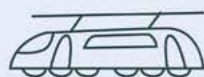




Frank Herrmann

FAIRreisen

Das Handbuch für alle,
die umweltbewusst
unterwegs sein wollen



Online kostenlos &
exklusiv verfügbar:
über 300 zusätzliche
faire und grüne
Länderreisetipps





ClimatePartner^o
klimateutral

Verlag | ID: 128-50040-1010-1082

Selbstverpflichtung zum nachhaltigen Publizieren

Nicht nur publizistisch, sondern auch als Unternehmen setzt sich der oekom verlag konsequent für Nachhaltigkeit ein. Bei Ausstattung und Produktion der Publikationen orientieren wir uns an höchsten ökologischen Kriterien. Inhalt und Umschlag dieses Buches wurden auf 100% Recyclingpapier, zertifiziert mit dem FSC-Siegel und dem Blauen Engel (RAL-UZ 14), gedruckt. Alle durch diese Publikation verursachten CO₂-Emissionen werden durch Investitionen in ein Gold-Standard-Projekt kompensiert. Die Mehrkosten hierfür trägt der Verlag. Mehr Informationen finden Sie unter:
<http://www.oekom.de/allgemeine-verlagsinformationen/nachhaltiger-verlag.html>



Dieses Druck-
ergebnis
wurde mit
dem Blauen
Engel aus-
gezeichnet.



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2016 oekom verlag München
Gesellschaft für ökologische Kommunikation mbH,
Waltherstraße 29, 80337 München

Umschlaggestaltung: www.buero-jorge-schmidt.de
Umschlagabbildung: © NotionPic, shutterstock
Korrektorat: Maika Specht
Innenlayout, Satz: Ines Swoboda, oekom verlag

Druck: DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH

Alle Rechte vorbehalten
ISBN 978-3-86581-808-9
E-ISBN 978-3-96006-128-1

Frank Herrmann

FAIRreisen

Ein Handbuch für alle,
die umweltbewusst unterwegs
sein wollen

Im Buch finden Sie zahlreiche Kästen mit den unterschiedlichsten Informationen rund um faires und grünes Reisen:



Weiterführende und vertiefende Informationen zu einem bestimmten Thema



Interviews mit Expertinnen und Experten aus dem Tourismusbereich



Checklisten für die gelungene Reise



Häufige Fragen und entsprechende Antworten (FAQs)



Unterwegs mit dem Autor

*Das Inhaltsverzeichnis hilft Ihnen, die Kästen zu finden:
Achten Sie einfach auf die kursiv-grauen Verweise!*

INHALT

| | |
|------------|----|
| Vorwort | 11 |
| Einleitung | 13 |

Kapitel 1 **Globaler Tourismus auf Rekordjagd** 17

Tourismus und Migration – auf den Pass kommt es an 23

Kapitel 2 **Tourismus – es ist nicht alles Gold, was glänzt** 25

2.1 Einführung 26

Tourismus, das zweischneidige Schwert 27

Wegen Überfüllung geschlossen – wie viel Tourismus

verkraftet die Welt? 35

Wachstum ohne Ende – Ressourcenverschwender Tourismus 38

Kostenfaktor Natur – Tourismus und biologische Vielfalt 39

2.2 Klima und Umwelt 41

CO₂-Emissionen 41

Einleitung 41

Wie berechnet man seine CO₂-Emissionen 42

Ein Riff stirbt 44

Klimaabkommen – von Kyoto bis Paris 46

Fliegen – die Achillesferse des Tourismus 47

Klima, Kompensation und Kommerz 54

Intelligent fliegen – der atmosfair Airline-Index (AAI) 57

Das falsche Signal – Luxusreisen im Privatjet 60

Kreuzschiffahrt – Branchenliebling mit Imageproblemen 61

Invasion im Inselparadies 63

»Die bauen lieber eine bordeigene Bierbrauerei« 67

Wie wird Ihre Kreuzfahrt klima- und umweltfreundlicher? 71

Emissionsfrei über die Ozeane reisen? 80

Auto, Bus oder Bahn – was ist der umweltfreundlichste Landtransport? 80

Wie erzeugen Sie möglichst wenig CO₂ im Urlaub 82

| | |
|--|----|
| Freiwillige CO ₂ -Kompensation – Ablasshandel, Greenwashing oder sinnvoller Klimaschutz? | 83 |
| <i>CO₂-Kompensation in der Praxis – mit myclimate in Vietnam</i> | 87 |
| <i>Welche Reiseveranstalter kompensieren?</i> | 90 |
| <i>Wie finden Sie das richtige Kompensationsangebot?</i> | 91 |
| <i>Märkte, Standards, Zertifikate – freiwillige Kompensation im Überblick</i> | 92 |

2.3 Menschen 95

| | |
|---|-----|
| <i>Touristischer Größenwahn in Honduras</i> | 96 |
| Jobs im Tourismus – lange arbeiten, wenig verdienen? | 98 |
| <i>Kinderarbeit – ein globales Problem</i> | 102 |
| <i>Die ILO-Kernarbeitsnormen</i> | 103 |
| Eine Seefahrt ist nicht (immer) lustig – Arbeitsbedingungen auf Kreuzfahrtschiffen | 103 |
| <i>Mehr Rechte auf See</i> | 105 |
| <i>Bessere Arbeitsbedingungen im Tourismus – was können wir tun?</i> | 106 |
| Tourismus und Menschenrechte | 107 |
| <i>Gibt es ein Menschenrecht auf Tourismus?</i> | 109 |
| <i>Runder Tisch für mehr Menschenrechte im Tourismus</i> | 110 |
| <i>Hinfahren oder besser nicht?</i> | 114 |
| <i>»Wer sich vorher informiert, hat die schönere Reise«</i> | 119 |
| Sextourismus | 122 |
| <i>Kinderprostitution – Was können wir tun?</i> | 122 |
| <i>»Haltet euch von Sexbars fern«</i> | 126 |

2.4 Kultur 128

| | |
|--|-----|
| Einleitung | 128 |
| <i>Alles, nur kein Tourist sein</i> | 129 |
| <i>Internationales Handbuch zu Tourismus und Frieden</i> | 130 |
| Indigene Völker – ist der kulturelle Clash unausweichlich? | 131 |
| <i>Die Rechte indigener Völker</i> | 133 |
| Ländlicher Tourismus – zu selten erfolgreich | 134 |
| <i>Reisen der anderen Art</i> | 138 |
| Respekt – das zwischenmenschliche Bindemittel | 139 |
| <i>Lieber lächeln</i> | 139 |
| <i>Fair reisen im Heiligen Land</i> | 140 |
| Knipsen? Ja, aber mit Respekt! | 141 |
| <i>Der Tick mit dem Stick</i> | 141 |
| <i>Tödliches Missverständnis im Hochland von Guatemala</i> | 143 |

| | | |
|--|--|-----|
| | 2.5 Tiere | 144 |
| | Großwildjagd – Cecil ist tot | 144 |
| | <i>Von der »Streichelfarm« zum Canned Lion Hunting</i> | 147 |
| | Orcas, Wale und Delfine – stummes Leid im Betonbecken | 147 |
| | <i>Delfinarien – was tun die Reiseveranstalter?</i> | 149 |
| | <i>Alternativen zu Delfinarien</i> | 150 |
| | <i>Ferien mit Tiefgang</i> | 151 |
| | <i>Touristen – Finger weg von Walfleisch!</i> | 152 |
| | Touristen schleppen bis zum Umfallen | 153 |
| | <i>Boomender Elefantentourismus – wie reagieren große Reiseveranstalter?</i> | 154 |
| | <i>Auch Elefanten mögen es fair</i> | 155 |
| | Beobachten, essen, ausstopfen | 156 |
| | <i>Mauritius – Urlaubsparadies mit Makel</i> | 157 |
| | <i>Zu den Menschenaffen reisen – ja, aber ...</i> | 158 |
| | | |
| | 2.6 Müll | 159 |
| | <i>Der Tourismus auf Kuba boomt, der Müll auch</i> | 163 |
| | <i>Datenbank zu Meeremüll</i> | 166 |
| | | |
| | 2.7 Wasser | 167 |
| | Viel Wasser für den Tourismus, der Rest für die Einheimischen | 167 |
| | <i>Der Wasserfußabdruck</i> | 168 |
| | <i>Ein Golfplatz, der Trinkwasser raubt</i> | 173 |
| | | |
| | 2.8 Berge | 174 |
| | Alpen – das Ende der Beschaulichkeit | 174 |
| | <i>Berge erleben – fair, grün und klimafreundlich</i> | 175 |
| | <i>Outdoorprodukte – Mensch und Natur Gutes tun</i> | 176 |
| | Gletschersterben – die weltweite Agonie der Eisriesen | 177 |
| | <i>Mount Everest – Irrsinn am höchsten Berg der Erde</i> | 179 |
| | Träger – wenig Lust an der Last | 180 |
| | <i>Porters Policy – bessere Arbeitsbedingungen für Träger</i> | 181 |
| | <i>Unterwegs mit Trägern – hierauf sollten Sie achten</i> | 182 |
| | Skitourismus – aufrüsten zur letzten Schlacht | 182 |
| | <i>Klima- und Naturschutz – darauf können Sie im Skiurlaub achten</i> | 190 |
| | | |
| | 2.9 Städte | 191 |
| | <i>Was den Städtetourismus begünstigt</i> | 195 |

Kapitel 3

Tourismus mit Verantwortung 197

3.1 Ein sozial gerechter, nachhaltiger und umwelt- verträglicher Tourismus – was ist das? 198

Wer ist Tourist ... und wer nicht? 199

Sozialer Tourismus – Reisen für alle? 203

Langsam reisen 204

3.2 Alles über Siegel, Label, Markenzeichen 205

Siegelüberblick 207

Wo gilt welches Tourismussiegel? 212

3.3 Die wichtigsten Akteure – wer macht was? 214

Der internationale Rahmen 214

Globale Tourismusbehörde – die UNWTO 216

Die deutsche Regierung 217

Deutsche Verbände und Vereine 218

Gewerkschaften 220

»Der Arbeitsdruck wächst« 223

Tourismuskritische Organisationen 225

Reiseveranstalter 227

Corporate Social Responsibility in Zahlen 233

Reisebüros 238

Unterkunft 239

Veganer (und Vegetarier) unterwegs 242

Die Reise nach innen – spiritueller Tourismus 246

Das faire Hotelzimmer 248

Gratis übernachten bei Fremden 252

Reiseführer und Reisebuchverlage 252

Reiseportale 255

3.4. Reiseformen – und wie sie grüner & fairer werden 258

Geschäftsreisen – Nachhaltigkeit sinnvoll gestalten 258

Geschäftsreisen mit Verantwortung 259

Barrierefreies Reisen – Urlaub ohne Hindernisse 261

Voluntourism – mal eben den Planeten retten 263

Waisenhaustourismus – nein danke! 265

Freiwilligenarbeit mit Sinn 267

Projekttourismus – gut für wen? 268

| | |
|--|-----|
| Slumtourismus – Armut aus nächster Nähe | 269 |
| <i>Spielzeug, Schreibmaterialien, Sportartikel</i> | 271 |
| <i>Wie gelingt ein Besuch in einem Armenviertel?</i> | 272 |
| Alles inklusive – Urlaub mit Nebenwirkungen | 273 |
| <i>Die Faire Biketour</i> | 278 |

Kapitel 4

Was wir tun können 279

| | |
|---|-----|
| <i>Was kann man nach der Reise nach- und vorbereiten!</i> | 280 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| 4.1. Vor der Reise: mit Köpfchen in den Urlaub | 281 |
| <i>Reisekataloge und Papierverbrauch – geht es auch anders?</i> | 282 |
| <i>Fünf Faustregeln für faires Reisen</i> | 283 |
| <i>Reisevorbereitung</i> | 284 |
| Die richtige Reiseausrüstung | 287 |
| <i>Wie finde ich faire und grüne Outdoorbekleidung?</i> | 290 |

| | |
|--|-----|
| 4.2. Während der Reise: benehmen wie ein Gast | 293 |
| <i>Trinkgeld – lieber zu viel als zu wenig!</i> | 293 |
| <i>Immer im Mittelpunkt: der Reiseleiter</i> | 294 |
| <i>Klimaschutz am Urlaubsort</i> | 295 |
| <i>Umweltschutz am Urlaubsort</i> | 296 |
| <i>Konsum am Urlaubsort</i> | 297 |
| <i>Verhalten am Urlaubsort</i> | 298 |

Kapitel 5

Service: Adressen, Literatur, Webseiten 299

| | |
|--|-----|
| All-inclusive | 300 |
| Awards/Preise | 300 |
| Barrierefreies Reisen | 301 |
| Berge | 302 |
| Biodiversität | 303 |
| Bundesregierung | 303 |
| Freiwillige Kompensation | 304 |
| Freiwilligenarbeit/Voluntourismus | 304 |
| Geschäftsreisen | 305 |
| Jugendliche/ Kinder/Kinderarbeit | 306 |
| Klima und Umwelt | 307 |
| (Kreuz)schiffahrt | 308 |
| Kultur | 309 |
| Menschen/Menschenrechte | 310 |
| Müll | 310 |
| Nachhaltige Reiseportale | 311 |
| Nachhaltiger Tourismus | 312 |
| Outdoor-Kleidung | 312 |
| Projekttourismus | 313 |
| Sextourismus | 313 |
| Siegel | 314 |
| Slow Travel | 314 |
| Städte | 315 |
| Tiere | 315 |
| Tourismus- kritische Organisationen | 316 |
| Tourismus mit Verantwortung | 316 |
| Wasser | 318 |

| | |
|---------------------------|-----|
| Über den Autor | 319 |
| Länderreisetipps (online) | 320 |
| Register | 321 |

Vorwort

Tourismus hat sich vom exklusiven Reisen einiger Privilegierter zu einem Massenphänomen entwickelt und ist in den wohlhabenden Industrieländern zu einem normalen Konsumgut geworden. Tourismus ist heute einer der weltweit größten Wirtschaftszweige und für viele ländliche Regionen und Entwicklungsländer zu einem kaum verzichtbaren Bestandteil ihrer Ökonomie geworden.

Diese Entwicklung wird in Frank Herrmanns vorliegendem Buch mit schlüssigen Zahlen belegt. In erster Linie geht es ihm aber darum aufzuzeigen, dass der internationale Tourismus – neben seinen positiven Aspekten, über die andernorts schon viel geschrieben wurde – auch Schattenseiten hat. Dies belegt er mit einer Fülle von Quellen und pointierten, gut recherchierten Fallbeispielen, die von verbauten Küsten und klimaschädigenden Fernreisen bis hin zur Ausbeutung der eigenen Mitarbeitenden und der Menschen in den touristischen Zielgebieten reichen.

Das Buch belässt es aber nicht bei der Kritik, sondern diskutiert darüber hinaus unter dem Leitbild des Nachhaltigen Tourismus Lösungsansätze und liefert den Leserinnen und Lesern eine Fülle praktischer Tipps und Good-Practice-Beispiele für eine faire und umweltfreundliche Urlaubs- oder Geschäftsreise. Viele Ratschläge lassen sich leicht umsetzen und da wo es wichtig ist, abzuwägen oder genau hin zu schauen, – etwa bei touristischen Ökolabels oder bei der Kompensation von Treibhausgasen – hilft das Buch kompetent weiter.

Ich selbst habe in dem vorliegenden Buch neue Denkanstöße und viel interessantes Material gefunden – und das obwohl ich mich seit über zwei Jahrzehnten als Wissenschaftler und Berater mit nachhaltigem Tourismus beschäftige. Von daher wünsche ich dem Buch, dass es eine weite Verbreitung findet, kontroverse Diskussionen entfacht und zu Verhaltensänderungen anregt.

Prof. Dr. Wolfgang Strasdas
Zentrum für Nachhaltigen Tourismus (ZENAT)
Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde

Einleitung

Ob Marco Polo, Humboldt oder Goethe – die Reisenden früherer Jahrhunderte waren umweltschonend und klimafreundlich unterwegs. Kein Wunder: Nachhaltig zu reisen war nicht wirklich schwierig. Aluminiumdosen, Plastikflaschen, Klimaanlage, Kühlschränke, Schweröl oder Verbrennungsmotoren gab es noch nicht. Man reiste auf Segelschiffen, Pferden und in Kutschen, viel auch zu Fuß, getrunken wurde aus Holzbechern – und all inclusive waren damals nur Sonne, Wind und Moskitos. Die geringen Abfallmengen, die Globetrotter verursachten, waren meist organischer Natur. Sie fielen nicht weiter ins Gewicht.

Das ist heute anders – auch weil Urlauber und Geschäftsreisende in ganz anderen Größenordnungen unterwegs sind: Reisten im Jahr 1970 rund 150 Millionen Menschen ins Ausland, ist diese Zahl mehr als 45 Jahre später auf das Achtfache gestiegen – rund 1,2 Milliarden. Denn nicht nur Europäer oder Amerikaner reisen. Auch immer mehr Russen, Inder, Brasilianer und Chinesen tun es uns gleich. Treffen die Prognosen der Welttourismusorganisation UNWTO zu, werden im Jahr 2030 rund 1,8 Milliarden Menschen im Ausland unterwegs sein. Plus weitere Milliarden von Menschen, die innerhalb ihrer Landesgrenzen reisen.

Der Tourismus boomt weltweit – ungeachtet von Krieg, Terror und Flüchtlingskrisen. Reisen ist ein Massenphänomen geworden, Reisen ist Konsum, für die einen das wohlverdiente Bonbon, für andere Alltag. Und die Branche sorgt für Umsatz: Tourismus hat sich zu einer der größten Industrien der Erde entwickelt. Sie setzt jährlich nach Angaben des World Travel and Tourism Councils (WTTC) weltweit rund zwei Billionen Euro um und erwirtschaftet rund zehn Prozent des globalen Bruttoinlandsprodukts. Damit leistet die Reisebranche in vielen Ländern einen bedeutenden Wirtschaftsbeitrag und schafft etwa 284 Millionen direkte und indirekte Arbeitsplätze – wenngleich überwiegend im Niedriglohnssektor.

Doch mit dem Erfolg wird auch die Kehrseite der wachsenden Touristenströme immer deutlicher sichtbar. Mehr reisen bedeutet, dass Ökosysteme stärker belastet, mehr Ressourcen verbraucht, mehr Klimagase in die Luft geblasen, mehr Abfälle erzeugt, mehr Strom und Wasser verbraucht werden. Die Zunahme an Reisen geht besonders in Entwicklungsländern meist einher mit mies bezahlten Jobs, Land-

schaftszerstörung, Flächenverbrauch, Abnahme der biologischen Vielfalt, Kinderarbeit und Sextourismus.

Einige der Folgen: In Sri Lanka vertreiben Militärs die Fischer für riesige Hotelanlagen von ihrem Land. Golfplätze und Poolanlagen nehmen Einheimischen in Honduras oder auf Bali das Wasser weg. Vor den Malediven ragt eine Insel aus Plastikmüll aus dem Meer. In Botswana dürfen reiche Jäger Großwild erlegen, die einheimischen Buschleute hingegen nur unter Auflagen auf die Pirsch gehen. Auf dem Mount Everest stapeln sich Müll und Bergsteiger gleichermaßen. Elefanten werden in Myanmar gefangen und nach Thailand gebracht, damit Touristen auf ihnen reiten können. In Barcelona protestieren Einheimische gegen die steigenden Touristenmassen in der Stadt. Immer mehr Kreuzfahrtschiffe sorgen für dicke Luft in Häfen und auf den Weltmeeren, und immer mehr Schneekanonen stemmen sich in Skigebieten verzweifelt gegen die Erderwärmung, die von immer mehr Flugreisen noch beschleunigt wird.

Es ist bitter: Viele ärmere Länder haben angesichts der wachsenden Zahl an Reisenden ihre ganze Hoffnung in die Monokultur Tourismus gesetzt. Bleiben die Besucher aufgrund von Naturkatastrophen, Krieg oder Terroranschlägen weg, fehlen oftmals die Alternativen. Auch weil korrupte Politiker und Militärs Baugenehmigungen für Hotelanlagen und Ferienwohnungen verschachern, Wasservorräte in die touristische Infrastruktur umleiten, den Lebensraum lokaler Minderheiten einschränken. Immer öfter ist der Tourismus an der Verletzung von Menschenrechten beteiligt. Doch mit Tourismus ist viel Geld zu verdienen. Mächtige Touristik- und Baukonzerne wollen und müssen weiter wachsen. Eine Spirale, die nur schwer zu durchbrechen ist. Die keiner der Profiteure wirklich stoppen will.

Wie viel Tourismus verträgt die Erde? Die Grenzen der Belastbarkeit sind vielerorts erreicht, wenn nicht bereits überschritten. Das ist vielen Beteiligten bewusst. Sie fordern ein Umdenken aller Akteure – nicht nur von Touristen, sondern auch von Reiseveranstaltern, Transportunternehmen, Politikern in den Heimatländern der Touristen und Politikern in den Gastländern. Auch Verbände, Nichtregierungsorganisationen, Reisejournalisten, Reisebuchverlage bis hin zu den Textilunternehmen, die uns mit wetterfester Kleidung und Daunenschlafsäcken versorgen, müssen ihren Beitrag zu einem ökologisch tragfähigen, sozial verantwortungsvollen Tourismus leisten. Für diese Kehrtwende sind jedoch neue Rahmenbedingungen auf globaler und lokaler Ebene notwendig.

Soll der Tourismus seiner Verantwortung gerecht werden und auch

wir ihn heute kennen, deutlich unterscheiden müssen. Der Tourismus der Zukunft ist ökologisch, sozial verträglich, klimafreundlich und politisch korrekt. Er orientiert sich – so die Agenda 2030 für Nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen – an den fünf P's: people, planet, prosperity, peace, partnership, also den Menschen, der Erde, wirtschaftlichem und sozialem Nutzen, an Frieden und Partnerschaft. Das kann mittel- bis langfristig mit Einschränkungen verbunden sein. Muss es aber nicht. Das zeigen nachhaltige Angebote, die heute schon Reisende begeistern: etwa die mit einem fairen Tourismussiegel ausgezeichnete Backpacker-Lodge in Südafrika. Der lokale Reiseveranstalter in Indien, dessen Einnahmen direkt an die beteiligten Einheimischen fließen. Oder das ländliche Tourismusprojekt in Kambodscha, das nicht nur den Regenwald schützt, sondern auch die dort lebenden Familien in alle Entscheidungsprozesse rund um den Tourismus einbezieht. Doch wir müssen gar nicht so weit reisen. Manches Schöne liegt vor der Haustür: Gehen Sie doch im deutschen Wattenmeer auf die Suche nach den *small five*, fünf dort vorkommenden Kleintierarten. Finden Sie mithilfe des *Eco Guide to mountain resorts* Ihr umweltfreundliches Skigebiet in den Alpen. Oder übernachten Sie in einem deutschen Klima-Hotel, das höchsten Öko-Standards genügt.

Doch wie finde ich umweltfreundliche Hotels, Fluggesellschaften, Kreuzfahrtschiffe? Wie kompensiere ich die Klimagase, die meine Reise verursacht? Welche Tourismussiegel sind seriös, welche nur Augenscherelei? Wie komme ich klimafreundlich in die Alpen? Wie gestalte ich meine Geschäftsreisen nachhaltig? Werden auf meiner Urlaubsreise Menschenrechte verletzt? Wo kann ich sinnvoll als Freiwilliger arbeiten, wo Tiere artgerecht beobachten? Wie vermeide ich Müll im Urlaubsland? Wo bekomme ich ökologisch und fair produzierte Trekkingklamotten? Diese und viele weitere Fragen beantwortet das vorliegende Buch – damit Sie einen umweltverträglichen Tourismus auch leben können. Gespräche mit Tourismusexperten und Erlebnisse des Autors ermöglichen zudem spannende Einblicke hinter die Kulissen des weltweiten Tourismus.

Was diesen Ratgeber einmalig und praktisch macht: über einen Shortlink/QR-Code erhalten Sie Zugang zu hunderten fairen und grünen Länderreisetipps (s. S. 320). Die Liste enthält jede Menge nachhaltige Hotels, Guesthouses und Resorts; Reiseveranstalter, die ihre Angestellten fair entlohnen; Restaurants, die vegetarisch und vegan kochen – oder etwa Initiativen, die einen Teil der Einnahmen in soziale Projekte stecken.

Noch steckt der grüne, faire und klimafreundliche Tourismus in den Kinderschuhen. Noch sind Nachfrage wie auch Angebot ausbaufähig. Noch schauen wir beim Buchen unserer Reise vor allem auf den Preis, sehen die meisten Reiseveranstalter zunächst den Profit. Doch immer mehr Menschen interessieren sich für das Thema ökologisch und sozial verträgliches Reisen. Es gibt weltweite Initiativen, es gibt immer mehr Gütesiegel, und auch das Problembewusstsein wächst. Dass ein sozial gerechter und umweltfreundlicher Tourismus ein Thema der Stunde ist, zeigt ein weiterer Fakt: Die Vereinten Nationen haben 2017 zum »Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung« erklärt.

Kapitel 1

Globaler Tourismus auf Rekordjagd

Menschen reisen seit jeher. Es ist die Mischung aus Abenteuerlust, Freude am Entdecken und an Neuem, die uns in die Ferne treibt. In früheren Jahrhunderten war Reisen beschwerlich, gefährlich und teuer. Das hat sich in den vergangenen Jahrzehnten grundlegend geändert. Die Welt ist kleiner geworden. Bequeme und günstige Transportmittel bringen uns schnell in jeden noch so entfernten Winkel des Planeten.

Doch noch etwas anderes hat sich geändert: War das Reisen als Selbstzweck einst einer kleinen, betuchten Oberschicht vorbehalten, können sich heutzutage deutlich mehr Menschen einen Urlaub leisten. Heute verreist man, weil man es sich leisten kann und weil man verreisen möchte. Reisen ist Konsum und Statussymbol zugleich. Nach Angaben der Welttourismusorganisationen (UNWTO, s.S. 216) finden mehr als die Hälfte aller internationalen Reisen aus reinem Vergnügen statt.

Und es werden ständig mehr. Von Jahr zu Jahr reisen mehr Menschen rund um den Globus. Große, weltweit agierende Reisekonzerne organisieren nicht nur unsere Trips, sondern auch die Reisen von Chinesen, Russen, Indern, Brasilianern und Südafrikanern. Touristen aus Schwellen- und immer öfter auch Entwicklungsländern tun das, was Menschen in Industrienationen schon seit Jahrzehnten in zunehmend großen Scharen tun: Sie relaxen am Pool und Strand, probieren lokale Spezialitäten, besteigen Berge, treiben Sport, besichtigen Kulturdenkmäler und Museen, shoppen in Städten oder liegen einfach nur in der Hängematte.

Krise hin, Krieg her – der Reisemarkt wächst

Flüchtlingsdrama am östlichen Mittelmeer und auf dem Balkan; Bürgerkriege und Gewalt im Nahen Osten und der Ukraine; Terroranschläge in Frankreich, Belgien, Tunesien, Ägypten, Indonesien, Kenia, der Elfenbeinküste, Mali, Nigeria und der Türkei; Erdbeben in Nepal; Ebola- und Zika-Epidemien; Absturz einer Germanwings-Maschine: Angesichts dieser Schlagzeilen könnte einem schon die Lust am Reisen vergehen. Nicht so den Deutschen. Sie reisten auch 2015 in rekordverdächtigen Zahlen, denn Alternativen zu den Problemgebieten bietet die Welt ja genügend. Die Branche bejubelte bereits Mitte 2015 die gestiegenen Buchungszahlen. Steigende Reallöhne, niedrige Arbeitslosenzahlen, Konsumlaune und günstige Treibstoffpreise begünstigten die positive Entwicklung.

Jeder Deutsche reiste 2015 laut Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) privat durchschnittlich 20,6 Tage – insgesamt mehr als 1,67 Milliarden Tage und 1,8 Prozent mehr als im Vorjahr. So viel waren die Deutschen bislang noch nie unterwegs gewesen. 69,1 Millionen Reisen über fünf Tage bilanzierte die Reiseanalyse der Forschungs-

Ausgaben in Milliarden Euro

* DRV-Hochrechnung

| | |
|------|-------|
| 2015 | 71,5* |
| 2010 | 58,9 |
| 2005 | 58,4 |
| 2000 | 51,1 |

Nach vorläufigen Schätzungen zum Drucklegungstermin lagen die Ausgaben der Deutschen für Auslandsreisen 2015 um 1,7 Prozent über dem hohen Niveau des Jahres 2014 [69,9 Milliarden Euro]

Einnahmen in Milliarden Euro

| | |
|------|-------|
| 2015 | 33,0* |
| 2010 | 26,2 |
| 2005 | 23,5 |
| 2000 | 19,1 |

Die Einnahmen Deutschlands aus dem internationalen Reiseverkehr konnten um 1,2 Prozent auf nun 33 Milliarden Euro gesteigert werden.

Abbildung 1.1

Einnahmen/Ausgaben Deutschlands im internationalen Reiseverkehr,
Quelle: Deutscher ReiseVerband

gemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) 2015. Die Ausgaben der Urlaubsreisenden beliefen sich laut DRV 2015 auf 71,5 Milliarden Euro. Hinzu kamen weitere 19,8 Milliarden Euro, die für Kurzreisen von zwei bis vier Tagen ausgegeben wurden. Für 2016 gibt es unterschiedliche Prognosen: Die BAT-Stiftung für Zukunftsfragen stellte in ihrer 32. Tourismusanalyse eine aufgrund von Kriegen, Terroranschlägen und Flüchtlingskrise sinkende Reiseintensität fest – vor allem bei der Altersgruppe 55⁺. Reisebüros klagten in den ersten Monaten des Jahres 2016 über Buchungsrückgänge. Die Mehrzahl der Branchenkenner glaubt hingegen, dass dem Tourismus auch 2016 ein gutes Jahr bevorsteht – vorausgesetzt, es gibt ausreichend sichere Ausweichziele. Denn Reisen hänge von der persönlichen wirtschaftlichen Lage ab, so Prof. Martin Lohmann vom Institut für Tourismus- und Bäderforschung – und die schätzen die meisten Deutschen weiterhin positiv ein.

Die Deutschen reisen am liebsten im eigenen Land. Zu den beliebtesten Reiseländern zählen danach weiterhin Spanien und Italien. Die Türkei wird ihren vierten Platz im Jahr 2016 aufgrund der instabilen innenpolitischen Lage voraussichtlich verlieren. Zu deutlicheren Veränderungen kam es laut Reiseanalyse 2015 hingegen bei den Reiserarten: Während Städtereisen im Zeitraum 2005 bis 2015 um 49 Prozent,

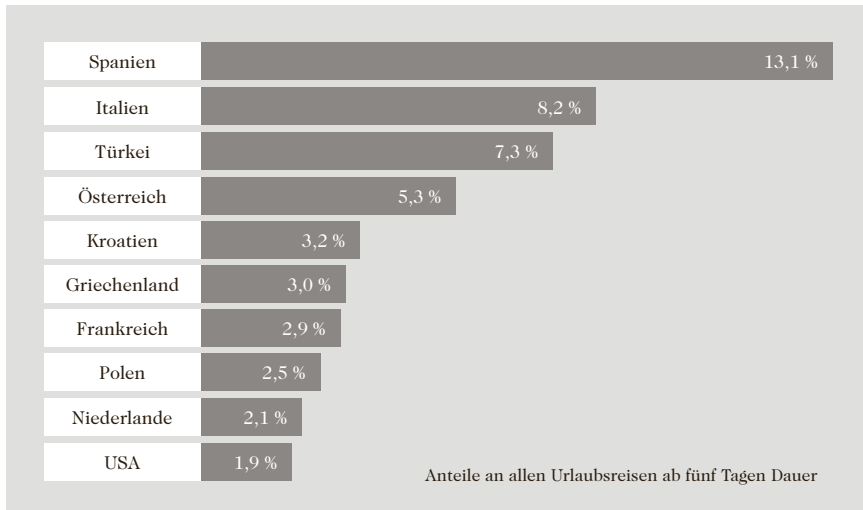


Abbildung 1.2

Die 10 beliebtesten Auslands-Urlaubsreiseziele der Deutschen, Quelle: Deutscher Reiseverband (Der deutsche Reisemarkt, Zahlen und Fakten 2015)

Kreuzfahrten auf See um 27 Prozent und Winterurlaub in der Sonne um 24 Prozent zulegen konnten, nahm das Interesse an Fitnessurlaub im gleichen Zeitraum um 34 Prozent, an Gesundheitsurlaub um 30 Prozent und an Winterurlaub im Schnee um sechs Prozent ab. Auf mehr als fünfeinhalb Millionen konnten 2015 hingegen nach DRV-Angaben Fernreisen zulegen – ein Anstieg im Vergleich zum Vorjahr im hohen einstelligen Prozentbereich.

Verändert hat sich auch die Länge der Reisen. Aus den »schönsten Wochen des Jahres« werden immer mehr die »schönsten Tage«. Denn die Deutschen reisen mehr, dafür aber auch kürzer: Laut Tourismusanalyse 2016 der Stiftung für Zukunftsfragen betrug die durchschnittliche Reisedauer 2015 nur noch 12,6 Tage. 1980 waren es 18,2, im Jahr 2000 14,8 Tage. Weniger als zehn Prozent aller Reisen dauern länger als drei Wochen.

Globales Wachstum

Auch international glänzt der Tourismus mit großer Wachstumsdynamik. Nach Angaben der UNWTO reisten 2015 weltweit rund 1,2 Milliarden Menschen – das sind vier Prozent mehr als im Vorjahr. 1950 waren es gerade einmal 25 Millionen Menschen. Hinzu kommt die fünf- bis sechsfache Menge an Inlandsreisen. Und für 2016 rechnet die Branche

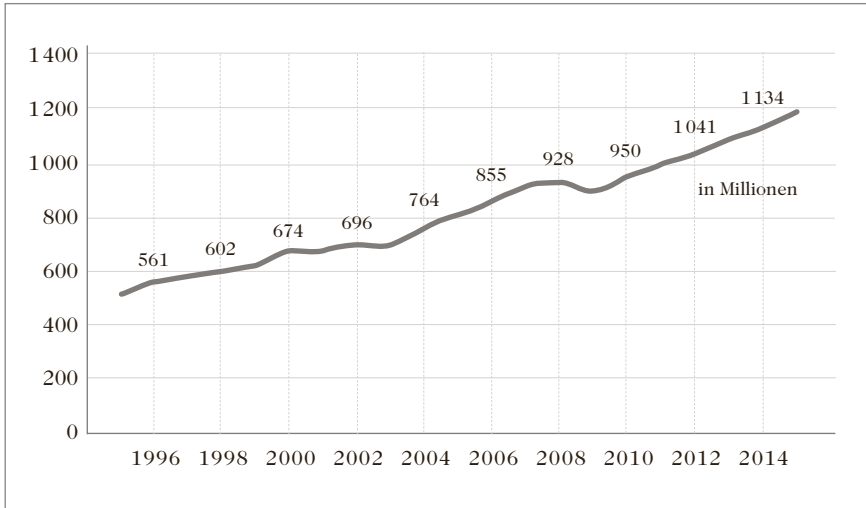


Abbildung 1.3

Internationale Touristenankünfte weltweit, Quelle: World Tourism Organization (UNWTO)

mit einem weiteren Wachstum des internationalen Tourismus von mindestens vier weiteren Prozentpunkten.

Dass der Tourismus boomt, zeigen auch regionale Rekorde: Die Baleareninsel Mallorca hatte im August 2015 mit 1,75 Millionen Besuchern einen neuen Allzeit-Rekord aufgestellt. Ende 2015 rechnete man mit einem Umsatz von mehr als 10 Milliarden Euro – ein Plus von 14 Prozent zum Vorjahr. Zusammen mit dem Festland konnte der spanische Tourismus 2015 mehr als 50 Milliarden Euro erwirtschaften. Die Besucherzahlen stiegen um etwa 5 Prozent zum Vorjahr auf rund 68 Millionen – Bestmarke! Den mit über 19 Millionen Touristen besten Sommer seit 20 Jahren meldete Österreich Ende 2015. Und in Deutschland stieg die Zahl der Übernachtungen das sechste Jahr in Folge und erreichte dem Statistischen Bundesamt zufolge die Bestmarke von 436,4 Millionen.

Jobmotor Tourismus

Der Tourismus ist eine ökonomische Erfolgsgeschichte: Die Reisebranche zählt zu den weltweit wichtigsten Wirtschaftssektoren. Laut UNWTO erwirtschaftet der Tourismus 9,8 Prozent des globalen Bruttosozialprodukts und umfasst 30 Prozent aller weltweiten Dienstleistungen. Vor allem in Entwicklungsländern haben viele Menschen – vor allem viele Frauen – in den arbeitsplatzintensiven Dienstleistungsbranchen Hotellerie oder Gastronomie – erstmals überhaupt einen bezahlten Job

oder eine Weiterbildung gefunden. 2015 schuf der Tourismus laut World Travel & Tourism Council (WTTC) weltweit 2,5 Millionen neue Jobs, was zu einem Anstieg der direkten Arbeitsplätze auf 108 Millionen führte. Rechnet man die indirekt durch den Tourismus entstandenen Arbeitsplätze hinzu (z. B. Jobs in Zulieferbetrieben) beschäftigte der Tourismus weltweit sogar jeden elften Arbeitnehmer: rund 284 Millionen Menschen.

| Land | Prozent | Land | Prozent |
|-------------|---------|---------|---------|
| Malediven | 32,2 | Ägypten | 5,2 |
| Bahamas | 27,0 | Spanien | 5,0 |
| Kroatien | 13,6 | Welt | 3,6 |
| Deutschland | 6,7 | USA | 3,6 |
| Thailand | 5,8 | China | 3,0 |
| Indien | 5,5 | Schweiz | 3,0 |
| Österreich | 5,3 | Türkei | 2,2 |

Tabelle 1.1

Anteil der direkten Arbeitsplätze im Tourismus am Gesamtarbeitsmarkt ausgewählter Länder in Prozent (2014)
Quelle: World Travel & Tourism Council (WTTC)

Auch Landwirtschaft und Baubranche profitieren in vielen Ländern vom wachsenden Tourismus. Er trägt auch vielerorts dazu bei, Kunst und Kultur des Gastlands zu erhalten und in Wert zu setzen. Wenngleich die unmittelbaren Anrainer von Naturschutzflächen nicht automatisch vom Tourismus profitieren, so hat er doch vielerorts durch den regelmäßigen Besuch in- und ausländischer Touristen Natur- und Tierschutz begünstigt. Auch der Beitrag des Tourismus zur Völkerverständigung darf nicht unterschätzt werden. Er bringt Menschen und Kulturen zusammen, die sich ohne das Reisen wohl kaum begegnet wären.

Wundermittel im Kampf gegen Armut?

Angesichts der positiven Zahlen sind Großorganisationen wie die Weltbank oder die UNWTO überzeugt, dass der Tourismus ein wichtiges Mittel ist, um die Armut auf unserem Planeten zu beseitigen. Sie fördern gezielt touristische Großprojekte in ärmeren Ländern, um dort Arbeitsplätze zu schaffen und die Wirtschaft anzukurbeln. Auf den ersten Blick erfolgreich: Laut Weltbank ist die Zahl der Touristen in Entwicklungsländern kontinuierlich angestiegen. In vielen kleinen Inselstaaten und in Ländern wie Laos, Tansania oder Marokko gehört der Tourismus inzwischen zu den wichtigsten Devisenbringern. Aber auch in Schwellenländern wie Südafrika, Thailand, Brasilien oder Mexiko spielt der Tourismus eine bedeutende Rolle.

Tourismus und Migration – auf den Pass kommt es an



Wer einen deutschen Reisepass besitzt, hat es leicht auf dieser Erde. Dank des dünnen Büchleins kann er laut Visa Restrictions Index 2016 (visaindex.com) visumfrei in 177 Länder reisen. Keine andere Nation genießt so viel Reisefreiheit wie die Deutschen. Davon können Syrer, Afghanen oder Iraker nur träumen – viele von ihnen schaffen es nicht einmal bis in die Türkei. Mit ihren Pässen können sie lediglich zwei bis drei Dutzend Länder visafrei bereisen. Europäische Länder sind nicht darunter. Wer vor Krieg, Unterdrückung und Armut flieht, riskiert sein Leben und muss dafür auch noch horrenden Geldsummen auf den Tisch legen. Während Mitteleuropäer mit zweistelligen Eurobeträgen in den Süden fliegen, müssen Flüchtlinge vierstelligen Beträge für riskante Bootstouren im Mittelmeer aufbringen. Schlepper nehmen ihnen einem FAZ-Artikel vom Februar 2016 zufolge für die weniger als fünf Kilometer auf dem offenen Meer vom türkischen Bodrum zur griechischen Insel Kos in maroden Schlauchbooten rund 1000 Euro pro Person ab. Europäer kostet die Überfahrt 20 Euro. Diese Fähre dürfen Migranten allerdings nicht benutzen.

Wir sind uns nur selten bewusst, wie gut es uns geht – und wie schwer es anderen gemacht wird, sich frei über Grenzen zu bewegen.

Den Beitrag, den der deutsche Tourismus zur regionalen Entwicklung und lokalen Wertschöpfung in Entwicklungs- und Schwellenländern leistet, soll die Studie *Entwicklungsfaktor Tourismus* belegen. Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) hat sie Ende 2015 veröffentlicht. Ihr zufolge trugen die 11,2 Millionen deutschen Touristen, die 2012 in Entwicklungs- und Schwellenländer reisten, dort mit direkten Ausgaben von 6,9 Milliarden Euro zum Bruttoinlandsprodukt bei. Hinzu kommen indirekte (zum Beispiel Baubranche und Landwirtschaft) und induzierte Effekte. Letztere beispielsweise dann, wenn die im Tourismus Beschäftigten ihre Löhne ausgeben und dadurch in den Branchen, in die dieses Geld fließt, so auch wieder Einkommen geschaffen wird. Berücksichtigt man diese zusätzlichen Einkommenseffekte, steigt der Pro-Kopf-Beitrag deutscher Touristen zum Bruttoinlandsprodukt in Entwicklungs- und Schwellenländern von durchschnittlich 620 Euro direkter Ausgaben gar auf 1 700 Euro. Auch haben die Reisen und die damit verbundenen Ausgaben laut Studie 738 000 direkte

Arbeitsplätze im Tourismussektor der bereisten Entwicklungs- und Schwellenländer geschaffen.

Klingt zunächst einmal gut. Doch bei näherer Betrachtung ergibt sich ein anderes Bild. Mehr hierzu im Kapitel 2, das auf die Schattenseiten des Massentourismus eingeht (s. S. 25 ff.).

Kapitel 2

Tourismus – es ist nicht alles Gold, was glänzt

2.1 Einführung

Der Tourismus schafft Arbeitsplätze, der Tourismus verringert die Armut, der Tourismus erwirtschaftet Devisen, der Tourismus unterstützt regionale Entwicklung und lokale Wertschöpfung: Das predigen Welttourismusorganisation, Weltbank, der IWF und die Regierungen vieler Länder seit Jahrzehnten. Es gibt unzählige Studien, Analysen und Untersuchungen zu den positiven wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus – und sie haben eines gemein: Sie bilden kein ausgewogenes Bild der Realität ab. Die meisten fokussieren lediglich auf ökonomische Daten, beten Touristenzahlen herunter und rechnen mit dauerhaft gleichmäßigem Wachstum.

So wie auch die am Ende des ersten Kapitels (s. S. 23) beschriebene Studie des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW), an der Tourism Watch (s. S. 227) kein gutes Haar lässt. Die Ergebnisse in Bezug auf die sozioökonomischen Folgen des Tourismus seien erschreckend niedrig und die Nichtbeachtung von realen ökologischen Kosten eines der größten Defizite der Studie. Fazit der tourismuskritischen Organisation: »Alle Detailergebnisse der Studie zusammengefasst, bleibt der Eindruck, dass die vorschnelle Gleichsetzung von Tourismus und Entwicklung auf Grundlage der statistischen Analysen eher infrage gestellt als bekräftigt wird.«

Internationale Tourismusverbände rechnen gerne mit Touristenzahlen, die alles andere als genau sind. Denn wie viele Reisende wo und wann ankommen, wird weltweit nicht einheitlich festgestellt. Nicht in jedem Land gibt es zuverlässige Datenerfassungen. »In einigen Ländern kann es zu Mehrfacherfassungen von Touristen kommen, wenn diese auf Rundreisen in verschiedenen Unterkünften einchecken und es keinen Datenabgleich gibt«, sagt Marcus Bauer, Tourismusexperte an der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes. »Darunter leidet natürlich die Aussagekraft der Tourismusstatistik.« Das werde problematisch, wenn die verzerrten Zahlen als Grundlage für Potenzialanalysen und ganze Entwicklungspläne herangezogen werden.

Einseitig gefärbte Tourismusstudien blenden gerne die Kosten der Schäden aus, die der Tourismus vielerorts hervorruft. Aber erst wenn

den neu gewonnenen Arbeitsplätzen die verloren gegangenen gegenübergestellt werden, wenn auch Umweltschäden durch Bauaktivitäten und laufenden Betrieb erfasst und wenn beispielsweise Kosten für Vorleistungen bezüglich der touristischen Infrastruktur der jeweiligen Länder und Steuererleichterungen für Investoren berücksichtigt werden, kann man von einer differenzierten Sichtweise der Dinge sprechen.

Aber wie bewertet man qualitative Veränderungen, die bei quantitativen Untersuchungen komplett unter den Tisch fallen? Wie beziffert man den Verlust an Selbstbestimmung, den ein Fischer erleidet, der für ein Tourismusprojekt von seinem Land vertrieben wurde und nun bei diesem als schlecht bezahlter Gärtner arbeitet? Wie berechnet man den Verlust an Lebensqualität von Dorfbewohnern, denen man zwar eine neue Wasserleitung gebaut hat, deren Wasser aber vorzugsweise den Touristen im benachbarten Hotelkomplex zur Verfügung steht? Wie erfasst man die Schäden an Ökosystemen, verursacht durch einen fehlgeleiteten, mangelhaft kontrollierten und überbordenden Tourismus, deren Kosten von der Allgemeinheit geschultert werden müssen? Wie Landschaftsschäden durch Zersiedelung und das Umgehen von Bauvorschriften? Wie die Tatsache, dass zwar Hotels als Folge eines Booms gebaut werden, diese aber nicht notwendigerweise rentabel wirtschaften? Wie positiv ist der Bau von immer mehr All-inclusive-Anlagen zu bewerten, die Investoren, Veranstalter und Touristen glücklich machen, aber für touristische Einrichtungen in der Umgebung oftmals das Aus bedeuten? Sind Zuwachsraten bei Arbeitsplätzen aussagekräftig genug, wenn sich herausstellt, dass es sich meist um befristete Arbeitsverhältnisse mit geringer Qualifizierung im Niedriglohnsektor handelt wie etwa Kellner, Küchenhilfen, Zimmermädchen und animateure? Wie bewertet man schlecht bezahlte Jobs im Tourismus, bei denen der Arbeitgeber das Trinkgeld als festen Bestandteil des Lohns betrachtet? Und welchen Preis müsste man den Klimagasen geben, die vom Tourismus in immer größeren Mengen erzeugt werden und zu den negativen Folgen des Klimawandels beitragen? Auf all diese Fragen geben heutige Studien, falls überhaupt, nur punktuell Antworten.

Tourismus, das zweischneidige Schwert

Das Sprichwort »Tourismus ist wie Feuer. Du kannst damit dein Essen kochen oder dein Haus abbrennen« bringt es auf den Punkt: Allerdings ist nicht der Tourismus als Prinzip das Problem, sondern das, was wir aus ihm gemacht haben – oder eben nicht machen. »Es ist ein Paradox, dass

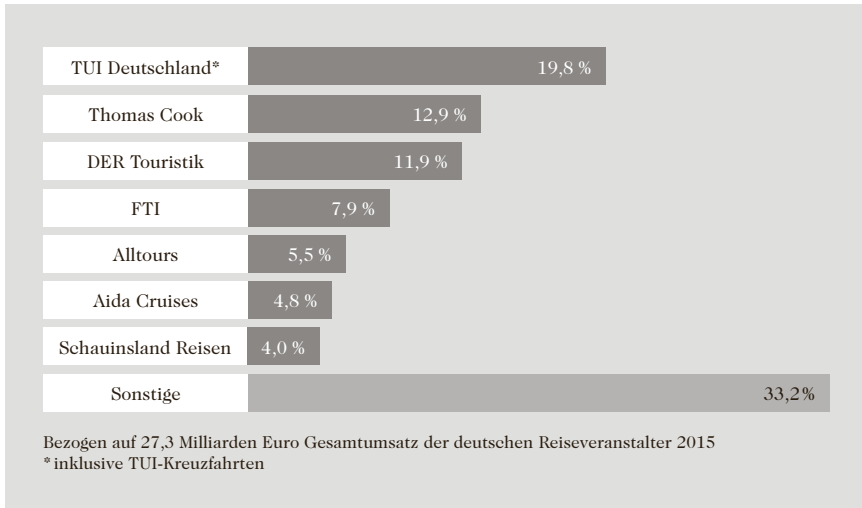
wir reisen, um die Schönheit und Vielfalt anderer Orte, Menschen und Kulturen kennenzulernen, aber unsere Präsenz dort oft nicht wiedergutzumachende Folgen auf die Ökobilanz hat«, sagte Professor Visentin von der Universität Lugano 2015 auf der Expo in Mailand. Oder wie es der Schriftsteller Hans Magnus Enzensberger formulierte: »Der Tourist zerstört, was er sucht, indem er es findet.«

Die Schattenseiten explodierender Touristenzahlen und von unkontrolliertem Wachstum im Tourismus werden weltweit immer deutlicher sichtbar: wachsende Emissionen durch Auto-, Schiffs- und Flugverkehr, Verschwendung von Wasser, Zerstörung von Naturräumen durch Bebauung, Landvertreibung, Müllberge, Sextourismus, Verlust kultureller Identität, finanzielle Abhängigkeiten, Kinderarbeit, Niedriglöhne, Missbehandlung von Tieren, Gigantomanie.

Viele der Probleme von gestern sind immer noch die Probleme von heute – sie haben sich aufgrund der fortschreitenden Globalisierung aber weiter akzentuiert und zum Teil potenziert. Ohne die alten Probleme in den Griff gekriegt zu haben, sind neue hinzugekommen, die zwar bekannt sind, aber von der Öffentlichkeit bislang – wenn überhaupt – nur am Rande wahrgenommen wurden. Etwa die Umweltschäden durch Kreuzfahrtschiffe (s. S. 61). Oder Probleme, die erst seit wenigen Jahren mit dem Tourismus in Verbindung gebracht werden, wie beispielsweise das Thema Menschenrechtsverletzungen (s. S. 107), terroristische Anschläge oder die Flüchtlingskrise. Diese Probleme – ob alt oder neu – werden von den Touristikunternehmen zwar zunehmend mehr oder weniger engagiert angegangen. Doch an erster Stelle stehen für die Firmen weiterhin Profitmaximierung, Marktanteile, Wachstum und Shareholder-Value. Diese Postulate werden nur selten infrage gestellt.

Machtkonzentration

Es ist ein weltweiter Trend: Die Unternehmen werden immer größer, die Machtkonzentration nimmt zu. Ihre Marktmacht nutzen die Konzerne, um die Preise ihrer Lieferanten bis an die Schmerzgrenze zu drücken. Diese wiederum sehen sich gezwungen, die niedrigen Preise weiterzugeben. Das geht zulasten von Arbeitern am Ende der Wertschöpfungskette, und es erschwert die Einhaltung von Umweltstandards. Wer groß und stark ist, hat es leichter, bei Verhandlungen seine Preise und Konditionen durchzusetzen. Diese einfache Erkenntnis hat sich nicht nur die Europäische Union bei ihren bilateralen Handelsabkommen mit Entwicklungsländern, sondern auch der Lebensmitteleinzelhandel längst zu eigen gemacht. Der wird in Deutschland von nur noch fünf Supermarktketten

**Abbildung 2.1**

Marktanteile deutscher Reiseveranstalter, Quelle: Deutscher ReiseVerband

beherrscht (Aldi, Lidl, Rewe, Edeka, Metro). Sie haben nach Angaben der entwicklungspolitischen Organisation Oxfam einen Marktanteil von 90 Prozent. Und sie mischen zunehmend im Tourismus mit. So bieten Discounter wie Lidl und Aldi, aber auch der Einzelhändler Tchibo seit mehreren Jahren Reisen an. Die DER Touristik, eine REWE-Tochter, ist nach eigenen Angaben nach der TUI die Nummer drei der deutschen Reiseveranstalter.

Von einer Marktkonzentration wie beim Lebensmitteleinzelhandel ist der deutsche Tourismusmarkt zwar noch ein gutes Stück entfernt. Doch um Marktanteile auszubauen, schlucken auch hier die Großen immer öfter die Kleinen. So hat sich die DER Touristik (s. S. 228) 2015 das Veranstaltergeschäft des größten Schweizer Reisekonzerns Kuoni einverleibt. Oder es kommt zu Fusionen wie 2014, als die TUI Group mit der Übernahme der britischen Tochter TUI Travel PLC zum globalen Marktführer im Tourismusgeschäft aufstieg. Bereits 2010 hatte Thomas Cook, zweitgrößter deutscher Reiseveranstalter, den Türkeispezialisten Öger Tours übernommen, bis dahin die Nummer sieben auf der Liste der deutschen Veranstalter. Im Frühjahr 2016 gaben Marriott International und Starwood Hotels & Resorts (u. a. Sheraton, Westin) die Fusion beider Hotelketten bekannt. Mit diesem Zusammenschluss entsteht die größte Hotelgesellschaft der Welt – mit 5 500 Hotels und 1,1 Millionen Zimmern. Bei den Online-Reiseportalen ist inzwischen ein wah-

rer Kaufrausch zu verzeichnen: 2015 schluckte das 1995 von Microsoft gegründete amerikanische Online-Reisebüro Expedia (unter anderem hotels.com, Travelocity, trivago) den US-Konkurrenten Orbitz Worldwide (u. a. Ebookers) für 1,3 Milliarden US-Dollar und den Wohnungsvermittler Homeaway (fewo-direkt.de) für 3,9 Milliarden US-Dollar. 2016 übernahm die einstige Expedia-Tochter Tripadvisor den europäischen Ferienwohnungsvermittler Housetrip für eine nicht genannte Summe. Ebenfalls 2016 verkaufte TUI Ihr Online-Buchungsportal Hotelbeds für knapp 1,2 Milliarden Euro an den britischen Finanzinvestor Cinven. Und auch Internetgigant Google steht in den Startlöchern: Noch seien die Erlöse durch Werbung größer als potenzielle Provisionseinnahmen, schrieb der Spiegel Anfang 2016. Doch es sei nur eine Frage der Zeit, bis der Suchmaschinenbetreiber selbst mit einem Buchungsportal antrete. In den USA laufen diesbezüglich erste Experimente.

Bis es zu weiteren Fusionen oder Übernahmen kommt, ist es nur eine Frage der Zeit. Ob die beteiligten Unternehmen von den Zusammenschlüssen profitieren, weiß man erst hinterher. Doch Fusionen gehen oftmals einher mit Personalabbau und tief greifenden Umstrukturierungen. Gelegentlich werden die Gewinne solcher Maßnahmen auch an die Kunden weitergereicht, die dann von noch günstigeren Reisepreisen profitieren. Die Zeche zahlen die schwächsten Glieder der Kette, meist einfaches Dienstpersonal. Oder die lokale Wirtschaft und die Umwelt, wenn Politiker beim Bau von All-inclusive-Ferienanlagen in Schwellenländern oder Ländern des Südens beide Augen zudrücken – und Baugenehmigungen erteilen, aber Umweltverträglichkeitsprüfungen »vergessen«.

Wer profitiert vom Tourismus?

Der weltweite Tourismus ist ein bestens organisiertes System. Es hat nicht primär das Wohl der Touristen oder der Einheimischen im Blick. Sondern Gewinnmaximierung. Das meiste Geld verbleibt bei Reiseveranstaltern, Fluglinien und Reedereien aus den Industrieländern. Oder es fließt aus ärmeren Ländern in Form von Devisen beispielsweise für importierte Lebensmittel oder Baubedarf wieder an die Industriestaaten zurück. Vor allem beim Pauschalтуризм bleibt vom Geld der Urlauber wenig in der Region, bemängelt Professor Dirk Reiser, der Nachhaltiges Tourismusmanagement an der Cologne Business School lehrt. »Der Profit darf nicht nur in die eine Richtung gehen«, so der Tourismusexperte in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Doch das tut er überwiegend: Nach Untersuchungen der UN-Konferenz für Handel und Entwicklung (UNCTAD) fließen durchschnittlich

50 Prozent der Einnahmen, die Entwicklungsländer durch Tourismus erzielen, wieder ins Ausland ab – überwiegend in diejenigen Länder, aus denen die Reisenden kommen und in denen die von ihnen genutzten Touristikkonzerne sitzen. Diese Rückflussrate (auch Nettodeviseneffekt; im Engl. *leakage*) definiert die Umweltorganisation Naturfreunde Internationale – respect (s. S. 226) als den Anteil der touristischen Einnahmen, welcher durch transnational agierende Fluglinien, Hotelketten, Reiseveranstalter oder Kreuzfahrtgesellschaften sowie durch Lebensmittel- und Warenimporte ins Ausland abfließen und damit den Volkswirtschaften der Zielländer nicht zugutekommt. Im Tourismus geht die Weltbank von einer Rückflussrate von bis zu 55 Prozent aus, die britische New Economics Foundation (NEF) kommt in Fallbeispielen auf deutlich höhere Werte. Als Rückflussraten für Thailand, Kuba und Gambia nimmt sie 70 bis 75 Prozent an, für ein Extrembeispiel – All-inclusive-Reisen nach Kenia – gar 85 Prozent. Auf Sickerraten von 42 bis 60 Prozent kommen selbst die kleinen und mittelgroßen deutschen Reiseveranstalter, die das TourCert-Siegel (s. S. 210) verwenden. In einer anonymisierten Aufstellung von mehr als 20 verschiedenen großen Reiseunternehmen durch TourCert (Stand: November 2015) schwankten die Rückflussraten zwischen 38 und 73 Prozent.

Begrenzte Wohlstandseffekte

Das ist alles in allem zu wenig Geld, das zudem meist ungerecht verteilt ist. Der globale Tourismus hat bisher kein Land aus der Armut befreit. Dies ist auch nicht seine primäre Aufgabe. In ihrem Buch *Tourism Development – Growth, Myths and Inequalities* schreiben die Autoren, »dass es unglücklicherweise nicht das allererste Ziel internationaler Tourismusunternehmen (Hotelketten, Immobilienmakler und Reiseveranstalter) ist, Armut zu reduzieren, sondern ein akzeptables Niveau finanziellen Nutzens beim kleinstmöglichen Risiko zu erreichen«.

Die Auswirkungen des Massentourismus auf den Wohlstand einer unterentwickelten Nation sind begrenzt – wenngleich lokale Kleinunternehmer mit einfachen Herbergen, Souvenirständen, Garküchen oder als fliegende Händler für Strandbedarf oder Ramsch vom Tourismus profitieren. Doch der so oft propagierte *trickle down effect* – der Sickereffekt von oben nach unten – bleibt aus. In zahlreichen Ländern mit einem hohen Tourismusanteil wie etwa Ägypten, Mexiko oder der Türkei ist Ähnliches zu beobachten: Diese Länder nehmen unter den Entwicklungs- und Schwellenländern zwar Spitzenpositionen ein, was Touristenzahlen und Einnahmen aus dem Tourismus betrifft. Doch ha-

ben es ihre Regierungen bislang nur ansatzweise geschafft, den Reichtum gleichmäßiger zu verteilen.

Der Tourismus in großem Stil hat weltweit zwar jede Menge Jobs geschaffen, doch auch hier gibt es krasse Gegensätze. »Einheimische verrichten vor allem einfache Dienstleistungen wie das Putzen, während Ausländer das Management besetzen«, fasst Tourismusprofessor Dirk Reiser die Situation vor allem in Entwicklungs- und Schwellenländern zusammen. Niedrige Löhne und Ausbeutung im Tourismus sind keine Ausnahme, auch nicht in entwickelten Ländern. Nicht immer ermöglichen lokale Veranstalter und Hoteliers es lokalen Angestellten, sich weiterzubilden und in besser bezahlte Positionen aufzusteigen (mehr zu den Arbeitsbedingungen im Tourismus auf S. 98).

Abhängigkeiten

»Unter dem Druck von Schuldensanierung und Strukturanpassungen haben sich viele Entwicklungsländer verpflichtet, ihre Wirtschaft immer weiter dem globalen Markt zu öffnen«, heißt es in der Untersuchung *Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern* des Studienkreises für Entwicklung und Tourismus (s. S. 227). In der Hoffnung auf schnelle Devisen und unter Auflagen der Weltbank und des Internationalen Währungsfonds haben viele Länder einseitig auf die Karte Tourismus gesetzt. Regionale und bilaterale Abkommen haben in vielen ärmeren Ländern ausländischen Investoren Tür und Tor geöffnet, die Einkommens- und Selbstbestimmungsmöglichkeiten lokaler Anbieter hingegen beschnitten. So sind in einigen Ländern Abhängigkeiten vom Tourismus entstanden.

| Land | Prozent | Land | Prozent |
|------------|---------|-------------|---------|
| Malediven | 41,5 | Türkei | 4,7 |
| Bahamas | 19,4 | Deutschland | 3,8 |
| Ägypten | 12,8 | Welt | 3,1 |
| Kroatien | 12,5 | USA | 2,6 |
| Thailand | 8,6 | China | 2,6 |
| Spanien | 4,8 | Indien | 2,2 |
| Österreich | 4,8 | Schweiz | 2,1 |

Tabelle 2.1
Anteil der direkten Tourismuseinnahmen am Bruttoinlandsprodukt in Prozent (2014), Quelle: World Travel & Tourism Council (WTTC)

Nach Angaben der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) erreicht der Anteil des Tourismus am Bruttoinlandsprodukt in Entwicklungsländern bis zu 40 Prozent, während es in entwickelten Staaten drei bis zehn

Prozent sind. Bereits im Jahr 2000 konstatierte der Journalist Norbert Suchanek in seinem Buch *Ausgebucht – Zivilisationsfluch Tourismus*: »Heutzutage sind nicht die Reisekonzerne abhängig von einem Reise-land, sondern umgekehrt.« Besonders abhängig vom Tourismus sind Inselgruppen wie die Malediven. Hier waren die direkten Tourismuseinnahmen nach Angaben des World Travel & Tourism Council (WTTC) 2014 für 41,5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts verantwortlich, bei den Seychellen für 21,3 Prozent. Zum Vergleich: In Deutschland waren es 2014 laut WTTC 3,8 Prozent, weltweit 3,1 Prozent. Für ein Drittel aller Entwicklungsländer ist der Tourismus die wichtigste Einnahmequelle.

Das bringt zwar dringend benötigte Devisen, um die oftmals horrenden Auslandsschulden zu begleichen. Doch bleiben die Touristen beispielsweise aufgrund von Terrorattacken oder Naturkatastrophen aus, kollabiert die »Monokultur« recht schnell. Besonders Entwicklungsländer, die einseitig auf Tourismus setzen, spielen daher aufgrund ihrer oftmals hohen äußeren Anfälligkeit ein riskantes Spiel. Die Urlauber stört es wenig: Sie reisen einfach ins Nachbarland oder wechseln mal eben den Kontinent.

Terror, Tourismus, Tragödie

Beispiele gibt es zuhauf – gerade in vom Tourismus stark abhängigen Ländern wie Tunesien, Ägypten, der Türkei oder Kenia. In dem ostafrikanischen Land, das in den vergangenen Jahren Ziel mehrerer terroristischer Anschläge war, versucht die Regierung den eingebrochenen Tourismusmarkt mit millionenschweren Finanzspritzen wiederzubeleben. Von 30 Charter-Airlines, die das afrikanische Land in den vergangenen Jahren anfliegen, sind Anfang 2016 gerade einmal drei übrig geblieben. Verringerte Landegebühren in Mombasa und Malindi für Charterflieger im Zeitraum Januar 2016 bis Juni 2018 sollen ebenso für einen Aufschwung sorgen wie ein »Kopfgeld« von 30 US-Dollar für jeden internationalen Passagier, der in Kenia im gleichen Zeitraum landet oder verringerte Eintrittsgebühren für Nationalparks.

In Tunesien blieben die Urlauber nach Terroranschlägen von heute auf morgen weg. Die spanische Hotelkette RIU, an der auch die TUI zu 49 Prozent beteiligt ist, zog sich im September 2015 aus Tunesien zurück. Zuvor hatte ein Attentat im Juni 2015 auf das RIU-Hotel Imperial Marhaba in Sousse, bei dem 38 Menschen starben, zu einem Einbruch der Touristenzahlen geführt. Ebenso wie bereits im März 2015 nach einem Anschlag mit 21 toten Urlaubern im Bardo-Museum in Tunis. 2015 schlossen außer den neun RIU-Anlagen mehr als 70 weitere Hotels ihre