

Christine Plüss: «Brotrevolten vor Fünf-Sterne-Hotels sind eine verhängnisvolle Entwicklung.»
Foto: Thomas Entzeroth



«Es sind die Grossen, die in der Verpflichtung stehen»

Vom roten Tuch zum respektierten Partner: Wie schaffte Christine Plüss die heute allgemeine Akzeptanz des Arbeitskreises Tourismus & Entwicklung in der Branche? **Von Beat Eichenberger**

«Die fehlende Information ist eine Unterlassungssünde.»

Frau Plüss, wo fahren Sie jeweils in die Ferien?

Das mag für die Branche enttäuschend klingen: Ich verbringe meine freie Zeit meist im Südtesin, wo ich über eine zweite Bleibe verfüge. Das ist für mich der beste Ausgleich.

Haben Sie denn nie Lust, einmal etwas ganz «Unvernünftiges» wie eine Fernreise per Flugzeug zu unternehmen?

Nach der Matura packte mich das Reisefieber, das ich als Reiseleiterin jahrelang ausleben konnte. Heute bin ich als Geschäftsführerin des Arbeitskreises viel unterwegs an Kongressen, meist in Europa, wo ich immer mit der Bahn anreisen kann. Höchstens einmal pro Jahr unternehme ich eine Fernreise zum Besuch von Partnern, die ich jeweils mit Besichtigungen und Studien vor Ort verknüpfe. Deshalb habe ich kaum das Bedürfnis, weitere private Ferienreisen zu machen.

Sind Sie denn der Gutmensch der Branche?

(Lacht) Nein, überhaupt nicht! Mit der Lust am Reisen tappe ich in die gleichen Fallen wie

jedermann. Ich habe aber das grosse Glück, dass ich beim Arbeitskreis genau das tun kann, was mich bereits während der Jahre als Reiseleiterin und des Studiums am meisten interessiert hat: Mich kritisch mit entwicklungspolitischen Fragen des Tourismus auseinanderzusetzen.

Wer und was ist eigentlich der Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung?

Der Verein wurde 1977 nach der ersten Ölkrise gegründet, zu einer Zeit, als der Fern-tourismus auf breiter Ebene anzog und erstmals kritische Fragen aufgeworfen wurden. Zu den Gründern gehörten die Erklärung von Bern und weitere entwicklungspolitische Institutionen, zudem sensibilisierte Reiseveranstalter wie der SSR und Privatpersonen. Der Arbeitskreis wurde als Fachstelle positioniert, welche die durch den Tourismus verursachten Probleme in den bereisten Ländern analysiert und darüber informiert. Die Thematik war neu und stiess in den Anfangsjahren auf viel Beachtung, wobei engagierte Persönlichkeiten wie der langjährige Sekretär Ueli

Mäder oder Jost Krippendorf von der Uni Bern viel dazu beitragen.

Sie sind seit 1988 beim Arbeitskreis, seit 2001 als Geschäftsführerin. Wie viel Geld steht dem Verein für seine Aufgaben zur Verfügung?

Unser Budget ist sehr bescheiden und beträgt in diesem Jahr 371'000 Franken. Der grösste Teil wird für die Lohnkosten aufgewendet – wir sind ein Team von sechs Teilzeit-Mitarbeitenden mit insgesamt 250 Stellenprozent; ich belege offiziell ein 80%-Pensum. Unsere Arbeit umfasst die Aufarbeitung von Informationen und darauf basierend der ständige kritische Dialog mit der Reisebranche, der Politik und der Öffentlichkeit – typische Lobbyarbeit einer NGO (Non-Governmental Organization). Im Zentrum der Aktivitäten steht dabei das 2006 lancierte Informationsportal www.fairunterwegs.org.

Und wie wird dieses Portal genutzt?

Wir zählen heute rund 30'000 Besucher pro Monat. Das ist mehr, als uns bei der Lancierung Kritiker zutrauten – aber wir möchten natürlich noch mehr Interesse generieren.

Dazu müsste das Portal auch breit mit den Reisebüros und Veranstaltern verlinkt sein.

Ja, das wäre sehr wichtig, denn wir haben viele Informationen im Portal explizit für die Reisebranche zum Ausdrucken bereitgestellt. Der Schweizerische Reisebüro-Verband hat uns bei der Lancierung des Portals viel geholfen, und das schätzen wir. Ich hoffe aber, dass wir auch weiterhin gemeinsame Aktionen durchführen können – der Verband könnte entscheidend dazu beitragen, dass www.fairunterwegs.org in der ganzen Branche bekannt und aktiv genutzt wird.

Eben: Man hat nicht das Gefühl, dass die Anliegen des Arbeitskreises in der Branche einen sehr grossen Stellenwert geniessen.

Das hat sich im Vergleich zu früher, als der Arbeitskreis in der Branche als rotes Tuch wirkte, markant verändert. Aufgeklärte Profis haben längst erkannt, dass die Kritik des Arbeitskreises mithelfen kann, ein Unternehmen zu profilieren.

Dr. Christine Plüss

Nach der Matura arbeitete Christine Plüss kurz in der Hotellerie und danach etliche Jahre als Reiseleiterin in verschiedenen Destinationen rund um die Welt. Diese Tätigkeit übte sie auch während des Studiums aus, das sie 1986 in Paris mit einer Dissertation über den Tourismus auf den Malediven abschloss. Seit 1988 ist Christine Plüss für den Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung (Akte) mit Sitz in Basel tätig, seit 2001 als Geschäftsführerin.

Es fand ein Sinneswechsel statt, und die Zusammenarbeit mit der Branche ist intensiver als früher. So vertreiben wir auch die «Sympathie»-Magazine und geben Postkarten und Infomaterial ab, welche die Reisebüros verteilen können.

Welche Rolle sprechen Sie den Veranstaltern zu? Nehmen diese ihre Verantwortung in Bezug auf die Zielländer eigentlich wahr?

Grosse Veranstalter wie etwa die TUI in Hannover oder Hotelplan in der Schweiz haben schon in den 90er-Jahren solche Themen aufgegriffen – Kuoni geht seit einiger Zeit ähnlich seriös damit um. Auch viele kleinere Spezialisten sind seit jeher stark engagiert, während ich im mittleren Veranstalter-Segment nach wie vor Schwächen erkenne. Dort, wo Projekte umgesetzt werden, gibt es allerdings oft ein Problem: Kaum jemand kriegt es zu wissen. Die fehlende Information ist eine Unterlassungssünde.

Was erwarten Sie von den Veranstaltern?

In den Katalogen wird zum Beispiel nicht konsequent darauf hingewiesen, dass die Hotels auf ihr Umweltmanagement hin geprüft werden. Solche Hinweise würden viel zur Sensibilisierung im breiten Publikum beitragen, denn das können wir vom Arbeitskreis mit unseren beschränkten Mitteln und Ressourcen nicht tun. Hätten Coop und Migros nicht die Fairtrade-Marke Max Havelaar intensiv beworben, wäre diese nie so bekannt geworden wie heute. Es sind die Grossen, die in der Verpflichtung stehen – sie haben die Mittel und Möglichkeiten dazu.

Kuoni hat mit Ananea eine neue Produktlinie kreiert, welche gewisse Aspekte der Nachhaltigkeit aufgreift – ist das der neue Weg?

Ananea mag als Pilotversuch seine Berechtigung haben, doch einige hochpreisige Vorzeigeprodukte allein sind nicht der Weg. Ökologie darf nicht vom Preis abhängen und wir sollten auch nicht eine der grössten Errungenschaften des Tourismus, die Demokratisierung des Reisens, rückgängig machen. Es geht letztlich darum, dass der Massentourismus verträglicher wird. Unsere Zielvorstellung lautet, dass sämtliche Hotels im Mittelmeerraum öko- und sozialverantwortlich geprüft werden – das muss zum selbstverständlichen Standard werden, der ebenso wie die Ausstattung der Zimmer in den Katalog gehört. Man kann nicht von den Kunden erwarten, dass sie sich selber mühsam solche Infos zusammensuchen.

Das ist doch gerade das Problem: Es gibt so viele Aspekte im Themenkreis Umwelt, Nachhaltigkeit und Bereiste, dass man vor lauter Bäumen den Wald nicht mehr sieht. Was hat aus Ihrer Sicht eigentlich Priorität?



Christine Plüss: «Es ist das kurzfristige Denken, das Veränderungen verhindert.»



Plüss: «Im mittleren Veranstalter-Segment erkenne ich nach wie vor Schwächen.»

«Ökologie darf nicht vom Preis abhängen.»

Es ist tatsächlich unsere Aufgabe, die grosse Vielfalt der Themen auf einfache, griffige Merkpunkte herunterzubrechen. Wir haben das etwa mit den fünf Faustregeln fürs Handgepäck getan: «Fairer Austausch», «Nutzen für die Einheimischen», «Faire Preise», «Respekt vor Lebensgrundlagen» und «Zeit nehmen». Die fünf Faustregeln, witzig illustriert vom Cartoonisten Pfuschi und mit konkreten Hinweisen und praktischen Infos ergänzt, sind das Kernstück unserer Fair-Tipps auf dem Reiseportal.

Diese Merkmale spiegeln die entwicklungs-politische Grundposition des Arbeitskreises. Wie haben sich die Blickwinkel über die Jahre verändert?

Die Solidarität mit den Benachteiligten in Tourismusgebieten war immer – und ist unverändert – unser Leitsatz. Die einzelnen Themen verändern sich natürlich über die Jahre: Früher hat man mehr über die Zerstörung der Kulturen gesprochen, über die Menschen- und Arbeitsrechte der «Bereisten», der Frauen, Kinder und indigenen Völker. In den 80er- und 90er-Jahren kamen Umweltthemen hinzu, dann die Klimadebatte. Heute steht die Liberalisierung und Globalisierung mit ihren gigantischen Spekulationen um Grundstücke und Immobilien im Vordergrund. Dabei geht es um komplexe Zusammenhänge, welche die Rolle des Tourismus als Mittel gegen die Armut in Frage stellen.

Ist denn nicht ein Job im Tourismus überall auf der Welt besser als Arbeitslosigkeit?

Lassen Sie mich eine grundsätzliche Aussage einschleusen: Die Informationen, die wir seit

Jahren weltweit sammeln und analysieren, zeigen klar: Der Tourismus wirkt sich grösstenteils negativ auf die Umwelt und die Menschen vor Ort aus. Punkt. Das Argument, der Tourismus schaffe Jobs und Wertschöpfung, gehört seit Jahren zur Rhetorik der Tourismusförderer. Nur: Die Beispiele, wo die Einheimischen tatsächlich vom Tourismus profitiert haben und ihr Leben verbessern konnten, sind nachweisbar die Ausnahme. So haben zum Beispiel auf den Malediven die Einheimischen kaum etwas vom Tourismus-Boom, was ich bereits in meiner Dissertation belegen konnte.

Gibt es auch Erfolgsmeldungen – Themen, die sich durchgesetzt haben und heute allgemein akzeptiert und anerkannt sind?

Natürlich. Nehmen wir das Beispiel der Ausbeutung der Kinder: Bereits Ende der 80er-Jahre haben wir erkannt, dass sich der Sextourismus wegen Aids verstärkt auf Kinder verlagert – ein Drama. Die Reisebranche hat vorerst die Verantwortung weit von sich gewiesen und erklärt, das liege in der Verantwortung der Reisenden. Heute ist die Unterzeichnung des Code, des Verhaltenskodex zum Schutze der Kinder vor sexueller Ausbeutung, für jeden seriösen Veranstalter ein «must» – da fand innert 10, 15 Jahren ein grundlegender Sinneswandel statt. Nun muss noch die interne Schulung und die Kontrolle der Hotels greifen, damit nicht nochmals die «Rundschau» das Thema aufgreifen muss ...

Nun herrscht derzeit Krise, und da gilt gemäss Brecht: Zuerst kommt das Fressen, dann die Moral. Werden in der Reisebranche Nachhaltigkeitsthemen derzeit nicht der strengen ökonomischen Lage geopfert und schubladisiert?

Das ist tatsächlich eine Gefahr, wäre aber gleichzeitig eine verpasste Chance. Wir müssen jetzt aus der Krise lernen, etwa in Bezug auf das Wachstum: Wie kann man im Tourismus qualitativ bestehen? Oder die Frage von Kapazität und Preis: Wie kann man verhindern, dass die Angebote unter ihrem Wert verschleudert werden? Aktuell steht im Dezember die Nachfolgekonferenz des Kyoto-Protokolls in Kopenhagen auf der Agenda: Werden ab 2012 auf Flug- und Schiffsreisen obligatorisch CO₂-Abgaben erhoben? Das wird zu einem grossen Thema für die Reiseindustrie. Und noch ein Aspekt: Die Finanz- und Wirtschaftskrise droht in Entwicklungsländern soziale Unruhen auszulösen. Brotrevolten vor Fünf-Sterne-Hotels wie kürzlich in Ägypten, Mexiko oder der Dominikanischen Republik sind eine verhängnisvolle Entwicklung. Es ist das kurzfristige Denken, das Veränderungen verhindert.

tm