

## **Impuls zur öffentlichen Anhörung des Ausschuss für Tourismus**

**10. Oktober 2007, 14-16 Uhr**

**BT-Drucksachen 16/4603 „Zukunftstrends und Qualitätsanforderungen im internationalen Ferntourismus“**

**BT-Drucksache 16/4181 „Tourismus zur Armutsbekämpfung und zur sozialen und ökologischen Entwicklung in den Partnerländern“**

### **Ungebrochene Reiselust**

So wenig vor 200 Jahren jemand auf die Idee gekommen wäre, zum Vergnügen oder zum Erholen an entfernte Orte zu reisen, so wenig ist die Welt unserer Tage ohne Reisen und Touristen vorstellbar. Mag es sich auch nicht um ein Urbedürfnis oder ein „Recht auf Reisen“ handeln, Aufrufe zum Verzicht bleiben dennoch weitgehend wirkungslos. „Das Reisen ist des deutschen Lust“, schrieb „Das Parlament“ vor einigen Wochen in einer Themenausgabe zum Tourismus. Zweifellos gehören Reisen zu den Dingen, die in den aktuellen Lebensstilkonzepten quer durch alle Bevölkerungsgruppen als „besonders wertvoll“ eingestuft sind. Die Vereinten Nationen gehen davon aus, dass sich die Zahl von 842 Millionen internationalen Touristenankünften bis 2020 verdoppeln wird. Der größte Teil der neuen Touristen und Touristinnen kommt aus den asiatischen Ländern, eine Entwicklung die bereits in vollem Gange ist. Vor allem Chinesen und Inder aber auch Menschen aus Thailand, Indonesien und Malaysia werden vermehrt reisen.

### **Klimaschutz und Armutsbekämpfung im Tourismus**

In den nächsten Jahren wird es darum gehen, eine Balance im Tourismus zwischen Klimaschutz einerseits und armutsmindernden Wirkungen andererseits zu finden. Dabei sind besonders Konzepte der gesellschaftlichen Verantwortung von Reiseveranstaltern und Agenturen angesprochen. So banal es klingt: Alle Beteiligten am Tourismus sind gefordert. Touristische Angebote, die Entwicklung und Gestaltung touristischer Produkte und vor allem das individuelle Verhalten als Touristen und die eigenen Reiseentscheidungen müssen zunehmend im Sinne eines „Fair reisen mit Herz und Verstand“ gestaltet werden – damit alle etwas vom Tourismus haben. Auf dieser Basis können auch Risiken in touristischen Regionen, die besonders vom Klimawandel betroffen sind, minimiert werden und die Menschen in den touristischen Zielgebieten bestmöglich vom Tourismus profitieren.

Den vorliegenden Daten und Fakten der beiden Anträge (BT-Drucksachen 16/4603 und 16/4181) zur wirtschaftlichen Bedeutung und den enormen Wachstumspotenzialen des Ferntourismus, insbesondere auch in den Partnerländern der deutschen EZ, ist wenig hinzu zu fügen. Die entsprechenden Schlussfolgerungen allerdings sind zu diskutieren.

### **Die Tsunami-Katastrophe in Asien ist nur auf den ersten Blick Geschichte und durch den Klimawandel steigt das Katastrophenrisiko für viele Menschen in touristischen Zielgebieten**

Es war eine sich in Marketingstrategien auflösende Illusion zu glauben, dass nach der Tsunami-Katastrophe ein vertieftes Überdenken touristischer Konzepte und Strategien hin zu mehr Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung stattfinden würde.

Den Fragen dahinter allerdings kann der Tourismus mittelfristig nur um den Preis ausweichen, dass sie drohen, ihn umso heftiger einzuholen: Warum hat in der Tsunamikatastrophe – wieder einmal – die arme Bevölkerung am meisten gelitten? Wenn die Flutwelle nicht zu verhindern

war, hätten nicht ihre katastrophalen Wirkungen begrenzt werden können? Wie kann kurz-, mittel- und langfristiger Katastrophenschutz geschehen? Reicht das Vertrauen in technische Lösungen? Wie lässt sich Katastrophen vorbeugen? Wer kann was tun, um Katastrophenrisiken zu vermindern? – Fragen, die bei weitem nicht nur den Tourismus betreffen – aber ihn eben auch!

Wie „katastrophal“ letztlich Auswirkungen sind, hängt ganz erheblich von der Anfälligkeit und der Verletzlichkeit der Bevölkerung ab. Armut verstärkt maßgeblich die Verletzlichkeit von Menschen.

Der Weltklimareport der UNO zeichnet düstere Zukunftsszenarien: Ein Hitzeschub von bis zu 6,4 Grad, Meere überfluten weite Teile der Küsten, Inseln verschwinden, Dürren rafften tausende Menschen dahin. „Nur eine CO<sub>2</sub>-Vollbremsung kann das Schlimmste noch verhindern“. Dabei sieht sich der Tourismus bisher eher als Betroffener dieser Prognosen und diskutiert vorrangig über touristische Alternativen und Anpassungsmöglichkeiten. Der Beitrag des Tourismus selbst zum Klimawandel wird ungern thematisiert.

**Freiwillige Ausgleichszahlungen zum „klimaneutralen Fliegen“ reichen nicht aus, um so mehr brauchen sie eine wissenschaftlich fundierte und vergleichbare Berechnungsgrundlage. Ein Preiskampf, wer bietet den billigsten Klimaschutz, verwirrt Verbraucher und wirkt kontraproduktiv.**

Es ist davon auszugehen, dass der Flugverkehr bereits heute für zehn Prozent des von Menschen verursachten Treibhauseffektes verantwortlich ist und bis 2050 bei den prognostizierten touristischen Wachstumsraten eine Verdreifachung der flugbedingten Emissionen stattfinden wird. Experten sagen voraus, dass die Kosten für die Bewältigung von Katastrophen in der Folge des Klimawandels in den nächsten 20 Jahren weltweit auf das 10fache des Werts der Entwicklungshilfe steigen und dass die Millennium Entwicklungssziele von „orkanartigen Winden in einer sich erwärmenden Welt hinweggefegt werden“ (New Economics Foundation).

## **Stets trifft es die Schwächsten**

Arme, sozial und wirtschaftlich am Rand stehende Bevölkerungsgruppen, Menschen in ungesicherten Lebenssituationen und im informellen Sektor sind besonders gefährdet. Sie sind ungeschützt Katastrophenwirkungen ausgesetzt und haben in der Rolle hilfsbedürftiger Opfer weder Stimme noch Lobby, um ihre Interessen zu vertreten. Besonders verletzbare Gruppen sind Kinder, Alte, Behinderte und ethnisch oder aus anderen Gründen Marginalisierte (wie z.B. die illegalen burmesischen ArbeiterInnen in Thailand). Dass Frauen in einem viel höheren Maß gefährdet und betroffen sind als Männer liegt in ihrer gesellschaftlichen Benachteiligung und in der häufigen Doppelbelastung durch ihre Rollen im produktiven wie im reproduktiven Bereich. Darüber hinaus werden sie in Krisensituationen in besonders hohem Maß Opfer sexueller Gewalt.

Gefährdet sind allerdings nicht nur die Armen, sondern auch „reiche“ Touristen, die sich wie in Thailand oder Sri Lanka in Hotels direkt an ökologisch geschädigten Küstenbereichen aufhalten.

**Hier liegt eine große Aufgabe der Entwicklungszusammenarbeit, die es als vorrangige Aufgabe sehen muss, Menschen bei der Gestaltung und Veränderung ihrer Lebensverhältnisse zu stärken, d.h. auch, gemeinwesenbezogene Konzepte der Katastrophenvorsorge zu entwickeln, um die Verletzlichkeit von Menschen zu reduzieren und ihre Fähigkeiten der Selbstorganisation und zur Krisenbewältigung zu stärken.**

- gemeinwesenbezogene Katastrophenvorsorge fördert bei allen Beteiligten natur- und umweltsensibles Verhalten;

- baut auf den vorhandenen Fähigkeiten der Menschen auf;

- greift auf Elemente traditioneller Vorsorge und Solidarität zurück;
- trägt zur Bekämpfung der Ursachen von Verletzlichkeit bei und zur Veränderung der Strukturen, die für Ungleichheit und Unterentwicklung verantwortlich sind;
- betrachtet die Beteiligung der Betroffenen als unabdingbar für Maßnahmen zur Vorsorge und Krisenbewältigung;
- setzt auf die Selbstorganisation der Bevölkerung durch Stärkung bzw. Aufbau entsprechender Strukturen, wobei den verletzlichsten Gruppen besondere Aufmerksamkeit gilt.

**„Nachhaltigkeit ist nicht nur eine Umweltfrage, hier sind wir gut aufgestellt. Hinsichtlich der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit müssen wir transparenter werden!“** (Aussage eines Reiseveranstalters)

Ein großer Teil der Reisenden aus dem deutschen Entsendemarkt möchte erklärtermaßen seinen und ihren Urlaub genießen und sich dabei in dem guten Gefühl wiegen, der Umwelt möglichst wenig zu schaden und einen Beitrag dazu leisten, dass die Bewohner und Beschäftigten des Gastlandes angemessen vom Tourismus profitieren. Dies belegen verschiedene Verbraucherstudien und Ergebnisse der Reiseanalyse. Um dies zu ermöglichen, bedarf es auch im Tourismus innovativer und weitreichender Konzepte und Strategien nachhaltiger Unternehmensführung im Sinne von "Corporate Social Responsibility".

Bisher finden sich bei Reiseangeboten allerdings noch kaum Hinweise über die sozialen Qualitätsstandards, die hinter der Reise stehen – von einem aussagefähigen Soziallabel ganz zu schweigen.

**„FairTrade im Tourismus - fair gehandelte Dienstleistungen im Tourismus finden hohe kundenseitige Akzeptanz!“** (Reiseanalyse 2007)

Im Monat September fand mit Unterstützung des BMZ die "Faire Woche" statt und machte einmal mehr deutlich, dass ethisch verantwortlicher Konsum längst aus der Nische kirchlicher und sozialer Organisationen herausgetreten ist. 16 Millionen Deutsche kaufen regelmäßig oder gelegentlich Produkte aus fairem Handel. Dass hier auch ein beträchtliches Marktpotenzial für den Tourismus liegt, sollte Anspruch und Herausforderung zugleich sein. Wie die Reiseanalyse 2007 zeigt, kennen über 60% der Fernreisenden das FairTrade-Siegel (Gesamtbevölkerung 50%), 32 % der Fernreisenden kaufen regelmäßig oder gelegentlich Fairtrade-Produkte. (Gesamtbevölkerung 18%).

Ob und in welchem Rahmen ein internationales Sozial-Zertifikat für Tourismus machbar ist, prüft gegenwärtig die Fairtrade Labelling Organisations International (FLO) zusammen mit Nichtregierungsorganisationen aus sechs verschiedenen Ländern. Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA), Gambia Tourism Concern, EED Tourism Watch u.a. arbeiten dabei mit. Eine erste Machbarkeitsstudie für ein internationales Siegel zu „fair gehandelten Dienstleistungen im Tourismus“ liegt vor, Details werden z.Z. bearbeitet, die Entscheidung, ob ein Zertifizierungsprozess für ein FairTrade-Label im Tourismus gestartet wird, steht im Frühjahr 2008 bei FLO auf der Tagesordnung. Die Erfahrungen mit einem Sozial-Label und einer Tourismuspolitik in Südafrika, die darauf abzielt, benachteiligte Gruppen stärker am Tourismus zu beteiligen, liefern dafür wichtige Grundlagen.

Einen anderen Weg gehen in Deutschland zur Zeit kleine und mittlere Unternehmen in einem Pilotprogramm. Sie wollen **über standardisierte Nachhaltigkeitsberichte (oder CSR-Berichte genannt) Transparenz in die sozialen Hintergründe des Reisens bringen** und damit die Umsetzung ihrer selbst gesteckten Ziele und Kriterien für sozial verantwortliches und umweltverträgliches Reisen befördern.

„Gesellschaftliche Verantwortung – Corporate Social Responsibility (CSR) ist fast schon ein Zauberwort zum sozial verantwortlichen Handeln von Unternehmen geworden. Einen wahren Boom erleben Verhaltenskodizes, Sozialstandards und CSR-Leitbilder in modernen Unternehmen. Im betrieblichen Alltag der Tourismuswirtschaft ist das Thema noch eher neu und Sozialstandards werden bisher noch kaum umgesetzt.

**Corporate Social Responsibility – CSR**, bezeichnet ein eng mit dem Kerngeschäft verknüpftes freiwilliges sozial und ökologisch verantwortliches unternehmerisches Handlungskonzept. Im weiteren Sinne versteht man unter CSR nachhaltiges Wirtschaften, im engeren Sinne die soziale Verantwortung von Unternehmen in ihren internen und externen Beziehungen. CSR-Berichte sind ein innovatives Management- und Kommunikationsinstrument, um die gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens zu konkretisieren und sie den Beschäftigten, den Geschäftspartnern, den Konsumenten und der Öffentlichkeit bekannt und transparent zu machen.

**CSR-Berichte von Tourismusunternehmen zu fördern und/oder zu fordern ist Aufgabe der Politik.**

## **Deutschland und die UNWTO**

Die als Teil des UN-Systems agierende Welttourismusorganisation (UN WTO) befasst sich intensiv mit den Themen Armutsbekämpfung, Klimawandel, sexuelle Ausbeutung von Kindern, Geschlechtergerechtigkeit und der Bedeutung von Glaube und Religion im Tourismus. Welchen Beitrag sie letztlich für einen nachhaltigen, zukunftsfähigen Tourismus leistet und leisten kann, hängt wesentlich auch davon ab, welchen Stellenwert ihr die nationalen Regierungen geben.

**Die Bundesregierung bzw. das federführende Wirtschaftsministerium könnten hier sicher stärker gestalten. Als wichtiger Entsendemarkt und Standort wichtiger Akteure im Tourismus sollte die Bundesregierung tourismuspolitisch international besser aufgestellt sein.**

Dies gilt ebenso auch für sehr konkrete Initiativen der UNWTO. Die Bundesregierung trägt erklärtermaßen z.B. bei allen Maßnahmen der Tourismuspolitik und Tourismusförderung dem Globalen Ethikkodex der UNWTO Rechnung. Verbreitungs- und Umsetzungsschritte sollten allerdings erkennbare Initiativen enthalten, die ihm mehr Aufmerksam- und Verbindlichkeit zukommen zu lassen um z.B. **das „Globale Ethikkomitee“ im Sinne eines wirksamen Ombudsystems weiter zu entwickeln.**

Mit ihrem Vorstoß, zum Welttourismustag etwas einseitig die „offenen Türen“ für Frauen in den Blick zu nehmen, hat die UNWTO wenig Beifall bekommen, wie zahlreiche Reaktionen aus Indien und anderen Teilen der Welt zeigen.

Weit weg von den Debatten der UNWTO gibt es auch ermutigende Beispiele, z.B. aus Gambia, wo mit Unterstützung der Entwicklungszusammenarbeit einheimische Frauen mit landwirtschaftlichen Produkten im Sinne regionaler Entwicklungsförderung zumindest einen Fuß in die Tourismus-Tür bekommen und in den Hotels einen neuen Absatzmarkt gefunden haben.

### **Tourismuswirtschaftwirtschaft engagiert sich gegen Kinderprostitution**

In den letzten Jahren hat sich in zahlreichen Unternehmen der Tourismuswirtschaft an einer Stelle etwas bewegt: Der Verhaltenskodex (Code of Conduct – CC) zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus ist in der Tourismuswirtschaft angekommen, trotz nach wie vor bestehender Umsetzungsdefizite. Weltweit wurde der Verhaltenskodex (kurz: „The Code“) von bislang über 600 Unternehmen und Verbänden in über 23 Ländern unterzeichnet und hat nach Einschätzung von UNICEF und der Kinderrechtsorganisation ECPAT das Potenzial zu einem wirksamen Schlüsselinstrument im Kampf gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern zu werden. Die Unterzeichner des Verhaltenskodex haben während der diesjährigen Mitgliederversammlung im März eine eigene Organisation, „The Code“, gegründet, die in Schweden registriert ist und ihre Geschäftsstelle derzeit bei ECPAT USA in New York hat. Es wurde ein weltweit gültiges Prozedere Unterzeichnung als auch zur Umsetzung des Verhaltenskodex entwickelt. „Das nun weltweit einheitliche Verfahren ermöglicht mehr Transparenz und bietet ein besseres Qualitätsmanagement, das dringend notwendig geworden ist, um den zukünftigen Anforderungen gewachsen zu sein und die Nachhaltigkeit des Verhaltenskodex zu sichern“, so Kaspar Hess (Hotelplan Schweiz), Präsident der internationalen Organisation des Code. Nur die Tourismusindustrie wie zum Beispiel Reiseveranstalter, Hotels etc. können Unterzeichner des Verhaltenskodex sein. Gegenzeichner sind die ECPAT-Gruppen in den einzelnen Ländern, deren Rolle darin besteht, Unternehmen bei der Einführung und Umsetzung des Verhaltenskodex zu beraten. Unter anderem bieten sie Schulungen und Trainingsprogramme für Reiseunternehmen an. Ebenfalls vereinbart wurde ein wichtiger Schritt zur Selbstfinanzierung von „The Code. Die Unterzeichner sollen voraussichtlich ab 2009 eine Service-Gebühr bezahlen. Außerdem seien klare, praktische Ausführungen vorgelegt worden, wie der Verhaltenskodex in Zukunft je nach Unternehmen (Reiseveranstalter, Reisebüro oder Hotel) unterschiedlich umgesetzt werden soll.

**Um auf diesem Weg voran zu kommen, braucht es politische Unterstützung und staatliche Förderung. Die weitere Ausgestaltung des Nationalen Aktionsplans „Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung“ ist unverzichtbar.**

([www.thecode.org](http://www.thecode.org); [www.ecpat.de](http://www.ecpat.de))

### **Armutsbekämpfung durch All-inclusive-Anlagen!?**

Die vermeintlich positiven Wirkungen von All-inclusive Anlagen hinsichtlich Arbeitsbedingungen, regionaler Beschaffung und Möglichkeiten des Umwelt- und Ressourcenmanagements dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass sie mit dem Konzept, sich die touristische Dienstleistungskette weitreichend einzugliedern, private

Initiativen, Kleingewerbe, privates Unternehmertum und partizipatorische Strukturen auch verhindern können. Andererseits sind solche Anlagen und Konzepte nur sehr begrenzt geeignet für einen begegnungsorientierten Tourismus, der interkulturelle Erfahrungen und Begegnungen mit „Land und Leuten“ vermitteln möchte. Tourismus unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit ist mehr als Produktentwicklung und Schaffung von mehr oder weniger qualifizierten Arbeitsplätzen.

Strategien der Entwicklungsförderung im Tourismus sollte es vorrangig darum gehen, benachteiligte Menschen und Gemeinschaften als Akteure im Tourismus, in der Wahrnehmung ihrer Rechte ihre Potenziale zu stärken („Empowerment“), sie als handelnde Subjekte zu ermutigen damit Tourismus sich als Teil einer angepassten regionalen, ökonomischen und sozialen Infrastruktur entwickeln und als Jobmotor wirken kann. Armut drückt sich nicht nur in Form von Geldarmut aus.

### **Freihandelsabkommen bedrohen touristische Strukturen, Dienstleister und touristisches Kleingewerbe in Entwicklungsländern**

Auch wenn Bundesregierung und Europäische Union immer wieder erklären, bei den geplanten Wirtschaftspartnerschaftsabkommen (EPA) mit den Staaten Afrikas, der Karibik und des pazifischen Raumes (AKP) ginge es um Armutsbekämpfung und um ein „Instrumente für Entwicklung“, drängt die EU die AKP-Staaten zu weitreichenden wirtschaftlichen Liberalisierungen.

Die Vorstellungen der EU gehen weit über geltende Handelsregelungen hinaus und beinhalten vielfältige Verpflichtungen für die Länder. Die geplanten Abkommen würden auch den touristischen Dienstleistungssektor der AKP Länder dem Druck und der letztlich vernichtenden Konkurrenz europäischer Dienstleister aussetzen. Zusammen mit der Beeinträchtigung lokaler und regionaler Produktion sowie der Zerstörung kleinbäuerlicher Landwirtschaft würde dies zu einem Anstieg sozialer Ungleichheit und zur Verschärfung der Armut führen, zum Verlust von Arbeitsplätzen und damit zur Gefährdung der Lebensgrundlage vieler Menschen. Die in den EPAs enthaltenen politischen Bedingungen werden die notwendigen demokratischen Handlungsspielräume zur Regulierung und zur Formulierung nationaler und regionaler Integrationsstrategien reduzieren und dadurch das Erreichen der nationalen Entwicklungsziele wesentlich erschweren. EPAs stehen damit in deutlichem Widerspruch zu einer nachhaltigen Entwicklung, die auf eine Reduzierung von Armut und sozialer Ungleichheit ausgerichtet ist. Die Rahmenbedingungen für den Tourismus der AKP Länder ist Teil der EPA.

**Sofern EPAs nicht zu verhindern sind, muß zumindest auf Tourismus und den Dienstleistungsbereich in den Abkommen verzichtet werden. Bei uneingeschränkten Marktzugangsmöglichkeiten für touristische Dienstleistungen können die Entwicklungsländer nur verlieren.**

10/2007

**Evangelischer Entwicklungsdienst (EED)  
Arbeitsstelle Tourism Watch**

Reisen in Entwicklungsländer bieten vielfältige Begegnungen mit Menschen in den Ländern des Südens. Der EED engagiert sich gemeinsam mit ökumenischen Partnern für eine nachhaltige, sozialverantwortliche und umweltverträgliche Tourismusentwicklung. Dies geschieht vor allem im Rahmen der Lobby- und Bildungsarbeit durch:

- Sensibilisierung von Touristen und Touristinnen
- Qualifizierung von Reiseangeboten
- Engagement für Menschenrechte und soziale Standards
- Dialog mit Tourismusindustrie und Politik
- Zusammenarbeit mit Medien und politischen Entscheidungsträgern
- Förderung von Alternativen im Tourismus
- Veröffentlichung des TourismWatch - Informationsdienst Dritte Welt-Tourismus

[www.tourism-watch.de](http://www.tourism-watch.de)

[www.eed.de](http://www.eed.de)

EED

Arbeitsstelle Tourism Watch

Ulrich-von-Hassell-Str. 76

53123 Bonn

02 28 / 81 01 - 0

tourism-watch@eed.de