



Tourismus

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Titelbild

35 Kilogramm Gepäck, Wasser und Nahrungsmittel balanciert der Träger regelmäßig auf den zweithöchsten Vulkan Indonesiens. Die dreitägige Wanderung auf den Mount Rinjani gilt bei Wander:innen bereits ohne Gepäck als anspruchsvoll.

Den Neustart gestalten	4	
Ein besserer Tourismus ist möglich		
Zahlen und Fakten	8	
Deutsche Urlauber:innen im Globalen Süden		
Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung	10	
Die Tourismuswende ermöglichen		
Tourismus als sichere Lebensgrundlage?	13	
Nachhaltige Tourismusstrategien in Indien		
Ein krisenanfälliges Geschäft	15	
Corona-Erfahrungen für die Zukunft nutzen		
Klimagerechtigkeit beim Reisen	18	
Weniger Flüge, mehr Innovationen		
Industrie mit Fußabdruck	20	
Ressourcenverbrauch im Tourismus		
Traumschiff für alle?	22	
Prekäre Arbeitsbedingungen unter Deck		
See(l)sorge im Hafen	23	
Die Seemannsmission in Hamburg		
Gründerinnen voller Mut und Optimismus	24	
Zwei Wege in die Selbstständigkeit		
Tourismus 4.0	26	
Die Digitalisierung des Reisemarktes		
Sonne, Sand und Vertreibung	28	
Fischer:innen in Sri Lanka unter Druck		
		Rechte für Menschen – Regeln für Unternehmen
		30
		Lieferkettengesetze im Tourismus
		Reisende Täter:innen – gefährdete Kinder
		31
		Minderjährige in Kambodscha und Peru schützen
		Abhängig in der Unabhängigkeit
		34
		Koloniale Machtstrukturen im Tourismus
		Brücken bauen zwischen den Kulturen
		36
		Tourguide-Trainings in Albanien
		Urlaub als heilige und gerechte Zeit
		38
		Das Sabbatgebot als Kompass für faires Reisen
		Tourismus in Afrika – Wohin geht die Reise?
		39
		Nachhaltigkeit und Empowerment stärken



Liebe Leserin, lieber Leser,

der Tourismus befindet sich in einem Spannungsfeld zwischen Wunsch und Wirklichkeit: Er ist Jobmotor und wirtschaftlicher Impulsgeber, gleichzeitig befördert er die Ausbeutung von Arbeitskräften und verdrängt andere wirtschaftliche Aktivitäten. Der Finanzierung von Naturschutzprojekten stehen die erheblichen Klimaauswirkungen des Flugverkehrs gegenüber. Und wo der Tourismus im besten Fall gegenseitiges Verständnis fördert, zerstört er im schlimmsten Fall indigene Kulturen und lokale Traditionen. Als entwicklungspolitisches Werk der Kirchen beschäftigen wir uns bei Brot für die Welt seit vielen Jahren mit den zwiespältigen Auswirkungen des Reisens. 50 Jahre nach der ersten tourismuskritischen Konferenz der Kirchen in der Karibik 1972 ist dieses Journal eine Bestandsaufnahme, wo der globale Tourismus in den Ländern Asiens, Afrikas und Lateinamerikas heute steht.

Inmitten der Coronakrise ist dies nötiger denn je. Denn sie hat offenbart, wie anfällig der internationale Tourismus für Krisen ist. Klimagerechtigkeit und Menschenrechte, Nachhaltigkeit und Resilienz dürfen keine leeren Phrasen für den Neustart des Tourismus bleiben, sondern müssen zentrale Gestaltungsprinzipien werden. Wir können dabei viel lernen von unseren Partnerorganisationen auf der ganzen Welt: In Indien nehmen sie uns mit in Gemeinschaften, deren Tourismusmodell sich auch in der Corona-Pandemie als krisenfest erwiesen hat. In Sri Lanka verteidigen sie die Landrechte von Fischereigemeinschaften gegenüber einem massiven Tourismusausbau. Partnerorganisationen in Peru und Kambodscha zeigen uns, wie sie Kinder und Jugendliche vor sexueller Ausbeutung durch Reisende schützen. Aus Kenia erfahren wir, wie die Zukunft des Tourismus nachhaltig gestaltet werden könnte.

Die Brot für die Welt-Partner:innen machen Mut, die Transformation des Tourismus anzugehen. Bisher behindert der Tourismus die Einhaltung internationaler Vereinbarungen wie des Pariser Klimaabkommens und der Ziele für nachhaltige Entwicklung eher, als dass er ihr Erreichen befördert. Deshalb enthält diese Publikation auch Handlungsempfehlungen für politische Entscheidungsträger:innen in Deutschland. Denn Tourismuspolitik ist immer auch Klima-, Nachhaltigkeits- und Entwicklungspolitik – kurz: globale Gestaltungspolitik. Ein anderer Tourismus ist möglich – und dringend nötig!

Ihre

Dr. Dagmar Pruin

Präsidentin Brot für die Welt



ABFLUG/DEPARTURES

Zeit/Time	Ziel/Destination	Gate	Status
10:55	NORMALITAET	K09	CANCELED
11:20	MENSCHENRECHTE	D03	DELAYED
11:50	BEGEGNUNG	B10	CHECK IN
12:05	KLIMASCHUTZ	C02	BOARDING
12:15	RESILIENZ	H20	LAST CALL
12:30	ZUKUNFT	G01	TAKE OFF

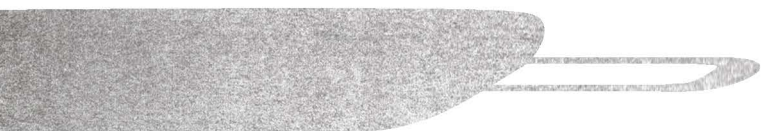




SCHWERPUNKT

Tourismus

Den Neustart des Tourismus gestalten Der Zusammenbruch des internationalen Tourismus in Folge der Corona-Pandemie zeigt, wie bedeutend und gleichzeitig fragil der Sektor ist. Ein einfaches Zurück zum Tourismus vor Covid-19 ist deshalb nicht wünschenswert. Denn ein Tourismus, der die Klima- und Biodiversitätskrise verstärkt und nicht den Wohlstand breiter Teile der Bevölkerung erhöht, gefährdet die nachhaltige Entwicklung eher, als dass er sie fördert. Für einen zukunftsfähigen Tourismus braucht es Klimaschutz, Menschenrechte und Resilienz.



B

evor mit dem Covid-19 Virus eine globale Pandemie die Welt erschütterte und den internationalen Tourismus einbrechen ließ, glänzte die Tourismusbranche mit beeindruckenden Zahlen und über zehn Jahre ungebrochenem Wachstum. Im Jahr 2019 unternahmen Menschen weltweit fast 1,5 Milliarden internationale Reisen – ein Drittel mehr als noch sieben Jahre zuvor. Dazu stieg in allen Regionen der Welt die Zahl der Inlandsreisen. Allerdings tauchten auch erste Zeichen von Ermüdung auf: In immer mehr Städten und im Umfeld von Welterbestätten protestierten Einwohner:innen gegen die stetig steigende Zahl von Besucher:innen. Unter dem Begriff „Overtourismus“ kritisierten sie steigende Mieten, wachsende Lebenshaltungskosten und die Verschlechterung ihrer Lebensqualität durch Lärm und Müll. Andernorts schlossen Kommunen Strände, damit die Natur sich von zu vielen Reisenden erholen konnte. In den Debatten zur Klimakrise geriet der Tourismus außerdem unter dem Stichwort „Flugscham“ mit seinen enormen Emissionen bei Passagierflügen in den Fokus. Als zum Jahreswechsel 2020 erste Nachrichten über Covid-19 die Welt erschütterten, kam der erhitzte Motor des Tourismus binnen weniger Wochen vollständig zum Stillstand.

Covid-19 verschärft weltweit Ungleichheit

Der globale Tourismus befindet sich auch zwei Jahre später noch in der tiefsten Krise, die er jemals erlebte: Die Zahl der internationalen Reisen lag im Jahr 2021 72 Prozent unter der von 2019; in Asien und im Pazifik wurden sogar 94 Prozent weniger Reisende gezählt. Die indonesische Insel Bali begrüßte 2019 noch sechs Millionen ausländische Gäste. Zwischen Januar und Oktober 2021 waren es nur 45 internationale Reisende. Viele Länder in Asien, Afrika und Lateinamerika traf dieser Einbruch des Tourismus stärker als europäische Staaten. Denn in jedem dritten Entwicklungs- und Schwellenland ist der Tourismus die Hauptdevisenquelle. Wo der Tourismus der zentrale Wirtschaftszweig ist, wirkt das Ausbleiben der internationalen Gäste wesentlich dramatischer. Dies zeigt sich beispielsweise bei den Verlusten der Arbeitsplätze: 2019 gab es global gesehen etwa 330 Millionen Arbeitsplätze, die direkt oder indirekt am Tourismus hingen. 62 Millionen von ihnen gingen im Jahr 2020 verloren. Während in Europa etwa zehn Prozent der touristischen Arbeitsplätze wegbrachen, traf es auf dem afrikanischen Kontinent fast jeden dritten Tourismusjob. Was den globalen Tourismus angeht, hat die Corona-Pandemie somit die Ungleichheit zwischen den Ländern des Nordens und des Südens noch erhöht.

Frauen und der informelle Sektor besonders betroffen

Auch innerhalb der Länder verstärkte die Pandemie und ihre Folgen die Ungleichheit. Während Männer und Frauen mit festen Verträgen in Hotels oder Reiseagenturen zumindest zeitweise Hilfsmaßnahmen ihrer Regierungen beantragen konnten, hatten viele Freiberufler:innen im Tourismus von Tourguides bis zu Animator:innen diese Option nicht. Gerade im informellen Sektor und bei internationalen Arbeitsmigrant:innen im Globalen Süden führte der Zusammenbruch des Tourismus zu viel Not und Elend. Frauen im Tourismus, die in den letzten Jahren auch in von Männern dominierten Gesellschaften immer selbstbewusster in Erscheinung getreten sind, sehen sich jetzt vielerorts wieder in Konkurrenz zu arbeitslos gewordenen Männern und in traditionelle Rollenmuster zurückgedrängt. Gleichzeitig haben sich Wirtschaftstrends wie Outsourcing gerade im Globalen Süden noch verschärft. Im Angesicht unsicherer wirtschaftlicher Entwicklungen lagern viele touristische Unternehmen das Risiko neuer Krisen lieber an die Beschäftigten aus, die noch häufiger als zuvor bei Leiharbeitsfirmen beschäftigt sind.

Zwei Jahre nach Beginn der Covid-19 Pandemie ist klar: Das Ausbleiben des Tourismus hat überall auf der Welt mindestens so zerstörerische Wirkungen entfaltet wie zuvor ein Zuviel an Tourismus.

Kompass für den Neustart des Tourismus

Wirtschaftlich, gesellschaftlich und klimapolitisch ist der Tourismus in den letzten 50 Jahren zu bedeutsam geworden, als dass er politisch weiter unter dem Radar fliegen darf. Eine klare Ausrichtung an den Zielen des Pariser Klimaabkommens auf der einen Seite und die Orientierung am *Leave no one behind*-Prinzip der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung auf der anderen Seite sind die Leitplanken, um den Tourismus nachhaltig zu gestalten. Der Abbau von Abhängigkeiten, die in einigen Ländern durch eine einseitige Konzentration auf den Tourismussektor entstanden sind, wird ihn zukunftsfähig machen. Denn am Horizont zeichnen sich mit der Klima- und Biodiversitätskrise bereits jetzt Erschütterungen ab, die den Tourismus noch viel gravieren-der in Frage stellen als die aktuelle Corona-Krise.



Deutschland: viel Tourismus, viel Verantwortung

Partnerorganisationen von Brot für die Welt setzen sich auf der ganzen Welt dafür ein, dass Landrechte, soziale Sicherung, Kinderschutz und Teilhabe beim Neustart des Tourismus beachtet werden – einige von ihnen stellen wir in diesem Journal vor. Doch auch Deutschland muss dafür Verantwortung übernehmen, denn nach China stammen weltweit die meisten internationalen Reisenden aus Deutschland. Sie reisen auch immer häufiger in die Entwicklungsländer Asiens, Afrikas und Lateinamerikas. Dass der Koalitionsvertrag der aktuellen Bundesregierung im Kapitel Tourismuspolitik nur den Deutschland-Tourismus in den Blick nimmt, unterschätzt diese Entwicklungen völlig. Tourismus darf nicht allein Standortpolitik bleiben, sondern muss zur globalen Gestaltungs- politik werden.

Tourism Watch – gemeinsam für zukunftsfähigen Tourismus

Brot für die Welt setzt sich deshalb für Nachbesserungen beim Lieferkettengesetz, eine ambitionierte Klimapolitik und mehr Nachhaltigkeit und Resilienz beim globalen Wirtschaften ein. Mit seiner Arbeitsstelle Tourism Watch überträgt Brot für die Welt diese Forderungen auf tourismuspolitische Zusammenhänge und nimmt einen der dynamischsten Wirtschaftssektoren der Welt gezielt in den Blick.

Tourism Watch ist im steten kritischen Dialog mit Reiseveranstaltern aus Deutschland und Europa. Im Zentrum steht dabei die Umsetzung ambitionierter Menschenrechts- und Kinderschutzstrategien. Im Rahmen der Mitgestaltung des Zertifizierungssystems *TourCert* setzt sich die Fachstelle auch für eine unabhängige Überprüfung der Managementsysteme von Reiseveranstaltern ein, damit Reisende durch Transparenz bewusste Entscheidungen treffen können. Denn am Ende sind es auch ihre Entscheidungen, die sich auf die Menschen vor Ort auswirken. Mit Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit eröffnet Tourism Watch einen Blick hinter die touristischen Kulissen und stellt die Menschen in den Mittelpunkt, die tagein, tagaus für einen unbeschwerten Urlaub sorgen.

Corona und die Erschütterungen, die den Einbruch des Tourismus verursacht haben, machen die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung des Sektors noch sichtbarer. Auch in Zukunft benötigt der Tourismus die Aufmerksamkeit der Politik, um seinen Beitrag zu einer fairen globalen Entwicklung zu leisten. ○

50 Jahre Tourismuskritik der Kirchen

„Gastfrei zu sein, vergesst nicht, denn dadurch haben einige ohne ihr Wissen Engel beherbergt.“ (Hebräer 13,2)

Das Gebot der Gastfreundschaft ist universell – Gastfreundschaft steht jedem zu. Denn jeder Mensch kann gleichermaßen in die Rolle des Gastes oder der Gastgeber:in kommen. Das zeigt eindrucksvoll schon die Weihnachtsgeschichte, in der Maria und Josef verzweifelt nach einer Unterkunft für die Geburt Jesu suchen. Doch genau diesen Rollentausch und die Gleichberechtigung von Gästen und Gastgeber:innen sahen Kirchen und kirchliche Gruppen in Asien und Lateinamerika in den 1970er Jahren gefährdet. Der aufkommende Massentourismus aus wirtschaftlich starken Ländern hin zu wirtschaftlich schwachen Reisezielen, in denen Menschen und Ressourcen ausgebeutet werden, verfestigte aus ihrer Sicht koloniale Strukturen zwischen Nord und Süd, anstatt sie abzubauen.

Die tourismuskritischen Gruppen forderten von Beginn an, dass auch Kirchen aus den Herkunftsländern der Reisenden auf Missstände aufmerksam machen. 1975 gründete die Evangelische Kirche in Deutschland dafür die Fachstelle Ferntourismus beim evangelischen Zentrum für entwicklungsbezogene Bildung. Sie sollte Reisende über die Folgen des Tourismus aufklären. Seit 1994 trägt die Fachstelle den Namen Tourism Watch, seit 2012 ist sie Teil von Brot für die Welt.

Zahlen und Fakten

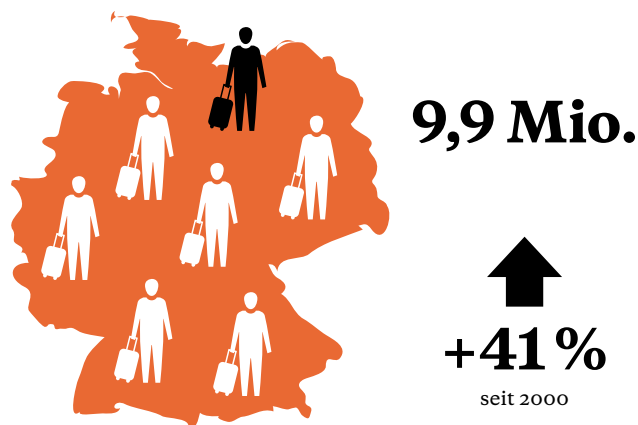
So machen Deutsche in Entwicklungs- und Schwellenländern Urlaub

Wer?

2019 reisten 14 Prozent aller deutschen Urlauber:innen in Schwellen- und Entwicklungsländer. Mehr als die Hälfte der Deutschen hat hier schon einmal Urlaub gemacht. Im Januar 2020 als Corona in Deutschland noch kein Thema war, gaben statistisch errechnet 33,7 Millionen Deutsche an, in den kommenden drei Jahren (2020–2022) Urlaub in einem Entwicklungs- oder Schwellenland zu planen. Das waren acht Prozent mehr als im Vorjahr.

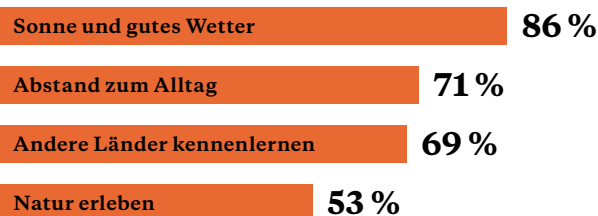
Menschen, die in weit entfernte Entwicklungsländer Afrikas, Asiens und Lateinamerikas reisen, weisen mehrheitlich einen sehr hohen formalen Bildungsstand auf und verfügen über hohe Haushaltseinkommen. Knapp ein Drittel aller Reisenden in dieser Gruppe ist zwischen 50 und 59 Jahre alt. Ein weiteres Drittel ist zwischen 20 und 40 Jahre alt.

Jeder siebte Deutsche reiste 2019 in Schwellen- und Entwicklungsländer



Quelle: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung (2021)

Das ist deutschen Fernreisenden wichtig



Quelle: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung (2021)

Wieso?

Mehr als vier Fünftel der deutschen Urlauber:innen suchen in den Fernzielen Entspannung und Erholung. Badeurlaub, aber auch Erlebnis- und Entdeckungsreisen sind bei Fernreisenden besonders beliebt. Kontakte zur lokalen Bevölkerung sind für 40 Prozent der Reisenden ein wichtiges Reismotiv – das ist wesentlich mehr als bei anderen Zielen der Deutschen.

Wohin?

Von den 9,9 Millionen Entwicklungs- und Schwellenländer-Reisenden hielten sich 2019 mehr als die Hälfte (5,7 Millionen) in den relativ nahen Ländern rund um das Mittelmeer auf. 3,6 Millionen Menschen reisten in weit entfernte Entwicklungs- und Schwellenländer in Asien, Lateinamerika und Afrika südlich der Sahara. Von den Urlauber:innen reisten etwa

- 41 Prozent in die Türkei,
- 17 Prozent in nordafrikanische Länder,
- 15 Prozent nach Asien und in den Pazifik,
- 13 Prozent nach Lateinamerika und in die Karibik,
- acht Prozent in afrikanische Länder südlich der Sahara,
- vier Prozent in Staaten der ehemaligen Sowjetunion oder nach Russland.

Das beliebteste Reiseland **Afrikas** südlich der Sahara war 2019 Südafrika mit 323.000 Besucher:innen aus Deutschland. Äthiopien wiederum empfing zwar nur 37.000 Reisende – allerdings waren das doppelt so viele wie 2010. Starke Wachstumszahlen zwischen 2010 und 2019 erzielten auch Simbabwe (plus 136 Prozent) und Tansania (plus 147 Prozent). Dramatische Verluste verzeichneten hingegen etablierte Reiseländer in Nordafrika wie Tunesien (minus 40 Prozent).

In **Asien** war Thailand mit fast 900.000 Besucher:innen und konstanten Wachstumszahlen das beliebteste Reiseland der Deutschen. Das stärkste Wachstum zwischen 2010 und 2019 verzeichneten allerdings Sri Lanka (plus 181 Prozent) und Myanmar (plus 166 Prozent). Beide Länder sind allerdings traurige Beispiele dafür, wie schnell politische Spannungen und gewaltsame Konflikte die Besucherzahlen wieder einbrechen lassen.

In **Lateinamerika** reisten die meisten Deutschen nach Mexiko (290.000), dicht gefolgt von der Dominikanischen Republik (200.000 Besucher:innen).

Wie?

77 Prozent aller Reisen nach Afrika, Asien und Lateinamerika wurden über Reiseveranstalter gebucht und sind mehrheitlich Pauschalreisen, bei denen alle Reisebestandteile vorab gebucht wurden. All-Inclusive-Reisen befanden sich darunter genauso wie Studien- und Rundreisen. 21 Prozent der Reisenden sind hingegen individuell unterwegs, haben aber beispielsweise ihre Unterkünfte bereits im Voraus gebucht.

Die durchschnittliche Reisedauer betrug 2019 18,6 Tage und liegt damit deutlich höher als bei anderen Zielgebieten.

Wie nachhaltig?

44 Prozent aller deutschen Reisenden stimmten der Aussage zu, dass ihre Reise möglichst **ökologisch** verträglich sein sollte. Menschen, die 2019 ihre Hauptreise in Deutschland verbrachten, haben mit 52 Prozent ein überdurchschnittlich großes Interesse daran. Bei Fernreisenden in Länder des Globalen Südens spielt die Umweltverträglichkeit der Reise mit nur 36 Prozent eine unterdurchschnittliche Rolle.

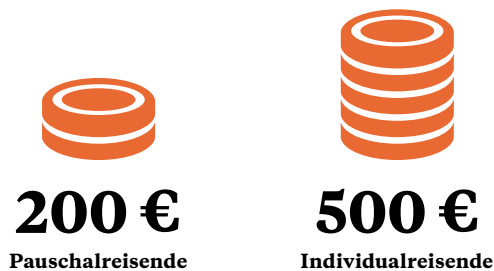
57 Prozent aller Reisenden aus Deutschland möchten **sozial** möglichst wenig Schaden anrichten. Dabei unterscheiden sich die Zahlen bei Reisenden im Nahbereich oder Fernreisenden kaum.

Obwohl das Nachhaltigkeitsinteresse groß ist, hapert es an der Umsetzung. Nur bei vier Prozent aller Reisenden hat das Thema Nachhaltigkeit den Ausschlag für eine bestimmte Urlaubsentscheidung gegeben.

Wievie?

Deutsche Urlauber:innen, die weit entfernte Zielen in Asien, Lateinamerika oder Afrika besuchten, gaben 2019 im Durchschnitt 2.429 Euro pro Person aus. Die Schätzungen, wie viel Geld davon vor Ort ankommt, variieren von Land zu Land und hängen auch vom Reiseprodukt und Reiseveranstalter ab. Sie liegen meist zwischen 20 und 50 Prozent. Je geringer der Entwicklungsstand eines Reiselandes außerhalb des Tourismussektors ist, desto geringer ist zumeist der Anteil des Reisepreises, der im Land bleibt. Dies ist ein Problem für viele Entwicklungsländer, die eine hohe Abhängigkeit vom Tourismus haben. 📍

Direkte Ausgaben vor Ort



Quelle: Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (2015)

Zahlen und Statistiken zum Reiseverhalten in den Coronajahren 2020/2021 sind kaum übertragbar auf andere Jahre und zukünftige Entwicklungen. Expert:innen gehen davon aus, dass sich der Tourismus bis zum Jahr 2024 erholen und das Niveau von 2019 wieder erreichen wird. Bei einigen Ländern Europas liegen die Buchungen 2022 bereits über den Zahlen von 2019. In den Schwellen- und Entwicklungsländern könnte die Erholung allerdings langsamer ausfallen. Corona, darin sind sich die meisten Beobachter:innen einig, bedeutet jedoch mittelfristig keine Trendumkehr im boomenden Ferntourismus. Die hier genannten Zahlen stammen – soweit nicht anders gekennzeichnet – aus der Studie „Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer“ des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung e.V. Die Daten dieser repräsentativen Befragung wurden 2020 erhoben und beziehen sich auf Reisen im Jahr 2019 vor der Covid-19 Pandemie.

Agenda 2030 – Tourismuswende gestalten

Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung bricht ein längst überholtes Denkmuster auf: Entwicklungsländer sind nicht nur die armen Staaten – auch die wohlhabenden Länder müssen sich dringend weiterentwickeln und ihre Wirtschaftsmodelle verändern.

A

uf dem weltgrößten UN-Gipfel aller Zeiten wurde 2015 die Agenda 2030 mit ihren 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) verabschiedet. Insbesondere reiche Staaten, deren Wirtschaftsmodelle Ressourcen, Land und Klima übermäßig belasten, stehen nun in der Verantwortung, sich zu ändern. Der Tourismus – ein Wohlstandsphänomen – ist dabei besonders angesprochen. Er wird in der Präambel der Agenda 2030 und in drei der 17 nachhaltigen Entwicklungsziele benannt. Ziel 8 adressiert menschenwürdige Arbeitsbedingungen und Wirtschaftswachstum, Ziel 12 fordert nachhaltige Produktions- und Konsummuster ein und Ziel 14 nimmt die Herausforderungen für das Leben im und am Wasser in den Blick.

Ein anderer Tourismus ist möglich und nötig

Doch obwohl die Agenda 2030 nachhaltigen Tourismus als Ziel formuliert hat, bleiben die Umsetzungsschritte vage und die Verbindlichkeit zur Veränderung gering. Herausforderungen, die insbesondere durch das massive Wachstum des Tourismus entstehen, bleiben unerwähnt. Zwei Jahre nach der Verabschiedung der Agenda 2030 trafen sich deshalb in Berlin Vertreter:innen der Zivilgesellschaft aus 19 Ländern. Aus

4x

wird Tourismus
in der Agenda 2030
genannt.

der Vision der Agenda 2030 mit dem Titel *Transforming our World* leiteten sie die *Transforming Tourism Declaration* ab (→ www.transformingtourism.org). Diese umfasst konkrete Schritte zur Tourismuswende.

In ihrer gemeinsamen Erklärung machte die Konferenz deutlich: „Die Transformation unserer Welt ist nicht möglich ohne eine Transformation des Tourismus. Die prominente Nennung des Tourismus in der Agenda 2030 ist eine Anerkennung der globalen Bedeutung des Tourismus. Sie ist aber auch eine Aufforderung, das bestehende Tourismusmodell grundlegend zu verändern, weil es nicht vereinbar ist mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung.“

Was mit einer gemeinsamen Erklärung begann, ist inzwischen zu einer weltweiten Plattform für Erfahrungsaustausch und politische Initiativen geworden. Der Transforming Tourism Initiative, die von Tourism Watch bei Brot für die Welt gemeinsam mit Partnerorganisationen in Asien und Lateinamerika moderiert wird, gehören heute mehr als 60 Organisationen an. Der Austausch über Länder und Kontinente hinweg ist für die beteiligten Nichtregierungsorganisa-



Jedes Jahr treffen sich die Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen in New York, um über Fortschritte bei den Nachhaltigkeitszielen zu beraten.

tionen besonders wichtig. Sie erhalten Anregungen für ihre eigenen politischen Forderungen und können sich gemeinsam auf internationale Prozesse und Konferenzen vorbereiten. Der Beginn der Corona-Pandemie 2020 war der Start einer Reihe von Online-Seminaren, die sich mit deren Auswirkungen auf die Menschen auseinandersetzen. Gemeinsam wurden Herausforderungen und Potentiale für die Transformation des Tourismus identifiziert.

Auch die internationale Solidarisierung ist wichtig. Gerade in Bezug auf den Tourismus, als einem zentralen Bereich der Wirtschaftsentwicklung stehen Menschenrechtsverteidiger:innen und Gewerkschafter:innen, die ihn kritisieren, unter großem politischen Druck und sehen sich einer starken Lobby von Unternehmensverbänden gegenüber.

Drei Prinzipien eines zukunftsfähigen Tourismus in der Transforming Tourism-Deklaration

- 1.** Die Menschenrechte und die Selbstbestimmung der Gemeinschaften müssen im Zentrum jeglicher Tourismusentwicklung stehen. Dazu gehört insbesondere das Recht zur frühzeitigen Information über geplante Vorhaben und zur Beteiligung an Entscheidungen darüber, in welchem Maße und auf welche Art Tourismus stattfinden soll.
- 2.** Wenn Tourismus entwickelt wird, müssen seine wirtschaftlichen und sozialen Vorteile gerecht verteilt werden und auch weiten Bevölkerungsteilen zugutekommen. Das Ziel muss sein, den Wohlstand und die Lebensqualität vor Ort zu steigern und zur sozialen Gerechtigkeit beizutragen.
- 3.** Tourismus soll sowohl für Reisende als auch für die Gastgeber:innen eine positive und sinnstiftende Erfahrung sein, mit dem Ziel, gegenseitiges Verständnis, Empathie und Respekt zu fördern.



3 Prinzipien

Menschenrechte,
Gerechtigkeit, Respekt

Handlungsansätze für Politik, Wirtschaft und Konsument:innen

Die Agenda 2030 ist eine Agenda der Staaten. Neben Parlamenten und internationalen Organisationen müssen zur Umsetzung aber auch Unternehmen und Verbraucher:innen ins Boot geholt werden. Die Transforming Tourism Initiative benennt daher drei Bereiche für die Tourismuswende: Politik, Unternehmen und Verbraucher:innen.

• Politikwende

Nationale Parlamente stehen besonders im Fokus, ihre Strategien und Gesetzgebung in Bezug auf die Agenda 2030 weiterzuentwickeln. Für den internationalen Tourismus ebenso wichtig sind UN-Institutionen wie die Welttourismusorganisation, die Internationale Seeschiffahrtsorganisation, die Internationale Zivilluftfahrtorganisation und die Internationale Arbeitsorganisation. Sie alle müssen Rahmenbedingungen erarbeiten und umsetzen, die staatliche Schutzpflichten für die Beschäftigten in der Tourismusbranche verankern und Formen der Mitbestimmung festlegen. Sie müssen Anreize schaffen, um Ressourcen zu schonen und klimaschädliche Subventionen abzubauen. Aufgabe der Regierungen ist es, Transparenzpflichten für Tourismusunternehmen einzuführen und Standards zu setzen, um die Glaubwürdigkeit von Nachhaltigkeitszertifikaten zu erhöhen. Bildung für nachhaltige Entwicklung sollte in den Lehrplänen an Schulen gestärkt werden und nachhaltiges Handeln frühzeitig, beispielsweise bei Klassenfahrten, eingeübt werden.

• Unternehmenswende

Tourismusunternehmen müssen Maßnahmen in Bezug auf die ökologische, ökonomische und soziale Verträglichkeit umsetzen. Internationale Standards für Umweltschutz, Arbeitsrechte und Partizipation müssen beachtet werden – auch und besonders dort, wo Konflikte und Korruption herrschen. International agierende Unternehmen sind gefordert, ihre Wertschöpfungsketten so zu gestalten, dass faire Handelsbeziehungen gerade mit Kleinunternehmen in den Reisezielen möglich werden. Sie sollten Instrumente für Inklusion, für unabhängige Überprüfungen und den Dialog mit der Zivilgesellschaft entwickeln.

• Konsumwende

Die Mehrheit der Reisenden sagt, dass ihnen Nachhaltigkeit wichtig ist, doch nur etwa vier Prozent der Deutschen buchen gezielt eine Reise mit Nachhaltigkeitsprofil. Verantwortungsvolle Konsumentscheidungen bedeuten im Tourismus, Flugreisen möglichst zu vermeiden und weniger klimaschädliche Verkehrsträger zu wählen. Bei Fernreisen bedeutet das, weniger häufig zu reisen. Wenn gleichzeitig die Aufenthaltszeiten verlängert werden, entstehen sogar höhere wirtschaftliche Impulse bei gleichbleibender Klimabelastung.

Stellschrauben für nachhaltige Entwicklung im Tourismus

Im Februar 2020 hat Brot für die Welt 100 Expert:innen aus Wissenschaft, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Politik befragt, was sich im Tourismus ändern muss, damit er einen größeren Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leistet. 60 Prozent der Befragten fanden, dass sich die Emissionen von Treibhausgasen drastisch verringern müssen. 49 Prozent forderten mehr Engagement für menschenwürdige Arbeitsbedingungen und 53 Prozent warben für mehr Partizipation lokaler Gemeinschaften in der Entwicklung touristischer Destinationen. ◉

Die wichtigsten Stellschrauben zur Tourismuswende



Umwelt:

Klimawandel –
Reduktion von
Emissionen



Wirtschaft:

Menschen-
würdige Arbeits-
bedingungen



Partizipation:

Teilhabe lokaler
Gemeinschaften



Soziales:

Schutz von Kindern
und Jugendlichen

Quelle: Tourism Watch Infodienst Nr. 100

Tourismus als sichere Lebensgrundlage?

Kellner:innen, Hotelbetreiber:innen oder Tourguides in Indien traf das Ausbleiben der Tourist:innen während der Corona-Pandemie stark. Viele verloren völlig unvorbereitet ihr Einkommen. Tourismusmodelle, die lokal verankert sind, erwiesen sich hingegen als krisenfester.

G

esperre Grenzen, keine Einreisemöglichkeiten und Lockdowns führten in der Corona-Pandemie 2020 zu einem Erliegen des internationalen Tourismus nach Indien. Die meisten Tourismusunternehmen erwirtschafteten kaum Umsatz, phasenweise fielen die Einnahmen monatelang ganz aus. Gleichzeitig mussten sie Gehälter, Strom, Wasser, Wartungskosten und andere Fixkosten weiterzahlen. Hotelbetreiber:innen beispielsweise fordern deswegen seit Beginn der Krise umfassende staatliche Unterstützung.

Auch die Straßenverkäufer:innen in beliebten Urlaubsorten sind betroffen. „Wir haben keine anderen Einkommensmöglichkeiten. Uns fehlt das Kapital, um neue Kleinunternehmen aufzubauen“, sagt Deepak Gupta, ein Vertreter des Verbandes der Straßenverkäufer:innen in Bodhgaya, einem berühmten buddhistischen Pilgerzentrum.

Gemeindebasierter Tourismus ist krisenfest

Als widerstandsfähiger in der Krise erwies sich in Indien der gemeindebasierte Tourismus, bei dem vor Ort lebende Menschen selbst Unterkünfte und Aktivitäten anbieten. Er ist in der Regel dezentralisiert, nachhaltiger und klein-

„Wir möchten, dass die Regierung unsere wichtige Rolle im Tourismus endlich anerkennt, denn unser Modell ist krisenfest.“

Rekha Rautela, Homestay-Betreiberin aus Indien

teilig organisiert. „Für uns ist der Tourismus eine zusätzliche Einkommensquelle zu unseren Einnahmen aus der Landwirtschaft“ sagt Mallika Virdhi aus Munsiri, einem Himalaya-Dorf im indischen Bundesstaat Uttarakhand. Virdhi ist Gründerin und Geschäftsführerin von Himalayan Ark, einem gemeindebasierten Tourismusunternehmen. „Der Tourismus, den wir betreiben, ist nicht kapitalintensiv und bewahrt unsere ländliche Identität. Wir nutzen die vorhandene Infrastruktur, indem wir zum Beispiel Übernachtungsmöglichkeiten in unseren Häusern anbieten.“

Auch in Munsiri blieben aufgrund der Covid-19 Pandemie immer wieder monatelang die Gäste fern. Die fehlenden Einnahmen konnte die Gemeinschaft jedoch mit Geld ausgleichen, das sie als Sicherheitsreserve aus den vorherigen

Einnahmen gebildet hatte. Diese Reserve umfasste jeweils fünf Prozent der Einnahmen. „Wir brauchen kein Rettungspaket von der Regierung“, sagt Rekha Rautela, Home-Stay-Betreiberin aus Munsiri. „Wir wollen stattdessen, dass unsere wichtige Rolle im Tourismus endlich anerkannt wird.“ Bisher werden gemeinschaftliche Unternehmen in der Politik oft nicht mit konventionellen Anbietern gleichgestellt. Rautela ist überzeugt, dass das gemeindebasierte Tourismusmodell in ihrem Dorf auch in Zukunft gut funktionieren wird.

Der Tourismus der Zukunft

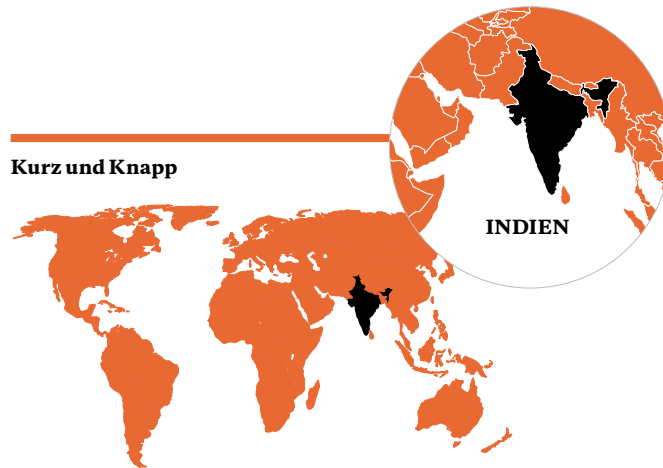
Wo der Staat in der Corona-Krise mit Rettungspaketen und anderen Maßnahmen mit viel Geld unterstützen muss, solle er sich zukünftig eher präventiv engagieren, fordert Equations, eine indische Partnerorganisation von Brot für die Welt. Das bedeute, dass beispielsweise Tourismusunternehmen verpflichtet werden, ihre Klimabilanz, die Beteiligung lokaler Gemeinschaften und das Nachhaltigkeitsmanagement zu verbessern. An die Erfüllung solcher Auflagen sollte die Regierung zukünftig auch die Zahlung von Förderungen und Hilfsleistungen knüpfen. Equations unterstützt gemeindebasierte Tourismusprojekte in Indien und wird auch von der Regierung konsultiert. Viele Dörfer haben praktische Erfahrung im Umgang mit solchen Kriterien, sie können eine wichtige beratende Rolle in zukünftigen Planungen einnehmen.

Ein wichtiger Schritt zu widerstandsfähigeren Tourismusmodellen ist die Dezentralisierung von Entscheidungs- und Managementbefugnissen. Auch hier zeigen Erfahrungen aus dem gemeindebasierten Tourismus, dass dies in der Krise ein großer Vorteil war. Was sich im konventionellen Tourismus als großes Problem erwies, war die geringe Profitabilität und Liquidität der Branche, bestehende Überkapazitäten und Überangebote, Subventionen und steuerliche Anreize, sowie die Deregulierung der Märkte. Auch Entwicklungen bei den Online-



Frauen beraten in Munsiri über Strategien für nachhaltigen Tourismus.

Buchungsplattformen haben sich als nachteilig für Kleinunternehmen erwiesen. „Lasst uns die Corona-Krise als Chance nutzen, um einen neuen Blick auf den Tourismus zu gewinnen. Wir müssen die Nachhaltigkeit stärken und sicherstellen, dass sich Qualität und nicht Quantität durchsetzt,“ fordert Joyatri Ray, Direktorin von Equations. ●



Kurz und Knapp

Unser Partner Equitable Tourism Options – Equations

Das Projekt Equations setzt sich für einen nachhaltigen, partizipativen Tourismus ein, der frei von Ausbeutung ist. Menschenrechte, Ressourcenschutz und Selbstbestimmung stehen im Mittelpunkt der Programme, mit denen Equations Tourismusanbieter qualifiziert, Studierende ausbildet und Regierungsstellen berät. Equations unterstützt auch Gemeinschaften, Basisgruppen und Nichtregierungsorganisationen in Indien, die sich gegen nachteilige Tourismusentwicklungen wehren.

Zielgruppe 25 Tourismusinitiativen, 50.000 Betroffene von negativen Tourismusauswirkungen

Projektort Indien, landesweit

Ein krisenanfälliges Geschäft

In vielen Ländern des Globalen Südens boomte der internationale Tourismus vor der Corona-Pandemie. Warum sich ein Neustart nun gerade in diesen Ländern als schwierig erweist und wie krisenfest die Tourismusbranche insgesamt ist, erläutert Antje Monshausen, Referentin für Tourismus und Entwicklung bei Brot für die Welt.

Frau Monshausen, ist die Corona-Pandemie die Zäsur im Tourismus der letzten Jahrzehnte schlechthin?

Ob politische Unruhen, Tsunami-Katastrophen oder Waldbrände – der Tourismus ist insgesamt ein sehr krisenanfälliges Geschäft und Länder des Globalen Südens sind solchen Ereignissen in besonderem Maße ausgesetzt. In einzelnen Ländern gab es immer wieder Krisen, die den Tourismus vor Ort zumindest zeitweise zum Erliegen gebracht haben. Global betrachtet ist jedoch die Corona-Pandemie sicherlich der gravierendste Einschnitt für die Reisebranche, den sie bisher erlebt hat.

Traf die Corona-Pandemie den Tourismussektor denn vollkommen unerwartet?

Wissenschaftler:innen haben schon vor ungefähr zehn Jahren vorausgesagt, dass die Wahl unserer Reiseziele zukünftig maßgeblich von Krisen beeinflusst werden wird. Durch die Covid-19 Pandemie ist diese Prognose mit einem Schlag Realität geworden. Auch wenn Zeitpunkt und genaue Umstände natürlich nicht vorhersehbar waren – weite Teile der Tourismuswirtschaft haben es definitiv versäumt, in den guten Jahren an krisenfesten und wirklich nachhaltigen Geschäftsmodellen zu arbeiten. Stattdessen setzten sie insbesondere seit der Wirtschaftskrise 2008 nur auf Wachstum.

Braucht es überhaupt noch neue Geschäftsmodelle, wenn wir doch jetzt die Impfung und damit hoffentlich bald ein Ende der Pandemie haben?

Die Impfung gegen Covid-19 hat im Jahr 2021 in Europa ein Aufatmen gebracht – doch dann kamen neue Virusvarianten und damit auch die Unsicherheit zurück. Gleichzeitig ist die Verteilung des Impfstoffs immer noch extrem ungerecht. Reiche Staaten in Europa haben mehr Impfstoff als Einwohner:innen, andere – vor allem die

„Nicht alle Krisen lassen sich wegimpfen. Eine sichere Zukunft hat der Tourismus nur, wenn er resilienter und nachhaltiger wird.“

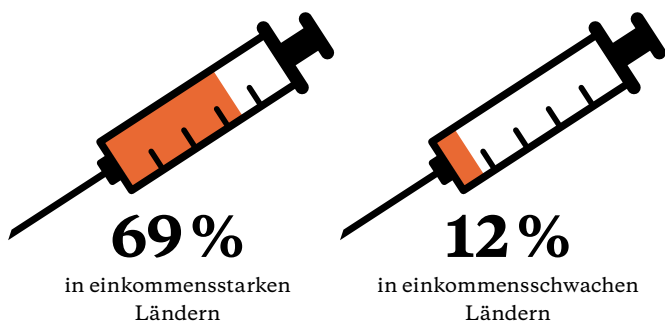
Antje Monshausen
Referentin für Tourismus
und Entwicklung bei
Brot für die Welt



ärmsten Länder Afrikas – nicht einmal genug für ihr medizinisches Personal. Das erschwert auch das Wiederbeleben des Tourismus in Entwicklungsländern. Denn Reiseveranstalter und Tourist:innen bevorzugen gerade jetzt Länder mit hohen Impfquoten und guter Gesundheitsinfrastruktur. Langfristig wird sich jedoch die Krisenanfälligkeit des Tourismus nicht wegimpfen lassen. Vielmehr braucht es weitere Maßnahmen, um den Sektor gegen unerwartete Krisen und Katastrophen zu rüsten.

Impfgerechtigkeit

Menschen, die mindestens eine Impfung gegen Covid-19 erhalten haben



Quelle: UNDP Global Dashboard for Vaccine Equity
Stand: 17.02.2022

Auf welche Krisen muss sich die Welt einstellen?

Das Weltwirtschaftsforum befragt jedes Jahr über 1.000 Expert:innen und Entscheidungsträger:innen aus Politik und Wirtschaft dazu, welche Risiken sie für wahrscheinlich halten und welche die gravierendsten Folgen hätten. Ganz vorne mit dabei sind die Folgen des Versagens beim Klimaschutz, Extremwetterereignisse und der Verlust der Artenvielfalt. Direkt danach folgt aber auch die Erosion des sozialen Zusammenhalts und geopolitische Konflikte. All diese Krisen schlagen direkt auf den Tourismus durch.

Mit welchen Maßnahmen können sich Tourismusunternehmen schützen?

Resilienz, also die Fähigkeit, mit Krisen umzugehen, bedeutet, sich auch wirtschaftlich nachhaltig aufzustellen. Nicht allein die Wachstumszahlen sind wichtig, sondern vor allem das, was am Ende übrig bleibt. Trotz eines starken Wettbewerbs müssen Reiseveranstalter und Hotels deshalb so kalkulieren, dass sie mehr Rücklagen bilden können. Auch die Gebühren, die mittlerweile einige Reisebüros in Deutschland für die Beratung eingeführt haben, sind ein Schritt in die richtige Richtung, damit Unternehmen nicht alles verlieren, wenn eine Reise nicht stattfinden kann.

Und die Reiseländer selbst – was bedeutet Resilienz für sie?

Viele Reiseregionen und Unternehmen haben ihre Herkunftsmärkte breiter aufgestellt und sprechen nun beispielsweise mit ihren Angeboten auch Tourist:innen aus dem Inland an. Besonders gefragt sind aber die politischen Entscheider:innen in den Reiseländern. Der Tourismus wird zu oft als Wundermittel für wirtschaftliches Wachstum angepriesen. Die Politik hat versäumt, weitere wirtschaftliche Standbeine aufzubauen, die Verluste ausgleichen können. Jahrzehntlang lockte sie Investor:innen mit Steuererlassen und niedrigen Löhnen in ihre Länder, jetzt fehlen den Regierungen die finanziellen Mittel, um touristische Anbieter bei der notwendigen Transformation zu krisenfesten Unternehmen zu unterstützen.

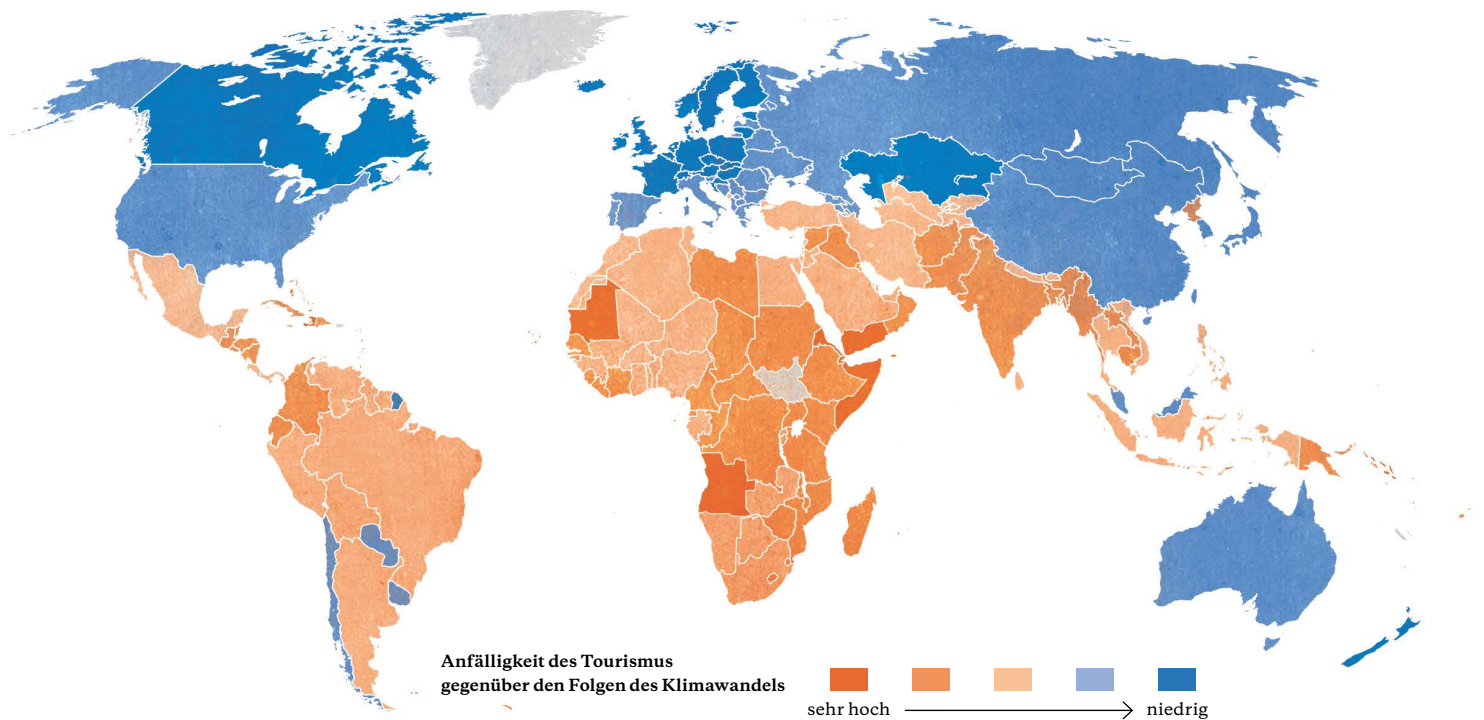
Welche Aufgabe hat die Entwicklungszusammenarbeit dabei, dass sich der Tourismussektor krisenfester aufstellt?

Die Entwicklungszusammenarbeit kann Partnerländer dabei unterstützen, widerstandsfähiger gegenüber Krisen zu werden. Das kann auch bedeuten, in einigen Ländern, die bereits sehr aktiv im Tourismus sind, verstärkt andere Sektoren in den Blick zu nehmen. Für Tourismusprogramme selbst bedeutet das, nur noch touristische Konzepte zu fördern, die vor Ort nachhaltig Wertschöpfung und langfristigen Wohlstand schaffen. Sie sollten resilient gegenüber externen Katastrophen und möglichst ressourcenschonend sein, um die Kosten für Umweltschäden gering zu halten. Das „alte“ Rezept, Tourismus uneingeschränkt als Motor für Entwicklung zu unterstützen, ist nicht mehr zukunftsfähig, weil die Klimakatastrophe und die soziale Ungleichheit den Tourismus auch in Zukunft vor immense Herausforderungen stellen wird.



Diese Ökoherberge im Iran spricht nationale und internationale Gäste an. Iraner:innen bevorzugen Zimmer mit bis zu zehn Betten für die ganze Familie, Europäer:innen sind meist zu zweit unterwegs.

Weltkarte der Ungleichheit: So hart trifft die Klimakatastrophe den Tourismus



Quelle: D. Scott et al. (2019): Global Tourism Vulnerability to Climate Change

Der Vergleich von 181 Staaten zeigt, wie anfällig der Tourismussektor gegenüber der Klimakrise ist. Am schwersten trifft es Länder des Globalen Südens, deren Wirtschaft stark vom Tourismus abhängt. Wie verwundbar ein Reiseziel gegenüber den Folgen der Klimakrise ist, hängt nicht nur davon ab, wie stark die klimatischen Veränderungen in einem Land sind. Wichtig sind auch die folgenden Faktoren:

Verlieren Destinationen an Attraktivität? Durch klimatische Veränderungen gehen Reiseziele für Tourist:innen ganz oder teilweise verloren – Korallen sterben, Strände werden überflutet, es gibt weniger Schnee oder die biologische Vielfalt schwindet.

Können Tourismusanbieter:innen höhere Kosten stemmen? Höhere Preise für Wasser oder längere Transportwege für Lebensmittel führen zu höheren Betriebskosten. Besonders stark betroffene Reiseziele verlieren so international an Wettbewerbsfähigkeit.

Welche Reisen können sich Tourist:innen noch leisten?

Die Wirtschaft weltweit wird die Klimakrise zu spüren bekommen: Einkommensverluste sowie höhere Kosten für Flugreisen können die Nachfrage nach Urlaubsreisen dämpfen.

Werden Regionen als sicher wahrgenommen? Zunehmende Unwetter-, Katastrophen-, Gesundheits- und Sicherheitsrisiken beeinflussen Tourist:innen bei der Wahl ihres Reiseziels.

Ist der Tourismussektor in der Lage, sich anzupassen?

Reiseregionen mit guter Verkehrsinfrastruktur und innovativen Wirtschaftsakteur:innen können sich an ein verändertes Reiseverhalten besser anpassen.

Kann die Politik im Reiseland die Folgen der Klimakrise abschwächen?

Der Schutz von Ökosystemen und die Verbesserung von Bildung, Infrastruktur und Gesundheit federn negative Auswirkungen der Klimakrise ab. Auch politische Stabilität, Rechtssicherheit und Korruptionsbekämpfung wirken sich positiv aus. ●

Klimagerechtigkeit beim Reisen

Reisen ist ein Privileg. 90 Prozent der Weltbevölkerung sind noch nie geflogen. Dabei treibt die reiche Minderheit durch Reisen auch die Klimakrise an. Den Preis dafür zahlen vor allem die Ärmsten.

D

er Tourismussektor ist von den negativen Folgen der Klimakrise stark betroffen. Denn kaum ein anderer Sektor ist so abhängig von intakter Natur und stabilem Wetter. Gleichzeitig ist der Tourismus aber auch einer der größten Treiber der Klimakrise.

In kaum einem anderen Sektor ist der Klimaschaden im Vergleich zur Wertschöpfung so hoch. Jeder US-Dollar, der für Tourismus ausgegeben wird, führt zu einem Klima-Fußabdruck von einem Kilogramm CO₂-Äquivalente (die Maßeinheit CO₂-Äquivalent berücksichtigt neben Kohlendioxid auch die Erwärmungswirkungen anderer klimawirksamer Faktoren und Gase). Das sind 25 Prozent mehr als der Durchschnitt aller anderen Sektoren. Ein Grund dafür sind vor allem die hohen Emissionen aus dem Flugverkehr. Vor diesem Hintergrund ist es eine wohlhabende Minderheit, die die Klimakrise durch Reisen massiv vorantreibt.

Die Klimakrise trifft Menschen im Globalen Süden besonders hart: Kleinbäuer:innen und Küstenbewohner:innen sind Dürren oder Überschwemmungen oft schutzlos ausgeliefert. Armut, Hunger und Flucht sind die Folgen des Klimawandels, unter denen bereits heute hunderte Millionen Menschen in Afrika, Asien und

1 12

der CO₂-Emissionen weltweit ist auf Tourismus zurückzuführen.

Lateinamerika leiden. Besonders betroffen sind Menschen, die Rassismus oder soziale Ausgrenzung erfahren wie Frauen, Kinder oder indigene Bevölkerungsgruppen. Weltweit verschärfen Klima- und Umweltverschmutzung die Ungleichheiten zwischen ethnischen Gruppen und sozialen Schichten.

Nachhaltig fliegen – geht das?

Bei 58 Prozent der Reisen von Deutschen ins Ausland wird das Flugzeug genutzt. Dabei ist das Flugzeug das klimaschädlichste aller Verkehrsmittel. Nur mit einer Verkehrswende kann das 1,5 Grad-Limit des Pariser Klimaabkommens noch eingehalten werden.

Vor Corona hoben weltweit jeden Tag 100.000 Flugzeuge ab – laut Internationaler Luftverkehrsorganisation IATA soll sich der Flugverkehr bis 2050 verdreifachen. Besonders internationale Flüge werden überall auf der Welt schlecht reguliert. Auch das Klimaschutzgesetz in Deutschland berücksichtigt nur die zwei Millionen Tonnen CO₂-Emissionen aus innerdeutschen Flügen; der Flugverkehr ins Ausland bleibt darin unbeachtet. Dabei verursacht er über 30 Millionen Tonnen CO₂-Ausstoß pro Jahr. Bezieht man auch andere Emissionen und Faktoren wie die Wolkenbildung ein, verdreifacht sich die negative Klimawirkung des Fliegens sogar. Der Schaden des Flugverkehrs in und aus Deutschland verursacht dann etwa den gleichen Schaden für das Klima wie der gesamte PKW-Verkehr in Deutschland.



Innerhalb von kurzer Zeit trafen 2020 zwei Wirbelstürme die Länder Mittelamerikas und richteten wie hier in Honduras gravierende Zerstörungen an.

Weniger Ausstoß, mehr Innovation

Die Politik muss handeln, um den Flugverkehr bis spätestens 2045 klimaneutral zu machen. Sie muss:

- **Intelligenten Verkehrsmix ermöglichen:** Alle innerdeutschen und viele europäische Flugstrecken müssen auf die Schiene verlagert werden.
- **Flugrouten optimieren:** Durch klimaoptimierte Flugrouten, also zum Beispiel den Einbezug des aktuellen Wetters bei der Planung von Flügen, können Emissionen vermindert werden.
- **Klimaschädigende Subventionen abschaffen:** Pro Jahr entfallen zwölf Milliarden Euro klimaschädigender Subventionen in Deutschland auf den Flugverkehr. Mittel, die für eine sozial gerechte Verkehrswende hierzulande und die Entwicklungsfinanzierung im Globalen Süden dringend benötigt werden.
- **Umweltkosten einpreisen und zurückverteilen:** Der Umweltschaden einer Tonne CO₂-Äquivalente wird aktuell auf rund 200 Euro geschätzt. Steuern, Abgaben und die Preise für Emissionszertifikate müssen diesen Umweltschaden abbilden, Dumpingpreise verboten werden. Die Mehr-Einnahmen müssen sozial gerecht zurückverteilt werden, zum Beispiel über eine Pro-Kopf-Klimaprämie.
- **Internationalen Emissionshandel für den Flugverkehr reformieren:** Das internationale Emissionshandelssystem für den Flugverkehr CORSIA verfügt weder über ein verbindliches Reduktionsziel noch über ausreichende Qualitätsstandards für Zertifikate.
- **Standards für nachhaltige Flug-Kraftstoffe (SAF) definieren:** SAF machen gegenwärtig nur 0,05 Prozent der Flugkraftstoffe in der EU aus. Mit einer Beimisch-Quote kann ihr Anteil erhöht werden. Gleichzeitig darf die Produktion von Strom und Biomasse für SAF keine Schäden an Menschen und Umwelt verursachen.
- **Innovation ermöglichen:** Forschung und Entwicklung für effizientere Flugtechnologien können den Bedarf an Treibstoff verringern. Der Restbedarf muss durch Innovationen bei SAF möglichst nachhaltig gedeckt werden.
- **Bewusste Konsumententscheidungen fördern:** Eine verbindliche Klimakennzeichnung, die die gesamte Klimawirkung eines Fluges abbildet, ermöglicht es Kund:innen, bewusste Reiseentscheidungen zu treffen. ○

?

Wussten Sie schon, ...

... dass 1% der Weltbevölkerung für 50% aller Flugverkehr-Emissionen verantwortlich ist?

Industrie mit Fußabdruck

Ressourcenverbrauch im Tourismus

An- und Abreise

Die Wahl des Verkehrsmittels entscheidet maßgeblich über die Klimawirkung. Bei Fernreisen entfallen zum Teil mehr als 80 Prozent der Klimaemissionen auf die An- und Abreise. Kompensationsanbieter wie die kirchliche *Klima-Kollekte* (→ www.klima-kollekte.de) sorgen dafür, dass an anderen Orten die für den Flug produzierte Menge CO₂ eingespart wird. Vorsicht vor schwarzen Schafen: Aufforstungsprogramme sind zur Klimakompensation zum Beispiel ungeeignet.



Entspricht dem klimaverträglichen Jahresbudget einer Person.

Aufgrund der hohen Gästezahlen ist im kroatischen Dubrovnik das Müllaufkommen im Sommer fünfmal höher als den Rest des Jahres.



Unterkunft

Der Energieverbrauch einer Unterkunft hängt davon ab, wie sie geheizt und gekühlt wird. Energiefresser sind vor allem Klimaanlage und große Pools, deren Wasserverbrauch den der lokalen Bevölkerung bis zu 100-fach übersteigt. Auch das Müllaufkommen in Hotels ist immens. Besonders problematisch ist Einwegplastik, für das es vor Ort oft keine geeigneten Recycling-Anlagen gibt. Je ein Drittel des Plastikmülls besteht aus Einweg-Trinkflaschen und Hygieneartikeln. 15 Prozent machen Plastiktüten aus.



Quellen: Plastik-Müll: UNEP, WTTC (2021); Ausflüge und Exkursionen: CARMACAL – carbon management tool for tour operators; Essen und Trinken: S. Gössling, P. Peters (2015); Lebensmittelabfälle: A. Dhir et al. (2020)

Ausflüge und Exkursionen

Ausflüge an Urlaubsorten haben ihren Preis – finanziell und auch für die Umwelt. Eine Hafenrundfahrt schlägt pro Mitfahrer:in mit zwei Kilogramm CO₂ zu Buche, ein kurzer Helikopterflug hingegen mit mehr als 80 Kilogramm CO₂ pro Person. Fahrradtouren und Wanderungen verursachen keine Emissionen, wenn sie direkt von der Unterkunft starten.



Essen und Trinken

Urlauber:innen verbrauchen im Schnitt 20 Prozent (0,5 Kilogramm) mehr Lebensmittel pro Tag als zu Hause. Beim Reisen kommen so weltweit jedes Jahr fast elf Megatonnen mehr Lebensmittel zusammen. Einiges davon landet gleich wieder im Müll – gerade große Hotelbuffets verursachen viele Abfälle. Hotels und Gastronomie sind weltweit für zwölf Prozent der Lebensmittelabfälle verantwortlich.

Kreuzfahrt

Kreuzfahrten haben einen riesigen ökologischen Fußabdruck. Besonders gravierend sind die Stickoxid- und Feinstaubemissionen sowie der problematische Umgang mit Abwässern und Abfällen an Bord. Aufgrund steigender Nachfrage werden die Schiffe immer größer, die Häfen folglich immer tiefer. Das hat erhebliche Auswirkungen auf das Ökosystem.



Traumschiff für alle?

Ein gut bezahlter Job auf einem Kreuzfahrtschiff klingt für viele Menschen aus einkommensschwachen Ländern verlockend. Doch der Preis dafür ist hoch, denn die Arbeitsbedingungen unter Deck sind oft miserabel.

D

er Weg zu einer Anstellung auf einem Schiff beginnt in den Heimatländern: Viele angehende Seeleute werden über Agenturen vermittelt. Oft müssen sie als unbezahlte Praktikant:innen in Hotels oder Restaurants arbeiten, bevor sie die Chance auf einen Job an Bord bekommen. Die Arbeitsverträge sind in der Regel auf drei bis zwölf Monate befristet, Sicherheiten für eine Weiterbeschäftigung gibt es meist nicht.

Kein Platz an der Sonne

Auf den Schiffen arbeiten und leben bis zu 2.000 Angestellte auf sehr engem Raum zusammen; Privatsphäre oder Rückzugsmöglichkeiten gibt es kaum. Rund um die Uhr müssen sie für das Wohlergehen der zahlenden Gäste sorgen. Dementsprechend lang sind die täglichen Arbeitszeiten – Überstunden sind die Regel. Depressionen aber auch körperliche Krankheiten sind häufige Folgen. Die internationale Seearbeitskonvention schützt zwar alle Mitarbeitenden vor ausbeuterischen Arbeitsbedingungen und regelt Ruhezeiten und Urlaubsansprüche, aber an Bord können die Seeleute ihre Rechte kaum geltend machen. Besonders schlecht geht es den hunderten Menschen unter Deck in den Wäschereien oder der Müllverarbeitung. Wer als Kellner:in oder Animater:in direkten Kontakt zu Reisenden hat, kann immerhin noch auf Trinkgelder hoffen. Kapitän:innen oder Offizier:innen arbeiten meist unter deutlich besseren Bedingungen als das Servicepersonal.



Fast
3
Mio.

Deutsche unternahmen 2019 eine Hochseekreuzfahrt. 2009 waren es noch weniger als eine Million Deutsche.

Schiffskoller durch Corona

Die Corona-Pandemie traf jedoch das gesamte Schiffspersonal gleichermaßen. Hunderttausende Seeleute mussten monatelang auf den Schiffen ausharren, bevor sie zu ihren Familien zurückkehren durften. Mittlerweile fahren die Kreuzfahrtschiffe zwar wieder auf See, doch die Passagiere bleiben aufgrund von Quarantänevorschriften an Bord und unternehmen kaum Landgänge. Für das Personal bedeutet das noch weniger Pausen und immer mehr unbezahlte Überstunden. ●

Immer öfter ohne Landgang

Nicht erst seit der Corona-Pandemie bleiben Reisende immer häufiger auf den Kreuzfahrtschiffen. Während Gäste in Venedig, Dubrovnik oder New York das Schiff gerne für ausgiebige Stadterkundungen verlassen, besuchen sie in armen Ländern oft nur Privatinseln, die von den Reedereien gepachtet werden, buchen kurze Ausflüge über ihre Reiseveranstalter oder verzichten komplett auf einen Landgang. Dutzende Restaurants, Boutiquen, Kinos, Theater und diverse Sportmöglichkeiten vom Fitnessstudio über Kletterwände bis zu Eishallen haben die Schiffe selbst zum Reiseziel gemacht. Dieser Trend geht zu Lasten der wirtschaftlichen Entwicklung der Reiseziele und der Seeleute an Bord.

See(l)sorge im Hafen

Die Deutsche Seemannsmission engagiert sich seit über 100 Jahren weltweit für das Wohl der Seeleute, unabhängig von Konfession und Herkunft. Einer, der dafür verantwortlich ist, ist Olaf Schröder, Diakon bei der Deutschen Seemannsmission. Im Hamburger Hafen empfängt er Seefahrer:innen in der Seafarers' Lounge.

Herr Schröder, warum braucht es besonders in Pandemiezeiten eine Seemannsmission im Hamburger Hafen?

Seeleute bekommen nur selten Landgang – Corona verschärft die Lage ungemein. Teilweise werden stündlich nur etwa 20 Angestellte von Bord gelassen, das heißt ein Großteil der Crew schafft es gar nicht an Land. Sie müssen dann bis zu acht Wochen auf die nächste Gelegenheit warten. Gerade bei uns in Hamburg ist oft Passagierwechsel, so dass in der kurzen Liegezeit viel für die Crew an Bord zu tun und der Landgang auf ein Minimum beschränkt ist. Deshalb ist unsere Sozialeinrichtung direkt im Terminal. Die Crew ist dann wie „ausgehungert“ und wir kommen gar nicht so schnell hinterher, die Regale bei uns in der Seafarers' Lounge nachzufüllen.

Kommen die Seeleute denn vor allem, um in der Seafarers' Lounge einzukaufen?

Viele kaufen bei uns Waren des persönlichen Bedarfs wie Zahncreme oder Shampoo, da wir diese viel günstiger anbieten als auf dem Schiff. Wir verkaufen auch manches, was es an Bord gar nicht gibt, zum Beispiel bestimmte Snacks aus einigen Heimatländern der Seeleute. Aber vor allem kommen die Seeleute, um das kostenlose und schnelle W-LAN bei uns im Terminal zu nutzen, damit sie Kontakt mit ihren Familien aufnehmen können. Internet ist für die Crew auf den Schiffen kostenpflichtig und die Verbindung sehr langsam. Viele überweisen auch online Geld oder geben uns Briefe und Pakete zum Verschicken mit. Manche genießen auch einfach ihre wenige Freizeit bei einem Kaffee.

Also machen Sie gar keine klassische Seelsorge?

Für uns beinhaltet Seelsorge das leibliche und seelische Wohl. Dazu gehören Gespräche, aber auch die Schokolade aus der Heimat und der Kontakt mit den Liebsten sind Balsam für die Seele. Gerade während der Pandemie sind die Landgänge so kurz geworden. Während die Menschen die Einkaufskörbe mit einer Hand füllen, halten sie in der



Olaf Schröder
Diakon bei der Deutschen
Seemannsmission

anderen Hand das Telefon für ein Videotelefonat mit den Lieben daheim. Dabei mag man nicht stören. Wenn Redebedarf besteht, haben wir aber immer ein offenes Ohr. Solche Momente ergeben sich in der Regel in etwas ruhigerer Atmosphäre, wenn wir zum Beispiel die Heuer für einzelne Crewmitglieder in die Heimat überweisen. Sie erzählen dann häufig, wofür das Geld zu Hause dringend benötigt wird. Sei es das Schulgeld für die Kinder, die die Mutter oder den Vater monatelang nicht mehr gesehen haben oder die Beerdigung der Eltern.

Was sind die größten Sorgen, die Seeleute mit Ihnen teilen?

Heimweh, die große Verantwortung die Familie zu ernähren, lange Arbeitszeiten, kein freier Tag, wenig Landgang, Seekrankheit – all das sind Themen, die die Seefahrer:innen beschäftigen. Besonders belastend ist es, wenn Zuhause etwas passiert ist und die Seeleute nur aus der Ferne zuschauen können. Viele haben an Bord Kolleg:innen zum freundschaftlichen Austausch. Dennoch: Eine professionelle Seelsorge oder Beratung von einem neutralen Dritten fährt an Bord nicht mit. Auch wir Mitarbeiter:innen der Seemannsmission sind natürlich erstmal Unbekannte. Das ändert sich, wenn Schiffe regelmäßig nach Hamburg kommen. Als Seemannsmission genießen wir zum Glück einen großen Vertrauensvorschuss bei der Crew. ●

Gründerinnen voller Mut und Optimismus

In der Tourismusbranche arbeiten überwiegend Frauen. Doch viele von ihnen schufteten unter prekären Arbeitsverhältnissen. Als Reinigungskräfte oder in den Küchen und Wäschereien der Hotels bleiben sie für die Reisenden oft unsichtbar. Ein eigenes Unternehmen kann ein Ausweg aus dieser Misere sein. Zwei Gründerinnen aus Nicaragua und Brasilien berichten über ihren Weg in die Selbständigkeit.



Karla Gómez
Gründerin eines dörflichen Tourismusverbandes
in Nicaragua

D

ie große Mehrheit der Beschäftigten im Tourismus sind Frauen. Rechnet man auch den informellen Sektor hinzu, sind es in Ländern des Globalen Südens sogar 75 Prozent. Kein Wunder: Die Reisebranche bietet flexible Arbeitszeiten, einen leichten Zugang zu Jobs und vermeintlich schnelles Geld. Doch oft ist der Arbeitsort weit entfernt vom Wohnort ihrer Familien. Die Mehrheit der Frauen muss sich mit schlechter Bezahlung, schwachen Arbeitsrechten und miserablen Arbeitsbedingungen wie Schichtarbeit abfinden. Ein Teufelskreis, denn aufgrund dieser prekären Arbeitsbedingungen haben Frauen weniger Zugang zu staatlichen Sozialleistungen und Gesundheitsversorgung und können sich schlechter gewerkschaftlich organisieren.

Ein eigenes Unternehmen kann für Frauen mehr Selbstbestimmung und Empowerment bedeuten. Doch eine Unternehmensgründung ist kein Selbstläufer. Gerade Frauen haben schweren Zugang zu Krediten oder Konjunkturpaketen, die bei gesellschaftlichen Krisen wirtschaftliche Verluste abfedern. Karla Gómez und Thaís Rosa haben den Schritt in die Selbstständigkeit dennoch gewagt:

„Die kleine Gemeinde, in der ich lebe, war jahrelang komplett von der Landwirtschaft abhängig. Ich selbst habe als Hausangestellte an unterschiedlichen Orten gearbeitet. Das Geld hat nie gereicht. Daher habe ich 2005 gemeinsam mit 14 anderen Familien den Verband ‚Puesta del Sol‘ gegründet. Wir bieten Tourist:innen Gästezimmer in unserem Zuhause an, betreiben ein Gemeindezentrum und ein Café, in dem Kinder aus unserer Gemeinde regelmäßig Folklore tanzen. Wir bieten Massagen an und haben einen Fahrrad- und Kayakverleih. Außerdem können Reisende bei uns geführte Touren über unsere wunderschöne Insel Ometepe buchen. Ich selbst stelle Wein, Marmelade, Tee und Säfte aus Hibiskusblüten her und verkaufe diese an Tourist:innen. Seitdem kann ich endlich an meinem Wohnort arbeiten und mit meiner Familie zusammenleben. Und unsere finanzielle Situation hat sich verbessert, so dass unsere Kinder studieren konnten. Leider war das Glück nicht von Dauer. Seit vier Jahren haben wir keine Tourist:innen mehr. Erst durch die Wirtschaftskrise, jetzt durch die Pandemie. Ich hoffe, die Situation erholt sich bald.“

Frauen verdienen im
Tourismus fast

15 %

weniger als Männer.



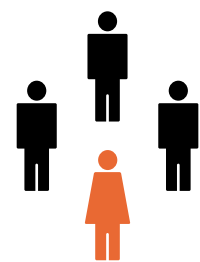
Stadtführungen sind eine Möglichkeit, Reisende und Anwohner:innen auf das koloniale Erbe und seine Nachwirkungen bis in die Gegenwart aufmerksam zu machen. Thaís Rosa führt seit fast zehn Jahren Besucher:innen durch Rio de Janeiro.



Thaís Rosa
Gründerin einer Reiseagentur in Brasilien

„Ich habe 2013 die Tourismusagentur ‚Conectando Territórios‘ gegründet. Wir bieten Workshops, Reisen und Veranstaltungen über die Kultur afrobrasilianischer Gemeinschaften an. Wir besuchen Erinnerungsorte wie Little Africa in Rio de Janeiro und traditionelle Gemeinschaften wie die Quilombolas (Nachfah-

ren afrikanischer Sklav:innen). Vorher habe ich in der Wissenschaft und Lehre an Tourismusschulen und Universitäten gearbeitet. Aber ich wollte den Menschen die afrobrasilianische Geschichte näherbringen und fand dafür den Tourismus geeignet. Zur Gründung erhielt ich eine Förderung von Start-Up Rio, einem staatlichen Förderprogramm für Gründer:innen. Dadurch habe ich viel über Betriebswirtschaft gelernt. Trotzdem war der Schritt in die Selbstständigkeit hart. Als Afro-Unternehmerin hat man in Brasilien immer noch stark mit strukturellem Rassismus zu kämpfen. Im Vergleich zu meinem regulären Job habe ich es heute daher vor allem finanziell schwerer, insbesondere seit der Pandemie. Aber Unternehmertum ist für Frauen immer eine Herausforderung, ich mache weiter, weil ich an die Kraft der Veränderung glaube.“ ◦



Weniger als
1 von 4
Leitungspositionen
im Tourismus
ist mit Frauen besetzt.

Tourismus 4.0

Für die Flugtickets, als Kamera oder zum Lesen – Laptop und Smartphone sind für viele zum wichtigsten Begleiter vor und während der Reise geworden. Dabei verursacht die Bequemlichkeit der Kund:innen einen erbitterten Preiskampf bei Unternehmer:innen in den Reiseländern.

U

nter den Top-Suchergebnissen für die berühmte Wanderung zum Hampa-Pass im Himalaya sind lokale Trekking-Unternehmen nur selten zu finden. „Den Reisenden ist es wichtig, flexibel zu buchen. Doch wir müssen vor jeder Tour lokale Guides, Träger und Köchinnen engagieren. Das geht nur, wenn wir ausreichend Zeit haben, um eine Gruppe zusammenzustellen“, sagt der Besitzer eines kleinen Ausflugsanbieters in Manali, der anonym bleiben möchte. Die nordindische Kleinstadt mit 8.000 Einwohner:innen ist eine bedeutende Basisstation für Wanderungen im Himalaya. Große Anbieter aus der Stadt haben es da einfacher – sie bieten verschiedene Touren in unterschiedlichen Regionen an und können ihr Personal deshalb spontan da einsetzen, wo es gerade benötigt wird.

Globale Monopolmacht

In vielen Ländern kämpfen Tauchschulen, Anbieter:innen von Gästezimmern oder Kochkursen um ihre Sichtbarkeit auf Buchungsplattformen. Viele Klein- und Kleinstanbieter:innen können ihre digitalen Angebote nicht so attraktiv gestalten und stark genug bewerben, wie es der internationale Markt erfordert. Ihnen fehlt es an formalen Kenntnissen und dem Zugang zu neuen Technologien. Die Folge: Reisende finden ihre Angebote bei den Buchungsplattformen nicht.

Doch gerade die großen Portale, die möglichst viele Angebote haben, sind bei Reisenden besonders beliebt. Die Digitalisierung ist einer der zentralen Trends beim Reisen. Wenige On-



46%

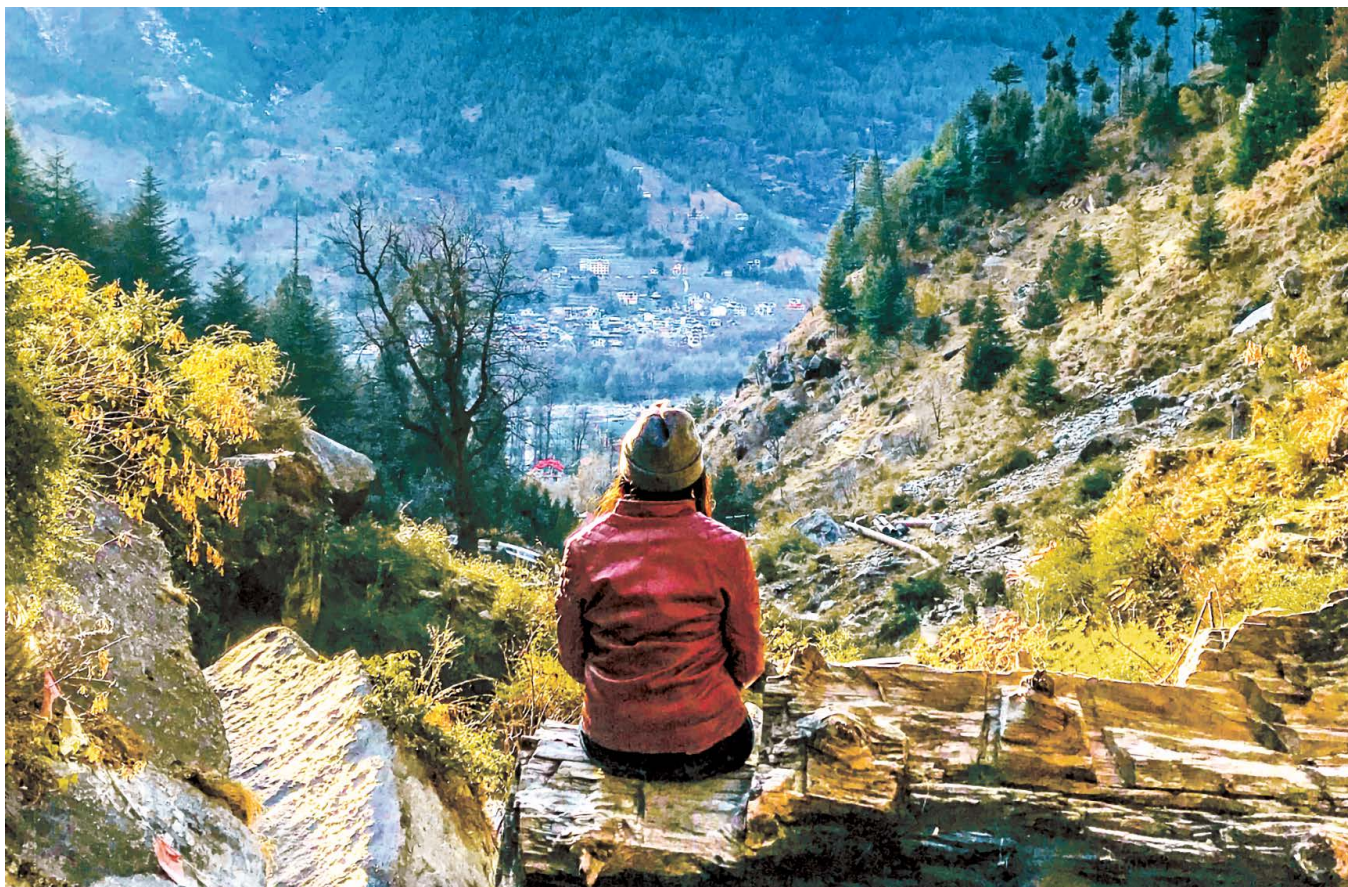
reisen gern zu Orten, die sie aus sozialen Netzwerken kennen.

line-Buchungsportale dominieren den Markt: In Deutschland sind das Expedia, HRS und vor allem Booking.com. Die großen Online-Buchungsportale bestimmen die Zugangsregeln zum Markt. Undurchsichtige Algorithmen und Rabattschlachten erlauben Preismodelle, bei denen kleine, oft familiengeführte Unternehmen nicht mithalten können.

Reiseverhalten vor Ort

Die Online-Buchungsplattformen ändern nicht nur die Handelsbeziehungen zwischen globalen und lokalen Unternehmen, sondern auch das Reisen selbst. Sie fördern einen Tourismus, der immer gleich aussieht: Durchsetzen können sich vor allem Angebote, die dem allgemeinen Geschmack der Reisenden am besten gefallen. Die Bewertungen anderer Reisender sind mittlerweile ein Hauptkriterium bei der Buchung. Das führt zu Problemen wie lokaler Ressourcenknappheit oder Overtourismus, weil alle dieselben Orte besuchen wollen. Die touristischen Highlights einer Region gewinnen an Bedeutung und werden besonders häufig besucht. Viele Reisende haben eine Tour bereits vorab gebucht und reisen nur dafür an. Lokale Restaurants oder Hotels profitieren von diesen Besucher:innen nicht.

Darüber hinaus arbeiten die meisten Plattformen mit vorgefertigten Beschreibungen, die kaum Raum für individuelle Besonderheiten lassen. „Wir haben versucht, unser Gästezimmer auf Buchungsplattformen zu vermarkten. Nach einigen Missverständnissen mit Gästen, die unrealistische Erwartungen beim Frühstücksangebot oder dem Luxus im Zimmer hatten, haben wir davon wieder Abstand genommen“, sagt Ashok Thakur, der in Manali zwei Zimmer seines Hauses an Reisende vermietet.



Die indische Stadt Manali im Himalaya wird bei Reisenden immer beliebter. Unter dem Hashtag #manali finden sich auf Instagram fast drei Millionen Posts.

Die digitale Tourismuswende

Es existieren jedoch auch positive Beispiele: Den großen Buchungsmonopolen stehen – zahlenmäßig noch wenige – Plattformen und Anbieter:innen gegenüber, die online authentische Reiseerfahrungen zu fairen Konditionen anbieten. Oft sind diese Plattformen allerdings auf einzelne Länder begrenzt oder bieten nur eine sehr kleine Auswahl von Unterkünften an. Wollen sie eine Chance haben, müssten sie sich dringend professionalisieren und überregional vernetzen.

Auch Projekte der Entwicklungszusammenarbeit fördern immer wieder die Entstehung neuer Buchungsplattformen. Doch es reicht nicht, noch mehr kleine Plattformen zu schaffen, sondern diese müssen dringend vernetzt werden. Außerdem sollten insbesondere Klein- und Kleinstunternehmen unterstützt werden, ihre digitale Kompetenz zu erweitern. Durch gemeinsame Interessensvertretung wäre es für sie einfacher, ihre Verhandlungsmacht gegenüber den großen Buchungsplattformen zu stärken und dort bessere Konditionen durchzusetzen.

Buchungsplattformen regulieren

Der wichtigste Hebel für eine faire Beteiligung am digitalen Reisemarkt aber ist, Regeln aus der analogen Unternehmenswelt auch auf die Digitalwirtschaft anzuwenden. Hierzu zählen vor allem die Anwendung von Gesetzen gegen Monopolbildung und unfaire Wettbewerbspraktiken sowie die Umsetzung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte. Dadurch würden Buchungsplattformen in die Verantwortung genommen für die Produkte, die sie vertreiben, sowie die Bedingungen, unter denen sie hergestellt werden.

Die digitalen Unternehmen können auch Teil der Lösung werden: Ihre Daten können helfen, Überlastungen an bestimmten Reiseorten frühzeitig zu erkennen und so eine aktive Lenkung der Besucher:innen ermöglichen. Darüber hinaus können die Plattformen mit ihrer großen Marktmacht auch über Nachhaltigkeitsaspekte informieren und so dazu beitragen, nachhaltige Konsumentenscheidungen bei Kund:innen anzuregen. Die Digitalisierung fair zu gestalten ist eine der dringendsten Aufgaben für Tourismuspolitik und Reisewirtschaft. ●



Die von Hotels gezahlten Vermittlungsgebühren sind bei Buchungsplattformen bis zu

3x

höher als bei klassischen Reiseveranstaltern.

Sonne, Sand und Vertreibung

Die meisten touristischen Reisen weltweit gehen an Küsten. Gleichzeitig leben dort 37 Prozent der Weltbevölkerung. So wächst mit zunehmendem Tourismus auch der Druck auf die Menschen, die am Meer leben.

W

er früh aufsteht, kann sie vom Frühstücksbuffet im Strandhotel aus beobachten: um 7:30 Uhr kehren zehn bis 15 kleine Fischerboote an den Strand von Passikudah an der Ostküste Sri Lankas zurück. Die Männer übergeben am äußersten Rand der Sandbucht den Fisch an Zwischenhändler, die ihn zum nahegelegenen Markt transportieren. Kühlmöglichkeiten zum Lagern, eigene Verkaufsstände oder kleine Hütten, um die Netze zu verstauen, gibt es hier nicht. Die Fischer transportieren deshalb jeden Tag die Netze zurück zu ihren Häusern, die seit dem Tsunami 2004 zwei Kilometer im Landesinneren liegen. Was ihrem Schutz dienen sollte, war tatsächlich der Auftakt für ihre Vertreibung vom Strand. Heute stehen dort Hotels, wo sie früher ihre Boote befestigten. Damals konnten sie auch von ihren Häusern aus das Meer beobachten – wichtig, um erfolgreich fischen zu gehen.

Von dem Geld, das die Tourist:innen nach Passikudah bringen, profitieren die Fischereifamilien kaum. Ein paar Hotels kaufen ihren Fisch, einige Frauen stellen Souvenirs und Blumengedecke zur Dekoration her. Eine Infrastruktur außerhalb der Hotels hat sich jedoch nicht entwickelt – Bootsausflüge beispielsweise werden von den Hotels organisiert, ohne dass die Fischer eine Chance hätten, ihre Dienste anzubieten. „Die Hotelmanager:innen erzählen ihren Gästen, dass es illegal oder gefährlich sei, mit uns aufs Meer zu fahren. Stattdessen haben sie selbst Boote angeschafft und bieten Ausflüge an,“ sagt Fernando, einer der Fischer. Fernando möchte seinen richtigen Namen nicht nennen, denn Kritik ist in Sri Lanka nicht gerne gesehen. In Passikudah ist auch das Militär im Tourismus aktiv und betreibt einen Kiosk am öffentlichen Strand. Leider kein Einzelfall: Gerade im Osten und Norden Sri Lankas, wo bis 2009 ein blutiger Bürgerkrieg herrschte, bietet das Militär Bootstouren an und betreibt Hotels. Der Bevölkerung ist es zum Teil bis heute nicht möglich, an ihre Wohnorte zurückzukehren, aus denen sie im Krieg fliehen mussten.

„Wir sind nicht gegen Tourismus – wir fordern nur eine faire Koexistenz zwischen Fischerei und Tourismus.“

Herman Kumara,
Nationaler Koordinator
bei National Fisheries
Solidarity – NAFSO



Zehn Prozent der Bewohner:innen Sri Lankas sind direkt vom Fischfang abhängig. Auch viele Frauen arbeiten in der Fischerei. Während die Männer mit Booten fischen, fangen Frauen Krabben oder sammeln Seegras.

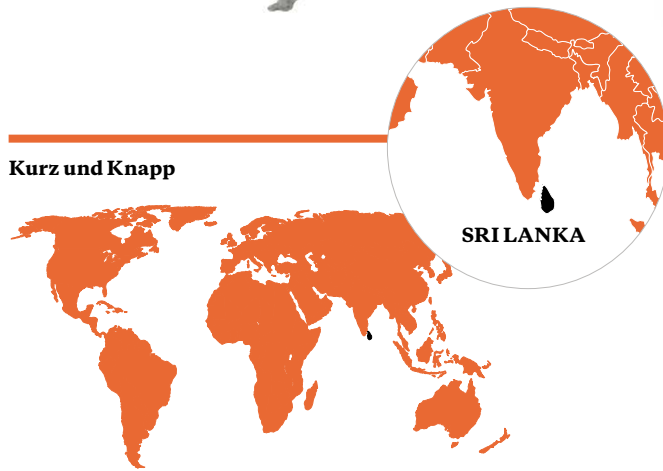
Sri Lankas Regierung setzt auf massive touristische Entwicklung und hat verschiedene Gesetze zur Förderung des Tourismus insbesondere in Sonderwirtschaftszonen erlassen, in denen Umwelt- und Arbeitsrechtsauflagen, genauso wie Steuersätze, reduziert sind. Im Juni 2021 verabschiedete sie zuletzt ein umstrittenes Gesetz, das die Nutzung von 269 Hektar Land nahe der Hauptstadt Colombo erlaubt. Riesige Sandbänke sollen aufgeschüttet werden, um dort Hoteltürme und Casinos zu bauen. Hierfür wird viel Sand vom Meeresboden abgepumpt – mit gravierenden Folgen für das Ökosystem und die Ernährungs- und Lebenssituation der Fischerfamilien in der Region.

Im Rahmen der nationalen Strategie zur Ankurbelung des Tourismus stockte die Regierung Sri Lankas das Budget für Werbung und internationale Messen seit Ende des Bürgerkriegs 2009 erheblich auf. Sie wirbt gezielt auch in Deutschland um Reisende. Mit Erfolg: Heute gibt es mehrere Direktflüge pro Woche zwischen Sri Lanka und Deutschland. Eine der höchsten Impfquoten gegen Covid-19 macht das Land auch in Zeiten der Corona-Pandemie für viele Reiseveranstalter attraktiv. Doch die Fischerfamilien fürchten, weiter beim Ausbau des Tourismus übergangen und im Rahmen der Wirtschaftsentwicklung vertrieben zu werden. 🟠

Um die Umsetzung von Menschenrechtsstrategien bei Reiseveranstaltern zu stärken, engagiert sich Brot für die Welt im Roundtable Human Rights in Tourism e. V. Durch Risikoanalysen, gemeinsame Dialoge vor Ort und die Überarbeitungen von Verträgen in Bezug auf Kinderschutz und Arbeitsrechte soll die Menschenrechtssituation im Tourismus verbessert werden. Um die Situation in Passikudah und anderen Orten Sri Lankas zu verstehen und Lösungen vor Ort zu unterstützen, führten Tourism Watch/Brot für die Welt und der deutsche Reiseveranstalter Studiosus 2017 gemeinsame Gespräche mit lokalen Nichtregierungsorganisationen, Fischer:innen und Hotelbesitzer:innen in Sri Lanka und stehen seitdem mit ihnen in Kontakt.



Kurz und Knapp



Unser Partner National Fisheries Solidarity – NAFSO

Das Projekt NAFSO setzt sich für den Schutz und die Stärkung der Kleinfischerei ein. Im Mittelpunkt stehen Frauen, die in der Fischerei arbeiten. Wirtschaftlich und sozial befinden sich ihre Familien am Rande der Gesellschaft und geraten durch wirtschaftliche Entwicklung wie industrielle Fischerei oder Tourismus noch weiter unter Druck. NAFSO unterstützt auch Jugendgruppen in den Fischereigemeinschaften, die in Katastrophenvorsorge, Umweltschutz und Konflikttransformation geschult werden.

Zielgruppe 10.000 Fischer:innen, 1.300 Jugendliche

Projektort Sri Lanka, landesweit

Regeln für Unternehmen

Wie das deutsche Lieferkettengesetz auch Menschen und Umwelt in Reiseländern schützen kann, erklärt Maren Leifker, Referentin für Wirtschaft und Menschenrechte bei Brot für die Welt.

Im Sommer 2021 wurde in Deutschland das Lieferkettengesetz verabschiedet, das für alle Sektoren gilt, auch den Tourismus. Kann das deutsche Lieferkettengesetz Landrechtsverletzungen wie in Passikudah in Zukunft verhindern?

Land, Wälder oder Gewässer bilden für viele Menschen ihre Lebensgrundlage. Wenn ihnen diese widerrechtlich entzogen wird, sind ihre Menschenrechte bedroht. Das neue Lieferkettengesetz soll auch hier greifen. Reiseveranstalter müssen solche Rechtsverletzungen beenden und beispielsweise Sorge dafür tragen, dass die Familien andere Möglichkeiten zur Sicherung ihrer Lebensgrundlagen bekommen.

„Wo die Lebensgrundlage widerrechtlich entzogen wird, sind Menschenrechte bedroht.“



Gilt das auch, wenn vor Ort die Regierungen Sonderwirtschaftszonen ausgewiesen haben, in denen lokale Gesetze abgeschwächt wurden?

Wenn Umwelt- und Menschenrechtsauflagen vor Ort reduziert werden, hat das keinen Einfluss auf die Pflichten hiesiger Unternehmen. Problematisch ist, dass das Gesetz ab Januar 2023 vorerst nur für sehr große deutsche Unternehmen mit mehr als 3.000 Beschäftigten oder ausländische Unternehmen mit einer Zweigniederlassung in Deutschland gilt. Ab 2024 gilt es dann auch für Unternehmen mit 1.000 Beschäftigten – im Tourismus sind das voraussichtlich aber nur eine Hand voll.

Trotzdem bedeutet das Lieferkettengesetz auch für den Tourismus einen Paradigmenwechsel, warum?

Deutschland nimmt mit dem Lieferkettengesetz endlich Abstand von der rein freiwilligen Unternehmensverantwortung beim Menschenrechtsschutz. Betroffene von Menschenrechtsverletzungen konnten bisher nur darauf hoffen, dass die involvierten Firmen freiwillig etwas unternehmen – jetzt müssen sie es verpflichtend tun. Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle achtet auf die Einhaltung der Pflichten und sanktioniert Verstöße. Betroffene können sich direkt an das Bundesamt wenden. Damit bekommen sie eine Möglichkeit zur Durchsetzung ihrer Rechte gegenüber Unternehmen. Große deutsche Betriebe haben international viel Einfluss. Deshalb hoffen wir, dass sich im Rahmen ihrer Geschäftsbeziehungen ein Wandel hin zu mehr Menschenrechten und besseren Umweltstandards auch bei kleineren Unternehmen bemerkbar macht.

Was erwartet Brot für die Welt in Bezug auf das geplante EU-Lieferkettengesetz?

Brot für die Welt setzt sich gemeinsam mit seinen europäischen Partner:innen dafür ein, dass Lieferketten auch auf EU-Ebene reguliert werden. Inhaltlich erwarten wir eine ambitionierte Regelung, die bestehende Schwachpunkte des deutschen Lieferkettengesetzes, etwa den geringen Anwendungsbereich, nachbessert. Eine weitergehende EU-Regelung müsste dann in Deutschland auch umgesetzt und das Lieferkettengesetz geschärft werden. ●

Maren Leifker
Referentin für Wirtschaft und Menschenrechte
bei Brot für die Welt

Reisende Täter:innen – gefährdete Kinder

Kinder sind beim Reisen allgegenwärtig – ob als unsichtbare und illegale Arbeitskräfte in Wäschereien oder als Souvenirverkäufer:innen am Strand. Immer wieder werden Kinder auch Opfer sexueller Ausbeutung durch Reisende. Zwei Partnerorganisationen aus Kambodscha und Peru zeigen, wie Kinder im Tourismus geschützt werden können.

D

iese beiden Männer mussten nicht in ein Flugzeug steigen, um Kinder sexuell auszubeuten. Sie waren bereits als Reisende in Kambodscha, als das Land während der Pandemie die Grenzen abriegelte. Und sie blieben dort, als die Rückreise in die Heimat unmöglich wurde. Beide, ein Franzose und ein Amerikaner, boten umsonst Englisch-Unterricht an. Während die Eltern damit beschäftigt waren, die Herausforderungen der Pandemie zu meistern, missbrauchten die angeblichen Lehrer Kinder aus der unmittelbaren Nachbarschaft.

„Statistisch sind die Fälle sexuellen Missbrauchs von Kindern durch Tourist:innen während der Pandemie zurückgegangen“, sagt Seila Samleang, Direktor der Kinderschutzorganisation APLE in Kambodscha. „Aber die Pädokrinnen veränderten ihre Taktik. Sie blieben im Land und boten Hilfe an.“ Vor der Pandemie wären die Täter vermutlich schneller aufgefliegen. Doch nun waren Familienhilfe und Sozialarbeiter:innen durch die Beschränkungen weniger vor Ort aktiv. Mit den Gefahren durch Corona war auch die Aufmerksamkeit der Eltern abgelenkt.

Kambodscha ist einer der größten Anlaufpunkte für sexuelle Ausbeutung von Kindern in Südostasien. Knapp zwanzig Prozent der Bevöl-



kerung leben in absoluter Armut. Obwohl die Gesetzeslage 2008 verbessert wurde, verhindern Korruption, unzureichende Ausstattung der Ermittlungsbehörden und die Stigmatisierung armer und verwaister Kinder immer noch die strafrechtliche Verfolgung. Die Brot für die Welt-Partnerorganisation APLE Cambodia hat sich darauf spezialisiert, die strafrechtliche Verfolgung zu verbessern und dabei das Kindeswohl einzubeziehen. Gleichzeitig wird es immer wichtiger, die Ermittlungsbehörden für sexualisierte Darstellungen von Kindern in den sozialen Medien zu sensibilisieren.

Kurz und Knapp



Unser Partner Action Pour les Enfants Cambodia – APLE

Das Projekt APLE fördert die Verbesserung des kambodschanischen Strafrechtssystems zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung. Dazu gehört die Qualifizierung der Polizei in Bezug auf kindgerechte Ermittlungsverfahren sowie die psychosoziale und juristische Unterstützung für Kinder und ihre Familien.

Zielgruppe 570 Betroffene und ihre Familien, 3.000 Mitarbeiter:innen bei Polizei und Justiz

Projektgebiet Kambodscha, landesweit

Kinder sind besonders anfällig für das sogenannte Grooming – die Anbahnung von Kontakten im Internet. Täter:innen im Ausland bereiten den späteren Missbrauch auf Reisen vor, indem sie Kindern und ihren Familien zunächst Geschenke und soziale Unterstützung versprechen. Manchmal reichen sogar ein paar nette Worte. „Das sind Taktiken, die Vertrauen wecken sollen“, erläutert Samleang. „Reisende Täter:innen halten Familien so davon ab, Missbrauchsfälle zu melden.“ Besonders in Kambodscha ist diese Art des Groomings sehr effektiv. APLE macht häufig die Erfahrung, dass Kinder ihre Aussage vor Gericht ändern, weil die Familien nicht kooperieren.

Kinder in Kambodscha werden auch von deutschen Reisenden missbraucht. Das System der Interpol-Notices ermöglicht bereits heute den Informationsaustausch, um einschlägig bekannte Personen von der Einreise abzuhalten. Die extraterritoriale Strafverfolgung erlaubt es, Taten nicht nur im Ausland, sondern auch in Deutschland zu verfolgen. Beides wird zu selten angewendet. Im Lichte neuer Strategien der Täter:innen muss die internationale Zusammenarbeit bei der Prävention und Strafverfolgung weiter intensiviert und kontinuierlich an sich verändernde Reisetrends angepasst werden.

?
Wussten Sie schon, ...

... dass Workations immer beliebter werden? Seit Corona ist klar: Homeoffice funktioniert auch im Urlaub. Das birgt neue Risiken für Kinder.

Peru:

8.710 Hotels sind erst der Anfang

Peru begegnet dem sexuellen Missbrauch von Kindern nachdrücklich. Im Juni 2019 verschärfte der Andenstaat Gesetzgebung und Strafverfolgung in Bezug auf die sexuelle Ausbeutung von Kindern. Ende 2019 erließ auch das Tourismusministerium Regelungen, die mit den Branchenverbänden im Transport-, Gastronomie- und Tourismusgewerbe zu einem „Nationalen Verhaltenskodex zum sicheren Tourismus“ zusammengefasst wurden.

Mit diesem verbindlichen Kodex für die Tourismusbranche hat Peru Pionierarbeit geleistet. Alle Unternehmen des Sektors sind seither verpflichtet, ihr Personal zu schulen und darüber Bericht zu erstatten. Auch staatliche Stellen sind verpflichtet, Präventionsmaßnahmen zu ergreifen und Daten zu erheben. Zum Beispiel müssen Hotels, Reisebüros und Busfahrer:innen überprüfen, ob alleinreisende Kinder die erforderlichen Papiere und eine notariell beglaubigte Reiseerlaubnis haben.

Doch das ist nur ein Anfang: „Bisher haben 8.710 Unternehmen im Tourismus den Kodex unterzeichnet“, sagt Ana Isabel Ladera. Sie ist Projektleiterin bei der Kinderschutzorganisation CHS Alternativo – einer Partnerorganisation von Brot für die Welt. „In Anbetracht der Gesamtzahl touristischer Unternehmen in Peru ist das eine geringe Zahl. Wir unterstützen daher Tourismusunternehmen in Lima und Loreto mit fachlicher Expertise, damit sie den Kodex effektiv umsetzen.“ Touristische Akteure werden in virtuellen Kursen weiter geschult. Präventionskampagnen sollen dabei auch indigene Gemeinschaften erreichen.

Denn indigene Kinder in den Amazonas- und Andengebieten, von denen viele in Armut, mit wenig Zugang zu Bildung und isoliert leben, sind besonders gefährdet, sexuell ausgebeutet zu werden. Mit dem sich erholenden Tourismus sind auch Reisende potentielle Täter:innen. „Gerade hier müssen wir auf einen verantwortungsvollen Tourismus hinwirken“, sagt Ladera.

„Das gilt nicht nur für den Naturschutz, sondern auch für Achtsamkeit gegenüber Kindern und Jugendlichen.“



Zu wenige Meldungen im Tourismus

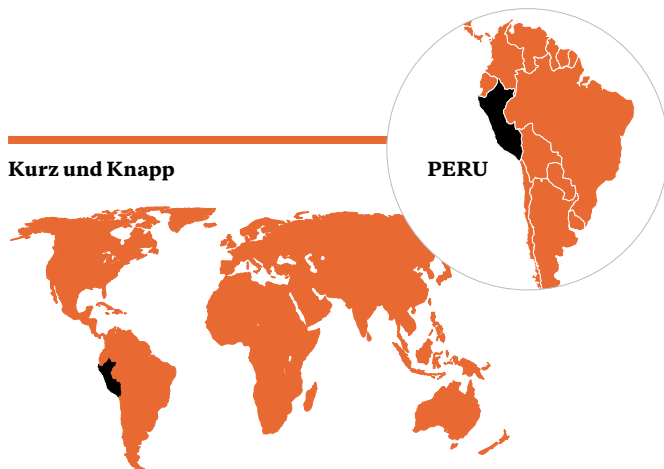
Dr. Najat Maalla M'jid ist Sonderbeauftragte des UN-Generalsekretärs zu Gewalt gegen Kinder. Sie fordert einen sektorübergreifenden Ansatz.



Dr. Najat Maalla M'jid
Sonderbeauftragte des UN-Generalsekretärs
zu Gewalt gegen Kinder

In Peru tragen soziale Normen dazu bei, dass Kinder gefährdet sind. Eine nationale Studie über soziale Beziehungen ergab 2019, dass knapp 60 Prozent der Peruaner:innen Gewalt gegen Kinder für akzeptabel halten. 21,5 Prozent sind der Meinung, dass es besser ist, in Fällen von sexuellem Kindesmissbrauch nicht einzugreifen. In diesem Umfeld hat die Umsetzung der juristischen Vorgaben auf der gesellschaftlichen Ebene höchste Priorität für CHS Alternativo.

Die Corona-Pandemie erweist sich im Kampf gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern jedoch als größtes Hindernis: Im notleidenden Tourismussektor wird dem wirtschaftlichen Aufschwung der Branche Vorrang gegeben. „Dennoch werden wir unsere Kampagnen fortsetzen und sogar in den Zielgruppen ausweiten“, sagt Projekt-Leiterin Ladera. Künftig sollen schon Student:innen im Tourismussektor für den Kinderschutz sensibilisiert werden. **o**



Kurz und Knapp

Unser Partner Capital Humano y Social Alternativo – CHS Alternativo

Das Projekt CHS Alternativo will Justiz, Politik, Verwaltung und Unternehmen stärken, um sexueller Ausbeutung von Kindern vorzubeugen und bestehende Fälle aufzudecken. Dazu gehören Präventionsmaßnahmen und Schulungen insbesondere von Tourismusanbietern wie Hotels, Reiseagenturen, Transport, Restaurants und Bars. Darüber hinaus bildet CHS 130 Jugendliche als Ansprechpersonen aus, um in ihrem eigenen Umfeld Kinder zu unterstützen, die Opfer sexueller Gewalt geworden sind.

Zielgruppe 300 Tourismusunternehmen, 300 Vertreter:innen aus Behörden und Justiz, 5.000 Frauen und Kinder in Risikosituationen

Projektort Lima und Loreto in Peru

Sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus ist seit vielen Jahren ein Thema. Nimmt sie aktuell zu?

Die sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus hat sich weltweit ausgebreitet. Alle Versuche, auf internationaler und nationaler Ebene darauf zu reagieren, können damit nicht Schritt halten. In einer zunehmend vernetzten Welt sind immer mehr Menschen unterwegs, und selbst die entlegensten Teile unserer Erde sind mittlerweile erreichbar. Das Darknet, private Online-Reisevermittlungen und die Nutzung von Live-Streaming des sexuellen Missbrauchs von Kindern steigern das Risiko leider nochmal enorm für Kinder, Opfer sexueller Ausbeutung zu werden. Gerade im Tourismusbereich werden solche Fälle jedoch nach wie vor viel zu selten gemeldet. Viele betroffene Kinder erhalten keine angemessene Unterstützung, die meisten Täter:innen, Vermittler:innen, Verkäufer:innen und Menschenhändler:innen werden noch immer nicht strafrechtlich verfolgt.

Welche Maßnahmen im Tourismussektor braucht es deshalb?

Es gibt weltweit wichtige Meilensteine, auf denen wir aufbauen können. Der Globale Ethikkodex, der sich auch an den Zielen für nachhaltige Entwicklung orientiert, der Aufruf des Internationalen Gipfels zum Schutz von Kindern im Reise- und Tourismussektor 2018 in Bogotá sowie die Rahmenkonvention der Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen (UNWTO) zur Tourismusetik, die im September 2019 verabschiedet wurde, sind wichtige Referenzrahmen. Um die Straffreiheit zu beenden und alle Kinder gebührend zu schützen, müssen wir einen Ansatz verfolgen, der alle Akteur:innen und Sektoren anspricht. Alle Partner:innen müssen sich mit der sich rasch verändernden Situation und ihren verheerenden Auswirkungen auseinandersetzen.

Abhängig in der Unabhängigkeit

Von Lateinamerika über Afrika bis nach Asien – Europäische Reisende machen gern dort Urlaub, wo ihre Länder früher Kolonien hatten. Durch die gemeinsame Sprache und ein deutlich niedrigeres Preisniveau sind diese Regionen für Urlauber:innen attraktiv. Doch Abhängigkeiten und koloniale Strukturen sind oft noch vorhanden.

Barbados

Am 30. November 2021 löste sich der Karibikstaat auch symbolisch von der britischen Monarchie. Queen Elizabeth II. wurde als Staatsoberhaupt durch eine gewählte Präsidentin abgelöst. Dass dieser Schritt erst 55 Jahre nach der Unabhängigkeit Barbados stattfindet, hat auch mit dem Tourismus zu tun.

Denn immer noch sind die Brit:innen die größte Gruppe unter den Reisenden auf Barbados. Sonne, Natur- und Tierwelt sowie Strände ziehen seit den 1960er Jahren zahlungskräftige Engländer:innen auf die Insel – mit ihnen wollte man es sich nicht verderben. So blieb das Denkmal des britischen Nationalhelden und Sklavereibefürworters Lord Nelson gegenüber dem Parlamentsgebäude in der Hauptstadt Bridgetown bis 2020 stehen. Über einen Massenfriedhof für die Sklav:innen, die im Schnitt nur 18 Jahre alt wurden, erfahren Tourist:innen kaum etwas. Das einzige Denkmal der Insel in Erinnerung an einen Sklavenaufstand befindet sich in der Mitte eines Kreisverkehrs zwischen hupenden Autos und Abgasen – unerkant von den meisten Reisenden. Stattdessen setzt Barbados Tourismusindustrie in ihren Imagekampagnen bis heute auf das koloniale Erbe von Nachmittagstee, Rum und Cricket. Mit der Situation der Barbadier:innen, die seit vielen Jahren die Aufarbeitung der Kolonialzeit fordern, hat das wenig zu tun.



Von 30 karibischen
Territorien
sind lediglich

14

unabhängige Staaten.

Gambia

Als Gambia 1965 unabhängig wurde, reisten die ersten 300 Tourist:innen aus Europa in das kleine Land an der afrikanischen Westküste. Heute trägt der Tourismus 20 Prozent zum Bruttoinlandsprodukt bei. Die einstige britische Kolonie Gambia ist ein beliebtes Reiseziel von Brit:innen und Skandinavier:innen im europäischen Winter. Sie kommen vorzugsweise in All-Inclusive Hotels unter, die meist nur zwischen November und April geöffnet sind. Hohe Schulden für die Infrastruktur, aber geringe Einnahmen aus dem Tourismus hindern das Land daran, sich auch über den Tourismus hinaus wirtschaftlich zu entwickeln.

Brasilien

Sie sind überall im Straßenbild zu sehen – die Köchinnen von Bahia. Als dienende, tanzende und immer fröhliche Statistinnen werben sie in Imagekampagnen für Reisen in den brasilianischen Bundesstaat Bahia. Doch statt authentischer Kultur reproduzieren diese Bilder rassistische Stereotype. Afrobrasilianer:innen arbeiten in Bahia mehrheitlich in schlecht bezahlten prekären Jobs im Tourismus, während sie in der Tourismusforschung oder im Tourismusmanagement unterrepräsentiert sind. Denn am weit verbreiteten Rassismus in der Politik und Wirtschaft Brasiliens hat die hohe Zahl der Tourist:innen aus dem In- und Ausland bisher nichts geändert.



Das Bussa-Denkmal auf Barbados erinnert an einen blutig niedergeschlagenen Sklavenaufstand im Jahr 1816. Es steht auf einer Verkehrsinsel.

Europa

Barocke Pracht und Museen mit Kulturschätzen aus der ganzen Welt machen europäische Städte zu Reisemagneten. Doch oft beruht der ausgestellte Wohlstand auf Raub, Kolonialismus und Sklaverei. Die Rückgabe geraubter Kulturgüter ist nur ein erster Schritt der Wiedergutmachung. Postkoloniale Stadtführungen können Besucher:innen und Menschen vor Ort dafür sensibilisieren, sich mit dem Kolonialismus und seinen Folgen auseinanderzusetzen.

Hawaii

Im 19. Jahrhundert verboten strenggläubige christliche Missionare aus den USA den Menschen auf Hawaii das traditionelle Surfen, mit dem die Inselbewohner:innen das Leben und ihre Verbundenheit mit dem Ozean feierten. Schon die Herstellung eines Surfbretts begleiteten die Hawaiianer:innen einst mit religiösen Zeremonien. Den Missionaren waren die Surfer:innen zu wenig bekleidet und sie störte, dass Frauen und Männer den Sport gemeinsam aus-

übten. Auch wenn das Surfen später als Sport auf Hawaii wiederbelebt wurde, raubte ihm das Verbot seine spirituelle Herkunft. Mittlerweile wird Surfsport als angesagter Lifestyle und touristisches Boom-Segment auf allen Weltmeeren betrieben. Die Geschichte und spirituelle Tradition des Surfens thematisieren die meisten Surfschulen bis heute jedoch nicht. 📍

Die De-Kolonisierung des Tourismus ist eine wichtige Aufgabe für Tourismuswirtschaft und -politik. Hintergrundinformationen zu den genannten Beispielen liefert der Tourism Watch Informationsdienst Nr. 107.

Im Informationsdienst Tourism Watch veröffentlicht Brot für die Welt Stimmen von Menschen und Nichtregierungsorganisationen, die weltweit im und zu Tourismus arbeiten, und ordnet entwicklungspolitische Debatten im Tourismus ein. Der Informationsdienst erscheint alle drei Monate.

→ www.tourism-watch.de

Brücken bauen zwischen den Kulturen

Fast alle Reisenden haben sie im Gepäck: Erwartungen, Vorkenntnisse oder Vorurteile. Im fremden Leben spiegelt sich das eigene. Davon sind auch Reiseführer:innen nicht frei. Interkulturelle Tourguide-Trainings helfen ihnen, damit sensibel umzugehen, wie Erfahrungen aus Albanien zeigen.

S

prachkenntnisse und Geschichtswissen reichen nicht aus, um Reisende zu begleiten und ihnen einen Einblick in die Kultur einer Gesellschaft zu gewähren. Reiseleiter:innen brauchen zusätzliche Fähigkeiten, um Tourist:innen kultursensibel zu begleiten. Das ist besonders wichtig in Ländern wie Albanien, in denen Wirklichkeit und Erzählungen, die im Ausland über das Land kursieren, weit auseinander klaffen. Das kleine südeuropäische Land wurde im 20. Jahrhundert mit gewaltigen Umbrüchen in die Moderne kapultiert. Die Prozesse der Nationalstaatsbildung, die stalinistische Ära während des Kalten Krieges und der Zusammenbruch des Ostblocks, sowie die Globalisierung und die enorme Abwanderung gerade junger Menschen in den letzten Jahrzehnten, veränderten die albanische Gesellschaft stark. Interkulturell ausgebildete Tourguides geben Reisenden Einblicke in die Auswirkungen dieser Umbrüche auf die Menschen in Albanien.

Für beide Seiten gewinnbringend

Gökhan Tuncer, promovierter Volkswirt und Tourismusexperte, bietet interkulturelle Ausbildungen von Tourguides in Albanien und vielen anderen Ländern im Auftrag des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung an. „Wir wollen erreichen, dass zwischen Gast und lokaler Be-



40%

der Deutschen, die Entwicklungs- und Schwellenländer besuchen, haben ein großes Interesse an Begegnungen mit der lokalen Bevölkerung.

völkerung ein Austausch entsteht, der für beide Seiten Gewinn bringt“, sagt Tuncer. „Tourguides sind die Moderator:innen, die sicherstellen, dass dieser Austausch auf Augenhöhe stattfindet. Sie ermöglichen den Zugang zu interkulturellem Lernen und damit zu nachhaltigem Tourismus.“

In jeweils sechs Tagen werden Gruppen von gut zwölf Reiseleiter:innen praktisch und theoretisch geschult. Sie beschäftigen sich mit Gruppendynamiken, lernen interkulturelle Gesprächsstrategien und setzen sich mit Menschenrechts- und Gleichberechtigungsfragen sowie Biodiversität auseinander.

Weltoffen statt abgeriegelt

Im Jahr 2021 führte Tuncer in Kooperation mit dem Geografie-Professor Dhimitër Doka das erste Mal auch in der albanischen Hauptstadt Tirana ein Seminar für interkulturelle Reiseleitung durch. Die Ausbildung wird 2022 fortgeführt und abgeschlossen.

Im ersten Teil des Kurses waren unter anderem im Ausland weit verbreitete Zerrbilder über Albanien Thema. „Menschen, die nach Albanien reisen, sind von einer Art Exotik mitten in Europa angezogen“, sagt Tuncer. „Sie stellen sich ein Land vor, das völlig von der Außenwelt abgeschlossen war – eine Art ‚Nordkorea‘ auf dem Balkan, immer noch geprägt durch obskure Praktiken wie Blutrache.“ Dabei sind viele Albanier:innen sehr offen. Eine junge Gesellschaft trifft sich in den modernen Cafés der Hauptstadt. Viele sprechen gut Italienisch, weil sie in der Gastronomie Italiens tätig waren, Deutsch, weil sie in einem Automobilwerk gearbeitet, oder Englisch, weil sie im Ausland studiert haben.



Am Ohridsee treffen sich Bewohner:innen des Dorfes Lin zu einem Plausch auf der Straße. Tradition und Moderne liegen in Albanien eng beieinander.

Nachhaltig reisen

Auch andere Vorurteile müssen Reiseleiter:innen revidieren können, indem sie klug, gebildet und kommunikativ geschult mit ihren Gästen umgehen. In Tuncers interkulturellem Training lernen sie deshalb Strategien im Konfliktmanagement. Auf dem Lehrplan stehen außerdem moderne Formen des Tourismus und nachhaltige Reiseangebote. „Manche der Tourguides gehen noch vom Tourismus der 1960er Jahre aus“, berichtet Tuncer. „Sie sind erstaunt, dass Besucher:innen gerne lokales Bier probieren und sich für ökologische Initiativen interessieren.“

Obwohl sich die Zahl deutscher Reisender seit 2010 verdoppelt hat, gibt es bisher nur wenige deutschsprachige Guides in Albanien. Und viele sind nicht speziell ausgebildet in punkto Kultursensibilität. Bisher nehmen nur kleine, privat geführte Unternehmen das Angebot zu interkulturellen Tourguide-Trainings wahr.

„Aber auch große Reiseveranstalter müssen verstehen, dass sie lokale Tourguides nicht einfach nur auf Basis eines Tageslohns prekär beschäftigen können, ohne für Fortbildungen und Sozialleistungen zu sorgen“, sagt der Tou-

rismusexperte. „In die Bildung der Reiseleiter:innen vor Ort zu investieren, ist nicht nur nachhaltig, sondern einfach auch fair.“

Albanien gilt als eines der ärmsten Länder Europas. Für Menschen ohne Einkommen gibt es kaum staatliche Sozialleistungen. Etwa 15 Prozent der Bevölkerung, besonders alte Menschen und Angehörige von Minderheiten, sind von Armut betroffen. Schlechte wirtschaftliche Perspektiven führen dazu, dass immer noch viele junge Leute abwandern. Die Nichtregierungsorganisation Transparency International führt Albanien in seinem Korruptionsindex im unteren Mittelfeld auf Platz 110 von 180. Albanien ist wirtschaftlich strukturschwach. Mit 16 Prozent Anteil am Bruttoinlandsprodukt profitiert Albanien stark vom internationalen Tourismus. Von den 5,9 Millionen internationalen Reisenden stammten 2019 165.700 aus Deutschland.

Brot für die Welt fördert in Albanien drei Partnerorganisationen, die sich für Arbeitsmarktintegration von benachteiligten Jugendlichen, für Entwicklung im ländlichen Raum und für die Rechte von Frauen und die Überwindung von häuslicher Gewalt einsetzen.

Urlaub als heilige und gerechte Zeit

Den Sabbat sollst du halten, dass du ihn heiligst, wie dir der HERR, dein Gott, geboten hat. Sechs Tage sollst du arbeiten und alle deine Werke tun. Aber am siebenten Tag ist der Sabbat des HERRN, deines Gottes. Da sollst du keine Arbeit tun, auch nicht dein Sohn, deine Tochter, dein Knecht, deine Magd, dein Rind, dein Esel, all dein Vieh, auch nicht dein Fremdling, der in deiner Stadt lebt, auf dass dein Knecht und deine Magd ruhen gleichwie du. *Deuteronomium/5. Buch Mose 5,12–15*



U

urlaub, das ist für mich eine heilige Zeit: Zeit für mich, Zeit mit meiner Familie. Im Englischen sind Urlaubstage auch ganz wortwörtlich heilige Tage (holidays = holy days). Am Sabbat, dem heiligen Tag, sollen das Schaffen und Schöpfen eine Pause machen und ruhen und so Freiraum (französisch: vacances = Ferien) schaffen für Dankbarkeit und Erholung. Aber das Sabbatgebot, den Sonntag zu ehren, endet nicht bei mir selbst, sondern es schließt meine Mitmenschen und die gesamte Schöpfung mit ein.

Mein Urlaub ist nur dann eine heilige und gerechte Zeit, wenn er nicht auf Kosten von anderen geschieht. Mein Urlaub ist ein Sabbat, wenn er denen, die in dieser Zeit für mich arbeiten, gerechte und würdige Arbeitsbedingungen bietet; beispielsweise den Frauen und Männern, die am Strand frisches Obst verkaufen, im Hotel

an der Rezeption stehen oder die Zimmer reinigen. Mein Urlaub ist ein Sabbat, wenn durch ihn nicht die Ressourcen unserer Erde maßlos überstrapaziert werden, so dass sie sich nicht mehr regenerieren können. Das gilt für die Tiere, die ich auf Safaris beobachte, das Wasser, in dem ich zur Abkühlung bade sowie das Land und die Berge, durch die ich in den Ferien wandere. Mein Urlaub soll kein Beitrag zur Zerstörung der Welt sein, sondern eine heilige und gerechte Zeit. Dann erlaubt er ehrliche Begegnungen und tiefe Resonanz, weil *mein* Leben und *alles* Leben dabei aufblüht und etwas von seiner Kostbarkeit und Würde spürt. ◉

Christine Gühne
Theologische Referentin bei Brot für die Welt



Tourismus in Afrika – Wohin geht die Reise?

Bis 2030 rechnet die Welttourismusorganisation mit einer Verdoppelung der internationalen Reisen in afrikanische Länder sowie einem starken Wachstum des Inlandstourismus auf dem Kontinent. Starke Gemeinschaften und bessere Daten über die Wirkungen des Tourismus sind der Schlüssel, damit der Tourismus dauerhaft zur nachhaltigen Entwicklung beitragen kann, sagt Tourismusexpertin Judy Kepher-Gona.

„Empowerment bedeutet, Wissen in eine Stimme zu verwandeln, die im Tourismus Gewicht hat.“



Judy Kepher-Gona
Tourismusexpertin

Frau Kepher-Gona, mit Ihrer Organisation „Sustainable Travel and Tourism Agenda“ beraten Sie Unternehmer:innen, Politiker:innen und Gemeinschaften in Kenia und den Nachbarländern. Welchen Stellenwert hat Nachhaltigkeit bei den aktuellen Tourismusentwicklungen in Afrika?

Unsere Entscheidungsträger:innen sehen weltweit viele etablierte Tourismus-Regionen zum Beispiel in Europa, die über Jahrzehnte gewachsen sind, ohne auf Nachhaltigkeit zu achten und erst neuerdings darauf Wert legen. Viele denken deshalb, dass es nicht nötig ist, Nachhaltigkeit von Anfang an im Tourismussektor mitzudenken, sondern erstmal auf reines Wachstum zu setzen. Dabei ist jetzt der beste Zeitpunkt dafür. Die Kosten der Anpassung in der Zukunft werden sonst deutlich höher sein als jetzt zu Beginn.

Aber es gibt doch bereits unzählige Nachhaltigkeitsprojekte im Tourismus in vielen afrikanischen Ländern?

Ja, das stimmt. Es ist viel Wissen über nachhaltigen Tourismus vorhanden und viele Projekte, die international gefördert werden. Aber die Auswirkungen der internationalen Förderprogramme in dem Bereich sind minimal. Solche Projekte ermöglichen zwar den Zugang zu Finanzmitteln für Sensibilisierungs- und Öffentlichkeitsarbeit. Allerdings stärken sie nicht die Verankerung des Themas in Feldern, die in der Verantwortung der Regierungen liegen. Dazu zählt das Erlassen von verbindlichen Richtlinien oder die Entwicklung von Strategien. Alle – auch die Urlaubsregionen und Reiseländer – wollen gut aussehen, wenn es um nachhaltigen Tourismus geht. Aber nur wenige sind bereit, wirklich etwas zu ändern. Der Tourismus in Afrika wird als goldene Gans angesehen, die immer weiter goldene Eier legt. Also gibt es nichts, was man ändern müsste. Viele afrikanische Länder hatten lange Zeit gar keine Tourismusstrategien. Niemand hat darüber nachgedacht, ob es Grenzen des Wachstums gäbe. Aber wie viele Fünf-Sterne-

Hotels kann Nairobi haben, wie viele Restaurants und wie viele Eisdielen für Tourist:innen kann man eröffnen, bevor man sagt, dass es genug ist. Wir brauchen auch lokalen Handel und lokale Produktion.

Hat Nachhaltigkeit denn bei den Unternehmen Priorität?

Auch Wirtschaftsverbände, die über viel Geld verfügen, beantragen internationale Fördergelder für Nachhaltigkeitsprojekte. Wenn eine Branche nicht bereit ist, eigenes Geld dafür auszugeben, dann weiß man, dass dies keine Priorität hat.

Welchen Einfluss haben die lokalen Gemeinschaften?

Die meisten Akteur:innen auf der lokalen Ebene empfinden ihre Rolle als sehr passiv. Sie verstehen das Tourismus-Geschäft nicht, obwohl der Tourismus in ihrer Heimat stattfindet, dort, wo sie selber leben. Oft arbeiten sie nur als Gelegenheits-Guides oder sind als Hilfskräfte beschäftigt. Sie glauben nicht, dass sie eine eigene Stimme im Tourismus haben. Empowerment, also Stärkung und Befähigung, bedeutet zuerst, die eigene Position besser zu verstehen. Nur wenn die Menschen ihre Gestaltungskraft und ihren Einfluss kennen, können sie selbst Bedingungen stellen, wie der Tourismus auf dem Land aussieht, das ihnen gehört. Sie können definieren und bestimmen, wann Reisende sie besuchen und was sie im Dorf unternehmen können.

Wie erreicht man das?

Leider enden Workshops zu Empowerment oft in der reinen Wissensvermittlung. Dabei bedeutet Empowerment nicht, in einem Klassenzimmer zu sitzen und zu lernen. Es geht darum, Wissen in eine Stimme zu verwandeln, die man im Tourismus einsetzen kann. Eine sogenannte Community Readiness im Tourismus zu entwickeln kann mehrere Jahre dauern. Viele herkömmliche Tourismus-Unternehmer:innen sind oft skeptisch gegenüber solchen Programmen für

die Menschen. Sie haben Sorge, dass die lokalen Gemeinschaften dann vor allem mehr Geld fordern. In Wirklichkeit geht es ihnen aber auch um Anerkennung. Sie wollen Wertschätzung für ihre Rolle bei der Gestaltung des Tourismus. Sie wollen stolz darauf sein, an den Entscheidungen beteiligt zu sein. Manchmal entsteht dann eine tolle Symbiose: Die Tourismuswirtschaft wünscht sich zum Beispiel ein Schutzgebiet mit hoher Artenvielfalt, um Reisende zu begeistern. Die Gemeinschaften haben Sorge um ihre traditionelle Lebensgrundlage. Gut ausgestaltet, kann beides Hand in Hand gehen: Die Gemeinschaften legen auf der einen Seite fest, wie viele Übernachtungsmöglichkeiten geschaffen werden sollen und bestimmen auf der anderen Seite Regionen, in denen sie weiter traditionell wirtschaften wollen. So wird aus dem neu geschaffenen Schutzgebiet ein gemeinschaftliches Modell zur Landbewirtschaftung. Von der hohen Artenvielfalt profitieren die lokale Bevölkerung und der Tourismus gleichermaßen.

Wie gelingt es, so etwas auch auf anderen Ebenen anzustoßen?

Indem wir die Fakten über die unsichtbaren Auswirkungen des Tourismus offenlegen. Wir müssen endlich das messen, was uns wichtig ist. Natürlich sehen die Statistiken über touristische Ausgaben und Reiseankünfte sehr schön aus. Aber wenn man sie genauer betrachtet und feststellt, dass die Massai, wenn Reisende sie besuchen, weniger als ein Prozent des Reisepreises bekommen, bricht es einem das Herz. Einige Lodges beziehen ihre Handtücher, Möbel, aber auch Lebensmittel aus 400 Kilometern Entfernung. Sie könnten sie auch in 50 Kilometern Entfernung kaufen und darauf hinwirken, dass die Qualität dort besser wird, um dauerhaft zu kooperieren. Weitere Beispiele für diese unsichtbaren Wirkungen sind auch Landrechtsverletzungen, Vertreibungen, Umweltverschmutzung oder die Zerstörung von Artenvielfalt durch den Bau von Hotels.



Mit ihren Kolleg:innen bietet Judy Keper-Gona Nachhaltigkeitsschulungen für Entscheidungsträger:innen und Angestellte im Tourismus an.



Reisekataloge zeigen oft nur Landschaften mit exotischen Tieren – dabei ist Afrika so viel mehr. Nairobi zum Beispiel ist eine der am schnellsten wachsenden Metropolen Afrikas und das wirtschaftliche Zentrum Kenias.

Gibt es diese Daten nicht?

Diese Zahlen stehen oft nur in akademischen Abhandlungen, die kein Mensch aus der Branche liest. Es muss daher im Tourismus eine starke Zivilgesellschaft geben, die diese immer wieder sichtbar macht und Rechenschaft einfordert. Sie sollte beteiligt werden bei Tourismusplanungen, aber auch beim Monitoring, wenn der Tourismus stattfindet.

Was sollten Reisende in afrikanische Länder bei ihren Planungen beachten, damit ihr Urlaub nachhaltiger wird?

Auch hier sind Informationen der Schlüssel: Wenn Reisende Informationen über die Auswirkungen ihrer Reise bekommen, fangen sie an, umzudenken. Die Tourismusbranche sollte den Mut haben, Reisende als verantwortungsvolle Akteur:innen in eine Nachhaltigkeitskampagne einzubeziehen. Ich denke dabei an die „Kein Alkohol am Steuer“-Kampagne in Kenia. Sie war extrem erfolgreich, weil sie den Kenianer:innen nicht vorgeschrieben hat, wieviel sie trinken sollen, sondern an sie appellierte, Verantwortung zu übernehmen und lieber ein Taxi zu nehmen. Ähnliches gilt für Reisende: Wir wollen nicht, dass sie ein schlechtes Gewissen haben. Aber sie müssen sich einfach der Folgen des Tourismus bewusst sein und dann verantwortungsvolle Reiseentscheidungen treffen. ●

Seitdem die Kenianerin Judy Kepher-Gona 1998 den ersten Ökotourismus-Kongress in Afrika mit veranstaltet hat, ist sie eine Pionierin des nachhaltigen Tourismus auf dem Kontinent. 2013 gründete sie die Firma „Sustainable Travel and Tourism Agenda“ in Nairobi. Sie engagiert sich in der Weiterbildung von Studierenden und jungen Unternehmensgründer:innen. Sie ist Jurorin und Gutachterin bei vielen internationalen und nationalen Tourismusauszeichnungen. 2019 wurde sie mit dem Sustainable Citizen Award von Forbes Women Africa ausgezeichnet. 2020 erhielt sie den „Legacy in Responsible Tourism-Award“ der amerikanischen Organisation CREST.

Materialien

Interessiert an mehr Infos?

Tourismus und Faires Reisen ist ein wichtiges Thema. Brot für die Welt veröffentlicht Fachpublikationen und gibt Impulse für die Bildungsarbeit.

Die Materialien finden Sie im Onlineshop oder als Download:
→ www.brot-fuer-die-welt.de
→ www.brot-fuer-die-welt.de/shop

Mit seinem Informationsdienst Tourism Watch informiert Brot für die Welt regelmäßig digital über aktuelle Trends und erlaubt einen Blick hinter die touristischen Kulissen.

Abonnieren Sie den Tourism Watch-Informationsdienst unter → www.tourism-watch.de



Verantwortungsvoll Reisen

Das Bildungsmaterial in fünf Modulen unterstützt Lehrkräfte und Promotor:innen in der entwicklungsbezogenen Bildungsarbeit.
Art.-Nr. 129 700 590



Mit ein paar Klicks in den Urlaub

Deutschsprachige Zusammenfassung einer Studie über Buchungsplattformen in Indien mit zentralen Forderungen zur fairen Gestaltung des Online-Reisemarkts.
Art.-Nr. 129 700 630



Tourismuswende

Tourismus wird in der Agenda 2030 mehrfach genannt. Das Standpunktepapier verdeutlicht, was geschehen muss, damit er zur nachhaltigen Entwicklung beiträgt.
Art.-Nr. 129 700 360



Vertreibung aus dem Paradies

Deutschsprachige Zusammenfassung einer englischsprachigen Grundlagenstudie zu 25 Landrechtsverletzungen im Globalen Süden.
Art.-Nr. 129 700 530



Vom Freiwilligendienst zum Voluntourismus

Die Studie beschreibt Herausforderungen und Handlungsempfehlungen zur verantwortungsvollen Gestaltung kurzzeitiger Freiwilligeneinsätze.
Art.-Nr. 129 700 100



One Planet Guide

Begeben Sie sich gedanklich auf Ihre nächste Traumreise. Lassen Sie sich inspirieren und sammeln Sie praktische Tipps für Ihren fairen Urlaub.
→ www.brot-fuer-die-welt.de/fair-reisen



Techno-disruptions and travel

Analyse des indischen Online-Buchungsmarkts und seiner Auswirkungen auf lokale Tourismusunternehmen.
Art.-Nr. 129 700 620

Quellen

- A. Dhir et al. (2020):** Food waste in hospitality and food services.
- Bitkom (2020):** Digitaler Tourismus – So smart reisen die Deutschen.
- Brot für die Welt/IT for Change (2020):** Techno-disruptions and travel.
- Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (2015):** Entwicklungsfaktor Tourismus.
- CARMACAL – Carbon management tool for tour operators (o.D.)**
www.csstt.nl/carmacal (Zugriff: 15.12.2021).
- D. Scott et al. (2019):** Global Tourism Vulnerability to Climate Change. In: Annals of Tourism Research 77.
- Deutscher Reiseverband (2021):** Der Deutsche Reisemarkt – Zahlen und Fakten 2020.
- ECPAT International (2021):** ECPAT Country Overview Peru.
- Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (o.D.):** Global Dashboard for Vaccine Equity. <https://data.undp.org/vaccine-equity> (Zugriff: 17.02.2022).
- M. Lenzen et al. (2018):** The carbon footprint of global tourism. In: Nature Climate Change 8.
- S. Gössling/P. Peters (2015):** Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050.
- S. Gössling/A. Humpe (2020):** The global scale, distribution and growth of aviation: Implications for climate change.
- Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e. V. (2021):** Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer.
- Tourism Watch Infodienst Nr. 100 (2020):** In eigener Sache.
- Umweltprogramm der Vereinten Nationen/World Travel and Tourism Council (2021):** Rethink single-use plastic products in travel and tourism.
- Welttourismusorganisation (2021):** International Tourism Highlights 2020.
- Welttourismusorganisation (2022):** World Tourism Barometer, January 2022.
- Welttourismusorganisation (o.D.):** Vergleich internationaler Auslands-tourismus 2018: Global Tourism Dashboard, www.unwto.org/country-profile-outbound-tourism (Zugriff 10.02.2021).
- Welttourismusorganisation (2019):** Global Report on Women in Tourism.
- Weltwirtschaftsforum (2022):** The Global Risks Report 2022.
- World Travel and Tourism Council (2021):** Global Economic Impact and Trends 2021.

Impressum

Herausgeber

Brot für die Welt
Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e. V.

Caroline-Michaelis-Str.1, 10115 Berlin
Tel +49 30 2159 207, Fax +49 30 2159 161
info@brot-fuer-die-welt.de
www.brot-fuer-die-welt.de

Autor:innen Stephanie von Aretin, Antje Monshausen (S. 13/14 in Zusammenarbeit mit Equations), Lea Thin

Redaktion Stephanie von Aretin, Jürgen Hammelehle, Johannes Klinge, Maike Lukow, Antje Monshausen, Emma Saavedra Serrano, Lea Thin, Lea Truttenbach

V.i.S.d.P. Dr. Klaus Seitz

Fotos Aaron Thomas/Unsplash (Titel), Brot für die Welt (S. 3, 15, 30), UN Photo/Ariane Lindquist (S. 11), Mallika Virdhi (S. 14), Matthias Schmidt (S. 16), Sean Hawkey/Diakonie Katastrophenhilfe (S. 19), Olaf Schröder (S. 23), Puesta del Sol (S. 24), Conectando Territórios (S. 25), one_mile_at_a_time (S. 27), Thomas Lohnes (S. 28), Vereinte Nationen (S. 33), Philip Willcocks/Shutterstock (S. 35), Stephanie von Aretin (S. 37), Judy Kepher-Gona (S. 39, 40), Murad Swaleh/Unsplash (S. 41), WigWam/One Planet Guide (S. 42)

Gestaltung und Illustration Sophie Becker, munterbunt

Druck Druckhaus Sportflieger

Art.-Nr. 129 700 650

Berlin, März 2022

Mitglied der
actalliance

 **Klimaneutral**
Druckprodukt
ClimatePartner.com/10884-2202-1006



Es ist höchste Zeit zu handeln. Und zwar fair.

Die Welt ein bisschen besser machen –
warum nicht beim Einkaufen? Fairer
Handel unterstützt Menschen dabei,
ein würdevolles Leben zu führen.

brot-fuer-die-welt.de/fairer-handel

Mitglied der **actalliance**



Würde für den Menschen.