Antje Monshausen, Leiterin von Tourism Watch bei Brot für die Welt, beschäftigt sich mit Themen wie Menschenrechte, Klimagerechtigkeit und Resilienz in Destinationen.

HERMANN BREDEHORST, BROT FÜR DIE WELT

INTERVIEW MIT ANTJE MONSHAUSEN, BROT FÜR DIE WELT

„Für Autokraten ist der Tourismus hochpolitisch“

OLIVER GRAUE

Russlands Angriffskrieg gegen die Ukraine macht das Thema erneut aktuell: Darf man Reisen in Staaten anbieten, die Krieg führen, autokratisch regiert werden und elementare Menschenrechte nicht beachten? Hinzu kommt: Auch im Tourismus verstoßen etliche Staaten massiv gegen Prinzipien der sozialen Gerechtigkeit. Wie sollte die Branche damit umgehen? Antje Monshausen leitet die Arbeitsstelle Tourism Watch bei Brot für die Welt. Zugleich ist sie Vorsitzende des Roundtable Human Rights in Tourism, der die Touristik bei der Umsetzung von Menschenrechtsstrategien unterstützt. fvw|TravelTalk hat mir ihr gesprochen.

Frau Monshausen, welche Folgen hat die Corona-Pandemie für die Menschenrechtslage im Tourismus?
Corona hat klar zu einer Verschlechterung der Menschenrechtslage weltweit geführt – gerade in Ländern des globalen Südens, wo es keine Schutz- und Unterstützungsmechanismen gab. Viele Menschen haben deshalb das Tourismussegment verlassen. Jetzt beim Neustart sehen wir, dass der Fachkräftemangel auf der einen Seite hoffentlich zu einer Verbesserung der Arbeitsbedingungen führt. Auf der anderen Seite wächst aber auch der informelle prekäre Sektor, weil neue digitale Geschäftsmodelle wie Free Walking Tours und Online-Fahrdienste boomen. Und in einigen Destinationen nimmt auch das Outsourcing wieder zu.

Aber wächst nicht gleichzeitig das Interesse der Reisenden an nachhaltigem Tourismus – auch durch Corona hervorgerufen?
Das stimmt. Nicht erst seit Corona, aber nun noch stärker, nehmen wir wahr, dass Gäste im Urlaub Gutes tun und Land und Leute intensiver erleben wollen. Philantrotourism, Engagement-Tourismus und Voluntourismus nehmen zu, ebenso das Interesse an Projektbesuchen. Eigentlich eine gute Entwicklung, aber zugleich sind Veranstalter noch mehr gefragt, etwa Risiken für Kinder anzugehen, damit diese nicht Opfer von Ausbeutung und sexualisierter Gewalt werden. Denn Reisende können sich bei diesen Angeboten auch Zugang zu Kindern verschaffen.

Menschenrechte achten: Das klingt kompliziert und teuer …
… es ist Voraussetzung für langfristigen unternehmerischen Erfolg! Wer existenzsichernde Löhne zahlt, verringert die Fachkräftefluktuation und verbessert so sein Produkt. Wer sich vor Ort engagiert und etwa Dialoge zwischen Hotelbesitzern und Fischereifamilien moderiert, anstatt die Proteste vor Ort zu ignorieren, wird seinen Kunden positive Erlebnisse im Urlaub ermöglichen.

Beachten Reiseveranstalter die Menschenrechte denn hinreichend?

Einige Unternehmen sind bereits sehr weit. Aber für die Mehrheit bedeutet soziale Verantwortung weiterhin Charity, also die finanzielle Unterstützung von Initiativen und Projekten. Das ist wichtig und richtig, aber es ersetzt keine systematische Menschenrechtsstrategie im Unternehmen. Eine Schule zu fördern etwa ist nur sinnvoll, wenn gleichzeitig die Eltern im Tourismus gute Löhne bekommen, damit sie ihre Kinder zur Schule schicken statt auf die Straße zum Verkaufen von Souvenirs.

Was können Veranstalter tun, damit die Menschenrechte entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingehalten werden?
Referenzrahmen sind die Uno-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, die UNGP. Sie beschreiben, was Unternehmen tun müssen, um ihrer Verantwortung für Menschenrechte gerecht zu werden. In jedem Fall müssen sie die Folgen ihrer Tätigkeit auf die Menschenrechte analysieren und auf Risiken reagieren. Das bezieht sich nicht nur auf das Unternehmen selbst, sondern auch auf die Dienstleister und Vertragspartner in den Destinationen. Lange Zeit galten die UNGP in Deutschland nur auf freiwilliger Basis. 2023 tritt aber das Lieferketten-Sorgfaltspflichten-Gesetz in Kraft. Dann wird die Umsetzung für große Unternehmen verpflichtend. Doch auch Mittelständler sollten sich am gesetzlichen Rahmen orientieren.

Gemeinsam mit Veranstaltern engagieren Sie sich als Vorsitzende im Roundtable Human Rights in Tourism. Wie unterstützt er praktisch?
Der Roundtable unterstützt Unternehmen bei den ersten Schritten zum Aufbau von Menschenrechtsstrategien und Risikoanalysen. Er veranstaltet regelmäßig Webinare zur Umsetzung der UNGP, entwickelt Schulungsangebote und Materialien und bündelt relevantes Fachwissen für Reiseveranstalter. Auch ermöglicht er den Mitgliedern gemeinsame Projekte in den Destinationen wie etwa die beiden Human Rights Impact Assessments in Myanmar und Thailand, die kurz vor Corona stattfanden. Aktuell beschäftigen wir uns mit destinationsbezogenen Beschwerdemechanismen: Nur wo die Menschen Zugang zu Dialog- und Beschwerdeverfahren haben, können sie effektiv ihre Rechte einfordern. Gerade hat sich zudem eine Arbeitsgruppe gebildet, die sich mit der Verantwortung von Touristikern in autoritären Staaten auseinandersetzt.

Durch Russlands Krieg gegen die Ukraine ist das ein sehr aktuelles Thema. Werden Reiseveranstalter, die in autokratischen Staaten aktiv sind, zu Komplizen von Menschenrechtsverletzungen?
Das Geld der Reisenden hat eine stabilisierende Wirkung auf Diktaturen und autokratische Regime. Sie profitieren von den Einnahmen aus dem Tourismus, aber auch von einem positiven Image, das Reisende in die Welt tragen. So entsteht eine Akzeptanz für Unterdrückung und Gewalt, die von diesen Staaten ausgeht. Gleichzeitig ist der Tourismus bisweilen auch ein Fenster zur Welt für die Menschen, die in diesen Staaten leben. Von daher gilt es, Strategien zu entwickeln, damit möglichst wenig Geld in die Staatskassen und Privatschatullen der Herrscher fließt und möglichst viel zu den Menschen gelangt. Wo jedoch kein freies selbstständiges Unternehmertum existiert oder keine Möglichkeit besteht, sich vor Ort ohne staatliche Überwachung zu bewegen, profitiert der Staat in jedem Fall mehr als die Menschen.

Was sollten Veranstalter und Reisebüros denn beachten, wenn sie Urlaub in einem Land mit kritischer Menschenrechtslage anbieten?
Gerade bei Ländern mit problematischer Menschenrechtslage, die neu auf den touristischen Markt drängen wie aktuell Saudi-Arabien, sollten unab- ➡

hängige Analysen Schwachstellen und Risikopotenziale beschreiben, die angegangen werden müssen, bevor der Tourismus Fahrt aufnimmt. Firmen haben nicht zuletzt durch das Lieferkettengesetz die Verpflichtung, dies auch von den Regierungen der Reiseländer zu fordern. Denn eine problematische Menschenrechtssituation vor Ort entbindet die Unternehmen nicht von ihrer eigenen Sorgfaltspflicht. Wenn die Reisebranche sich geschlossen hinter die Forderung nach solchen Human Rights Impact Assessments stellt, dann kann dies auch bei strukturellen Missachtungen der Menschenrechte zu Veränderungen führen.

„Andere Branchen gehen die Transformation proaktiver und optimistischer an."

Früher hat man gesagt, dass Tourismus auch für einen politischen Wandel sorgen kann. War das eine Fehleinschätzung? Die Zahl der autokratischen Regime wächst ja.
Die touristischen Entscheidungsträger haben es sich zu leicht gemacht, indem sie sich darauf verlassen haben, dass politische Krisen schnell wieder vergessen werden. Ich denke da an Länder wie die Türkei, Ägypten oder Thailand. Für die Regierungen dieser Länder aber ist der Tourismus hochpolitisch, denn er dient ihrer Macht und sichert sie. Wenn sich die Tourismuswirtschaft darauf zurückzieht, Reisen habe nichts mit Politik zu tun, dann macht sie es den Autokraten dieser Welt sehr leicht. Ein Boykott ist dabei keine Lösung. Aber es bedarf einer klaren Haltung, unter welchen Bedingungen Reisen angeboten werden, anstatt Business-as-usual.

Zum Thema Fairness: Manche sehen einen Widerspruch zwischen ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit. Soll heißen: Ein ökologisch gerechtfertigter Verzicht auf Fernstrecken schädigt Menschen, die auf den Tourismus angewiesen sind. Lässt sich das lösen?
Es wäre falsch, die Frage der ökologischen und der sozialen Gerechtigkeit gegeneinander auszuspielen. Sie hängen untrennbar zusammen. Für Menschen, die von der Klimakrise betroffen sind, ist es eine soziale und wirtschaftliche Katastrophe, wenn etwa wegen des steigenden Meeresspiegels das Hotel schließt, in dem sie arbeiten. Wenn andersherum für den Tourismus Fischerfamilien vertrieben werden und diese dann illegal in Schutzgebieten fischen müssen, wird aus einer sozialen Krise auch eine ökologische. Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung verbindet das Ökologische und Soziale miteinander. Es bedeutet, Produkte so zu gestalten, dass sie ökologisch möglichst wenig schaden und wirtschaftlich und sozial den höchsten Nutzen stiften. Konkret heißt das für den Tourismus etwa: auf der Kurz- und Mittelstrecke Flugreisen vermeiden, weil sie auf der Langstrecke nicht vermeidbar sind.

Was kann die Branche tun, um die Situation zu verbessern?
Jedes einzelne Unternehmen hat eine Verantwortung. Natürlich wird es autokratische Herrscher nicht im Alleingang dazu bringen, den Pfad der Rechtsstaatlichkeit einzuschlagen. Und wer heute Spanien per Zug anbietet, erreicht damit sicherlich nicht den Massenmarkt, der „seine" Flugreise dann einfach anderswo bucht. Diese Beispiele zeigen: Es braucht Koordination in der Branche. Wer könnte das besser als die Verbände, die sich dafür zu aktiven Transformationsgestaltern weiterentwickeln müssten? Ich sehe leider, dass diese Transformation in anderen Branchen proaktiver und optimistischer angegangen wird als im Tourismus.

Muss auch die Politik stärker in die Pflicht genommen werden?
Die Transformation, vor der auch der Tourismus steht, wird das kluge Begleiten der Politik benötigen. Beim Lieferkettengesetz ist sie einen ersten Schritt gegangen, der hoffentlich schon bald durch ein ambitionierteres EU-Gesetz weiterentwickelt wird. Gerade in der Klimapolitik, wo der Tourismus stark unter dem Radar fliegt, muss sie noch mehr Gestaltung übernehmen. So werden allein in Deutschland jährlich zwölf Milliarden Euro klimaschädigende Subventionen in den Flugverkehr gesteckt, und Europas Schienenverkehr ist noch immer nicht vereinheitlicht. Zudem kann sie Buchungen positiv beeinflussen, indem sie glaubwürdigen Nachhaltigkeitszertifikaten ein Siegel verleiht, dem Reisende vertrauen können. **fvw**

Für Menschenrechte im Tourismus

Vor zehn Jahren schlossen sich Vertreter der Reisebranche zum **Roundtable Human Rights in Tourism** zusammen – damals noch unter dem Namen „Menschenrechte im Tourismus". Inzwischen gehören dem gemeinnützigen Verein elf Reiseveranstalter, sechs Tourismusverbände, acht Nichtregierungsorganisationen, sieben Multiplikatoren und Institutionen und zwei Zertifizierer an. Sie stammen aus sechs Ländern. Vorsitzende des Roundtable sind Antje Monshausen (Tourism Watch bei Brot für die Welt) und Tony Reyhanloo (DER Touristik Suisse). Ziel des Vereins ist es, alle im Tourismus tätigen Anbieter so mit **Informationen und Best Practices** zu unterstützen, dass diese etwaige Menschenrechtsverletzungen entlang der gesamten Lieferkette in ihrem Geschäftsbetrieb erkennen, verhindern und beheben können. Weitere Informationen finden sich auf **humanrights-in-tourism.net**.