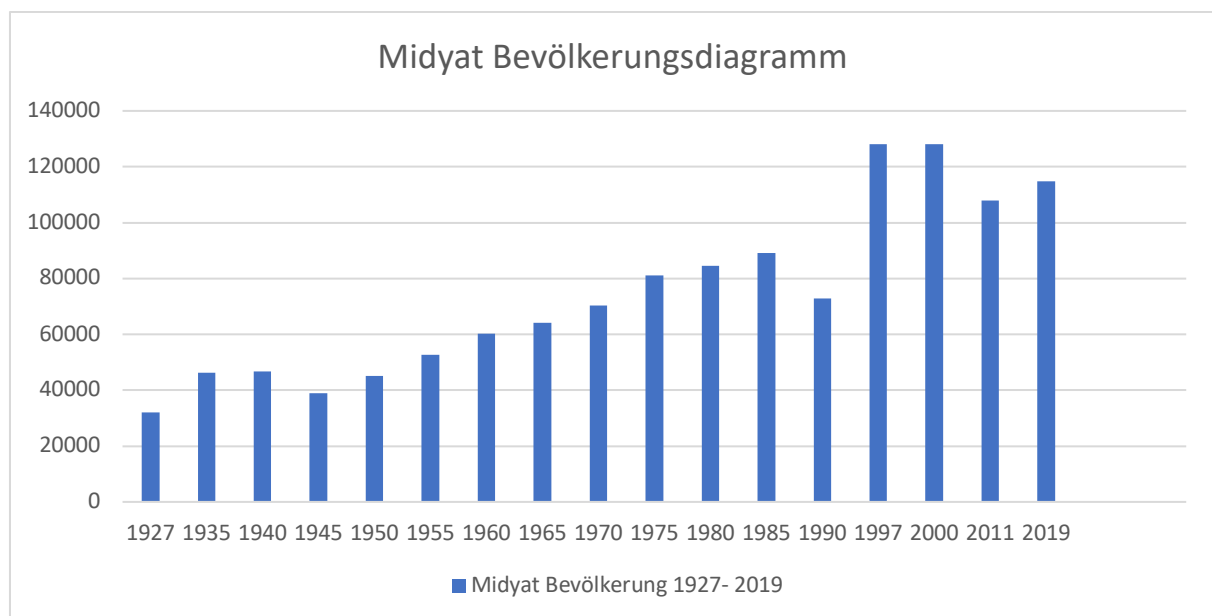
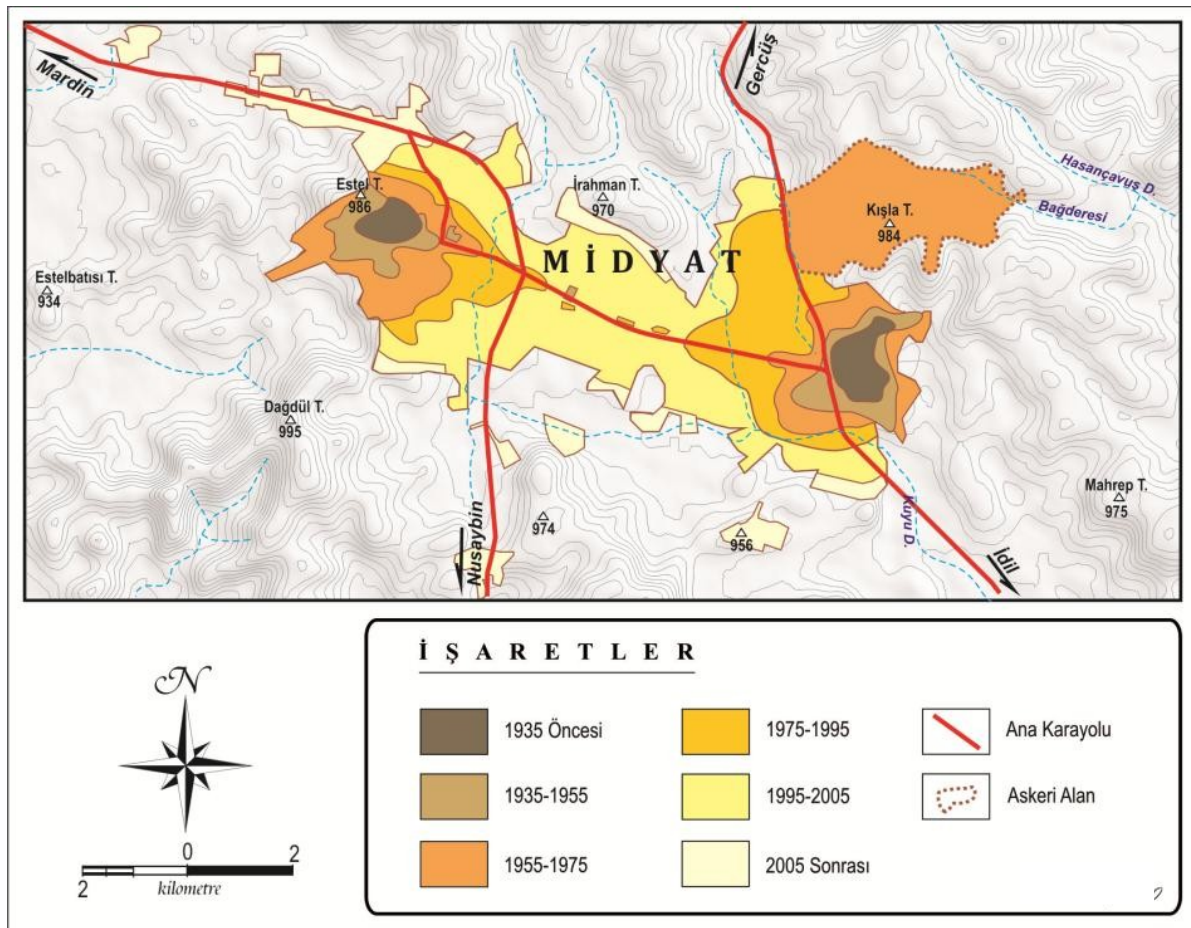


Abb. 2: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Midyat (1927-2019)

1.4 Siedlungsentwicklung

Da Siedlungen ein Phänomen sind, das die menschlichen und natürlichen Umwelteigenschaften am besten widerspiegelt, waren diese eines der Hauptthemen der Geographie. Neben Brauchtümern und anderen psychologischen, ethnischen, historischen und wirtschaftlichen Faktoren, haben auch die geografischen Faktoren, die sich je nach Region ändern und die Merkmale jeder Region bestimmen, einen großen Einfluss. Auf Basis dessen lässt sich sagen, dass Siedlungen nach geografischen Bedingungen gestaltet werden (Tanoğlu, 1969). Das Forschungsgebiet wurde auf einer aus Kalksteinen bestehenden Karstplateauoberfläche in einer Höhe von etwa 1000 Metern über dem Meeresspiegel gegründet. Dies hat wichtige Auswirkungen auf das heutige Erscheinungsbild der Stadt.



Karte 3: Entwicklungsphasen der Stadt Midyat

Quelle: (Sevindi & Daşdemir, 2011)

Mit der Gründung der Republik wurde Mardin in eine Provinz umgewandelt und mit Mardin im Status Midyat Landkreis verbunden. Estel, welches mittlerweile ein Teil des heutigen Midyats ist, war in den ersten Jahren der Republik ein Dorf. Die Entfernung nach Midyat

beträgt 2,4 km. In Estel, dessen Mehrheit aus muslimisch-arabischer Bevölkerung besteht, wurde 1925 ein Bürgerausschuss gegründet, um den Bedürfnissen der wachsenden Bevölkerung gerecht zu werden. So sind zwei Siedlungen, in denen kommunale Dienstleistungen erbracht wurden, sehr nahe beieinander entstanden. Mit einer Entscheidung aus dem Jahr 1935 wurden die Siedlungen Midyat und Estel vereint. Durch die Fusion dieser beiden Siedlungen, wurden die Dienstleistungsgrenzen der Stadtverwaltung Midyat erweitert und die Stadtbevölkerung nahm zu. Der Bau des staatlichen Krankenhauses, des Regierungsgebäudes und einiger offizieller Einrichtungen entlang der Straße zwischen den beiden Siedlungen ebnete den Weg für die Fusion dieser Siedlungen in kurzer Zeit und die Entstehung der heutigen Stadt Midyat (Vgl. Sevindi & Daşdemir, 2011, S. 135-182).

1.5 Religiöse und ethnische Struktur

Midyat ist eine alte Stadt, die eine sehr reiche folkloristische Struktur hat und Kulturen verschiedener Zivilisationen in sich trägt. Im Laufe der Geschichte trug Midyat verschiedene Glauben, Kulturen und Sprachen in sich. Die Region, die sumerische, assyrische, urartuische, mazedonische, persische, römische, abbasidische und osmanische Zeiten erlebt hat, von durch die Auswirkungen all dieser wichtigen Zivilisationen gestaltet. Verschiedene ethnische und religiöse Gruppen entstanden, weil all diese verschiedenen Zivilisationen einst in der Region regierten.

Heute gibt es in Midyat sechs ethnische Gruppen (Kurden, Mhallami⁶, Assyrer (Christlich-Orthodoxe), Becirmani⁷ (Sayyiden), Türken und Jesiden⁸), drei verschiedene Religionen (Islam, Christentum und Jesidismus) und vier gesprochene Sprachen (Türkisch, Kurdisch, Assyrisch und Arabisch) (Çetin, 2007). In den nächsten Abschnitten werden verschiedene ethnische Gruppen ausführlicher erläutert.

Wie oben hervorgehoben, besteht Midyat aus den Abschnitten Midyat und Estel, die ungefähr 2,4 km zueinander entfernt sind. Während im Teil von Midyat, welches die erste Siedlung der

⁶Die Mhallami sind eine arabischsprachige Volksgruppe in der Türkei und im Libanon. Sie leben hauptsächlich in der Provinz Mardin/Midyat der Türkei.

⁷Sayyid oder Sajid ist der Ehrentitel der Nachkommen Mohammeds, des Propheten des Islams, die von ihm über seine Tochter Fatima und deren Ehemann Ali ibn Abi Talib väterlicherseits abstammen.

⁸Die Jesiden oder Eziden sind eine zumeist Kurmandschi sprechende ethnisch-religiöse Minderheit mit mehreren hunderttausend Angehörigen, deren ursprüngliche Hauptsiedlungsgebiete im nördlichen Irak, in Nordsyrien und in der südöstlichen Türkei liegen. Die Jesiden betrachten sich teilweise als ethnische Kurden, teilweise als eigenständige ethno-religiöse Gruppe.

Stadt ist, im Allgemeinen Kurden, Assyrer, Becirman (Sayyid) und Jesiden/Eziden leben, leben überwiegend Mhallami und Türken in der Region Estel. Bis in die 80er Jahre gab es keine Siedlungen zwischen den beiden Teilen. Mit den schnell wachsenden Konstruktionen/Gebäuden seit den 90er Jahren, sind die beiden Teile nun vollständig miteinander vereint (Vgl. Daşdemir, 2009, S.11).

1.6 Wirtschaftsstruktur

In Midyat ist im Bereich der Landwirtschaft im Allgemeinen eine sozio-ökonomische Struktur zu erkennen. Während die staatlichen Dienstleistungen in der sozialen und wirtschaftlichen Struktur der Stadt an zweiter Stelle stehen, folgen die Sektoren Verkehr und Kommunikation, Handel, Industrie und Bauindustrie nach der Landwirtschaft. Im Tourismussektor hat sich in den letzten Jahren eine große Entwicklung gezeigt; so ist er zur wichtigsten Einnahmequelle im Handels- und Dienstleistungssektor der Region geworden. Es lässt sich somit sagen, dass der Tourismus einen positiven Beitrag zur Wirtschaftsstruktur leistet. Daraus ist abzuleiten, dass die Region ein großes touristisches Potenzial hat und für die Wirtschaft von großer Bedeutung ist.

In der folgenden Abbildung werden die aktuelle Wirtschaftsstruktur und Erwerbssituation veranschaulicht.

Wirtschaftssektoren	Anzahl der Mitarbeiter	% / Prozent
Landwirtschaft	10.454	51.8
Dienstleistungen	8.286	41.1
Verwaltungsdienste	2.819	
Handel	2.752	
Ausbildung	746	
Gesundheit	522	
Transport	453	
Tourismus	Keine Daten	
andere	994	
Industrie	1.416	7.1
gesamt	20.156	100

Abb. 3: Sektorale Verteilung wirtschaftlich der aktiven Bevölkerung in der Midyat Stadt (2008)

Quelle: İlçe Mal Müdürlüğü (Finanzamt der Stadt)

Wie in Tabelle 3 dargestellt ist, arbeiten die Menschen mit 51,8 Prozent in der Landwirtschaftssektor. 10.454 Menschen arbeiten aktiv in der Landwirtschaft. Andere Wirtschaftssektor, die der Landwirtschaft folgen, sind Dienstleistungen. Verwaltungsdienst, Handel, Ausbildung, Gesundheit, Transport, Tourismus und andere stehen mit einer Quote von 41,1% an zweiter Stelle im Dienstleistungssektor. Industriesektor kommt mit 7,1 Prozent an dritte Stelle. Die regionale Wirtschaft basiert auf der Landwirtschaft. Es zeigt sich, dass die aktive Beteiligung in anderen Sektoren sehr gering ist⁹.



⁹ Die Daten in Tabelle 3 gehören zum Jahr 2008. Aufgrund der aktuellen Covid-19-Pandemie und trotz aller Bemühungen konnte nicht an aktuelle Daten gelangt werden. Nach Angaben der Gemeinde Midyat für 2020 ist die Anzahl der Arbeitsplätze im Zusammenhang mit dem Tourismus jedoch wie folgt. Derzeit gibt es in Midyat 13 Hotels, 80 Juweliere, 25 Restaurants und 18 Cafés.

2. TOURISMUS

In diesem Abschnitt werden die theoretischen Aspekte dargestellt und insbesondere wird versucht, die Informationen hervorzuheben, die des Forschungsgebiets zugrunde liegen. Der Begriff des Tourismus, seine Auswirkungen, Arten, Angebots- und die Nachfrageverhältnisse werden erörtert.

2.1 Grundlagen und Erfassung

Tourismus umfasst drei Sachverhalte: die räumliche Bewegung von Menschen zwischen Quell- und einem Zielgebiet, ein komplexes System an wechselseitigen, sich gegenseitig beeinflussenden Beziehungen zwischen Menschen, die außerhalb ihrer alltäglichen Umgebung reisen und Angebote touristischer Leistungsträger in Anspruch nehmen, und die Tourismuswirtschaft mit ihren Akteuren auf der Angebotsseite sowie den übergeordneten Akteuren (z. B. Politik) (Schmude & Namberger, 2015). Es lässt sich sagen, dass in der postmodernen Zeit, der Tourismussektor im Wettbewerb mit den großen Sektoren wie der Automobilindustrie, dem Lebensmittel- oder dem Erdölexport steht und dass dies auf die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus zurückzuführen ist. Der wichtigste Grund dafür ist, dass es sich um einen der sich an den schnellsten entwickelnden Sektoren der Welt handelt. Der Tourismus bietet einen guten Beschäftigungs- und Geldfluss (insbesondere ausländische Touristen - Devisen). Die Tatsache, dass die Wirtschaft die Grundlage des Tourismus ist, gewinnt im interdisziplinären Bereich zunehmend an Bedeutung. So lässt sich festhalten, dass Tourismus mit anderen Sektoren verbunden ist und zu deren Entwicklung beiträgt.

Jedoch kann gesagt werden, dass die Grundlage des heutigen Tourismus in den alten Jahren lebenswichtige Reiseaktivitäten bezüglich des Glaubens, des Handelns und der Kultur war. Im Laufe der Zeit hat sich das Phänomen des Reisens bzw. Tourismus einer großen Verwandlung ausgesetzt.

2.1.1 Historische Entwicklung des Tourismus

Tourismus ist ein historisch recht junges Phänomen. Als nicht- und prototouristische Reiseformen, lassen sich Notwendige Reisen mit dem Ziel der Vermehrung oder Sicherung knapper Ressourcen zu gewährleisten. Die Entstehung des modernen Tourismus ist in etwa zwischen Mitte des 18. Jahrhunderts bis ins erste Drittel des 19. Jahrhunderts zu verstehen. Als

eine Spielart der Bildungsreise entwickelt sich die sentimentale bzw. die romantische Reise, die nicht an der Verstandes- sondern an der Gefühlsbildung interessiert ist (Hahn/Kagelmann 1993, S. 4). Seit früherer Geschichtszeit reisen Menschen aus unterschiedlichen Gründen. Der Hauptgrund für Reisen in früheren Jahren, hängt mit lebenswichtigen Aktionen der Menschen zusammen. Im Jahre 4000 v. Chr. erfanden die Sumerer das Rad und trugen zur Beschleunigung von Reisen bei. Nach der Erfindung des Rades reisen Menschen nach Ägypten um die Pyramiden oder im antiken Griechenland die Olympischen Spiele zu sehen oder religiöse Rituale (z.B. im Mittelalter pilgerte man nach Jerusalem) zu verfolgen. Im Allgemeinen sind die Gründe, für Reisen in der Antike, eher als kommerziell, religiös, kulturell und militärisch als als Freizeitbeschäftigung zu betrachten (Karaküçük, 2014).

Die industrielle Revolution im 18. und 19. Jahrhundert und insbesondere auf dem Gebiet des Verkehrs bildete die Grundlage des modernen Tourismus. Das Wirtschaftswachstum mit den Revolutionen erleichterte die Teilnahme an Tourismusbewegungen. Andererseits hat die Zunahme von Autobahnen und Kraftfahrzeugen sowie Innovationen im Luftverkehr zu einem schnelleren, einfacheren und komfortableren Reisen geführt und einen Wendepunkt im Tourismus geschaffen. Insbesondere die Ausweitung des Massentransports hat die Reisekosten gesenkt und das Interesse der Menschen am Tourismus erhöht.

Mit zunehmender Bedeutung wurde der Tourismus Gegenstand von wissenschaftlichen Studien und im Laufe der Zeit wurde Tourismus in ein interdisziplinäres Feld gewandelt. Insbesondere gewann er als ein wirtschaftliches Phänomen an Bedeutung. Neben der Wirtschaftswissenschaft war Tourismus sowohl in der Geographie als auch in der Kulturwissenschaft Gegenstand vieler wichtiger und einflussreicher Forschungen. Als die andere Interdisziplinarität kann man z.B. die Sozialwissenschaft (Soziologie oder Psychologie), die Politikwissenschaft, die Rechtswissenschaft und die Umwelt- und Geowissenschaften zählen (die Beziehung zwischen Tourismus und anderen Disziplinen wird in der folgenden Tabelle detailliert dargestellt). Es lässt sich festhalten, dass der Tourismus direkt oder indirekt in Zusammenhang mit all diesen Wissenschaften steht. Deswegen kann behauptet werden, dass es viele unterschiedliche Disziplinen und Wissenschaftsbereiche, die sich mit dem Tourismus als Forschungsgegenstand befassen, gibt (Schmude & Namberger, 2015). Aus diesem Grund wurden für den Tourismus viele spezielle oder technische Definitionen entwickelt. Das Hauptproblem bei der Entstehung unterschiedlicher Definitionen ergibt sich aus der Tatsache, dass das Subjekt des Tourismus menschlich ist. Wo Menschen existieren, müssen wirtschaftliche, soziale, psychologische und politische Faktoren berücksichtigt werden.

Die folgende Tabelle zeigt die Beziehung des Tourismus zu anderen Wissenschaften.



Abb. 4: Untersuchung der Tourismuswahl von Disziplin und Ansatz

Quelle: (Jafari, 1977, S.23)

Die Tourismusforschung ist mit vielen anderen Disziplinen verbunden und ist für eine ganzheitliche Forschung der Phänomene im Tourismuskontext wichtig.

Für Heinz Hahn, ist die Tourismuswissenschaft eine integrative- und keine konstitutive Wissenschaft, die von vier zentralen Disziplinen getragen wird. Diese Disziplinen sind die Soziologie, die Ökonomie, die Geographie und die Pädagogik (Hahn in Tourismuswissenschaft 1994). Im Jahre 1993 werden in dem ebenfalls von Hahn zusammen mit Kagelmann veröffentlichten Buch Tourismuspsychologie und -soziologie acht Disziplinen als Disziplinen der Tourismuswissenschaft beschrieben. Diese bestehen aus der historischen Tourismusforschung, Tourismusanthropologie, Tourismussoziologie, Tourismusökonomie, Geographie des Freizeit- und Fremdenverkehrs, Kulturanthropologie des Tourismus, Tourismuspädagogik und aus der Freizeitpädagogik. Auch Opaschowski hat eine eigene Vorstellung von der Tourismuswissenschaft, so besteht seine Grafik „Tourismuswissenschaft im Überblick“ aus: Tourismusterminologie / Tourismusökonomie, Tourismustheorie /

Tourismuskritik, Tourismusgeschichte, Tourismuspsychologie, Tourismusanalysen, Tourismusprognosen, Tourismuspolitik/Tourismusetik.

Als grundlegende Disziplinen für die Tourismuswissenschaft können also nach Opaschowski die Tourismusökonomie, die Tourismusgeschichte, die Tourismuspsychologie und Tourismuspolitik / -ethik genannt werden. Der Tourismusforscher W. Freyer nennt in seinen Modellen zur Tourismuswissenschaft sechs konstitutive Disziplinen. Diese Disziplinen sind die Wirtschaftswissenschaften, Politikwissenschaften, Psychologie, Soziologie, Ökologie und Geographie. Sie bilden die Grundlage zur Tourismuswissenschaft (Freyer W. , 2010).

2.1.2 Was ist Tourismus?

Im 21. Jahrhundert ist der Tourismussektor eine wichtige Einkommensquelle auf der Welt. Viele Länder erwirtschaften ihr wirtschaftliches Einkommen aus dem Tourismussektor. Zunächst wurde der Tourismus nicht als wirtschaftliches Einkommen für die Menschen gesehen, sondern lediglich als eine Aktivität von einem Ort zum anderen zu gehen. Es lässt sich behaupten, wenn wirtschaftliche Einnahmen aus diesen Aktivitäten erhalten werden, hat sich der Tourismus zu einem Sektor gewandelt.

Was ist eigentlich Tourismus? Es existiert nicht lediglich eine Definition, sondern unzählige viele. Wie oben bestimmt wurde, wurden aufgrund der Beziehung zu anderen Disziplinen unterschiedliche Definitionen für den Tourismus aufgestellt. Der Begriff¹⁰ „Tourismus“ leitet sich vom lateinischen Wort „tornos“ ab. „Tornos“ bezieht sich auf die Rotationsbewegung von Personen um eine Achse. Hieraus ist der Begriff „Tour“ im Englischen, Französischen und Deutschen, als "Tour" hervorgegangen Die erste Definition des Tourismus wurde von Guyer-Fueler im Jahr 1905 wie folgt festgehalten: *“A phenomenon unique to modern time which is dependent on the people’s increasing need for a change and relaxing, the wish of recognizing the beauties of nature and art and the belief that nature gives happiness to human beings and which helps nations and communities’ approaching to each other thanks to the developments in commerce and industry and the communication and transportation tools’ becoming excellent”* (Ricapito, 2014, S.19). Die an der häufigsten verwendeten Definition des Begriffs Tourismus wurde 1963 durch die Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen (UNWTO) aufgestellt. Nach dieser allgemeinen Definition der UNWTO umfasst der Tourismus *„die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich*

¹⁰Der Begriff des Tourismus hat viele Synonyme z.B. Fremdenverkehr und Reiseverkehr.

dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten“ (Schmude & Namberger, 2015). Das wichtigste Element in dieser Definition ist der Reisende, der sich nicht länger als ein Jahr, als Tourist, am Zielort aufhält. Hält er sich dort länger als ein Jahr auf, wird er als Einwohner gezählt. Der zweite wichtige Punkt ist, dass eine reisende Person kein Einkommen aus dem Reisen verdienen sollte, damit das Reisen als eine touristische Aktivität angesehen werden kann.

Reisen, die innerhalb des eigenen Landes, in dem man lebt, getätigt werden, zählen als Inlandstourismus. Reist man ins Ausland, spricht man von Auslandstourismus. Dementsprechend wird zwischen zwei Gruppen unterschieden: Die der inländischen und die der ausländischen Touristen. Nach UNWTO kann die Tabelle wie folgt dargestellt werden.

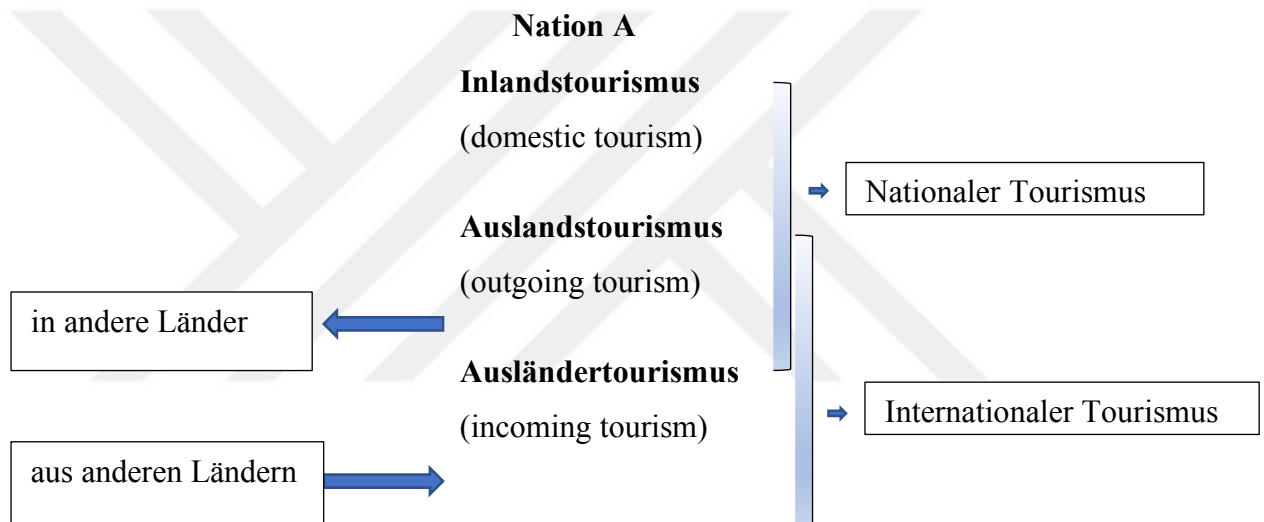


Abb. 5: Definition von nationalem und internationalem Tourismus

Quelle: (W.Munt, 2013) - (Eigene Darstellung)

Laut Steinecke gibt es drei zentrale Merkmale, die einen Touristen beschreiben:

- 1) Touristen sind Ortsfremde. Sie reisen von einem zum anderen Ort, mit der Rückkehr zum Wohnort.
- 2) Touristen sind temporäre Bewohner. Das Reiseziel der Touristen ist zeitlich begrenzt. Nach einer Weile kehrt man zum Wohnort zurück.
- 3) Touristen sind Konsumenten. Sie sind an Konsumaktivitäten beteiligt, zu denen sie gehen (Steinecke A., 2011).

Diese drei Merkmale des Tourismus spiegeln sich auch in der Definition wieder und werden von vielen Tourismusforschern akzeptiert. Des Weiteren, gibt es laut Schmude und Namberger (2015) drei konstitutive Elemente der Tourismusdefinition. Als erstes Element wird „der

Ortswechsel von Personen, der zu einem Ort außerhalb der gewohnten Umgebung führt“, berücksichtigt. Man kann den Ortswechsel mit verschiedenen Verkehrsmitteln ausführen. Das zweite konstitutive Element des Tourismus ist *„der vorübergehende Aufenthalt an einem Ort außerhalb der gewohnten Umgebung“*. Dieser Aufenthalt kann beispielsweise in Betrieben der Hotellerie oder in Privatunterkünften bei Verwandten, Freunden und Bekannten erfolgen. Als drittes konstitutives Element des Tourismus sind *„die Motive des Ortswechsels“* zu nennen (Schmude & Namberger, 2015).

Die Faktoren Zeit und Wirtschaftlichkeit spielen eine wichtige Rolle, damit der Reisende als Tourist angesehen werden kann. Wie aus den obigen Definitionen hervorgeht, muss die Rückkehr zum Wohnort nach spätestens einem Jahr erfolgen. Der andere wichtige Faktor ist, dass nicht verdientes Geld ausgegeben wird. Touristen sind Verbraucher. In diesem Sinne gelten Personen, die längere Zeit außerhalb ihres Wohnorts wohnen, wie Studenten oder Beamte, die in einem anderen Land arbeiten, nicht als Touristen. Abgesehen davon gelten Menschen, die in ihrer Freizeit (Vergnügen, Urlaub, Kultur, Bildung, Sport), aus familiären, gesundheitlichen, wirtschaftlichen, wissenschaftlichen oder religiösen Gründen verreisen, als Touristen (Kozak, Akoğlan Kozak, & Kozak, 2014).

2.1.3 Entwicklung des Tourismus von 1950 - 2020 in der Welt und in der Türkei

Ende des 20., Anfang des 21. Jahrhunderts hat die Welt, einige Veränderungen und Transformationen erlebt. Insbesondere in technologischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen, rechtlichen und politischen Bereichen haben sich große Veränderungen ergeben (Buluk & Özkök, 2016).

Um die Gründe der Entwicklungen von Tourismus zu verstehen ist es sinnvoll die Entwicklung der Freizeit und die Gestaltung der freien Zeit außerhalb der Arbeit in der Geschichte zu erläutern. Im Folgenden werden die Entwicklung und die Verbreitung des Tourismus in zwei verschiedenen Aspekten erläutert. Der eine Aspekt ist die über die Jahre immer grösser werdende Freizeitgestaltung in der Gesellschaft. Der zweite Aspekt ist die Entwicklung des Tourismus.

Es wird angenommen, dass es zwischen den beiden Aspekten eine Verbindung gibt, die sich gegenseitig begünstigen. Opaschowski teilt die Freizeitgestaltung in vier Zeitzäsuren ein. In der ersten Zeitzäsur, also in den 1950er Jahren war das Leben überwiegend von der Arbeit bestimmt. Wenn die Leute 15 Tage Urlaub hatten, verbrachten sie diese entweder zu Hause

oder bei Verwandten. „Man lebte in der Arbeitsgesellschaft und lebte mit und von der Arbeit“ (Opaschowski, 1997, S. 29).

In der zweiten Zeitzäsur bis in die 1970er Jahre war Arbeit immer noch dominant, die Freizeit nahm aber zu. Im Gegensatz zur ersten Zeitzäsur wurde die Freizeit als außerhäusliche Unternehmungen und Aktivitäten genutzt (Opaschowski, 1997, S. 29). Daraus lässt sich schließen, dass die Zahl touristischer Reisen zugenommen hat. Menschen nutzten ihre Freizeit um neue Orte zu erkunden und verschiedenes zu erleben. Besonders der Erlebniseffekt ist ein konstitutives Merkmal von Reisen. In der dritten Zeitzäsur ab dem Jahre 1990 wurde der Wert der Freizeit immer wichtiger und hat einen ähnlichen Stellenwert wie Arbeit angenommen. Dieses Phänomen kann mit dem Wertewandel in der Gesellschaft erklärt werden. Da die Welt ab dieser Zeit immer globaler wird und moderne Gedanken sich in Postmoderne verwandeln, wird der Freizeit immer mehr Bedeutung zugeschrieben. Das Verständnis von Freizeit und die Aktivitäten waren auch ständig im Wandel.

Diese Veränderungen haben wie viele andere Sektoren, sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf den Tourismussektor. Zusammen mit der Globalisierung haben die rasanten Entwicklungen im Bereich Kommunikation und Verkehr, auch die Entwicklung des internationalen Tourismus wie in allen Sektoren stark vorangetrieben. In diesem Sinne sind die positiven Aspekte des Tourismus, insbesondere im Hinblick auf Wirtschaft und Kultur, viel umfangreicher. Heutzutage ist der Tourismus weltweit sehr wichtig und einer der an den schnellsten wachsenden Sektoren der Welt (Vgl. Çeken, Dalgın, & Karadağ, 2009, S.22).

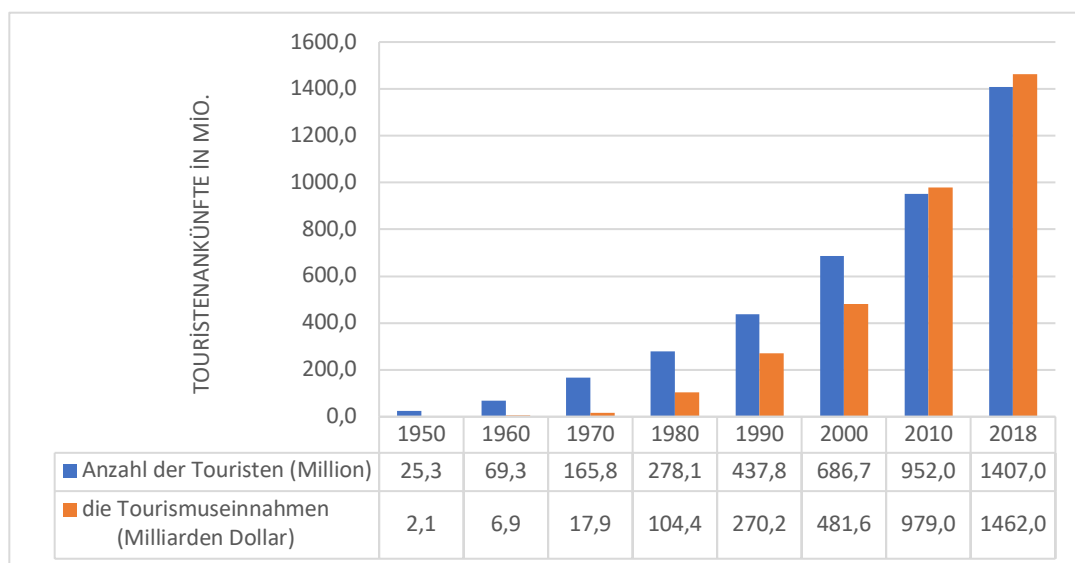


Abb. 6: Entwicklung der internationalen Tourismusbewegungen nach Jahren

Quelle: (UNWTO, World Tourism Barometer , 2020); eigener Entwurf

Wie aus Tabelle 6 hervorgeht, erreichte die Zahl der Teilnehmer an internationalen Tourismusbewegungen ab 2018 1.407 Milliarden. Wenn man bedenkt, dass die Zahl der Welttouristen 1950 25,3 Millionen war, ist zu erkennen, dass die Welttourismusbewegungen in 68 Jahren ungefähr um das 56-Fache gestiegen sind. Die Zahl der Menschen, die 1950 an 25,3 Millionen internationalen Tourismusbewegungen beteiligt waren, erreichte 1980 278,1; im Jahr 2000 686,7 Millionen und 2018 1,407 Milliarden. In ähnlicher Weise erreichte das Tourismuseinkommen, das 1950 2,1 Milliarden Dollar war, 1990 270,2 Milliarden Dollar, 2000 481,6 Milliarden Dollar, 2010 979 Milliarden Dollar und 2018 1,462 Billionen Dollar. In der Grafik wurde die Entwicklung der internationalen Touristenzahlen und der internationalen Tourismuseinnahmen im Laufe der Jahre verglichen. Wie aus der Grafik hervorgeht, sind die internationalen Tourismuseinnahmen in den letzten Jahren schneller gestiegen als die Zahl der internationalen Touristen. Dieser Anstieg kann als Indikator für die wirtschaftliche Attraktivität des Tourismus angesehen werden.

Die wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Auswirkungen des Tourismus in der Türkei wurden ab den 1940er Jahren verzeichnet und von 1963 bis zu den 1980er Jahren zeigte sich im Laufe der Zeit ein großer Entwicklungstrend. Nach 1980 wurde er zum Wendepunkt für den türkischen Tourismus. Ab diesen Jahren begann der Tourismus mit seinen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Aspekten erörtern zu werden, weil das Einkommen aus dem Tourismus und die Anzahl der Touristen nicht dem natürlichen und historischen Wert entsprechen. Dafür wurde ab den 1980er Jahren versucht, eine besondere Tourismuspolitik zu entwickeln. Insbesondere wenn man die Tourismusstatistik in den letzten Jahren analysiert, lässt sich sagen, dass der Tourismussektor in der Türkei stark zunimmt (Vgl. Çımat & Bahar, 2003, S. 1-18).

Jahr	Anzahl der Touristen	Die Tourismuseinnahmen	Tourismuskosten
2017	37.6 Million	26.2 Milliarden Dolar	5.1 Milliarden Dolar
2018	45.8 Million	29.5 Milliarden Dolar	4.9 Milliarden Dolar
2019	51.7 Million	34.5 Milliarden Dolar	4.4 Milliarden Dolar

Abb. 7: Tourismus Daten der Türkei

Quelle: (UNWTO, World Tourism Barometer , 2020) und (TÜİK, 2020)

Während die Zahl der Touristen im Jahr 2017 37,6 Millionen betrug, erreichte sie 2018 45,8 Millionen und 2019 51,7 Millionen. Im Zusammenhang damit steht auch eine Zunahme bei den Einnahmen aus dem Tourismus. Während die Einnahmen aus dem Tourismus im Jahr 2017 26,2 Mrd. USD waren, stiegen sie im Jahr 2018 auf 29,5 Mrd. USD und im Jahr 2019 auf 34,5

Mrd. USD. Diese Entwicklung zeigt, dass der Tourismus einen großen Anteil an der Wirtschaft des Landes hat.

Einreihung	Länder	2019	2018	2017
1	Frankreich	90.2	89.4	86.9
2	Spanien	83.8	82.8	81.9
3	USA	78.7	79.7	76.9
4	China	67.5	62.9	60.7
5	Italien	64.6	61.6	58.3
6	Türkei	51.7	45.8	37.6

Abb. 8: Anzahl der nach Ländern ankommenden Touristen- Weltrangliste (Millionen Menschen)

Quelle: (UNWTO)

Nach Angaben des UNWTO-Berichts in der obigen Tabelle, waren die am meisten besuchten Länder der Welt die folgenden: Frankreich mit 90.2 Mio., Spanien mit 83.8 Mio., USA mit 78.7 Mio., China mit 67.5 Mio., Italien mit 64,6 Mio. und die Türkei mit 51,7 Mio. Menschen. Im Jahr 2019 stieg die Zahl der Touristen in der Türkei um 5,9 Millionen Menschen im Vergleich zum Vorjahr. Den Daten der UNWTO zufolge, lag die Türkei im Jahr 2019 mit 51,7 Millionen Besuchern an sechster Stelle der Weltrangliste. Frankreich stand mit über 90 Millionen Besuchern an erster Stelle (UNWTO). Analysiert man die Lage des Welttourismus in der Türkei, lässt sich schlussfolgern, dass dieser zusammen mit der Globalisierung eine positive Auswirkung auf die Wirtschaft des Landes hat.

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts kam es zu technologischen, wirtschaftlichen, soziokulturellen, politischen und ökologischen Entwicklungen und infolge dieser Entwicklungen haben sich Veränderungen in den Gewohnheiten, Lebensstilen und Bedürfnissen des Einzelnen herausgebildet. Im Zuge dessen wird die Bedeutung des Phänomens der Globalisierung im Hinblick auf diese Veränderungen und Verwandlungsprozesse deutlicher. Denn in den letzten 60 bis 70 Jahren hat der internationale Tourismus während des Phänomens der Globalisierung eine große Veränderung weltweit erfahren. Diese Entwicklungen haben die lokalen, regionalen, nationalen Volkswirtschaften und sozialen Strukturen vollständig verändert. Deswegen lässt sich heutzutage behaupten, dass die Tourismusbranche mit ihren wirtschaftlichen, sozialen, politischen und kulturellen Auswirkungen einen sehr wichtigen Anteil am Dienstleistungssektor hat (Vgl. Buluk & Özkök, 2016, S.54).

2.1.4 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Das Verhältnis zwischen Tourismus und Ökonomie entwickelte sich besonders nach dem Zweiten Weltkrieg rasant und erreichte die breitere öffentliche Masse. Mit der Entwicklung von Verkehrsmitteln haben die Menschen begonnen, an entfernte Orte zu reisen. Die wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und politischen Auswirkungen des Tourismus haben heute wichtige Konsequenzen für die nationalen Volkswirtschaften und insbesondere für die internationalen wirtschaftlichen und politischen Beziehungen. Diese Situation hat die Bedeutung des Tourismus nicht nur in Industrieländern gesteigert, die einen großen Anteil an der internationalen Tourismusbewegung haben, sondern auch in Entwicklungsländern.

Abbildung 9 zeigt die Verteilung der Touristen auf der ganzen Welt nach Kontinenten. Dieser Statistik sind folgende Informationen zu entnehmen: Im Jahr 2018 reisten 713 Millionen Menschen auf den europäischen Kontinent, 343 Millionen auf den asiatischen und pazifischen Kontinent, 217 Millionen nach Amerika, 64 Millionen in den mittleren Osten und 67 Millionen auf den afrikanischen Kontinent. In Anbetracht des Ausmaßes dieses touristischen Potenzials, wird deutlich wie stark der Tourismussektor zur Wirtschaft beigetragen hat. So bietet der Tourismussektor der Wirtschaft auf internationaler, nationaler, regionaler und sogar lokaler Ebene einen großen Gewinn. Beispielsweise entwickeln sich dank des Tourismus Investitionen, das Einkommen und Deviseneinnahmen auf dem Markt steigen, neue Beschäftigungsbereiche werden geschaffen und positive Auswirkungen treten im sozialen und kulturellen Bereich auf. Insbesondere in den letzten Jahren haben Entwicklungsländer begonnen der Tourismuspolitik Bedeutung beizumessen, um die wirtschaftlichen Probleme zu überwinden, da der Tourismus eine dynamische Struktur und eine kostengünstige wirtschaftliche Wirkung hat. Nach dem zweiten Weltkrieg wurde der Tourismus zu einem der sich am schnellsten entwickelnden, bevorzugten und expandierenden Wirtschaftssektoren in der Weltwirtschaft.

Der Tourismus wird wie viele andere Branchen häufig als Instrument für die regionale oder nationale Wirtschaftsentwicklung eingesetzt. Infolgedessen lässt sich über Tourismus festhalten, dass dieser ein wichtiger Wirtschaftsfaktor ist, der bei der regionalen oder nationalen Wirtschaftsentwicklung eine Rolle spielt.

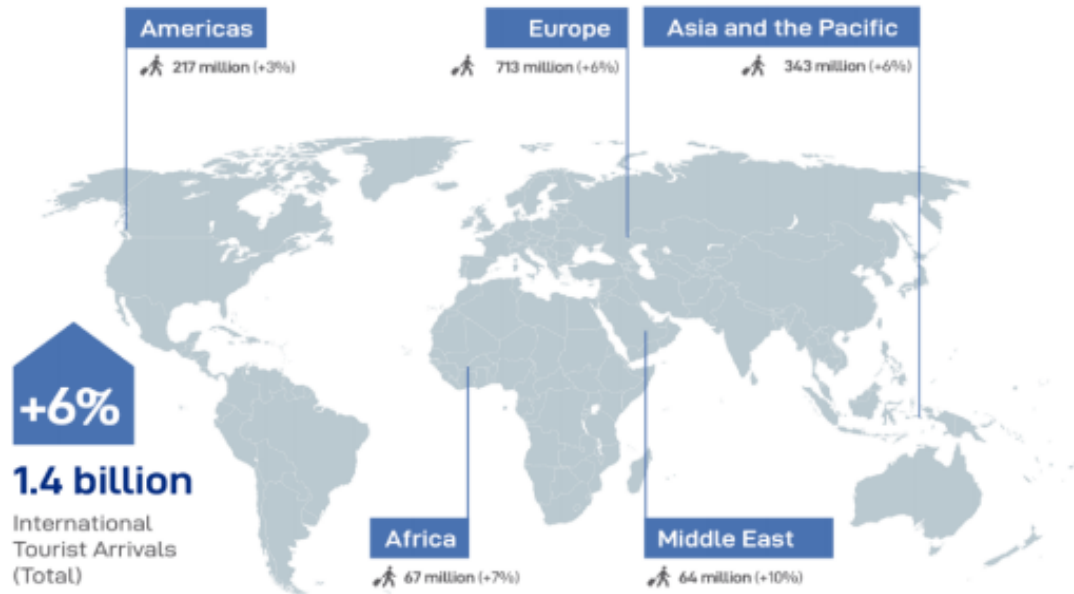


Abb. 9: International tourist arrivals 2018

Quelle: (UNWTO)

2.1.5 Tourismusarten

Durch die Zunahme an Bedeutung des Tourismus und der Beziehung zu anderen Wissenschaften haben sich unterschiedliche Tourismusarten entwickelt. In diesem Abschnitt werden jedoch nur die Tourismusarten in der Region Midyat vorgestellt.

Kulturtourismus

Der Tourist, ist ein zeitweiliger Besucher eines Landes, der sich mindestens 24 Stunden im Zielland aufhält und dessen Reisemotiv sich folgender Klassifikation zuordnen lässt:

- a) Freizeit (Erholung, Urlaub, Gesundheit, Studium, Religion und Sport)
- b) Geschäft, Familie, Mission, Konferenz.

So geht es von der Definition des ‚United Nations Conference on International Travel and Tourism‘ hervor (Braun, 1993 S. 207). Eine Reise versteht sich als die zeitliche begrenzte Entfernung vom Wohnort zu geschäftlichen oder privaten Zwecken. ‚Unter Reisemotiven wird die Gesamtheit der individuellen Beweggründe, die dem Reisen zugrunde liegen verstanden. Psychologisch gesehen handelt es sich um Bedürfnisse, Strebungen, Wünsche, Erwartungen

die Menschen veranlassen, eine Reise ins Auge zu fassen bzw. zu unternehmen. Wie andere Motive sind sie individuell verschieden strukturiert und von der sozio-kulturellen Umgebung beeinflusst (Trier, 1993, S. 199). In der folgenden Tabelle, sollen die vier Gruppen von Reisemotiven nach Hartmann (1962) visualisiert werden.

1. Erholungs- und Ruhebedürfnis	<ul style="list-style-type: none"> -Ausruhen, Abschalten, Herabsetzung geistig-seelischer Spannung, Minderung des Konzentrationsgrades; -Abwendung von Reizfülle, keine Hast und Hetze.
2. Bedürfnis nach Abwechslung und Ausgleich	<ul style="list-style-type: none"> -Tapetenwechsel, Veränderung gegenüber den Gewohnheiten; -Neue Anregungen bekommen, etwas Neues, ganz anderes erfahren und erleben als das Alltägliche, neue Eindrücke gewinnen; -im Alltag nicht beanspruchte Fähigkeiten verwirklichen, sich selbst entfalten, zu sich selbst kommen.
3. Befreiung von Bindungen	<ul style="list-style-type: none"> -Unabhängigkeit von sozialen Regelungen, tun, was man will, sich frei und ungezwungen bewegen, auf niemand Rücksicht nehmen; -Befreiung von Pflichten, Ausbrechen aus den alltäglichen Ordnungen.
4. Erlebnis- und Interessenfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> -Erlebnisdrang, Neugierde, Sensationslust, -Reiselust, Fernweh, Wanderlust, -Interesse an fremden Ländern, Menschen mit Kulturen, -Kontaktneigung, -Geltungsstreben, ‚oben sein‘, sich bedienen lassen.

Abb. 10: Vier Gruppen von Reisemotiven (nach Hartmann 1962) Eigene Darstellung,

Quelle: (Hartmann, 1962)

Nach Angaben der Welttourismusorganisation (UNWTO) gehört der Kulturtourismus zu den am meisten entwickelten Tourismusarten. Kulturtourismus sind Reisen, die gemacht werden, um die Gewohnheiten einer Gesellschaft und ihre abstrakten und konkreten Merkmale in ihren Lebensräumen zu erleben. Aus diesem Grund lässt sich behaupten, dass der Ausgangspunkt des Kulturtourismus Neugier ist. Kulturreisen beinhalten mehr die Neugier darauf, wie andere Menschen leben, was sie essen, was sie trinken, was sie tragen. Basierend auf dem Urteil, dass Gesellschaften nicht ähnlich sind, bilden die Lebensstile, Ess- und Trinkgewohnheiten,

Kleidungsstile und folkloristischen Strukturen der Gesellschaften den Ausgangspunkt des Kulturtourismus.

Im Allgemeinen werden Reisen, die gemacht werden, zum Erkunden von antiken Kunstwerken, historischen Gebäuden, Museen, antiken Zivilisationen und ihr Erbe, Forschung, religiösen Reisen, lokalen architektonischen Strukturen, Bibliotheken, lokalen Küchen, Festivals, Messen, Theater, Kino, Musik, Tanz, Sprache, Literaturwissenschaft und zum Erkennen von Subkulturen, als Motivationsinstrumente des Kulturtourismus angesehen. Diese Motivationsinstrumente, die bei der Partizipation am Kulturtourismus wirksam sind, werden in der folgende Abbildung 10 als Ganzes gezeigt.

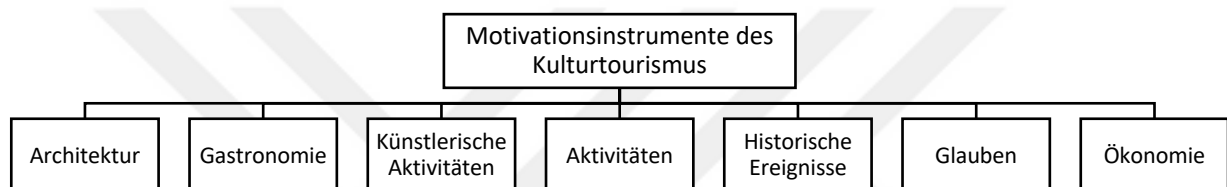
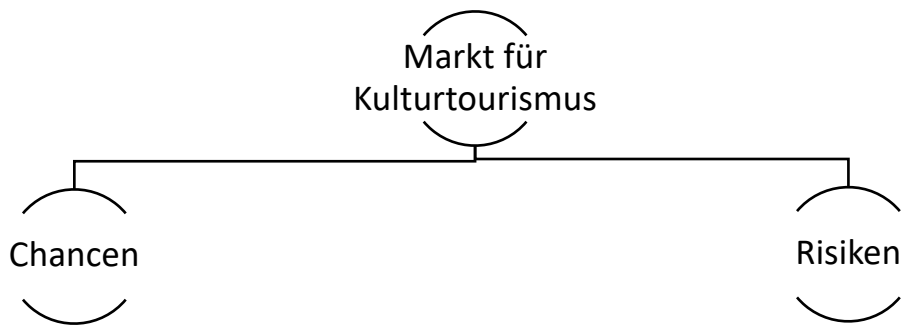


Abb. 11: Motivationsinstrumente des Kulturtourismus

Quelle: (Richards, 2005)

Es lässt sich sagen, dass sich das Verständnis des Tourismus in der Welt allmählich verändert hat. In der Welt beginnen neben Sonne, Strand und Meer verschiedenen Arten des Tourismus in den Vordergrund zu treten. Besonders die Touristen, die aus den fernen Orten der Welt kommen, möchten aus einem kulturellen oder anderen Grund reisen als lediglich Sonne, Strand und Meer zu entdecken. Denn Menschen könnten von Faktoren wie Sonne, Strand und Meer in ihrem eigenen Land oder ihrer Umgebung profitieren, ohne an entlegene Orte zu reisen. Die oben genannten Motivationsinstrumente sind für einen nachhaltigen Kulturtourismus also von großer Bedeutung. Wenn diese Instrumente aktiv sind und gut propagiert werden, kann man davon sprechen, dass so das eigentliche touristische Potenzial der Region genutzt werden kann. Darüber hinaus gewinnt der Kulturtourismus aufgrund des wirtschaftlichen Beitrags des Tourismus zur Region zunehmend an Bedeutung und trägt außerdem bestimmte Vorteile mit sich. Neben diesen Vorteilen sind auch bestimmte Risiken zu nennen.



- ⇒ Ökonomischer Nutzen
- ⇒ Erhalt bzw. Ausbau der Infrastruktur
- ⇒ Verbesserung des Images und Stärkerung der Identität
- ⇒ Schaffung eines saisonalen Ausgleichs
- ⇒ Förderung und Legitimierung

- ⇒ Überforderung der Leistungsträger
- ⇒ Fehlende Nachhaltigkeit
- ⇒ Overtourism¹¹
- ⇒ Musealisierung/ Kommerzialisierung

Abb. 12: Vorteile und Risiken des Kulturtourismus

Quelle: (Hausmann, 2019)

Glaubenstourismus

Viele Religionen und Glaubensgruppen existieren seit Beginn der Menschheitsgeschichte. Jeder Glaube hat bestimmte Regeln und Bestimmungen. Der Besuch der heiligen Räume ist in vielen Glaubensrichtungen ein wichtiges Element. Demnach kann man davon sprechen, dass Menschen, die heilige Räume aus religiöser Überzeugung besuchen, den Glaubenstourismus gebildet haben. Die wichtigste Motivation hinter religiösen Reisen ist der Wunsch der Menschen, ihre religiösen und spirituellen Bedürfnisse zu befriedigen. Dieser Fakt hat Menschen massenhaft an heilige Orte reisen lassen. Dadurch wird auch die Wirtschaft der heiligen Räume durch diese Massenbewegungen in Schwung gebracht. Zusammengefasst, Reiseaktivitäten an heilige Orte können als "Glaubenstourismus" definiert werden.

¹¹ Overtourismus beschreibt Ziele, an denen Gastgeber oder Gäste, Einheimische oder Besucher das Gefühl haben, dass zu viele Besucher anwesend sind und dass sich die Lebensqualität in der Gegend oder die Qualität des Erlebnisses inakzeptabel verschlechtert hat.

Beim Einfluss der Religion auf den Tourismus gibt es zwei Dimensionen: die soziale und die wirtschaftliche. In Hinsicht auf die Wirtschaft ist Glaubenstourismus eine wichtige Einnahmequelle in der Tourismusbranche, da Menschen mehr Geld ausgeben, um ihre religiösen Pflichten zu erfüllen. Infolge dieser Situation veranlasst es bei der Tourismusplanung von Ländern und Unternehmen mehr Anteile für den Glaubenstourismus bereitzustellen. Im Hinblick auf das Soziale soll erwähnt werden, dass obwohl Touristen verschiedener Nationalitäten und Kulturen unterschiedliche Sprachen für denselben Zweck sprechen, der Besuch von Glaubenszentren mit derselben Emotion und Aufregung für soziale Annäherung sorgt (Koçak, Akoğlan Kozak, & Kozak, 2014).

Darüber hinaus entwickelt sich der Glaubenstourismus auch aufgrund der sich ändernden Bedingungen in der Welt. In den vergangenen Jahren verfolgen Länder und Reiseveranstaltungsunternehmen eine Säkularisierungspolitik, da der Glaubenstourismus mit kulturellen Werten verbunden ist. Mittels dieser Politik wird darauf abgezielt, Glauben und kulturelle Werte einzuführen. So können heilige Orte von einer breiteren Menschenmasse besucht werden. Als Beispiele dafür sind Mekka und Medina für Muslime, Jerusalem für Christen und Juden oder die ältesten Kirchen in Europa für Christen zu nennen. Aufgrund der unterschiedlichen Überzeugungen auf dem Untersuchungsgebiet, gibt es viele historische und religiöse Strukturen. Die Bedeutung des Forschungsgebiets für den Glaubenstourismus wird in den folgenden Abschnitten ausführlich erörtert.

Gastronomie Tourismus

Trink- und Essgewohnheiten stehen in direktem Zusammenhang mit den Kulturen der Menschen. Viele Faktoren wie das vergangene Leben, die Lebensregion und die Überzeugungen der Gesellschaft, können bestimmen was Menschen essen und trinken. Kivela und Crotts (2009) betrachten die Gastronomie als Reisemotivation, ein Kriterium, das in der Destinationspräferenz wirksam ist, ein Element, das es ermöglicht, die Destination erneut zu besuchen und einen Faktor, der zur allgemeinen Zufriedenheit der Touristen beiträgt (Vgl. Kivela & Crotts, 2009, S.161-192). Touristen können die Gastronomie als wichtigen Faktor bei der Auswahl zwischen verschiedenen Destinationen miteinbeziehen. Der Gastronomietourismus leistet soziale und wirtschaftliche Beiträge für die lokale Bevölkerung. Andererseits trägt die Gastronomie auch zur Tourismusbranche, wie beispielsweise zur Erhöhung der Touristenzahl, einer Aufenthaltsverlängerung am Touristenort, zur Erhöhung der Tourismusausgaben, zur Entwicklung von Tourismusarten und zum Angebot alternativer

Produkte bei. Aus diesem Grund spielen Gastronomietouristen am Anziehungspunkt eine wichtige Rolle. Somit ist die Gastronomie ein Grund bei der Destinationsentscheidung der Touristen (Yılmaz, 2017).

Höhlentourismus

Eine Höhle ist ein natürlich entstandener unterirdischer Hohlraum. Die Studien zum Höhlentourismus in der Welt haben in den letzten Jahren im Hinblick auf die Entwicklung der Tourismusarten zugenommen. Der Wunsch der Menschen, verschiedene Orte zu sehen, ermöglichte es Studien in diesem Bereich zu machen. Höhlen können auch als kulturelles Erbe betrachtet werden. So spielen Höhlen eine wichtige Rolle für die Destinationsentscheidung. Insbesondere im Untersuchungsgebiet gibt es viele Höhlen und die aktive Nutzung dieser Höhlen für touristische Aktivitäten in den letzten Jahren hat dazu geführt, dass viele Touristen das Forschungsgebiet besuchen. Der Hauptzweck des Höhlentourismus ist es, solche natürlichen und historischen Orte zu schützen und diese Höhlen in den Tourismus zu einführen. Es gibt viele historische Höhlen auf der Welt. Insbesondere gibt es viele historische und touristische Höhlen in der Türkei: die Insuyu-Höhle, die Cennet-Cehennem-Höhle, die Ashabi-Kehf-Höhle, die Buzluk-Höhle usw. gehören zu den meistbesuchten Höhlen (Koçak, Akoğlan Kozak, & Kozak, 2014).

2.2 Angebot und Nachfrage im Tourismus

Im Tourismus gibt es zwei wichtige Faktoren. Diese sind Tourismusangebot und Tourismuskonsum. Unter Tourismusangebot können die verschiedenen Leistungsträger wie Tourismusunternehmen (Reiseveranstalter, Beherbergungsbetriebe) oder die Geschichte und Kultur einer Region verstanden werden. Unter Tourismuskonsum wird von Touristen oder Verbrauchern gesprochen. Bevor jedoch das touristische Angebot sowie die touristische Nachfrage im Detail betrachtet werden kann, soll der Begriff Destination erläutert werden.

2.2.1 Definition von Destination

Bevor die Destination beschrieben wird, ist zu erwähnen, dass Destination ein Teil des Tourismus ist. In diesem Sinne ist es der wichtigste Bestandteil der Tourismusbranche und spielt eine wichtige Rolle insbesondere im Marketing und Management des Tourismus. Der Begriff der Destination kann allgemein als der Ort, definiert werden zu dem man reist. Eine andere Definition wurde von der UNWTO aufgestellt. Die in den Tourismusorganisationen zusammengeschlossenen bzw. von den Tourismusorganisationen repräsentierten Ausflugs- und Reiseziele werden als Destinationen bezeichnet:

„ a tourism destination is a physical space with or without administrative and/ or analytical boundaries in which a visitor can spend an overnight. It is the cluster (co-location) of products and services, and of activities and experiences along the tourism value chain and a basic unit of analysis of tourism. A destination incorporates various stakeholders and can network to form larger destinations“ (Hausmann, 2019).

Laut weitere anderen Definition von Bieger (2015) lautet wie folgt: *„Geographischer Raum (Ort, Region, Weiler), den der jeweilige Gast (oder ein Gästesegment) als Reiseziel auswählt. Sie enthält sämtliche für einen Aufenthalt notwendigen Einrichtungen für Beherbergung, Verpflegung, coming Tourismus, die als strategische Geschäftseinheit geführt werden muss“* (Kagermeier, 2015).

Diese Definition wird ergänzt um die folgende Präzisierung:

„Die Destination ist

- ⇒ eine Wettbewerbseinheit*
- ⇒ die Leistungen für Dritte*
- ⇒ mit Hilfe von Personen und Technologien (soziotechnisches System)*
- ⇒ gegen Entgelt erbringt“* (Thomas & Beritelli, 2013).

In Anbetracht der obigen Definitionen, lässt sich sagen, dass die Destination eine wichtige Rolle spielt, insbesondere im wirtschaftlichen Sinne des Tourismussektors. Es geht um einen Wettkampf im Tourismussektor auf der ganzen Welt, da Tourismus eine wichtige Einkommensquelle darstellt. Diese Wettbewerbsstruktur des Tourismus machte es obligatorisch, dass wirksame Pläne und Strategien der touristischen Destinationen entwickelt wurden. Die Entscheidung, wohin ein Tourist reist, gestaltet sich jedoch mehr durch Image. Mit anderen Worten, das Image ist ein bedeutender Faktor, der die Wahl der Destination der Touristen beeinflusst. Der Begriff des Bildes bedeutet "mentale Meinung, Wahrnehmung oder

Idee“. Informationen, die Touristen vor dem Besuch einer Destination erhalten, werden häufig durch ihre mentale Meinung zu dieser Destination unterstützt. In den meisten Fällen ist es wahrscheinlich das Image (Ideen und Gedanken), das mehr als echte Informationen ist, welche die Entscheidung oder Meinung eines Touristen bilden, wohin er reisen soll. In diesem Sinne lässt sich sagen, dass der Prozess der Auswahl der Orte, an die Einzelpersonen reisen und sich zu vergnügen, vom Image der Destination abhängt. Potenzielle Touristen haben oft nur begrenzte Informationen über eine Destination, die sie zuvor noch nicht besucht haben. Diese sind symbolische Informationen, die von den Medien oder ihren eigenen sozialen Gruppen stammen. Touristen formulieren mit diesen Informationen Images von alternativen Destinationen. Daher wird das Image als kritischer Faktor bei der Auswahl der Destination betrachtet (Vgl. Ersun & Arslan, 2011, S. 229-248).

Ein weiterer Faktor, der die Wahl des Reiseziels beeinflusst, ist neben dem Image der Destination das touristische Potenzial der Destination. Denn das touristische Potenzial der Destination, steht am Anfang der strategischen Marketingelemente. Die wichtigsten Ressourcen des Destinationswettbewerbs im Tourismus lassen sich als physische, ökologische, historische, kulturelle und geografische Ressourcen bezeichnen, weil sie als die wichtigsten Gründe für Attraktivität und Motivation für die Destination gelten.

Ein weiterer Faktor sind Marketingstrategien. Die Marketingaktivitäten der nationalen und lokalen Destination, Verwaltungsorganisationen in der Destinationsregion sowie die individuellen Marketingaktivitäten der Tourismusunternehmen spielen eine wichtige Rolle. Wenn eine korrekte und erfolgreiche Marketingstrategie entwickelt wird, kann das Interesse an der Destination zunehmen. Darüber hinaus sind der Standort der Destination oder die Schaffung einer starken Marke die wichtigsten Faktoren, die den Erfolg einer Destination beeinflussen (Vgl. İlban, Köroğlu, & Bozok, 2008, S.105-129). Das Image des Forschungsgebiets für Touristen wird durch Interviews in den nächsten Abschnitten ausführlich zum Ausdruck gebracht.

2.2.2 Touristisches Angebot

Die Entwicklung von Orten oder Regionen zu Destinationen basiert auf deren Angebotsstrukturen. Steingrube (2007) unterscheidet zwischen vier verschiedenen Angebotsseiten:

1. Die naturräumliche Ausstattung ist das Basispotenzial einer touristischen Erschließung. Die natürlichen Besonderheiten bestimmen die touristischen Angebote einer Region. So eignen sich

Strände eher für Badetourismus als für den Expeditionstourismus und Gebirgsregionen eher für den Wandertourismus. Jede einzelne Destination ist aufgrund ihrer jeweiligen natürlichen Besonderheit für eine bestimmte Tourismusform vorbestimmt.

2. Die generelle Infrastruktur, die für die Einwohner bereitgestellt worden ist, wird auch von den Touristen in Anspruch genommen. Folglich gehören zur infrastrukturellen Ausstattung die Ver- und Entsorgungs-, die Kommunikations- und Verkehrsinfrastrukturen sowie die Kultur- und Bildungseinrichtungen.

3. Das Humanpotenzial bildet eine weitere Voraussetzung für die touristische Entwicklung. Einerseits erzeugen Kultur, Sprache, Mentalität, Tradition und Brauchtum der lokalen Bevölkerung ein spezielles Ambiente, auf der anderen Seite jedoch werden sie als Unternehmer und Arbeitskräfte zu Akteuren im Tourismusgeschehen.

4. Die touristische Infrastruktur, die sich aus den touristischen Einrichtungen und Angeboten zusammensetzt, wird größtenteils von den Reisenden in Anspruch genommen. Dazu können die Beherbergungseinrichtungen sowie das touristische Transportwesen und die Freizeiteinrichtungen gezählt werden.

Heutzutage wird versucht, viele neue Tourismusattraktionszentren, neue Produkte und ein neues touristisches Angebot zu schaffen. Zudem ist hinzuzufügen, dass das Wichtigste im Tourismusmarkt die Wettbewerbsfähigkeit und der Marktanteil ist, das wichtigste Ziel jedoch, die Zahl der Touristen, die ins Land kommen, zu steigern, ist. Aus diesem Grund ist es für ein Tourismusland wirtschaftlich wichtig, seine Angebotsquellen gut zu analysieren und zugunsten der Touristen und des Landes anzubieten.

Eines der wichtigsten Elemente des Tourismusprodukts ist die Attraktivität (Angebot). Mit anderen Worten, eine Region oder eine Ware oder Dienstleistung sollte attraktiv sein, um als Tourismusprodukt definiert zu werden. Man kann das Angebot als einen Faktor erklären, der den Ort beeinflusst, an den der Tourist reisen möchte. Es kann zwischen zwei verschiedenen Angeboten unterschieden werden. Diese sind die ursprünglichen und abgeleiteten Angebote. Das ursprüngliche Angebot beinhaltet die natürliche Struktur eines Raumes. Diese kann Landschaft, Klima, Flora oder Fauna sein. Ein weiteres Element steht in Bezug zum soziokulturellen Angebot (Brauchtum, Traditionen, Sprache, Religion oder Denkmäler). Abgeleitete Angebote jedoch, können vom Menschen als erzeugte Strukturen bezeichnet werden (z.B. touristische Transportwesen, Reiseberatung, Tourismusorganisationen, Beherbergung, Verpflegung, Kultureinrichtungen, Veranstaltungen, Wanderwege, Tagungen oder Events) (Schmude & Namberger, 2010).

Damit ein Ort zu einer Tourismusregion werden kann, muss er bestimmte Merkmale aufweisen. Denn es lässt sich beobachten, dass der Tourist während der Tourismusreise nicht nur mit objektiven Produkten, sondern auch mit subjektiven Faktoren interagiert. Einige Akteure oder Faktoren sind notwendig, damit das Tourismusangebot einer Region von hoher Kapazität sein kann. Diese sind Attraktivität, Erreichbarkeit, Tourismusunternehmen, Veranstaltungen (Events) und Image (Koçak, Akoğlan Kozak, & Kozak, 2014). Bevor diese Elemente erläutert werden, zeigt die folgende Tabelle den Urlaubsprozess eines Touristen.

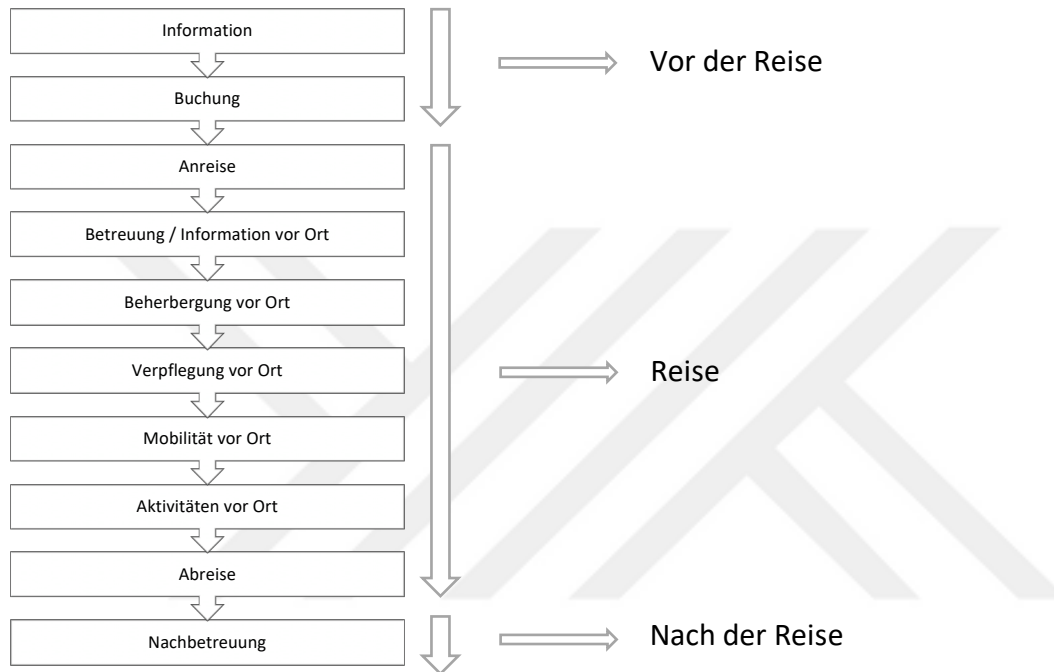


Abb. 13: Bestandteile der Touristischen Leistungskette (eigene Darstellung)

Quelle: (Schmude & Namberger, 2015, S.41)

2.2.2.1 Attraktivität

Das wichtigste Element einer Tourismusregion ist, dass sie attraktiv ist. Es lässt sich sagen, dass das Attraktionsniveau der Region direkt proportional zur Anzahl der Touristen steht. Natürliche, soziokulturelle und wirtschaftliche Faktoren bestimmen die Attraktivität einer Region. Der wichtigste Faktor, der die Attraktivität des Tourismusangebots bestimmt, sind natürliche Faktoren. Geografische Lage, Klima, Naturschönheiten, Wasserressourcen, Meer, Sonne, Thermalquellen usw. sind natürliche Faktoren. Ein weiterer Faktor sind soziokulturelle Faktoren. Soziokulturelle Faktoren sind für den Tourismus ebenso wichtig wie natürliche Faktoren. In soziokulturellen Faktoren spielen Elemente wie Tradition, Ehe, Geburt, Tod,

Hochzeit, Museen, Denkmäler, Kultstätten, historische Städte, Bildungsstatus eine wichtige Rolle. Es lässt sich festhalten, dass wirtschaftliche Faktoren einer der wichtigsten Faktoren sind, die die Wahl eines Touristen beeinflussen. Denn wirtschaftliche Bedingungen sind auch bei der Auswahl einer Tourismusregion oder der Forderung oder dem Kauf eines Tourismusprodukts wichtig. Der Preis der Produkte, die allgemeine wirtschaftliche Situation der Region, die Kaufkraft des Geldes (EUR-TRY) und Infrastruktureinrichtungen, sind als einige der wirtschaftlichen Faktoren zu betrachten (Koçak, Akoğlan Kozak, & Kozak, 2014).

2.2.2.2 Erreichbarkeit

Durch den einfachen Zugang zur Infrastruktur oder zu den Tourismusunternehmen im Tourismusgebiet steigt die Zahl der Touristen. Mit anderen Worten, der Verkehr wirkt sich positiv auf die Tourismusregion aus und leistet so einen sozialen und wirtschaftlichen Beitrag. In Tourismusregionen mit unzureichender Infrastruktur treten Schwierigkeiten bei der Anzahl der Touristen oder bei der Vermarktung von Tourismusprodukten auf. Mit guten Transportmöglichkeiten ermöglicht man, dass die Tourismusprodukte die Zielgruppe leicht erreichen oder zu niedrigen Preisen vermarkten kann (Koçak, Akoğlan Kozak, & Kozak, 2014).

2.2.2.3 Tourismusunternehmen

Ein weiterer Faktor, der für den Tourismus eine wichtige Rolle spielt, sind Tourismusunternehmen. Viele Unternehmen können bei der Herstellung des Tourismusangebots erwähnt werden. Verkehrsbetriebe können zu den führenden Unternehmen gezählt werden. Denn wenn man die allgemeinste und klarste Definition des Tourismus betrachtet, wird die Bedeutung von Verkehrsdienstleistungen deutlich¹². Ein weiterer Faktor ist das Beherbergungsgewerbe. Hier sind Beherbergungsdienstleistungen wichtig, die Bedarf, wie sichere Unterkunft, Erholung, Unterhaltung sowie Essen und Trinken für Touristen decken.

Schließlich erfüllen Reiseveranstalter und Reisebüros ihre Aufgaben in der Tourismusbranche und spielen zur Steigerung der touristischen Nachfrage eine große Rolle. Besonders ist zu erwähnen, dass die Reiseveranstalter im Tourismussektor als ein großer Akteur fungieren und Reiseveranstalter wichtige Tourismusunternehmen sind, die alle Arten von Touren für potenzielle Touristen organisieren. Durch die Organisation verschiedener Dienste fungieren sie

¹² Tourismus ist eine temporale Bewegung / Ortsveränderung

als Vermittler zwischen den wichtigsten Herstellern sowie Unternehmen und Kunden (Albustanlioğlu, 2009). Es ist zugunsten der Verbraucher, eine Pauschalreise zu buchen, die vom Reiseveranstalter zusammengestellt wird, weil der Preis für eine Pauschalreise günstiger ist. Reiseveranstalter schaffen eine komfortable, sichere und relativ kostengünstige Urlaubsmöglichkeit für Verbraucher (Aladdinoğlu & Can, 2007). Laut Steinecke (2011) gibt es typische Merkmale eines Reiseveranstalters.

“Ein Reiseveranstalter

- *handelt als selbstständiges Unternehmen und tritt unter eigenem Namen sowie in eigener Verantwortung auf,*
- *führt regelmäßig und hauptamtlich Pauschalreisen durch,*
- *bietet ein Sortiment von mehreren Produkten an, das er in einem Katalog darstellt,*
- *schließt im Voraus (also vor Eingang der Buchungen) Reservierungsverträge mit Beherbergungs- und Transportbetrieben ab” (Steinecke A. , 2011).*

Reisebüros hingegen fungieren als Vermittler, um die touristischen Bedürfnisse und Ortsveränderung von Touristen sicherzustellen. Sie vermarkten die Produkte von Reiseveranstaltern. Reisebüros spielen damit eine aktive Rolle bei der Urlaubsentscheidung, indem sie die Verbraucher durch persönliche Interviews (Face to Face) über die Urlaubsoptionen informieren.

2.2.2.4 Veranstaltungen/Events

Ein weiterer Faktor, der das Tourismusprodukt bildet, sind die Veranstaltungen. In diesem Zusammenhang spielen Organisationen wie Festivals, Messen, Kongresse, Feiertage und Karnevale eine wichtige Rolle. All diese Aktivitäten gehören zu jenen, die eine wichtige touristische Nachfrage schaffen und als Tourismusprodukte angeboten werden. Aktivitäten können lokal, regional, national und international in sich selbst klassifiziert werden. Im Forschungsgebiet sind in den letzten Jahren insbesondere kulturelle Aktivitäten in den Vordergrund gerückt. Diese werden detailliert im empirischen Teil erörtert.

2.2.2.5 Image

Das Image der Regionen und Tourismusunternehmen erfüllt eine wichtige Funktion bei der Schaffung der touristischen Nachfrage. Das Image der Region ist einer der Gründe, warum Touristen diese Region bevorzugen. z.B. lässt sich behaupten, dass in der Mittelmeer-Region

der Türkei (Antalya, Bodrum, Marmaris usw.) die touristische Nachfrage besonders mit Sonne, Strand und Meer angekurbelt wird. Zypern ist eine Tourismusregion, die aufgrund ihres Images diejenigen anzieht, die sich für Glücksspiel- und Unterhaltungstourismus interessieren. Regionen wie Istanbul und Mardin haben für Touristen ein wichtiges kulturelles Image. In diesem Sinne spielt das Image eine wichtige Rolle bei der Vermarktung einer Destination. Je besser eine Region oder Stadt sich bei der Vermarktung als Marke darstellt, desto wettbewerbsfähiger wird sie. Die Image-Politik einer Destination kann aktiviert werden, indem die richtigen Medienkanäle an den richtigen Orten und zu den richtigen Zeiten angewendet werden. Verkehr, Preis- / Qualitätskonformität, Klima, Aktivitäten und Vielfalt in den Anlagen können als gemeinsame Merkmale erfolgreicher Destinationen bezeichnet werden. Das Branding der guten und starken Seiten der Region erhöht das touristische Potenzial der Region. Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren-Seiten einer Region können durch die SWOT-Analyse bestimmt werden. Laut Schmude und Namberger (2010) wird die SWOT-Analyse sehr oft in der Tourismusforschung angewendet. Die SWOT-Analyse besteht aus vier Schritten. Zunächst werden die Stärken und Schwächen einer Destination herausgearbeitet. Anschließend werden Chancen und Risiken anhand der Analyse mit Veränderungen im wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Umfeld bestimmt. Abgesehen davon wird versucht, sowohl das Image der Region als auch die Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren- Seiten des Forschungsgebiets im Bereich Tourismus mit der Swot-Analyse Technik aufzuzeigen.

SWOT-Analyse	Stärken	Schwächen
Chancen	Verfolgen von neuen Chancen, die gut zu den Stärken passen	Eliminieren von Schwächen, um neue Chancen zu nutzen
Gefahren	Nutzen von Stärken, um Bedrohungen abzuwehren	Eliminieren von Schwächen, damit sie nicht zur Gefahr werden

Abb. 14: Swot-Analyse Technik

Quelle: (nach Schmude und Namberger 2010 S.61)

2.2.3 Touristische Nachfrage

Nachdem oben der Begriff des touristischen Angebots und seine Akteure erläutert wurden, wird in diesem Abschnitt der Begriff der touristischen Nachfrage erklärt. Laut Bieger (2010) wird touristische Nachfrage „ausgelöst von Personen, die sich außerhalb ihres gewohnten Arbeits-

und Wohnumfeld bewegen oder begeben wollen“ (Bieger, 2010). Laut dieser Definition setzt die touristische Nachfrage sich aus den Konsumenten und Käufern zusammen. Hier spielt nicht nur die Nachfrage, sondern auch das Angebot eine wichtige Rolle. Der Tourist oder Reisende wählt zwischen touristischen Produkten, Dienstleistungen und Destinationen. Diese Auswahl wird nach den Bedürfnissen, dem wirtschaftlichen Einkommen und der Freizeitbeschäftigung des Einzelnen bestimmt. All dies zeigt, wie eng das Verhältnis von Angebot und Nachfrage im Tourismus ist. Denn die Vielfalt der touristischen Produkte und Dienstleistungen im Tourismusangebot einer Region, kann als direkt proportional zur Zahl der Touristen bezeichnet werden. So geht es um viele Konfigurationen, um die Nachfrage von Touristen zu befriedigen. Laut Schmude und Namberger (2010) gibt es vier wichtige Kriterien, die bei der touristischen Nachfrage zu beachten sind:

a. Reisemotive und Reisemotivationen: Für eine reisende Person gibt es viele verschiedene Motivationen. Laut Schmude und Namberger (2010) ist „die Reiseentscheidung letztendlich der Ausdruck einer konkreten Motivation für die Reise.“ Dabei kommen unterschiedliche Motivationen dazu. Zum Beispiel: Urlaub, Erholung, Vergnügen, Erlebnisse usw. Dies sind wichtige Motivationsmittel, die zu einer Reiseentscheidung führen. Neben diesen Motiven sind die folgenden Beweggründe für eine Reise ebenfalls sehr wichtig.

Motiv	Beispiel
Gesellschaftliche und wirtschaftliche Motive	Geschäfts-, Tagungs-, Kongress-, Messereisen, Reisen von Künstlern und Sportlern
Politische Motive	Verbandstreffen, Parteitage
Kommunikative Motive	Verwandten-, Bekanntenbesuche, Vereins-, Betriebsausflüge
Religiöse Motive	Wallfahrten, Pilgerreisen
Gesundheitliche, rehabilitative Motive	Kuraufenthalte

Abb. 15: Reisemotiven eines Touristen

Quelle: (Nach Schmude / Namberger, 2010, S.70)

Die industrielle Revolution Anfang des 19. Jahrhunderts hatte technologische Entwicklungen und insbesondere die Entwicklungen im Verkehr und gewisse Veränderungen im soziologischen Bereich zur Folge. Diese Veränderungen haben sich auch im Konsumbereich manifestiert. Mit dem Konsum haben die touristischen Bedürfnisse an Bedeutung gewonnen und unterschiedliche Motivationen haben unterschiedliche Bedürfnisse geschaffen. Also Arten

von Freizeit und Reiseverhalten spielten eine Rolle beim Konsumverhalten und den Bedürfnissen der Touristen. Um die Beziehung dieser Bedürfnisse im Zusammenhang mit Tourismus besser zu verstehen, soll die Bedürfnispyramide von Maslow untersucht werden. Des Weiteren haben Entwicklungen wie die Zunahme der Freizeit, technologische Entwicklungen, Bevölkerungswachstum, Urlaub, soziale Sicherheit und Reisefreiheit einen positiven Beitrag zum Tourismussektor geleistet. Demnach lässt sich schlussfolgern, dass sich die Reisemotivationen von Menschen entsprechend ihres Lebensstils entwickeln. Faktoren wie unterschiedliche Kulturen, Vergnügungen und Gewohnheiten erhöhten auch die Teilnahme am Tourismus und beeinflussten die Nachfrage nach Tourismus. Zusammen mit diesen Faktoren führte die Bildung eines Tourismusbewusstseins, insbesondere in der Gesellschaft, dazu, dass der Tourismus als Bedürfnis auftauchte. Wenn alle Faktoren in Erwägung gezogen werden, ist der Tourismus als ein Bedürfnis anzusehen. Menschen, die ihre Grundbedürfnisse erfüllen, Freizeit und Einkommen haben, nehmen an touristischen Aktivitäten teil.

Wird die Bedürfnispyramide von Maslow in Erwägung gezogen, wird deutlich, dass die Individualbedürfnisse in fünf Schritten erfüllt werden. Die Individuen erfüllen zuerst ihre körperlichen Grundbedürfnisse. Eine Person, die körperlich befriedigt ist, sucht nach einer sicheren Umgebung zum Wohlfühlen und unterkommen. Wie Maslow jedoch feststellte, können die Bedürfnisse auf der höheren Ebene nicht in den Hierarchieschritt übergehen, wenn Einzelpersonen ihre Bedürfnisse auf niedrigeren Ebenen nicht erfüllen. Das Erfüllen eines Bedarfs im oberen Schritt erfolgt nur nach Befriedigen eines Bedarfs im unteren Schritt. Aufgrund der physischen und sozialen Bedürfnisse sind touristische Aktivitäten im Laufe der Zeit zu einer Notwendigkeit für die Menschen geworden. Nach der industriellen Revolution nahm die Freizeit der Menschen zu und die Menschen erhielten das Recht auf Urlaubsentgelt. Andererseits ermöglichte es mit der Bildung des Tourismusbewusstseins beim Menschen, an touristischen Tätigkeiten teilzunehmen, die viele Aktivitäten umfassen. Es wird jedoch nicht erwartet, dass eine Person, die ihre Physischen- und Sicherheitsbedürfnisse nicht vollständig erfüllen kann, an touristischen Aktivitäten teilnimmt. Betrachtet man Abbildung 9 erneut, wird die Verteilung der Touristen auf der ganzen Welt nach Kontinenten angegeben. Laut dieser Verteilung und den statistischen Informationen lassen sich folgende Zahlen ablesen: Im Jahr 2018 reisten 713 Millionen Touristen auf den europäischen Kontinent, 343 Millionen auf den asiatischen und pazifischen Kontinent, 217 Millionen nach Amerika, 64 Millionen in mittleren Osten und 67 Millionen auf den afrikanischen Kontinent (UNWTO). Laut dieser Statistiken wird davon ausgegangen, dass die geringste Anzahl von Touristen im mittleren Osten und Afrika-Region ist. Es ist anzunehmen, dass Menschen aufgrund von Hungersnot und

Unsicherheit ihre Grundbedürfnisse nicht erfüllen können und daher nehmen die in diesen Regionen lebenden Menschen weniger an touristischen Aktivitäten teil.

So zeigt sich, dass Maslows Bedürfnis Hierarchie-Theorie in wirtschaftlicher, sicherheitstechnischer und sozialer Hinsicht mit dem Tourismus zusammenhängt. Mit anderen Worten, wirtschaftliche, politische und soziale Probleme, die zwischen Regionen auftreten können, hindern die Menschen daran, an touristischen Aktivitäten teilzunehmen (Vgl. Barakazi & Güzel, 2018, S.11). In den folgenden Pyramiden wird die Beziehung zwischen menschlichen Bedürfnissen und verschiedenen Formen des Tourismus gezeigt.

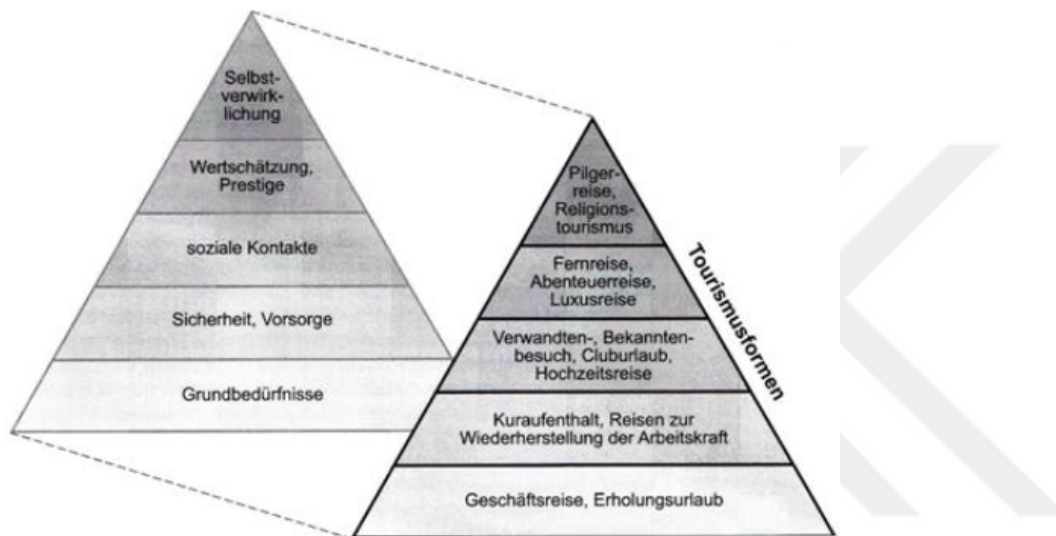


Abb. 16: Ausgewählte Tourismusformen unterschiedlicher Hierarchie vor dem Hintergrund der Bedürfnispyramide laut Maslow

Quelle: (Nach Schmude und Namberger 2010 S.67)

Es lässt sich behaupten, dass die Zunahme von Angebot und Nachfrage die Entscheidungsprozesse der Touristen beeinflusst und Wünsche und Motive der neuen Touristen komplizierter sind. Diese Komplexität oder Vielfalt wird von Schmude und Namberger (2010) wie folgt erklärt: *“zeichnet sich vor allem durch größere Kompetenzen, neue Wertvorstellungen und Lebensstile, veränderte demographische Strukturen und/oder ein verändertes Konsumverhalten aus”* (Schmude & Namberger, 2010).

Tourist von heute			
Größere Kompetenzen	neue Wertvorstellungen und Lebensstile	veränderte demographische Voraussetzungen	verändertes Konsumverhalten
⇒ größere Reiseerfahrung ⇒ höheres Qualitätsbewusstsein ⇒ höhere Lernfähigkeit ⇒ spezielle Interessen (z.B. Klettern, Khitesurfen)	⇒ höhere Individualität (z.B. Yuppies ¹³) ⇒ höhere Spontanität, Flexibilität, Risikobereitschaft ⇒ erlebnisorientierung ⇒ hohe Emotionalität ⇒ Wunsch nach Authentizität ⇒ höheres Gesundheits- und Umweltbewusstsein (z.B. LoHaS ¹⁴)	⇒ flexible Arbeitszeiten ⇒ Mehr Freizeit ⇒ Überalterung der Gesellschaft (z.B. Generation 50+) ⇒ Kleinere Haushalte ⇒ (z.B. DINKs) ⇒ höhere Einkommen (z.B. DINKs ¹⁵)	⇒ hybrider, multioptionaler Tourist (Konsument) ⇒ Offen für neue Technologien (z.B. Web 2.0) ⇒ Verändertes Buchungsverhalten (z.B. Last Minute) ⇒ fehlende Markentreue ⇒ Bedürfnis nach Wahlfreiheit

Abb. 17: Tourist von heute,

Quelle: (nach Poon 1993 in Schmude/Namberger 2010 S.66)

b. Reiseentscheidung, Informations- und Buchungsverhalten: Die Reiseentscheidung der Touristen ist ein sehr komplizierter Prozess. Nach Schmude und Namberger (2010) erfolgt die konkrete Reiseentscheidung nach dem AIDA-Modell. Das Modell stammt aus dem Marketing und wird es in vier Phasen beschrieben und die Kaufentscheidung der Kunde laut diesem Modell durchläuft.

¹³ Yuppies = Young Urban Professionals

¹⁴ LoHaS = Lifestyle of Health and Sustainability

¹⁵ DINKs = Double Income No Kids

A = attention (Aufmerksamkeit erregen)

I = interest (Interesse wecken)

D = desire (Verlangen bzw. Wunsch erzeugen)

A = action (Handlung bzw. Kauf auslösen)

Aufmerksamkeit ist sehr wichtig für die Reiseentscheidung. Aufmerksamkeit kann durch Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, Online-Medien bereitgestellt werden. Das Interesse der Touristen für die Destination wächst, nachdem die Aufmerksamkeit erregt wurde. In diesem Fall spielen Informationen wie Reiseführer, Reisekataloge, Internet usw. eine wichtige Rolle für den Touristen. Dieses Interesse kann das touristische Verlangen und den Wunsch erhöhen. Es geht so lange weiter, bis der Tourist eine konkrete Aktion für die Kaufentscheidung trifft (Schmude & Namberger, 2010).

c. Reiseverhalten: Wo will der Tourist seinen Urlaub verbringen? Wann will er seine Urlaubsreise machen? Wie organisiert er sie? Oder wo will er übernachten? Diese Entscheidungen basieren einerseits auf persönlichen Bedürfnissen und andererseits auf wirtschaftlichen, sozialen und demographischen Steuerfaktoren. Aus diesem Grund lässt sich zusammenfassen, dass Jede Urlaubsreise zunächst auf der individuellen Entscheidung und eine Reihe von Grundmustern basiert (Reiseziele, Reisezeitpunkt, Reiseverkehrsmittel, Organisationsform der Urlaubsreise, Urlaubsunterkunft, Steuerfaktoren der touristischen Entwicklung) (Steinecke A., 2011).

d. Soziodemographische, -ökonomische und geographische Merkmale: Heutzutage kann nicht gesagt werden, dass Alter und Geschlecht in Reiseaktivitäten sehr effektiv sind. Es geht um keine privilegierte Beteiligung von Geschlecht und Alter an touristischen Aktivitäten, sondern die Reiseentscheidung, Reisemotivation, Nachfrage und das Reiseverhalten des Einzelnen spielen eine erhebliche Rolle. Bildung und wirtschaftlicher Status von mehreren Personen bestimmen die Reiseentscheidungen. Laut Freyer hat die Schulbildung einen großen Einfluss auf die aktive Beteiligung bei der Reiseentscheidung. Auf Basis dessen ist zu sagen, dass die Reisemotivation steigt, wenn das Bildungsniveau des Einzelnen steigt. Ein weiteres Problem ist die wirtschaftliche Situation. Ebenso ist bei Menschen, mit hohem Einkommen, die

Beteiligung an touristische Aktivitäten hoch. Des Weiteren spielen die räumlich unterschiedlichen Voraussetzungen zwischen Wohn- und Zielort für die touristische Nachfrage eine Rolle (Schmude & Namberger, 2010).

2.4 Auswirkungen und Effekte des Tourismus im Regionalen Bereich

Der Tourismus, der ein Land oder eine Region mit seinen wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Aspekten hervorhebt, ermöglicht auch die Interaktion mit Menschen aus verschiedenen Ländern. In diesem Sinne hat Tourismus wirtschaftliche, politische, ökologische, soziale und kulturelle Auswirkungen sowohl auf regionaler als auch auf internationaler Ebene. Es ist bekannt, dass Kultur- und Naturtourismus insbesondere in den letzten Jahren wirtschaftlich zu den touristischen Regionen oder Ländern beigetragen haben. In diesem Abschnitt sollen die positiven und negativen Auswirkungen wirtschaftlicher, ökologischer, soziokultureller und nachhaltiger Tourismusbewegungen analysiert werden. Wenn jedoch über diese Auswirkungen gesprochen wird, spielt die Sicht der lokalen Bevölkerung auf den Tourismus eine wichtige Rolle. Denn die Auswirkungen des Tourismus, sind der Nutzen und die Zufriedenheit der lokalen Bevölkerung, aus der die Entwicklung des Tourismus wichtige Variablen in die Haltung gegenüber der Entwicklung des Tourismus Unterstützung zu bestimmen (Ko & Stewart, 2002). Die in den 1960er Jahren von Blau entwickelte Theorie des sozialen Wandels (Social Exchange Theory) wurde vorgestellt, um das menschliche Verhalten bei sozialen Veränderungen zu erklären (Çetin & Şentürk, 2016). Wenn der Tourismus unter dem Gesichtspunkt des pragmatischen Ansatzes der lokalen Bevölkerung betrachtet wird, kann dies mit der Theorie des sozialen Wandels erklärt werden. Nach dieser Theorie wird nach der Wahrnehmung der lokalen Bevölkerung ein partizipativer Ansatz der lokalen Bevölkerung zur Entwicklung des Tourismus gezeigt, wenn der erwartete oder empfundene Nutzen in Bezug auf den Tourismus höher ist als die wahrgenommenen Kosten. Somit die lokale Bevölkerung ist in den Tourismus involviert und leitet den Tourismus. Daher entwickelt sich die Theorie des sozialen Wandels im Einklang mit den Interessen der lokalen Bevölkerung in Bezug auf die Haltung der lokalen Bevölkerung. Untersuchungen zur Entwicklung des Tourismus im Rahmen der Theorie des sozialen Wandels haben ergeben, dass die Haltung der Menschen zur Entwicklung des Tourismus auf dem Nutzen (erwartet oder realisiert, einschließlich wirtschaftlicher, ökologischer oder sozialer Gleichgewichte) der lokalen Bevölkerung aus dieser Situation beruht (App, 1992). Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass die Tourismusedwicklung die allgemeine Zufriedenheit der Bevölkerung beeinflusst. Houston und

Gassenheimer (1987) betonen, dass der Ausgangspunkt für jede Veränderung das Bedürfnis nach Zufriedenheit ist. Das Bedürfnis nach Zufriedenheit motiviert den Einzelnen zu dieser Austauschbeziehung und somit wird die Person bereit, sich mit anderen Gruppen zu verändern. Untersuchungen haben ergeben, dass Menschen, die mit der Tourismusentwicklung zufrieden sind, die Tourismusentwicklung unterstützen (Ko & Stewart, 2002).

2.4.1 Ökonomie und Tourismus

Die Bedeutung des Tourismus in der wirtschaftlichen Entwicklung nimmt von Tag zu Tag zu. Ergebnisse von wissenschaftlichen Untersuchungen auf dem Gebiet des Tourismus und der Wirtschaft ergaben, dass der Tourismus positive Auswirkungen auf die Wirtschaft des Landes hat. (z.B. Einkommen, Deviseneffekte, Beschäftigungseffekte, regionale Ausgleichseffekte, Entwicklung der Infrastruktur, Auswirkungen auf andere Wirtschaftssektoren) (Schmude & Namberger, 2010).

Die Zunahme der Zahl der Touristen, die in ein bestimmtes Gebiet kommen, wird natürlich den Bedarf an neuen Unterkünften, Lebensmittel- und Getränkeeinrichtungen, Einkaufsgebieten und anderen Infrastruktursektoren erhöhen. Der Privatsektor (Investoren) und die Regierung sollen für diese Aktivitäten neue Investitionen tätigen. Denn die wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus sind nicht nur im Tourismussektor wirksam, sondern auch in anderen Sektoren. Also Investitionen für den Tourismussektor tragen wirtschaftlich zu anderen Sektoren bei. Dies zeigt natürlich, dass der Tourismus ein einheitliches Merkmal hat; der Bau eines neuen Hotels gemäß den touristischen Bedürfnissen beispielsweise erfordert neue Arbeitsplätze und Zusammenarbeit in anderen Sektoren. Ein weiteres Beispiel ist, dass Hotel- und Restaurantbetreiber von Großhändlern oder Herstellern kaufen, um Lebensmittel- und Getränkebedarf zu decken. Hingegen werden Großhändler oder Hersteller auch von Bauern kaufen. So trägt in dieser Hinsicht der Tourismus zur Wirtschaft des Landes direkt und indirekt bei.

Darüber hinaus schafft der Tourismus eine bedeutende ausländische Währungsquelle für das Land. Denn dank des Tourismus ist es möglich, geokulturelle und soziokulturelle Werte, die nicht exportiert werden können, zu Ressourcen zu verwandeln, die Devisen bringen. Als Beispiel sind die Devisenausgaben von Touristen, die das Ausland besuchen, aufzuführen. Ein weiteres konkretes Merkmal des Tourismus ist, dass es nicht möglich ist, Waren und Dienstleistungen eines Landes oder einer Region in ein anderes Land zu exportieren. Der Tourist kommt jedoch ins Land und konsumiert innerhalb der Landesgrenzen. In Anbetracht

dieser Tatsache, gibt es demnach keinen Unterschied zwischen Touristen, die in ein Land reisen und dort konsumieren und dem Einkommen, das das Land aus Exporten erhält (Koçak, Akoğlan Kozak, & Kozak, 2014).

Neben den oben genannten positiven Effekten gibt es auch negative wirtschaftliche Auswirkungen des Tourismus. Negative wirtschaftliche Konsequenzen können entstehen, wenn Betreiber oder Händler die wirtschaftlichen Vorschriften nicht einhalten. Insbesondere bei einer monostrukturellen Situation in der Tourismusregion sind negative Situationen wie *“Verdrängungs-, Verknüpfung-, Preissteigerungs-, Arbeitsabzugs-, Saisonalitäts-, Beziehungs- und Investitionssubstitutionseffekte”* zu beobachten (Schmude & Namberger, 2010). Zum Beispiel in Tourismusregionen wirkt sich die Tatsache, dass sich die Landwirte zum Tourismussektor anstatt sich der Landwirtschaft zuwenden oder dass Tourismusinvestoren aufgrund der saisonalen Struktur des Tourismus ein Risiko sehen und Investitionen vermeiden, negativ auf die Wirtschaft aus. Die Tatsache, dass die Regierung, die lokalen Verwaltungen oder Tourismusinvestoren keine Investitionen tätigen, um die Infrastruktur des Tourismus attraktiv und wettbewerbsfähig zu halten, wirkt sich ebenfalls negativ auf die Wirtschaft aus. Als letztes zu erwähnen sind wertvolle Investitionen wie Gastronomie und Unterkunft, wenn genügend touristische Infrastruktur und Nachfrage vorhanden ist. Denn wenn die touristische Infrastruktur und Nachfrage nicht realisiert werden, führt dies unweigerlich zu ernsthaften Kapital- und Arbeitsplatzverlusten (Schmit, 2011).

2.4.2 Ökologie und Tourismus

Analysiert man die Beziehung zwischen Wirtschaft und Tourismus, wie oben erwähnt, kann in vielen Aspekten der positive Effekt des Tourismus beobachtet werden. Insbesondere die Entwicklung des Tourismus in einer Region bringt soziale und wirtschaftliche Veränderungen (positiv und negativ) mit sich. Wenn jedoch die Beziehung zwischen Ökologie und Tourismus bewertet wird, geht es eher um negative als positive Auswirkungen. Mit anderen Worten, die negativen Auswirkungen des Tourismus auf die Ökologie stehen mehr im Vordergrund.

Tourismus und Umwelt spiegeln „die grundsätzliche Problematik der touristischen Entwicklung wider, denn im Extremfall weist der Tourismus Tendenzen auf, sich seiner ursprünglichen Grundlagen selbst zu berauben.“ Steinecke, A. (2006): Tourismus. Eine geographische Einführung. S. 101. Eine intakte Umwelt ist oftmals die Grundlage für den Tourismus und Störungen des Ökosystems können schwerwiegende Folgen für die Entwicklung und Entfaltung des Tourismus haben. „Grundsätzlich gilt, dass Tourismus ohne

Beeinträchtigung der Umwelt nicht möglich ist“ Schmude, J / Namberger, P. (2010): Tourismusgeographie. S. 97, denn überall wo der Mensch in die unberührte Natur eintritt, kommt es unweigerlich zu Veränderungen. So lässt sich festhalten, dass Tourismusaktivitäten die Umwelt trotz aller Vorsichtsmaßnahmen ernsthaft zerstören. Der Hauptgrund dafür sind technologische, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Veränderungen. Das Wichtigste ist die Verschlechterung der Umweltwerte oder -kulturen durch Massentourismus. Darüber hinaus schadet die weltweite Entwicklung des Tourismus der Natur. *“Grundsätzlich gilt, dass Tourismus ohne Beeinträchtigung der Umwelt nicht möglich ist“* (Schmude & Namberger, 2013, S.98). Denn alles, was die menschliche Hand berührt, bewirkt eine Veränderung. Laut Schmude und Namberger (2013) lassen sich die Folgen solcher Eingriffe wie folgt erklären:

- ⇒ die Landschaftszersiedlung (z.B. durch Ferienwohnungen)
- ⇒ die Landschaftszerstörung (z.B. durch Skipisten)
- ⇒ die Verunstaltung des Landschaftsbildes (z.B. durch Hotelbauten)
- ⇒ die Belastung von Gewässern (z.B. durch Einleitung von Abwässern)
- ⇒ die Verschmutzung der Luft (z.B. durch Verkehrsemissionen)
- ⇒ die Zerstörung von (Natur) Denkmälern (z.B. durch Übernutzung)

Der Tourismus ist ein Sektor, der auf der ganzen Welt kontinuierlich wächst. Daher gibt es sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf die Umwelt. Insbesondere die oben genannten Punkte zeigen die negativen Auswirkungen des Tourismus auf die Umwelt. Die Hauptfaktoren für die Nachfrage des Tourismus in einer Region sind jedoch die ökologischen Ressourcen dieser Region. Historische Gebäude, kultureller Reichtum, soziale und natürliche Ressourcen sind die Werte, die der Tourismus am meisten nutzt und diese Werte können durch den Tourismus erhalten werden. Also der positive Beitrag des Tourismus zur Umwelt ist die Restaurierung alter und historischer Gebäude um sie weiterhin zu nutzen. So kann behauptet werden, dass der Tourismus eine treibende Kraft für die Ausbesserung eines bestehenden historischen Gebiets oder historischer Denkmäler, Werke und Strukturen ist. In dieser Hinsicht trägt der Tourismus also positiv zum Schutz historischer Stätten bei. Dies liegt daran, dass der Tourismus diese Regionen als die Schwerkraft nutzt. Denn historische Gebäude sind die wichtigsten Elemente, die die Nachfrage nach Tourismus ausmachen. Es lässt sich also feststellen, dass die Region Midyat, die ein Untersuchungsgebiet ist, viele historische Werte und Strukturen hat. In den letzten Jahren beispielsweise wurden im Forschungsgebiet historische Herberge, Häuser und Institutionen restauriert und zu Einrichtungen wie Hotels und Restaurants verwandelt. Denn der Umweltschutz ist schließlich ein wichtiger Aspekt für den

Tourismus. So ist das wichtigste Element, dass der Tourismus vermarktet und von diesem Marketing Einnahmen erhält, die Umwelt. Aus diesem Grund gibt es in vielen Regionen Nationalparks, historische Stätten, natürliche und historische Werte und es werden Maßnahmen zum Schutz dieser Ressourcen durchgeführt.

2.4.3 Soziokultur und Tourismus

Wie die ökologischen Auswirkungen können auch die soziokulturellen Auswirkungen des Tourismus problematisch gesehen werden. Denn diese Auswirkungen sind oft mit negativen Folgen verbunden und gelten als schwer darstellbar, messbar und vergleichbar. Die Einflüsse auf die Kultur und die Bevölkerung können nicht erfasst, sondern beobachtet werden. Laut Schmude und Namberger (2010) gibt es soziokulturelle Wirkungen des Tourismus sowohl auf die Einheimischen als auch auf die Touristen (Schmude & Namberger, 2010).

- a) **Soziokulturelle Belastung für die Touristen:** Mit der Zunahme der Touristenzahl in einer Region können Spannungen zwischen Einheimischen und Gästen (Touristen) entstehen. Denn der Massentourismus kann Spannungen veranlassen und somit verhindern, dass sich die Touristen erholen (Schmude & Namberger, 2010).
- b) **Soziokulturelle Belastung für die Einheimischen:** Mit der Zunahme der Touristenzahl kann sich die demografische Struktur der Region ändern und mit der Ankunft von Saisonarbeitern in einem Gebiet, das viel von Touristen besucht wird, kann diese Zahl noch weiter zunehmen. Durch diese „*Fremdbestimmung und Abhängigkeit von Außen*“ können soziokulturelle Spannungen in den touristischen Regionen entstehen (Vgl. Steinecke, 2011, S.104). Dies kann die Lokalbevölkerung in soziologischer, wirtschaftlicher, kultureller und psychologischer Hinsicht negativ beeinflussen. Mit Zunahme der Touristenzahlen kann sich die Lokalbevölkerung aufgrund der negativen Auswirkungen auf ihren Lebensstil unwohl fühlen. Abgesehen davon hat der Massentourismus zur Folge, dass ausländische Personen in Hinsicht auf Arbeitsplätze präferiert und die einheimischen benachteiligt werden. Außerdem kann sich die Lokalbevölkerung auf psychologischer Ebene unwohl fühlen, da sie sich als Personen fühlen, die den Touristen dienen (Koçak, Akoğlan Kozak, & Kozak, 2014).

Außerdem beeinflusst der Tourismus die Struktur der lokalen Bevölkerung im soziokulturellen Sinne. Es führt insbesondere im soziokulturellen Sinne in den Regionen, in denen sich der Tourismus entwickelt, zu großen Veränderungen. Es lässt sich behaupten, dass der kulturelle und wirtschaftliche Wandel in der Gesellschaft im Laufe der Zeit zu Veränderungen im

Lebensstil der Lokalbevölkerung geführt hat. Lokale Kulturen können aufgrund der zunehmenden Zahl von Touristen kommerzialisiert und abgewertet werden. Traditionelle folkloristische Werte und Praktiken können im Namen des touristischen Konsums vernichtet werden. Auch lokale Sprache, moralische Werturteile, Schwächung kultureller Werte und Dekadenz von Ritualen können auftreten. Es besteht die Möglichkeit, dass beim lokalen Konsum neue Regeln und Verhaltensweisen auftreten. Aufgrund der Entstehung neuer Geschäftsmöglichkeiten in der Region und der Erhöhung des Lebensniveaus der lokalen Bevölkerung in Abhängigkeit vom Tourismus, kann für den traditionellen Handwerk eine nicht zu unterschätzende Gefahr, beispielsweise Vergessenheit auftreten. Als letztes zu erwähnen sind der mangelnde Schutz der touristischen Vermögenswerte in den lokalen Regionen und ihre physische Verschlechterung durch die negativen Auswirkungen des Tourismus im soziokulturellen Sinne.

Tourismusaktivitäten können sich positiv auf die betreffende Destination und auf das soziokulturelle Leben der Lokalbevölkerung auswirken. Die Bevölkerung beispielsweise kann die Wahrnehmung des kulturellen Bewusstseins durch Touristen erkennen. Die Wiedereinführung des traditionellen Handwerks in der Region, das Auftauchen von Freizeitgestaltungsgewohnheiten und das Interesse am Erlernen von Fremdsprachen können zunehmen. Darüber hinaus spielt der Tourismus eine treibende Kraft bei der Erhöhung des Wohlfahrtsniveaus der lokalen Bevölkerung mit der Entstehung neuer Beschäftigungsmöglichkeiten im wirtschaftlichen Sinne. Dank der Touristen kann das natürliche und kulturelle Erbe der Region als Tourismusquelle genutzt werden und es kann eine Kultur des Zusammenlebens mit modernen Gebäuden geschaffen werden, ohne die Identität historischer Gebäude in der Region zu verlieren (Vgl. Yıldırım & Öztürk, 2018, S. 86-87).

2.4.4 Nachhaltigkeit und Tourismus

Der Begriff der Nachhaltigkeit ist nicht nur eines der Konzepte in der Tourismusliteratur. So wird der Begriff der Nachhaltigkeit im Bereich Ökonomie und Betriebswirtschaft auch häufig ausgesprochen. Es wird jedoch versucht, die Ökologie-Ökonomie und Sozialkulturressourcen im Begriff der Nachhaltigkeit, die im Hinblick auf den Tourismus betrachtet werden, in den Vordergrund zu rücken. Um den Begriff des nachhaltigen Tourismus im Kontext der Forschung klarer zu verstehen, muss definiert werden, was grundsätzlich unter Nachhaltigkeitskonzept zu verstehen ist. In diesem Zusammenhang definiert die UNWTO nachhaltigen Tourismus wie folgt:

„Nachhaltiger Tourismus erfüllt die Ansprüche sowohl von Touristen als auch der Bevölkerung der Zielgebiete, wobei außerdem zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten gesichert und verbessert werden sollten. Ressourcen werden so genutzt, dass ökonomische, soziale und ästhetische Bedürfnisse befriedigt und gleichzeitig kulturelle Integrität, wesentliche ökologische Prozesse, die biologische Artenvielfalt und lebenswichtige Systeme erhalten bleiben“ (UNWTO, zit. in Martin Balas, 2019)

Nachhaltiger Tourismus wird auch als sanfter Tourismus bezeichnet. In der Literatur können unterschiedliche Namen vorkommen. Jedoch verfolgen diese Konzepte im Kern alle die gleichen Ziele. Inhaltlich einheitlich ist in etwa die Forderung, dass sich sowohl Tourismusangebot und Tourismusnachfrage verändern müssen, damit die Natur als bedeutendste Grundlage der touristischen Entwicklung nicht zerstört wird, die Kultur der Region erhalten bleibt, die soziale und ökonomische Situation der bereisten Region sich verbessert, gleichlaufend aber auch den Touristen optimale Erholungsbedingungen geboten werden. Detaillierter beschrieben, hat der nachhaltige Tourismus laut Schmude und Namberger (2010) drei wichtige Dimensionen. Diese sind Ökonomie, Ökologie und Sozialkultur. Diese drei Dimensionen stehen in enger Beziehung miteinander und beeinflussen sich gegenseitig und sollen in der Tourismuspolitik berücksichtigt werden, sind jedoch in der Praxis schwer einsetzbar. Darüber hinaus können noch zwei weitere Dimensionen des nachhaltigen Tourismus erwähnt werden. Diese sind subjektives Wohlbefinden der Einheimischen und die optimale Erholung für die Gäste (Vgl. Müller, 2007, S.29). Die Vorteile dieser Dimensionen können wie folgt beschrieben werden.

- ⇒ Langfristigkeit: Alle natürlichen und kulturellen Ressourcen müssen sorgfältig und effizient genutzt und die nächste Generation berücksichtigt werden.
- ⇒ Kulturelle Verträglichkeit: Kulturelle Unterschiede sollten berücksichtigt werden. Also Kulturelle Kompatibilitätsstrategien sollten zwischen Einheimischen und Touristen entwickelt werden, damit die Touristen sich wohl fühlen.
- ⇒ Soziale Ausgewogenheit: Einheimische sollten in der Lage sein, über die Tourismuspolitik zu entscheiden und die Zentralregierung sollte regionale Ungleichheiten vermeiden.
- ⇒ Ökologie: Umwelt soll berücksichtigt und geschützt, das Umweltbewusstsein der Lokalbevölkerung gefördert werden.
- ⇒ Ökonomie: Die Tourismuspolitik sollte nicht kurzfristig sein, um das Wohlfahrtsniveau der Lokalbevölkerung in der Region zu erhöhen (Schmude&Namberger, 2010).

Das Prinzip des nachhaltigen Tourismus ist der Schutz kultureller und natürlicher Werte. Das heißt, die Erträge sind zu nutzen ohne die natürlichen und kulturellen Grundlagen zu verbrauchen. Langfristig bedeutet dies, dass die nächste Generation sowohl im Kontext des Tourismus als auch im wirtschaftlichen, kulturellen und ökologischen Kontext davon profitieren wird. Der Zyklus wird in der magischen Fünfeck-Pyramide nochmals deutlich (Abb: 18). In der Abbildung sind die 5 Hauptziele zu sehen. Oberhalb der Pyramide befindet sich die nächste Generation, Lokalbevölkerung und Touristen sind in der Mitte platziert und kulturelle und natürliche Werte im unteren Bereich zu sehen. Ziel und Herausforderung sind hier nicht an hohe Einnahmen in kurzer Zeit, sondern an die nächste Generation zu denken und den Gewinn zu teilen.

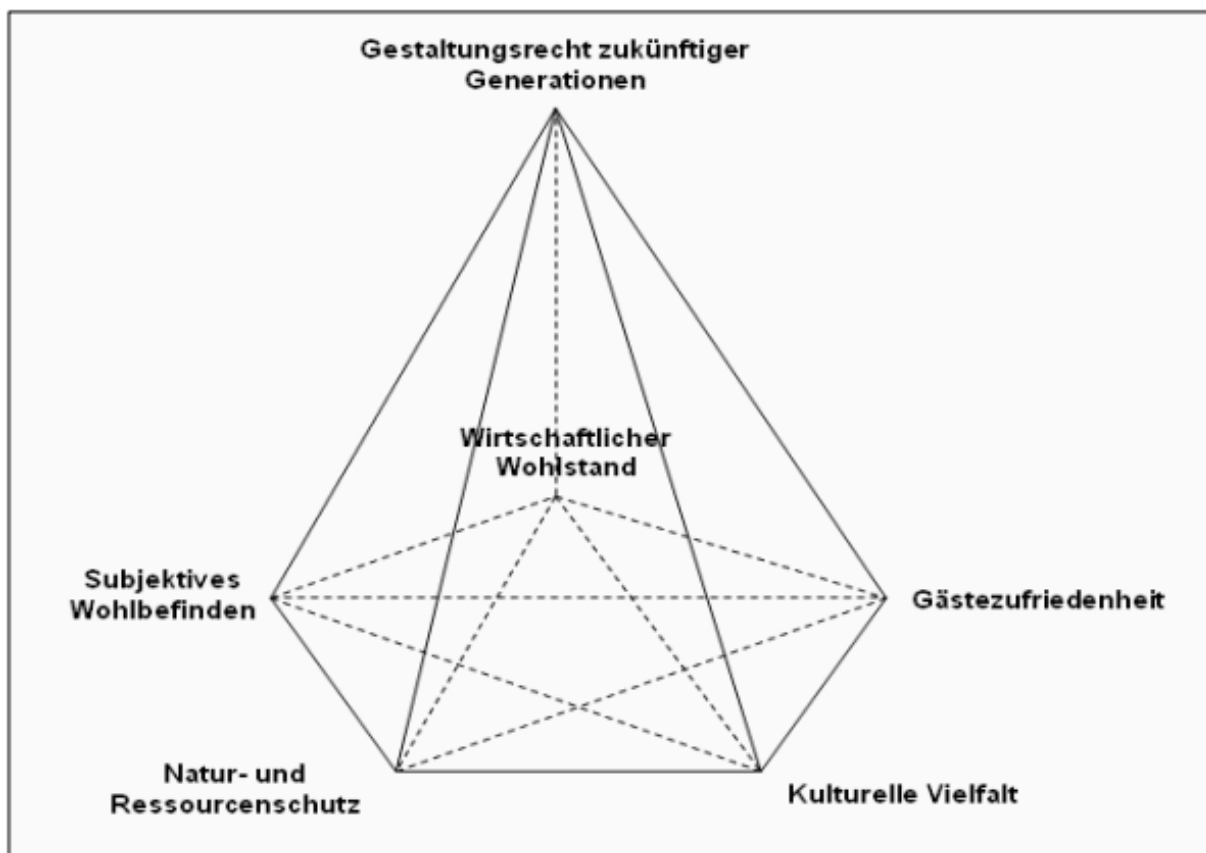


Abb. 18: Die magische Fünfeck-Pyramide des Nachhaltigen Tourismus

Quelle: (Vgl. Müller, 2007, S.29)

2.4.5 Kulturelles Erbe und Tourismus

Da das Konzept von Kultur und Kulturtourismus oben ausführlich dargelegt wurde, wird es hier nicht noch einmal erwähnt. Die Beziehung zwischen kulturellem Erbe und Tourismus wird

jedoch diskutiert. Wissenschaftler bringen zum Ausdruck, dass Kultur ein Ganzes ist, das aus materiellen und immateriellen Werten einer Gesellschaft besteht. Gleichzeitig argumentieren sie, dass Kultur ein Ganzes mit allen Arten von Wissen, Interessen, Gewohnheiten, Werturteilen, allgemeinen Einstellungen, Meinungen, Gedanken und allen Formen des Verhaltens in der Gesellschaft ist. Mit anderen Worten, Kultur wird als die Summe von materiellen und immateriellen Werten gesehen. Zum besseren Verständnis des Kulturphänomens kann es mit dem Eisberg-Modell näher erläutert werden (Abbildung 18). Die Kultur kann mit einem Eisberg verglichen werden, dessen Oberseite sichtbar ist, dessen Unterseite sich jedoch unter der Meeresoberfläche befindet. Das Bild des Eisbergs repräsentiert die Beziehung zwischen beobachtbaren Worten, Handlungen, vom Menschen geschaffenen Dingen, oft verborgenen und unbewussten Werten und Überzeugungen. Das sichtbare Gesicht des Eisbergs entspricht den Teilen der Kultur, die wir physisch sehen können. Von oben gesehen sind nur etwa 10% des Eisbergs sichtbar. Dies zeigt uns, dass nur wenige kulturelle Aspekte sichtbar und vor allem erkennbar sind. Unmerkliche und immaterielle Werte spielen jedoch eine wichtige Rolle für das Verständnis der Kulturen. Tatsächlich wirken sich die Richtungen unter der Wasseroberfläche direkt auf die Enden des Eisbergs aus, und beide Seiten sind voneinander abhängig. Die Oberseite des Eisbergs repräsentiert die Aspekte, die vom Menschen gemacht werden. Die Unterseite des Eisbergs entspricht Werten und Normen. Um die Beziehung des Eisberg-Modells zum Tourismus weiter zu erörtern und zu verstehen, muss untersucht werden, was das materielle und immaterielle kulturelle Erbe ist.

Materielles und immaterielles Kulturerbe

Es lässt sich sagen, dass in den letzten Jahren die Idee des Schutzes kultureller Werte auf internationaler Ebene als Folge der Gefahr, die Waldgebiete aufgrund des Krieges zwischen Amerika und Vietnam zu zerstören und die Überschwemmung des Abu Simbel-Tempels in Ägypten zu verhindern, entstanden ist. Nach den neuesten Statistiken befinden sich 1121 Kulturerbestätten mit Erbe, die auf der 43. Tagung des Welterbekomitees in Baku im Jahr 2019 unter der Präsidentschaft und Gastgeber Aserbaidschans in die Liste des Weltkultur- und Naturerbes aufgenommen wurden, die gemäß der 1972 angenommenen UNESCO-Konvention zum Schutz des Weltkultur- und Naturerbes erstellt wurde. Davon sind 869 kulturelles, 213 natürliches und 39 gemischtes (natürliches und kulturelles) Erbe. In der Liste sind insgesamt 18 Kulturerbe der Türkei (16 kulturelle unter 2 gemischte) aufgeführt. Zusätzlich zu diesen Erben, die in der Liste des UNESCO-Weltkulturerbes aufgeführt sind, gibt es auch eine vorübergehende Liste von Erben, die dieser Liste vorgeschlagen werden sollen, deren Kandidaturverfahren jedoch noch nicht abgeschlossen sind. (UNESCO Dünya Mirası Listesine

alınan bu mirasların yanı sıra bir de bu listeye önerilmesi öngörülen ancak henüz adaylık süreçleri tamamlanmayan miraslardan oluşan geçici Liste bulunmaktadır.) Die vorläufige Liste ist ein nationales Inventar für die Mitgliedstaaten. Historische Artefakte oder Erbschaften werden von der UNESCO durch die Auswahl aus dieser Liste bestimmt. Es gibt 1740 Erbe von 178 Vertragsstaaten in der vorläufigen Liste des UNESCO-Weltkulturerbes. Laut der vorläufigen Liste der UNESCO befinden sich im Jahr 2020 in der Türkei 78 kulturelle, 2 gemischte und 3 natürliche Erbe. Neben dem materiellen kulturellen Erbe gibt es immaterielle kulturelle Werte wie Rituale, Traditionen und Bräuche. Jede Gesellschaft hat ihr eigenes materielles und immaterielles kulturelles Erbe, und insbesondere die immateriellen kulturellen Erbe unterscheiden sich voneinander (Vgl. Şakacı, 2015, S. 455-472).

Das kulturelle Erbe ist in materielles und immaterielles Kulturerbe unterteilt. Das erste umfasst materielle Erbe wie Denkmäler, Strukturen, Skulpturen, Malerei. Das zweite beinhaltet immaterielles Erbe wie Tanz, Theater, Musik, Zeremonien, traditionelle Aufführungen. Das materielle Erbe umfasst bewegliches (leicht von Ort zu Ort zu bewegen) und unbewegliches Erbe (nicht beweglich, nicht entfernbar, d. h. Gebäude, historische Stätten). Das kulturelle Erbe mit seinen materiellen und immateriellen Aspekten sollte mit den kulturellen Werten der Gesellschaft verbunden werden, die es hervorgebracht hat (Aslan & Ardemagni, 2006). Seit dem Zweiten Weltkrieg hat die UNESCO das Welterbe durch die Unterstützung des Naturerbes, des immateriellen Erbes und des materiellen Erbes erweitert, die unbeweglich und tragbar sind. Das immaterielle Erbe, früher Folklore genannt, hat sich in den letzten 10 Jahren entwickelt und ist zu einem wichtigen Konzept in der Literatur geworden. Dieses Konzept wurde gefördert, um die Aufzeichnungen über verlorene Traditionen zu dokumentieren und zu bewahren. Es wurden Anstrengungen unternommen, um die kulturelle Tradition zu unterstützen und ihr Verschwinden zu verhindern. Auf der anderen Seite ist immaterielles Erbe Kultur wie materielles Erbe; es ist lebendig wie natürliches Erbe. Die UNESCO hat nicht nur zur Aufgabe, Artefakte des immateriellen Kulturerbes zu sammeln, sondern auch sowohl materielle als auch natürliche Vermögenswerte anzusprechen, genommen. Die UNESCO hat das immaterielle Kulturerbe als alle Artefakte definiert, die aus einer Gemeinschaft mit traditioneller und Volkskultur stammen und auf Tradition beruhen. Diese Werke werden verbal und verhaltensmäßig übertragen, nach einiger Zeit können sie geändert oder neu erstellt werden. Beispiele hierfür sind das immaterielle Erbe der Kultur; mündliche Überlieferungen, religiöse Zeremonien, Musik, Tanz, Feste, Kochkunst, Lebensräume, Kunsthandwerk usw. (Kirshenblatt-Gimblett, 2004, S.52-65).



Abbildung 19: Eisberg Modell- Eigene Darstellung

Aufgrund dieser Merkmale des Kulturbegriffs reisen viele Touristen mit dem Wunsch, die Kulturen kennenzulernen. Reisen, die von Touristen gemacht werden, um verschiedene Kulturen kennenzulernen, werden als „Kulturtourismus“ bezeichnet. Im Hintergrund des materiellen und immateriellen Kulturerbes kann man von Schutz und Übertragung von Kultur- und Naturgebieten von überlegenem universellem Wert an zukünftige Generationen sprechen (Kultuminister Konferenz, 2020). Infolge dieser Theorie gewinnt die Beziehung zwischen kulturellem Erbe und Tourismus an Bedeutung. Die Menschen sind daran interessiert die Spuren alter Zivilisationen und Kulturen zu sehen. Aus diesem Grund besuchen Touristen die Regionen hauptsächlich, um die kulturellen Attraktionen zu sehen. Wenn Kultur und andere touristische Ressourcen zusammenkommen, kann dies in vielerlei Hinsicht wirtschaftliche Gewinne bringen.

Auswirkungen des Tourismus auf das kulturelle Erbe

Kultur und Kulturgüter jeder Nation sind sehr wertvoll. Nur wenn diese Werte erhalten und gut verwaltet werden, können sie nachhaltig sein. Der Schutz von Museen oder historischen Stätten gewinnt daher an Bedeutung. Die Industrialisierung, die rasche Verstädterung, die Regierungspolitik und die negativen Auswirkungen der Tourismusbewegungen sind jedoch zu Beginn der aufgetretenen Probleme zu erkennen. Viele antike Städte, die bis vor kurzem keiner Gefahr ausgesetzt waren, wurden heute aus den oben genannten Gründen weitgehend zerstört und viele von ihnen sind vom Aussterben bedroht. Das konkreteste Beispiel dafür in der Region ist die Überschwemmung von Hasankeyf, der alten Siedlungsstadt von 12.000 Jahren. Aus diesem Grund lässt sich sagen, dass sowohl Staaten als auch internationale Institutionen eine wichtige Rolle beim Schutz des kulturellen Erbes spielen.

Die ungeplante und unkontrollierte Entwicklung des Tourismus wirkt sich negativ auf die Nutzung dieser Kulturgüter aus. Durch die ungeplante und unregelmäßige Nutzung touristischer Ressourcen werden Kulturgüter zerstört und verschwinden sogar. Denn Touristen sind potenzielle Nutzer von Kulturgütern. Es gibt eine wichtige Beziehung zwischen Tourismus und kulturellem Erbe. Daher kann der Kulturtourismus eine wirksame Rolle bei der Erhaltung und Bewirtschaftung des kulturellen Erbes spielen. In Anbetracht der Tatsache, dass Touristen auch Gruppen sind, die Kulturgüter nutzen, lässt sich sagen, dass es notwendig ist, eine wirksame Kontrolle des Tourismus sicherzustellen.

Die wichtigsten positiven Auswirkungen des Tourismus auf Kulturgüter sind die wirtschaftlichen Auswirkungen wie die Erhöhung des Lebensstandards der lokalen Bevölkerung und die Schaffung neuer Beschäftigungsmöglichkeiten. Wirtschaftliche Entwicklung bringt soziokulturelle Entwicklung mit sich. Zusammen mit der Sensibilisierung der lokalen Bevölkerung werden auch die Investitionen zur Erhaltung des kulturellen Erbes erhöht. Der wirtschaftliche Gewinn aus dem Kulturtourismus wird auch die notwendige finanzielle Unterstützung für den Schutz des kulturellen Erbes bieten. Ausgaben für den Schutz der Umwelt und des kulturellen Erbes bewirken langfristig eine positive wirtschaftliche Entwicklung. Kulturtourismus und kulturelles Erbe sind daher zwei Phänomene, die sich im Hinblick auf Nachhaltigkeit und wirtschaftliche Entwicklung gegenseitig brauchen. Der Tourismus kann die traditionelle Kultur wiederbeleben und direkt der Einkommenssteigerung zugutekommen. Es kann beim Informationsaustausch mit Touristen im kulturellen Sinne wirksam sein. Der Tourismus fördert die Erhaltung und Restaurierung alter Gebäude. In gewisser Weise spielen alte Gebäude eine wirksame Rolle, um ein modernes Erscheinungsbild

zu erreichen, ohne ihre Werte zu verlieren. Der Besuch von Kulturgütern durch Touristen kann den Anwohnern und Regierungen eine Vielzahl von Vorteilen bringen. Zunächst werden historische, kulturelle und natürliche Gebiete auf diese Weise geschützt. Darüber hinaus spielt der Kultur- oder Kulturtourismus eine sehr wichtige Rolle, um sowohl Einheimischen als auch Touristen dabei zu helfen, etwas über die Geschichte und Kultur der Region zu lernen. Schließlich ergreifen viele Länder Maßnahmen zum Schutz der natürlichen Umwelt. Denn die Steigerung der internationalen Tourismuskonsumnachfrage und die Aufrechterhaltung dieser Nachfrage hängt vom Überleben der Umweltwerte ab. Die Dimensionen und Merkmale der zu diesem Zweck ergriffenen Maßnahmen unterscheiden sich von Land zu Land. Zum Beispiel hat die Gemeinde Midyat ihre Umweltschutz- und Verbesserungspolitik mit der Entwicklung des Tourismus umgesetzt. Insbesondere angesichts des touristischen Potenzials des Forschungsgebiets in den letzten drei Jahren zeigt sich, dass die Gemeinde in allen Gebäuden, die touristischen und kulturellen Wert haben, eine Restaurierungs- und Transformationspolitik verfolgt hat.

Der Tourismus hat viele negative Auswirkungen auf das Kulturgut. Viele Probleme können durch die übermäßige Nutzung der Orte entstehen, die Touristen bereisen. Beispielsweise; Wenn Touristen einen Ort häufig besuchen, kann dies zu Verkehrs- und Müllproblemen, Lärm und häufig zu einer übermäßigen Nutzung von Ressourcen (wie Natur- und Kulturgütern) führen. Ein weiterer Faktor ist, dass die Menschen in der Region ihre Abhängigkeit vom Tourismus verstärken. Im Vergleich zu anderen Branchen können große Teile der Gesellschaft vom Tourismus abhängig werden. Sie können ihre traditionellen Aktivitäten und ihr Vertrauen in sich selbst verlieren. Darüber hinaus können aufgrund kultureller Unterschiede negative Situationen im Verhalten von Touristen gegenüber Einheimischen auftreten. Wenn Touristen eine gleichgültige Haltung einnehmen, die lokalen Bräuche ignorieren, können sie sich negativ auf die lokale Kultur auswirken. Auf diese Weise können sie sogar viele Gebiete verschmutzen, die von den jeweiligen Regionen, als heilig angesehen werden.

2.5 INTERKULTURELLE BEGEGNUNGEN IM TOURISMUS

2.5.1 Definition interkultureller Begegnungen im Tourismus

Interkulturelle Begegnungen bedeuten Perspektivenwechsel und Reflexion der eigenen Gesellschaft und andere Werte zu erleben und alternative Lebens- und Sichtweisen kennen zu lernen. Mit der Entwicklung der Technologie in der Industriegesellschaft hat die Interaktion zwischen Menschen aus verschiedenen Kulturen zugenommen. Aus diesem Grund lässt sich sagen, dass das interkulturelle Feld an Bedeutung gewonnen hat. Das Phänomen des Tourismus spielt bei diesen interkulturellen Begegnungen eine sehr wichtige Rolle. Denn unter interkulturellen Begegnungen im Tourismus versteht Tourismusforscherin Astrid Kösterke persönliche Begegnungen mit Menschen anderer Kulturen. Kösterke meint dazu:

„Im Rahmen von Urlaubsreisen ins Ausland – seien es klassische Pauschalreisen, Studienreisen oder selbst organisierte Individualreisen – ergeben sich vielfache Begegnungsmöglichkeiten zwischen Menschen verschiedener Kulturen, sei es im Restaurant, beim Einkaufsbummel, bei der Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel, in der Disco oder auf Ausflügen, sei es zufällig, aus einer spontanen Situation heraus oder bewußt gesteuert (...) Das Interesse an solchen interkulturellen Begegnungen kann dabei unterschiedlich stark ausgeprägt sein und zu unterschiedlichen Ergebnissen und Folgen führen“ (Kösterke, 2000).

In dieser Aussage von Kösterk weist sie darauf hin, dass die interkulturelle Begegnung sehr vielfältig ist und in allen Bereichen des täglichen Lebens stattfinden kann.

Es wurde im Bericht „culture, tourism and developement“ der UNESCO betont, dass die Zahl der Reisenden auf der Welt besonders nach den 2000er Jahren sehr hoch ist. Aus diesem Grund betont die UNESCO die Bedeutung des Tourismus für interkulturelle Begegnungen. Denn die UNESCO geht daher davon aus, dass der Tourismus die Menschen miteinander in Kontakt bringt und eine wichtige Rolle bei der Förderung des Dialogs zwischen den Kulturen spielt. Hier gibt es eine Interaktion zwischen Reisenden und Bereisten. Zusätzlich zu den Kommunikationsproblemen, Missverständnissen und anderen Problemen im Rahmen dieser Interaktion, gibt es einer Situation mit unterschiedlichem kulturellem Reichtum im positiven Sinne zu begegnen. Auf der Grundlage dieser Interaktion spielt der Tourismus eine aktive Rolle. Denn er trägt zum Aufbau des Friedens bei. Die Tourismussoziologen Kiefl und Bachleitner weisen ebenfalls auf positive Effekte sowie negative Situationen bei interkulturellen Begegnungen durch den Tourismus hin. Die Art der Begegnungen, situationsbedingte

Konditionen, Eigenschaften und Kultur der Begegnungsakteure, sowie wissenschaftliche Kulturmodelle spielen in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle (Vgl. Kiefl und Bachleitner 2005, S. 16). Im nächsten Abschnitt wird diese Situation näher erläutert.

Es lässt sich sagen, dass sich die interkulturellen Begegnungen im Tourismus von anderen interkulturellen Begegnungen unterscheiden. Beispielsweise besonders Migration oder Studium. Denn touristische Begegnungen entstehen durch kurzfristige Aktivitäten, um den Alltagsstress loszuwerden. Daher ist die kulturelle Begegnung zwischen Reisenden und Einheimischen unterschiedlich. Dies drückt der Kulturanthropologe Adelheid folgendermaßen aus. Laut Kulturanthropologin Adelheid Schrutka-Rechtenstamm sind touristische Begegnungen durch ihren kurzen Zeithorizont, ihre relative Freiheit von Verpflichtungen des Alltags und der Nähe zum touristischen Gastgeber gekennzeichnet (Kahlenbach, 2013). Dworschak, ein anderer Kulturforscher, argumentiert, dass Touristen zwar eine gewisse körperliche Affinität zu den Einheimischen haben, aber auf kultureller Ebene eine Distanz besteht (Dworschak, 1994). Freyer drückt auf diese Weise seine Gedanken zu diesem Thema aus. Im Falle der Interaktion der Touristen bringt nicht nur die Kultur der Bereisten oder Reisenden den gegenseitigen Kontakt mit sich. Denn die Ausgangspositionen von Reisenden und Bereisten können sich in Bezug auf soziokulturelle und physische Faktoren unterscheiden. Der Grund ist, dass es Freizeitaktivitäten im Hintergrund von Reisenden in interkulturellen Begegnungen gibt. Ebenso gibt es die Alltagssituation im Hintergrund der lokalen Bevölkerung (Bereisten) in interkultureller Begegnung. Laut Ursula ist die Beziehung zwischen den Reisenden und Bereisten psycho-ökonomisch und wird durch mehrere Faktoren geprägt. Es gibt bestimmte Vorstellungen, Erwartungen, Anforderungen, Gedanken, Kontaktwünsche und Fähigkeiten, soziale Distanz, Gastfreundschaft, Wünsche – sowohl von Reisenden als auch von Bereisten (Wilhelm, 1993). Infolgedessen stellt Freyer fest, dass interkulturelle Begegnungen im Tourismus im Gegensatz zu anderen interkulturellen Begegnungen eine entspannte Atmosphäre bieten (Freyer W., 2011).

Als diese kulturellen Begegnungen im Tourismus kann das Selbstdarstellungs-Modell von Goffman vorgestellt werden. Das sogenannte Selbstdarstellungs-Modell wurde vom amerikanischen Soziologen Erving Goffman entwickelt und versucht, die Prozesse, die bei der Interaktion zwischen Menschen aus verschiedenen Kulturen ablaufen, zu erklären (Goffman, 1983). Er beschreibt die Beziehungen zwischen Reisenden und Bereisten und drückt diese mit einem Theaterspiel aus. Goffman weist darauf hin, dass Menschen in ihrem sozialen Verhalten großartige Selbstdarsteller sind und unterschiedliche Verhaltensweisen in sich ändernden sozialen Umgebungen oder Szenen zeigen. Er gibt an, dass Menschen in ihrem sozialen

Verhalten / ihrer Kommunikation unterschiedliche Rollen spielen und dass sie für jede Rolle Masken tragen. Er trennt diese als eine Vorderbühne und eine Hinterbühne ab. Die Vorderbühne fällt mit der Zeit zusammen, in der sich Menschen in einem sozialen Umfeld befinden. Bezogen auf den Tourismus entspricht die Vorderbühne dem Bereich, wo Reisenden und Bereiste in ihren Rollen als die Feriengäste und Dienstleister des Tourismusbereichs zusammentreffen. Die Bereisten inszenieren sich dabei in ihrer Rolle als freundliche, geduldige und liebevoll und Gastgeber. Die Reisenden legen in ihrer Rolle als Feriengäste oftmals ein sehr lockeres Benehmen an den Tag und verhalten sich anders wie im Alltagsleben zu Hause. Denn der Ausgangspunkt der Rolle des Reisenden ist es, Spaß zu haben, zu reisen, sich zu entspannen und verschiedene Kulturen kennenzulernen. Aus diesem Grund spielen sie in dieser Rolle ihr soziales Verhalten. Laut Goffman nimmt die Selbstinszenierung der Menschen Gestalt an, je nachdem, mit welchem Partner sie wechselwirken. Zum Beispiel: eine Person, die als Kellner in einem Hotel arbeitet, hat eine andere Interaktion mit ihrem sozialen Umfeld und den Touristen im täglichen Leben. Hier trägt der Kellner eine Maske und versucht, ein anderes Bild/Image zu haben, als es normal aussieht. Unter diesem Verhalten geht es um psychoökonomische Effekte. Aus diesem Grund gibt es gekünsteltes Benehmen in den Begegnungen im Dienstleistungsumfeld des Tourismus zwischen Reisenden und Bereisten (Mitarbeitern) auf der Vorderbühne (Vgl. Vester, 1999, S. 70-94). Darüber hinaus erschwert die Tatsache, dass die Interaktion auf Reisende und Hotelpersonal beschränkt ist, eine natürliche und effektive interkulturelle Begegnung mit der lokalen Bevölkerung. Denn interkulturelle Begegnungen innerhalb der Dienstkultur sind einerseits durch Vorurteile und Stereotypen sowie andererseits durch Neugier und gegenseitigen Nutzen gekennzeichnet (Luger K., 2007). In der Hinterbühne gibt es das Individuum selbst. Deshalb ist die Hinterbühne bei kulturellen Begegnungen zwischen Reisenden und Bereisten wichtiger. Denn die wirklichen Gefühle, Gedanken und Verhaltensweisen von Menschen stehen im Hintergrund. Es spiegelt die Kultur und die reale Lebenswelt der lokalen Bevölkerung wider, insbesondere im Kontext des Tourismus. Aus diesem Grund bei den interkulturellen Begegnungen soll es sich nicht um Inszenierung handeln. Die Interaktion und die Beziehung zwischen Reisende und Bereiste sollen objektiv sein.

Wie in Goffmans das Selbstdarstellungs-Modell sollten die Menschen in der Hinterbühne ihre Gedanken und Verhaltensweisen vor der Bühne zeigen, damit ein gesunder und qualitativ hochwertiger kultureller Wandel / Kulturaustausch stattfindet. Weil Kultur eine dynamische Struktur hat, führt kultureller Austausch langfristig zu einem Kulturwandel. Bierwirth (1985) drückt Kulturwandel in diesem Sinne wie folgt aus: „...*die strukturelle Veränderung einzelner*

oder mehrerer Kulturelemente durch Evolution oder Revolution, wodurch die Charakteristika einer gegebenen Kultur gewandelt werden“ (Bierwirth, 1985)..

Da die Begegnungen in der Vorderbühne jedoch oberflächlich sind und nicht die reale Weltanschauung der Menschen widerspiegeln, kommt es laut Goffman selten zu einer bereichernden kulturellen Wandlung.

2.5.3 Akteurinnen von interkulturellen Begegnungen im Tourismus

Es lässt sich sagen, dass die Beziehung oder kulturelle Begegnung zwischen Touristen und Einheimischen von vielen Faktoren geprägt ist. In diesem Abschnitt werden jedoch zwei wichtige Akteure, und zwar einerseits die Reisenden und andererseits die Bereisten, erörtert.

2.5.3.1 Die Reisenden

Die Definition auf der United Nations Conference on International Travel and Tourism für Touristen aus dem Jahr 1963 wird bis heute als häufigste Definition verwendet. Laut dieser Definition sind Touristen als „[...] *temporäre Besucher, die sich mindestens 24 Stunden im Zielland aufhalten und deren Reisemotiv sich folgender Klassifikation zuordnen lässt: (a) Freizeit [leisure] (Erholung, Urlaub, Gesundheit, Studium, Religion und Sport); (b) Geschäft, Familie, Mission, Konferenz“ (Vgl. Steinecke 1981, S.15).*

Mit der Entwicklung von Technologie und Verkehrsmitteln haben bestimmte Veränderungen und Transformationen die Eigenschaften der Touristen hervorgebracht. Es lässt sich behaupten, dass sich vor allem die Reisemotivationen, die Reishäufigkeit, die Bedürfnisse und Anforderungen der Touristen in eine andere Form verwandelt haben. Reisen ist heute kein Privileg mehr, aber das Reiseverhalten noch von soziodemographischen Ursachen, wie Beruf, Bildung, Einkommen usw. abhängig. Denn analysiert man die Statistiken der vorherigen Reiseintensität, wird man sehen, dass die Reiseintensität bei der wohlhabenden und gebildeten Bevölkerungsschicht am höchsten ist (Hennig, 1997). Die Unterscheidung zwischen Touristen basiert hauptsächlich auf ihrer Motivation, und deshalb sind in den letzten Jahrzehnten viele verschiedene touristische Typologien entstanden. Es lässt sich behaupten, dass diese touristischen Typologien dazu beitragen, das Phänomen des Tourismus besser zu verstehen. Denn es ist bekannt, dass Individuen sehr unterschiedliche Bedürfnisse und Haltungen haben. Daraus ergibt sich, dass die Prozesse für das Reisen von Menschen sehr vielfältig und komplex sind. Die unterschiedlichen Reisemotive der Menschen haben einen starken Einfluss auf interkulturelle Begegnungen.

Es ist bekannt, dass es viele Forschungen von Tourismusforschern gibt, die auf unterschiedliche Motivationen von Touristen abzielen (vgl. Hahn 1974; Cohen 1979; Opaschowski 1996 etc.). Einer von ihnen und der bekannteste ist der Entwickler der Bedürfnisse-Pyramide, Maslow, dessen Konzept zu Beginn der Studie ausführlich vorgestellt wurde. Deshalb wird dieses an dieser Stelle nicht noch einmal erklärt. In Bezug auf Maslows Bedürfnisse-Pyramide betont Poon jedoch die Konzepte des neuen Touristen und des sanften Touristen, die sich auf die Motivation und die Bedürfnisse von Touristen beziehen. Poon charakterisiert das neue Touristenprofil entsprechend dem Reiseerlebnis und den Bedürfnissen der Touristen. Darüber hinaus wirken sich die ändernden Werte der Gesellschaft und die ändernden Lebensstile auf das Reiseverhalten aus (Krippendorf, 1986). Laut Poon tendieren diese Reiseverhalten zu Emotionen, Erfahrungen und Bildungstourismus aus dem See-, Sand- und Sonnentourismus. Der Grund ist, dass sich das Reiseverhalten des neuen Touristenprofils am Vergnügen, Genuss und der Erfahrung orientiert hat. Neben Vergnügen, Genuss und Erfahrung spielen auch Werte wie Natürlichkeit, Originalität, Sinnlichkeit des Reisens und interkulturelle Begegnungen für neue Touristen eine wichtige Rolle. Es lässt sich sagen, dass all diese die Reiseentscheidung des neuen Touristen beeinflusst (Poon, 1993).

Einige Touristentypologien geben sich durch die Untergliederung nach Reisemotivationen und diese Reisemotivationen haben einen bestimmenden Einfluss auf das Verhalten der Touristen im Verlauf ihrer touristischen Aktivitäten. In diesem Sinne entwickelten Heinz Hahn 1974 und Opaschowski 1985 eine touristische Typologie für touristische Typen. Besonders die von Heinz Hahn entwickelte Typologie wird heute verwendet. Dieses Modell gliedert in den Abenteuerurlauber (A-Typ), Bildungsurlauber (B-Typ), den Erlebnisurlauber (E-Typ), den Erholungsurlauber (S-Typ), den Bewegungsurlauber (W1-Typ) und den Sporturlauber (W2-Typ) auf. Ebenso entwickelte Opaschowski eine touristische Typologie. Das Urlaubertypen-Modell von Opaschowski lautet wie folgt: Erholungssuchende, bewegungsaktive, heimzentrierte, erlebnisbezogene, vergnügungsorientierte, kulturinteressierte, hobbybegeisterte, umweltbewusste Urlauber (Schrand, 1993). Opaschowski macht jedoch eine wichtige Klassifizierung in Bezug auf die Reisemotivation. Die Reiseentscheidung der Touristen klassifiziert er nach den Push- und Pull Faktoren. Mit Push Faktoren drückt er die Flucht aus dem Alltag aus. Im Alltag begegnen und leben die Menschen mit Problemen, Müdigkeit, Spannungen, Stress, Anstrengung, Langweile, Routine, Verpflichtungen. Deshalb wollen diese Ruhe, Entspannung und Kraft sammeln. Mit anderen Worten, sie wollen dem Alltag entfliehen und sich ausruhen. Deswegen sind Reisemotivationen beim Pull-Faktor Erholungs- und Ruhebedürfnisse. Bei Push- Faktoren handelt es sich, laut Opaschowski um

Faktoren, die mit Themen wie Klima, Natur, Menschen, Tiere, Kultur, Wirtschaft und Politik zusammenhängen. Aufgrund dieser Reisemotivationen zeigen Touristen ein anderes Verhalten als im täglichen Leben. Durch Push-Faktoren behauptet er, dass Touristen, die am Tourismusprozess teilnehmen, aufgrund dieser Verhaltensweisen mehr an interkulturellen Begegnungen interessiert sind (Vgl. Hennig, 1997, S.130).

Ebenso entwickelt Mundt die Theorie, indem er die Push- und Pull-Faktoren mit Maslows Bedürfnishierarchie in Beziehung setzt. Mundt gibt an, dass die Push-Faktoren den Grundbedürfnissen entsprechen und dass die Pull-Faktoren den Wachstumsbedürfnissen entsprechen. Wie in der Hierarchie der Bedürfnisse müssen niedrigere Bedürfnisse, dh Grundbedürfnisse, vor Wachstumsbedürfnissen befriedigt werden. „Wenn ein Bedürfnis befriedigt ist, motiviert es nicht länger und die Motivation wird durch die nächsthöhere Stufe der Bedürfnisse ausgelöst“ (Vgl. Mundt, 2001, S. 113). Maslows Bedürfnispyramide ist im Wesentlichen nicht in einer strengen Hierarchie. Insbesondere Reisende, die an touristischen Aktivitäten teilnehmen, können direkt oder indirekt von den niedrigsten physiologischen Grundbedürfnissen der Maslow-Pyramide bis zu allen Bedarfsstufen motiviert werden. Es lässt sich sagen, dass Personen, die indirekt am Tourismus teilnehmen und insbesondere ihre Grundbedürfnisse befriedigen, stärker an interkulturellen Begegnungen teilnehmen. Mit anderen Worten, dass mit Erreichen des oberen Teils der Pyramide die interkulturelle Begegnungsrate zunimmt.

2.5.3.2 Die Bereisten

Obwohl es wissenschaftliche Studien über Touristen gibt, kann gesagt werden, dass es nicht viele Forschungen zur Gruppe der Bereisten gibt, insbesondere in Bezug auf soziologische und psychologische Aspekte. In der Literatur werden meist die Kulturen und Traditionen der lokalen Bevölkerung erwähnt. Wissenschaftliche Forschung auf dem Gebiet des Tourismus nach den 2000er Jahren bewegt sich jedoch in Richtung der Gesellschaft der Bereisten. Die Soziologie der Bereisten versucht die Interaktion und Erfahrungen der Einheimischen zu verstehen. Darüber hinaus konzentriert sich diese auf die Soziologie der Bereisten, die Funktionsweise, Interpretation und Wahrnehmung von touristischen Begegnungen, die sich aus touristischen Aktivitäten ergeben (Kiefl & Bachleitner, 2005). Das Hauptproblem bestand jedoch darin, dass die Menschen in der Tourismusregion mit den negativen Seiten der Tourismusbranche konfrontiert waren. Dies macht es erforderlich, die Definition des Begriffs zu erläutern. Preglau definiert ihn folgendermaßen: „*dauerhaft an den touristischen Zielorten*

ansässige Menschen, die von den Auswirkungen des Tourismus am meisten betroffen sind und häufig unter den Tourismusfolgen bzw. der Touristifizierung des Alltags leiden (z.B. Verknappung von Wasser, Teuerung, Verletzung von Grenzen)“ (Vgl. Preglau, 1988, S.50).

Dies sollte jedoch nicht bedeuten, dass Bereisten die Vorteile, die Touristen bieten, ignorieren. Die Vorteile von Touristen, insbesondere im wirtschaftlichen Sinne, schaffen eine große Chance für die Einheimischen. Neben der Wirtschaft kann festgestellt werden, dass Touristen den Regionen, die sie besuchen, kulturellen Reichtum zufügen.

Um das Verhalten der Bereisten in der Gesellschaft in Bezug auf den Tourismus zu untersuchen und zu verstehen, sollen sie als Bereisten unterschieden werden, die direkt am Tourismus und nicht direkt am Tourismus interessiert sind (Kramer, 1993). Diejenigen, die im Tourismus arbeiten, haben enge Beziehungen zu Touristen. Mit anderen Worten, diejenigen, die im Tourismussektor arbeiten, profitieren wirtschaftlich, kulturell und sozial stärker von Touristen. Im Zusammenhang nehmen Menschen, die im Tourismussektor arbeiten, am meisten an interkulturellen Begegnungen teil. Mit anderen Worten, der Gast und der Gastgeber sind im ständigen Austausch von materiellen und immateriellen Gütern. Infolge dieser Interaktion übernehmen im Tourismus tätige Personen unterschiedliche Rollen. Einerseits repräsentieren sie die freundliche, gastfreundliche, tolerante und höfliche Gastgeberrolle in Geschäftsumgebungen. Andererseits sind sie Vertreter ihrer eigenen Kultur mit Mitgliedern anderer Kulturen, mit denen sie interagieren. Das heißt, sie reflektieren ihre eigene Kultur in interkulturellen Begegnungen. Darüber hinaus erfüllen sie ihre normalen täglichen Rollen im sozialen Klima wie Familienmitgliedern und Freunden.

Die Gesellschaft der Bereisten kann aufgrund der Dynamik der Kultur nicht standardisiert werden. Reisende nehmen ihre Werte, Normen, sozialen Strukturen und Gedanken zu den Orten, die sie besuchen, mit (materiellen und nichtmateriellen Gütern). Diese Werte interagieren mit den sozialen und kulturellen Werten und Normen der Bereisten, und als Ergebnis dieser Interaktion entsteht entweder ein interkultureller Konflikt oder eine interkulturelle Synergie. Im Allgemeinen sind diese Interaktionen jedoch von den bestehenden kulturellen Standards in der besuchten Gesellschaft geprägt. Zum Beispiel kann gesagt werden, dass viele europäische Länder von langjähriger Erfahrung mit den Auswirkungen von Migration und Tourismus geprägt sind. Gesellschaften werden durch Migration oder Tourismus mit kultureller Vielfalt konfrontiert und Staaten entwickeln neue Strategien in diese Richtung. Es lässt sich sagen, dass der Grund, warum das Konzept der Integration in den letzten Jahren so stark in den Vordergrund gerückt ist, darin besteht, dass die bestehenden Kulturen in der Gesellschaft als Ergebnis der Interaktion der von Touristen oder Einwanderern mitgebrachten

Kultur auf die Bemühungen zurückzuführen sind, sich mit der vorherrschenden Kultur zu verbinden. Daher verbessern die meisten Reisen sowohl die soziale als auch die individuelle Wertestruktur positiv. Selbstbewusst, Selbstkompetenz, soziale Kompetenz in Kontakt- und Kommunikationssituationen und interkulturelle Kompetenz bezüglich des Verstehens von Unterschieden sind die besonders in Ländern gut ausgesprochen. An diesem Punkt sollte jedoch erwähnt werden, dass die lokale Bevölkerung möglicherweise bestimmte Stereotypen gegenüber Touristen oder Menschen aus verschiedenen Kulturen hat. Herdin erklärt diese Situation mit einem Modell. Ihm zufolge versucht er, die Haltung der Bereisten gegenüber Touristen unter drei Gesichtspunkten zu erklären. Wenn es touristische Aktivitäten gibt und die Gefühle, Gedanken und Eindrücke der Bereisten gegenüber Touristen positiv sind, finden interkulturelle Begegnungen auch im aktiven Dialog, im gegenseitigen Verständnis und Lernen zwischen den Reisenden und Bereisten statt. Im Falle von neutralen Emotionen können Reisende in interkulturellen Begegnungen ignoriert werden. Also es gibt keine positive oder negative Interaktion bei kulturellen Begegnungen. Wenn jedoch bei interkulturellen Begegnungen zwischen Bereisten und Reisenden negative Emotionen vorherrschen, kann dies zu Konflikten und einer Zunahme von Stereotypen führen (Herdin, 2008). Hier gewinnt der Standpunkt der Bereisten gegenüber Touristen an Bedeutung. Es gibt bestimmte Faktoren, die die Perspektive der Bereisten bestimmen. Diese Faktoren sind Elemente wie der Zweck der Ankunft von Touristen in der Region, die Anzahl (Massentourismus) und Aktivitäten. Bei der Bestimmung dieser Faktoren spielen auch die Regionen und seine Attraktionen eine bestimmte Rolle. Historische Gebäude, Denkmäler und Museen im touristischen Gebiet können die Aufmerksamkeit von Touristen auf sich ziehen. Dies ist der Grund, warum und wieso Touristen die Region besuchen. Abhängig von diesen Gründen kann die Anzahl der Touristen, die die Region besuchen, zunehmen oder abnehmen. Es hängt ganz mit der Attraktivität der Region zusammen. Darüber hinaus wird das Verhalten der Bereisten in Bezug auf interkulturelle Begegnungen stark von der wirtschaftlichen Situation der Region beeinflusst. Mit anderen Worten, die Wirtschaftsstruktur der Region beeinflusst die Haltung der Bereisten gegenüber Touristen. Denn wenn es große wirtschaftliche und soziale Unterschiede zwischen Touristen und Bereisten gibt, wird die Situation des Kontakts und der Offenheit schwieriger. Und die interkulturelle Begegnung wird in diesem Fall negativ beeinflusst. In diesem Fall kann gesagt werden, dass sich diese Situation positiv auf das Verhalten der Bereisten gegenüber Touristen auswirkt, wenn der Staat touristische Aktivitäten in der Region unterstützt oder Aktivitäten zur Steigerung des wirtschaftlichen Wohlstands unternimmt (Urry, 2002).

2.5.4 Mögliche Konfliktquellen interkultureller Begegnungen

Im Zusammenhang mit interkulturellen Begegnungen ist es wichtig, mögliche Konfliktquellen und die Bedeutung der interkulturellen Begegnungen zu kennen. Der Tourismus wird als interkultureller Treffpunkt gesehen und impliziert daher eine Begegnung zwischen verschiedenen Kulturen. Nach Bolten basieren das Selbstbild und das Bild anderer auf der Beziehung, die eine Person von sich zu einer anderen herstellt (Bolten, 2001). Laut Sundermeier ist der Aufbau aktiver Beziehungen zu Menschen aus anderen Kulturen für das gegenseitige Verständnis von entscheidender Bedeutung (Vgl. Sundermeier, 1996, S.26). Er betont auch, dass das gegenseitige Verständnis bei kulturellen Begegnungen manchmal durch negative Einstellungen und Aspekte wie Stereotypen, Vorurteile und Fremdenfeindlichkeit beeinträchtigt wird. Solche äußere Wahrnehmungsmuster formen und beeinflussen Realitätserfahrungen und damit Kommunikationserfahrungen mit Menschen aus anderen Kulturen. Daher werden einige der Konfliktquellen in diesem Abschnitt ausführlicher vorgestellt.

Stereotypen: Stereotypen sind ein wichtiger Faktor in kulturellen Konflikten. Ein Stereotyp ist eine im Alltagswissen präsente Beschreibung von Personen oder Gruppen, die einprägsam und bildhaft ist und einen als typisch behaupteten Sachverhalt vereinfacht auf diese bezieht. Stereotype sind gleichzeitig relativ starre, überindividuell geltende beziehungsweise weit verbreitete Vorstellungsbilder. Der Begriff Stereotyp wurde vor fast hundert Jahren von Walter Lippmann in die Sozialpsychologie eingeführt. Für Lippman sind Stereotype *„Bilder in unseren Köpfen, die sich als schablonisierte und schematisierte Vorstellungsinhalte zwischen unsere Außenwelt und unser Bewusstsein schieben“* (Vgl. Lippman 1922, in Bierhof & Frey 2006, S.430). Alter, Geschlecht, Beruf, Minderheiten, Überzeugungen und Nationalität werden häufig verwendet, um Stereotypen zu schaffen. Das Glauben an Stereotypen hindert uns daran, Menschen mit Vorurteilen zu behandeln und ihren wahren Charakter zu erkennen (Barmeyer, Genkova, & Scheffer, 2011).

Gast-Gampe beschreibt den Konzept Stereotyp als *„[...] vereinfachte, relativ rigide und schwer zu verändernde Denkmuster, die mit der äußeren Realität nicht übereinstimmen müssen, jedoch unser Verhalten stärker beeinflussen als die tatsächlichen Bedingungen“* (Vgl. Gast-Gampe, 1993, S. 127-131). Diese Denkmuster spiegeln sich in Menschen und ihrem Verhalten wider und werden oft kulturell von Generation zu Generation als Stereotypen und Verallgemeinerungen übertragen.

Die kognitive Psychologie befasst sich mit der Informationsverarbeitung. In diesem Zusammenhang spielt Wyers Schematheorie von 1980 eine wichtige Rolle. Nach dieser Theorie werden Informationen über Menschen, Objekte und Ereignisse in Wissensstrukturen organisiert und als kognitives Schema dargestellt. Das im kognitiven Prozess erworbene Wissen führt zur Aktivierung dieser bestehenden Schemata, und häufig wird ein leicht und schnell zugängliches Schema verwendet. Das Verhalten von Menschen unterschiedlicher Kulturen wird häufig nach einem nationalen Stereotypschema interpretiert. Zum Beispiel werden Menschen mit schwarzer Haut als afrikanisch definiert. Afrika ist jedoch der Name eines Kontinents und dunkelhäutige Menschen werden in jedem Land der Welt geboren. Ein weiteres konkretes Beispiel sind die Stereotypen der Türken über die Deutschen. Türken denken oft an Deutsche als "blond und groß" oder "Bier zum Frühstück trinken". Diese Stereotypen können für alle Deutsche nicht genannt werden. Jedoch ist diese Schlussfolgerung entstanden, weil sie in einem nationalen Stereotypschema berücksichtigt werden.

Interkulturelle Begegnungen sind geprägt von gegenseitigen Perspektiven, die auf solchen Stereotypen beruhen. Menschen oder Gruppen verschiedener Kulturen, die miteinander interagieren, neigen dazu, sich gegenseitig nach ihrem Standpunkt zu kategorisieren. In diesem Zusammenhang ist der Kulturosoziologe Luger der Ansicht, dass Stereotypen einen positiven Effekt haben, da sie Funktion und Komplexität verringern, aber auch einen nachteiligen Effekt haben können. Einerseits erleichtert die Klassifizierung von Menschen die Orientierung in der komplexen Welt. Verschiedene Kulturen werden mit einem bestimmten Vorwissen angesprochen und Verhalten in dieser Richtung angezeigt. Andererseits können Stereotypen, die in extremen Situationen verwendet werden, ein negatives Image erzeugen und dazu führen, dass sie nicht mit Vertretern anderer Kulturen kommunizieren können. Also negative Stereotypen können daher die interkulturelle Kommunikation behindern (Luger K., 2007). Der Kulturosoziologe Herdin geht davon aus, dass Stereotypen schwer zu korrigieren sind, da sie in den meisten Fällen unbewusst existierten, noch bevor sie der anderen Kultur begegneten. Stereotype, die die Vorurteile fördern und bewahren, sind ein wichtiger Mechanismus. Wiederholte Bilder und Diskurse führen zur Ausgrenzung stereotyper Gruppen.

Vorurteile: Vorurteile basieren auf Stereotypen und daher weitgehend auf vereinfachten, verallgemeinerten und klischeehaften Ideen / Gedanken. Grundsätzlich können Stereotypen und Vorurteile dadurch unterschieden werden, dass Vorurteile nur negative Einstellungen gegenüber Einzelpersonen oder einer Gruppe beinhalten. Vorurteile drücken Antipathie aus und haben einen abwertenden, diskriminierenden Charakter (Barmeyer, Genkova, & Scheffer, 2011).

Die Erzeugung von Vorurteilen gibt den Menschen ein angebliches Gefühl von Sicherheit und Überlegenheit. Diese negativen Einstellungen bestimmen auch die Wahrnehmung, Interpretation und das Verhalten der Menschen. Gast-Gampe drückt aus, dass Vorurteile kognitive, emotionale und konative Elemente umfassen. Der kognitive Aspekt ergibt sich aus den Ideen und Bildern von Menschen oder ihren Gruppen. Die emotionale Komponente hängt mit der Ablehnungshaltung gegenüber Vorurteilen zusammen. Der konative Aspekt drückt sich schließlich in einem dementsprechenden Verhalten aus (Vgl. Gast-Gampe, 1993, S. 127-131). Vorurteile spielen eine große Rolle, insbesondere im Zusammenhang mit interkulturellen Begegnungen. Dies verringert auch die Qualität der Begegnungen in der Tourismusbranche erheblich. Es wird problematisch, wenn Vorurteile gegenüber bestimmten Kulturen, Nationen oder Gesellschaften zu einem negativen Image werden. Wenn der Reisende Vorurteile gegenüber einer Nation oder Kultur hat, steigt die Wahrscheinlichkeit, diese Destination nicht zu besuchen. Wenn Reisende übermäßige Vorurteile gegenüber Einheimischen haben, kann das Problem in den meisten Fällen nicht einfach überwunden werden oder umgekehrt. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, den Erwerb interkultureller Fähigkeiten zu fördern und die Beseitigung von Stereotypen und Vorurteilen zu erzwingen (Benz, 1996).

Fremdenfeindlichkeit oder Xenophobie: Fremdenfeindlichkeit bedeutet Feindseligkeit. Fremdenfeindlichkeit ist eine Einstellung, die Menschen aus einem anderen Kulturareal, aus einem anderen Volk, aus einer anderen Region oder aus einer anderen Gemeinde aggressiv ablehnt. Begründet wird die Ablehnung mit sozialen, religiösen, ökonomischen, kulturellen oder sprachlichen Unterschieden. In diesen Unterschieden wird eine Bedrohung gesehen. Fremdenfeindlichkeit ist oft eine Erscheinungsform von Nationalismus, Rassismus oder Regionalismus. Sie fördert die Ungleichbehandlung und Benachteiligung von Fremden in der Gesellschaft. Luger (2007) behauptet, dass es sich bei der Kategorie, die von Menschen klassifiziert oder marginalisiert wird, um die Kategorie Fremdenfeindlichkeit handelt. Im Bereich des Tourismus kann Fremdenfeindlichkeit verursacht werden, dass Bereiste Reisende in kultureller, ethnischer oder religiöser Hinsicht bewerten oder klassifizieren. Die Klassifizierung von Gut und Böse sind typische Merkmale von Fremdenfeindlichkeit. Um dieser angeblichen Bedrohung der Identität entgegenzuwirken, reagieren die Menschen häufig mit Unsicherheit, Widerstand und Feindseligkeit und in einigen Fällen mit Gewalt (Vgl. Luger, 2007, S.35).

Der Tourismus und die damit verbundenen interkulturellen Begegnungen können dazu beitragen, Angst und Fremdenfeindlichkeit zu verringern. Die meist entspannte touristische Begegnungssituation bietet die Möglichkeit, mit dem Anderen, dem Fremden in Kontakt zu

treten. Trotz der Andersartigkeit kann der Fremde nicht als schlecht angesehen werden, sondern als anziehend und aufregend (Vgl. Luger 2007, S. 36). An diesem Punkt können der Tourismus die Fremdenfeindlichkeit, die Vorurteile und Stereotypen positiv reduziert werden, da ein Umfeld für interkulturelle Begegnungen geschaffen wird.

Exotismus: Die Begriffe Exotik und exotisch bezeichnen allgemein ein fremdartiges Aussehen oder sonstige ungewöhnlich erscheinende Eigenschaften, die meist mit der Herkunft aus fernen, insbesondere tropischen Ländern in Zusammenhang stehen. Dagegen bezieht sich der Begriff Exotismus auf die Wirkung des Exotischen und dessen Rezeption in einer anderen Kultur (Betzwieser, 1995). In der Tat lässt sich sagen, dass Exotismus das Gegenteil des Konzepts der Xenophobie ist. Fremdartigkeit in der Tourismusbranche schafft eine enorme Anziehungskraft. Die Fremdheit und Andersartigkeit von Landschaft und Kultur werden heute häufig als Reisemotive erwähnt (Hennig 1999). In den meisten Fällen ist dieses exotische Bild des Fremden jedoch nicht originell/authentisch und hat wenig mit der Realität zu tun. In Bezug auf interkulturelle Begegnungen im Tourismus kann sich diese Art von Exotik sowohl auf Reisende als auch auf Bereiste negativ auswirken. Im Tourismus versuchen die Bereisten oft, die exotischen Erwartungen von Reisenden zu erfüllen und sich selbst auf die Bühne zu stellen. Auf der anderen Seite können auch die Bereisten einer europäischen Gesellschaft den Reisenden aus fernen Ländern, mit gewissen Zuschreibungen in Richtung Exotismus gegenüberzutreten (Luger 2007). Es lässt sich daher nicht von einer authentischen kulturellen Begegnungssituation sprechen (Hennig 1997).

Ethnozentrismus: Der Begriff basiert auf der Überzeugung, dass die eigenen Verhaltensmuster und die der ethnischen Gruppe, der man angehört, immer normal, natürlich, gut, positiv oder wichtig sind. Vor diesem normativen Maßstab können Fremde – deren Kultur sich deutlich unterscheidet – als wild, unmenschlich, ekelhaft oder irrational bewertet werden. Man spricht daher auch von der „Selbstbezogenheit einer Gruppe“; die Merkmale der Eigengruppe werden dabei als Bewertungsgrundlage vorausgesetzt und gegenüber denen von Fremdgruppen für überlegen gehalten. Dies kann sich beziehen auf Kultur, Lebensweise, Lebensstil, Weltanschauung, Religion. Ethnozentrismus begünstigt somit Formen des Nationalismus und Rassismus (Vgl. Jandt 1995, S. 41). Ethnozentrismus im Tourismus ist problematisch, wenn eine Gruppe glaubt, sie sei einer anderen überlegen. Und aus diesem Grund ergeben sich große Barrieren zwischen Reisenden und Bereisten. Interkulturelle Begegnungen / Kommunikationssituationen gewinnen hier an Bedeutung. Da jedoch ein ethnozentrischer Ansatz die Wurzel des Problems ist, sind interkulturelle Konflikte unvermeidlich.

3. TOURISMUSPOTENZIAL DER REGION MIDYAT – EINE BESTANDAUFNABME

In diesem Teil der Studie wird ein Rückblick auf die historische Entwicklung des Tourismus in der Region Midyat geboten. Neben dem natürlichen und kulturellen Potenzial wird ebenfalls die touristische Nachfrage der Region vorgestellt. Anschließend erfolgt die Auslegung der ökonomischen, ökologischen und soziokulturelle Wirkungen des Tourismus auf die Region Midyat. Als nächstes werden negative Faktoren, die die Entwicklung des Tourismus in Midyat beeinflussen und verfügbare und entwickelbare Tourismusarten in Midyat vorgestellt. Abschließend werden die Möglichkeiten und Grenzen der touristischen Entwicklung der Region dargelegt.

3.1 Die Bedeutung von Midyat im Tourismus

Midyat wurde in der Vergangenheit durch viele Gemeinden und Zivilisationen geprägt. Da die Region verschiedene Zivilisationen in sich trägt, waren die Geschichte, Architektur und Werke der Region von diesen Zivilisationen beeinflusst. Alte historische Höhlen, Kirchen, Moscheen, Klöster, Häuser und Gasthäuser zeigen deutlich den historischen Reichtum der Region. In letzter Zeit wurden einige Anstrengungen unternommen und Maßnahmen ergriffen, um diesen historischen Reichtum zu schützen. Die Restaurierungsarbeiten der Lokalverwaltungen und der Schutz der Kultstätten der Assyrer, wie Kirchen und Klöster und die Akzeptanz der Region als Schutzgebiet hat es diesen Strukturen ermöglicht, bis heute zu überleben.

Midyat ist eine Siedlung, die aus Gasthäusern und vielen traditionellen Häusern und Kultstätten wie Klöstern, Kirchen und Moscheen besteht. Eingetragene Gebäude in der Region Midyat sind die folgenden: zwei Gasthäuser, sieben Kirchen, 119 traditionelle Häuser, eine Moschee (Cevat Pasha Moschee), Basare/Märkte und ein Kloster. Es gibt jedoch ebenfalls andere eingetragene Gebäude in unmittelbarer Nähe der Region. In der Region Estel gibt es 68 traditionelle Häuser, Moscheen (Şemsettin-Moschee und Ulu-Moschee) und den alten Basar (Mardin, 2005).

Mit dieser historischen Struktur nimmt Midyat eine wichtige Position im Glaubenstourismus ein. Assyrische oder christliche Menschen beten in Kirchen und Klöstern, die heute noch existieren. Da insbesondere das Deyrulumur-Kloster ein wichtiger und alter Metropolit für die Assyrer ist, spielt es für die im Ausland lebenden Assyrer eine entscheidende Rolle, die Region zu besuchen. An diesen Orten werden immer noch Rituale und Taufzeremonien abgehalten und es gibt Menschen mit Metropolit-Status (Bischöfe), Priester und Nonnen. Wie oben erwähnt,

ist die Stadt Midyat ist eine kosmopolitische Siedlung, in der Menschen aus unterschiedlicher ethnischer Herkunft zusammenleben. Da sich diese Unterschiedlichkeit in Werken widerspiegeln, entsteht in der Region ein kulturelles Mosaik. Daher steigt die Zahl der Menschen, die zu touristischen Zwecken nach Midyat kommen. Die Reichtümer, die zur Entwicklung des Tourismus in Midyat beitragen, können wie folgt aufgeführt werden:

- ⇒ Die Lage Midyats in der Nähe von Batman, Hasankeyf und Mardin, wo die ersten Zivilisationen lebten und ihre Spuren trugen
- ⇒ Assyriens Metropolit; es werden touristische Aktivitäten zu religiösen Zwecken veranstaltet
- ⇒ Verbesserung von Verkehrsmöglichkeiten im Vergleich zur Vergangenheit
- ⇒ Die Bekanntheit der Region für die Verarbeitung von Silber, Kupfer und Stein
- ⇒ Dreharbeiten zu bekannten TV-Serien in Midyat und insbesondere die Verwendung historischer Orte während der Dreharbeiten trägt zur Förderung dieser Orte bei (Mali Hizmetler Müdürlüğü, 2019).

Die oben genannten Punkte gehören zu den Gründen für nationale und internationale touristische Aktivitäten, die hier durchgeführt werden. Die Tatsache, dass es nur wenige Orte gibt, an denen Besucher ihre Bedürfnisse befriedigen können, ist jedoch ein wichtiges Problem bei der Entwicklung der Tourismusaktivitäten in Midyat. Insbesondere aufgrund der unzureichenden Übernachtungsmöglichkeiten verkürzt sich die Aufenthaltsdauer der Touristen in dieser Region. Die Daten zur Unterkunftsmöglichkeiten werden im nächsten Abschnitt ausführlich erörtert.

Aufgrund der Vielzahl von historischen Denkmälern ist Midyat im Vergleich zu anderen Stadtteilen von Mardin eine Siedlung, die die meisten Touristen empfängt und hat so eine große Bedeutung für den Tourismus in der Region. Aus diesem Grund werden touristische Touren aus dem In- und Ausland nach Midyat - einer Kulturstadt mit verschiedenen Kultstätten, Kulturen und Architekturen organisiert (Mali Hizmetler Müdürlüğü, 2019).

3.1.1 Historische Entwicklung des Tourismusbereichs in Midyat

Tourismus im Allgemeinen in der Türkei begann sich nach den 1950er Jahren zu entwickeln, aber seine wirtschaftlichen Auswirkungen sind ab den 1980er Jahren aufgefallen. Nach diesen Jahren wurden spezielle Maßnahmen für den Tourismus im Allgemeinen getroffen und im Laufe der Zeit begann sich der Tourismussektor im ganzen Land zu entwickeln. Jedoch ist diese Situation für die Region Midyat etwas anders. Aufgrund von Sicherheitsproblemen hat sich der

Tourismus in der Region nach den 2000er Jahren negativ entwickelt. Anschließend wurden strategische Pläne für den Tourismus umgesetzt. Obwohl das touristische Potenzial in der Region sehr hoch ist, lässt sich behaupten, dass dieses Potenzial nicht genutzt wird.

Die Anzahl der Hotelbetriebe, Betten und der Übernachtungen in der Region

Um die touristische Entwicklung in der Region Midyat darzustellen, wird zunächst die Anzahl der Hotelbetriebe, der Betten und der Übernachtungen von 2001 bis 2019 untersucht.

Jahre n	Beherbergungsbetriebe		Übernachtungstouristen		
	Gesamtzahl der Betriebe	Gesamtzahl der Betten	Inländer	Ausländer	insgesamt
2001	19	1.335	33.796	976	34.772
2005	15	1.062	20.049	1.685	21.734
2009	28	2.870	64.735	6.811	71.546
2015	34	3881	146.301	14.761	161.062
2019	66	5000	499.493	35.036	534.529

Abb. 20 : Beherbergungsbetriebe in der Provinz Mardin und die Entwicklung der Übernachtungen nach Jahren (2001-2019)

Quelle: (Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020) und (DİKA, 2017)

In der obigen Abbildung zählte die Stadt-Mardin im Jahr 2001 insgesamt 19 Beherbergungsbetriebe mit 1335 Betten, 2005 hingegen war die Zahl der Beherbergungsbetriebe auf 15 und die Zahl der Betten auf 1.062 gesunken. 2009 gab es insgesamt 28 Beherbergungsbetriebe mit 2.870 Betten, 2015 insgesamt 66 Beherbergungsbetriebe mit 3.881 Betten und im Jahre 2019 war die Zahl der Beherbergungsbetriebe auf 66, die Zahl der Betten auf 5000 angestiegen.

Wenn man andererseits die Anzahl der Inlandstouristen in der Region betrachtet, lässt sich zusammenfassen, dass dort 33.796 Menschen im Jahr 2001, 20.049 im Jahr 2005, 64.735 im Jahr 2009, 146.301 im Jahr 2015 und 499.493 im Jahr 2019 übernachtet haben. Generell kann gesagt werden, dass sich der Tourismus in der Region entwickelt hat; zwischen 2001 und 2005 ist jedoch ein Rückgang zu verzeichnen. Dieser Rückgang war sowohl bei der Anzahl der Einrichtungen als auch bei der Anzahl der Touristen zu verzeichnen. Der Grund für diesen Rückgang war der damalige Krieg zwischen den USA und dem Irak. Die Nähe der Region zum Irak führte zu einer negativen Beeinträchtigung des Tourismus. Es ist zu sehen, dass ebenfalls im Jahr 2001 976 ausländische Touristen in der Region übernachtet haben. Es lässt sich

erkennen, dass diese Zahl 1.685 im Jahr 2005, 6.811 im Jahr 2009, 14.761 im Jahr 2015 und 35.036 Personen im Jahr 2019 erreichte. Es ist ebenfalls zu sehen, dass die Zahl der inländischen Touristen ungefähr um das 15-fache gestiegen ist und auch die Zahl der Übernachtung der ausländischen Touristen um das 35-fache zunimmt. Bei der Untersuchung dieser Zunahmen, lässt sich feststellen, dass die Sicherheitsprobleme im Allgemeinen abnehmen, das Verkehrssystem verbessert wird, die Investitionen für den Tourismus erhöht werden und das Tourismusbewusstsein der lokalen Bevölkerung verbessert wird.

Name der Betriebe	Art der Betriebe	Betriebsklasse	Anzahl der Zimmer	Anzahl der Betten
Akitu	Hotel	4 Sterne	41	86
Kasr-i Nehroz I	Private Anlage		25	50
Kasr-i Nehroz II	Private Anlage		5	12
Matiat Otel	Hotel	5 Sterne	127	254
Midyat GAP Otel	Hotel	3 Sterne	28	56
Shmayaa Hotel	Private Anlage		18	36
Dara Otel	Hotel		14	32
Hotel Demirdağ	Hotel		36	88
Metro Otel	Hotel		8	18
Midyat Öğretmen Evi	Öffentliches Gästehaus		18	40
Midyat Kent Otel	Hotel		28	58
Turabdin Hotel	Hotel		22	49
Gesamt	12		370	779

Abb. 21: Anzahl der Beherbergungsbetriebe in der Midyat Region

Quelle: (Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020)

In der Stadt Midyat gibt es heute zwölf Beherbergungsbetriebe und die Gesamtzahl der Betten beträgt 779. Wenn man die Zahlen der in- und ausländischen Touristen, die in die Region kommen, betrachtet, lässt sich erkennen, dass beide zunehmen. Das Mardin Zafaran Kloster, das als Zentrum der Assyrer in der Region gilt, wird von ausländischen Touristen viel besucht. Dies ist ein treibender Faktor, der die Zahl der ausländischen Touristen der Region erhöht. Darüber hinaus haben internationale Tourismusunternehmen die Stadt Mardin in das Programm „Tour“ eingefügt und somit hat die Zahl der Touristen, die an diesem Programm teilnehmen, zugenommen.

Die Position der Assyrer in der Region spielt eine wichtige Rolle – insbesondere bei der Zunahme ausländischer Touristen. Denn es ist bekannt, dass die meisten ausländischen Touristen im Ausland lebende Assyrer sind. So besuchen Assyrer die Region regelmäßig, sowohl aus sozialen als auch aus religiösen Gründen. Dies zeigt, dass Assyrer einen anziehenden Faktor für den Tourismus in der Region darstellen. Wie von Sarı (2007) angegeben, werden die Assyrer, mit der Entwicklung des Tourismus zur Tourismus-Vitrine und als touristische Anziehungskraft genutzt (Sarı, 2007).

3.2 Natürliches Potenzial

Klima

Das Klima hat erhebliche Auswirkungen auf die natürliche Umwelt und das menschliche Leben. Die Menschen haben sich im Laufe der Jahrhunderte an Orten mit günstigen klimatischen Bedingungen niedergelassen. Veränderungen der Klimabedingungen, wie die Dürre einer Region, zwangen die Menschen, diese Gebiete zu verlassen. Will man irgendwohin reisen, ein Haus kaufen, Landwirtschaft betreiben, Industrieanlagen bauen oder eine Stadt planen, so muss man Klimainformationen und -daten berücksichtigen, da man von den Klimabedingungen betroffen ist. Das Klima prägt nicht nur die Erde, sondern auch den Lebensstil, die Qualität, die Bedingungen und die Kulturen der Menschen. Es beeinflusst die Verteilung der Menschen auf die Erde, ihre wirtschaftlichen Aktivitäten, ihre Lebensmittel, ihre Kleidung, ihre physiologische Entwicklung, ihre Charaktere, ihren Haustyp, das Material für den Häuserbau, ihre Transportaktivitäten, die touristischen und landwirtschaftliche Aktivitäten und die Vielfalt landwirtschaftlicher Produkte. Es lässt sich festhalten, dass das Klima nicht nur das menschliche Leben, sondern auch das Leben aller Lebewesen beeinflussen kann. So gibt es beispielsweise Klimaregionen, in denen bestimmte Pflanzenarten wachsen. Diese Pflanzen wachsen ab einer bestimmten Höhe nicht mehr. Nicht jede Lebensform kann in jeder Region überleben, auch wenn dies wünschenswert ist. Abgesehen davon ist zu erwähnen, dass das Klima auch Auswirkungen auf die natürliche Umwelt hat. So beeinflussen beispielsweise die äußeren Kräfte, aus denen die Landformen bestehen, die Strömungen, Regime und Arten von Flüssen, Winden und Gletschern.

Von den Daten des meteorologischen Instituts Mardin, die seit 1941 beobachtet werden, wurde profitiert, um die Klimaeigenschaften des Forschungsgebiets zu bestimmen.

MARDIN	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jährlich
Durchschnittliche Temperatur °C	2.9	4.1	7.8	13.3	19.4	25.5	29.7	29.6	25.2	18.5	11.0	5.3	16.0
Durchschnittlich höchste Temperatur °C	5.7	7.2	11.5	17.2	23.8	30.5	34.9	34.6	30.0	22.7	14.4	8.0	20.0
Durchschnittlich niedrigste Temperatur °C	0.5	1.3	4.5	9.6	14.9	20.1	24.4	24.6	20.7	14.5	8.0	2.8	12.2
Durchschnittliche Regentage	12.0	10.6	11.5	10.4	7.3	1.5	0.4	0.3	0.7	5.2	7.6	10.9	78.4
Monatliche Regenmenge (mm)	117.2	105	97.1	83.2	47.8	6.7	3.1	2.3	4.0	34.4	72.8	111.7	685.3

Abb. 22: Durchschnittstemperatur und Regenmenge der Region Mardin/ Messperiode (1941 2019)

Quelle: (Meteoroloji Genel Müdürlüğü/ Generaldirektion für Meteorologie, 2020)

Da das Klima des Forschungsgebiets einerseits unter dem Einfluss des Wüstenklimas im Süden steht und andererseits verhindert, dass die kühlen Luftmassen des Hochgebirges im Norden in die Region gelangen, ist in der gesamten Region das typische Merkmal des kontinentalen Klimas zu sehen. Die Wintermonate sind also kalt, regnerisch und es schneit; die Sommermonate hingegen heiß und trocken.

Die Durchschnittstemperaturen und Regenmengen der Region sind in Tabelle 20 angegeben. Demnach werden von der Generaldirektion für Meteorologie Jahreszeiten mit einer Durchschnittstemperatur über 20°C als warm, Jahreszeiten mit durchschnittlich 10°C bis 20°C als mild und Jahreszeiten mit durchschnittlich 0°C bis 10,0°C als kühle Jahreszeiten bezeichnet. Dementsprechend ist das Forschungsgebiet mit 28,2° C im Sommer warm, mit 13,5° C im Frühjahr und 18,2° C im Herbst mild und die Wintersaison ist mit 4° C kühl. Besonders im Winter ist das Wetter regnerisch und es schneit selten. Die durchschnittlichen Höchsttemperaturwerte wurden im Juli mit 34,9°C gemessen. Die Höchsttemperatur im Winter betrug 8° C im Dezember, in der Frühjahrssaison 23,8° C im Mai, in der Sommersaison 34,9°C im Juli und in der Herbstsaison 30,0° C im September. Die niedrigste Temperatur im Winter wird im Januar mit 0,5° C gemessen. Die niedrigste Temperatur in der Frühlingssaison mit 4,5° C im März, in der Sommersaison mit 20,1° C im Juni und in der Herbstsaison mit 8,0° C im November gemessen. Die durchschnittliche Anzahl an Regentagen beträgt in der höchsten Wintersaison 33,5 Tage. Die geringste Anzahl an Regentagen ist in der Sommersaison mit 2,2 Tagen zu beobachten.

Landformen hatten einen wichtigen Einfluss auf den Tourismus des Untersuchungsgebietes. Insbesondere der Kalkstein, "Midyat Stein" genannt, wurde im architektonischen Bereich häufig verwendet, da er nach dem Ausnehmen aus den Steinbrüchen leicht bearbeitet werden kann; er wurde in einem einzigartigen Stil in der Region bearbeitet, wodurch ein besonderes Gefüge erstellt wurde. Das kontinentale Klima und die hohen Temperaturunterschiede wirkten sich jedoch negativ auf die Strukturen im architektonischen Bereich aus. Der in diesem Bereich als architektonischer Hauptbaustein verwendete Kalkstein wurde aufgrund der hohen Temperaturunterschiede in kurzer Zeit zerstört. Aus diesem Grund lässt sich bei der Erwähnung von Bauwerken in der Region sagen, dass diese unter dem Einfluss vieler Zivilisationen repariert wurden und so bis heute überleben konnten. Es sollten jedoch auch die positiven Seiten erwähnt werden. Diese architektonischen Strukturen sind im Winter heiß und im Sommer kühl und haben ästhetische Strukturen, die das Auge ansprechen.

Fluss (Beyazsu)

Der Fluss Beyazsu liegt etwa 15 bis 20 Kilometer südlich der Stadt Midyat und etwa 20 bis 25 Kilometer nördlich der Stadt Nusaybin an der Landstraße, die die beiden Städte miteinander verbindet. Der Fluss hat ein völlig natürliches Aufkommen und hat großes Potenzial in Bezug auf den Tourismus. Er deckt das ganze Jahr über den Trinkwasserbedarf der Stadt – nicht nur in Midyat sondern auch in anderen Städten wie Mardin,



Abb. 23: Beyazsu/Fluss

Quelle: (Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2013)

Nusaybin, Yeşilli, Derik, Mazıdağ usw. Der Fluss deckt die Bedürfnisse der Einheimischen und insbesondere der Touristen im Erholungsgebiet in den Sommermonaten, da es in der Region hunderte gastronomische Anlagen gibt. In der Region existieren Gehölze und dort werden verschiedene Obst- und Gemüsesorten angebaut. Außerdem gibt es Fischereibetriebe, die Fische aus dem Fluss fischen und bearbeiten. Trotz allem kann gesagt werden, dass die Kapazität des Flusses Beyazsu nicht ausreichend genutzt wird (Vgl. Ege, 2015, S. 24-43).

Die folgenden Maßnahmen können besonders für den Tourismus vorgeschlagen werden, damit das Potential des Flusses profitabler genutzt werden kann.

- ⇒ Den Bedarf an Unterkünften decken
- ⇒ Beachtung der Sauberkeit der Umwelt und Anlagen
- ⇒ Niedrige Preise
- ⇒ Lösungen für das Sicherheitsproblem

Höhlenhäuser in Midyat

Midyat war bekannt als "*Matiate*", was in der Geschichte „*die Stadt der Höhlen*“ bedeutet. Unter den alten Siedlungen befinden sich Höhlen, die früher als Lebensmittelpunkt genutzt wurden. Um das touristische Potenzial der Region weiter zu steigern, wird geplant, die unterirdischen Höhlen in Estel und Midyat zu restaurieren



Abb. 24: Midyat-Höhlenhäuser

Quelle: Midyat Belediyesi/Gemeinde

und in Betrieb zu nehmen. In diesem Zusammenhang werden die ersten Studien mit drei Akademikern fortgesetzt, die im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Rektorat der Universität Artuklu Experten auf ihrem Gebiet sind. Außerdem gibt es viele Höhlen sowohl im Zentrum als auch in den Dörfern. Wenn diese Höhlen restauriert und für den Tourismus nützlich gemacht werden, ist vorauszusehen, dass sie einen Mehrwert für den Tourismussektor schaffen werden (Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2013).

3.3 Kulturelles Potenzial

Es lässt sich empfehlen, den Tourismus in Midyat zu entwickeln, da Midyat reich an historischen Artefakten ist, die Region als Treffpunkt der Kulturen bekannt ist und es zur Entstehung einer farben Kulturstruktur geführt hat, da seit Tausenden von Jahren verschiedene Zivilisationen in der Region regiert haben. Es gibt seit Jahrhunderten verschiedene Ethnien und Überzeugungen in der Stadt und es leben Menschen aus verschiedenen Religionen und Ethnien zusammen.

Heute ist die Region, die immer noch verschiedene Kulturen und Religionen beherbergt, ein religiöses Zentrum der Assyrer. Die assyrische Bevölkerung ist jedoch aufgrund der Einwanderung in europäische Länder erheblich zurückgegangen. Im Zuge dieser Arbeit werden besonders die kulturellen Sehenswürdigkeiten erläutert.

3.3.1 Kulturelle Attraktionen

Es lässt sich behaupten, dass Attraktionen die Hauptelemente des Tourismus sind. Elemente, die in einem Land oder einer Region Anziehungskraft erzeugen, können Klima-, Küsten-, Meeres-, Landschafts- und natürliche Ressourcen sowie historische, kulturelle und menschliche Ressourcen sein. Das Forschungsfeld hat insbesondere im Hinblick auf den Kulturtourismus eine große Bedeutung. In Bezug auf ethnische und religiöse Gruppen, zeigt sich Midyat als eine der vielfältigsten Städte der Türkei. Dieses Merkmal zeigt die Bedeutung des Forschungsfeldes. Die Kulturen im Forschungsgebiet bestehen aus Türken, Arabern, Kurden, Assyren und Jesiden. Es lässt sich sagen, dass diese Vielfalt ein wichtiges Merkmal ist, das die Region im Hinblick auf den Kulturtourismus von anderen Städten unterscheidet. Die erwähnte kulturelle Vielfalt hat auch einen Reichtum an historischen Strukturen geschaffen. In diesem Abschnitt werden kulturelle Attraktionen in drei Teilen behandelt: Ethnische und religiöse Gemeinschaften, historische Strukturen/Gebäude und folkloristische Werte der assyrischen Kultur.

3.3.1.1 Ethnische und religiöse Gemeinschaften

Es lässt sich sagen, dass das Forschungsgebiet die erforderlichen Merkmale für ethnische Tourismusdestinationen sowohl für einheimische als auch für internationale Touristen besitzt, da Midyat verschiedene ethnische und religiösen Gruppen beheimatet. Verschiedene ethnische und religiöse Gruppen spielen eine wichtige Rolle bei der Reiseentscheidung von Touristen. Bevor jedoch die ethnischen Gruppen auf dem Gebiet der Forschung erläutert werden, soll die demografische Entwicklung der Region im historischen Prozess ab dem 16. Jahrhundert bis heute berücksichtigt werden.

Jahr	Christen		Muslime			Insgesamt		
	Familie	Single	Familie	Alleinstehender	Nomade	sesshafte Bevölkerung	Alleinstehender	Nomade
1526	873	292	45	19	28 Familie	918	311	28 Familie
Zeitraum von Selim II (1566-1574)	1888	863	829	192	1.688 Familie und 136 Alleinstehender	2.717	1.055	1688 Familie und 136 Alleinstehender

Abb. 25: Bevölkerungsstruktur von Tur Nahiye (Midyat) im 16. Jahrhundert

Quelle: (Vgl. Göyünç, 1974, S. 145, 146)

In den Rechnungsbüchern (Tahrir Defterleri¹⁶) des 16. Jahrhunderts wurde der Name der heutigen Stadt Midyat als Tur Nahiye erwähnt. Zu dieser Zeit war Tur Nahiye mit dem Sandschak von Hasankeyf verbunden. Den Tahrir-Büchern von Tur Nahiye ist zu entnehmen, dass 1526 in 14 von 16 Dörfern nur Christen lebten und in den anderen beiden muslimische Araber (Mahallmi). In diesen Dörfern gab es 918 Familien und 311 einzelne Steuerzahler. Davon waren 873 Familien und 292 Alleinstehende Christen; die anderen 45 Familien und 19 Alleinstehenden waren Muslime. In Tur Nahiye sind in den Tahrir-Büchern der II. Selim-Zeit 45 Dörfer erwähnt, die detailliertere Informationen enthalten. 16 dieser Dörfer waren vollständig christlich, eins war gemischt und die restlichen 28 waren muslimische Dörfer. In christlichen Dörfern, die größer als muslimische Dörfer sind, lebten insgesamt 1.888 Familien und 863 Alleinstehende. Im Gegensatz dazu gab es in muslimischen Dörfern 829 Familien und 192 Alleinstehende. Auf der anderen Seite gab es 1.688 Familien und 136 Alleinstehende, die alle Muslime sind. Wenn die Nomaden ebenfalls hinzugefügt werden, beträgt die Anzahl der muslimischen Familien 2.517 und die Anzahl der Alleinstehenden 328. Diese Zahlen zeigen, dass die muslimische Bevölkerung in Tur Nahiye die christliche Bevölkerung überholt hat (Vgl. Göyünç, 1974, S.145-146). Es lässt sich sagen, dass einer der Gründe für die Zunahme der Zahl der Muslime in der Region die osmanisch-iranischen Kriege waren. Zu dieser Zeit gab es mehrere Kriege zwischen Osmanen und Iranern. Infolge dieser Kriege gab es Einwanderungen in die Region Midyat. Diese Einwanderungen waren im Allgemeinen nomadisch und die Menschen lebten in der Nähe von Tur Abdin und in Höhlen. Als nächstes wanderten sie in das Zentrum der Stadt aus.

¹⁶ Rechnungsbücher (Tahrir Defterleri) bedeutet Registrierung, Bestätigung oder Kataster. Osmanische Beamte führten nach der Annexion zunächst eine detaillierte Aufnahme aller besteuerten Ressourcen der Region durch, und zeichneten die Informationen in detaillierten Rechnungsbüchern (Tahrir defterleri) auf. Bevölkerungsregister (Tahrir) dokumentierten steuerbare Haushaltsvorstände und militärdienstfähige Männer. In der Osmanistik stellen Tahrir und Defter wichtige, aber unvollständige Quellen zur Analyse der Bevölkerungsentwicklung dar (Vgl. N.Faroqhi, 2006, S. S.356–403).

Midyat	Muslime					Christen								Andere	Insgesamt
	Muslim	Kurden und Turkmene	Tscherokese	Syrischer - Araber	Insgesamt	Armenier-Gregorian	Armenier-Kath.	Armenier-Protestant	Griechin-Orthodox	Chaldäer-Kath.	Assyrer-Kath.	Assyrer-Yakubi	Insgesamt		
Midyat	3.481	16.547	912	102	21.042	2.276	2.550	5.000	4.600	4.000	1.000	3.006	22.432	2.400	45.874
Stadt - Zentrum	3.000	500	-	-	3500	500	-	-	2.000	-	-	-	2500	-	6.000
Dörfer	481	16.047	912	102	17.542	1.776	2.550	5.000	2.600	4.000	1.000	3.006	19.932	2.400	39.874

Abb.26: Bevölkerungsstruktur der Stadt Midyat am Ende des 19. Jahrhunderts (1891)

Quelle: (Vgl. Günal, 2006)

Da die Tahrir-Bücher nach dem 16. Jahrhundert nicht mehr aufbewahrt wurden, gibt es keine Primärressource für die Bevölkerungsstudien der nächsten Jahrhunderte. Aus diesem Grund werden die Informationen ausländischer Reisender, die die Region besuchen, insbesondere in den Bevölkerungsstudien bis zum 17. und 18. Jahrhundert und sogar bis zum 19. Jahrhundert, als die erste Volksszählung durchgeführt wurde, als die Hauptquelle akzeptiert.

Im Diyarbakır-Salname¹⁷, in dem die Bevölkerung detailliert angegeben ist, wurde die Bevölkerung von Midyat im Jahr 1891 auf 45.874 festgelegt. Dabei stellten Muslime und Christen den größten Teil davon dar.

In dieser Zeit betrug die Zahl der Muslime 21.042, die Zahl der Christen 22.432 und die Zahl der Juden und Jesiden 2.400. Die obige Tabelle zeigt, dass in der Region bis zu 19 Jahrhunderten verschiedene ethnische und religiöse Gruppen lebten. Dies bildet die Grundlage für das kulturtouristische Potenzial der Region.

Jahren	Muslime Insgesamt	Christen Insgesamt	Christen					Jesiden, Irreligiös und unbekannt	Insgesamt
			Armenier	Assyrer	Süryani- Orthodoks	Chaldäer (Assyrer- katholik)	Protestant		
Midyat 1914	42.607	15.446	67	13.470	451	73	1.385	724	58.777
Midyat 1927	25.358	2.667	-	-	-	-	-	4.203	32.228

Abb. 27 : Religiöse Struktur der Bevölkerung in der Stadt Midyat zwischen 1914¹⁸ - 1927

Quelle: (Vgl. Karpat, 2003) und (DİE, 2003)

¹⁷ Das Salname ist ein Begriff der osmanisch-türkischen Administration und bezeichnete die offiziellen Jahrbücher der Regierung, der Provinzautoritäten und mancher ziviler und militärischer Institutionen. Salnames beinhalten Jahresangaben im Überblick und machen Angaben zur osmanischen Geschichte in Form von historischen Angaben über die osmanische Dynastie, Reiseabläufe, Defter, Angaben zum Budget etc. Sie informieren sehr detailliert über Staatsbeamte, administrative Organisationen, Toponomie, Kommunikationen, Gesetze und Regulierungen. Darüber hinaus machen Salnames Angaben über die Bevölkerungszahlen des osmanischen Imperiums bis zur Stufe eines Kaza (Gerichtsbezirk), Angaben über die Migration, Anzahl der Haushalte, Anzahl der Geburten und Todesfälle in Städten, Bevölkerungszahlen nach Millets, zur Fläche und Größe von Städten und auch Dörfern.

¹⁸ Die religiöse Struktur der Bevölkerung wurde bei der Volkszählung von 1927 zuletzt bezogen auf Landkreis angegeben. Dann wurde die Daten der Bevölkerung allgemein angegeben.

Bei der Analyse der Daten der Region Midyat im Jahr 1914 in der 25 Tabelle, zeigt sich, dass in diesem Jahr die muslimische Bevölkerung bei 42.607, die christliche Bevölkerung bei 15.446, und Bevölkerungsgruppe der Jesiden und anderen religiösen Gruppen 724 lag. Im Vergleich zur Bevölkerung von 1914 ist zu sehen, dass die Provinzbevölkerung 1927 erheblich zurückging. Während sich die Bevölkerung vor dem Ersten Weltkrieg um 58.777 um belief, ging sie 1927 um 32.228 zurück. Die nichtmuslimische Bevölkerung scheint jedoch stärker zu sinken als die muslimische Bevölkerung. Zwischen diesen beiden Perioden sank die christliche Bevölkerung von 15.446 auf 2.667. Es lässt sich sagen, dass zu diesem Zeitpunkt die Auswanderung nach Syrien und in den Libanon in den Anfangsjahren der Republik war und der Nichtmuslime auch von den internen Unruhen im Jahr 1915 betroffen waren. Es ist zu sehen, dass die Zahl der Jesiden und anderer religiöser Gruppen stark zunahm. Als Grund für diese Zunahme wird angenommen, dass verschiedene Glaubensrichtungen des Christentums innerhalb dieser Gruppe betrachtet werden, da sonst von so einer starken Zunahme von Jesiden und anderen religiösen Gruppen nicht auszugehen wäre. Tatsächlich ist heute die Zahl der Jesiden im Forschungsbereich erheblich zurückgegangen. Mit ihrer Auswanderung nach Deutschland haben die jesidischen Dörfer in Midyat ihre Bevölkerung erheblich verloren. Ebenso lässt sich erkennen, dass auch die assyrische Bevölkerung stark zurückgeht. Midyat hat eine besondere ethnische und religiöse Struktur. Dieses Merkmal zeigt die Außergewöhnlichkeit und Bedeutung des Forschungsbereichs. Da jede ethnische Gruppe unterschiedliche kulturelle Vielfalt mit sich bringt, hat das Forschungsfeld auch in dieser Hinsicht ein wichtiges Potenzial im Hinblick auf den Kulturtourismus.

a. Assyrer

Es lässt sich sagen, dass Regionen, die eine einzigartige Kultur haben, die Reiseentscheidung der Besucher beeinflussen und begünstigen. Diese dominierende touristische Kultur im Forschungsgebiet ist die assyrische Kultur. Aufgrund seiner wichtigen Rolle im Kulturtourismus sollen Herkunft, Bevölkerung und Verbreitung der Assyrer im Detail behandelt werden. Zu Beginn der Forschung werden detaillierte historische Informationen über die Assyrer gegeben. In diesem Abschnitt werden anstelle historischer Informationen die aktuellsten Daten von Assyren im Untersuchungsgebiet untersucht.

	1981	1994	2005	2020
Midyat-Zentrum	400	110	100	-
Dörfer	633	84	90	-
Insgesamt	1.033	194	190	120-130

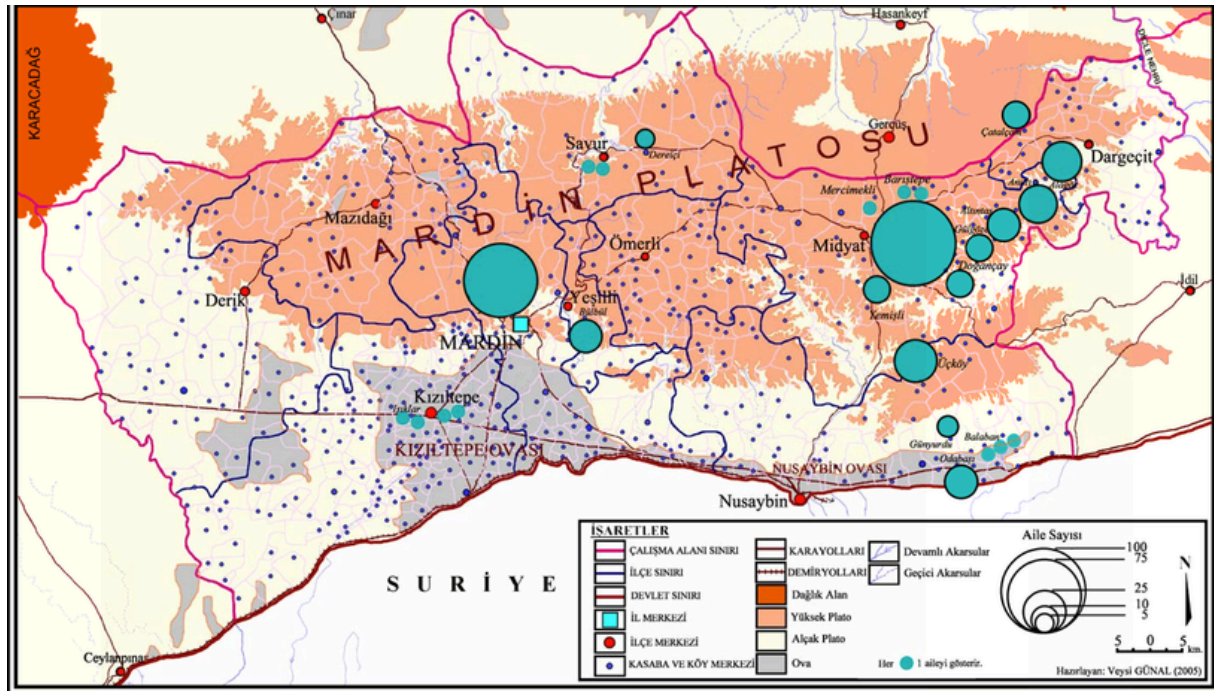
Abb. 28 : Midyat: Anzahl der assyrischen Familien (1981, 1994, 2005 und 2020)

Quelle: Daten der Midyat Mor Shmuni Kirche und Interviews

Es lässt sich sagen, dass es bestimmte Gründe gibt, warum die Anzahl der Assyrer im Laufe der Zeit abgenommen hat. Als ersten Grund können Migrationen, die in den 1920er Jahren nach Syrien, in den Libanon und in den Irak gemacht werden, angeführt werden. Heute gibt es in diesen Ländern immer noch eine große Anzahl assyrischer Bevölkerungsgruppen. Ein weiterer Grund ist die Wirtschaftsmigration in den 1960er Jahren. Assyrer wanderten nach den 1960er Jahren insbesondere nach Schweden, Deutschland, den USA und nach Australien aus. Es ist bekannt, dass Assyrer in diesen Ländern ihre eigenen Kirchen, Vereinigungen und Medienkanäle haben. Ein weiterer Grund ist die dritte Einwanderungswelle, die aufgrund der Sicherheitsprobleme, die nach den 1980er Jahren in der Region begannen, entstand. Besonders die letzten beiden Einwanderungswellen waren sehr stark.

Infolge all dieser Bevölkerungsbewegungen nahm die assyrische Bevölkerung sowohl in Mardin als auch in Midyat mit einer bedeutenden Zahl ab. Die Gesamtzahl der assyrischen Familien in der heutigen Stadt Mardin beträgt 350 (2020). Fast alle diese Familien leben in Siedlungen auf dem Mardin-Plateau (siehe folgende Karte). 1981 betrug die Gesamtzahl der Familien in Midyat und seinen Dörfern 1.033. In der Tabelle 26 ist zu sehen, dass diese Zahl auf 194 Familien im Jahr 1994, 190 Familien im Jahr 2005 und 120-130 Familien im Jahr 2020 gesunken ist. So ist zu sehen, dass die Zahl der Assyrer in mehr als 40 Jahren stark zurückgegangen ist.

Die Auswanderung von Assyrem, die Berufen wie Schmuck, Weinherstellung und Kunsthandwerken wie Silberverarbeitung in Midyat nachgingen, ist einer der Faktoren, die dazu führten, dass die Bevölkerung Midyats in sozioökonomischer Hinsicht zurückging. Die folgende Karte zeigt die Regionen, der in Mardin lebenden Christen. Bei detaillierter Betrachtung der Karte, wird ersichtlich, dass Christen in erster Linie in Mardin und Midyat gelebt haben.



Karte 4 : Verteilung von Assyern in der Provinz Mardin

Quelle: (Vgl. Günal, 2006)

b. Mhalmi

Mündliche und schriftliche Quellen über die Mhalmi sind rar und wurden auch bis heute in keiner umfangreichen akademischen Forschung thematisiert. Die Mhalmi gehören zu den Arabern; sie identifizieren sich als Araber und werden von anderen Gruppen als "Mhalmi" bezeichnet. Mhalmi sprechen meistens eine gemischte Sprache aus arabisch und assyrisch, generell kommt ihre Sprach aber eher dem Arabischen nahe. Die größte sunnitisch-arabische Gemeinschaft innerhalb der türkischen Grenzen lebt heute in der Region Mardin. Im Untersuchungsgebiet leben sie hauptsächlich im Estel-Teil der Midyat-Region. Die Meinungen zu ihren Ursprüngen basieren eher auf mündlichen Überlieferungen in der Öffentlichkeit als auf wissenschaftlichen Forschungen. Einer von vielen Ansichten nach sind die Mhalmi eine christliche Gemeinschaft, die aus Arabern und Kurden besteht. Einer anderen Ansicht nach sind die Mhalmi eine Gemeinschaft, die sich aus Türken und Arabern zusammensetzt. Die dritte und letzte Meinung basiert auf mündlichen und schriftlichen Quellen der Assyrer. Von Seiten der Assyrer wird behauptet, dass die Mhalmi infolge der epidemischen Krankheiten und des Drucks, die im 17. Jahrhundert auftraten, als sie eine christliche Gemeinschaft waren, zum Islam konvertierten. Auf Basis der Untersuchungen der ethnischen Gruppen in Midyat im Jahr 2004, wird angenommen, dass die Mhalmi aufgrund einiger Ereignisse in der Geschichte eine christliche Gemeinschaft waren, die zum Islam konvertierte (Yeşilmen, 2016).

Es gibt viele Mahalimi-Dörfer in der Umgebung von Midyat; diese Dörfer liegen meist an Hauptstraßen. Die wichtigsten Dörfer sind die Dörfer Söğütlü, Çavuşlu, Şenköy, Gelinkaya, Acırlı und Yolbaşı. Alle diese Dörfer haben eine bedeutende Bevölkerung und befinden sich im Status einer Gemeinde (Gümüş, 2015).

c. Kurden

Die Kurden, die im 19. Jahrhundert in den Dörfern in der Nähe von Midyat lebten, begannen, sich mit Hilfe der Assyrer im Zentrum niederzulassen. Heute sind Kurden die bevölkerungsreichste ethnische Gruppe im Forschungsgebiet. Es ist bekannt, dass die Assyrer vor dem Jahr 1800 im Feld von Midyat und die Mhalimi im Feld von Estel lebten. Nachdem sich die Kurden nach 1800 im Zentrum niedergelassen hatten, haben sie sich in allen Vierteln der Region Midyat ausgebreitet – Insbesondere im Zentrum Midyats. Es gibt vier kurdische Sprachen oder Hauptdialektgruppen: Kurmandschi (Nordkurdisch), Sorani (Zentralkurdisch) Gorani (Südkurdisch) und Zazaki. Der Kurmandschi-Dialekt wird in der Region Midyat gesprochen (Gümüş, 2015).

d. Sayyiden

Die Gemeinde, die im Volksmund als „Sayyiden“ bekannt ist, lebt nicht nur in der Stadt Midyat, sondern auch in der Umgebung und den Dörfern. Sayyiden glauben, dass sie vom Propheten Muhammad abstammen. Da während der osmanischen Zeit die Sayyiden keine Steuern zahlen mussten, wurden sie auch "Becirman" genannt, was steuerfrei bedeutet. Denn in der osmanischen Zeit wurde den Sayyiden große Bedeutung beigemessen; sowohl vom Staat als auch vom Volk wurden sie respektiert und hatten Vorteile, wie die erwähnte Steuerbefreiung. Die Religion der im Forschungsbereich lebenden Sayyiden ist der Islam; ihre Sprache ist kurdisch (Gümüş, 2015).

e. Türken

Es wird angenommen, dass die Zahl Türken, unter ihnen Beamte, Lehrer, Ärzte, Soldaten und Familien, die aufgrund des Pflichtdienstes von außerhalb in die Region Midyat kamen bei etwa 2000-3000 liegt. Sie wohnen in der Regel im Estel-Teil. Im sozioökonomischen und kulturellen Sinne ist die Region Estel für die allgemeinen Bedürfnisse und Lebensstile der Türken geeignet. Menschen türkischer Herkunft, die in der Region arbeiten, verlassen die Stadt nach Ablauf ihrer Amtszeit (Gümüş, 2015).

f. Jesiden

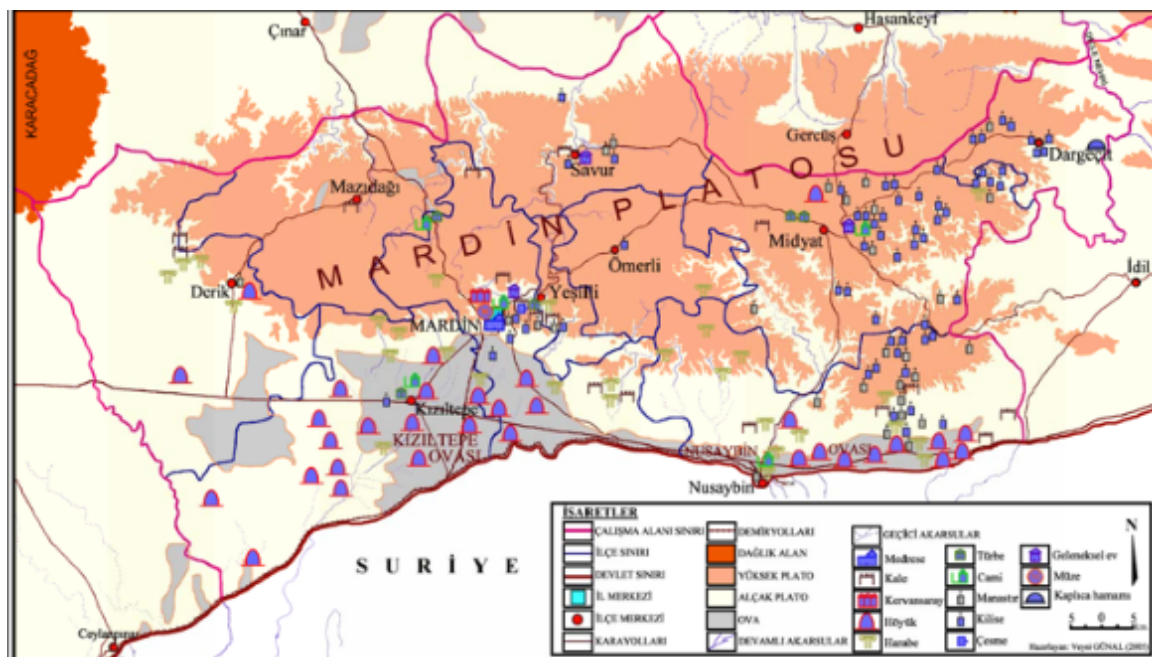
Der Name Jeside stammt vermutlich von den Worten aus der alten iranischen Sprache Izd oder Yazdan ab. Der Begriff Jesidentum (auch Jesidismus) bezeichnet eine monotheistische

Religion, die ausschließlich unter Kurden verbreitet ist. Die Jesiden haben das nordkurdische Kurmanji als Muttersprache. Jesidismus bedeutet auf kurdisch, „der Geschaffene“.

Die Jesiden in der Türkei leben vor allem in Südostanatolien, besonders im Gebirgszug Tur Abdin, in den Dörfern von Midyat und im Landkreis Midyat. Mit der zunehmenden Emigration ist die Zahl der Jesiden jedoch stark zurückgegangen. Es ist bekannt, dass insbesondere viele Jesiden aus der Region Midyat nach Deutschland ausgewandert sind. Obwohl es in Midyat nur wenige Jesiden gibt und viele der Jesiden auswandern, sind sie im kulturellen Sinne immer noch in der Region aktiv. Im Jahr 2013 beispielsweise wurde ein Kulturhaus der Jesiden mit einer großen Zeremonie im Dorf Güven von Midyat eröffnet. Das Kulturhaus der Jesiden dient als Schlafsaal, Ort für Trauerfeiern, Versammlungs- und Veranstaltungsort. So ist das Kulturhaus für jesidische Touristen, die aus dem Ausland kommen, von großer Bedeutung. Hauptsächlich leben die Jesiden in der Region Mosul und am Rande des Berges Sinjar im Irak und sprechen kurdisch (Gümüş, 2015).

3.3.1.2 Historische Strukturen und Gebäude

Eine weitere Attraktion im Forschungsbereich sind historische Werte. In Bezug auf historische Werte hat der Tourismus im Untersuchungsgebiet das Potenzial, signifikante wirtschaftliche Gewinn zu bringen. In der folgenden Tabelle ist die Intensität wichtiger historischer Gebäude der Provinz Mardin angegeben.



Karte 5: Kulturtourismuswerte der Region Mardin

Quelle: (Vgl. Günel, 2006)

Wie aus Tabelle 28 hervorgeht, verfügt das Forschungsgebiet über ein reiches Angebot an kulturellen Attraktionen. Einige von ihnen wurden vom Ministerium für Kultur und Tourismus bestätigt und registriert. Nach dem Inventar des Ministeriums für Kultur und Tourismus gibt es eine städtische Stätte, eine archäologische Stätte, vier Moscheen, drei Klöster, elf Kirchen, drei Gräber, zwei historische Basare und Khan, 182 zivile architektonische Strukturen und 46 weitere Attraktionen im Forschungsgebiet. Insgesamt lässt sich festhalten, dass es 253 registrierte Gebäude und Orte mit kulturellem Wert in Midyat gibt. In der Studie werden nicht alle behandelt; es wird die Bedeutung wichtiger historischer Gebäude thematisiert.

Stadt	Städtisches Schutzgebiet	Archäologische Schutzgebiet	Mosche	Kloster	Kirche	Grabdenkmal und Derwischkloster	Historischer Basar und Khan	Insgesamt	Architektonische Gebäude	andere	Insgesamt
Midyat	1	1	4	3	11	3	2	23	182	46*	253

Abb.29: Kulturbestand der Provinz Midyat

Quelle: (Vgl. Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020)

a. Klöster

In Midyat und in der Umgebung gibt es viele historische Klöster und Kirchen, die dem christlichen Glauben dienen. Bis 1932 war Mardin das patriarchatische Zentrum der Assyrer und aus diesem Grund wurden in der Region viele Klöster und Kirchen gebaut, insbesondere in Midyat. Obwohl das Patriarchat nach 1932 nach Syrien verlegt wurde, verlor die Region ihre Bedeutung für die Assyrer nicht. Assyrer, die insbesondere im Sommer aus verschiedenen Städten der Türkei und verschiedenen Ländern Europas kommen, beleben den Glaubenstourismus in Midyat und die assyrische Bevölkerung nimmt in diesen Monaten erheblich zu. Das Kloster Deir az-Zafaran (Deyrülzafaran), das im Jahr 493 in Mardin erbaut wurde, ist ein wichtiges Zentrum der Assyrer und Touristen, die kommen um diese historische Baute zu besuchen (Vgl. Akyüz, 1998, S.155).

Die Klöster in der Region befinden sich in der Regel außerhalb der Stadt. Hierfür lassen sich zwei Gründe nennen. Der erste ist das Ideal der christlichen Tradition, sich vom weltlichen Leben abzuwenden. Dieser Gedanke ist eine Abwendung des Christentums vom weltlichen und kosmopolitischen kirchlichen Umfeld sowie aus politischen Gründen. Mit anderen Worten, Klöster sind Strukturen, in denen sich Mönche und Nonnen, die an bestimmte Regeln gebunden sind, von der Welt abwenden. Dies ist im Allgemeinen die Theorie, warum Klöster im Christentum außerhalb der Stadt gebaut wurden. Auf dem Gebiet der Forschung nennt Keser jedoch eine andere Theorie, warum die Klöster außerhalb der Stadt gebaut wurden. Sie sollten

in der Nähe landwirtschaftlicher Flächen liegen. Die Nähe von Klöstern zu landwirtschaftlichen Flächen in der Vergangenheit hing mit der wirtschaftlichen Verbindung zwischen ihnen zusammen. Diese Beziehung ist heute jedoch nicht mehr so stark wie früher. Der größte Teil des Einkommens von Klöstern stammt heute aus Spenden von in Europa lebenden assyrischen Gemeinden. Klöster haben große Gärten, in denen Gemüse, Obst und Wein angebaut werden. Diese Produkte sind für die im Kloster lebenden Menschen gedacht und werden nicht verkauft. In den Klöstern Mor Gabriel (Deyr-el-umur) und Deyrul-Zafaran wird Wein hergestellt, welcher an Zeremonien getrunken wird. Assyrische Klöster sind der wichtigste Baustein, der die syrische Kultur bewahrt und an die nächste Generation weitergibt (Vgl. Keser, 2002, S. 23-24). Klöster oder Kultstätten weisen im Allgemeinen Merkmale des kulturellen Erbes auf. In Burkes Worten haben Kultstätten als Augenzeugen der Geschichte existiert (Vgl. Sevinç 2013, S. 54).

Darüber hinaus haben die Klöster in der Region kein einziges Architekturmodell übernommen, sondern es wurden verschiedene Stile gebaut, die den Bedürfnissen und Funktionen der Mönche entsprachen. Die Klöster in der Region sind von hohen Mauern umgeben und haben einen einzigen Eingang. Normalerweise haben sie einen großen Innenhof. und in vielen Klöstern befinden sich Strukturen wie Gärten, Mönchszellen, Kirchen, Essräume, Bibliotheken, Tagungsräume und Friedhöfe.

Es gibt viele assyrische Klöster und Kirchen innerhalb der Grenzen der Stadt Mardin, es werden jedoch nur die assyrischen Strukturen in Midyat behandelt werden, da es sich um ein sehr weitläufiges Thema handelt. Da das Kloster Deir az-Zafaran eine wichtige Ausnahme in der Studie darstellt, wird es gesondert erwähnt. Zwei weitere Kloster sind in Midyat die Kloster Mor Abrohom (Mor Hobil) und Mor Gabriel (Deyrulumur).

Das Kloster Deir az-Zafaran

Das Kloster Deir az-Zafaran (Dayro d-Mor Hananyo) ist ein assyrisch-orthodoxes Kloster wenige Kilometer östlich der Stadt Mardin im Tur-Abdin-Gebirge am Rand der Tiefebene von Mesopotamien. Volksetymologisch wird Zafaran mit dem arabischen Wort für Safran in Verbindung gebracht; es heißt, man habe einst Safran unter den Mörtel gemischt, damit es im Kloster stets gut rieche.

In der syrisch-orthodoxen Kirche wird das Kloster nach seinem zweiten Gründer, dem Bischof von Mardin und Kfartuta, Mor Hananyo benannt. Das Kloster wurde zu einem wichtigen religiösen Zentrum der assyrischen Gemeinschaft, die im 4. Jahrhundert gegründet wurde. Das Kloster hatte seine stärkste Zeit im 9. und 10. Jahrhunderten und wurde zwischen 1293 und

1932 zum Zentrum des Patriarchats. Gegen den Druck von Byzanz wurde der Grundstein in der zentralen Kirche von Antakya nach Deir az-Zafaran (Mardin) verlegt. Dieser Stein, der im Namen von Petrus, einem der assyrischen Apostel, errichtet wurde, hat eine heilige Bedeutung, die von Jesus ausgeht (Toprak, 2014).

Es wird angenommen, dass Jesus zu Petrus sagte: *"Du bist der Grundstein, meine Kirche wird auf dir gebaut"* und dass die Kirche, in der dieser Stein errichtet wurde, das Zentrum ist.

Nach diesem Ereignis wurde die Kirche zum Haddsch-Zentrum der Assyrer. Seit 700 Jahren reisen jedes Jahr Assyrer aus verschiedenen Regionen der Welt nach Mardin, um dieses Kloster zu besichtigen. Zur Gründung des Klosters kann keine genaue Datierung



Abb.30: Das Kloster Deir az-Zafaran

Quelle: (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlıđı, 2020)

vorgenommen werden. Es wird jedoch angenommen, dass das Kloster zusammen mit der Provinz Mardin gegründet wurde. Eines der größten Merkmale des Klosters ist, dass zweiundfünfzig der assyrischen Patriarche hier begraben und auf besondere Weise gesch tzt wurden (Akyüz, 1998).

Kloster Mor Obrohom

Das Kloster Mor Abrohom liegt etwa 1 km vom Zentrum Midyats entfernt. Es wurde unter der Führung zweier München, die im 5. Jahrhundert im Kloster Mor Gabriel aufwuchsen auf einem kleinen Hügel, von dem ein Teil des Klostergebiets als assyrischer Friedhof genutzt wird, erbaut. Viele Teile des Klosters, das heutzutage von den Assyrern genutzt wird, wurden mit Spenden restauriert. Insbesondere für assyrische



Abb.31: Kloster Mor Obrohom

Quelle: (G m s , 2015)

Touristen, die aus dem Ausland anreisen, wurde vor kurzem das Gästehaus neben dem Kloster gebaut (Akyüz, 1998).

Kloster Mor Gabriel

Das syrisch-orthodoxe Kloster Mor Gabriel (assyrisch auch Kloster Mar Gabriel oder türkisch Kloster Deyrulmur) ist eines der ältesten christlichen Klöster der Welt. Mor Gabriel liegt im Tur Abdin und ist als Mutterland der Syrer bekannt. Es ist 23 km von Midyata entfernt und wurde 397 n. Chr. von Mor Şmuel und Mor Şemun erbaut.

Das Kloster wurde in verschiedenen Baustilen gebaut und ist mit speziellen Katori-Steinen der Region verziert. Im 7. Jahrhundert wurde es zum Erzbistum der Assyrer, welches bis 1049 andauerte. Es gilt als eines der wichtigsten Zentren der syrischen Gesellschaft und ist eines der



Abb.32: Kloster Mor Gabriel

Quelle: Midyat Belediyesi
ältesten und aktivsten Klöster der Welt. Es gibt dort Gebetsplätze, Nonnenräume, Küchenabteilungen, Räume für Erzbischöfe, Besucher, Lehrer und Schüler. Es ist einer der Orte, die in den Sommermonaten häufig von Touristen besucht werden (Akyüz, 1998).

b. Kirchen

Da Midyat ein Zentrum ist, in dem sich die assyrische Religion entwickelt hat, hat es ein großes Potenzial für den Glaubenstourismus. Besonders in den Frühlingsmonaten steigt die Zahl der Touristen stark an und ebenso steigt die Zahl der Besucher in Kirchen. Zusätzlich zu den assyrischen Touristen, die aus dem In- und Ausland kommen, besuchen einheimische assyrische Touristen die Kirchen ebenfalls viel. Es wird also deutlich, dass religiöse Strukturen in Midyat für den Glaubenstourismus von großer Bedeutung sind. Es gibt viele assyrische Kirchen in Midyat: Mor Ahusnoyo, Mart İşmuni, Protestan, Mor Şerbil, Mor Barsavmo, Jungfrau Maria (Midyat), Jungfrau Maria (Anitli), Mor Sobo, Mor Izozoel und Mor Kuryakos Kirchen. Die wichtigsten Kirchen werden jedoch in der Studie vorgestellt.

Mart İşmuni Kirche

Die Kirche Mart İşmuni (Heilige Kirche) wurde im 10. Jahrhundert mit Hilfe des syrischen Volkes erbaut. Die Kirche war einst das Erzbistumszentrum der Assyrer. Nach assyrischer Tradition erhielt die Kirche ihren Namen von einer Frau, die in den 300er Jahren nach Jesus lebte und die und dessen sieben Kinder aufgrund ihres Glaubens an Gott vom römischen Kaiser

Antiakos getötet wurde. Die Kirche wurde lange Zeit nicht restauriert dann jedoch im Jahr 1965 von Abdullah Gülce. Sie besteht aus weißen Steinen und wurde 1965 von Abdullah Gülce modern und umfassend restauriert (Akyüz, 1998).

Mor Şerbil Kirche

Die Mor Şerbil Kirche ist ein altes Kloster, das im 10. Jahrhundert auf einem kleinen Hügel im Norden von Midyat von den Assyrern erbaut wurde, jedoch zerstört wurde, weil es sich in der Nähe der 1926 erbauten Militärzone befand. Viele Jahre später, 1965, wurde das ehemalige Kloster als Mor Şerbil Kirche auf einem hohen Hügel in der Nähe der protestantischen Kirche im Stadtzentrum wiederaufgebaut. Die Kirche verfügt über beeindruckende architektonische Motive (Akyüz, 1998).

Mor Barsavmo Kirche

Die Kirche Mor Barsavmo wurde im 4. Jahrhundert als Kloster erbaut. Dieses Kloster wurde jedoch 1751 durch das Erdbeben zerstört und es blieb nur ein kleiner Raum übrig. 1910 bauten Abraham Bar Gavvo und das assyrische in Midyat lebende Volk daraus eine große Kirche mit dem Namen Mor Barsavmo. Die Kirche ist eines der wichtigsten Beispiele für Steinhandwerk in Midyat (Akyüz, 1998).

Die Mutter Maria (Anıtlı) Kirche

Die Mutter Maria Kirche, die den alten Namen des Dorfes (assyrisch Hah) trägt, wurde am Eingang des Dorfes Anıtlı, welches der neue Name des Dorfes ist, gebaut und ist 30 km von Midyat entfernt. Es ist bekannt, dass die Kirche aus dem 1. Jahrhundert stammt und eine der ältesten Kirchen des christlichen Glaubens ist. Die Kirche hat immer noch eine historische und mystische Struktur, durch die die Originalität der Kirche bewahrt wird. Sie ist eine der wichtigsten Kirchen in der assyrischen Gesellschaft. Da die Kirche in Bezug auf touristische Zwecke weit vom Zentrum entfernt ist, wird sie selten von Touristen besucht. Da sie keine Gemeinde hat, ist sie ebenfalls inaktiv. Zwar besteht hier ein hohes touristisches Potenzial, welches jedoch nicht genutzt wird (Akyüz, 1998).

Mor Sobo Kathedrale

Die Mor Sobo Kirche ist eine der ältesten und bekanntesten Kirchen von Midyat im Dorf Anıtlı. Und liegt heute in Trümmern. Laut Sinclair ist Mor Sobo eine im 1. Jahrhundert erbaute Kathedrale und ist Mor Sobo gewidmet, der aufgrund seines christlichen Glaubens getötet wurde. Die Kirche ist von gleicher Architektur wie Mor Kuyakos im Dorf Bağlarbaşı (Arnas) und die Mor Izozol-Kirchen im Dorf Altuntaş (Keferze). Die Ziegel und Katori-Stein wurden beim Bau der Kirche zusammen verwendet (Sinclair, 1989).

Die zentrale Kathedrale, im Dorf als Mor Sobo Kirche bekannt, wurde neun Jahrhunderte lang als Erzbistum in der Region Tur-Abdin genutzt. Nachdem sie während der Timur-Zeit zerstört wurde, verlor sie seine Erzbistum- Funktion. In Bezug auf den Tourismus, rückte die wichtige Mor Sobo Kathedrale in letzten Zeiten oft in den Vordergrund. Insbesondere in der Kathedrale von Mor Sobo werden von der Direktion des Mardin-Museums Ausgrabungsarbeiten durchgeführt. Nach der vollständigen Freilegung wird diese ein wichtiger Ort werden für den Tourismus werden. Auch hier gibt es großes touristisches Potential (Anadolu Ajansı, 2013).

c. Han (Herbergen)

Es gibt zwei Han (Herberge) im Untersuchungsgebiet. Eine von ihnen befindet sich in Midyat, die andere in Estel.

Han (Herberge) Gelüşke

Gelüşke Han (Herberge) ist eines der ältesten architektonischen Bauwerke in Midyat. Mit seiner historischen Struktur und den gestickten Steinen zieht es die Aufmerksamkeit von in- und ausländischen Touristen auf sich. Gelüşke Han (Herberge) wurde 1903 von Musa Şamos, einem assyrischen Staatsbürger, erbaut. Er wurde zu dieser Zeit als Handels- und Unterbringungszentrum genutzt.



Abb.33: Han (Herberge) Gelüşke

Quelle: Midyat Belediyesi

Zwischen 1950 und 1970 wurde begonnen, ihn als Basar für die Dorfbewohner zu nutzen. Durch die Änderung der Stadtstruktur im Jahr 1980 verlor das Gasthaus seine alte Belebtheit. Aus diesem Grund wurde Gelüşke Han (Herberge) lange Zeit nur als Stall- und Schlachthof genutzt. Später wurde sie von Veli Güneş restauriert und in seine heutige Form gebracht. Heute verfügt sie über vier Ruheräume, einen Brunnengarten, ein Cafe und ein Restaurant. Gelüşke Han (Herberge), das einen erheblichen Einfluss auf das kulturelle Erbe der Region hat, ist einer der meistbesuchten Orte für Touristen.

Han (Herberge) Estel

Das von der Gemeinde Midyat erbaute Han (Herberge) Estel befindet sich im Zentrum der Region. Heute wird Han (Herberge) Estel als Stadtmuseum, unter dem sich miteinander verbundene Höhlen befinden, genutzt. In den Zimmern von Han (Herberge) Estel befinden sich wertvolle alte Gegenstände und Antiquitäten; sie zählt zu einer der meistbesuchten Orte in letzter Zeit.

d. Historischer assyrischer Basar

Der assyrische Basar, hinter dem eine sehr alte Geschichte liegt, enthält architektonische und kulturelle Strukturen der Region; seine Geschichte ist mindestens 500-Jahre alt. Der historische assyrische Basar, in dem seit Jahrhunderten Handwerker ausgebildet werden, hat sich heute, weil er vernachlässigt wurde, zu einer Ruine verwandelt. Bis vor kurzem, als die Läden der Geschäftsräume des Basars geschlossen waren, wurden die Geschäfte als Ställe genutzt. In Zusammenarbeit mit der Verwaltung Midyat und Dicle Kalkınma Ajansı (DİKA) wird versucht den historischen assyrischen Basar, in seine frühere Identität umzuwandeln. Es wird erwartet, dass ca. 200 Läden im Zuge dessen umgewandelt und restauriert werden. An dieser Stelle soll erwähnt werden, dass die Restaurierungsarbeiten der Verwaltung Midyat bereits begonnen haben. Ziel der Verwaltung ist es, Midyat zu einem Anziehungszentrum zu machen und die historische Struktur wiederzubeleben (Süleyman Tunç, İLKHA, 2020).

e. Andere historische Bauten

Bis auf die oben genannten historischen Bauten gibt es viele andere historische Werte im Forschungsbereich wie z. B. Moscheen, Gräber, Medresen, Bäder und Brunnen. Da das Forschungsthema begrenzt ist, werden diese hier jedoch nicht erwähnt. Da die Forschung hauptsächlich darauf abzielt, das Potenzial der assyrischen Kultur im Tourismus zu bestimmen, liegt der Schwerpunkt stärker auf den assyrischen Werken, ihren Werten und Strukturen.

3.3.1.3 Folkloristische Werte der assyrischen Kultur

In diesem Abschnitt werden die kulturellen Werte der Assyrer (traditionelle Häuser, Kunsthandwerke, Essen und Trinken, Sprache und Feste) sowie die historische Werte in der Siedlung des Forschungsgebiets vorgestellt.

a. Traditionelle Häuser

Ein weiteres wichtiges Element des Kulturtourismus im Forschungsbereich, sind die sozioökonomischen und kulturellen Faktoren, die in der Region bei der Gestaltung der Architektur wirksam sind. Lokale Materialien spielten eine wichtige Rolle bei der Entstehung traditioneller Steinhäuser in der Region Midyat. Bei einem Baumaterial handelt es sich um den

gelblichen Kalkstein¹⁹, der aus Midyat und Umgebung gewonnen wird. Dieses Material wird in jeder Bauphase von Häusern in Midyat verwendet. Dieser Kalkstein, der Katori-Stein, der eine weiche Struktur hat, ist sowohl ein wichtiges lokales Material als auch ein wichtiges Element, das die Gestaltung der Häuser beeinflusst. Aus diesem Grund kann dieser Kalkstein, der bei der ersten Gewinnung aus der Mine weich ist, nach Wunsch geschnitzt und bequem verarbeitet werden. Dieses Merkmal des Katori-Steins macht es möglich, reichhaltige Ornamente und verschiedene Motive in der Innen- und Außensilhouette der Häuser (Zimmertüren, Hoftüren, Fenster, Fassaden) zu entwerfen. Nachdem der Katori-Stein verarbeitet wird, trocknet er bei Kontakt mit Luft und erreicht einen Härtegrad, die dem von Marmor nahe kommt. Dadurch wird er widerstandsfähiger gegen klimatische Bedingungen und passt sich sowohl kalten als auch heißen klimatischen Bedingungen an.

Ein weiterer Faktor für die Entstehung traditioneller Häuser ist das Klima. Das wichtigste architektonische Merkmal, das durch die klimatischen Bedingungen entsteht, wird den Freiräumen (Innenhof, Terrasse, Dach) die Bedeutung beim Bau traditioneller Häuser beigemessen. Da das Forschungsgebiet insbesondere im Sommer hohen Temperaturen ausgesetzt ist, besteht Bedarf an Freiräumen, in denen sich tagsüber aufgehalten, der Haushalt erledigt und nachts geschlafen wird. Aus diesem Grund ist die Häuser so gebaut, dass sie im Sommer der Sonne weniger ausgesetzt sind.



Abb.34: Ein Blick auf die alten traditionellen Häuser

Quelle: (Vgl. Seyyah Defteri, 2020)

¹⁹ der lokale Name von diesem Stein ist Katori.

Ein weiterer wichtiger Faktor, der die architektonische Gestaltung zusammen mit lokalen Materialien und dem Klima beeinflusst, sind sozioökonomische und kulturelle Merkmale (Familienstruktur, religiöse Struktur, Wirtschaftsstruktur usw.). Unter diesen Merkmalen ist Religion einer der einflussreichsten Faktoren beim Bau traditioneller Häuser. Wie in vielen islamischen Städten zu sehen ist, hat das Element der Religion im Forschungsgebiet veranlasst, dass die Häuser so gebaut wurden, dass die Privatsphäre der Familie geschützt wird. In der Tat hat der Schutz der Privatsphäre neben klimatischen Faktoren dazu geführt, dass das Hofelement in traditionellen Häusern an Bedeutung gewonnen hat. Auf diese Weise gestaltete Häuser sind zum Hof hin geöffnet, nicht direkt zur Straße. Auch die Wände der Höfe sind ebenfalls so gebaut, dass der Blick von der Straße auf das Haus, in dem Frauen ihre tägliche Hausarbeit im Innenhof erledigen, nicht möglich ist. Mit solchen architektonischen Anordnungen wurde gewünscht, die Privatsphäre des Familienlebens zu schützen. Es ist jedoch zu sehen, dass diese Anordnung beim Bau einiger Häuser in Midyat teilweise ignoriert wird. Der Grund dafür ist, dass diese Häuser, die heute Muslimen gehören, früher Assyrern gehören (Can, 1995).

Die Motive und kleine Bildchen, die im Außenbereich der Häuser verwendet werden, sind mit wirtschaftlichen Aktivitäten und dem natürlichen Leben in der Region verbunden. Die wichtigsten dieser Motive sind Weintrauben, Tulpen, Nelken und Taubenmotive, die im Forschungsgebiet berühmt sind. Ähnliche Motive finden sich in Moscheen, Madrasas, Klöstern, Kirchen und Gräbern.

Infolgedessen lässt sich sagen, dass diese Strukturen zusammen mit dem lokalen Material und dem Klima gemeinsame Produkte der Erfahrungen der Öffentlichkeit sind. Assyrische Handwerker haben wesentlich zur Entstehung dieser Erfahrung beigetragen, weil sie den Katori-Stein entdeckten und den Menschen in der Region die Steinarbeiten und Baustile beibrachten.

So lässt sich sagen, dass die meisten Steinmeister in der Vergangenheit Assyrer sind. Heute wird diese Kunst jedoch besonders von kurdischen und arabischen Muslimen in Midyat weiter fortgeführt (Vgl. Çerme, 2000, S.79-82).

b. Traditionelles Kunsthandwerk

Traditionelles Kunsthandwerk ist ein touristischer Faktor und spielt deshalb im Tourismus eine wichtige Rolle. Im Forschungsgebiet gibt es viele traditionelle Kunsthandwerke, die im Tourismus eingesetzt werden oder ein erhebliches Potenzial zu diesem Zweck haben. Dies sind Kupferverarbeitung, Teppichweberei, Holzschnitzerei, Silberschmiede und Steinverarbeitung. Die in der Region entwickelten Künste tragen die Spuren verschiedener Zivilisationen, weil von der Vergangenheit bis zur Gegenwart verschiedene Zivilisationen regiert haben. So lässt

sich sagen, dass die Assyrer eine wichtige Rolle bei der Entwicklung dieser Künste spielten. Im Hinblick auf den Tourismus werden die wichtigsten dieser Künste nun vorgestellt.

c. Architektur und Steinarbeiten bei den Assyrern

Dank der Zunahme der Restaurierungen für touristische Zwecke begann die Steinarbeit, die seit langer Zeit existiert und ein wichtiges traditionelles Handwerk im Forschungsgebiet ist, an Bedeutung zu gewinnen. Diese seit Jahrhunderten erhaltene Kunst spielte eine wichtige Rolle bei der Bildung und Gestaltung der architektonischen Struktur in der Region. Historische Gebäude im Untersuchungsgebiet wurden zunächst von assyrischen Architekten gebaut. Weitergegeben wurde diese Kunst durch die Väter oder ganzen Familien. Assyrische Architekten zeichneten und überprüften die Pläne der Gebäude und entwickelten später neue Pläne; sie waren die erfolgreichsten Architekten der Zeit. So lässt sich behaupten, dass assyrische Architektur und assyrischer Baustil einen wichtigen Platz in der Region einnehmen. Die Orte, an denen sich diese architektonischen Strukturen am besten widerspiegeln, sind Kultstätten in Kirchen. Die für Assyrer einzigartigen architektonischen Strukturen fallen an den Kuppeln, Türen, Fenstern und in den Höfen auf. In Form von Steinarbeiten erschufen vor allem assyrische Meister kunstvolle Werke nach ihrem eigenen Stil. Nachdem die Muslime sich in der Region niedergelassen hatten, begann sich dieses Handwerk unter ihnen zu verbreiten. Sogar die Restaurierung einiger Kirchen und Klöster wurde von muslimischen Meistern vorgenommen (Vgl. İris, 2003, S. 38-41).

Neben den Restaurierungsarbeiten von Kirchen, Klöstern und Häusern begann infolge der Nachfrage nach neuen Häusern, bestickten Taschen, Vasen und Couchtischen aus dem Katori-Stein, auch die Anzahl der Werkstätten zu steigen. So wurde nicht nur das Aussterben des Handwerks verhindert, sondern man hatte ebenfalls eine gewisse Beschäftigung. Während die Anzahl der Steinwerkstätten in der Region 1999 nur eine betrug, befinden sich nach aktuellen offiziellen Angaben im Landkreis Midyat acht Steinbearbeitungswerkstätten; nach Untersuchungen in der Region gibt es 15 Steinbearbeitungswerkstätten (Vgl. Şahin, Yılmaz, & Günel, 2013, S.321-323). Während die Anzahl der Mitarbeiter in den Werkstätten zwischen 20 und 30 lag, ist sie heute auf 130 gestiegen ist somit auch die Produktionsmengen.

Die gesamte Steinproduktion, die im Jahre 1999 nur 2.730 m² betrug, erreichte 2009 41.720 m² (Günel, 2011). Es lässt sich behaupten, dass der Grund für all diese positiven Effekte die getätigten Investitionen und Restaurierungsarbeiten sind, abhängig von der zunehmenden Anzahl von Touristen in der Region.

d. Filigrane Silberschmuck der Assyrer

In Bezug auf den Kulturtourismus ist das wichtigste traditionelle Handwerk im Forschungsbereich die filigrane Silberschmiede. Sie ist die Ressource der filigranen Kunst in Mesopotamien. Es ist bekannt, dass sie sich von Mesopotamien nach Fernost, von einem anderen Zweig nach Anatolien, von dort nach Europa ausbreitet. Midyat und Beypazari (Ankara) sind die wichtigsten Zentren für filigrane Silberschmiede in der Türkei. Der Ausdruck Filigran bedeutet wörtlich so viel wie *gekörnter Draht* und bezeichnet feine Silberschmiedearbeiten aus Metallfäden mit aufgesetzten Metallperlen. Die Arbeit wird hauptsächlich von Assyrern im Forschungsbereich durchgeführt. Es ist eine der wichtigsten Künste, die Assyrer seit Jahrhunderten bewahren. Assyrische Silberschmiede-Meister reflektierten ihre Fähigkeiten auf diesem Gebiet in ihren Werken und produzierten wertvolle Stücke. Assyrische Meister bringen schon in jungen Jahren assyrischen Kindern dieses Handwerk bei. Mit der Silberarbeit, die sehr schwierig und ausdauernd ist, stellen Meister alle Arten von Gegenständen mit eigenen Materialien her. Alle Teile werden von Hand hergestellt, indem der Rohstoff in der Werkstatt verarbeitet und zu Silber, Ornamenten oder Gebrauchsartikeln geformt wird. Mit dieser Methode werden viele Gegenstände aus Silber hergestellt. Durch Aneinanderschweißen von Silberdrähten werden Gegenstände wie Gürtel, Tabakdosen, Zigarettenspitzen, Tablett, Spiegel, Zuckerdosen, Rosenkränze, Halsketten und anderer Schmuck, wie Vasen, Obst- und Namenshalter hergestellt (Vgl. İris, 2003, S.38-41).

Es lässt sich jedoch sagen, dass die Silberverarbeitung aufgrund der Migration von Assyrern aus Midyat ebenfalls erheblich abgenommen hat. Einer der größten Faktoren, durch den diese Kunst vom Aussterben bedroht ist, ist der Mangel an geschultem Personal und so interessieren sich die Menschen für fertigen Schmuck. In letzter Zeit wurden jedoch bestimmte Schritte unternommen, um geschultes Personal für die Silberindustrie auszubilden. Die Tatsache beispielsweise, dass es eine Aufnahme von Schmuckprogrammen sowohl am Industriellen Fachgymnasium in Midyat als auch im Midyat-Gefängnis gibt, zeigt, dass Versuche um das Silbergeschäft positiv zu beeinflussen, unternommen werden.

Der Tourismus hat eine Zwei-Wege-Wirkung in Bezug auf das Handwerk. Er hat zwar einen positiven Aspekt wie die Rettung der lokalen Kunst vor dem Aussterben, kann aber auch negative Folgen haben, wie die Kommerzialisierung der lokalen Kunst. Als negativer Effekt im Massentourismus führen die häufige Nachfrage der Touristen nach Geschenkartikeln zu großen Veränderungen in der Produktionsmethode und der Produktqualität der lokalen Produkte. Dies führt dazu, dass es weniger Meister dieser Kunst gibt, außerdem zum Verschwinden der besonderen Bedeutung des Produkts, zur Herstellung von Kunstprodukten

nach dem Geschmack der Touristen und zum Verkauf von Imitationsprodukten. Diese Auswirkungen begannen allmählich ihre Wirkung ebenfalls im Bereich der Silberkunst, welche eine der wichtigsten Handarbeiten auf dem Gebiet der Forschung ist, zu zeigen. Als positiver Effekt lässt sich sowie der Katori-Stein der Region auch das Filigran aufführen der dank des Tourismus allmählich Anzeichen einer Wiederbelebung im Forschungsgebiet zeigt.

Touristen, die die Region besuchen, tragen nicht nur durch den Kauf von Silber zur lokalen Wirtschaft bei, sondern haben so auch einen positiven Einfluss auf die Nachhaltigkeit und das Überleben dieser Kunstbranche aus (Günel, 2006).

e. Weinanbau und der Weinherstellung der Assyrer

Assyrer sind ebenfalls in der Landwirtschaft, im Weinbau, im Handwerk, in der Steinmetzarbeit, in der Schmiedekunst, in der Schmuckproduktion und in der Silberschmiedekunst sehr erfolgreich. Durch die großen Weinberge in Midyat, auf denen Trauben wachsen, kam es zur Entstehung des Weinbausektors. Assyrer produzierten jahrhundertlang Wein in ihren Häusern. In den folgenden Zeiten begannen sie Wein professionell zu Hause zu produzieren und gründeten Weinfabriken in der Region. Sie produzierten Wein aus Trauben, die aus der gesamten Region geerntet wurden.

Mit der Entwicklung des Tourismus in der Region ist die Weinproduktion gestiegen und viele Weinhandlungen in der Region wurden eröffnet. Dies schafft ebenfalls neue Beschäftigungsbereiche im Forschungsgebiet. Indirekt wirkt sich dieser Fakt positiv auf die sozioökonomische Struktur der Region aus (Vgl. İris, 2003, S.28-41).

f. Assyrische Küche (Gastronomie)

Der Kulturtourismus ist eines der einkommensschaffendsten Arten des Tourismus und einer der wichtigsten Bereiche des Kulturtourismus ist die Gastronomie. Es lässt sich sagen, dass der Gastronomietourismus ein Gebiet ist, das sich in der Welt schnell entwickelt, hohes Einkommen generieren kann und dass dieser insbesondere im Forschungsbereich ein großes Potenzial hat (Lokman Toprak, 2015).

Während die traditionelle Küche der Region Midyat ein Element des Kulturtourismus ist, sind lokale Gerichte wie Sembusek, Kaburga Dolması, Paskalya Cöregi, Bello, Ikbebet und Mirra Kibe einzigartige Gerichte sowohl assyrischer als auch anderer ethnischer Gruppen (Vgl. İris, 2003, S.30-42). Abhängig von der geografischen Lage von Midyat, können Speisen, die Spuren der assyrischen Kultur beinhalten, als separates Kulturelement angesehen werden. Gerichte und Getränke aus der Küche Midyats, sind beliebt für inländische und ausländische Touristen. So spielt die Küche Midyats eine wichtige Rolle bei der Destinationsentscheidung von Touristen,

weil das gastronomische Erlebnis in einigen Fällen die Hauptmotivation bzw. die direkte Motivation sein kann (Vgl. Quan & Wang, 2004, S. 297-305).

g. Assyrische Sprache

Eine weitere Attraktion im Kulturtourismus ist die Landessprache, die von Einheimischen gesprochen wird. Im Forschungsbereich gibt es verschiedene ethnische Gruppen und verschiedene Sprachen; in der Region werden neben Türkisch noch drei Landessprachen gesprochen. Dies sind kurdische, arabische und assyrische Sprachen. Diese drei Sprachen werden in jeder Phase des täglichen Lebens verwendet. Abgesehen von ihren offiziellen Beziehungen zum Staat, ist die am meisten gesprochene Sprache in der Region Kurdisch. Die wichtigste Sprache im Hinblick auf den Tourismus ist Assyrisch, was von den Assyryern gesprochen wird und die dritte Landessprache in der Region darstellt. Diese Sprache wird von den Assyryern als Dialekt der vom Propheten Jesus gesprochenen Sprache akzeptiert. Sie gilt auch als die älteste Sprache der Welt. Einige Menschen glauben auch, dass die von Adam und Eva gesprochene Sprache Assyrisch (aramäisch) war (Vgl. İris, 2003, S. 35-42).

Trotz der jüngsten Migrationen, konnten Assyryer ihre Kultur, Sprache und Existenz bewahren, was für die Entwicklung des Tourismus im Forschungsgebiet von großer Bedeutung ist. Andererseits können die aktiven Klöster in Bezug auf die syrische Sprache nicht ignoriert werden. Der aktive Gebrauch der assyrischen Sprache in Klöstern hat es der assyrischen Sprache ermöglicht, bis heute zu überleben. Abgesehen davon schrieben Assyryer alle literarischen und wissenschaftlichen Werke in der assyrischen Sprache. Assyryer spielten nicht nur eine wichtige Rolle bei der Verbreitung des Christentums in Anatolien, Ägypten und Mesopotamien, sondern spielten auch eine wichtige Rolle in der Wissenschaftsgeschichte mit ihren religiösen, medizinischen und literarischen Werken, die sie in der assyrischen Sprache verfassten und vom Griechischen ins Assyrische übersetzten. So haben die oben aufgeführten Merkmale es der assyrischen Sprache ermöglicht, eine beliebte Attraktion im Hinblick auf den Tourismus zu werden (Günel, 2006).

h. Kulturelle Veranstaltungen

Es gibt verschiedene kulturelle Veranstaltungen im Forschungsbereich, die zu bestimmten Jahreszeiten stattfinden. Diese Veranstaltungen sind Aktivitäten, die nicht in direktem Zusammenhang mit dem Tourismus stehen. Es gibt auch verschiedene Feste, die jedes Jahr organisiert werden, wie beispielsweise die Internationalen Kirschfestivals der Landwirtschaftsdirektion der Provinz Mardin (Mardin İl Tarım Müdürlüğü). Bei all diesen Veranstaltungen ist die Teilnahme jedoch sehr gering und der Einflussbereich beschränkt sich nur auf die Siedlung, in der die Veranstaltung stattfindet. In der Region lebende Muslime und

Assyrer haben jedoch auch ihre eigenen besonderen Feste. Die alljährlichen Opfer- und Ramadan-Festtage der Muslime können als wichtiges Ereignis im Hinblick auf den Tourismus angesehen werden. Ebenso haben Assyrer Feiertage wie Weihnachten, Ostern, Mutter Maria und Pentekoste; während der Festtage besuchen die Assyrer die Region (Íris, 2003). Die Bedeutung dieser Feiertage lässt sich im Hinblick auf den Tourismus zusammenfassen. Um die Ferien mit ihren Familien zu verbringen, kommen viele Besucher aus dem In- und Ausland in die Region. Dies trägt soziokulturell und wirtschaftlich zur Region bei.

Abgesehen davon fanden ebenfalls Kulturfestivals, wenn auch in geringer Menge, in Midyat statt; beispielsweise wurde 2005 das assyrische Frühlingsfest den Assyrern abgehalten. Das assyrische Frühlingsfest wurde am 1. April 2005 gemeinsam von den alten assyrischen Kirchengemeinden Midyats und assyrischen Kulturvereinen in Midyat organisiert.

Die von der Europäischen Assyrischen Union unterstützte Veranstaltung fand in den Klöster Mor Hobel und Mor Abrohom in Midyat statt (Midyat Süryani Derneği, 2020). Es nahmen assyrische Künstler aus dem In- und Ausland an der Veranstaltung teil. Obwohl das Festival für die Öffentlichkeit zugänglich war, gab es nicht viele Teilnehmer. Es lässt sich behaupten, dass der Grund für das damalige mangelnde Interesse an der Öffentlichkeit in der wirtschaftlichen und kulturellen Struktur der Region lag. Ebenfalls ist anzunehmen, dass aus kulturellen und religiösen Gründen Muslime nicht an dem von Christen organisierten Festival teilnehmen wollten. Aus wirtschaftlicher Sicht lässt sich sagen, dass die Menschen aufgrund der schlechten sozioökonomischen Situation der Region ihre Freizeit nicht mit solchen Aktivitäten verbringen wollten. Die internationalen Kultur- und Kunstfestivals in Midyat werden jedoch jedes Jahr von der Verwaltung organisiert. Die Besucherzahlen auf dem Festival, von dem das zweite im Jahr 2019 stattfand, waren hoch und auch Besucher aus umliegenden Städten wurden verzeichnet. Der Zweck solcher Festivals ist es, die historischen, kulturellen, natürlichen und gastronomischen Elemente der gesamten Region als lokale und traditionelle Werte für den Tourismus zu nutzen. In diesem Zusammenhang lässt sich festhalten, dass die reiche Geschichte und die kulturellen Werte von Midyat ein wichtiges touristisches Potenzial haben. Dieses Festival ist eine wichtige Gelegenheit in Bezug auf die Förderung der historischen, kulturellen und künstlerischen Werte von Midyat auf nationaler und internationaler Ebene.

Das Internationale Midyat Kultur- und Kunstfestival steht dieses Jahr jedoch wegen der Pandemie Covid 19 nicht auf der Tagesordnung. Dies zeigt, dass Sicherheit und Epidemien wie Covid 19 eine Schlüsselrolle bei der Entwicklung des Tourismus spielen – sowohl im Untersuchungsgebiet als auch auf der ganzen Welt.

EMPIRISCHER TEIL

In den vorherigen Abschnitten wurden der theoretische Teil der Studie diskutiert und Produkte und Werte mit touristischem Potenzial im Untersuchungsgebiet detailliert vorgestellt. Darüber hinaus wurden statistische Informationen zur historischen, kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Dimension des Untersuchungsgebiets mit dem theoretischen Teil dargestellt. Insbesondere die Auswirkungen der Assyrer auf den Tourismussektor bilden das Hauptthema der Forschung. So konzentrierte sich die Forschung auf die kulturellen, historischen und folkloristischen Strukturen der in der Region Midyat lebenden Assyrer. Diese Strukturen, die touristische Potenzial haben, wurden durch Interviews erörtert. Als Methode wurde die qualitative Forschungsmethode verwendet. Es wurden vor allem Interviews mit Experten auf ihrem Gebiet geführt. Aufgrund der Covid-19-Pandemie wurden Interviews über das Internet durchgeführt. Diese Tatsache stellt ein großes Problem für die Studie dar, da Covid-19 die Möglichkeit der Feldforschung, Beobachtung und Umfragen mit Touristen einschränkt. Darüber hinaus sind wie auf der ganzen Welt die touristischen Aktivitäten im Untersuchungsgebiet stark eingeschränkt bzw. nicht verfügbar. An dieser Stelle wären akademische Studien zu Epidemien und Tourismus in der Welt vorzuschlagen.

4. DIE AUSWERTUNG DER INTERVIEWS

4.1 Wirkungen des Tourismus in Midyat auf Wirtschaft, Umwelt und Soziokultur

Es ist bekannt, dass der Tourismus die wirtschaftliche und soziokulturelle Entwicklung einer Region beeinflusst. Verstärkte touristische Aktivitäten vor allem in der Forschungsregion und verursachte dementsprechend einen Anstieg der Zahl der Touristen auch. In der Tat lässt es sagen, dass der Tourismus auch unter den gegenwärtigen Bedingungen einen hohen sozialen und wirtschaftlichen Einfluss hat. Daher betrifft der Tourismus viele Gebiete direkt oder indirekt. Mit der Entwicklung des Tourismus ermöglichte es die Entwicklung verschiedener Arten des Tourismus in der Region. Im theoretischen Teil der Studie wurden über diesem Thema detaillierte Informationen vorgestellt.

In diesem Abschnitt werden die wirtschaftlichen, ökologischen und soziokulturellen Auswirkungen des Tourismus untersucht. Den Teilnehmern wurde die Frage „Wie sehen Sie das wirtschaftliche und soziale Potenzial des Tourismus in der Stadt Midyat?“ gestellt. Die Antworten der Befragten auf diese Frage werden analysiert.

A.G, der Befragte und Vorsitzender der assyrischen Vereinigung ist, stellt mit den folgenden Aussagen fest, dass die Region ein großes touristisches Potenzial hat.

„Fast 4 Millionen Touristen kamen letztes Jahr nach Mardin, das ist also keine normale Zahl. Wenn die Touristen heute in die Region Tur Abdin/ nach Südosten kommen, kommen sie dank der Assyrer. Denn sie kommen, um das Erbe der Assyrer zu sehen. Und im Südosten gibt es außer der assyrischen Struktur keine anderen Strukturen/Gebäude. (...) Klöster, Brücken, Madrasas und Moscheen in der Region wurden von assyrischen Meistern gebaut. Sie sind alle assyrisches Erbe“ (Interview_8, Sayfa)²⁰.

Gabriyel Oktay Çilli (G), ein weiterer Befragter assyrischer Herkunft beantwortet die Frage wie folgt:

„Jetzt ist der Tourismus natürlich ein sehr wichtiger Faktor für Mardin und seine Region und wie Sie gesagt haben, gibt es sowohl wirtschaftliche als auch soziale Dimensionen vom Tourismus. Denn dank des Tourismus fragen sich die Menschen, wer die Assyrer sind und möchten Informationen über die Assyrer haben. Auf diese Weise (dank des Tourismus) haben die Menschen mehr Informationen über Assyrer erhalten. Das hat dazu geführt, dass unser Volk (Assyrer) bekannter wurde. Das ist natürlich eine gute Sache. Denn die Menschen, die in der Türkei leben, wissen nicht, wer Assyrer sind. In dieser Hinsicht halte ich es für wichtig, dass mit der Zunahme der Touristen unsere Kultur für die Menschen bekannter wird. (Interview_3, Sayfa)²¹

Es lässt sich sagen, dass abhängig vom Potenzial der Region die Zahl der Touristen in letzter Zeit stark zugenommen hat. Abhängig von der Zunahme der Touristenzahl kann gesagt werden, dass sich die soziokulturelle und wirtschaftliche Struktur der Region verändert hat. Besonders für die Gebäude/Strukturen/Werke, die den Assyrern gehören, zeigen Touristen ein großes Interesse. Dank des touristischen Potenzials der Region hat die Zahl der Touristen

²⁰Originaltext in der türkischen Sprache: Yani geçen yıl 4 milyona yakın turist gelmiş Mardin'e yani bu normal bir sayı değil bugün Tur Abdin bölgesine güney doğuya turist geliyor Süryanilerin sayesinde geliyor çünkü Süryanilerin bıraktığı mirası görmek için geliyor. Ve hiçbir güney doğu bölgesinde Süryani yapısı dışında yapı yok. (...) Manastırlar köprüler medreseler camiler hepsi Süryani ustalarındır. Süryani mirasıdır

²¹Originaltext in der türkischen Sprache: Şimdi şöyle Mardin ve bölgesi için tabi ki turizm çok önemli bir unsur ondan sonra hem dediğiniz gibi ekonomik boyutu hem de sosyal boyutu var çünkü turizm artık şey insanlar Süryanilerin kim olduğunu ne olduğunu merak ediyor ve Süryaniler hakkında bilgi sahibi olmak istiyor. Bir şekilde Türkiye de ve dış dünyada yaşayan insanların Süryaniler hakkında daha fazla bilgi edinmesine neden oldu yani bizim halkımızın daha çok tanınmasına neden oldu bu tabi ki güzel bir şey çünkü bu işle alakası olmayan Türkiye de normal bir vatandaşı yani Süryanilerle alakası olmayan süryaninin ne demek olduğunu , ne olduğunu falan bilmez o açıdan bizim için önemli bir giriş bence turistlerin artması ile kültürümüzün daha iyi tanınmasını insanlarımızın Süryanilerin daha iyi bilinmesi bizim için önemli yani iyi bir şekilde devam ediyor.

zugenommen, und dies hat dazu geführt, dass die Bedeutung der kulturellen Struktur der Region erkannt wurde.

T, eine weitere Befragte und Akademikerin an der Fakultät für Tourismus der Universität Mardin Artuklu ist, drückt ihre Meinungen wie folgt aus:

„Sowohl Mardin als auch Midyat sind Destinationen, die mit ihren kulturellen Werten seit langer Zeit Aufmerksamkeit erregen. Angesichts der steigenden Nachfrage in den letzten Jahren halte ich das soziale und wirtschaftliche Potenzial des Tourismus für recht hoch“ (Interview_9).²²

Ein weiterer Teilnehmer M. Hamdi Turgut, der ein Experte für Tourismusprojekte in der Region ist, meint folgendes:

„Das wirtschaftliche und soziale Potenzial des Tourismus in der Region ist sehr hoch. Da sich die vorhandenen historischen und kulturellen Sehenswürdigkeiten in der ganzen Stadt befinden, unterstützt dies direkt die allgemeine Wirtschaft der Stadt. In diesem Sinne können wir sehen, dass die Kaufkraft hoch ist. Übrigens kann ich sagen, dass sich das soziale Potenzial in der Stadt stark verbessert hat“ (Interview_4).²³

Der Wissenschaftler Lokman Toprak, der viele Artikel und Forschungen zum regionalen Tourismus an der Mardin Artuklu Universität verfasst hat, äußert er sich zu dieser Frage wie folgt:

“(…) Ehrlich gesagt, ist der wirtschaftliche und soziale Beitrag des Tourismus in die Region selbst unter den gegenwärtigen Bedingungen sehr hoch. Diesmal entwickeln sich in der Region verschiedene Arten von Tourismus (...).” (Interview_2).²⁴

Die Meinung aller Teilnehmer scheint sehr ähnlich. Es lässt sich sagen, dass diese Frage, die auch eng mit der Forschungsfrage der Studie zusammenhängt, ein großes touristisches Potenzial in der Region hat und einen positiven Beitrag zur wirtschaftlichen und sozialen

²²Originaltext in der türkischen Sprache: Hem Mardin hem de Midyat sahip olduğu kültürel değerlerle uzun süredir ilgi çeken destinasyonlardan bir tanesidir. Son yıllarda da artan talep göz önünde bulundurulduğunda turizmin sosyal ve ekonomik potansiyelinin oldukça fazla olduğunu düşünmekteyim.

²³Originaltext in der türkischen Sprache: Bölgede ki turizmin ekonomik ve sosyal potansiyeli oldukça yüksek konumda. Var olan tarihi ve kültürel gezi noktaları şehrin dört bir yanında olduğundan dolayı direkt şehir ekonomisinin geneline destek vermektedir. Bu anlamda alım gücünün yüksek olduğunu görebiliyoruz. Sosyal potansiyelde de ise genel anlamda büyük bir gelişme sağlandı diyebilirim.

²⁴Originaltext in der türkischen Sprache: (...) geleceğe yönelik aslında doğrusunu isterseniz mevcut koşullarda bile turizmin bölgeye ekonomik ve sosyal anlamda girdisi yani etkisi çok fazla bu sefer çeşitli turizm türleri gelişiyor bölgede (...).

Entwicklung der Stadt leisten wird, wenn dieses Potenzial genutzt wird. Die Meinungen anderer Teilnehmer sind wichtig für die Tiefe des Problems.

Murat Küçük, Wissenschaftler auf dem Gebiet der Soziologie an der Universität Mardin Artuklu und Veröffentlicher von Studien in Bezug auf die Region, beantwortet die Frage folgendermaßen.

„Der Tourismus hat eine Seite, die neben dem Wirtschafts-, Produktions- und Dienstleistungssektor auch die anderen Sektoren versorgt. (...) Dies führt zu einer ernsthaften räumlichen Verwandlung, natürlich verändert es auch die Demographie hier (...)“ (Interview_5).²⁵

Es lässt sich sagen, dass der Tourismus andere Geschäftsbereiche direkt und indirekt betrifft, weil er einen wirtschaftlichen Beschäftigungseffekt hat. Durch die Bereitstellung dieser Beschäftigung birgt sich jedoch ein großer soziokultureller Wandel in der Region. Der Befragte M.K erklärt diese Änderung wie folgt.

„In der Tat prägt diese Verwandlung den Tourismus auf ernste Weise . Räume ändern sich entsprechend, viele Häuser werden restauriert. Warum? um ein Hotel bauen zu können? Es gab viele Hotels in der Stadt, im alten Mardin werden Restaurants und Cafés gebaut. Orte wie Bekleidungsgeschäfte und Lebensmittelgeschäfte werden zu Geschäften, in denen Geschenkartikel, Seifen-, Nüsse usw. verkauft werden, umgewandelt“ (Interview_5).²⁶

Mit der Entwicklung des Tourismus ändert sich die wirtschaftliche und soziokulturelle Struktur in den Städten. Insbesondere in Städten mit hohem Potenzial im Bereich Tourismus hat die bestehende soziokulturelle Struktur den Tourismus entsprechend geprägt. Neben der soziokulturellen Struktur verändern sich auch die wirtschaftlichen Beziehungen der Menschen. Untersucht man die wirtschaftliche und soziokulturelle Entwicklung der Region Midyat in den letzten 10 Jahren, ist diese Veränderung und Verwandlung deutlich zu erkennen. Wie der Befragte M.K. oben betont hat, scheinen sich viele Geschäfte in der Region zu Geschäften wie Cafés, Restaurants, Souvenir-, Seifen- und Nussgeschäften zu verwandeln. Es lässt sich sogar

²⁵Originaltext in der türkischen Sprache: Ekonomik sektör olarak üretim alanı olarak , hizmet sektörü olarak çünkü bir sürü başka sektörde besleyen bir tarafı var. (...) Bu ciddi bir mekânsal dönüşümde yaratıyor tabi ki buradaki demografiyide değiştiriyor (...).

²⁶Originaltext in der türkischen Sprache: Aslında ciddi bir şekilde turizmin etrafında şekilleniyor mekanlar buna göre değişiyor birçok ev restore ediliyor. Neden? Otel yapabilmek için. Birçok otel oldu şehrin içinde eski mardin de ya da restaurant yapılıyor, kafe yapılıyor diyelim ki konfeksiyon dükkânı bakkal gibi yerler hediyelik eşya, sabun kuruyemiş, gibi gibi eşyaların satıldığı dükkanlara dönüşüyor.

sagen, dass in den letzten 10 Jahren viele Hotels in der Stadt gebaut wurden und die Bettenkapazitäten alter Hotels gestiegen sind.

M.K fährt fort: *„Es hat auch Auswirkungen auf die Umwelt. Ich denke, die Häuser werden einerseits restauriert, andererseits aber die Umweltverschmutzung erhöht. Ich sehe, dass sich die Empfindlichkeit, wie die Verwendung von Reinigungsquellen, nicht wesentlich verbessert hat“* (Interview_5, Sayfa).²⁷

Im ökologischen Sinne gibt es positive und negative Auswirkungen. Insbesondere die Lokalverwaltungen müssen ihre Verantwortung im Umweltbereich erfüllen. Umweltvorschriften sollten von der Lokalverwaltungen bei der Wiederherstellung der Stadt nicht vernachlässigt werden.

Basierend auf den Ergebnissen der Forschung ist zu erkennen, dass die positive Wahrnehmung des Tourismus durch die lokale Bevölkerung einen signifikanten Einfluss auf das Verhalten der lokalen Bevölkerung zur Unterstützung des Tourismus hat. Es lässt sich sagen, dass vor allem in jüngerer Zeit die Lokalverwaltung und Tourismusakteure in der Region Projekte ins Leben gerufen haben, um die Perspektive der lokalen Bevölkerung auf den Tourismus positiv zu beeinflussen und Bewusstsein zu schaffen. Als Beispiel für dieses Bewusstsein können neue touristische Gebiete (Restaurants, Hotels, Sportplätze, Cafés, Parks usw.) und die Restaurationsarbeiten bestehender historischer Werte genannt werden. Es ist bekannt, dass dieses Bewusstsein in den letzten 15 Jahren stark zugenommen hat (Abbildung 3). Ein weiteres konkretes Beispiel ist der enorme Anstieg der Zahl der Touristen, die die Destination in den letzten Jahren besuchen. Es ist bekannt, dass die Zahl der Touristen, die die Destination im Jahr 2019 besuchen, 4 Millionen beträgt (Dicle Haber Ajansı-Turizm, 2019). Im Falle einer Zunahme der Touristenzahl in einem touristischen Gebiet können zwei wichtige Situationen genannt werden: Die erste ist, dass die Lokal Bevölkerung soziokulturell negativ beeinflusst wird. Denn mit der Zunahme der Touristenzahl kann sich die demografische Struktur der Region ändern und mit der Ankunft von Saisonarbeitern in einem Gebiet, das viel von Touristen besucht wird, kann diese Zahl noch weiter zunehmen. Durch diese „Fremdbestimmung und Abhängigkeit von Außen“ können soziokulturelle Spannungen in den touristischen Regionen entstehen (Vgl. Steinecke, 2011, S.104). Dies kann die Lokalbevölkerung in soziologischer, wirtschaftlicher, kultureller und psychologischer Hinsicht negativ beeinflussen. Mit Zunahme

²⁷Originaltext in der türkischen Sprache: Çevresel anlamındaki etkisi de bence bir yandan restore ediliyor evler ama öte yandan da kirliliği artırıyor temizlik kaynaklarının kullanımı gibi hassasiyetin çok gelişmediğini ben görüyorum.

der Touristenzahlen kann sich die Lokalbevölkerung, aufgrund der negativen Auswirkungen auf ihren Lebensstil, unwohl fühlen.

Das andere Situation ist, dass das touristische Gebiet und die lokale Bevölkerung wirtschaftlich positiv beeinflusst werden. Die Zunahme der Zahl der in ein bestimmtes Gebiet reisenden Touristen, wird automatisch den Bedarf an neuen Unterkünften, Lebensmittel- und Getränkeeinrichtungen, Einkaufsgebieten und anderen Infrastruktursektoren erhöhen. Der Privatsektor (Investoren) und die Regierung sollen für diese Aktivitäten neue Investitionen tätigen. Denn die wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus sind nicht nur im Tourismussektor wirksam, sondern auch in anderen Sektoren. Also Investitionen für den Tourismussektor tragen wirtschaftlich zu anderen Sektoren bei. Dies zeigt deutlich, dass der Tourismus ein einheitliches Merkmal hat: Der Bau eines neuen Hotels gemäß den touristischen Bedürfnissen beispielsweise erfordert neue Arbeitsplätze und Zusammenarbeit in anderen Sektoren. Ein weiteres Beispiel ist, dass Hotel- und Restaurantbetreiber von Großhändlern oder Herstellern kaufen, um Lebensmittel- und Getränkebedarf zu decken. Hingegen werden Großhändler oder Hersteller auch von Landwirten kaufen. So trägt in dieser Hinsicht der Tourismus zur Wirtschaft der Region direkt und indirekt bei.

Aufgrund der Zunahme der Zahl der Touristen in der Region kann die Zunahme der Aktivitäten oder Projekte zur Deckung der touristischen Bedürfnisse in der Region und die Auswirkung dieser Aktivitäten auf das Verhalten der Lokalbevölkerung durch die Theorie des sozialen Wandels erklärt werden. Denn wenn gemäß der Theorie des sozialen Wandels angenommen wird, dass die Lokalbevölkerung vom Tourismus profitiert, sollte diese den Tourismus bezüglich seiner Entwicklung stärker unterstützen. Aus diesem Grund können die aus den Forschungsergebnissen gewonnenen Erkenntnisse die Ansicht stützen, dass die lokale Bevölkerung einen wichtigen Platz in der Entwicklung des Tourismus einnimmt. Damit sich der Tourismus in der Region entwickeln kann, muss die Lokalbevölkerung zunächst mit dem Tourismusphänomen versöhnt bzw. adaptiv sein. In diesem Sinne ist das Forschungsgebiet aufgrund seiner kulturellen und ethnischen Struktur eine beliebte Destination und es ist bekannt, dass im Forschungsgebiet eine tolerante Atmosphäre herrscht. Diese kulturellen und sozialen Merkmale spielen eine wichtige Rolle bei der Gestaltung des Verhaltens der Lokalbevölkerung. Denn in den Tourismusedwicklungsplänen ist die Haltung und Bewertung der Ansichten der Bevölkerung zum Tourismus durch die lokalen Regierungen der erste Schritt, der den Erfolg des Plans sicherstellen wird. Nach den Analyseergebnissen der Interviews lässt sich sagen, dass die Lokalbevölkerung denkt, dass sich das Phänomen des Tourismus positiv auf die Region auswirkt und aus diesem Grund die Lokalbevölkerung den Tourismus stärker unterstützt. Diese

Veränderungen und Entwicklungen im Verhalten der Lokalbevölkerung wirken sich auf die soziale, wirtschaftliche und kulturelle Struktur des Forschungsgebiets aus. In der Tat zeigen alle Statistiken dies.

4.2 Das Image der Region Midyat aus der Sicht in- und ausländischer Touristen

Da die Region eine große historische und kulturelle Struktur hat, ist das Image der Touristen in Bezug auf die Region im Allgemeinen positiv. Die Region hat jedoch eine einzigartige kulturelle Struktur. Diese kulturelle Struktur weckt bei Touristen große Neugier. Mit diesem Gefühl der Neugier möchten Touristen die Region mit dem in ihren Köpfen existierenden Image. Bei diesem Besuch begegnen sich die Kulturen von Reisenden und Bereisten. Infolge dieser Begegnung können aufgrund des Images und der kulturellen Unterschiede zwischen Reisenden und Bereisten Konflikte oder Synergien entstehen. Es gibt hier eine Interaktion zwischen Reisenden und Bereisten. Zusätzlich zu den Kommunikationsproblemen, Missverständnissen und anderen Problemen im Rahmen dieser Interaktion, gilt es einer Situation mit unterschiedlichem kulturellem Reichtum im positiven Sinne zu begegnen. Auf der Grundlage dieser Interaktion spielt der Tourismus eine aktive Rolle. Denn er spielt auch eine positive oder negative Rolle bei der Gestaltung oder Bestimmung des Images der Region, Stadt oder des Raums in diesen kulturellen Begegnungen. Die Tourismussoziologen Kiefl und Bachleitner weisen ebenfalls auf positive Effekte sowie negative Situationen bei interkulturellen Begegnungen durch den Tourismus hin. Die Art der Begegnungen, situationsbedingten Konditionen, Eigenschaften und Kultur der Begegnungsakteure, sowie wissenschaftliche Kulturmodelle spielen in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle (Vgl. Kiefl und Bachleitner 2005, S. 16).

Die Gedanken des Befragten T über das Image der Einheimischen in Bezug auf Touristen sind zu betonen:

"Ich glaube nicht, dass es Unruhe oder Intoleranz gibt. Im Gegenteil, ich kann sagen, dass die meisten Handwerker den Besuchern gegenüber einer sehr positiven Einstellung haben, wenn man bedenkt, dass der Tourismus für die Handwerker ihre Einnahmequelle ist. Dennoch denke ich, dass als Tourismusstadt (Midyat) vor allem Handwerker mehr über die Kommunikation mit den Besuchern informiert werden sollten. Aufgrund der Tatsache, dass viele Touristen aus unterschiedlichen Kulturen stammen, können von Zeit zu Zeit Missverständnisse zwischen Einheimischen und Touristen auftreten. Auch Kommunikationsprobleme können zwischen

Einheimischen und ausländischen Touristen auftreten. Wir können solche Situationen von Zeit zu Zeit als Ergebnis der Interaktion verschiedener Kulturen beobachten (Interview_9)“²⁸.

Der Tourismus spielt eine wichtige Rolle bei der Bildung des Images der Region, der Stadt oder des Raumes. Psychoökonomische und sozioökonomische Faktoren beeinflussen das Image von Touristen und Einheimischen bei der Bildung dieses Images im Kontext des Tourismus. Freyer drückt auf diese Weise seine Gedanken zu diesem Thema aus. Im Falle der Interaktion der Touristen bringt nicht nur die Kultur der Bereisten oder Reisenden den gegenseitigen Kontakt mit sich. Denn die Ausgangspositionen von Reisenden und Bereisten können sich in Bezug auf soziokulturelle und physische Faktoren unterscheiden. Der Grund ist, dass es Freizeitaktivitäten im Hintergrund von Reisenden in interkulturellen Begegnungen gibt. Ebenso gibt es die Alltagssituation im Hintergrund der lokalen Bevölkerung (Bereisten) in interkultureller Begegnung. Laut Ursula ist die Beziehung zwischen den Reisenden und Bereisten psycho-ökonomisch und wird durch mehrere Faktoren geprägt. Es gibt bestimmte Vorstellungen, Erwartungen, Anforderungen, Gedanken, Kontaktwünsche und Fähigkeiten, soziale Distanz, Gastfreundschaft, Wünsche – sowohl von Reisenden als auch von Bereisten (Wilhelm, 1993). Infolgedessen stellt Freyer fest, dass interkulturelle Begegnungen im Tourismus im Gegensatz zu anderen interkulturellen Begegnungen eine entspannte Atmosphäre bieten (Freyer W., 2011).

Der Befragte G.B., assyrischer Herkunft, tätigt eine wichtige Äußerung zur kulturellen Struktur der Region:

„Zum Beispiel ist Mardin heute kein Urfa. Da Mardin/ Midyat eine multikulturelle Stadt ist, nahmen sie ausländische Touristen, die in die Stadt reisen, auf die gleiche Weise auf. Natürlich hatten die Einheimischen zunächst Schwierigkeiten, verschiedene Kulturen kennenzulernen oder diesen zu begegnen, aber dieser Prozess wurde einfacher, als sie erkannten, dass die Touristen wirtschaftlich profitierten. Das gilt sowohl für Mardin als auch für Midyat. Aber natürlich hatten andere Städte Schwierigkeiten, weil sie keine multikulturelle Struktur hatten. Also sie hatten Schwierigkeiten, Touristen aus verschiedenen Kulturen zu begegnen, und haben

²⁸ Originaltext in der türkischen Sprache: Huzursuzluk ya da hoşgörüsüzlük olduğunu düşünüyorum. Tam aksine artık esnafın çoğunun geçim kaynağının turizm olduğu düşünülürse gelen ziyaretçilere karşı oldukça olumlu bir tutum sergilendiğini söyleyebilirim. Yine de bir turizm kenti olarak ziyaretçilerle olan iletişim konusunda özellikle esnafın daha çok bilgilendirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Ayrıca birçok turistin farklı kültürden olmasından dolayı zaman zaman yerli halkla turistler arasında yanlış anlaşılmalarda meydana gelebilmektedir. Diğer taraftan yerli halkla Yabancı turistlerle arasında iletişim sorunları ortaya çıkabilmektedir. Farklı kültürlerin etkileşimi sonucu bu tür durumlara zaman zaman şahit olabiliyoruz.

immer noch Schwierigkeiten. Aber natürlich hat Mardin dieses Problem bereits überwunden (Interview_3)“²⁹.

Dank der kulturellen Vielfalt, die in Midyat im Vergleich zu anderen Regionen besteht, bietet es einen Vorteil in der Einstellung oder beim Verhalten der Einheimischen gegenüber Touristen. Dieser Vorteil spiegelt sich positiv auch in den Vergleichen zwischen Einheimischen und Touristen wider. In diesem Zusammenhang äußert die Befragte T ihre Meinung zu den soziokulturellen und wirtschaftlichen Situationen bei der Begegnung zwischen Touristen und Einheimischen wie folgt:

“Ich denke, dass die Menschen in der Region bereits sehr gastfreundlich sind. Daher wirkt sich diese Situation positiv auf den Tourismus aus. Ich sehe, dass die Einstellungen und Verhaltensweisen der Lokalbevölkerung, sowohl sozial als auch kulturell, gegenüber den ankommenden Besuchern in diesem Sinne erfreulich sind und sie aktiv versuchen, ihr Bestes zu geben. Es ist möglich, das Verhalten und die Einstellung der ankommenden Besucher und den positiven Beitrag der Lokalbevölkerung zum Tourismus zu verstehen. Soziokulturelle und sozioökonomische Werte stehen hinter den Begegnungen von Touristen und Einheimischen im Kontext des Tourismus. Während die Touristen ihre Freizeit reisend verbringen wollen, sind die wirtschaftlichen Bedingungen für die Lokalevölkerung wichtig. Da solche Wünsche, Erwartungen und Bedürfnisse wichtig bei der Begegnung der Lokalbevölkerung mit den Touristen sind, entsteht für beide Akteure eine positive Atmosphäre oder Begegnung (Interview_9)“³⁰.

Ein weiterer wichtiger Faktor bei der Gestaltung des Images von Goffmann, ist die Selbstinszenierung der Menschen. Nach diesem Modell tragen sowohl Touristen als auch die Lokalbevölkerung unterschiedliche Masken bei interkulturellen Begegnungen im Tourismus.

²⁹ Originaltext in der türkischen Sprache: Mesala bugün Mardin bir Urfa değildir. Çünkü çok kültürlü bir şehir olduğu için gelen yabancı turistleri de aynı şekilde kabullenmişlerdir tabi başlarda bir zorlama oldu ama kabullenmeleri işte bunu bir şekilde paraya çevirmeleri ondan sonra işte turizm getirilerinden haberdar olduktan sonra daha da kolay bu süreç bitmiştir Mardin ve Midyat için söylüyorum. Ama tabiki diğer şehirler zorlanmıştır çünkü çok kültürlü bir yapıya sahip olmadıkları için o girişimlere zorlanmıştır halada zorlanıyor tabi ama Mardin bu konuyu çoktan atlatmıştır.

³⁰Originaltext in der türkischen Sprache: Yöredeki insanların zaten oldukça misafirperver olduğunu düşünmekteyim. Dolayısıyla bu durum da turizmi olumlu yönde etkilemektedir. Gelen ziyaretçilere karşı yerel halkın hem sosyal hem de kültürel anlamdaki tutum ve davranışları bu anlamda sevindirici olmakla birlikte aktif olarak da ellerinden geleni yapmaya çalıştıklarını görmekteyim. Gelen ziyaretçilerin geri dönütlerinden de yerel halkın turizme olan olumlu katkılarını anlamak mümkündür. Hem turistlerin hem de yerli halkın turizm bağlamında karşılımlarının arkasında ise sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik değerler söz konusudur. Turistler için boş zamanlarını değerlendirme durumları söz konusuysa, yerli halk için ise ekonomik koşullar önem tasımaktadır. Bu tür istek, dilek, beklenti ve ihtiyaçların yerli halk ve turist karşılımlarında önem taşıdığından dolayı her iki aktör için olumlu bir hava veya karşılıma ortaya çıkmaktadır.

Insbesondere diejenigen, die im Tourismussektor tätig sind, spielen hier unterschiedliche Rollen. Zum Beispiel: eine Person, die als Kellner in einem Hotel arbeitet, hat eine andere Interaktion mit ihrem sozialen Umfeld und den Touristen im täglichen Leben. Hier trägt der Kellner eine Maske und versucht, ein anderes Bild/Image zu haben, als es normal aussieht. Unter diesem Verhalten geht es um psychoökonomische Effekte. Aus diesem Grund herrscht ein gekünsteltes Benehmen in den Begegnungen im Dienstleistungsumfeld des Tourismus zwischen Reisenden und Bereisten (Mitarbeitern) auf der Vorderbühne (Vester, 1999). Darüber hinaus erschwert die Tatsache, dass die Interaktion auf Reisende und Hotelpersonal beschränkt ist, eine natürliche und effektive interkulturelle Begegnung mit der lokalen Bevölkerung. Denn interkulturelle Begegnungen innerhalb der Dienstkultur sind einerseits durch Vorurteile und Stereotypen sowie andererseits durch Neugier und gegenseitigen Nutzen gekennzeichnet (Luger K., 2007). Laut Bolten (2011) basieren das Bild anderer auf der Beziehung, die eine Person von sich zu einer anderen herstellt. Laut Sundermeier (1996) ist der Aufbau aktiver Beziehungen zu Menschen aus anderen Kulturen für das gegenseitige Verständnis von entscheidender Bedeutung. Er betont auch, dass das gegenseitige Verständnis bei kulturellen Begegnungen manchmal durch negative Einstellungen und Aspekte wie Stereotypen, Vorurteile und Fremdenfeindlichkeit beeinträchtigt wird. Solche äußere Wahrnehmungsmuster formen und beeinflussen Realitätserfahrungen und damit Kommunikationserfahrungen mit Menschen aus anderen Kulturen. Die Aussagen der nachstehenden Befragten zu diesen Stereotypen und Vorurteilen werden als Beispiele angeführt.

Marketing im Tourismus hat strategische Werte, die das Image der Destination widerspiegeln. Also das Image der Destination hat eine wichtige Stellung im Tourismussektor. Aufgrund der Tatsache, dass der Tourismus über bestimmte Ziele stattfindet, wird auch dem Image der Destination Bedeutung beigemessen. Daher hat das Image der Stadt eine sehr wichtige Stellung im Destination Marketing. Das Verständnis der wichtigen Merkmale des Stadtbildes bei den Reiseentscheidungen der Besucher ist wichtig für die Vermarktung der Destination. Das Image fungiert als wirksamer Faktor bei der Erkennung aller Faktoren (Produkt, Dienstleistung, Stadt, Land usw.), die im Bereich Marketing berücksichtigt werden können, und bei der Schaffung Wettbewerbsvorteile auf dem Markt haben. An diesem Punkt werden Faktoren wie die Schaffung eines Stadtbildes mit einem hohen Wert in den Köpfen der Stadtbewohner, die Steigerung der wahrgenommenen Qualität gegenüber der Stadt und die Gewinnung neuer Einwohner für die Stadt sehr effektiv sein (Pekyaman, 2008). Daher kann das Image der Destination auch als das Image definiert werden, das ein bestimmter Touristenmarkt über das Reiseziel wahrnimmt. Für Destinationsvermarkter ist die richtige Wahrnehmung dieses Images

ebenso wichtig wie die Wahrnehmung der Verbraucher. Wichtig ist, dass die richtigen Nachrichten vom Management für Destinations-Marketing an die Touristen übermittelt werden. Um zu verstehen, ob das Image der Region Midyat durch diese Nachrichten den Touristen korrekt vermittelt wurde, wurde den Befragten diese Frage gestellt.

Wie wird das Innen- und Außenimage der Region Midyat von Touristen wahrgenommen? Was ist der Unterschied zwischen der Wahrnehmung der Touristen vor der Entscheidung für die Destination und nach dem Besuch der Destination?

Der Bürgermeister von Midyat Veysi Şahin beantwortet die Frage wie folgt.

„Vor dem Besuch unserer Region lässt sich sagen, dass das Bild der Touristen von Midyat in Fernsehserien und Filmen sowie allgemeinen kulturellen Informationen besteht. Es wird jedoch beobachtet, dass die Touristen, nachdem sie unsere Region besuchen, anfangen zu denken, dass es eine Region ist, die angesichts der Landschaft, die sie sehen, ein Vorbild für die Welt sein kann. Denn unser Midyat, das wir „das Land der Religionen und Sprachen“ nennen, führt ein Leben, das sowohl mit seiner Geschichte als auch mit dem Zusammenleben verschiedener Kulturen beispielhaft sein kann“ (Interview_1)³¹.

Es geht um eine Veränderung zwischen den Wahrnehmungen der Touristen vor und nach dem Besuch der Region und diese Veränderung wird allgemein als positiv verstanden. Insbesondere die multikulturelle Struktur, die religiöse Struktur und die Toleranz der Lokalbevölkerung verändern das Image/ die Wahrnehmung der Touristen positiv.

Der anderer Befragter L.T drückt seine Meinung auf diese Frage wie folgt aus:

„Meiner Meinung nach gibt es einen Unterschied. In diesem Zusammenhang haben wir Studien, für die wir von Zeit zu Zeit Umfragen in der Region Mardin und Midyat durchführen. Wir lassen unsere Studien von unseren Studenten und wissenschaftlichen Mitarbeitern durchführen. Bevor die Touristen kommen, haben sie Vorurteile. Die Touristen schätzen, dass die Leute unhöflich, ungebildet usw. sind; es gibt also Vorurteile über die Region und ein schlechtes Image zu dieser. (...) Im Vergleich zu anderen Städten im Südosten denken die Menschen jedoch wahrscheinlich positiver über Mardin. Wenn Sie Mardin mit Städten wie Diyarbakir in der Region vergleichen, ist das Image Mardins bzw. Midyats viel besser als in anderen Städten, aber es ist jedoch schlecht, wenn Sie die Region mit anderen Städten der

³¹Originaltext in der türkischen Sprache: Bölgemizi ziyaret etmeden önce turistlerin Midyat hakkında ki imajı genellikle bu bölge de çekilen diziler ve filmler den gördükleri ile genel kültür bilgilerinden ibaret olduğu söylenebilir. Fakat bölgemize geldikten sonra gördükleri manzara karşısında dünyaya örnek olabilecek bir bölge olduğunu düşünmeye başladıkları gözlemlenmektedir. Çünkü, ‘dinler ve diller diyarı’ olarak adlandırdığımız Midyat’ımız hem tarihi ile, hem de farklı kültürlerin bir arada yaşaması ile örnek olabilecek bir yaşam sürmektedir.

Türkei vergleichen. Nehmen wir also an, wenn Sie Nevşehir oder Mardin mit ähnlichen Strukturen anbieten, wird sich der Tourist, auch, wenn er vorher nicht oft in Nevşehir war, definitiv für Nevşehir und nicht für Mardin entscheiden. Die Priorität ist Nevşehir, aber wenn er mehrmals in Nevşehir war, sagt er: „Lass uns dies mal nach Mardin gehen“. In diesem Sinne ist das Image von Mardin jedoch besser als in anderen Provinzen des Südostens“ (Interview_2)³².

Der Befragte L.T spricht das gleiche Problem an wie der Bürgermeister. Laut ihm lässt sich sagen, dass die Touristen mit einer gewissen Voreingenommenheit kamen, bevor sie in die Region kamen. Die Wahrnehmung von Mardin/ Midyat besagt jedoch, dass es positiver ist als andere Städte in der Region Südostanatolien.

Der Befragte G drückt seine Meinung wie folgt aus:

„Die Touristen, die nach Mardin kommen, kommen mit Vorurteilen. Denn der Westen (Menschen, die in der westlichen Türkei leben) hat Vorurteile. Aufgrund politischer Fehler wurde diese Region anders und falsch eingeführt. Die Tatsache, dass ein Tourist, der kein Wissen hat, hierherkommt, lässt ihn anders denken. Ich frage mich, ob mir etwas Schlimmes passieren kann oder was für ein Ort es ist, etc. Denn wenn Menschen reisen, sollten sie kein Fragezeichen im Kopf haben. Zum Beispiel wird der Tourismus im kleinsten negativen Aspekt viel beeinflusst. Denn die Menschen kommen, um sich zu erholen. Sie möchten keine Probleme haben. Aber nachdem sie hierhergekommen sind, sind ihre Vorurteile verschwunden und sie fühlen sich anders und diejenigen, die nach Mardin kommen und diese Orte besuchen, haben definitiv den Gefühlseindruck, dass sie nochmals hierhin kommen sollten., (Interview_3)³³

³²Originaltext in der türkischen Sprache: Bence var, buna yönelik bizim çalışmalarımız var bölgede Mardin de Midyat'ta da anketler zaman zaman yapıyoruz. Öğrencilerimize, araştırma görevlilerimize yaptırıyoruz çalışmalarımızı dolayısıyla gelmeden öncede bir ön yargı var. Yani insanların kaba, konuşmasını bilmeyen, özellikle insanlara da söylüyorum hizmeti bulduklarından da düşük düzeyde tahmin ediyorlar. Bölge ile ilgili bir ön yargı var, bir kötü imaj var. (...) Mardin hakkında insanlar yine de Güneydoğunun geneline göre daha pozitif düşünebiliyorlar. Yani Diyarbakır ile karşılaştırdığımız zaman Mardin'in Midyat'ın imajı Güneydoğunun diğer illeri Diyarbakır başta olmak üzere çok daha iyi ama ona rağmen bölgeni diğer illeri ile karşılaştırdığımızda kötü yani diyelim ki benzer yapılara sahip Nevşehir mi Mardin mi diye adamın önüne koyduğunuzda eğer adam daha önce defalarca Nevşehir'e gitmemişse kesinlikle Nevşehir diyor, Mardin demiyor, öncelik Nevşehir Mardin ancak Nevşehir'e gitmişse birkaç kez hadi üçüncü kez de Mardin'e gidelim diyor. Ama ona rağmen Mardin'in imajı Güneydoğunun diğer illerinden daha iyidir, bu anlamda.

³³Originaltext in der türkischen Sprache: “Mardin ‘e gelen turist başta önyargılarla geliyor. Çünkü batının önyargıları var buraya karşı. Politik hatalar yüzünden devamlı bu bölge farklı tanıtılmıştır yanlış tanıtılmıştır. O yüzden hiçbir bilgisi olmayan bir turistin buraya gelmesi işte daha farklı düşündürüyor. Acaba başıma bir iş gelebilir mi? Acaba nasıl bir yer orası vs... çünkü insanlar seyahat etikleri zaman kafalarında soru işareti olmaması gerekiyor. Mesela en ufak olumsuz bir yönü yani turizm çok ekiliyor. Çünkü insanlar rahatlanmak için geliyorlar bir sorun yaşamak için gelmiyorlar işin açıkçası. Ama buraya geldikten sonra o önyargıları kırılıyor ve daha farklı hissediyorlar ve Mardin gelip buraları gezenler de mutlaka bir intibah oluyor tekrar gelmeliyim diye”.

Es gibt Vorurteile bei den Touristen aufgrund der politischen und sicherheitspolitischen Probleme der Region. Sicherheit und Gesundheit sind die sensibelsten Aspekte des Tourismus. (Im theoretischen Teil der Studie ist die Beziehung der Maslow-Pyramide zum Tourismus zu sehen). In diesem Sinne können die politischen und sicherheitspolitischen Probleme der Region den Tourismus von Zeit zu Zeit sehr stark beeinträchtigen. Wenn dieses Problem vollständig verschwindet, lässt sich behaupten, dass die Besucherzahl in der Region stark zunehmen wird. Denn die Wahrnehmung der Touristen nach dem Besuch der Region scheint sich positiv zu verändern.

Ein weiteres Beispiel eines anderen Befragten T lautet wie folgt:

„Innenbild: Ich bezeuge, dass es viele Besucher gibt, die der Meinung sind, dass sie aufgrund meines Berufs wieder zu Besuch kommen sollten. Besucher, die sagten, dass sie zu Beginn voreingenommen waren, geben an, dass ihre anfangs negativen Gedanken nach einem Besuch in die Region hinfällig geworden sind.

Daher kann ich sagen, dass das Image der Region auf dem Inlandsreiseverkehrsmarkt unterschiedlich ist, wenn es vor und nach dem Besuch bewertet wird, aber mit den Auswirkungen der Werbungen immer noch ein positives Image aufweist.

Außenbild: Ich denke, das Außenbild ist genauso positiv wie das Innenbild. Ich kann nur sagen, dass Sicherheitsbedenken das externe Image negativ beeinflussen“ (Interview_9)³⁴.

M.A. drückt das Image der Touristen über der Region wie folgt aus.

„(...) Touristen kommen mit Vorurteilen hierher. Nach ihrer Ankunft vergessen sie diese Vorurteile in ganz wesentlichem Maße. Wir können sagen, dass sie sehr glücklich sind, wenn sie wieder abreisen. Dies habe ich selbst von besonders vielen Leuten gehört. Mit anderen Worten, es ist sehr interessant und schön zu sehen, dass verschiedene ethische Gruppen in Frieden und Harmonie zusammenleben“ (Interview_7, Sayfa)³⁵.

³⁴Originaltext in der türkischen Sprache: İç İmaj: Tekrar ziyaret edilmesi gerektiğini düşünen çok sayıda ziyaretçi olduğuna mesleğim sebebiyle yakından tanıklık etmekteyim. Başlarda ön yargıyla geldiklerini söyleyen ziyaretçiler bölgeyi gezdikten sonra düşüncelerinin anlamsız olduğunu belirtmektedirler. Dolayısıyla iç turizm pazarında bölge imajının ziyaret öncesi ve sonrası olarak değerlendirildiğinde farklı olduğunu ancak yine de yapılan tanıtımların da etkisiyle büyük ölçüde olumlu bir imajının olduğunu söyleyebilirim.

Dış İmaj: Dış imajının da iç imaj gibi olumlu olduğunu düşünüyorum. Sadece güvenlik kaygılarının dış imajı olumsuz yönde etkilediğini söyleyebilirim.

³⁵Originaltext in der türkischen Sprache: (...) Önyargıyla buraya geliyorlar. Buraya geldikten sonra o önyargıları çok önemi ölçüde kalıyor. Buradan çok memnun kalarak buradan gittiklerini söyleyebiliriz. Özellikle hani pek çok kişiden bizzat kendim duydum. Yani bu kadar farklı milletlerdeki etik unsurların bir arada huzur ve barış içerisinde yaşamaları onlara çok ilginç ve güzel geliyor.

Das Image der Touristen vor dem Besuch der Region wird allgemein als negativ angesehen. Es lässt sich sagen, dass sie mit einer gewissen Voreingenommenheit kamen. Bei der Bildung dieser Vorurteile können viele Faktoren erwähnt werden. Diese Vorurteile rühren von Politik, Sicherheit und Werbung. Insbesondere die in den letzten Jahren in der Region gedrehten Serien wirken sich negativ auf das Image der Touristen aus, weil die Region durch die Filme sehr falsch dargestellt wird. Es scheint einen großen Unterschied zwischen Filmen und den Realitäten der Region zu geben. Die Filme haben jedoch auch einen positiven Aspekt im Werbepunkt. Die kulturelle und historische Struktur der Stadt tritt durch Filme in den Vordergrund und dies erhöht die Neugier der Besucher, die in die Region reisen. Vor- und Nachteil der Filme und Serien werden unten im Detail erläutert. Daher kann gesagt werden, dass das Image der Region unterschiedlich ist, wenn es vor und nach dem Besuch der Touristen in die Region bewertet wird; es hat sich jedoch mit dem Effekt der Werbungen und Tätigkeiten zu einem positiven Image verwandelt. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Touristen gewisse Vorurteil haben, aber diese Vorurteile ändern sich nach dem Besuch der Region positiv. Der Befragte M.K bewertet das Image der Region durch weitere TV-Serien und Filme. Er beantwortet die gestellte Frage folgendermaßen.

„Es gibt Tätigkeiten zur Veränderung des Negativimages in der Region durch Fernsehprogramme und Serien (Interview_5)“³⁶.

Der Befragte M.A drückt seine Idee dazu wie diese Tätigkeiten sind und was in den letzten 20 Jahren getan wurde und welche Auswirkungen Filme auf den regionalen Tourismus haben, wie folgt aus:

„Das kulturelle und historische Potenzial von Midyat trat in 20 Jahren nicht auf, dh vor 20 Jahren gab es einen historischen kulturellen Reichtum, aber es ist kein Zufall, dass es innerhalb von 20 Jahren reicher wurde. Es ein Prozess, den wir auch besonders beobachten. Vor den 2000er Jahren gab es wirklich wenig touristisches Potenzial. Wir beobachten nach den 2000er Jahren einen ernsthaften Anstieg, insbesondere nachdem die Kinoindustrie die Region entdeckt hat. Ein Grund für diesen Anstieg ist, dass die Kinoindustrie die Region entdeckt hat. Wir sehen auch kleine Tourismusinvestitionen, die hier Anfang der 2000er Jahre begannen. Die Region erregte die Aufmerksamkeit des Kino- und Sektors insbesondere durch die Restaurierung einiger wichtiger historischer Räume und es wurde begonnen die Stadt als räumliche Figuren

³⁶Originaltext in der türkischen Sprache: Televizyon programları ve diziler önce bu imajı değiştirmeye dair çalışma var (eigene Übersetzung).

durch Kino- und Seriensektors zu nutzen. Dies zog die Aufmerksamkeit der nationalen und internationalen Menschen auf sich. Die Menschen wurden sich der Existenz eines solchen Ortes bewusst. Es gab also Begehren, sich hier Filme und Serien anzusehen. Wir können eigentlich sehen, dass es hier in 20 Jahren eine Tourismusroute gab. Mit Tourismusinvestitionen hat auch die Zahl der Touristen in diesem Prozess zugenommen, dh wir sehen, dass die Zahl der Touristen in den folgenden Jahren mit den kleinen Tourismusinvestitionen gestiegen ist. Mit der Zunahme der Zahl der Touristen können wir jedoch leicht erkennen, dass Tourismusinvestitionen im richtigen Verhältnis gestiegen sind. Als Hauptgrund dafür interpretiere ich die Tourismusinvestitionen und entdecke den Kinosektor und die Region und stelle sie den Menschen vor“ (Interview_7)³⁷.

Es lässt sich sagen, dass Filme und Serien positiv zum Image der Region beitragen, das Image der Menschen in politischen und Sicherheitsfragen zu verändern.

Es kann jedoch gesagt werden, dass durch die Serien und Filme ein negatives Bewusstsein der Touristen für die Region besteht. Mit anderen Worten, erhält die Region aufgrund von Filmen auch ein negatives Image. In diesem Thema bringt der Befragte M.K seine Meinung zu Filmen und Serien weiterhin zur Sprache:

„Die Filme erregen Neugier. Die Filme haben eine positive Wirkung in Bezug auf die Neugier, aber natürlich erzeugen sie auch eine Reihe von Stereotypen. Natürlich denken die Leute, dass Serien und Filme Fiktionen sind und Fiktionen sind frei. Räumen schaffen eine Anziehungskraft für Menschen. Aber der Eindruck, wie Menschen leben, enthält tatsächlich mehr negative Gewalt. Nicht nur in den gefilmten Serien in der Region, gibt es in einem wichtigen Teil der Türkei zu viel Gewalt in den gefilmten Serien. In Anbetracht der Tatsache, dass solche Serien sehr häufig gesehen werden, schaffen die Räume, an denen die Serien gedreht werden, eine

³⁷Originaltext in der türkischen Sprache: Midyat'ın kültürel potansiyeli tarihi potansiyeli 20 yıllık bir şeyde değil yani 20yıl öncesinde de tarihi kültürel zenginliği söz konusuydu fakat bu 20 yıl içerisinde zenginleşmesi bir tesadüf değildir. Bunu şuna bağlıyorum ben şahsi görüşüm olarak özellikle bizimde yani bizzat şahit olduğumuz bir süreç öncesinde gerçekten turizm potansiyeli çok azdı 2000'li yılların öncesinde 2000'li yıllardan sonra özellikle sinema sektörünün burayı keşfetmesiyle birlikte çok ciddi bir artış olduğunu gözlemlemekteyiz. Yani bu artışın sinema sektörünün buraya gelmesinin bir nedeni olduğunu söyleye biliriz. 2000'li yılların başlarında burada küçük çapta başlayan turizm yatırımlarını da görüyoruz. Özellikle bazı belli başlı tarihi mekânların restorasyonlarıyla birlikte bu sinema sektörünün dizi sektörünün dikkatini çekti ve bu alanlarını mekânsal figür olarak kullanmaya başladı. Buda yani özellikle ulusal çap da ve uluslararası insanların dikkatini çekti. İnsanlar böyle bir yerin varlığından haberdar oldular. Dolayısıyla buraya görme istekleri oldu. Ciddi manada bu şekilde buraya bir turizm yolu olduğunu 20 yıllık süreçte görebiliyoruz. Bu süreç içerisinde tabi turist sayısının artması yani yapılan küçük çaptaki turizm yatırımlarıyla bölgede kısa sürede vermesiyle birlikte turizm yatırımları ciddi manada ilerleyen yıllarda arttığını görüyoruz bununla birlikte bu artışların artmasıyla birlikte turizm potansiyeli kat sayısal olarak doğru orantıda arttığını rahatlıkla görebiliyoruz. Bunun temel nedeni olarak ta yapılan turizm yatırımlarına ve buna bağlı olarak. İşte sinema sektörünün burayı keşfetmesi ve insanları tanıtmayı şeklinde yorumluyorum (eigene Übersetzung).

Attraktion. Auf diese Weise sehen die Menschen diese Räume, aber die Frage, wie die Menschen hier leben, gibt den Menschen ein etwas negativeres Image“ (Interview_5)³⁸.

Aufgrund der authentischen und multikulturellen Struktur der Region fungieren die Filme als Werbung. Darüber hinaus sind die Orte im soziokulturellen Kontext der Region für den Tourismus attraktiv und erregen das Interesse der Menschen. In diesem Sinne können die positiven Effekte der Filme erwähnt werden. In der Vorstellung der Touristen bilden die Themen wie Stämme, Feudalherren, Ehre, Gewalt und Sicherheit jedoch ein negatives Image, weil Touristen nicht verstehen können, wie Menschen in der Region auf diese Weise leben.

Die sehr kleine assyrische Bevölkerung in der Region ist eine weitere Veränderung in der Wahrnehmung von Touristen. Obwohl die Region mit ihrer assyrischen Identität im Vordergrund steht, ist die assyrische Bevölkerung im letzten Jahrhundert infolge der Abwanderung rapide zurückgegangen. Es wird angenommen, dass sich heute 110 bis 130 Familien in der Region Midyat aufhalten. Der Präsident der assyrischen Vereinigung beschreibt diese Wahrnehmung mit den folgenden Worten:

„Wenn die Touristen in die Region kommen, finden sie dort hunderte assyrische Familien vor. Die meisten sind zu 99% enttäuscht. Wenn wir also sagen, in der Region haben wir nur hundert Familien, sind sie enttäuscht. Da der assyrische Name bekannt ist und die Assyrer viele historische Strukturen haben, erwarten sie eine riesige Masse, davon sind sie dann sehr enttäuscht“ (Interview_8)³⁹.

Nach den Analyseergebnissen der Interviews haben Touristen ein großes Interesse an der historischen und kulturellen Struktur der Region. Insbesondere die folkloristische Struktur der Region ist für Touristen noch interessanter. Aufgrund dieser kulturellen Struktur hat die Besucherzahl in der Region in letzter Zeit stark zugenommen. Nach Angaben der Teilnehmer wollen die Touristen die kulturell vielfältige Region besuchen. Denn die ethnische und kulturelle Struktur der Region steigert die Neugier der Touristen. Zusätzlich zu diesen positiven

³⁸Originaltext in der türkischen Sprache: Bir merak uyandırıyor. Merak uyandırması anlamında olumlu bir etki yaratıyor ama tabi birtakım klişeler ürettiyor tabi insanlar şöyle bakıyor olması dizilerin kendisi kurgudur mesela kurgu serbesttir. İnsanların hem mekânı hem mekanlara dair bir cazibe oluşturuyor. Ama insanların nasıl yaşadığına dair izlenim ise aslında daha olumsuz şiddet içeriyor gerçi sadece burada çekilen dizilerde değil dizilerin Türkiye ‘de önemli bir kısmı çok fazla şiddet içerir. Bu tür dizilerin çok fazla izlenen diziler olduğunu da göz önünde bulundurunca dizilerin çekildiği mekanlar bir cazibe oluşturuyor böylelikle insanlar görmüş oluyor ama burada insanlar nasıl yaşıyor denilen kısım biraz daha olumsuz şey de var insanlarda (eigene Übersetzung).

³⁹Originaltext in der türkischen Sprache: Yüzlercesi Süryani ailesi bekliyorlar. Çoğu %99 hayal kırıklığına uğruyor. Yani yüz aile kaldık dediğimiz zaman hayal kırıklığına uğruyorlar Süryani isminin büyük olduğundan tarihsel yapılarla sahip olduğu için çok büyük bir kitle bekliyorlar ondan çok büyük bir hayal kırıklığına uğruyorlar.

Meinungen der Touristen wurde festgestellt, dass unter Touristen aufgrund des Verhaltens der Lokalevölkerung, der menschlichen Beziehungen, der Sicherheit der Region und politischer Probleme gewisse Bedenken bestehen. Aus diesem Grund kann aus den Ansichten der Befragten geschlossen werden, dass die Touristen vor dem Besuch der Region bestimmte Vorurteile und Stereotypen hatten, aber diese Vorurteile und Stereotypen weitgehend beseitigt wurden, nachdem sie in die Region gekommen waren.

“Es gibt Vorurteile, bevor Touristen die Destination besuchen. Sie vermuten zuvor, dass die Lokalbevölkerung unhöflich und ungesprächig ist. Und besonders unterschätzen sie den Dienst. In den Gedächtnissen der Touristen gibt es also Vorurteile über die Region, es gibt ein schlechtes Image “(Interview_2).⁴⁰”

4.3 Touristische Nachfrage in Midyat

Ursprünglich war für diesen Abschnitt eine Umfrage für Touristen, die das Untersuchungsgebiet besuchten geplant; aufgrund der Covid-19-Pandemie wurde jedoch keine Umfrage durchgeführt, weil es keine Touristen im Forschungsgebiet gab. So konnten Daten bezüglich soziodemografischer Informationen der Touristen und die Daten bezüglich des Wissens, Gedanken und Verhaltensweisen im Forschungsbereich der Touristen aufgrund von Kontaktbeschränkungen nicht direkt von den Touristen durch Interviews gesammelt werden. Um diese Daten nutzen zu können, wurden aus diesem Grund, Gespräche mit Experten aus dem Tourismusbereich der Region online und in Form einer Unterhaltung geführt. Darüber hinaus wurden verschiedene Fragen zu den Anforderungen der Touristen in der Region im Allgemeinen gestellt. Daten über Touristen und die Region wurden durch Analysieren anhand dieser Fragen und früherer Studien unter Berufung auf den regionalen Tourismus vorgestellt. Die Gesamtzahl der Touristen, die 2018 in die Region kamen, betrug rund 3 Millionen. Die Zahl der Touristen, die in den ersten neun Monaten des Jahres 2019 in die Region kamen, erreichte 4 Millionen und gleichzeitig erreichte die Belegungsrate der Unterkunftseinrichtungen 95%. Die Zahl der Touristen, die in der Region übernachteten, erreichte 2019 800.000. Mit dem Anstieg dieser Zahl im Jahr 2019 bildet sich heraus, dass ein ernsthafter Bedarf an neuen Hotels, Restaurants, Reiseveranstaltern, Reisebüros und anderen Geschäftsbereichen in der Region besteht. Die zunehmende Zahl von Touristen jedes Jahr hat

⁴⁰ Originaltext in der türkischen Sprache: Turistler destinasyonu ziyaret etmeden öncede bir ön yargı var. Yani insanların kaba, konuşmasını bilmeyen, özellikle insanlara da söylüyorum hizmeti bulduklarından da düşük düzeyde tahmin ediyorlar bölge ile ilgili bir ön yargı var, bir kötü imaj var.

zu einem Anstieg des wirtschaftlichen Niveaus der lokalen Bevölkerung geführt (Dicle Haber Ajansi-Turizm, 2019).

Es lässt sich sagen, dass die Anzahl der Übernachtungen und die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in den Städten Mardin / Midyat bedeutende Veränderungen im Laufe der Jahre mit der flexiblen Struktur des Tourismusphänomens zusammenhängen. Mit anderen Worten kann gesagt werden, dass diese Veränderungen im Tourismussektor das Ergebnis einer unmittelbaren Beeinflussung aus positiven oder negativen Entwicklungen in der Region ist. Wenn die Anzahl der Touristen in der Region untersucht wird, kann der Grund für diesen Unterschied leicht festgestellt werden. Diese Abweichungen im Laufe der Jahre hängen eher mit Sicherheitsbedenken zusammen. Tatsächlich zeigen die zu touristischen Motiven durchgeführten Studien, dass das Sicherheitsphänomen einen wichtigen Einfluss auf das menschliche Verhalten bei der Teilnahme am Tourismus hat. Zum Beispiel laut Maslow sind psychologische Bedürfnisse und Sicherheitsbedürfnisse die Hauptfaktoren in der hierarchischen Rangfolge der menschlichen Bedürfnisse. Aus diesem Grund ist es mit dem Ende von Sicherheitsproblemen in der Region möglich, den erwarteten Sprung im Tourismus des Forschungsbereichs zu machen. In diesem Sinne ist das Sicherheitsproblem der Punkt, das vor allem für die Entwicklung der Region im Hinblick auf den Tourismus gelöst werden soll. Ein weiterer Faktor, der beweist, dass der Tourismus so flexibel ist, sind weltweit auftretende epidemische Erkrankungen wie Covid-19. Die Covid-19-Pandemie hat den Tourismussektor nicht nur in der Region, sondern auf der ganzen Welt beeinträchtigt.

Die Daten in Bezug auf die Anforderungen der Touristen wurden aus den Interviews mit den Tourismusakteuren oder Experten aus der Region gewonnen. Im Allgemeinen wurden Daten wie Profile, Herkunft, Religionen, Besuchszwecke und Aufenthaltsdauer der Touristen, die die Region besuchen, vorgestellt. Nach Angaben des Bürgermeisters von Midyat lässt sich sagen, dass Touristen die Region hauptsächlich aus inländischen Städten wie Istanbul, Izmir und Ankara und von außerhalb aus Ländern wie Deutschland, Schweden und Frankreich besuchen (Interview_1, Sayfa). Es lässt sich sagen, dass die Touristen aus dem Ausland im allgemeinen Assyrer, Kurden und Araber sind. Der Befragte A.G äußert seine Meinung zu Touristen aus dem Ausland wie folgt:

„Wenn wir uns also ausländische Touristen ansehen, kommen die Assyrer meistens aus Deutschland. Der Grund kann vielleicht Werbung vor Ort sein. Ich weiß es nicht“ (Interview_8)⁴¹.

⁴¹Originaltext in der türkischen Sprache: Almanya'dan en çok Süryani geliyor. Yani yabancı turistlere baktığımız zaman yine Almanya'dan gelen çok oluyor. Belki de orada yapılan tanıtımlar olabilir, bilmiyorum yani.

Der Befragter M.K äußert seine Meinung bezüglich der Herkunft von Touristen wie folgt:

„Ausländische Touristen der Region sind folgende: Assyrer, Kurden und Araber, die ihren Ursprung hier haben. Im Allgemeinen sind ein erheblicher Teil derjenigen, die aus dem Ausland kommen, Assyrer und Kurden. In Schweden oder Deutschland lebende Menschen und die bereits ausgewandert sind, besuchen die Region“ (Interview_5)⁴².

Abgesehen von diesen Ländern und Städten wird die Region auch von Nachbarstädten wie Diyarbakır stark besucht. Der Befragte L.T sagt zu diesem Thema:

„Touristen kommen aus Izmir und Ankara und besonders aus Istanbul. Dann gibt es viele, die aus nah gelegenen Städten kommen. Vieler Alltagsreisende kommen nach Mardin und Midyat. Alltagsreisende kommen aus den umliegenden Provinzen und vor allem aus Diyarbakır. Lass es mich sagen, Mardin ist das Hinterland von Diyarbakır. Sie wissen, dass in Diyarbakır über eine Million Menschen leben. 50% oder 60% der Touristen, die vor allem am Wochenende und bei schönem Wetter nach Mardin kommen, kommen nur aus Diyarbakır. Ich kann Ihnen dies als Beobachtung erklären“ (Interview_2)⁴³.

Es lässt sich sagen, dass die Touristen, die die Region besuchen, im Allgemeinen aus großen Städten wie Istanbul, Ankara, Izmir und Diyarbakır kommen – auch hauptsächlich aus Ländern wie Deutschland, Schweden und Frankreich aus dem Ausland. Es lässt sich sagen, dass Touristen, die die Region besuchen, hauptsächlich Assyrer, Kurden und Araber sind. Die meisten Touristen, die die Region aus dem Inland besuchen, sind jedoch türkischer Herkunft. Es ist zu sehen, dass Touristen assyrischer, kurdischer und arabischer Herkunft die Region hauptsächlich aufgrund familiärer Beziehungen besuchen.. Abgesehen davon ist der Grund für türkische und ausländische Touristen, die die Region besuchen, rein kulturell. Es lässt sich sagen, dass Touristen aus Gründen wie Orte, die historischen und kulturellen Werte tragen zu besuchen, um zu sehen, wie verschiedene ethnische Gruppen zusammenleben, um regionale Produkte vor Ort (Filigraner Silberschmuck, Assyrischer Wein, Midyat Stone.) zu betrachten und zu kaufen und um lokales Essen vor Ort zu probieren, zu Besuch kommen.

⁴²Originaltext in der türkischen Sprache: Yurt dışından şöyle gelenler var o hani söyleyebileceğim bir şey buralı olup köken olarak bu Süryani, Kürt, Arap olabilir. Genelde yurt dışından gelenlerin önemli bir kısmı Süryani ve Kürt oluyor işte İsveç'te, Almanya da falan yaşayan işte ailesi ya da kendisi önceden göç etmiş insanlar.

⁴³Originaltext in der türkischen Sprache: Ama özellikle İstanbul en çok İstanbul başta olma üzere daha sonra İzmir ve Ankara ama özellikle öncelikle İstanbul'dan sonra yakın çevrelerden çok fazla gelen var. Mardin'e çok fazla Midyat'a da aynı şekilde günü birlikçi turistler de çevre illerden ve özellikle de Diyarbakır'dan gider. Bakın şöyle söyleyeyim Mardin Diyarbakır'ın hinterlandı konumundadır. Diyarbakır da bir milyonun üzerinde nüfus yaşar biliyorsunuz ve hafta sonları güzel havalarda tabi hafta sonları özellikle Mardin'i dolduranların yani dışardan gelenlerin %50 'si %60 'ı sadece Diyarbakır'dan gelenlerdir. Bunu da bir gözlem olarak size beyan edeyim

Wenn die Daten der Touristen zur Übernachtung in Unterkünften analysiert werden, wird deutlich, dass Touristen sozial entwickelte Städte wie Mardin wählen. Es lässt sich sagen, dass die Stadt Midyat für Unterkünfte in diesem Sinne nicht bevorzugt wird. Wie auch G einer der Befragten mit assyrischer Herkunft folgende Aussagen zu diesem Thema trifft:

„Wenn Touristen nach Midyat gehen, wollen sie abends zurück nach Mardin kehren, denn sie kommen nur aus bestimmten Gründen. Beispielsweise um im Hotel zu entspannen oder etwas in einem Restaurant zu trinken usw. Midyat fehlt es dies bezüglich sehr an solchen Möglichkeiten. Daher wollen die Menschen nicht in Midyat bleiben, sondern kehren nach Mardin zurück, weil Mardin in Punkto Unterkunft und Vergnügung deutlich besser ist. Mit anderen Worten, da es mehr Vergnügungs- und Unterkunftsmöglichkeiten usw. gibt, möchten sie normalerweise in Mardin übernachten. Wenn die Touristen, die nach Mardin kommen, nicht viel Gelegenheit haben, bevorzugen sie normalerweise Mardin und nahe gelegene Orte. (...) Zum Beispiel, Ich denke, es ist notwendig, die Unterhaltungsmöglichkeiten zu erweitern, damit Touristen in Midyat auch über Nacht bleiben können“ (Interview_3)⁴⁴.

Es ist zu sehen, dass Touristen meistens in Mardin übernachten. Midyat hingegen wird von Touristen meistens am Tag besucht. A.G, ein anderer Befragter assyrischer Herkunft, drückt seine Meinung bezüglich der touristischen Anforderungen der Region wie folgt aus:

„Mit der Zunahme der Zahl der Touristen in der Region mussten zum Beispiel Restaurants oder Lokale, in denen Alkohol verkauft wird, eröffnet werden aber keines von diesen Dingen wurde tatsächlich eröffnet“ (Interview_8)⁴⁵.

Laut der Befragten lässt sich sagen, dass die Touristen nicht viel Zeit in Midyat verbracht haben. Der Grund dafür kann darin liegen, dass die Anforderungen von Unterhaltungsmöglichkeiten, Restaurants, Alkohol verkaufenden Läden oder Einkaufszentren nicht gestellt wurden. In großen Städten wie Mardin können sich Touristen Bedürfnisse erfüllen. Zusätzlich zu den Unterhaltungsmöglichkeiten kann gesagt werden, dass es in Midyat auch nur wenige Unterkünfte gibt. Der Befragte A.A sagt zu diesem Thema:

⁴⁴Originaltext in der türkischen Sprache: İnsanlar Midyat'a geldiği zaman akşamleyin geri dönmek istiyor. Çünkü Midyat'a atıyorum turist gittiği zaman akşam oldu mu yani dönmek istiyor. Çünkü sonuçta belli bir günler için gidip gelecek atıyorum gidecek bir restoranda oturacak rahatlayacak bir şeyler içecek vs. Midyat bu konuda çok çok eksik bir iki yer dışında hani bu konuda çok çok eksik o yüzden insanlar Midyat'a kalmak istemiyor. Genelde Mardin'e dönüyorlar çünkü Mardin bu konuda çok daha iyi olduğu için. Hani restoranlar, eğlence yerleri vs. daha fazla olduğu için genelde Mardin 'de konaklamak istiyor. Birde Mardin 'e gelen turistler hani çok imkânı yoksa genelde Mardin ve yakın yerleri tercih ederler. (...) Midyat'ta mesela turistlerin kalabilmesi için ortam yapılmalı diye düşünüyorum.

⁴⁵Originaltext in der türkischen Sprache: Turizm patlamasıyla beraber mesela lokantalar açılması gerekiyordu alkollü yerlerin açılması gerekiyordu ama hiçbir tanesi olmadı.

„Wir wissen, dass es nicht viele Hotels in Midyat gibt. Im Vergleich mit Mardin wissen wir, dass es im Zentrum von Mardin mehr Einrichtungen und Unternehmen gibt“ (Interview_6)⁴⁶.

Im Allgemeinen wird gesehen, dass Unterhaltungs- und Freizeiteinrichtungen in Midyat nicht den Anforderungen von Touristen entsprechen. Diese Anforderungen werden jedoch hauptsächlich von Bürgern assyrischer Herkunft geäußert. Hier besteht im Wesentlichen eine wirtschaftliche und religiöse Situation. Es lässt sich wirtschaftlich sagen, dass Midyat-Wein von den Assyriern hergestellt wird und sie auf der Suche nach einem Marktbedürfnis sind, damit sie ihre Weine verkaufen können. Während es für die Bürger assyrischer Herkunft kein Problem bei der Herstellung und dem Konsum von Alkohol gibt, ist zu erwähnen, dass die Mehrheit der Region muslimisch ist und dass die Herstellung und der Konsum von Alkohol im religiösen Sinne nicht gestattet ist. In großen Städten wird diese Situation nicht berücksichtigt und selbst die Anzahl alkoholverkaufender Lokale ist sehr hoch. Alkohol wird jedoch in kleinen Städten wie Midyat nicht als Grundbedürfnis angesehen, da die meisten der Lokalbevölkerung Muslime sind. Daher ist auch die Nachfrage der Lokalbevölkerung nach Alkohol sehr gering. Ort, an denen Alkohol verkauft wird, scheinen sehr wenig oder unzureichend zu sein, da Alkohol nicht konsumiert wird. Mit der Entwicklung des Tourismus wird jedoch gesehen, dass dieser Widerstand in den letzten 10 Jahren gebrochen wurde. Besonders in jüngster Zeit lässt sich sagen, dass die Zahl der Orte wie Hotels und Restaurants, die sowohl in Midyat als auch in Mardin Alkohol verkaufen können, gestiegen ist. Wie die Befragten jedoch angeben, ist zu sagen, dass solche Einrichtungen für Touristen, die in der Stadt Midyat übernachten möchten, immer noch fehlen.

Eine weitere Nachfrage von Touristen ist die Vielfalt der Esskultur, welche nicht sehr umfangreich ist. Die Region verfügt über eine reiche Küche, es kann allerdings nicht gesagt werden, dass man hier besonderen Wert auf die Wünsche der Touristen legt. Der Grund ist, dass die Fleischkultur in der regionalen Küche dominiert. Besonders lässt sich sagen, dass Menschen, die sich vegan oder vegetarisch ernähren, ignoriert werden. Hier besteht im Wesentlichen eine Angebots- und Nachfragesituation wie bei alkoholischen Einrichtungen und diese Bedürfnisse werden flexibel mit der Entwicklung des Tourismus erfüllt. Die Lokalbevölkerung, die Geld verdienen will, erfüllt auf natürliche Weise die Bedürfnisse der Menschen. Die Essenswünsche von Veganern oder Vegetariern werden jedoch aufgrund der

⁴⁶Originaltext in der türkischen Sprache: Midyat'a konaklama konaklanabilecek yani çok fazla otel olmadığını biliyoruz. Mardin'le karşılaştığımızda daha fazla Mardin merkezde daha fazla konaklanacak tesis ve işletmeler olduğunu biliyoruz.

geringen Nachfrage nicht erfüllt. Dieses Problem wird in den nächsten Abschnitten ausführlich behandelt.

Zusammenfassend beantworteten die Befragten die Frage nach den touristischen Anforderungen in Midyat wie folgt: Mit der Zunahme der Zahl der Touristen in der Region scheinen Anforderungen wie die hohen Produktpreise, wenige Vielfalt in der Esskultur, der Mangel an Gasthöfen und die Lösung von Problemen bei der Kommunikation mit Touristen im Vordergrund zu stehen.

4.3.1 SWOT-Analyse der Region Midyat

Die Daten in der folgenden Tabelle ergeben sich durch die Analyse der Daten der Interviews (vor allem wurden Interviews und Studien von Lokman Toprak über die Region genutzt). Stärken sind positive Aspekte, die zur Erreichung der Tourismusziele der Region genutzt werden können. Schwächen hingegen sind die Mängel, die den Erfolg der Region im Tourismusbereich verhindern können, d.h. die negativen Probleme, die überwunden werden müssen. Die Stärken werden ermittelt, um den touristischen Zielen in der Region näher zu kommen und die Schwächen werden helfen Maßnahmen zu treffen, die durch den Tourismussektor, lokale Regierungen und Institutionen gelöst werden. Chancen sind die Faktoren oder Situationen, die außerhalb der Kontrolle des Tourismussektors auftreten und dem regionalen Tourismus wahrscheinlich Vorteile bringen. Bedrohungen hingegen sind Elemente, die außerhalb der Kontrolle des Tourismussektors auftreten; ihre negativen Auswirkungen müssen verhindert oder begrenzt werden. In diesem Sinne ist der Zweck der SWOT-Analyse des Midyat-Tourismus folgender: Unter Berücksichtigung der internen und externen Faktoren sollte von den vorhandenen Stärken und Chancen auf höchster Ebene profitiert und Pläne und Strategien entwickelt werden, um die Auswirkungen von Bedrohungen und Schwächen zu minimieren.

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Gastfreundlichkeit und Großzügigkeit der Menschen in der Region • Vielfalt in Teilsektoren des Tourismus (wie Gastronomie, Glaube, Höhlen, Kultur und Herkunftstourismus) • Private und öffentliche Investitionen im Tourismussektor in den letzten Jahren (Verkehr, Restaurierungsarbeiten, Hotels, Restaurants) • Multikulturelle Sozialstruktur und Toleranzumfeld • die Attraktivität kultureller Werte wie Kunsthandwerk • Die Region liegt an der alten historischen Seidenstraße • Die Region ist reich hinsichtlich Historie und Kultur • Vom Kulturministerium registrierte historische Gebäude • Wahrung wichtiger Werte im Hinblick auf den Glaubenstourismus und die Existenz religiöser Vielfalt • Die Entwicklung der Esskultur (Gastronomie) • Der schnell wachsende Anteil des Tourismus an der Wirtschaft der Stadt in den letzten Jahren • Gute Infrastruktur um lokale Experten auf dem Gebiet des Tourismus auszubilden • Ausbildungen im Tourismussektor werden am berufsbildenden Gymnasium im Bachelor, Master und auf Promotionsebene zur Verfügung gestellt. • Das Potenzial junger Arbeitskräfte ist hoch und die Kosten niedrig in der Region • Universitäten beleben das gesellschaftliche Leben in den Stadtzentren 	<ul style="list-style-type: none"> • Mangel an Hotels und Unverträglichkeit mit der lokalen Architektur • Neben dem Beitrag von TV-Serien zur Werbung gibt es auch Negativitäten wie falsche Darstellungen • Dienstleistungs- und Infrastrukturqualität erfüllen nicht in der Region steigenden Anforderungen • Unzureichende Ressourcen für Marketing und Werbung • Die Zerstörung der originalen Eigenschaften des natürlichen, kulturellen und historischen Erbe von Zeit zu Zeit • Kein qualifiziertes Personal im Tourismussektor • Die Mitarbeiter des Sektors sind nicht offen für Entwicklung und Veränderung • Standardisierung der Servicequalität und mangelndes professionelles Management in touristischen Unternehmen • Die Erfahrung und Kultur der Zusammenarbeit zwischen dem öffentlichen und dem privaten Tourismussektor sowie zwischen den Akteuren des Tourismussektors sind nicht ausreichend entwickelt. • Die Unzulänglichkeit des Tourismussektors bei der Erstellung von dienstleistungsbasierten Plänen und bei der Herstellung von Projekten • Verschmutzungs- und Hygieneprobleme in der Region und im Tourismussektor (Hotel, Restaurant) • Sicherheits- und politische Probleme in der Region • Verkehrsprobleme in der Region

<ul style="list-style-type: none"> • Die Entwicklung des unternehmerischen Verständnisses der Region in den letzten Jahren dank des Tourismus • Zunehmendes Bewusstsein der lokalen Bevölkerung für Tourismus • Steigerung der Anreize für den Tourismus und Verbreitung der Kultur zur Suche nach Projekten und Fonds in der Region • Sehr wenige Sicherheitsprobleme im Stadtzentrum • Steigerung des Interesses an historischen und touristischen Räumen/Orte von in- und ausländischen Touristen • Einführung historischer und touristischer Orte durch Kino- und Fernsehserien 	<ul style="list-style-type: none"> • Niedrige Servicequalität und hohe Preise in den Unterkünften • Fehlende internationale Flüge in der Region • Unzureichende Koordinierung für den Tourismussektor • Mangel an systematischem und geplantem Arbeitsverständnis • Unzureichendes öffentliches Umweltbewusstsein • Bau und Infrastrukturprobleme der Region • keine Aufmerksamkeit für die Nutzung und Restaurierung historischer und kultureller Strukturen • Unzureichendes Personal für kulturelle und künstlerische Tätigkeiten
<p>Chancen</p>	<p>Gefahren</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Nach der langfristigen Tourismusstrategie misst der Staat dem Glaubenstourismus der Region Bedeutung bei und arbeitet schwerpunktmäßig in diese Richtung • Multikulturelle ethnische Struktur (arabische, kurdische, assyrische, jesidische und andere Völker, die in Frieden zusammenleben) • Zunahme der weltweiten Nachfrage nach Kulturtourismus (wie Glaube, gastronomischer Tourismus) • Die Neugier der Menschen auf ihre Vergangenheit (Migranten, Assyrer, Kurden und Araber) • Möglichkeit, Dotation im Tourismusbereich zu erhalten • Hoher Anteil junger Bevölkerung in der Region • Tourismusinstitutionen (Gymnasium, Universität) haben das Potenzial, den Bedarf an qualifizierten Arbeitskräften zu decken 	<ul style="list-style-type: none"> • Auswanderung von gebildeten Fachkräften aus der Region • Unzureichende Koordinierung zwischen den Institutionen und infolgedessen Entstehung von Problemen bei tourismusorientierten Aktivitäten • Nichtanwendung der erforderlichen Präzision und des Fachwissens bei Restaurationen • Rückgang der touristischen Aktivitäten aufgrund regionaler Sicherheit, politischer, nationaler und globaler Wirtschaftskrisen und Epidemien • Die Lage Midyats ist weit entfernt von zentralen Tourismusgebieten (Antalya, Istanbul, Nevşehir usw.) • Imageverlust, den Mardin erleiden kann, wenn er nicht in die UNESCO-Liste des Weltkulturerbes aufgenommen wird

<ul style="list-style-type: none"> • Zunahme der aktiven Aktivitäten von zivilen Gesellschaftsinstitutionen im Tourismusbereich (besonders Lokalverwaltungen) • Historisches und kulturelles Potenzial von Midyat • Investitionspotential regionaler Geschäftsleute (neue Hotels, Restaurants und Geschäfte für den Tourismussektor) • Die Region hat eine besondere und reiche Geschichte • Die geografische Struktur der Stadt ist für die Stadtentwicklung geeignet • Die Tatsache, dass internationale Midyat-Kultur-Kunst und Kirschfestivals stattfinden, die zur Tradition geworden sind, bietet eine große Chance für den regionalen Tourismus. 	<ul style="list-style-type: none"> • Politische Auswirkungen im Entscheidungsprozess, z.B die Tourismusdirektion der Provinz (İl Turizm Müdürlüğü) führt nicht lokale Politiken sondern zentrale Politiken durch • Unzulänglichkeit und Mangel an Experten im Tourismussektor.
---	--

SWOT-Analyse der Midyat-Region

4.4 Negative Faktoren, die Entwicklung des Tourismus in Midyat beeinflussen

Es gibt positive und negative Aspekte der Entwicklung des Tourismus in einer Region. Die positiven Auswirkungen des Tourismus, insbesondere in wirtschaftlicher und soziokultureller Hinsicht, wurden in den vorangegangenen Abschnitten ausführlich dargestellt. Es gibt jedoch viele negative Faktoren, die diese Entwicklung im Untersuchungsgebiet verhindern. Diese Faktoren wurden mithilfe von Interviews mit Experten auf dem Untersuchungsgebiet festgestellt. So wurden den Befragten die folgenden Fragen gestellt, um die Faktoren zu bestimmen, die die Entwicklung des Tourismus in der Region verhindern.

Was kann man für die Entwicklung des Tourismus in der Region Midyat tun? Was sollte besonders in der Tourismusplanung priorisiert werden? Was könnten die negativen Faktoren sein, die die Entwicklung des Tourismus in Midyat beeinflussen?

4.4.1 Mangel an Kapital und Investitionen und professionellem Personal

Die Faktoren, die die Entwicklung des Tourismus in der Region verhindern, sind der Mangel an Bildung, Kapital und Investitionen im Tourismusbereich. Die Region ist nicht sehr entwickelt, da sie wirtschaftlich auf der Landwirtschaft basiert. Dank des beliebten Tourismus und den wirtschaftlichen Gewinnen haben die Menschen in jüngster Zeit Interesse an touristischen Aktivitäten in der Region gezeigt. Mit ihrer Teilnahme an touristischen Aktivitäten hat sich die wirtschaftliche, ökologische und soziokulturelle Struktur der Stadt verändert.

Der Befragte L.T drückt seine Meinung wie folgt aus:

„Die Frage, die Sie stellen, liegt in meinem Interessensgebiet. In meiner Doktorarbeit beschäftigte ich mich mit der Rolle des Tourismus bei der Beseitigung der Unterschiede zwischen den Regionen und dem Tourismuspotenzial in der Region Südostanatolien. (...) Was ist jetzt falsch? Das Problem ist Mangel an Bildung von Mitarbeitern und Managern in Lebensmittelbetrieben sowie in Beherbergungsbetrieben. Die Dienstleistungsstandards sollten steigen. (...) Aber wenn es um die Auswirkungen auf die regionale Entwicklung geht, glaube ich, dass der Privatsektor gefördert werden sollte. Diese Förderung sollten jedoch unterschiedlich angewendet werden. Investitionen sollten mit einem einkommensschwachen Tourismusansatz gefördert werden. Wenn also der Staat den Bau eines 5-Sterne-Hotels fördert, teilt dieser als Staat kostenlos Äcker zu, gibt Kredite und die Versicherung der Mitarbeiter usw. Wie wirkt sich dies auf die Region aus? Der Staat bedenkt dies nicht. Denn wir sehen, dass alle Manager der 5-Sterne-Hotellangestellten von außen kommen. Sogar die sagen, dass es auf der unteren Ebene kein geschultes Personal gibt und wir das geschulte Personal von außen bringen sollen. Während des Baus des Hotels bringen sie alles, von Möbeln über Getränke bis hin zu den gesamten Arbeitsgegenständen von außen. Es gibt also keinen Gewinn auf die lokale Wirtschaft. Auch der Lebensmittel- und Getränkeverbrauch der Region deckt den Bedarf von außen. Wie wird sich das auf die Region als die Investition auswirken? Wie wird es den Lebensstandard der Menschen in der Region erhöhen?“ (...) (Interview_2)⁴⁷.

⁴⁷Originaltext in der türkischen Sprache: İlgilendiğim bir konu yine sorduğunuz soru ben doktora tezimde de bölgeler arası kalkınma farklılıklarını gidermede turizmin rolü ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi turizm potansiyelini çalışmışım dolayısıyla ilgi alanıma giriyor (...) Şimdi sorun nedir, sorun evet inanılmaz derecede halkın eğitiminden tutun yiyecek içecek işletmelerinin, konaklama işletmelerinin, çalışanlarına ve sahiplerinin eğitimine kadar bu hizmet standartlarının yükselmesi gerekmektedir. (...) ama bölgesel kalkınmaya etkisine gelince evet ben yine işte özel sektörün teşvik edilmesi gerektiğine falan inanıyorum ama farklı bir şekilde bu teşvikler uygulanmalı proport turizm anlayışıyla yani dar gelirliiden yana bir turizm anlayışıyla buralarda da yatırımlar teşvik edilmelidir yani 5 yıldızlı otel yapımını siz teşvik ettiğiniz zaman devlet olarak işte efendim arazi ücretsiz tahsis ederim, kredi veririm çalıştırılanlarının sigortalarını veririm falan bölgeye etkisi ne olur ona

In den touristischen Einrichtungen in der Region reicht die Anzahl der professionellen Betreiber nicht aus. Tourismusaktivitäten können sich in einer Region schneller entwickeln, in der es Betreiber gibt, die ihre Arbeit kennen, zuversichtlich und offen für Innovationen sind. Denn der Tourismus kommt an erster Stelle der Sektoren, die für Innovationen offen sind. Betreiber im Tourismussektor sollten zu Verantwortlichen mit einem großen Verständnis und Feingefühl für die Bedeutung des Tourismus ausgebildet werden und über die Qualifikation verfügen, diesbezügliche Chancen zu bewerten. Betreiber, die das Angebotspotenzial von Midyat in eine Chance verwandeln können, können neben ihren Individualeinkommen zur Entwicklung des Tourismus und anderer Sektoren in der Region beitragen. Die Einrichtung relevanter Studiengänge an der Mardin-Artuklu-Universität und am berufsbildenden Gymnasium bietet auch die Möglichkeit, in naher Zukunft bedeutende Fortschritte im Tourismusbereich zu erzielen. So kann die Anzahl der geschulten Mitarbeiter erreicht werden. Wie Lokman Toprak sagte, führt die Unzulänglichkeit des geschulten Personals dazu, dass Menschen aus dem Ausland, die die Struktur und Kultur der Region nicht kennen, herangezogen werden. Darüber hinaus werden alle Produkte von außerhalb der Stadt geliefert. Daher sollte darüber gedacht werden, ob all diese Anreize zur Wirtschaft der Region beitragen. Mit anderen Worten, die Verwendung regionaler Produkte und die Spezialisierung der lokalen Bevölkerung auf dem Gebiet des Tourismus können für die Entwicklung der regionalen Wirtschaft vorgeschlagen werden.

4.4.2 Mangel an Infrastruktur und Unterkünften

Die Entwicklung des Tourismus an einem Ort ist an die Verfügbarkeitsquote des Verkehrs gebunden. Denn Touristen müssen mindestens eines der Verkehrsmittel benutzen, um von einem Ort zum anderen zu reisen. Bevor ein Tourismusgebiet für touristische Aktivitäten geöffnet wird, muss die erforderliche Infrastruktur geschaffen werden, damit Besucher dorthin gelangen können. Denn die Effizienz der geografischen Lage und Erreichbarkeit sind für eine Region sehr wichtig, um ein Anziehungspunkt im Tourismus zu werden. Aus diesem Grund wirken sich die Effizienz der geografischen Lage und die Entwicklung von Verkehrsmöglichkeiten positiv auf den Tourismus aus. Die Tatsache, dass der Verkehr einfach

bakmıyorsunuz? Bölgeye etkisi ne oluyor? çünkü görüyoruz 5 yıldızlı otel çalışanın üst düzey yöneticilerinin tamamı dışardan geliyor hatta alt düzey bile adam diyor eğitilmiş personel yok dışardan getirelim. Sonra adam otelin inşası esnasında mobilya mefruşatından tutun bütün donanımını yine dışardan getiriyor yani yerel ekonomiye bir etki yok yiyecek içecek tüketimini de dışardan karşılıyor öyleyse bölgeye etkisi yatırım olarak ne olacak? Bölge halkının yaşam standartlarını nasıl yükseltecek? (...) (eigene Übersetzung).

und zuverlässig ist, beeinflusst nicht nur touristische Werte positiv, sondern erweitert auch das Marktgebiet für den Tourismus wirtschaftlich.

So lässt sich sagen, dass ein weiteres Problem der Mangel an Verkehr in der Region ist. Der Befragte L.T macht die folgenden Anmerkungen zum Verkehr in der Region:

„(...) Zum Beispiel gibt es in Midyat ein Verkehrsproblem. Während die ganzen Straße der Türkei zweispurig sind, ist auch die Strecke von Midyat nach Mardin immer noch ziemlich schlecht. Die Strecke zwischen Midyat und Batman ist übrigens auch nicht gut. Die Strecke zwischen Midyat und Nusaybin ist auch nicht gut genug, weil Menschen, die zum Fluss Beyazsu und/ oder zum Mor Gabriel-Kloster reisen möchten, dort häufig Verkehrsprobleme erleben. Also das Verkehrsproblem ist ein großes Problem“ (Interview_2)⁴⁸.

Der befragte Forscher M.A erzählt Folgendes:

„Ich kann den Verkehr als Grundelement nennen. Ich denke, dass es mit der Entwicklung des Verkehrs erhebliche Auswirkungen auf die Tourismusbranche geben wird. Nach dem Transport können solche Werbeaktivitäten fortgesetzt werden. Es gibt jedoch auch Unterkunftsprobleme, welche wir auch im Sommer erleben. In den Sommermonaten sehen wir, dass die Belegungsrate der Hotels hoch ist. Ich denke, dass die Eröffnung neuer Hotels zum touristischen Potenzial der Region beitragen wird“ (Eigene Übersetzung, Interview_7)⁴⁹.

Das Forschungsgebiet hat in Bezug auf die Verkehrsmöglichkeiten aufgrund seiner Lage und gegebenen Bedingungen, keine einfache und zuverlässige Verkehrsinfrastruktur. Die Orte mit hohem Tourismuspotential im Forschungsgebiet sind für Besucher nur über den Straßenverkehr erreichbar. Die geringe Verkehrsvielfalt und die schlecht ausgebauten Straßen führen dazu, dass die Region von Touristen weniger besucht wird.

⁴⁸Originaltext in der türkischen Sprache: (...) Mesela Midyat özeline gelelim özellikle bir ulaşım problemi var Midyat'ta yani Türkiye'nin tamamı şimdi çift gidişli gelişli yollar yapılmışken Midyat Mardin yolu hala oldukça kötüdür. Bu arada Midyat Batman yolu da yeterince iyi değildir. Midyat Nusaybin yolu da yeterince iyi değildir ki çoğu zaman yol üstünde Beyaz suya uğramak isteyen Mor Gabriel 'e uğramak isteyen insanlarda orda engellenir genellikle gerekçeleriyle yani ulaşım problemi de ayrıca hat safhada.

⁴⁹Originaltext in der türkischen Sprache: Temel unsur olarak ulaşımı söyleye bilirim ulaşımın geliştirilmesiyle birlikte turizmde önemli bir yansıması olacağını düşünüyorum. Ulaşımdan sonra tabi böyle reklam faaliyetleri devam ettirilebilir. Bununla birlikte konaklama ile ilgili çünkü yani yaz aylarında bizde karşılaşıyoruz. Yaz aylarında otellerin doluluk oranının üst seviyelerde olduğunu görüyoruz. Bununla birlikte yeni otellerin açılması buranın turizm potansiyeline katkıda bulunacağını düşünüyorum.

4.4.3 Fehlende Werbung

Ein weiteres Problem ist der Mangel an Werbung. Die folgende Frage wurde gestellt, um von den Befragten Informationen über die Präsentation der Region zu erhalten. Finden Sie die Werbung um Midyat im nationalen und internationalen Tourismusmarketing zu präsentieren ausreichend? Was soll getan werden, um die Bekanntheit der Region im In- und Ausland zu steigern?

Der Bürgermeister von Midyat hat zum Thema folgende Sichtweise:

„Wir führen verschiedene Werbearbeiten durch, um Midyat im In- und Ausland zu repräsentieren. Wir organisieren seit 2 Jahren ein Kulturfestival in Midyat. Bei diesem Festival kommen Gäste aus aller Welt und wir fördern so auch unsere Kultur. Wir müssen jedoch sehen, dass dies nicht ausreicht. Werbung ist sehr wichtig für unseren Landkreis, der über ein großes kulturelles und historisches Potenzial verfügt, um dieses Potenzial als Mittel zur wirtschaftlichen Entwicklung zu nutzen. Werbung ist für unseren Landkreis sehr bedeutend, um eine Marke auf dem internationalen Tourismusmarkt zu kreieren. Wenn die Werbungsaktivitäten mit einer bestimmten und richtigen Strategie umgesetzt werden, wird es erhebliche Auswirkungen in Bezug auf Branding unseres Landkreises haben“ (Interview_1).

Es lässt sich also zusammenfassen, dass die lokale Regierung Werbearbeiten betreibt, wenn auch nur teilweise. Es finden Aktivitäten wie die Organisation von Kulturfestivals statt und die Teilnahme an nationalen und internationalen Tourismusmessen und -veranstaltungen des Bürgermeisters erfolgt. Insbesondere in den letzten Jahren kann auf bestimmte Tätigkeiten wie die Restaurierung historischer Orte in Midyat zurück geblickt werden. Nach Angaben des Bürgermeisters reichen diese Werbearbeiten jedoch leider nicht aus. Andere Befragte äußern sich über die Mängel zur Werbung wie folgt:

Der Befragte M.H formuliert es folgendermaßen:

„Gute Werbung sollte über soziale Medien, nationale Medien und internationale Medienplattformen erfolgen und es sollte ein Informationsbüro sollte eröffnet werden“ (...) (Interview_4)⁵⁰.

Eine andere Ansicht über mangelnde Werbung stammt von T:

Es lässt sich sagen, dass die in der Region gedrehten Serien und Filme erheblich zur Werbung von Midyat beigetragen haben. Obwohl der nationale Tourismusmarkt derzeit ausreichend

⁵⁰Originaltext in der türkischen Sprache: Sosyal medya, ulusal medya ve uluslararası medya platformları aracılığı ile iyi bir reklam ve tanıtım çalışması. Bilgilendirme ofisinin açılması (...).

genutzt wird, gibt es meines Erachtens immer noch Mängel auf dem internationalen Markt (Interview_8)⁵¹.

Der Befragte L.T hat folgendes zu sagen:

„Es gibt keine internationale Werbung für Mardin oder Midyat. Auf nationaler Ebene finde ich die Werbung der Region Mardin-Midyat gut und ausreichend. Ich spreche von der Werbung von Mardin und Midyat im Land. Aber der Grund für die Rate ausländischer Touristen von 2% ,ist, dass es keine Werbung im Ausland gibt. Es macht also keinen Sinn mehr, zur Tourismusmesse in Izmir oder Ankara, zu gehen. Ja, Sie sollen schon zur Berliner oder Londoner Tourismusmesse gehen. Sie sollen an Tourismusmessen in China und Japan teilnehmen. Sie haben auch gerade gesagt, dass 2 Prozent der Touristen, die die Region besuchen, ausländische Touristen sind. Diese ausländischen Touristen kommen auch aufgrund ihres Glaubens oder ihrer assyrischen Herkunft. Ausländische Touristen sehen wir nicht in der Region. Die Werbung im Ausland ist also gleich Null“ (Interview_2)⁵².

Um die touristischen Aktivitäten in einer Region von heute zu entwickeln, ist es notwendig, wirksame Werbeaktivitäten durchzuführen, die die interessanten Merkmale der Region widerspiegeln. Die Region Mardin-Midyat, die sich seit langem mit Werbung über Mundpropaganda zufrieden gibt, soll das Interesse der ausländischen Touristen durch Werbung und Organisationen auf nationalen und internationalen Messen erhöhen, und soll die Entwicklung der touristischen Nachfrage gewährleisten. Denn Werbungen im Forschungsbereich werden seit Neuem durch Serien und Filme gemacht. Diese Werbungen beschränken sich jedoch auf das Inland. Es lässt sich behaupten, dass es im Ausland fast keine Repräsentation der Region gibt. Tatsächlich zeigt die Zahl der ausländischen Touristen, die in die Region kommen, dies deutlich. So könnte vorgeschlagen werden, die Einführung der Region sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene zu fördern. Ebenfalls sollten für die Region geeignete Marketingstrategien umgesetzt und der Branding-Prozess der

⁵¹Originaltext in der türkischen Sprache: Bölgede çekilen dizi ve filmlerin Midyat'ın tanıtımına önemli derecede katkıda bulunduğu söylenebilir. Ulusal turizm pazarında şu an yeterli bir tanıtım olsa da uluslararası pazarda hala eksikliklerin olduğunu düşünüyorum.

⁵²Originaltext in der türkischen Sprache: Mardin'in de Midyat'ın da uluslararası tanıtımı yok kardeşim bence ulusal tanıtımları da yani reklamları buna daha açık bir ifade ile söyleyeyim reklamları da sözünü ettiğimiz yerlerin çok önünde gidiyoruz yani ben şuna inanıyorum. Mardin'in tanıtımı Mardin'in çok önünde, yurt içindeki tanıtımından söz ediyorum. Zaten %2 dilimde kalmasının nedeni de o yabancı müşteridir. Çünkü dışarda tanıtımı yok yani artık, İzmir turizm fuarına, Ankara turizm fuarına, gitmenin anlamı yok. Evet Berlin turizm fuarına, Londra turizm fuarına gitmeniz gerekiyor. Çin, Japonya turizm fuarlarına katılmanız gerekiyor sizin yani gelen yabancı işte demin siz dediniz ya işte gelenlerde işte bir, inanç turizmi kapsamında. Yüzde 2 köken turizmi kapsamında gelen yine Süryani kökeninde insanlar. Yabancı olarak çevremizde gördüğümüz yok yani tanıtım yurt dışında sıfır.

Destination gut verwaltet werden. In diesem Zusammenhang kann vorgeschlagen werden, natürliche und kulturelle Attraktionen durch Werbung, die sozialen Medien und künstlerische Instrumente in den Vordergrund zu rücken.

B.C, ein weiterer Befragter und Tourismusunternehmer, bringt bezüglich der Werbung der Region und des Schutzes des Tourismuspotenzials Folgendes hervor:

„Während der Restaurierung historischer Orte sollten historische Gefügen nicht beschädigt werden. Es sollten mehr Messen organisiert werden. Visuelle Medien, Printmedien und soziale Medien sollten stärker für die Werbung der Region eingesetzt werden. Magazin-Studien sollten durch Serien, Filme oder berühmte Künstler durchgeführt werden“ (Interview_10)⁵³.

Der Befragte M.K schildert bezüglich der Frage Folgendes:

„Ich denke nicht, dass die Werbung für Midyat und Mardin ausreichend ist. Also, man sollte aus dem Klischee raus. Darüber hinaus müssen auch die Akteure in diesem Tourismusmarketing diversifiziert werden. Also auch die lokale Bevölkerung, die in der Region lebt, sollte Teil der Werbung sein. Z. B gibt es da so ein Dorf, vielleicht kennen sie es. Kefre heißt es und ist wahrscheinlich sogar mehr als 20 km von Midyat entfernt ist. Dort kann man hingehen, nur um Pizza zu essen. Warum fahren die Leute jetzt also extra dort hin um Pizza zu essen? Darüber müssen wir nachdenken. Ist das ein Erfolg? Ja, ein ernsthafter Erfolg. Die Pizza wird dort vor Ort produziert. Der offensichtlichste Faktor ist, dass die Leute dort Pizza essen und als Extra haben, dass sie ihre Pizza in einem Dorf essen können. Und dies hat Erfolg und wenn etwas erfolgreich ist, kann man auch die Früchte ernten. Dies selbst ist also die Werbung und man braucht keine zusätzliche Werbung für Pizza an sich zu machen. Es ist also nicht notwendig, übertriebene Werbeaktionen durchzuführen. Durch konkrete Maßnahmen kann das Produkt diese Werbung selbst sehr leistungsfähig machen“ (Interview_5)⁵⁴.

⁵³Originaltext in der türkischen Sprache: Tarihi yerlerin restorasyonlarının yapılması ve dokuyu bozmamak ve daha çok fuar vs gibi katılımlar ve görsel basın, yazılı basın ve sosyal medyanın daha güçlü olması ve dizi vs ünlü gibi magazinsel çalışmalar olmalı.

⁵⁴Originaltext in der türkischen Sprache: Ben şey düşünüyorum yani çok Midyat 'a durum nasıl oluyor diye baktığım da Mardin içinde olsa ben çok yeterli olduğunu düşünmüyorum. Yani klişe şeylerin dışında da çıkmak lazım. Bide o turizm pazarlamasında ki aktörlerin de çeşitlenmesi gerekiyor yani oradaki yerli halkın da tanıtımdaki bir parçası olması lazım bide mesela şöyle şeylerde var Midyat'ta bir köy var belki biliyorsunuz Kefre köyü orayı insanlar sadece pizza yemeye bile gidebiliyor ya da Midyat'a gitmişken Midyat'a yaklaşık 20 km'den fazla sürüyor. Şimdi niye oraya pizza yemeye gidiyor insanlar? Bunun üzerine düşünmek lazım. Bu bir başarı mı? Evet, ciddi bir başarı. Bide orada yapılan bir üretim orada en belirgin faktör insanların orda belki pizza yemesi ekstradan alabilmesi onun dışında bir köyde pizza yiyorsunuz. Gayette güzel yapıyorlar dolayısı ile şu da var bir şey iyi yapıldığın da gerçekten yapıldığın da bunun karşılığında alabildiğinizi görüyoruz dolayısı ile o tanıtımın kendisi pizzanın ayrıca bir tanıtım yapması gerekmiyor yani şöyle şişirme abartılı tanıtımlar somut şeyler yaparak o ürünün kendisi zaten o tanıtımı çok güçlü hale getirebilir.

4.4.4 Fehlende Anzahl von Reiseführern und Reiseunternehmen

Ein weiterer Faktor, der die Tourismusedwicklung in der Region negativ beeinflusst, ist der Mangel an Reisebüros oder professionellen Reiseführern und der Mangel an Personen, die Fremdsprachen beherrschen. Der Mangel an Reiseveranstaltern, Reisebüros oder Reiseführern, die die Geschichte und Geographie der Region wirklich tatsächlich kennen, herrscht mit einem negativen Faktor im Tourismussektor vor.

Die Region hat sich in sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Bereichen nicht entwickelt. Dies spiegelt sich daher im Bildungsniveau der lokalen Bevölkerung wider. Durch die in der Region niedrige Alphabetisierungsrate, treten natürlich Probleme bei der Kommunikation mit ausländischen Touristen auf; dieses Kommunikationsproblem in Midyat, wird als großer Mangel in der Region angesehen. Der Befragte A.A, der seit vielen Jahren als Englischlehrer in der Region arbeitet und vielen Leuten im Tourismusbereich Englisch lehrt, spricht das Folgende an:

„Man kann nicht von gut ausgebildetem Personal im Tourismussektor sprechen. Es ist zunächst notwendig, das Personal quasi „zu verbessern“ und Arbeitsstellen für ausländisches Personal zu schaffen“ (Interview_6, sayfa)⁵⁵.

Zur Kommunikation zwischen ausländischen Touristen und Einheimischen stellt der Befragte M.K Folgendes fest:

„Die Kommunikation ist sehr schlecht – ich habe viele Touristen getroffen, die Kommunikationsprobleme hatten. In einigen Fällen war ich selbst involviert und habe versucht zu helfen. Es gibt in der Region eine ernsthafte Sprachbarriere“ (Interview_4)⁵⁶.

Die folgenden Fragen wurden den Befragten zu den Tourismusakteuren gestellt: Wie sehen Sie die Rolle von Institutionen wie Reiseleitern, Reiseveranstaltern und Tourismusorganisationen in der Region im Hinblick auf den Tourismus? Können diese Akteure viele Touristen in die Region ziehen? Im Weiteren beantwortet der Befragte M.K Fragen zu Reiseveranstaltern und Reisebüros wie folgt:

„So funktionieren touristische Aktivitäten hier. Ich denke, die Rolle der Tourismusakteure ist in dieser Hinsicht schwach. Die lokale Bevölkerung sollte mehr zu diesem Prozess beitragen.

⁵⁵Originaltext in der türkischen Sprache: Turizm sektöründe çalışan kişilerin personellerin çok da eğitimli oldukları söylenemez. Yani dil iletişim becerilerinin de gelişkin olduğunu bir durma noktasında olduğunu söyleyebiliriz. Yani bunun öncelikle çalışan elemanların geliştirilmesi gerekiyor ve yabancı elemanlara yer açması gerekiyor.

⁵⁶Originaltext in der türkischen Sprache: Çok kötü. Çünkü şey var turistlerle karşılaştım çok sık denk geldim ben hani bazı durumlarda kendim dahil olup yardımcı olmaya çalıştım. Ciddi bir dil bariyeri var.

Damit die Touristen hier Zeit verbringen wollen, muss sich die lokale Bevölkerung selbst weiter verbessern. Ich denke schon, aber sagen wir mal mittel“ (Interview_5)⁵⁷.

Damit sich der Tourismus in den Provinzen Mardin-Midyat entwickeln kann, braucht man Reiseleiter, die Fremdsprachenkenntnisse haben, gut mit Menschen umgehen können und die Region gut kennen. Die Anzahl der Reiseleiter in der Region ist sehr gering. Dieses wichtige Problem muss gelöst werden. Darüber hinaus ist die Anzahl der Reisebüros in der Provinz nicht hoch. So könnte man vorgeschlagen, dass bestehende Tourismusunternehmen oder Reiseveranstalter intensiver und effektiver arbeiten sollten und dass Leute, die die Region kennen und ein Tourismusbewusstsein haben, eine aktive Rolle im Tourismus spielen sollten.

4.4.5 Sicherheitsproblem

Weitere Faktoren, die sich negativ auf den Tourismus in der Region auswirken, sind die politischen und sicherheitspolitischen Probleme. Obwohl die zentralen Städte Mardin und Midyat sicher sind, wirkt sich die Nähe zu den Grenzen des Irak und Syriens erheblich auf den Tourismus aus. Im Zusammenhang geht es um Unterschiede in der Anzahl der Touristen gestaffelt nach Jahren.

Der Bürgermeister von Midyat äußert sich zu politischen und sicherheitspolitischen Problemen wie folgt:

„Politische und sicherheitspolitische Probleme in der Region Midyat beeinflusst die in der Region lebenden vernünftigen Menschen und die Touristen der Region mit schlechtem Image obwohl diese Probleme der Vergangenheit angehören. Mit den außerordentlichen Anstrengungen von Seiten der zentralen Verwaltungen als der lokalen Verwaltungen ist das Sicherheitsproblem in der Region jedoch stark gesunken und so sind diese Probleme fast vollständig eliminiert. Politische und Sicherheitsprobleme verursachen keine negativen Situationen oder Ereignisse mehr, die sich direkt auf den Tourismus in unserer Stadt auswirken. Folglich werden Sicherheits- und politische Probleme weder direkt noch in Zukunft als Risiko angesehen“ (Interview_1)⁵⁸.

⁵⁷Originaltext in der türkischen Sprache: Zaten daha böyle çalışıyor. Ama ben o konuda zayıf olduğumu düşünüyorum. Biraz daha belki yani yerli olanların bu sürece katkısı daha fazla bence olması gerekiyor. Burda kalması için de bu yerli olanlarının kendilerini daha çok geliştirmeleri lazım. Böyle düşünüyorum. Ama orta diyelim.

⁵⁸Originaltext in der türkischen Sprache: Midyat bölgesinde politik ve güvenlik sorunları, bu bölge de yaşayan vatandaşlarımızın sağduyulu olmasına rağmen azda olsa geçmişteki kötü imajdan yüzünden turistleri etkilemektedir. Ancak gerek Merkezi gerekse Yerel Yönetimlerin olağanüstü çabalarıyla bölgedeki güvenlik sorunu yok denecek seviyeye inmiş durumdadır. Artık politik ve güvenlik sorunları kentimizde, doğrudan turizm

Der Bürgermeister spricht von einem positiven Prozess in Bezug auf die politischen Probleme und die Sicherheitsprobleme. Er sagt, dass politische und sicherheitspolitische Probleme sowohl für die Gegenwart als auch für die Zukunft der Region kein Risiko bereiten. Es lässt sich jedoch sagen, dass solche Krisen nicht vorhergesehen werden können. Diese Krisen werden im nächsten Abschnitt detailliert beschrieben. Als Beispiel kann die weltweit verbreitete Covid-19-Pandemie angeführt werden. So lässt sich sagen, dass Terrorismus, Epidemien oder Wirtschaftskrisen auch nicht vorhergesehen werden können. Sicherheitsprobleme in der Region bestehen weiterhin also schon noch; es lässt sich trotzdem zusammenfassen, dass in den letzten Jahren kein großes Sicherheitsrisiko bestand. Um sowohl den Staat als auch die ganze Region des Tourismussektors voll auszunutzen, müssen politische und sicherheitspolitische Probleme vollständig gelöst werden. Dann kann von einem Gewinn sowohl für die Bevölkerung der Region als auch für den Staat gesprochen werden.

Zum Thema, was für die Entwicklung des Landkreises Midyat getan werden sollte – insbesondere in der Tourismusplanung priorisiert werden sollte und welche Art von Tätigkeiten als lokale Verwaltung im Bereich des Tourismus durchgeführt wurden und was die Ziele für die Zukunft sind – hat der Bürgermeister folgende Ansicht:

„Der Tourismus ist einer der Sektoren, der nach dem Textilsektor in unserem Landkreis die meisten Arbeitsplätze schafft. Angesichts der Erwerbsbevölkerung und der hohen Arbeitslosigkeit können wir die positiven Auswirkungen des Tourismussektors auf die Verringerung der Arbeitslosigkeit nicht ignorieren.

Als Entwicklungsplan haben wir zunächst den Stadtrat von Midyat eingerichtet. Ziel ist es, die Vision der Stadt zu bestimmen, die Rechte und Gesetze der Stadt zu bestimmen, nachhaltige Entwicklung, Umweltbewusstsein, Sozialhilfe und Prinzipien der städtischen Verwaltung umzusetzen. Bei der Planung des Tourismus restaurieren wir erneut unsere historischen Gebäude, Moscheen und Kirchen, die im Inbegriff sind zu verschwinden, ohne ihre Natürlichkeit zu beeinträchtigen. Darüber hinaus bemühen wir uns, die unterirdischen Höhlen, d. h. die Stadt der Höhlen, die als "Matiate" bezeichnet werden, freizulegen, um das touristische Potenzial weiter zu steigern. Und ebenfalls restaurieren wir schließlich die Stadt mit Dicle Kalkınma Ajansı (DİKA) und unsere historischen Straßen mit dem Projekt "Midyat gewinnt

etkileyecek olumsuz durumlara yol açmamaktadır. Sonuç olarak güvenlik ve politik sorunlar doğrudan hem mevcut durumda hem de gelecek dönemde bir risk oluşturacağını düşünülmektedir.

seine frühere Identität zurück" und planen, die Stadt zu einem Anziehungspunkt zu machen“(Interview_1)⁵⁹.

Es ist vorstellbar, dass mit der Umsetzung dieser Pläne und Strategien im Bereich des Tourismus eine große Veränderung und Entwicklung der sozioökonomischen und soziokulturellen Struktur der Stadt eintreten wird. In der Studie wurden sowohl positive als auch negative Seiten dieser Veränderungen und Entwicklungen zum Ausdruck gebracht. Mit der Entwicklung des Tourismus wird sowohl zur Wirtschaft des Landes als auch zur wirtschaftlichen Situation der lokalen Bevölkerung positiv beitragen. Dazu sollte das vorhandene Potenzial der Stadt mit den richtigen Plänen und Strategien umgesetzt werden. Daher müssen sich bei diesen Plänen und Strategien im Zusammenhang mit dem Tourismus nicht nur der lokalen Regierung, sondern auch des Ministeriums für Kultur und Tourismus (Kültür ve Turizm Bakanlığı), (İl Turizm Müdürlüğü) der Tourismusdirektion der Provinz, der Tourismusunternehmen und anderer Akteure beteiligen. Es kann vorgeschlagen werden, dass diese Tourismusakteure ein systematisches und geplantes Arbeitsverständnis entwickeln, gemeinsame Arbeitserfahrung und Kultur untereinander entwickeln und schließlich diese Akteure dienstleistungsbasierte Pläne und Projekte erstellen.

4.5 Herausforderungen für die Zukunft

Wie in allen anderen Sektoren entstehen Krisen, die im Tourismussektor zu negativen Ergebnissen führen, die aus vielen verschiedenen Gründen wie Terroranschlägen, finanziellen Problemen, unachtsamer Nutzung der natürlichen Umwelt und politischer Instabilität auftreten. Krisen, Kriege, Terrorakte, wirtschaftliche Probleme oder epidemische Krankheiten, die als unvorhergesehene Ereignisse definiert sind, verursachen Verluste im Tourismussektor in Bezug auf die Anzahl der Touristen und das Tourismuseinkommen. Wie in allen anderen Sektoren gibt es verschiedene Gründe, die eine Krise im Tourismussektor verursachen. Einer dieser Gründe

⁵⁹Originaltext in der türkischen Sprache: İlçemizde turizm, tekstil sektöründen sonra en çok istihdam yaratan sektörlerin başında gelmektedir. Bol ve görel olarak ucuz, emek gücü ve yüksek işsizlik durumu göz önüne alındığında, turizm sektörünün emek yoğun bir sektör olarak işsizliği azaltma konusundaki olumlu etkilerini göz ardı edemeyiz.

Kalkınma planı olarak öncelikle Midyat Kent Konseyini kurduk. Amaç ise kent vizyonunun belirlenmesi, kentin hak ve hukukunun belirlenmesi, sürdürülebilir kalkınma, çevreye duyarlılık, sosyal yardımlaşma ve yerinde yönetim ilkelerini hayata geçirebilmektir. Turizm planlanmasında ise yok olmak üzere olan tarihi binalarımızı, camilerimizi, kiliselerimizi tarihini bozmadan tekrardan gün yüzüne çıkarmaktayız. Ayrıca mağaralar şehri anlamına gelen “Matiate” adı ile anılan yeraltı mağaralarını turizm potansiyelini daha da artırmak amacıyla gün yüzüne çıkarma çalışmaları yapmaktayız. Son olarak Dicle Kalkınma Ajansı (DİKA) iş birliği kadim “Midyat eski kimliğine kavuşuyor” projemiz ile tarihi sokaklarımızı restore edip Midyat’ımızı “cazibe merkezi” haline getirmeyi planlıyoruz.

sind epidemische Erkrankungen. In der durch die Epidemie verursachten Krise wird das Image der Destination, beschädigt und so entsteht bei den Touristen ein Vertrauensproblem.

Epidemische Krankheiten wie SARS, die Vogelgrippe, die Schweinegrippe, das Ebola-Virus und die Covid-19-Pandemie, die bis heute andauern, wirken sich sehr stark auf den Tourismussektor aus. Wenn eine Untersuchung auf die Anzahl der Touristen durchgeführt wird, ist die Auswirkung dieser Pandemien auf die Touristen zu erkennen. In diesem Sinne können sowohl Covid-19 als auch andere Epidemien als Gründe für Krisen im Tourismussektor gesehen werden. Die Covid-19-Epidemie, die sowohl im Untersuchungsgebiet als auch weltweit auftritt, hat den Tourismussektor zum Erliegen gebracht.

Befragten wurden verschiedene Fragen gestellt, um die aktuelle Situation des Untersuchungsgebiets in Bezug auf Covid-19 zu untersuchen. Für die Studie wurde insbesondere auf die Meinung von Bürgermeistern, Experten (Akademikern), Mitarbeitern von Reiseveranstaltern und Reisebüros Wert gelegt. So wurde Personen, die Experten auf diesem Gebiet sind, die folgende Frage gestellt:

Für die Lokalverwaltung, Tourismusunternehmen, Reiseveranstalter und Reisebüros: Aufgrund der Covid-19 wird in diesem Jahr ein enormer Rückgang der Touristenzahlen erwartet. Welche Reaktionen haben Sie erhalten und was planen Sie in diesem Prozess und in Zukunft im Tourismusbereich zu tun? Welche Strategien beabsichtigen Sie für Touristen anzuwenden, damit die Region Midyat erneut von Touristen besucht wird?

Im Allgemeinen äußerten die Tourismusunternehmer- und Experten, dass sowohl in der Region als auch auf der ganzen Welt die Lage für den Tourismus unbestimmt ist. Der Befragte M.H, der in der Region ein Tourismusbüro hat und ein Experte für Tourismusprojekte ist, offenbarte zum Thema Covid-19 Folgendes:

„Zunächst planen wir, in der Region mit allen notwendigen Hygiene-Maßnahmen zu beginnen. Nachdem wir nach Einhaltung der Social Distancing-Regeln alle erforderlichen Erlaubnisse erhalten haben, werden wir mit der Organisation von Touren etc. beginnen“⁶⁰ (interview_4).

Weiterhin äußert er:

„Wie auf der ganzen Welt waren auch wir als regionale Tourismusexperten von Covid-19 negativ betroffen. Ich möchte sagen, dass alle Organisationen in der Region abgesagt wurden oder sich einige je nach dem vor uns liegenden Prozess verschoben haben. In Bezug auf die Roadmap werden wir unsere neue Roadmap anhand der Anweisungen, Regeln, Gesetze,

⁶⁰ Originaltext in der türkischen Sprache: Öncelikle sahada ve bölgede tamamı ile gerekli olan bütün hijyenik çalışmaları yapmakla beraber başlamayı düşünüyoruz. Sosyal mesafe kurulları adı altında, gerekli olan bütün izin vb. durumları göz ardı etmeksizin tur gezi vb. organizasyon çalışmalarına başlayacağız.

Genehmigungen der lokalen Regierungen und lokalen Verwaltungsverwalter festlegen. Denn zur Zeit ist es schwer etwas konkretes zu diesem Thema zu sagen.“ (Interview_4, Sayfa)⁶¹.

B, eine weitere Befragte Tourismus-Betreiberin und Hotelmanagerin, beantwortet dieselbe Frage wie folgt:

„Leider ist für dieses Jahr die Saison im Grunde vorbei, bevor das Jahr begonnen hat. Ich kann nicht wirklich auf diese Frage antworten, weil wir nicht wissen, was vor uns liegt. Im Moment ist alles ungewiss.“ (Interview_10)⁶².

Der Forscher M.A. zum Thema Covid-19 beantwortet die Frage zum regionalen Tourismus wie folgt.

Im Allgemein können wir sagen, dass sowohl in der Welt als auch in der Region Midyat eine Unsicherheit besteht. Im folgenden Prozess denke ich, wird es klarer, welche Vorsichtsmaßnahmen getroffen werden sollten. Denn die Situation ist nicht wirklich klar. In der Region sind derzeit keine Touristen und deshalb finden auch keine touristischen Attraktionen statt.“ (Interview_7)⁶³.

L.T, Experte und Akademiker auf dem Gebiet des Tourismus in der Region, erzählt Folgendes:
„Es ist nicht möglich, diesen Prozess zu bewältigen (Covid-19), indem man eine Wirtschaftsplanung durchführt, man die Zeit verteilt und Werbung fördert. Menschen gehen nicht auf die Straße, wenn ein Gesundheits- oder gar Todesrisiko besteht. Der Staat macht also einige Pläne. In Hotels werden die Hygienevorschriften eingehalten. Hier werden Mitarbeiter im Tourismussektor und in Hotels geschult, um die Risiken zu verringern. Denn es gibt zwei Möglichkeiten, die Auswirkungen dieser Pandemie in naher Zukunft zu überwinden und um sich vor Menschen zu schützen, mit denen man in Kontakt tritt. Erstens: Alle Menschen sind infiziert und werden immun oder Zweitens: Es wird möglich sein, einen Impfstoff zu finden und

⁶¹Originaltext in der türkischen Sprache: Tüm dünya da olduğu gibi bizler de bölge turizmcileri olarak Covid 19 sebebi ile çok etkilendik. Bölge de ki bütün organizasyonların iptal olduğunu veya bir kısmının önümüzde ki sürece bağlı kalarak ertelendiğini söylemek isterim. Yol haritası konusunda gündeme bağlı kalarak yerel hükümetlerin ve yerel mahal idari amirlerin yön, kural, kanun, izin vb. durumları ile yeni yol haritamızı çıkaracağız. Şimdilik bu konu hakkında net bir şey söylemek doğru olmayabilir.

⁶²Originaltext in der türkischen Sprache: Sezon bu sene başlamadan bitti maalesef. Önümüzü göremediğimiz için yorum yok. Şu anda belirgin bir şey yok.

⁶³Originaltext in der türkischen Sprache: Yani genel anlamda bir belirsizlik durumu zaten hâkim bu tüm dünyada var olan mevcut bir durum aynı durumun Midyat içinde bu bölge içinde söz konusu olduğunu söyleyebiliriz. İlerleyen süreç de İlerleyen süreç içerisinde aslında nasıl önlemlerin alınmasıyla gerektiği ile ilgili şeyler daha net bir şekilde ortaya çıkar diye düşünüyorum. Çünkü net bir durum yok şu ana kadar hala bölgede bulunması zaten şuan bölgede hiçbir turist ve turistik faaliyet yok.

diese Pandemie zu bewältigen. Ansonsten denke ich, dass die Auswirkungen von Covid-19 diese zweite, dritte Welle verursachen werden“ (Interview_2)⁶⁴.

Wie aus den Kommentaren hervorgeht, hat Covid-19 den regionalen Tourismus im Allgemeinen zum Erliegen gebracht. Es ist nicht klar, wie lange die Epidemie andauern wird. Daher sollten der Staat, die lokalen Verwaltungen und die Tourismusunternehmen darauf warten, dass die Epidemie vorübergeht und sie sollten in allen Bereichen die notwendigen Vorkehrungen treffen. Andernfalls werden die negativen Auswirkungen der Epidemie viel größer sein. Der Bürgermeister äußert seine Meinung zu diesem Thema wie folgt:

„Leider betrifft der Prozess (Covid-19) die gesamte Tourismusbranche. In diesem Prozess werden wir uns durch die Erstellung eines Tourismus-Aktionsplans und eines Tourismus-Masterplans bemühen, die Zahl von 3 Millionen Besuchern pro Jahr auf 10 Millionen Besucher pro Jahr zu erhöhen. Gleichzeitig wird daran gedacht, diverse Tätigkeiten durchzuführen, wie der effektive Einsatz von Werbemitteln, der Wiederbelebung von verborgenen Orten und Bauten, der Anfrage bei der UNESCO, der Vermehrung der Touristenführer, dem Werben für Stadt durch Onlinekanäle, der Belebung der örtlichen Essensspezialitäten und an Pläne zum effektiveren Gebrauch des ethnischen Tourismuspotenzials in der Region“ (Interview_1)⁶⁵.

Es lässt sich akzeptieren, dass die lokale Regierung Pläne, Strategien und Ziele für die Epidemie hat. Jedoch besteht Ungewissheit, da man nicht weiß wann die Covid-19 Pandemie vorüber sein wird. Dies führt gelegentlich zu Abweichungen der Pläne oder Ziele. Ebenso können bestimmte Pläne und Strategien der zentralen Regierung in Bezug auf die Epidemie erwähnt werden. Im Covid-19 Prozess wurden vom türkischen Staatsoberhaupt einige Unterstützungspakete angekündigt, um von der Epidemie betroffenen Sektoren wirtschaftlich zu fördern und den Markt zu entlasten und die Wiederbelebung des Tourismus anzukurbeln (Bişkin, 2020). Dieses Unterstützungspaket enthält Faktoren, die Sektoren wie

⁶⁴ Originaltext in der türkischen Sprache: Yani bu süreci (Covid-19) hani işte şey anlamında ekonomik anlamında bir planlama yaparak işte zamana yayarak, reklam tanıtımını yaparak falan atlatmak mümkün değil. Yani insanlar bazı riskleri, sağlık gibi işte ölüm riski gibi hatta sağlıktan öte göze alarak yollara çıkmazlar, dökülmezler yollara, yani işte devlet birtakım planlamalar yapıyor. Otellerde işte şunlar bulunacakta, bunlar bulunacakta, işte şey riskleri azaltmaya, personel eğitimi, yok arkadaşım bunlar insanların kafalarına yatmaz, bilinçli insanların kafalarına yatmaz, yani aslında biliyorsunuz. Çünkü biliyorsunuz sonuçta kontak kurulacak insanlarla, iletişim kurulacak insanlarla, bu hastalıktan korunması yakın zamanda bu hastalığın etkilerini atlatmanın tek yolu ya bir insanların tümünün enfekte olup bağışıklık kazanması, iki bir aşının bulunup bu hastalığın ortadan kaldırılması ile mümkün olacaktır. Yoksa etkileri ha bu ikinci, üçüncü dalgaya neden olur diye düşünüyorum.

⁶⁵Originaltext in der türkischen Sprache: Maalesef (covid-19) süreci bütün turizm sektörünü etkilemektedir. Bu süreçte turizm eylem planı ve turizm master planı oluşturarak ilerleyen süreçte yıllık 3 milyon ziyaretçi sayısını yıllık 10 milyon ziyaretçi sayısına kadar taşımaya gayret göstereceğiz. Aynı zaman da tanıtım araçları, gün yüzüne çıkmamış tarihi mekanları gün yüzüne çıkarmak, (UNESCO) Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumuna başvuru, turizm rehberlerinin artırılması, kentlin yazılım programları ile tanıtılması, yöresel yemek ve ürünlerin gün yüzüne çıkarılması, Mıdyat diasporasından daha fazla istifade etmek için çalışmalar yapılması düşünülmektedir.

Fluggesellschaften, Hotels, Reisebüros und Unterkünfte wirtschaftlich unterstützen, aber wenn es um die menschliche Gesundheit geht, ist wirtschaftliche Förderung nicht hilfreich. Es kann sichergestellt werden, dass alle touristischen Elemente und ihre Mitarbeiter unterstützt werden, damit sie während der Krise mit dem geringsten Schaden überleben und mit realistischer Politik nach der Krise Vorbereitungen für künftige Schritte getroffen werden können. L.T verwendet die folgenden Aussagen in seiner weiteren Beantwortung in Bezug auf Covid-19.

„Aber einige Maßnahmen zur Verbesserung des Tourismus kann ich in diesem Prozess nicht empfehlen. Denn ich denke, dass dieses Gesundheitsproblem zuerst gelöst werden sollte. Die Leute sollten keine Angst haben. Die Gesundheit der Menschen ist wichtig, nicht unser wirtschaftliches Einkommen. Wir können die menschliche Gesundheit nicht gefährden. Egal was passiert, Touristen sollen zu uns kommen. Das ist eine ganz grundlegende Auffassung.“ (Interview_2)⁶⁶.

Daher können die Auswirkungen von Tourismusattraktionen, die möglicherweise angeboten würden, bevor die Covid-19-Pandemie endet, schwerwiegend sein. Die menschliche Gesundheit ist als wichtiger zu erachten als der Tourismus und sein wirtschaftlicher Ertrag.

Eine weitere Herausforderung für die Zukunft besteht darin, dass der regionale Tourismus Politik- und Sicherheitsfragen hat und daneben die Region eine Grenze zum Irak und zu Syrien ist. Aufgrund dieser politischen Probleme ist zu beobachten, dass Terrorismus und Gewalt in der Region von Zeit zu Zeit zunehmen. In solchen Fällen nimmt die Anzahl der Touristen ab. Hier kann vorgeschlagen werden, dass die Staatsverwaltung dem Problem auf den Grund geht. Diese sollte es lösen. Dieses Thema hat bezüglich der Ökonomie sowohl für die Bevölkerung der Region als auch für den Staat eine Priorität. Bei der Untersuchung der Jahre, in denen die Zahl der Touristen zurückging, wurde festgestellt, dass die Zahl der Touristen im Amerika-Irak-Krieg 2002 und in der Weltwirtschaftskrise 2008 zurückging. Beide Situationen zeigen, wie Tourismus ein in sich geschlossenes Ganzes für Wirtschaft, Politik und Sicherheit ist.

Eine weitere Herausforderung für die Zukunft besteht darin, dass mit der Zunahme der touristischen Attraktionen in der Region die Preise für Produkte steigen und Produkte wie aus dem Kunsthandwerk, nicht mehr traditionell, sondern in Fabriken hergestellt werden. Kunsthandwerk oder Souvenirs sind ein wichtiger Teil der Tourismusbranche und nehmen beim Souvenirkauf der Touristen eine besondere Bedeutung ein. Die Tatsache, dass Touristen auf der

⁶⁶Originaltext in der türkischen Sprache: Ama bu turizmi geliştirmeye yönelik birtakım önlemler ben şu süreçte tavsiye edemem. Çünkü bence de öncelikle bu sağlık problemi tam olarak çözülmeli. Yani insanlar korkmasınlar gelsinler falan yani öyle bir şey yok, insanlar korksunlar önemli olan insanların sağlıkları, değil gelirimiz, insan sağlığının önüne geçemeyiz. Ne olacaksa olsun kardeşim gelsinler bize bir şey olmaz falan bu ilkel bir anlayıştır.

Suche nach Originalität/Regionalprodukten sind, und dazu neigen Regionen, wo Kunsthandwerk hergestellt wird, zu besuchen, schafft ein großes Potenzial in Städten, wo Regionalprodukte hergestellt werden. Es ist bekannt, dass Handwerksprodukte in Tourismusregionen sehr gut verkauft werden. Der Rückgang der Zahl der Handwerker in Industriegesellschaften und die Tatsache, dass einige traditionelle Berufe und Fertigkeiten in Vergessenheit geraten stellen jedoch ein Risiko für die Zukunft des Handwerks dar, das einen wichtigen Platz im kulturellen Erbe einnimmt.

Die Tourismusedirektion der Provinz (İl Turizm Müdürlüğü) und die lokale Verwaltung der Region betrachten Kunsthandwerk als ein wichtiges Instrument im Tourismus. Obwohl sie Kunsthandwerk als wichtiges Instrument betrachten, lässt sich sagen, dass die diesbezüglichen Studien in der Region unzureichend sind. Initiativen wie Besuche, Praktika, Messen, Ausstellungen und Festivals sollten in der Region entwickelt und unterstützt werden, um diese Mängel zu beseitigen. Darüber hinaus können die kulturellen Motive der Region zum Kunsthandwerk touristischer Produkte hinzugefügt werden. Kunsthandwerk wird somit sowohl Handkünstler als auch lokale Entwicklungselemente wirtschaftlich positiv beeinflussen. Tourismus und Kunsthandwerk haben das Potenzial erfolgreich miteinander zu kooperieren. Kunsthandwerk trägt so auf verschiedene Weise zur lokalen Bevölkerung bei. Beispielsweise erhöht Kunsthandwerk die Qualität der Arbeitskräfte, trägt zur Beschäftigung bei, verlangsamt die Migration aus ländlichen Gebieten in die Städte und spielt eine Rolle bei der Anziehung von Touristen in die Region.

4.6 Verfügbare und Entwickelbare Tourismusarten in Midyat

Wissenschaftler bringen zum Ausdruck, dass Kultur ein Ganzes ist, das aus materiellen und immateriellen Werten einer Gesellschaft besteht. Gleichzeitig argumentieren sie, dass Kultur ein Ganzes mit allen Arten von Wissen, Interessen, Gewohnheiten, Werturteilen, allgemeinen Einstellungen, Meinungen, Gedanken und allen Formen des Verhaltens in der Gesellschaft ist. Mit anderen Worten, Kultur wird als die Summe von materiellen und immateriellen Werten gesehen. Das Phänomen Kultur spielt im Forschungsgebiet eine wichtige Rolle. Denn Kultur steht bei den Arten des Tourismus, die in der Region entwickelt werden können, an erster Stelle, und die Region kann aufgrund des Phänomens Kultur in den Tourismus gewonnen werden. Daher wenn die Region im Hinblick auf den Tourismus untersucht wird, ist Kultur ein unverzichtbares Element des Tourismussektors. Im theoretischen Teil wird angegeben, dass die Region viele ethnische, kulturelle, folkloristische, materielle und immaterielle kulturelle Erbe hat. Dank des Eisberg-Modells (Abbildung 19) ist auch deutlich zu erkennen, welchen

kulturellen Reichtum die Region in Bezug auf materielles und immaterielles Kulturerbe besitzt. Für materielle Kulturerbe können historische Strukturen und Gebäude (Klöster, Kirchen, Herbergen, Traditionelle Häuser/Kunsth Handwerk) als Beispiel gegeben werden. Ethnische Gruppen in der Region und ihre täglichen Rituale und Lebensstile, verschiedene Sprachen und Religionen, die Traditionen und Bräuche der Assyrer können als Beispiel für immaterielles kulturelles Erbe angeführt werden. Aus diesem Grund kann gesagt werden, dass sowohl das materielle als auch das immaterielle kulturtouristische Potenzial der Region sehr hoch ist.

Obwohl Midyat ein erhebliches Potenzial in Bezug auf natürliche und menschliche touristische Werte besitzt, hat es nicht den Punkt erreicht, den es in Bezug auf den in- und ausländischen Tourismus erreichen sollte. Die Region verfügt über ein entwicklungsfähiges Potenzial, das sich im Hinblick auf den Tourismus unterscheidet. Aufgrund der Tatsache, dass dieses potenzielle Gebiet im Hinblick auf den Tourismus nicht ausreichend gefördert werden kann, mit verschiedenen Gründen wie der geringen Anzahl qualifizierter Einrichtungen, die dem Tourismus dienen können, und des Mangels an Verkehrsmitteln ist es heute nicht auf dem gewünschten Niveau. In diesem Abschnitt werden die Tourismusarten vorgestellt, die in der Region Midyat ein erhebliches touristisches Potenzial haben und die unter Berücksichtigung der natürlichen und menschlichen Merkmale der Region entwickelt werden können.

Tatsächlich werden im theoretischen Teil die in der Region aktiven Tourismusarten detailliert dargestellt. In diesem Abschnitt antworteten die Befragten auf die Frage: *Welche Arten von Tourismus können in Zukunft in der Region entwickelt werden?* Mit Hilfe der daraus gewonnenen Informationen wurde versucht, die Arten des Tourismus, die in der Region entwickelt werden könnten, vorzustellen.

4.6.1 Kulturtourismus

Die Tatsache, dass die ethnische und religiöse Struktur der Region sehr unterschiedlich ist und in der Vergangenheit von verschiedenen Zivilisationen beherrscht wurde, hat einen großen Einfluss auf die Bildung der heutigen Struktur. Dank der kulturellen Vielfalt haben sowohl der Kulturtourismus als auch die Unterarten des Kulturtourismus in der Region ein großes Potenzial.

Der Befragte L.T äußert sich folgendermaßen:

„Kulturtourismus ist in der Region sehr beliebt. Im Kulturtourismus umfasst diese Region bereits die Gastronomie, Herkunftstourismus und Glaubenstourismus. Der Naturtourismus steht etwas mehr im Hintergrund. Der Veranstaltungstourismus kann ebenfalls gefördert

werden. Dieser kann durch die Organisation von Festivals und Kongressen in verschiedenen Zeiträumen entwickelt werden; auch sportliche Aktivitäten könnten interessant sein“ (Interview_2)⁶⁷.

Ein anderer Befragter M.A. beantwortet die gleiche Frage wie folgt.

„Hier gibt es Kulturtourismus, wir können auch sagen, dass die Region auf Kulturtourismus aufgebaut ist. Mit anderen Worten, wie die Restaurierung architektonischer Werke, insbesondere die Restaurierung historischer Orte, können sich diesbezüglich touristische Aktivitäten entwickeln“ (Interview_7)⁶⁸.

Die Region basiert im Allgemeinen auf Kulturtourismus. Da die Region einen großen kulturellen Reichtum besitzt, zeigt sich in letzter Zeit ein großes Interesse am Kulturtourismus. Denn die Region hat eine jahrtausendealte Geschichte. Es gibt Tausende von Jahren alte Gebäude, Kirchen und Klöster, die von Assyrern gebaut wurden und heute sind viele Gebäude, Kirchen und Klöster erhalten geblieben. Aufgrund der wichtigen Lage der Region und der Herrschaft vieler Zivilisationen in der Geschichte wurden einige Strukturen beschädigt und einige vollständig zerstört. In diesem Sinne wird der Schutz alter Strukturen, insbesondere von Klöstern und Kirchen, die im Hinblick auf den Kulturtourismus attraktiv sind, und die Organisation ihrer Ausgrabungs- und Restaurierungsarbeiten, zum Tourismus der Region beitragen.

4.6.1.1 Glaubenstourismus

Der Besuch der heiligen Räume ist in vielen Glaubensrichtungen ein wichtiges Element. Demnach kann man davon sprechen, dass Menschen, die heilige Räume aus religiöser Überzeugung besuchen, den Glaubenstourismus gebildet haben. Die wichtigste Motivation hinter religiösen Reisen ist der Wunsch der Menschen, ihre religiösen und spirituellen Bedürfnisse zu befriedigen. Dieser Fakt hat Menschen massenhaft an heilige Orte reisen lassen.

⁶⁷Originaltext in der türkischen Sprache: Kültür turizmi ağırlıklı çalışır, bu bölge zaten o kültür turizminin içerisinde işte gastronomi vardır, köken turizmi vardır, inanç turizmi vardır. Tarihe yani doğa turizmi biraz daha geri plandadır. Bir de etkinlik turizmi teşvik edilebilir gerçekleştirilebilir, çeşitli dönemlerde festivalde şu aralar kongreler organize ederek etkinlik turizmi hatta spor aktiviteleri organize ederek etkinlik turizmi geliştirilebilir.

⁶⁸Originaltext in der türkischen Sprache: Burada yani kültür turizmi mevcut, kültür turizmin üzerine bina edildiğini de söyleyebiliriz. Yani mimari yerlerin restorasyonu mekânların tarihi mekânların mimari mekânların restorasyonlarına bu açıdan turistik faaliyetleri geliştirebilir.

Das Forschungsgebiet wird als heilige Stadt für Assyrer in Bezug auf den Glauben angesehen. Es wird von Assyrern als wichtige Stadt angesehen, da historische assyrische Gebäude wie Klöster und Kirchen in Midyat und die Gräber assyrischer Führungspersonen vorhanden sind. Aus diesem Grund kann der Glaubenstourismus in der Region auch in Abhängigkeit vom Kulturtourismus entwickelt werden. Tatsächlich ist die Region bereits mit unterschiedlichen Überzeugungen und ethnischen Strukturen in den Vordergrund gerückt. Denn in den letzten Jahren wurde diese Identität (unterschiedliche Überzeugungen und ethnische Strukturen) mit den Strategien des Staates (durch Werbung, Fernsehserien, Veranstaltungen und Festivals usw.) der Region eingebracht. Aus diesem Grund bezüglich des Glaubenstourismus schaffen Menschen aus unterschiedlichen Glaubensrichtungen, die in Toleranz miteinander zusammenleben, die großen Vorteile für das Interesse der Touristen. Es lässt sich sagen, dass Glaubenstourismus mit der Schaffung der notwendigen Werbeaktionen und Infrastrukturen für diese Vorteile weiterhin entwickelbar ist.

4.6.1.2 Ethnotourismus

Neben dem Glaubenstourismus ist Ethnotourismus in der Region, eine Art von Tourismus, die im Herkunftstourismus entwickelt werden kann. Herkunfts- / Diasporatourismus ist eine Art von Tourismus, der in den letzten Jahren einen breiten Platz auf dem Tourismusmarkt eingenommen hat und als einer der Nischenmärkte des Tourismussektors gilt⁶⁹. In Anbetracht der ethnischen Identitäten und Migrationen, die es aufgrund seines historischen Hintergrunds gegeben hat, zeigt sich, dass die Region ein erhebliches Potenzial für den Ethnotourismus hat. Daher spielen Tourismusakteure eine wichtige Rolle bei der Bestimmung der Reisegewohnheiten und der Besuchsmotivation von Menschen, die ihr Land aus verschiedenen Gründen verlassen. Tourismusakteure sollten Pläne und Strategien entwickeln, die die Bedürfnisse, Anforderungen und Motivationen dieser Gruppe berücksichtigen. Denn es lässt sich sagen, dass es eine wichtige Rolle spielt, um die Bedürfnisse dieses Nischenmarktes zu verstehen, Aktivitäten auf diesem Markt auf gesunde und effektive Weise durchzuführen und dementsprechend einen wesentlichen Beitrag zum Einkommen der Region zu leisten. Tuğba Arik Yüksel, Teilnehmerin und Akademikerin, kam in ihren Studien zum Herkunftstourismus der Region zu folgenden Schlussfolgerungen: Es wurde festgestellt, dass assyrischstämmige

⁶⁹Originaltext in der türkischen Sprache: Nischen bedeutet ein bestimmtes Segment innerhalb des Marktes, im Allgemeinen ein Zielbereich eines Marktes, auf dem die Kundennachfrage noch nicht erfüllt ist. Ein Beispiel für eine erfolgreiche Marktnische ist es, ein Produkt an einem geografischen Ort anzubieten, an dem es zuvor nicht erhältlich war.

Touristen in die Region kommen, um Zeit mit ihren eigenen Familien und Freunden zu verbringen, ihre Verbindungen zu ihrer Vergangenheit und Kultur zu stärken, die Ursprünge ihrer Religion zu erkennen, Verwandte zu besuchen und Orte zu sehen, die für ihre Religion heilig sind usw. (Tuğba Arık Yüksel, 2018).

L.T hingegen drückt seine Meinung über assyrischstämmige Touristen folgendermaßen aus.

„Während der Sommermonate besuchen viele touristischen Assyrer wichtige religiöse Zentren wie Deyrulzafaran und Mor Gabriel. Einige der Leute kommen hierher, um freiwillig zu arbeiten. Hier pflanzen sie Olivenbäume. Sie kultivieren die Äcker und helfen ihnen (in Kirchen und Klöstern) bei ihrer täglichen Arbeit“ (Interview_2)⁷⁰.

Obwohl Assyrer im Ausland und in anderen Städten der Türkei leben und weil sie noch mit der Region in Kontakt bleiben, sollte es deshalb ein großes Potenzial für den Herkunftstourismus geben. Nicht nur Assyrer im Kontext des Ethnotourismus, sondern auch Kurden und Araber, die aus wirtschaftlichen und politischen Gründen eingewandert sind, sind in Kontakt mit der Region geblieben. Die meisten Touristen, die in die Region kommen und den Status ausländischer Touristen haben, sind assyrische, kurdische und arabische Touristen.

Der Befragte M.K. bezieht bezüglich der Herkunft der Touristen, die die Region besuchen folgende Stellung:

Im Allgemeinen besteht ein erheblicher Teil derjenigen, die aus dem Ausland kommen, aus Assyrern und Kurden. In Schweden und Deutschland lebende Assyrer und Kurden besuchen die Region. Menschen, deren Familie oder Personen selbst bereits ausgewandert sind, besuchen die Region. Wenn wir vielleicht Touristen, die keine türkischen Staatsbürger sind, bedenken, gibt es hier einen solchen touristischen Typen. Aber davon abgesehen wer kommt noch? Also ich habe Franzosen, Deutsche, Briten, Chinesen und Japaner gesehen (Interview_5)⁷¹.

4.6.1.3 Gastronomietourismus

Eine andere Art des Tourismus ist die Gastronomie. Kivela und Crotts (2009) betrachten die Gastronomie als Reisemotivation, ein Kriterium, das in der Destinationspräferenz wirksam ist,

⁷⁰Originaltext in der türkischen Sprache: Süryanilerle ilgili yani yazları özellikle Deyrulzafaran gibi Mor Gabriel gibi önemli dini merkezler çok büyük bir akına uğruyor. İnsanların bir kısmı burada gönüllü çalışmaya geliyor. İşte zeytin ağacı ekiyor, toprağı işliyorlar, günlük işlerde onlara yardımcı oluyorlar.

⁷¹Originaltext in der türkischen Sprache: Genelde yurt dışından gelenlerin önemli bir kısmı Süryani ve Kürt oluyor. İşte İsveç'te, Almanya'da falan yaşayan işte ailesi ya da kendisi önceden göç etmiş insanlar gibi belki hani artık buranın vatandaşı da olmayan turist gibi bakarsak işte öyle bir turist şeyi var ama onun dışında ben hani kimler daha fazla geliyor yani ben Fransız da gördüm, alman da gördüm, İngiliz de gördüm işte Çinli de gördüm, Japon da gördüm.

ein Element, das es ermöglicht, die Destination erneut zu besuchen und einen Faktor, der zur allgemeinen Zufriedenheit der Touristen beiträgt (Vgl. Kivela & Crofts, 2009, S.161-192). Es lässt sich sagen, dass die Region ein wichtiges Potenzial im Bereich der Gastronomie hat. Es ist bekannt, dass die Gastronomie ein wichtiges Motivationsinstrument bei der Entscheidung der Destination ist. Sowohl Spuren von vielen historischen Zivilisationen in der Region als auch das Zusammenleben verschiedener ethnischer Kulturen haben zu einer Bereicherung der regionalen Küche geführt. So lässt sich sagen, dass lokale Gerichte vielfältig sind und lokale Gerichte, die verschiedenen ethnischen Gruppen angehören, das Image der Destination in der Region widerspiegeln und bei den Entscheidungen der Destination bezeichnend sein können. Der Befragte L.T erzählt jedoch in der Fortsetzung des Interviews zum gastronomischen Tourismus der Region Folgendes:

„Küche ist Geographie, Sie können kochen, was die Geographie Ihnen bietet. Deshalb glaube ich heute nicht daran, sagen wir in der Region hier, dass es eine kurdische, assyrische, arabische Küche gibt. Nein, es gibt nur die mesopotamische Küche. Oder hier gibt es die Mardin-Küche, wie ich sie genannt habe. Warum? Denn Sie kochen, was die Geographie Ihnen zur Verfügung stellt. In der Tat, sagen wir ein Mardin-Essen, sie sagen lok, wir nennen es Kibbeh (İçli Köfte). Kurden nennen dieses Gericht Kütülk. die Juden, die in der kurdischen Region im Irak leben, kochen dieses Essen und sie nennen es Lok. Ja, Kibbeh wird gebraten. Ja, also wem gehört dieses Essen jetzt? Ja, also wir sollten das Essen der Geographie zusprechen. Araber kochen das gleiche Essen auf die gleiche Weise auch in Beirut und das Essen ist das gleiche“ (Interview_2)⁷².

Obwohl diese Aussage wahr ist, spielt die Küche schon eine wichtige Rolle bei der Bestimmung der Arten von Lebensmitteln verschiedener Ethnien und Glaubensrichtungen. In diesem Sinne ist Küche Geographie, aber ethnische Strukturen und Überzeugungen können nicht ignoriert werden.

Es scheint, dass Mardin im Gastronomietourismus im Vergleich zu anderen Regionen oder Städten sich nicht viel entwickelt. Esskultur wird meist als Reichtum in der Region angesehen. Es lässt sich jedoch sagen, dass sie nicht den Anforderungen der Touristen entspricht. Der Befragte M.K bezeichnet die regionale Küche als wie folgt:

⁷²Originaltext in der türkischen Sprache: Mutfak coğrafyadır, coğrafya size ne veriyorsa onu pişirirsiniz. Yani bugün ben şuna inanmıyorum, işte bölgede diyelim ki Kürt mutfağı, Süryani mutfağı, Arap mutfağı değil hayır, Mezopotamya mutfağı vardır. Ya da işte isimlendirdiğim şekilde Mardin mutfağı vardır. Niye çünkü coğrafya size ne verdiyse onu pişirmişsiniz. Nitekim işte bir Mardin yemeği diyelim ki onlar lok diyorlar, biz içli köfte diyoruz. Kürtler kütük diyorlar bu yemeği Irak'ta ki şeyler de pişiriyor, Irak'ta ki Kürt bölgesindeki Yahudilerde pişiriyorlar ve adına da lok diyorlar evet içli köftenin kızartılmışıdır. Bu evet o zaman kimin yemeği diyeceğiz, coğrafyanın yemeği diyeceğiz evet aynı loku Beyrut'ta da pişiriyorlar yine aynı şekilde Araplar ve yemek aynıdır.

„Sehr schlecht. Obwohl wir viele Alternativen haben, werden in Restaurants nur sehr wenig Alternativen gekocht. Gerichte sind in der Regel sehr fettig, voller Tomatenmark, salzig und werden fast immer mit Fleisch gekocht. Daher bietet die Küche nicht viel Vielfalt. Auch generell, es gibt wirklich ein ernsthaftes Hygieneproblem. Wenn wir dieses in die Esskultur miteinbeziehen, denke ich, dass die Esskultur in Mardin schlecht ist, soviel ich gesehen habe. Der wichtigste Part, der entwickelt und diversifiziert werden muss, ist die Esskultur“ (Interview_5)⁷³.

Der Befragte L.T kritisiert die regionale Küche ebenfalls:

„Die Mardin-Küche (häusliche Küche) ist sehr reichhaltig und wird im Gegensatz zur Küche in Gaziantep nicht kommerzialisiert. Auch wenn die Menschen in Mardin sehr wütend sind, muss ich ihr Problem nur als Tatsache hervorheben. Die kommerzielle Küche von Mardin ist die schlechteste Küche in der Region. Ich habe auch Mardins Hausküche (das Artikel) geschrieben. Aber ich behaupte, Mardins Hausküche eine der reichsten Küchen in der Region ist. Aber es wurde nicht Teil der gewerblichen Küche gemacht und wurde nicht vermarktbar gemacht. Die bereits vermarkteten haben sich in etwas fatales verwandelt, das heißt, es hat seine Originalität verloren“ (Interview_2)⁷⁴

Es sind sehr wichtige und genaue Bestimmungen in beiden Antworten. Die Menschen benutzen infolge der Nichtkommerzialisierung der regionalen Küche die traditionellen Lebensmittelarten auf die gleiche Weise weiterhin. Dies hat dazu geführt, dass die Arten von Lebensmitteln oder die Ernährungsvorzüge der Menschen (vegetarisch, vegan) in der Welt vernachlässigt wurden. Dies wirkt sich negativ auf das gastronomische Image der Region aus. Es lässt sich sagen, dass kürzlich bestimmte Studien in der Region begonnen haben, um dieses Image zu ändern. Beispiele hierfür sind die Einrichtung der Abteilung für Gastronomie an der Fakultät für Tourismus, die Einrichtung von Websites für die Gastronomie und Studien, um herauszufinden, welche Art von Gerichten in der Region angeboten werden.

⁷³Originaltext in der türkischen Sprache: Çok kötü. Ben veganım. Biz de bir sürü alternatif olmasına rağmen çok az şey çıkıyor restoranda. Yemekler genelde fazla yağlı, fazla salçalı, fazla tuzlu ve neredeyse hep et üstüne kurulu dolayısıyla çeşitlilik sunmayan bir mutfak var. Yaygın olan kısım da konuşuyorum ve ciddi bir hijyen sıkıntısı var. Yemek kültürüne bunu da dahil edersek o restoranlarda falan yani sadece iyi olan yerleri değil de hep tanık olduğum şey üzerine o yüzden bence yemek kültürü Mardin ‘de kötü, en geliştirilmesi ve çeşitlenmesi gereken şey bu.

⁷⁴Originaltext in der türkischen Sprache: Mardin mutfağı ev mutfağı çok zengindir ve Gaziantep’in tam tersine ticarileşmemiştir. Hatta Mardinliler çok kızarsa da onların sorunu ama bir gerçeği vurgulamak zorundayım. Mardin’in ticari mutfağı bölgenin en kötü mutfağıdır ama iddia ediyorum Mardin’in ev mutfağını da yazdım, Mardin’in ev mutfağı da bölgenin en zengin mutfaklarından biridir ama ticari mutfağın bir parçası haline getirilememiştir pazarlanabilir hale getirilememiştir. Pazarlananlarda zaten ucube bir şeye dönüşmüştür yani şeyi orijinalliğini yitirmiştir.

Der Gastronomietourismus hat viele positive Auswirkungen auf die Region der Destination. In Destinationen, die Touristen dank Gastronomie Tourismus anziehen, kann dies zu mehr Touristen, Verkäufen (Tickets, Unterkunft, Essen und Trinken usw.), Medienwerbung, Steuereinnahmen, größeres Bewusstsein für lokale Produkte und vor allem zu Bewusstsein für die Gesellschaft führen. Daher kann gesagt werden, dass Lebensmittelfestivals, Küchenmuseen, Restaurants, gastronomische Einrichtungen und ähnliche Aktivitäten nötig sind, um den gastronomischen Tourismus der Region von Midyat zu entwickeln. Darüber hinaus sollten Anstrengungen unternommen werden, um durch Werbung ein Image für die Gastronomie zu schaffen.

4.6.2 Höhlentourismus

Eine andere Art des Tourismus ist der Höhlentourismus. Midyat hat auch ein wichtiges Potenzial im Hinblick auf den Höhlentourismus. Eine Bestandsaufnahme bzw. Untersuchung der Höhlen wurde jedoch noch nicht durchgeführt. Dies ist ein großer Mangel. Es ist jedoch ersichtlich, dass kürzlich versucht wurde, diese Identität in der Region in den Vordergrund zu rücken. Ruinierte und zerstörte Höhlen werden nacheinander restauriert und für Touristen geöffnet. Der Bürgermeister von Midyat drückt die diesbezügliche Arbeit wie folgt aus: *Darüber hinaus arbeiten wir daran, das touristische Potenzial der unterirdischen Höhlen namens "Matiate", der sogenannten Stadt der Höhlen, zu erhöhen* (Interview_1).

Andere Arten des Tourismus

Abgesehen davon sind die Tourismusarten, die in der Region entwickelt werden können, Gesundheits-, Sport-, Ballon- und Flusstourismusarten. Denn es ist bekannt, dass sowohl die lokale Regierung als auch die Tourismusdirektion der Provinz in letzter Zeit bestimmte Versuche unternommen hat, solche Tourismusarten in der Region zu entwickeln.

5. SCHLUSSFOLGERUNGEN:

Möglichkeiten, Chancen und Grenzen der touristischen Entwicklung in Midyat

Gegenstand der Studie ist es, die touristischen Potenziale der Region Midyat im Kontext der assyrischen Kultur zu untersuchen. Neben der Literaturrecherche wurden schriftlich und mündlich Interviews mit Vertretern des Tourismussektors, die Experten auf dem Gebiet des Tourismus in der Region sind, durchgeführt, und es wurde untersucht, ob die Region ein touristisches Potenzial hat und wenn ja, wie dieses Potenzial genutzt werden sollte. Daten von notwendigen und autorisierten Institutionen wie TUIK, der Lokalverwaltung, der Provinzdirektion für Tourismus (Mardin) und dem Gouvernement wurden gesammelt und analysiert. Tourismusbezogene Daten wurden meist aus der Bibliothek an der Universität Passau erhalten. Zusätzlich wurde versucht, die Stärken und Schwächen der Region mit der SWOT-Analyse Methode zu analysieren.

Ergebnissen und Empfehlungen

Die Region hat ein großes touristisches Potenzial, da sowohl Midyat als auch die Assyrer eine lange Geschichte haben. Es hat eine große Bedeutung, insbesondere im Hinblick auf den Kulturtourismus. Denn es lässt sich sagen, dass die kulturelle Atmosphäre (Sprache, Religion und ethnische Struktur) der Stadt die Grundlage des Tourismus gestaltet. Sieht man sich jedoch die Beispiele in der Welt an, wird klar, dass der Kulturtourismus in Midyat nicht vollständig entwickelt ist. Angesichts der Anzahl der Besucher historischer Gebäude, Hotels oder religiöser Gebäude, die einer der konkretesten Indikatoren des Kulturtourismus sind, lässt sich feststellen, dass die Stadt nicht das Interesse und die Rendite erhält, welche sie verdient. Daher sollte nach Wegen gesucht werden, die Besucherzahlen historischer und religiöser Gebäude zu erhöhen, und die Vermarktung des kulturellen Erbes sollte sichergestellt werden, indem es zu einem touristischen Produkt gemacht wird. Auch im Kulturtourismus ist es wichtig, die lokale Kultur mit der modernen Kultur zu verbinden und eine Brücke zur Vergangenheit in der Geschichte zu etablieren. Elemente wie traditionelle Architektur (Steinhäuser), der Katori-Stein, Silberschmuck, Teppiche und Teppichböden, die die lokale Kultur von Midyat widerspiegeln, und die in diesen Produkten verwendeten Muster und Farben hätten Potential wurden aber nicht in touristische Produkte verwandelt. Gebäude, Kleidung und Lebensmittel, die die Traditionen der lokalen Kultur widerspiegeln, sollten den Touristen zuerst im Museum vorgestellt und dann live in der Stadt gezeigt werden, und selbst diese Produkte sollten durch Schaffung einer Marke und eines Images zum Verkauf angeboten werden.

Die Wissenschaftlichen Analysen und Befragten bestätigen auf dem Gebiet der Forschung den rasanten Zuwachs des Tourismus. Basierend auf diesem Wachstum im Tourismus kann gesagt werden, dass die Region-Midyat laut Destinationslebenszyklus-Modell von Butler die zweite Stufe „Erschließung“⁷⁵ erreicht und ausgeführt wurde und demnach die dritte Stufe „Entwicklungsphase“⁷⁶ durchlebt wird.

Denn wenn man die letzten 20 Jahre der Region im Hinblick auf den Tourismus betrachtet, zeigt sich, dass die touristischen Räume (Hotel, Restaurant, Erholungs-Vergnügungsgebiete) schnell zugenommen haben. Beispielsweise: Während die Zahl der Beherbergungsbetriebe in der Stadt Mardin im Jahr 2001 19 betrug, stieg diese Zahl 2019 auf 66 (Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Abhängig von diesen Entwicklungen kommt es in anderen Sektoren zu einem Anstieg. Ebenso nimmt die Anzahl der Restaurants und Cafés zu. Insbesondere die Zahl der Räume, die sich mit den kulturellen und historischen Werten der Stadt überschneiden, nimmt mit großer Geschwindigkeit zu. Diese Beschäftigungsinitiativen der lokalen Bevölkerung tragen zur Vervollständigung der Infrastruktur des Tourismussektors bei. Mit anderen Worten, die Lokalbevölkerung ist an der Entwicklung des Tourismus beteiligt (ein teilnehmender Akteur). Ebenso ist bekannt, dass die lokale Regierung in der Region in den letzten Jahren umfangreiche Restaurierungsarbeiten durchgeführt hat. Der Bürgermeister von Midyat bringt seine Arbeiten zu diesem Thema wie folgt zum Ausdruck: *In der Tourismusplanung enthüllen wir unsere historischen Gebäude, Moscheen und Kirchen, ohne ihre Geschichte zu ruinieren. Darüber hinaus arbeiten wir daran, das touristische Potenzial der unterirdischen Höhlen namens "Matiate", dh der Stadt der Höhlen, um erhöhen zu. Als letztes planen wir mit unserem Projekt "Midyat gewinnt seine alte Identität zurück", unsere*

⁷⁵ Originaltext in der türkischen Sprache: Diese Periode beginnt mit der Beteiligung der lokalen Bevölkerung und der lokalen Regierungen am Tourismusentwicklungsprozess. Als die lokalen Behörden erkennen, dass Touristen an ihrer Region interessiert sind, beginnen sie, Dienstleistungen für Infrastruktur, Unterkünfte und Catering zu entwickeln. Es lässt sich daher sagen, dass dieser Prozess eine Phase ist, in der der erste Druck auf die lokalen und offiziellen Behörden beginnt, um die Region im Hinblick auf den Tourismus zu fördern und Besucher anzulocken. Beispielsweise: Es wird versucht, die ersten Werbemaßnahmen und den ersten Tourismusmarkt zu schaffen. Während des Erschließungsprozesses beginnt die Wahrnehmung der Tourismus-Saison. Da immer mehr Touristen auf die Destination benachrichtigt werden, steigt die Zahl der Touristen in gleichem Maße.

⁷⁶ Originaltext in der türkischen Sprache: Es lässt sich sagen, dass in dieser Lebensphase viele Besucher mit der Zunahme der Werbeaktivitäten von der Region angezogen wurden. In dieser Phase, in der die Anzahl der Besucher am höchsten ist, kann die Anzahl der Touristen sogar die Anzahl der Anwohner der Destination überschreiten. In dieser Phase können Tourismusorganisationen wie Unterkünfte, Restaurants und Hotels aus der Hand von Einheimischen abschlagen und ausländische Unternehmen können in die Region investieren, um Produkte und Möglichkeiten anzubieten. Die vielleicht offensichtlichste Entwicklung in der Entwicklungsphase ist der wirtschaftliche Wohlstand der lokalen Bevölkerung, der Arbeitnehmer und der Unternehmen, die touristische Produkte und Dienstleistungen anbieten. Einige der Entwicklungen und Veränderungen, die durchgeführt wurden, werden von den Einheimischen jedoch nicht begrüßt. Insbesondere die zunehmende Zahl von Touristen führt dazu, dass sich die Perspektive und Haltung der lokalen Bevölkerung gegenüber Touristen ändert.

historischen Straßen wiederherzustellen und unser Midyat zu einem "Anziehungspunkt" zu machen (Interview_1)⁷⁷. Beispielbilder von Restaurierungsarbeiten sind unten angegeben.

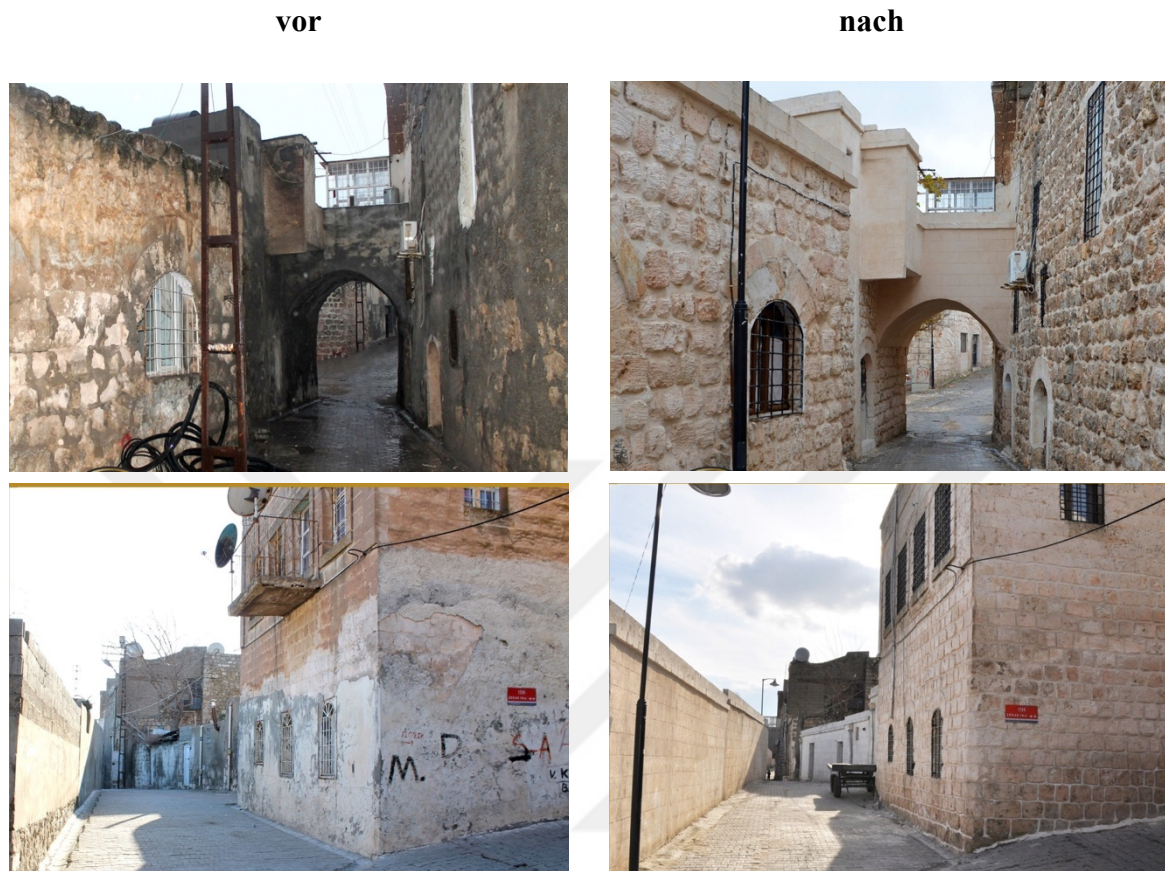


Abb. 35: Vor und nach der Restaurierung in Midyat

Quelle: Midyat Belediyesi

All diese Entwicklungen deuten darauf hin, dass Midyat laut Destinationslebenszyklus-Modell von Butler die zweite Phase, die Erschließung, abgeschlossen hat. Es lässt sich sagen, dass sich die Stadt jetzt in der Entwicklungsphase befindet, die nach der Theorie von Butler die 3. Phase ist. Denn nach dieser Phase erreichte die Stadt die größte Besucherzahl in ihrer Geschichte. Laut TUIK-Daten besuchten in den ersten neun Monaten des Jahres 2019 rund 4 Millionen Besucher die Region. Darüber hinaus ist die Kapazität der Hotels voll ausgelastet. Ein weiterer Punkt ist die Gründung weltberühmter ausländischer Hotels in der Region. Beispielsweise:

⁷⁷ Originaltext in der türkischen Sprache: Turizm planlanmasında ise yok olmak üzere olan tarihi binalarımızı, camilerimizi, kiliselerimizi tarihini bozmadan tekrardan gün yüzüne çıkarmaktayız. Ayrıca mağaralar şehri anlamına gelen "Matiate" adı ile anılan yeraltı mağaralarını turizm potansiyelini daha da artırmak amacıyla gün yüzüne çıkarma çalışmaları yapmaktayız. Son olarak Dicle Kalkınma Ajansı (DİKA) iş birliği kadim "Midyat eski kimliğine kavuşuyor" projemiz ile tarihi sokaklarımızı restore edip Midyat'ımızı "cazibe merkezi" haline getirmeyi planlıyoruz.

Hilton Hotels. Dies liegt daran, dass nach der Theorie von Butler derzeit ausländische Unternehmen oder Geschäftsmänner in das touristische Gebiet investieren, um mehr Geld zu verdienen.

Das Forschungsfeld hat einige Möglichkeiten bzw. Chancen, die seine derzeitige Situation weiter verbessern und seine Wettbewerbsfähigkeit gegenüber anderen Reisezielen erhöhen wird.

1. Die Region hat ein großes Potenzial im Bereich des materiellen und immateriellen Kulturerbes (Sprache, traditionelles Kunsthandwerk, traditionelle Häuser, Glaube, Essen, Kleidung, religiöse Gebäude).

2. Verschiedene ethnische Gruppen leben zusammen. Besonders Assyrer wecken das Interesse ausländischer Touristen und spielen eine wichtige Rolle in der Geschichte des Christentums.

3. Bestimmte Arten des Tourismus (Kultur, Glaube, Gastronomie, Ethnie, Höhlentourismus usw.) können entwickelt werden.

4. Es lässt sich sagen, dass es eine geeignete Infrastruktur gibt, um qualifiziertes Personal im Tourismus auszubilden (wie beispielsweise die Berufsschule für Tourismus, Fakultät für Tourismus usw.

5. Man kann festhalten, dass all dies die Entwicklung des Tourismus, insbesondere in den letzten Jahren, sowohl durch die Einheimischen als auch durch die Lokalverwaltung positiv beeinflusst hat. Die Bereitschaft der Lokalbevölkerung schafft daher einen großen Vorteil für die Entwicklung des Tourismus. Nicht nur die Lokalbevölkerung, sondern zur gleichen Zeit hat auch die lokale Regierung einen Veränderungsprozess für Touristen eingeleitet. Die Grundlagen dieses Ansatzes für den Tourismus sowohl in der lokalen Regierung als auch in der lokalen Bevölkerung können auf einer Theorie des sozialen Wandels beruhen. Denn die Theorie des sozialen Wandels ist eine allgemeine soziologische Theorie zum Verständnis des Ressourcenaustauschs zwischen Individuen und Gruppen in einer Interaktionssituation. Es wird angenommen, dass der soziale Wandel wirtschaftlich von Pragmatismus und Nutzenprinzipien abhängt. Mit anderen Worten, die Theorie des sozialen Wandels beinhaltet den Austausch sozialer, kultureller und psychologischer Ressourcen, die zwischen Individuen oder Gruppen abstrakt oder konkret sind (Harrill, 2004). Nach Burke (2006) gibt es die Theorie des sozialen Wandels verschiedene Ansätze. Diese kann als die Akteure, die sich austauschen, die Ressourcen, die ausgetauscht werden, die Struktur, in der sich Austauschbeziehungen entwickeln, und als ein dynamischer Veränderungsprozess klassifiziert werden.

Individuen verhalten sich in Erwartung der Belohnung in ihren Beziehungen. Im Tourismussektor ist dieses Prinzip wirksam bei der Bestimmung der Haltung der lokalen

Bevölkerung gegenüber Touristen. Denn solange die Lokalbevölkerung wirtschaftlich profitiert, verbessert sich ihre Haltung gegenüber den Touristen positiv. Im Rahmen dieses pragmatischen Verständnisses setzen Individuen die Beziehung fort, wenn die Anforderungen der Parteien erfüllt werden und der Gewinn für beide Parteien fair ist. Die Reflexion im Tourismussektor kann wie folgt ausgedrückt werden: Die Tatsache, dass die Lokalbevölkerung das Einkommen erzielt, das sie sich vom Tourismus erhofft, bestimmt ihre Beziehung zu Touristen. Andernfalls zeigt die Lokalbevölkerung kein Interesse am Tourismussektor; sie tendiert zu verschiedenen Sektoren. Bei der Betrachtung der wirtschaftlichen Entwicklung der Region war die Lokalbevölkerung in der Region vor dem Tourismus in der Landwirtschaft tätig. Diejenigen, die nicht in der Landwirtschaft tätig waren, wanderten in große Städte aus. Doch aufgrund der Entstehung des touristischen Potenzials in der Region und der dementsprechend häufigen Besuche durch Touristen in der Region, hat die Lokalbevölkerung veranlasst, sich dem Tourismussektor zuzuwenden. Die Gründe hier sind wirtschaftlich und hängen von den Prinzipien der Theorie des sozialen Wandels ab. Was für eine kulturelle, soziale und wirtschaftliche Verwandlung gibt es auf dem Gebiet der Forschung nach der Theorie des sozialen Wandels oder ist kultureller, sozialer und wirtschaftlicher Wandel überhaupt von den Menschen der Region gewünscht? Fragen wie solche bilden die Grundlage für diesen Teil der Studie.

Zunächst kann gesagt werden, dass der Grund dafür, dass die Lokalbevölkerung gegenüber Touristen tolerant ist, auf kulturellen Werten beruht. Es ist bekannt, dass die Lokalbevölkerung, die im Untersuchungsgebiet lebt, tolerant ist. Die Region rückt besonders mit dieser Identität in den Vordergrund. Die Lokalbevölkerung schafft dank dieser Identität ein gutes Image in den Gedächtnissen der Touristen. In der Tat ist einer der starken und glücklichen Aspekte der Region, der sich bei der Analyse der Interviewergebnisse und der Untersuchung der SWOT-Tabelle herausstellt, dass sich die Lokalbevölkerung als tolerant und gastfreundlich erweist. Aus diesem Grunde sind kulturelle Faktoren ebenso wirksam wie wirtschaftliche Faktoren bei der Bestimmung der Haltung der lokalen Bevölkerung gegenüber Touristen.

Das Verhältnis zwischen der Theorie des sozialen Wandels und Tourismus wird nach dem Prinzip des "Pragmatismus" aufrechterhalten. Im Rahmen der Theorie des sozialen Wandels kann gesagt werden, dass die Entwicklung des Tourismus auf dem erwarteten Niveau liegen wird, wenn die Bevölkerung Vorteile durch die Besucher erfährt. Daher entwickelt sich die Theorie des sozialen Wandels im Einklang mit der Haltung und den Interessen der Lokalbevölkerung. Bei der Erforschung der Entwicklung des Tourismus im Rahmen der Theorie des sozialen Wandels kann gesagt werden, dass die Haltung der lokalen Bevölkerung

zur Entwicklung des Tourismus vom Nutzen (erwartete oder realisierte wirtschaftlicher, ökologischer oder sozialer Nutzen) der lokalen Bevölkerung aus dem Tourismus abhängt. Dies betrifft mehr die wirtschaftliche Dimension der Theorie des sozialen Wandels.

Ein weiterer Aspekt der Theorie des sozialen Wandels ist, dass sich die Lokalbevölkerung gegenüber den Tourismusakteuren und Touristen tolerant verhält, weil sie vom Tourismus profitieren will. Es wurde festgestellt, dass aufgrund der Gastfreundschaft der Lokalbevölkerung und des wirtschaftlichen Gewinns aus dem Tourismus, die Tourismusedwicklung unterstützt wird, indem die Lokalbevölkerung die durch den Tourismus verursachten Negativitäten wie die Umweltverschmutzung und den Verkehr ignorieren. In diesem Veränderungsprozess ist es für den regionalen Tourismus wichtig, die Lokalbevölkerung zur Teilnahme am Tourismus zu fördern und die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Dimensionen des Tourismus zu berücksichtigen, indem sie ein Tourismusbewusstsein für die Tourismusplanung schafft. Denn die Entwicklung des Tourismus in der Region wird nach diesem Bewusstsein gestaltet.

Als Ergebnis nach der Theorie des sozialen Wandels, neigt die Lokalbevölkerung dazu, die Entwicklung des Tourismus mehr zu unterstützen, wenn sie denkt, dass sie vom Tourismus profitiert. Wird der Entwicklungsstand der Region in Bezug auf den Tourismus analysiert, lässt sich erkennen, dass die Lokalbevölkerung den Tourismus positiv beeinflusst und daher den regionalen Tourismus stärker unterstützt. Angesichts der historischen und kulturellen Struktur der Region und dieser Haltung der Lokalbevölkerung lässt sich sagen, dass in den letzten 20 Jahren in Midyat die Anzahl von Hotels, Cafés, Restaurants und Souvenirläden zugenommen hat. Zum Beispiel gibt es heute in Midyat 13 Hotels, 80 Juwelier/Silbergeschäfte, 25 Restaurants und 18 Cafés (Midyat Belediyesi). In der Region findet eine größere Veränderung insbesondere in Bezug auf Kultur und Wirtschaft statt. Diese Veränderung in systematischer Weise zu planen, ist lebensnotwendig für die Zukunft von Midyat. Aus diesem Grund sollen die Zukunftspläne für die Stadt gut organisiert sein. Beispielsweise sollten ungeplante Urbanisierungen in der Stadt vermieden werden oder ein Kontrollmechanismus für die Produktpreise in der Stadt bereitgestellt werden.

Auf der anderen Seite gibt es trotz dieser Möglichkeiten bzw. Chancen einige Schwächen im Bereich des Tourismus im Forschungsbereich. Diese sind:

1. Es lässt sich sagen, dass die Tourismusedwicklung einem zufälligen, ungeplanten und unkontrollierten Verlauf folgt und die Lokalbevölkerung nicht ausreichend zum Tourismus informiert ist.

2. Niedrige Infrastruktur und Dienstgüte

3. Mangel an großen Investitionen aufgrund des hohen Investitionsrisikos.

4. Eine weitere wichtige Schwäche ist der Bau des Ilisu-Staudamms in der Region. Der Staudamm erstreckt sich über eine Fläche von 135 km in der Länge und 400 m in der Breite. Er betrifft sogar die Grenzen von Siirt, Mardin, Batman und Diyarbakır in diesem Gebiet. Der Grund dafür, dass der Ilisu-Staudamm sowohl national als auch international in den Vordergrund gerückt ist, ist die historische Stadt Hasankeyf. Obwohl der Bau des Ilisu-Staudamms auf kurze Sicht wirtschaftlich rentabel erscheint, lässt sich nicht sagen, dass er dies auch auf lange Sicht tut. Denn die Überschwemmung historischer und touristischer Städte wie Hasankeyf wird langfristig als großer Verlust angesehen.

DSI⁷⁸-Berichten zufolge kam es in der Region aufgrund des Anstiegs der Staudammgewässer zu einer Einwanderung zwischen 80.000 und 100.000 Tausende Menschen, mussten Hasankeyf dadurch verlassen und in andere Regionen und Städte auswandern. Laut dem DSI-Bericht wurden die Stadt Hasankeyf ebenso wie 108 Dörfer und 42 Weiler durch den Ilisu-Staudamm überschwemmt. Der Staudamm wird einen jährlichen Beitrag zur Volkswirtschaft von 412 Millionen USD leisten und der Staudamm wird 4% des türkischen Strombedarfs decken. Der Ilisu-Staudamm wird bezüglich der Strommenge, die er produzieren wird, der viertgrößte Staudamm der Türkei sein. Dies sind einige wirtschaftliche Vorteile, die zu erwähnen sind.

Die Veränderung des Ökosystems in der Region aufgrund des Damms hat jedoch sowohl das Klima als auch die Landwirtschaft der Region verändert. Könnte verhindert werden, dass eine so wichtige historische und touristische Stadt überflutet wird? Oder könnte der Ilisu-Staudamm nicht woanders gebaut werden? Diese Fragen können gestellt werden. Dem DSI-Bericht zufolge wurde eine Durchführbarkeitsanalyse für die Region erstellt, und laut diesem Bericht wird angegeben, dass die Region Hasankeyf sowohl hinsichtlich der topografischen als auch der geologischen Bedingungen und des Wasserpotenzials am besten geeignet ist. So wurde angenommen, dass der Bau des Staudamms hier wirtschaftlich positiv beeinflusst wird.

Historisch gesehen gibt es in der Stadt Spuren vieler Zivilisationen. Beispielsweise stammt das 600 Jahre alte Zeynel Bey Grabmal aus der Akkoyunlu-Zeit. Die Er-Rızk und Süleyman-Han-Moscheen stammen aus der Ayyubiler-Zeit. Die 1300 Jahre alte historische Brücke, die als Symbol von Hasankeyf gilt, stammt aus der Römerzeit. Dem DSI-Bericht zufolge wurden Studien und Untersuchungen zu insgesamt 10 historischen Artefakten in der Stadt durchgeführt. Aus diesen Artefakten wurden sechs Stück komplett verlegt. Diese sind das Artuklu-Hamam,

⁷⁸ Devlet Su İşleri: Generaldirektion für staatliche Hydraulikarbeiten

das Iman Abdullah Derwischkloster, das Zeynel-Bey-Grabmal, Orta Kapı, die Kizlar-Moschee, die Süleyman-Han-Moschee, die Er-Rızk-Moschee und die Koç-Moschee. Alle diese Artefakte wurden in die neu errichtete Stadt verlegt, und man hat versucht diese durch Restaurierungsarbeiten zu schützen und in das kulturelle Erbe zurückzusetzen. Die Artefakte, die nicht verlegt wurden, hat man laut Berichten des DSI unter Schutz gestellt. Sie wurden mit Beton übergossen und sind so durch das Wasser des Staudamms überschwemmt worden. Das erste Artefakt, das verlegt wurde, war das 1100 Tonnen schwere Zeynel Bey Grabmal. Für die Verlegung wurde die weltweit fortschrittlichste Technologie eingesetzt. Der erstmalige Transport per Schienensystem in die Türkei erfolgte am 12. Mai 2017. Einige der Artefakte wurden als Ganzes, andere wurden Stück für Stück in das neue Hasankeyf verlegt. Die übrigen Teile jedoch, wurden unter Wasser geschützt, da sie nicht verlegt werden konnten (Hasankeyf’i Yaşatma Girişimi, 2018).

Es wird gesagt, dass Aktivitäten wie Bootstouren und Seilbahnfahrten stattfinden werden, um den historischen und touristischen Wert von Hasankeyf zu erhalten. Es ist wünschenswert den Tourismus mit solchen Ereignissen wiederzubeleben. Die Zerstörung historischer und touristischer Städte wirkt sich jedoch nicht nur negativ auf Hasankeyf aus, sondern auch auf die gesamte Tourismusregion im Südosten der Türkei. Aus diesem Grund wirkt sich die Überschwemmung von Hasankeyf auch auf das touristische Potenzial von Midyat aus. Weil die Anzahl touristischer Städte auf der Reiseroute der Region abgenommen hat, nimmt die Reisemotivation der Touristen ab. Historische und touristische Städte, die nahe beieinander liegen, sind eng miteinander verbunden, und man kann sagen, dass sie sich im Hinblick auf den Tourismus gegenseitig positiv beeinflussen. Denn Touristen, die Midyat besuchen wollen, neigen dazu ebenfalls Hasankeyf zu besuchen - und umgekehrt.

5. Nachteil aufgrund der geographischen Lage: Die Stadt ist weit entfernt von wichtigen Tourismuskärnten/Städten-Orten-Räumen.

6. Aufgrund der geografischen Lage der Region ist sie leicht von Instabilität in den Nachbarländern betroffen.

7. Die Tatsache, dass der Tourismussektor empfindlich für interne und externe Faktoren wie interne Unruhen, Krieg, Migration, Epidemien, Wirtschaftskrisen und Terrorismus ist, kann die Entscheidung von Touristen, eine Region zu besuchen, leicht beeinflussen. Wenn man beschließt seine Freizeit für eine touristische Attraktion zu nutzen, möchte man in erster Linie einen friedlichen, gesunden und sicheren Urlaub verbringen; dieser Wunsch steht an erster Stelle, noch bevor man die Urlaubsdestination bestimmt. Die Zufriedenheit der Touristen bleibt bestehen, solange ihre Erwartungen und Bedürfnisse in deren Besuchszeit erfüllt werden. In

den letzten Jahren haben Wirtschaftskrisen, Epidemien, Migrationen, und Terrorakte, bei denen Touristen infolge solcher ihr Leben verloren, im Untersuchungsgebiet an einigen Orten die touristische Nachfrage erheblich beeinflusst. Zu den Hauptgründen, warum die touristische Nachfrage von solchen Ereignissen beeinflusst wird, können wie das Image der Destination, ebenso die Nachrichten in den Medien, die wirtschaftliche Situation des Landes, Diebstahl, Belästigung, Erpressung, Betrug und Einwanderung gezählt werden. Solange sich die Touristen in den zu besuchenden Regionen sicher fühlen, besteht die Möglichkeit, dass sie beabsichtigen, dieses Gebiet erneut zu besuchen. Aus diesem Grund lässt sich sagen, dass Sicherheitsprobleme im Untersuchungsgebiet die Destinationsentscheidung von Touristen negativ beeinflussen. Die folgenden Empfehlungen können gegeben werden, um diese negativen Situationen zu reduzieren.

1. Es gibt historische Siedlungen in der Region, und es sollte daran gearbeitet werden, diese Siedlungen aufzudecken. Insbesondere sollten der Staat oder befugte Personen so bald wie möglich an bestimmten Orten Ausgrabungen durchführen und diese Orte in den Tourismus einbeziehen. Denn es gibt in der Region ein großes historisches Potenzial. Beispielsweise wurde vergangene Jahre in 11.300 Jahre alter Tempel in Mardins Stadtteil Dargeçit entdeckt. Ein weiteres Beispiel ist die kürzlich entdeckte antike Stadt Dara, die 90 km von Midyat entfernt liegt. Bei den Ausgrabungen in Dara, das aufgrund seiner Lage an der historischen Seidenstraße eine große religiöse, soziale und kommerzielle Bedeutung hat, wurden viele architektonische Überreste aus verschiedenen Epochen entdeckt. Es wurden dort in Dara, wo 1986 mit archäologischen Ausgrabungen begonnen wurde, nur 10 Prozent der historischen Funde und Überreste aufgrund unzureichender Fonds entdeckt. Es lässt sich sagen, dass die antike Stadt Dara nach Abschluss der Ausgrabungsarbeiten ein Kandidat für eines der wichtigsten Tourismuszentren der Region sein wird. Unter den in der Stadt Dara ausgegrabenen Artefakten befinden sich etwa 5 Kilometer lange Stadtmauern, Wasserzisternen, Felsengräber, Kirchen, Agora, Brücken, Silos und ähnliche öffentliche Gebäude, die alle Bedürfnisse einer Stadt erfüllen. In solchen Fällen ist bekannt, dass die lokale Regierung Ausgrabungen unterstützt oder einen solchen Zweck hat. Tatsächlich drückt der Bürgermeister von Midyat seine diesbezüglichen Ziele wie folgt aus: „*Wir wollen historische Räume aufdecken, die nicht ans Licht gekommen sind*“ (Interview_1)⁷⁹. Doch leider dauern die Ausgrabungsarbeiten aufgrund der unzureichenden wirtschaftlichen Unterstützung lange.

⁷⁹ Originaltext in der türkischen Sprache: Gün yüzüne çıkmamış tarihi mekanları gün yüzüne çıkarmak istiyoruz.

2. Die Zahl der Tourismusunternehmen, Reisebüros und anderen Akteuren des Tourismus soll erhöht werden und sie sollen intensiver an der Förderung der Region arbeiten. Die quantitative Anzahl regionaler Reiseveranstalter, Reisebüros und Reiseführer ist sehr gering. Mit der Entwicklung des Tourismus in der Region wird diese Zahl sicherlich zunehmen, aber um zu verhindern, dass in- und ausländische Touristen, die nach Midyat kommen, nach einem Tagesbesuch zurückkehren, sollten für Reisebüros und Reiseveranstalter alternative Reiserouten vorbereitet werden und auf diesen Routen historische, touristische Orte, Unterkünfte, Lebensmittel- und Getränkeunternehmen entstehen und regionale Karten und Broschüren erstellt werden.

3. Die Lokalbevölkerung sollte touristische Produkte diversifizieren. Damit die Touristen mehr Zeit in der Stadt verbringen können, sollten verschiedene Alternativen angeboten werden, insbesondere in Bezug auf Unterkunft, Essen und Trinken. Denn es ergibt sich aus den durchgeführten Interviews, dass die Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten auf dem Gebiet der Forschung sehr begrenzt sind. In diesem Zusammenhang sollten die knappen Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten auf dem Gebiet der Forschung erhöht werden. Dazu müssen kulturelle Infrastrukturen wie Kinos, Jugendzentren und Cafés so eingerichtet werden, dass sie den Bedürfnissen der Touristen gerecht werden. Darüber hinaus kann an solchen Orten ein Verständnis für Unterhaltung entwickelt werden, die die Kultur der Region widerspiegelt. Traditionelle Unterhaltung und lokale Musik können hier in- und ausländischen Touristen angeboten werden. Andernfalls werden Touristen die Stadt weiterhin nur für Tagesausflüge besuchen. Beispielsweise wurde bei der Analyse der Interviews von vielen Befragten betont, dass Touristen aufgrund des Mangels an Unterhaltung oder kulturellen Einrichtungen in Midyat nicht in der Stadt übernachten. Dies zeigt, dass die kulturelle Infrastruktur in der Stadt eine wichtige Funktion für Touristen hat, um Zeit in der Stadt zu verbringen.

4. Die Tourismusbehörden in der Region sollten unabhängige und spezifische Politik betreiben. Beispielsweise sollten die Provinzdirektion für Tourismus (İl Turizm Müdürlüğü), Lokalverwaltungen (Bürgermeister), das Gouvernement oder der Bezirkshauptmann die Strategien verwirklichen, von denen sie glauben, dass sie sich im Tourismus entwickeln werden, ohne auf die Anweisungen der Zentralregierung zu warten. Dies bedeutet demnach, dass die hohe Hierarchie zwischen den Institutionen abgeschafft werden sollte und insbesondere Institutionsleiter oder Beamte flexibler für die Forschungen eingesetzt werden sollten. Es soll hier festgehalten werden, dass der Autor dieser vorliegenden Studie Probleme hatte, die Behörden zu kontaktieren und Informationen zum Tourismus zu erhalten.

Die Türkei, ist wie in der Hofstede-Forschung dargelegt wird, eine Gesellschaft mit hoher Machtdistanz. Ihre hierarchischen Strukturen sind sehr ausgeprägt. Aus diesem Grund wird die Zustimmung der höchsten Autorität für jede Entscheidung in Gesellschaften, die Hierarchie lieben erwartet und auch als normal angesehen. Aufgrund der hierarchischen Merkmale der Gesellschaft hatte der Autor große Schwierigkeiten, auf Informationen für die Studie zuzugreifen. Wegen der hohen Hierarchie am Forschungsgebiet wurde festgestellt, dass die Behörden es vermieden, ohne Zustimmung des Vorgesetzten Interviews zu führen und Informationen preiszugeben. Dies wirkt sich negativ auf den Tourismus aus. Denn die Hierarchie verhindert laut Peter Drucker den gesunden Fluss von Informationen, Ideen und Rückmeldungen (F.Drucker, 2014). In Gesellschaften mit flacherer Hierarchie ist man kreativer und innovativer. Dadurch ergreifen die Mitarbeiter, Initiative und nehmen aktiv an Entscheidungen teil. Wenn Menschen an den getroffenen Entscheidungen teilnehmen, stehen sie hinter ihrer Arbeit und übernehmen Verantwortung für ihre eigenen Beiträge. Das Hierarchieproblem in der Türkei ist ein Thema, das als Gesellschaft überwunden werden muss. Denn es lässt sich sagen, dass der türkischen Gesellschaft kulturell hierarchische Ordnung gefällt. Die Gesellschaft fühlt sich in hierarchischen Strukturen wohl, aber vor diesem Hintergrund gelangt man in der heutigen Welt sehr schwer zum Erfolg. Denn um erfolgreich zu sein, muss zuerst die soziale Kultur verändert und eine neue Kultur geschaffen werden. Insbesondere sollten die Behörden Entscheidungen treffen, die der lokalen Kultur entsprechen, ohne von der hierarchischen Ordnung abhängig zu sein. Wenn eine kreativere, innovativere und flexiblere Gesellschaft gewünscht wird, sollten Strukturen mit flacherer Hierarchie geschaffen werden. Denn die Hierarchie verhindert, dass Mitarbeiter schnell Initiative ergreifen und Entscheidungen treffen (Eroglu, 2020).

5. Marketing- und Werbeaktivitäten sollten priorisiert und die Teilnahme an nationalen und internationalen Tourismusmessen erhöht werden. Die kulturelle Struktur bzw. das kulturelle Gewebe der Region sollte priorisiert werden. Darüber hinaus gibt es in der gegenwärtigen Situation fast keine sozialen Aktivitäten wie Messen, Feste, Festivals, Shows usw. in der Stadt. Die Anzahl solcher Aktivitäten sollte ebenfalls erhöht werden.

6. Altes und traditionelles Handwerk sollte in den Vordergrund gerückt und Projekte vom Staat organisiert und Unternehmer unterstützt werden. Insbesondere die Stein- und Silberverarbeitung sollte unterstützt und weiterentwickelt werden.

7. Der wichtigste Mangel an Infrastruktur im Forschungsbereich ist der Mangel an Unterkünften und Lebensmittel- und Getränkeeinrichtungen in Bezug auf Quantität, Qualität

und Vielfalt. Insbesondere die Beseitigung dieser Mängel durch die Lokalverwaltung wird sich positiv auf den Tourismussektor auswirken.

Lokale Regierungen sind die wichtigsten Akteure in der touristischen Region. Sie haben einen großen Vorteil, weil sie das materielle und immaterielle kulturelle Erbe der touristischen Region kennen. Mit anderen Worten, sie sind sich der allgemeinen Struktur, Funktion und Reichtum der Stadt bewusst. Aufgrund dieses Bewusstseins machen die lokalen Regierungen bestimmte Pläne. Mit anderen Worten, sie entwickeln bestimmte Maßnahmen zur Entwicklung des Tourismus in der Region. Im Tourismussektor setzen sie bestimmte saisonale Ziele und wollen diese Ziele erreichen, solange sie die Stadt verwalten. In dieser Richtung ist es von großer Bedeutung, die Stadt sowohl auf nationalen als auch auf internationalen Tourismussmessen durch Bekanntmachung zu fördern. In dieser Richtung ist es zur Förderung des regionalen Tourismus wichtig, dass der derzeitige Bürgermeister von Midyat an der East Mediterranean International Tourism and Travel Exhibition (EMITT) teilnimmt, einer der vier größten Tourismussmessen der Welt, die 2020 in Istanbul stattfindet.

Ein weiterer konkreter Schritt ist, dass die Tourismusakteure (wie das Ministerium für Kultur und Tourismus, Gouvernements und lokale Verwaltungen) eine Politik verfolgen sollen, die das traditionelle Handwerk der Region schützt und ihre Existenz aufrechterhält. Diese Akteure sollten vordringlich diesbezüglich traditionelles Handwerk fördern. Insbesondere die jüngsten Arbeiten der Gemeinde Midyat sind für den Tourismus von großer Bedeutung. Mit der Entwicklung des Tourismussektors in der Region fallen die Entwicklung des traditionellen Handwerks, die Restaurierung und die Arbeiten für die Infrastruktur der Stadt auf. Dank dieser Arbeiten steigt der kulturelle und soziale Wert der Stadt. Es fällt positiv auf die Stadt zurück, insbesondere wirtschaftlich. Beispielsweise steigt seit 2020 die Anzahl der Einrichtungen, die von Touristen in der Region profitieren werden, stark an. Derzeit gibt es in der Stadt 13 Hotels, 80 Juweliergeschäfte (Gold und Silber), 25 Restaurants und 18 Cafés. Diese Zahl war zwischen 2009 und 2011 sehr niedrig. Es gab beispielsweise 2010 drei Hotels, 40 Juweliergeschäfte und sehr wenige Restaurants und Cafés in der Stadt. (Midyat Belediyesi, 2020). Es lässt sich sagen, dass aufgrund der treibenden Kraft des Tourismus die in der Stadt lebenden Menschen in sozialer und wirtschaftlicher Hinsicht positiv betroffen sind.

Darüber hinaus sind die von der Gemeinde entwickelten spezifischen Ziele in Bezug auf den Tourismus, insbesondere während des Pandemieverlaufs (Covid-19), sehr wichtig. Beispiele hierfür sind: Der Tourismusaktions-/ Entwicklungsplan und der Tourismus-Masterplan wurden von der lokalen Regierung festgelegt. Mit der Umsetzung dieser Pläne durch die lokale

Regierung wird ein starker Anstieg der jährlichen Touristenzahl erwartet. Der Bürgermeister bringt die Arbeit und Maßnahmen zu diesem Thema wie folgt zum Ausdruck:

„Leider betrifft der Verlauf (Covid-19) die gesamte Tourismusbranche. In diesem Prozess werden wir uns durch die Erstellung eines Tourismus-Aktionsplans und eines Tourismus-Masterplans bemühen, die Zahl von 3 Millionen Besuchern pro Jahr auf 10 Millionen Besucher pro Jahr zu erhöhen. Gleichzeitig wird daran gedacht, diverse Maßnahmen zu ergreifen. Solche wären: der effektive Einsatz von Werbemitteln, die Wiederbelebung von verborgenen Orten und Bauten, die Anfrage bei der UNESCO, die Vermehrung der Touristenführer, das Werben für die Stadt durch Onlinekanäle, die Belebung der örtlichen Essensspezialitäten und an Plänen zum effektiveren Gebrauch des ethnischen Tourismuspotenzials in der Region zu arbeiten“ (Interview_1)⁸⁰.

Folgendermaßen äußert der Bürgermeister seine Gedanken und Ziele in Bezug auf den Entwicklungs- und den Masterplan:

“Als Entwicklungsplan haben wir zunächst den Stadtrat von Midyat eingerichtet. Ziel ist es, die Vision der Stadt zu bestimmen, die Rechte und Gesetze der Stadt zu bestimmen, nachhaltige Entwicklung, Umweltbewusstsein, Sozialhilfe und Prinzipien der städtischen Verwaltung umzusetzen. Bei der Planung des Tourismus restaurieren wir erneut unsere historischen Gebäude, Moscheen und Kirchen, die im Inbegriff sind zu verschwinden, ohne ihre Natürlichkeit zu beeinträchtigen. Darüber hinaus bemühen wir uns, die unterirdischen Höhlen, d. h die Stadt der Höhlen, die als "Matiate" bezeichnet werden, freizulegen, um das touristische Potenzial weiter zu steigern. Und ebenfalls restaurieren wir schließlich die Stadt mit Dicle Kalkınma Ajansı (DİKA) und unsere historischen Straßen mit dem Projekt "Midyat gewinnt seine frühere Identität zurück" und planen, die Stadt zu einem Anziehungspunkt zu machen.

Wir organisieren seit 2 Jahren ein Kulturfestival in Midyat. Bei diesem Festival empfangen wir Gäste aus aller Welt und stellen auch unsere Kultur vor“ (Interview_1)⁸¹.

⁸⁰ Originaltext in der türkischen Sprache: Maalesef covid-19 süreci bütün turizm sektörünü etkilemektedir. Bu süreçte turizm eylem planı ve turizm master planı oluşturarak ilerleyen süreçte yıllık 3 milyon ziyaretçi sayısını yıllık 10 milyon ziyaretçi sayısına kadar taşımaya gayret göstereceğiz. Aynı zaman da tanıtım araçları, gün yüzüne çıkmamış tarihi mekanları gün yüzüne çıkarmak, (UNESCO) Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumuna başvuru, turizm rehberlerinin artırılması, kentin yazılım programları ile tanıtılması, yöresel yemek ve ürünlerin gün yüzüne çıkarılması, Midyat diasporasından daha fazla istifade etmek için çalışmalar yapılması düşünülmektedir.

⁸¹ Originaltext in der türkischen Sprache: Kalkınma planı olarak öncelikle Midyat Kent Konseyini kurduk. Amaç ise kent vizyonunun belirlenmesi, kentin hak ve hukukunun belirlenmesi, sürdürülebilir kalkınma, çevreye duyarlılık, sosyal yardımlaşma ve yerinde yönetim ilkelerini hayata geçirebilmektir. Turizm planlanmasında ise yok olmak üzere olan tarihi binalarımızı, camilerimizi, kiliselerimizi tarihini bozmadan tekrardan gün yüzüne çıkarmaktayız. Ayrıca mağaralar şehri anlamına gelen ‘‘Matiate’’ adı ile anılan yeraltı mağaralarını turizm potansiyelini daha da artırmak amacıyla gün yüzüne çıkarma çalışmaları yapmaktayız. Son olarak Dicle Kalkınma

Infolgedessen lässt sich sagen, dass bestimmte Arbeiten und Pläne in Bezug auf den Tourismus von der lokalen Regierung in Midyat erstellt und diese Pläne Schritt für Schritt umgesetzt werden. Es ist bekannt, dass große Restaurierungsarbeiten speziell für die Entwicklung des Tourismus in der Stadt durchgeführt wurden. Dank dieser Restaurierungsarbeiten wird Midyats spezieller Katori-Stein verwendet. Dies zeigt die Bedeutung des Katori-Steins. Da Katori-Stein heute nicht mit modernen Baumaterialien konkurrieren kann, nehmen sowohl die Verwendung von Katori-Stein als auch traditionelles Mauerwerk ab. Dafür sollte die Unterstützung und Suche, die die Fortsetzung der Steinmetzarbeit als traditionelle Aktivität und kulturellen Reichtums sicherstellen, fortgesetzt werden. Werbeaktivitäten, die Suche nach neuen Marktgebieten, die zunehmende Produktvielfalt, Kurse, die Erhaltung von Steinstrukturen und Restaurierungsarbeiten werden zur Fortsetzung der Steinverarbeitung beitragen. Die lokalen Regierungen sollten diesbezüglich weitere Bemühungen unternehmen. In letzter Zeit hat aufgrund der Restaurierungsarbeiten sowohl die Verwendung des Katori-Steins als auch die Anzahl der Werkstätten erheblich zugenommen. Es kann jedoch nicht gesagt werden, dass dies bereits ausreicht.

Neben der einzigartigen architektonischen und ästhetischen Struktur der Stadt, hat die Idee, ihre historische Struktur, ihre sozialen und kulturellen Werte zu bewahren, auch bei diesen Renovierungsarbeiten an Bedeutung gewonnen. Die Restaurierung der historischen Gebäude der Stadt sollte nicht nur materiell gemessen werden. Die Idee, materielle und immaterielle Werte zu schützen, setzt den Fokus mehr auf die Stadt. Wird der Aspekt, der nach der Renovierung entstehen wird, die Erwartungen insbesondere im Tourismus erfüllen? Die Zeit (mit Ende der Covid-19-Pandemie) zeigt die Antwort auf die Frage. Es lässt sich jedoch sagen, dass die Renovierungsarbeiten für Mardin/Midyat, die damit in die Liste der UNESCO-Weltkulturerbestädte aufgenommen werden, einen großen kulturellen und wirtschaftlichen Wandel in der Stadt bewirkt haben. Neben Restaurierungsarbeiten ist geplant, die Stadt zu einem Anziehungspunkt mit Tourismusedwicklungs- und Masterplänen zu machen. Es ist das Ziel, die Zahl der Touristen von 3-4 Millionen jährlich auf 10 Millionen zu erhöhen. Dieser Prozess verzögert sich jedoch aufgrund der Covid-19-Pandemie. Dies ist auf die Flexibilität des Tourismus zurückzuführen. Diese Struktur wird in Maslows Pyramide ausführlich erklärt, welche hier nicht noch einmal erwähnt wird. In diesem Sinne wirkt es sich aufgrund der

Ajansı (DİKA) iş birliği kadim “Midyat eski kimliğine kavuşuyor” projemiz ile tarihi sokaklarımızı restore edip Midyat’ımızı “cazibe merkezi” haline getirmeyi planlıyoruz. Son 2 yıldır Midyat’ımızda kültür festivali düzenlemekteyiz. Bu festival de tüm dünyadan misafirlerimiz gelmekte olup, aynı zamanda da kültürümüzü de tanıtılmaktayız.

Sicherheits- und Gesundheitsprobleme in der Region negativ auf die Entwicklung des Tourismus aus.

8. Ein weiterer Vorschlag sind die Herausforderungen bei interkulturellen Begegnungen. Kulturelle Beziehungen zwischen Bereisten und Reisenden gehören zu den möglichen Ursachen sozialer Unzufriedenheit. Insbesondere Sprachprobleme verhindern enge Beziehungen und gegenseitige kulturelle Entdeckungen. Darüber hinaus kommt es aufgrund des Mangels an Informationen über die Kultur der lokalen Bevölkerung zu sozialen Konflikten in der Interaktion zwischen Bereisten und Reisenden, und folglich kann festgestellt werden, dass die Beziehungen zwischen Bereisten und Reisenden zu negativen Haltungen, Einstellungen Wahrnehmungen und Vorurteilen führen können. Es lässt sich sagen, dass Unterschiede in der gesprochenen Sprache, der nationalen Herkunft, der Identität und den kulturellen Werten die Spannung, das Missverständnis, die Isolation von Touristen und den Wertekonflikt erhöhen und die Freundschaft erschweren.

9. Das schwerwiegendste Problem der Region sind Sicherheitsprobleme, die sich insbesondere auf den Tourismus auswirken. Aufgrund der Flexibilität und Fragilität des Tourismus entspricht das Sicherheitsphänomen den physiologischen Bedürfnissen in Maslows Bedürfnisse Pyramide. Dies liegt auf der Ebene der Grundbedürfnisse. Es ist für einen Touristen nicht möglich, Orte zu besuchen, an denen es keine Sicherheit gibt. So soll das Sicherheitsproblem so schnell wie möglich gelöst werden, wenn sich der Tourismus in der Region entwickelt werden soll. Ein weiterer Faktor, der den Tourismussektor im Forschungsgebiet sowie auf der ganzen Welt negativ beeinflusst, ist die Pandemie Covid-19. Es lässt sich sagen, dass pandemische Krankheiten den Tourismus ernsthaft negativ beeinflussen. Aber es sollte nicht ignoriert werden, dass die Zukunft des Tourismus in der Stadt Midyat in direktem Zusammenhang mit dem Sicherheitsproblem in der Region steht.

10. Ein weiterer wichtiger Punkt ist das immaterielle Kulturerbe in der Region. Die Region ist aufgrund unterschiedlicher ethnischer und religiöser Strukturen sehr divers. Dies stellt eine große Ressource für immaterielles Kulturerbe in der Region dar. Im theoretischen Teil der Studie wurde versucht, die Bedeutung des materiellen und immateriellen Kulturerbes durch das Eisberg-Modell auszudrücken. Insbesondere wurde festgestellt, dass der Schutz des immateriellen Kulturerbes sowohl bei den Managern als auch bei der Lokalbevölkerung nicht ausreichend entwickelt ist. Mit den Aktivitäten und Tourismusplänen, die in die letzten 3 Jahren durch den Bürgermeister von Midyat durchgeführt wurden, zielt dieser darauf ab, dieses Bewusstsein in der Gesellschaft zu schaffen. Die Ermutigung des Bürgermeisters sowohl die Restaurierung als auch die Eröffnung neuer Geschäftsbereiche zeigt die Bedeutung der

historischen und kulturellen Seite der Stadt. Können neben diesen Maßnahmen, die bereits ergriffen werden, auch speziellere und strategischere Vorhaben für die Nutzung des immateriellen Kulturerbes entwickelt und durchgeführt werden? und wie kann dieses immaterielle Kulturerbe in Midyat nutzbar gemacht werden. Diese Fragen sollen gestellt werden.

Die Idee des immateriellen Kulturerbes, Schutz und Bewusstseinsbildung der Lokalbevölkerung sollte indoktriniert werden. Man sollte beispielsweise die Bildung zum kulturellen Erbe durch die lokale Regierung fördern. Mit anderen Worten sollten, historische, soziale und kulturelle Schulungen in der Stadt angeboten werden, indem sie auf das reiche kulturelle Erbe der Region aufmerksam machen. Es sollten neue Projekte entwickelt werden, indem sich die Stadt aktiv an Arbeiten zum kulturellen Erbe von Organisationen des öffentlichen und privaten Sektors beteiligt. Diese Projekte sollten den Platz und die Bedeutung des kulturellen Erbes im Tourismus aufzeigen.

Zusammenfassen soll festgehalten werden, dass der wichtigste und notwendigste Schritt zur Nutzung des vorhandenen Tourismuspotenzials in Midyat die Beseitigung der Sicherheitsprobleme in der Region ist. Denn eines der Reiseziele von Touristen ist, dem Stress und den Problemen des Alltags zu entfliehen. Daher muss die Region ein sicheres Umfeld für Touristen bieten. Dies ist der erste und wichtigste Schritt, um das touristische Potenzial der Region zu nutzen. Beispielsweise in Anbetracht der Statistik der Touristenzahl der letzten Jahre, hat diese in den vergangenen 5 Jahren stetig zugenommen. Es lässt sich sagen, dass einer der Gründe dafür die Abnahme der Sicherheitsprobleme in der Region ist.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Reduzierung der interinstitutionellen Hierarchie, um das touristische Potenzial in Midyat aufzudecken und zu nutzen. Ebenso soll die Hierarchie zwischen Institution und Gesellschaft reduziert werden. Aufgrund der sehr hohen hierarchischen Struktur wurde festgestellt, dass der für den Tourismus in der Region politische spezifische Prozess nicht gesund ist. Denn in Gesellschaften mit einer hohen Hierarchie wird die Umsetzung spezifischer Politiken nicht nur gegen den Tourismussektor, sondern auch gegen andere Sektoren eingeschränkt bzw. verhindert.

Um das touristische Potenzial in der Region zu nutzen, sollten langfristige Tourismuspläne wie Masterpläne erstellt und umgesetzt werden. Dies wird langfristig zu einer Veränderung der wirtschaftlichen und kulturellen Struktur der Region führen. Diese Änderung wird jedoch nicht nur materiell, sondern auch zur Bildung eines Bewusstseins, das mit den Werten der Lokalbevölkerung harmonisiert, beitragen.

So ist zu erkennen, dass Midyat über ein reiches touristisches Potenzial verfügt, wie aus der gesamten Studie hervorgeht. Die Entwicklung des Tourismussektors in der Region könnte die Arbeitslosigkeit verringern und den Weg für die wirtschaftliche Entwicklung ebnen. Die Lösung von Infrastrukturproblemen wie Bildung, Verkehr und Kommunikation in der Region, Schutz und Förderung des historischen und kulturellen Erbes der Stadt, und im Fall, dass die Behörden ihre Aufgabe erfüllen, kann Midyat eine der beliebtesten Destination der Türkei werden. Das Vorhandensein von archäologischen Stätten und die Verbreitung kultureller Werte der bestehenden christlichen und islamischen Zivilisationen auf ein weites Gebiet (und im Falle einer bewussten und geplanten Überwachung der Tourismuspolitik), wie Lokman Toprak erklärt, kann das Forschungsfeld zum zweiten Kappadokien der Türkei werden lassen. Auf diese Weise könnte es zusammen mit dem Schutz und der Übertragung auf künftige Generationen des kulturellen Erbes, zu einer Region mit erheblichen wirtschaftlichen Erträgen in der Türkei werden. Andernfalls ist es unvermeidlich, dass das vorhandene Erbe zerstört wird. Dies hängt mit der Tourismuspolitik des Staates zusammen. Denn der Bau eines Staudamms und die Überschwemmung der Stadt in Hasankeyf, einem 12.000 Jahre alten Wohngebiet, können als Beispiel angeführt werden.

Es ist festzuhalten, dass der Teil der empirischen Datenerhebung und somit auch die Studie durch die Covid-Pandemie negativ beeinflusst wurde, weil die Möglichkeit direkte Informationen über die Region zu erhalten, stark eingeschränkt war. Es wurden jedoch große Anstrengungen unternommen diese Einschränkung so gering wie möglich zu halten. Daten von notwendigen und autorisierten Institutionen wie TUIK, der Lokalverwaltung, der Provinzdirektion für Tourismus (Mardin) und vom Gouvernement wurden gesammelt und analysiert. Andererseits wurde in der Studie ein großer Mangel an Literatur zu interkulturellen Begegnungen festgestellt - insbesondere bei der Erforschung multikultureller Städte wie Midyat. So lässt sich sagen, dass es an Forschung zu kulturellen Herausforderungen zwischen Bereisten und Reisenden bei interkulturellen Begegnungen mangelt. Es ist festzuhalten, dass es in der Türkei, zu diesem Thema fast keine wissenschaftlichen Studien gibt. Aus diesem Grund sind interkulturelle Begegnungen im Tourismus eines der wichtigsten Themen, die in Zukunft untersucht werden sollen.

KARTENVERZEICHNIS

Karte 1 Die Lokation Karte des Forschungsgebietes

Karte 2 Historische Tur Abdin Region

Karte 3 Entwicklungsphasen der Stadt Midyat

Karte 4 Verteilung von Assyern in der Provinz Mardin

Karte 5 Kulturtourismuswerte der Region Mardin



ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 Bevölkerungsentwicklung der Stadt Midyat (1927-2019)

Abbildung 2 Bevölkerungsentwicklung der Stadt Midyat (1927-2019)

Abbildung 3 Sektorale Verteilung wirtschaftlich der aktiven Bevölkerung in der Midyat Stadt

Abbildung 4 Untersuchung der Tourismuswahl von Disziplin und Ansatz

Abbildung 5 Definition von nationalem und internationalem Tourismus

Abbildung 6 Entwicklung der internationalen Tourismusbewegungen nach Jahren

Abbildung 7 Tourismus Daten der Türkei

Abbildung 8 Anzahl der nach Ländern ankommenden Touristen- Weltrangliste

Abbildung 9 International tourist arrivals 2018

Abbildung 10 Vier Gruppen von Reisemotivation (nach Hartmann 1962)

Abbildung 11 Motivationsinstrumente des Kulturtourismus

Abbildung 12 Vorteile und Risiken des Kulturtourismus

Abbildung 13 Bestandteile der Touristischen Leistungskette

Abbildung 14 Swot-Analyse Technik

Abbildung 15 Reisemotiven eines Touristen

Abbildung 16 Ausgewählte Tourismusformen unterschiedlicher Hierarchie vor dem Hintergrund der Bedürfnispyramide laut Maslo

Abbildung 17 Tourist von heute

Abbildung 18 Die magische Fünfeck-Pyramide des Nachhaltigen Tourismus

Abbildung 19 Eisberg Modell- Eigene Darstellung

Abbildung 20 Beherbergungsbetriebe in der Provinz Mardin und die Entwicklung der Übernachtungen nach Jahren (2001-2019)

Abbildung 21 Anzahl der Beherbergungsbetriebe in der Midyat Region

Abbildung 22 Durchschnittstemperatur und Regenmenge der Region Mardin/ Messperiode (1941 2019)

Abbildung 23 Beyazsu/Fluss

Abbildung 24 Midyat- Höhlenhäuser

Abbildung 25 Bevölkerungsstruktur von Tur Nahiye (Midyat) im 16. Jahrhundert

Abbildung 26 Bevölkerungsstruktur der Stadt Midyat am Ende des 19. Jahrhunderts (1891)

Abbildung 27 Religiöse Struktur der Bevölkerung in der Stadt Midyat zwischen 1914 - 1927

Abbildung 28 Midyat: Anzahl der assyrischen Familien (1981, 1994, 2005 und 2020)

Abbildung 29 Kulturbestand der Provinz Midyat

Abbildung 30 Das Kloster Deir az-Zafaran

Abbildung 31 Kloster Mor Obrohom

Abbildung 32 Kloster Mor Gabriel

Abbildung 33 Han (Herberge) Gelüşke

Abbildung 34 Ein Blick auf die alten traditionellen Häuser

Abbildung 35 Vor und nach der Restaurierung in Midyat



LITERATURVERZEICHNIS

Akyüz, P. G. (1998). Mardin İli'nin Merkezinde ,Civar Köylerinde ve İlçelerinde Bulunan Kiliselerin ve Manastırların Tarihi. İstanbul: Resim Matbaacılık A.Ş.Topkapı.

Aladdinoğlu, F., & Can, A. S. (2007). Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi. 2: S. 51-64.

Albustanlıoğlu, T. (2009). Seyahat Acenteciliği: Ders Notları: Ankara.

App, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts, Annals of tourism Research. 19/4: S. 665-690.

Aslan, Z., & Ardemagni, M. (2006). Introducing young people to the protection of heritage sites and historic sites: a practical guide for secondary school teachers in the Arab Region. Rome.

Barmeyer, C.; Genkova, P.; Scheffer, J. (Hrsg.) (2010): Interkulturelle Kommunikation und Kulturwissenschaften, Passau: Stutz.

Behar, C. (1996). Osmanlı İmparatorluğu'nun ve Türkiye'nin Nüfusu 1500-1927, İstanbul: İletişim Yayınları.

Betzwieser, T. & Stegemann, M. (1995). Exotismus. In: Ludwig Finscher (Hrsg.), Die Musik in Geschichte und Gegenwart. 2. Ausgabe, Sachteil. Bd. 3, Kassel 1995. S. 226-40; Bellman, The Exotic (1998).

Bierwirth, J. (1985). Kulturgeographischer Wandel in städtischen Siedlungen des Sahel von Sousse/Monastir (Tunesien). Ein Beitrag zur geographischen Akkulturationsforschung. München. Arbeiten aus dem Fachgebiet Geographie der Katholischen Universität Eichstätt, 2.

Bolten, J. (2001). Interkulturelle Kompetenz. Thüringer Landeszentrale für politische Bildung. Erfurt.

Buluk, B., & Özkök, F. (2016). Küreselleşme Hareketlerinin Turizm Endüstrisine Etkileri. Akademik Bakış Dergisi: S. 37-53.

Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. In: Canadian Geographer, 24: S. 5-12.

Can, Y. (1995). İslam Şehirlerinin Fiziki Yapısı. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayını.

Çeken, H. Dalgın, T. Karadağ, L. (2009). Küreselleşme ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22: S. 21-36.

Çerme, T. (2000). Taşçılık Zanaatı ve Mimarisiyle Mardin Şehri. Tarih ve Toplum. S. 79-82.

Çetin, A., & Şentürk, M. (2016). Bilgi paylaşma davranışının planlı davranış teorisi ve sosyal değişim teorisi bağlamında incelenmesi: dermatologlar üzerine ampirik bir araştırma. Ege Akademik Bakış Dergisi. 16/2: S. 241-256.

Çetin, İ. (2007). Çokkültürlülük ve Kimlik Bağlamında Midyat İlçesi Örneği. Sosyoloji Araştırmaları Dergisi. 10/2: S. 2-10.

Çımat, A., & Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. Akdeniz İ.İ.B.F, S. 1-18.

Daşdemir, D. (2009). Midyat İlçe Merkezi'nin Coğrafyası. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Erzurum.

Dika. (2017). İstatistiklerle Mardin. Ankara.

Drucker, P. F (2014). Yöneticinin Değişen Dünyası. İlker Gülfidan (Çev.). İstanbul: Optimist Yayınları.

Dworschak, H. (1994). Kulturdiskurse: Zum Verhältnis von Tourismus und indigener Kultur. Münster.

Ege, İ. (2015). Beyazsu Çayı Vadisi'nin Jeomorfolojisi. Türk İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi. 4: S. 24-43.

Eroğlu, Y. (2020). Geert Hofstede'nin Örgüt Kültürü Modelinin Dört Temel Boyutunun Gelişmiş (Belçika ve ABD) ve Geri Kalmış (Bangladeş ve Pakistan) Ülkeler açısından Değerlendirilmesi. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Oguzhan Sosyal Bilimler Dergisi. 2/1: S. 84-102.

Ersun, N., & Arslan, K. (2011). Turizm Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri. Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi. 31/2: S. 229-248.

Faroqhi, S. N. (2006). Ottoman population. In: The Cambridge History of Turkey. 3. Cambridge: Cambridge University Press.

Freyer, W. (2010). Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie (Lehr- und Handbücher zu Tourismus, Verkehr und Freizeit). München.

Gast-Gampe, M. (1993). Einstellungen, Stereotype, Vorurteile. In: H.Hahn/H.J. Kagelmann (Hrsg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie, München. S. 127-131.

Goffman, E. (1983). Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München.

Göyünç, N. (1972). Tur'Abdin Im 16. Jahrhundert Nach den Osmanischen Katasterbüchern. Zeitschrift der Deutschen Morgenlandischen Gesellschaft. S. 145-146.

Göyünç, N. (1991). XVI. Yüzyılda Mardin Sancağı, Ankara: TTK Yayınları

Gümüş, C. (2015). Midyat- Güneş Uygarlığında Bir Nefes. İzmir: Gülermat Matbaa ve Yayıncılık.

Günel, V. (2006). Mardin İlinde Kültürel Çekicilikler ve Turizm Amaçlı Kullanım Olanakları – Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi. Ankara.

Günel, V. (2011). Turizmin Olumlu Etkileri ve Midyat İlçesindeki Geleneksel Taşçılık Sanatı Örneği. Marmara Coğrafya Dergisi. 24: S. 433-471.

Güneş, H. (2012). Tûr Abdîn Yöresinin İslâmlaşma Süreci. Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi. 3/6: S. 72-99.

Güzel, M. O. & Barakazı, M. (2018). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı Kapsamında İnsanların Turizm Hareketlerine Katılma Durumları Üzerine İlişkisel Bir Değerlendirme. Social Mentality and Researcher Thinkers Journal. 4/14: S. 1001-1010.

Hartmann, K. (1962). Gruppierung von Urlaubsbedürfnissen aufgrund der Studie DIVO. Starnberg.

Hasankeyf'i Yaşatma Girişimi (2018). Ilısu Barajı ve Hidroelektrik Santrali Son Durum Raporu

Hausmann, A. (2019). Einführung in den Kulturtourismus. Heidelberg: Springer Verlag.

Hennig, C. (1997). Reiselust. TouristInnen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt: Insel-Verlag.

Herdin, T. (2008). Welterbe Thailand: Zwischen Tempel und T-Shirts. In: Luger, Wöhler und Saretzki et al. (Hrsg.) Welterbe-Tourismus, Kultur und Identität. Innsbruck.

İlban, M. O., Köroğlu, A., & Bozok, D. (2008). Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Gönen Örneği. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 13: S. 105-129.

İris, M. (2003). Bütün Yönleriyle Süryaniler. İstanbul, Türkiye: Ekol Yayıncılık.

Jafari, J. (1977). Editors' page. Annals of Tourism Research. 5: S. 6-11.

Kagermeier, A. (2015). Tourismusgeographie. München.

Kahlenbach, C. (2013). Interkulturelle Begegnungen im Tourismus als Impuls für ein verbessertes interkulturelles Verständnis-Masterarbeit, Fachhochschule Kufstein Tirol.

Karaküçük, S. (2014). Rekreasyon Bilimi. Ankara: Gazi Kitapevi.

Karpat, H.K. (2003). Osmanlı Nüfusu (1830-1914) Demografik ve Sosyal Özellikleri, Çev. Bahar Tırnakçı. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Keser, E. (2002). Tur Abdin Süryani Ortodoks Dini Mimarisi. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Kiefl, W., & Bachleitner, R. (2005). Lexikon zur Tourismussoziologie. München: Profil-Verlag.

Kirshenblatt-Gimblett, B. (2004). Intangible heritage as metacultural production. Museum international Malden: S. 52-65.

Kivela, J., & Crotts, J. C. (2009). Understanding Travelers' Experiences of Gastronomy Through Etymology and Narration. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 33/2: S. 161-192.

Ko, D., & Stewart, W. (2002). A structural equation model of residents attitudes for tourism development. *Tourism Management*. 23: S. 521-530.

Koçak, N., Akoğlan Kozak, M., & Kozak, M. (2014). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N., Akoğlan Kozak, M., & Kozak, M. (2014). *Genel Turizm / İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kösterke, A. (2000). *Urlaubsreisen und interkulturelle Begegnung – eine Befragung junger Leute. Untersuchung zur Ansprechbarkeit von jungen Erwachsenen in Deutschland auf Aspekte von interkultureller Begegnung im Urlaub*. Ammerland: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

Kul, N. (2015). *Midyat ve Tur Abdin Süryanileri*. İstanbul: Yeni Anadolu Yayıncılık.

Leech, N.L, & Onwuegbuzie, A.J. (2009) A typology of mixed methods research designs. *International Journal of Methodology*. 43/2: S. 265-275.

Luger, K. (2007). *Auf der Suche nach dem Ort des ewigen Glücks. Kultur, Tourismus und Entwicklung im Himalaya*. Innsbruck: Studien Verlag.

Martin, B. (2019). *Nachhaltigkeit im Tourismus: Entwicklungen, Ansätze und Begriffsklärung*. Dessau-Roßlau: Umwelt Bundesamt.

Müller, H. (2007). *Tourismus und Ökologie – Wechselwirkungen und Handlungsfelder*. 3., überarbeitete Auflage. München.

Özcoşar, İ. (2013). Şehir ve Cemaat: Mardin Süryanileri ya da Süryanilerin Mardin'i. *İdealkent Dergisi*. 9: S. 74-93.

Özmen, A. (2006). *Tur Abdin Süryanileri Örneğinde Etno-Kültürel Sınırlar*. Ankara.

Öztuna, Y. (1986). *Türk Ansiklopedisi*, 20. Milli Eğitim Basımevi: Ankara

Preglau, M. (1988). "Kolonialisierung der Lebenswelt"? Zum heuristischen Potential und zur empirischen Bewährung eines Theorems in der Bereistenforschung, in: Bachleitner, R.; Kagelmann, J. and Keul A. G. (Hrsg.), Der durchschaute Tourist. Arbeiten zur Tourismusforschung, München: Profil Verlag,S. 49-61

Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*. 25: S. 297-305.

Ricapito, F. (2014). Analysis and Perspectives of Tourism in Azerbaijan. Ca' Foscari University of Venice. Venice.

Richards, G. (2005). Cultural Tourism in Europa. CAB International, Wallingford.

Sarı, E. (2007). Kultur, Kimlik, Politika: Mardin'de Kulturlerarasılık . Ankara: İletişim Yayınları.

Schmit, J. (2011). Strukturen und Potenziale des Tourismus der Mullerthalregion. Echternach

Schmude, J., & Namberger , P. (2010). Tourismusgeographie (Geowissenschaften kompakt). Darmstadt

Schmude, J., & Namberger, P. (2015). Tourismusgeographie. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Schrand, A. (1993). Urlaubertypologien. In: Hahn und Kagelmann (Hrsg.) Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie: Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München.

Sevindi, C., & Daşdemir, D. (2011). Kuruluşu, Gelişmesi ve Fonksiyonel zellikleri Açıısından Midyat Şehri. Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi. S. 135-182.

Sinclair, T. (1989). Eastern Turkey, an Architectural and Archaeological Survey. 3. London: Pindar Press.

Steinecke, A. (2006). Tourismus - eine geographische Einführung, Braunschweig

Sundermeier, T. (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck& Ruprecht.

Şahin, K., Yılmaz, A., & Günel, A. (2013). Midyat Taşı ve Taş İşçiliği: Doğal ve Kültürel Çevre İlişkileri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 6/24: S. 321-323.

Şakacı, B. K. (2015). Doğal ve Kültürel Mirasın Hayati Sorunu: İstisnai Evrensel Değer (UNESCO Dünya Mirası Listesi). *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. S. 455-472.

Tanoğlu, A. (1969). *Nüfus ve Yerleşme*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Thomas, B., & Beritelli, P. (2013). *Management von Destinationen*. München: Oldenbourg.

Tiğiz, M. (2019). Süryanilerin İnanç Turizmine Katılım Motivasyonları: Mardin İli Örneği. *Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Batman.

Tooman, L. (1997). Applications of the Life Cycle Model in Tourism. *Annals of Tourism Research*. 24/1: S. 214-234.

Toprak, L. (2014). Significance of Dayro D-Mor Hananyo and Mor Gabriel Monastery within the scope of belief tourism. *European Journal of Science and Theology*. 10/6: S. 9-28.

Toprak, L. (2015). *Mardin ve Yemek Kültürü*. Mardin: Artuklu Yayınları.

Martin BALAS. (2019). *Nachhaltigkeit im Tourismus: Entwicklungen, Ansätze und Begriffsklärung*. Dessau-Roßlau: Umwelt Bundesamt.

Munt, J.W. (2013). *Tourismus. Einführung in den Fremdenverkehrsökonomie*. 11. überarbeitete und aktualisierte Auflage. München: Oldenbourg Verlag.

Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. London: Sage publications.

Vester, H. (1999). *Soziologische Theorien und Tourismus: Eine Tour d`horizon*. Wien: Bachleitner und Kagelmann (Hrsg.).

Wilhelm, U. (1993). Gast-Gasgeber-Beziehungen. In H. Hahn/J Kagelmann (Hrsg). *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. Springer-Verlag/Heidelberg: S. 263-267.

Yıldırım, M., & Öztürk, F. (2018). Turizmin Yerek Halkın Sosyo-Kültürel Yapısına Etkisi. Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi. 1/2: S. 86-87.

Yılmaz, G. (2017). Gastronomi ve Turizm İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. Antalya: Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi. 14/2: S. 171-191.

Yeşilmen, H. (2016). Etno-Dini Kimlik Açısından Mahallemiler1. Artuklu Akedemi. 3/2: S. 1-40.



INTERNETADRESSEN

Bethnahrin.de: <https://bethnahrin.de/assyrer/assyrische-bevoelkerung-weltweit/> - [Zugriff am 09.04.2020].

Cinarinsesi.com/: <https://www.cinarinsesi.com/midyatta-tarihi-carsi-ve-sokaklar-restorasyon-ediliyor-173144h.htm> - [Zugriff am 24.07.2020].

Dunya.com/: <https://www.dunya.com/gundem/midyat039in-tarihi-anitli-koyu-kesfedilmeyi-bekliyor-haberi-206433> [Zugriff am 10.03.2020].

Kulturportali.gov.tr:<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mardin/turizmaktiviteleri/mardin-magaralari> - [Zugriff am 04.07.2018].

Kulturportali.gov.tr: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mardin/gezilecekyer/beyazsu> - [Zugriff am 07.03.2020].

Kulturportali.gov.tr:<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mardin/gezilecekyer/deyruhzafaran-manastiri> - [Zugriff am 13.04.2020].

Mardin.ktb.gov.tr/: <https://mardin.ktb.gov.tr/TR-56489/midyat-tarihcesi.html> - [Zugriff am 14.05.2020].

Mardin.ktb.gov.tr/: <https://mardin.ktb.gov.tr/TR-257815/turizm-kamu-ve-belediye-belgeli-oteller.html> - [Zugriff am 11.06.2020].

Mardin.ktb.gov.tr/: <https://mardin.ktb.gov.tr/TR-257815/turizm-kamu-ve-belediye-belgeli-oteller.html> - [Zugriff am 22.03.2020].

Suryaniler.com: <http://www.suryaniler.com/haberler.asp?id=151> [Zugriff am 21.08.2020].

Seyyahdefteri.com: <https://seyyahdefteri.com/midyat-gezi-rehberi-midyat-nerede-nasil-gidilir-gezilecek-yerler/> [Zugriff am 08.07.2020].

Sites.google.com/: <https://sites.google.com/site/5startct11088/blackpool/butler-s-tourism-area-life-cycle> - [Zugriff am 04.07.2020].

Tarimorman.gov.tr/: <https://www.mgm.gov.tr/veridegerlendirme/il-ve-ilceler-istatistik.aspx?m=MARDIN> [Zugriff am 10.05.2020].

Tuik.gov.tr/Start.do: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1047 - [Zugriff am 29.02.2020].

World Tourism Barometer: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/UNWTO_Barom20_01_January_excerpt_0.pdf. - [Zugriff am 11.03.2020].



INTERVIEWS UND FRAGEBOGEN

Liste der Interviewten

Bürgermeister Veysi Şahin Interview_1 (Befragter V)

Doç.Dr. Lokman Toprak Interview_2 (Befragter L)

Gabriel Oktay Çilli Interview_3 (Befragter G)

M. Hamdi Turgut Interview_4 (Befragter M.H)

Murat Küçük Interview_5 (Befragter M.K)

Abdüselam Aktaş Interview_6 (Befragter A.A)

Mesut Algül Interview_7 (Befragter M.A)

Süryani Derneği Başkanı Ayhan Görkan Interview_8 (Befragter A.G)

Tugba Arık Yüksel Interview_9 (Befragter T)

Berin Celik Interview_10 (Befragter B)

Liste der interviewten Experten und Akteure

Name und Vorname		Beruf	Befragter	Interview-Methode	Ort	Jahre	Datum
Şahin	Veysi	Bürgermeister	V	Int-1-Mitschriftlich	Midyat	60-65	14.06.2020
Toprak	Lokman	Akademiker	L.T	Int-2-Telefongespräch	Mardin	50-55	06.05.2020
Çilli	Gabriel	Tourismusexperte und Händler	G	Int-3-Telefongespräch	Mardin	40-45	16.05.2020
Turgut	M.Hamdi	Tourismusexperte	M.H	Int-4-Mitschriftlich	Mardin	30-35	27.05.2020
Küçük	Murat	Akademiker	M.K	Int-5-Telefongespräch	Mardin	30-35	10.05.2020
Aktaş	Abdüselam	Forscher und Lehrer	A.A	Int-6-Telefongespräch	Midyat	50-55	06.06.2020
Algül	Mesut	Akademiker	M.A	Int-7-Telefongespräch	Midyat	30-35	
Görkan	Ayhan	Präsident der Assyrischen Vereinigung	A.G	Int-8-Telefongespräch	Midyat	45-50	31.05.2020
Yüksel	T.Arık	Akademikerin	T	Int-9-Mitschriftlich	Mardin	25-30	10.05.2020
Celik	Berin	Hotelmanagerin	B	Int-10-Mitschriftlich	Mardin	30-35	10.05.2020

Interview-Fragen

Yerel Halk/Uzman ve Sektör Temsilcilerinin Turizmle ilgili görüşleri

Açık Uçlu Sorular

Her Sorunun altına cevabı yazabilirsiniz.

- 1- Süryaniler kimdir? Midyat turizminde rolleri ve katkıları nelerdir?
- 2- Turizmin bir bölgenin ekonomik ve sosyo-kültürel gelişimini etkilediği bilinir. Bu anlamda bölgede turizmin ekonomik ve sosyal potansiyelini nasıl görüyorsunuz?
- 3- Son 20 yılın istatistiklerine bakıldığı zaman bölgede yerli ve yabancı turist sayılarında düzenli bir artış göze çarpmaktadır. Bu eğilimi kişisel olarak neye bağlıyorsunuz?
- 4- Süryani kültürüne ait yapılar veya değerler turizm potansiyeli olarak kullanılabilir mi?
- 5- Sürdürülebilir turizm sürecinde, yerel nüfusun turizme katılımı önemli ve itici bir faktör olarak görülüyor. Bu anlamda bölgenin yerel nüfusu turizmin gelişimi için aktif olarak katıldığı veya rol aldığı söylenebilir mi? Özellikle ekonomik, sosyal ve kültürel olarak yerel halk bölgede turistler için nasıl bir rol oynuyor?
- 6- Ulusal ve uluslararası turizm pazarlamasında Midyat'ın tanıtımını yeterli buluyor musunuz?
- 7- Bölgenin iç ve dış imajı turistler tarafından nasıl görülüyor? Midyat'ı ziyaret etmeden önce turistlerin zihninde Midyat'la alakalı nasıl bir imaj var? Şehirden ayrıldıktan sonra nasıl bir imaj oluşuyor?
- 8- Midyat veya bölgenin turizm açısından karşılaştığı önemli sorunlar nelerdir?
- 9- **Belediye, Otel, Esnaf/İş adamları, Tur Operatörleri ve Seyahat acenteleri için:** olarak Korona nedeniyle bu sene turistlerin sayısında büyük bir düşüş bekleniyor. Bu süreçte ve ileriki süreçte belediye yönetimi olarak turizm alanında ne yapmayı planlıyorsunuz? Turistlerin tekrardan Midyat bölgesini ziyaret etmeleri için ne tür stratejiler uygulamayı düşünüyorsunuz?
- 10- Genel olarak turizmin bölgeye net bir değer artışı getirdiğini söyleyebilir misiniz?
- 11- Midyat ilçesinin kalkınması için yapılması gerekenler nelerdir? Özellikle turizm planlamasında nelere öncelik veriyorsunuz? Yerel Yönetimler olarak bölge üzerinde ne tür çalışmalarınız var, hedefleriniz nelerdir?
- 12- Bölgede politik ve güvenlik sorunları turizm noktasında nasıl bir rol oynuyor? Turistleri etkiliyor mu? Bu sorunların hem mevcut durumda hem de geleceğe yönelik turizm için bir risk oluşturduğunu söyleyebilir miyiz?
- 13- Bölgede var olan veya geliştirilebilecek turizm türleri nelerdir?
- 14- Bölgeye en çok turist hangi illerden veya ülkelerden geliyor?
 - a. Yurtiçi:
 - b. Yurtdışı / Köken:

12. Bölgede yerli ve yabancı iş kollarınca verilen hizmetlerle alakalı olarak aşağıdaki kriterleri değerlendiriniz?

Kriterler	Çok iyi	İyi	Orta	Kötü	Çok kötü	Yorum yok
Fiyatlar						
Hava						
Ortam/Çevre						
Yemek Kültürü						
Alışveriş imkânları						
Serbest zaman aktiviteleri						
Kültürel etkinlikler						
Park imkânı						
Ulaşım						
Misafirperverlik/Konaklama						
Rehber/Tur/Organizasyon						
Yabancı Turistlerle İletişim						

Lütfen size uygun olan cevabi veriniz.

Cinsiyetiniz: Erkek () Kadın ()

Yaşınız: 20 altı () 20-35 arası () 35-50 arası () 60 üstü ()

Eğitim Durumunuz: Ortaokul () Lise () Lisans () Yüksek Lisans () Doktora ()

Mesleğiniz Nedir?

Tarih:

