

Kann der Tourismus wirklich zur Überwindung der Armut beitragen?

Die internationalen Tourismusorganisationen und Spitzenverbände der Branche haben in jüngster Zeit eine beachtliche Rhetorik zu „Tourismus und Armutsbekämpfung“ entwickelt und damit die Hoffnungen in diesen Wirtschaftszweig weiter geschürt. Doch nicht die grossen Worte, sondern konkrete Massnahmen für mehr globale Gerechtigkeit können bewirken, dass Entwicklungsländer heute besser am Tourismus verdienen und benachteiligte Bevölkerungsschichten in Tourismusgebieten effektiv von diesem Hoffnungsträger profitieren.

von Christine Plüss*
arbeitskreis tourismus & entwicklung Basel

Stellen Sie sich vor, Sie haben eine 17-tägige Südafrika-Rundreise gebucht: Flug mit der einheimischen Gesellschaft, Unterkunft in Hotels der gehobenen Mittelklasse, Entdeckungstouren mit lokalen Busunternehmen und Reiseleitern zu den bekannten Sehenswürdigkeiten, durch die Nationalparks und – selbstverständlich – in ein Township.

Eine Pauschalreise nach Südafrika unter der Lupe

Nur gerade 42 Prozent des stolzen Preises, den Sie für die Pauschalreise einem Schweizer Reiseveranstalter hingeblättert haben, kommen letztlich Südafrika zugute. Das zeigen neue Berechnungen des arbeitskreises tourismus & entwicklung (1). Gut ein Viertel des Reisepreises bleibt beim Schweizer Tour Operator. Die Fluggesellschaft muss zwei Drittel ihrer Einnahmen wieder ins Ausland überweisen für den Import von Kerosin und die Gebühren der Flugzeugflotte, die sie in der Schweiz geleast hat. Südafrika stellt zwar im Vergleich zu anderen Entwicklungsländern viele Güter, die im Tourismus benötigt werden, selber her. Dennoch fliesst ein erheblicher Teil der Bruttoeinnahmen der Hotels, Restaurants und Reiseveranstalter vor Ort gleich wieder ins Ausland für Erdöl, Technologien und Computer, Luxuseinrichtungen und Lizenzgebühren an die internationalen Hotelketten.

Vorsicht vor Verlustgeschäften mit Tourismus

Das Preisbeispiel bestätigt die Untersuchungen der UN-Konferenz für Handel und Entwicklung (UNCTAD), wonach Entwicklungsländer im Durchschnitt nur etwa die Hälfte des Preises, den ein Tourist in seiner Heimat für eine Ferienreise ins Ausland berappt, für sich verbuchen können. (2). Dabei gilt: Je weniger entwickelt die Wirtschaft eines Landes ist, desto mehr Güter müssen für die fremden Touristen importiert werden, desto mehr Devisen fließen ab. Kleine Inselstaaten können oft nur noch 10 Prozent oder weniger der Einnahmen aus dem Tourismus zurückhalten.

Devisenabflüsse sind aber nur ein Grund, weshalb den Entwicklungsländern heute Einnahmen am Tourismus entgehen. Im internationalen Jargon wird die Problematik mit „Leakages“ bezeichnet – ein Begriff, der mit dem deutschen „Leck“ zu tun hat und unweigerlich das Bild eines maroden Schiffsrumpfes heraufbeschwört. Die Problematik ist den entscheidenden internationalen Gremien – dem neu gebackenen UNO-Mitglied Welttourismusorganisation, der

Welthandelsorganisation, dem Internationalen Währungsfonds oder der Weltbank – durchaus bekannt. Trotzdem empfehlen sie den Ländern des Südens und des ehemaligen Ostblockes weiter, den internationalen Tourismus zu fördern, gerade auch um neue Devisen zu erwirtschaften. Resultat davon ist, dass immer mehr Länder mit vergleichbaren Angeboten – Stränden, Luxushotels und verwechselbaren Touristenattraktionen – auf den internationalen Tourismusmarkt drängen. Um in diesem Wettbewerb attraktiv zu bleiben, müssen die Tourismusländer aufwändige Infrastrukturen – Flughäfen, Strassen, Wasser- und Stromversorgung, Kanalisation etc. – bereit stellen, die weitere Löcher in Staatskasse schlagen, aber den Grundbedürfnissen der einheimischen Bevölkerung kaum Rechnung tragen. Für den Bau von „Sterne“-Hotels locken die Gastländer ausländische Investoren mit grosszügigen Bedingungen: Nebst Sicherheit und moderner Infrastruktur werden den Anlegern in der Regel Investitionsanreize wie Steuerfreiheit, freien Rücktransfer der Gewinne, Land zu günstigen Bedingungen und anderes mehr geboten. Unter dem Strich sind dies für die Staatskasse substantielle „entgangene Einnahmen“, die – so darf man sich zumindest theoretisch vorstellen – in die soziale Entwicklung, in die Gesundheit der Bevölkerung, in die Verbesserung der Lebensumstände von Armutsbetroffenen und in die Qualifizierung von Tourismusangestellten hätten investiert werden können (3).

Wenn die „Armen“ das Urlaubsvergnügen der Reichen subventionieren

Von der Konkurrenzsituation unter den Destinationen profitieren ihrerseits die großen Reiseunternehmen aus den Herkunftsländern der Touristen. Sie können die Anbieter in den Gastländern gegeneinander ausspielen, um so die günstigsten Preise auszuhandeln. Gerade wenn der Tourismus in der Krise steckt, führen solche Verhandlungen oft dazu, dass Hoteliers ihre Betten weit unter den eigentlichen Kosten verkaufen müssen, damit sie überhaupt noch zu ausländischen Gästen kommen. Denn ein schlecht bezahltes Bett ist immer noch besser, als ein leeres. Sicher – die Reisenden freuen sich über die „Schnäppchen“, und die Veranstalter halten so auch zu Krisenzeiten ihre Umsätze. Doch angesichts der „Leakages“ und unfairen Praktiken der Reiseveranstalter kommen sogar die UNCTAD-Experten zum Schluss, dass in gewissen Fällen die armen Länder und ihre Steuerzahler letztlich das Urlaubsvergnügen der reichen Touristen subventionieren.

Diese Missstände – von der UNCTAD explizit angeprangert – müssten eigentlich die Verantwortlichen aus den internationalen Organisationen und Reiseunternehmen, die heute den Tourismus lautstark als Mittel zur „Armutsbekämpfung“ propagieren (4), dazu bewegen, entsprechend griffige Massnahmen einzuleiten.

Der Ansatz der UN-Welttourismusorganisation, möglichst neue abgelegene Gemeinschaften im Ausbau des Tourismus zu bestärken, scheint allerdings ein sehr zweifelhaftes Rezept zur Linderung der Armut, müssen doch solche neuen „community“-Initiativen erst im harten Wettbewerb des globalen Reisegeschäftes bestehen. Gefragt ist vielmehr der konsequente Einsatz der internationalen Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft, gerechte finanz- und handelspolitische Rahmenbedingungen für den Tourismus zu schaffen, die auch schwächeren Anbietern einen fairen Zugang zum Markt eröffnen und lokalen Gemeinschaften ermöglichen, ihre Interessen und Rechte im Tourismus wahrzunehmen. Prioritär sind dabei die Forderungen nach konsequenten Entschuldungsmassnahmen und keinen weiteren Liberalisierungsverpflichtungen im Rahmen der Dienstleistungsverhandlungen (GATS). Angesichts des bereits weitgehend liberalisierten Tourismussektors sind zudem die mächtigen internationalen Konzerne gefordert, ihre – heute vielzitierte – unternehmerische Verantwortung gegenüber den Angestellten, aber auch der breiten Bevölkerung im Gastland wahrzunehmen. Die Stichworte dazu sind faire Arbeitsbedingungen, Schutz und gerechte Verteilung der natürlichen Ressourcen, Versorgung mit Produkten aus Landwirtschaft und (Kunst)Handwerk der Region, Respekt der Gesetze und Rechte der Einheimischen, auch auf ihre Selbstbestimmung, verläss-

liche partnerschaftliche Beziehungen und transparenter Ausweitung aller Bemühungen. Noch allerdings lässt das Verständnis sowie die Umsetzung von „Corporate Social Responsibility“ in Tourismusunternehmen zu wünschen übrig (5).

Der Faire Handel als zukunftsweisender Ansatz – auch im Tourismus!

Dass im Tourismus sehr wohl für die breite Bevölkerung einer Region, insbesondere auch für benachteiligte Bevölkerungsschichten, neue Einkommen und Entwicklungsperspektiven geschaffen werden können, das zeigen in der Praxis zahlreiche Initiativen in verschiedensten Ländern rund um den Globus. Es bleibt zwar eine grosse Herausforderung, dabei direkt die Menschen zu involvieren, die von Armut am meisten betroffen sind (6). Die Ärmsten der Armen in den Reisezielländern profitieren kaum vom Fremdenverkehr, wenn sie nicht gezielt mit Ausbildung unterstützt werden und neue Möglichkeiten erhalten, zum Beispiel als ambulante Früchte- oder Souvenirhändlerin ihre Produkte den fremden Gästen unter würdigen Bedingungen anzubieten.

Erfolgversprechende Ferienangebote richten sich in der Regel auch nicht ausschliesslich an internationale Gäste, die im Prinzip die Devisen bringen würden, die aber auch Anforderungen an den Komfort und an die interkulturelle Kompetenz der Anbieter stellen, welche diese nicht auf Anhieb erfüllen können. Hingegen zeigen viele dieser innovativen Tourismusprojekte auf, wie Natur und Umwelt im Tourismus schonend in Wert gesetzt und wie knappe Lebensgrundlagen auch bei Interessenkonflikten im Tourismus gerecht verteilt werden können, wie Wissen um Natur- und Kulturerbe neu belebt werden kann, wie Bäuerinnen und Fischer neue Absatzmärkte finden. Gemeinsam ist all diesen Tourismusvorhaben, dass sie nur nachhaltig Erfolg zeitigen, wenn sie die ansässige Bevölkerung von Anfang an in die Entwicklung miteinbeziehen.

Demokratie als Ausdruck von Mitbestimmung und Partizipation ist denn auch einer der sechs Schlüsselbegriffe, aus denen „Fair Trade in Tourism South Africa“ (FTTSA) die Kriterien des ersten Gütesiegels für faire Tourismusprojekte abgeleitet hat (7). Die vielversprechende Initiative aus Südafrika, die seit Oktober 2003 bereits rund dreissig Tourismusanbieter – vom „Community“-Projekt über die Township-Tour bis zur luxuriösen Safari-Lodge – auf den Fairen Handel im Tourismus ausgezeichnet hat, setzt Standards und erprobt in der Praxis, wie Tourismusangebote effektiv auf ihre soziale Verträglichkeit und Einkommenswirksamkeit für die breite Bevölkerung überprüft werden können.

Wären beispielsweise auf der Pauschalreise nach Südafrika, die auf ihren Deviseneffekt untersucht wurde, FTTSA-zertifizierte Angebote berücksichtigt gewesen, hätten wir jetzt die Gewissheit, dass sich die in Südafrika verbleibenden Einkünfte zumindest gerechter in der Bevölkerung verteilen. In der Schweiz, in vielen Ländern Europas, wo sich Produkte aus dem Fairen Handel steigender Beliebtheit erfreuen, werden die mit dem Fair-Label ausgezeichneten Tourismusangebote bei den VerbraucherInnen mit Sicherheit auf viel Interesse stossen (8).

Derweil sollten sich die Verantwortlichen aus den internationalen Gremien und Spitzenverbänden der Wirtschaft schleunigst überlegen, was sie selber zur fairen Ausgestaltung der Handelsbeziehungen im Tourismus beitragen können und wie sie insbesondere auch die Mitbestimmung und Partizipation der Betroffenen gewährleisten wollen. Ihre hochtrabenden Pläne, mit Tourismusförderung die Armut zu „bekämpfen“, riskieren sonst, vollends die Glaubwürdigkeit zu verlieren.

Fussnoten:

- 1) Marianne Frei: *fair unterwegs in Südafrika und Namibia. Ein Reiseleitfaden*, Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung Basel, 2002
- 2) David Diaz Benavides: *The Sustainability of International Tourism in Developing Countries*, UNCTAD-Report presented by at a Seminar on Tourism Policy and Economic Growth, OECD, Berlin 6-7 March, 2001, www.oecd.org/dsti/sti/transport/tourism/news/UNCTAD.pdf
- 3) Marianne Hochuli, Christine Plüss: *Das WTO-Dienstleistungsabkommen GATS und die Förderung eines nachhaltigen Tourismus in Entwicklungsländern – ein Widerspruch*, Oktober 2004, www.fairunterwegs.org/Themen
- 4) UN World Tourism Organization: *Sustainable Tourism – Eliminating Poverty (ST-EP)*, www.unwto.org
- 5) KATE, EED Tourism Watch, ACSUD: *Corporate Social Responsibility (CSR): Tourismusunternehmen in globaler Verantwortung*, 2006, www.kate-stuttgart.org;
Angela Kalisch: *Corporate Futures. Social Responsibility in the Tourism Industry*, Tourism Concern, London, 2002, www.tourismconcern.org.uk
- 6) vgl. dazu die Studien auf www.propoortourism.org
- 7) Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA), www.fairtourismsa.org.za
- 8) vgl. dazu die Auswertung der ersten Sensibilisierungskampagne zum Fairen Handel im Tourismus unter „fair unterwegs“ auf www.akte.ch

* Christine Plüss ist promovierte Historikerin und Geschäftsführerin des Arbeitskreises tourismus & entwicklung Basel