wirtschafts
wissenschaften
htw saar

Hochschule für
Technik und Wirtschaft
des Saarlandes
University of
Applied Sciences

Internationales Tourismus-Management B.A.

Bachelorthesis

BITM-691/Bachelor-Abschlussarbeit

„Menschenrechtliche Sorgfaltspflichten im Tourismus – Eine qualitative Untersuchung kleiner und mittlerer Unternehmen im Kontext aktueller regulatorischer Entwicklungen“

Hannah Alja Laschefski
Ahornstraße 9, 81547 München
hannah.laschefski@web.de
Matrikel-Nr.: 5004279
Betreuende Dozentin: Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Abgabedatum: 29.08.2025

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich herzlich bei allen bedanken, die zum Gelingen dieser Bachelorarbeit beigetragen haben.

Mein besonderer Dank gilt meiner betreuenden Professorin Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel für ihre kompetente Unterstützung, die wertvollen Anregungen und motivierenden Gedanken während des Arbeitsprozesses.

Ebenso danke ich den Expert:innen, die sich die Zeit genommen haben, in den Interviews ihre Erfahrung und ihr Wissen zu teilen. Durch ihre Offenheit und Bereitschaft konnte ich wertvolle Erkenntnisse für meine Arbeit gewinnen.

Darüber hinaus bedanke ich mich bei meiner Familie und meinen Freunden für ihre Unterstützung und Ermutigung während der Entstehung dieser Arbeit.

Inhaltsverzeichnis

I. Abbildungsverzeichnis ... III
II. Tabellenverzeichnis ... IV
III. Abkürzungsverzeichnis ... V
1 Einleitung ... 1
1.1 Problemstellung und Relevanz ... 1
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen ... 2
1.3 Aufbau der Arbeit ... 3
2 Grundlagen ... 4
2.1 Definition von Menschenrechten ... 4
2.2 Richtlinien zur Wahrung von Menschenrechten ... 5
2.2.1 UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte ... 5
2.2.2 Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz ... 6
2.2.3 Corporate Social Responsibility ... 6
2.2.4 Corporate Sustainability Due Diligence Directive ... 7
2.3 Menschenrechtliche Sorgfalt in KMU im Tourismus ... 7
2.3.1 Strukturelle Besonderheiten von KMU im Tourismus ... 7
2.3.2 Die Komplexität touristischer Wertschöpfungsketten ... 8
2.4 Initiativen zur Einhaltung von Menschenrechten ... 9
2.4.1 Roundtable Human Rights in Tourism ... 9
2.4.2 Forum Anders Reisen ... 9
2.4.3 TourCert ... 10
2.4.4 Tourism Watch ... 10
2.4.5 Futouris ... 10
2.4.6 ECPAT Deutschland ... 10
3 Methodik ... 12
3.1 Primär- und Sekundärforschung ... 12
3.2 Qualitative und Quantitative Forschung ... 13
3.3 Induktion und Deduktion ... 13

3.4 Datenerhebungsmethode ... 14
3.5 Fallauswahl ... 14
3.6 Leitfaden ... 15
3.7 Auswertungsverfahren ... 15
3.8 Gütekriterien qualitativer Forschung ... 16
4 Datenanalyse ... 18
4.1 Durchführung der Interviews ... 18
4.2 Durchführung der Datenaufbereitung ... 21
4.3 Durchführung der Auswertung ... 21
4.4 Ergebnisdarstellung nach Kategorien ... 22
4.4.1 K1: Bedeutung von Menschenrechten ... 22
4.4.2 K2: Herausforderungen ... 24
4.4.3 K3: Chancen ... 27
4.4.4 K4: Gesetzliche Rahmenbedingungen ... 29
4.4.5 K5: Unterstützungsangebote ... 32
4.4.6 K6: Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung in KMU ... 35
4.4.7 K7: Zukunftsperspektiven und Wünsche ... 39
5 Diskussion ... 43
6 Fazit ... 49
6.1 Reflexion des Vorgehens ... 49
6.2 Beantwortung der Forschungsfragen ... 49
6.3 Kritische Betrachtung & Ausblick ... 50
6.4 Handlungsempfehlungen ... 51
IV. Literaturverzeichnis ... 53
Anhang ... 59

I. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Überblick über das Wertschöpfungssystem Tourismus 9

II. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: KMU-Größenklassen 8

Tabelle 2: Übersicht Interviews 20

III. Abkürzungsverzeichnis

AEMR	Allgemeine Erklärung der Menschenrechte
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
CSDDD	Corporate Sustainability Due Diligence Directive
CSR	Corporate Social Responsibility
ECPAT	End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes
EU	Europäische Union
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
LkSG	Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz
NGO	Nichtregierungsorganisation (Non-Governmental Organisation)
UN	Vereinte Nationen (United Nations)
UNGPs	UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (UN Guiding Principles on Business and Human Rights)

1 Einleitung

Die Bedeutung der Wahrung von Menschenrechten hat in den letzten Jahren sowohl auf politischer als auch gesellschaftlicher und unternehmerischer Ebene erheblich zugenommen. Mit der Verabschiedung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (UNPGs) durch die Vereinten Nationen (UN) im Jahr 2011 wurde ein internationaler anerkannter Rahmen geschaffen. Dieser fordert Unternehmen unabhängig von Größe, Branche oder Standort dazu auf, die Menschenrechte zu achten und entsprechende Sorgfaltsrichtlinien freiwillig wahrzunehmen.[1]

In zahlreichen nationalen Aktionsplänen wurde dieser Rahmen konkretisiert. In Deutschland ist er unter anderem durch das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) seit Januar 2023 rechtlich verankert. Seit Januar 2024 verpflichtet das LkSG Unternehmen ab einer Größe von 1000 Mitarbeitenden dazu, menschenrechtliche Risiken in ihren Lieferketten zu identifizieren, zu minimieren und zu vermeiden.[2]

In Deutschland stellen kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit über 99% den überwiegenden Teil aller Unternehmen dar.[3] Für den spezifischen Anteil touristischer KMU liegen keine verlässlichen statistischen Daten vor, jedoch wird sowohl in Deutschland als auch weltweit von einem ähnlich hohen Anteil in der Tourismusbranche ausgegangen.[4] Viele dieser touristischen KMU fallen bislang nicht direkt unter das LkSG, manche sind jedoch als Teil globaler Wertschöpfungsketten indirekt betroffen. In der vorliegenden Arbeit bezieht sich der Begriff KMU stets auf deutsche touristische KMU, sofern nicht anders angegeben.

1.1 Problemstellung und Relevanz

Der Tourismussektor hat weltweit eine erhebliche wirtschaftliche Bedeutung. Im Jahr 2024 trug er rund 10 % zum weltweiten Bruttoinlandsprodukt bei.[5]

Gleichzeitig steht die Branche vor vielfältigen menschenrechtlichen Herausforderungen, wie problematische Arbeitsbedingungen, geringe Entlohnung, Diskriminierung und die Einhaltung von Kinderrechten. Aufgrund dieser bestehenden Probleme wächst der

[1] Vgl. *United Nations*, Guiding Principles on Business and Human Rights, 2011, S. 1.
[2] Vgl. *Bundesministerium der Justiz,* Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz-LkSG, 2021, o. S.
[3] Vgl. *Statistisches Bundesamt (Destatis),* Kleine und mittlere Unternehmen, 2025, o. S.
[4] Vgl. *Deutsches Globales Netzwerk,* Leitfaden für Multiplikator:innen, 2017, S. 5.
[5] Vgl. *World Travel and Tourism Council,* Travel and Tourism Economic Impact Research, 2025, o. S.

öffentliche und politische Druck auf Unternehmen, entlang der touristischen Lieferkette ihre menschenrechtliche Sorgfaltspflicht wahrzunehmen.[6]

KMU sind bislang rechtlich nicht dazu verpflichtet menschenrechtliche Sorgfaltspflichten einzuhalten, können sich dazu jedoch freiwillig verpflichten menschenrechtliche Verantwortung zu übernehmen. Häufig verfügen sie über eingeschränkte finanzielle und personelle Ressourcen, um diese Thematik umfassend umzusetzen. Gleichzeitig verschaffen ihnen ihre strukturellen Merkmale, wie die überschaubare Betriebsgröße den Vorteil, engere Lieferbeziehungen zu pflegen und dadurch mehr Transparenz zu ermöglichen.[7]

1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen

Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, wie und in welchem Umfang deutsche KMU im Tourismus menschenrechtliche Verantwortung wahrnehmen und menschenrechtliche Sorgfalt einhalten bzw. einhalten können. Im Fokus stehen nicht nur die gesetzlichen Vorgaben und Richtlinien, sondern vor allem freiwillige Maßnahmen und Initiativen.

Mittels einer qualitativen Studie soll das Thema ganzheitlich betrachtet und zentrale Perspektiven auf menschenrechtliche Verantwortung herausgearbeitet werden. Dabei sollen folgende Forschungsfragen beantwortet werden:

F1*:* *„Welche Herausforderungen und Chancen erleben touristische KMU bei der Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung?“*

F2: „*Welche Rolle spielen externe Unterstützungsangebote bei der Integration von menschenrechtlicher Verantwortung in touristischen KMU?“*

F3: „*Welches Veränderungspotential bieten touristische KMU bezüglich menschenrechtlicher Verantwortung?“*

F4: „*Wie beeinflussen gesetzliche Rahmenbedingungen die menschenrechtliche Praxis in touristischen KMU?“*

Zur Beantwortung dieser Fragestellungen wird ein qualitatives Forschungsdesign gewählt. Neben einer umfassenden Literaturrecherche soll auf qualitative Methoden in Form von leitfadengestützten Experteninterviews zurückgegriffen werden, um einen tiefgehenden Erkenntnisgewinn zu ermöglichen.

[6] Vgl. *Tourism Concern,* Why the tourism industry needs to take a human rights approach, 2011, S. 4-5.
[7] Vgl. *Deutsches Globales Netzwerk,* Leitfaden für Multiplikator:innen, 2017, S. 5-7.

1.3 Aufbau der Arbeit

Vor dem Hintergrund der beschriebenen Zielsetzung und der formulierten Forschungsfragen wird im zweiten Kapitel zunächst der theoretische Rahmen zu Menschenrechten im Tourismus und den zusammenhängenden Richtlinien erarbeitet. Dazu werden die Grundlagen der Menschenrechte im dienstleistungsbezogenen Kontext definiert und relevante Richtlinien zur Wahrung von Menschenrechten erläutert. Ebenso wird auf KMU eingegangen, sowie auf den unternehmensbezogenen Umgang mit menschenrechtlicher Verantwortung und die damit einhergehenden Herausforderungen. Darauf aufbauend werden externe Unterstützungsangebote vorgestellt, um die praktische Umsetzung in KMU anschließend besser einschätzen zu können.

Im dritten Kapitel wird das methodische Vorgehen im Rahmen der Primärforschung beschrieben. Insbesondere wird auf die Datenerhebung und die anschließende Auswertung eingegangen.

Im darauffolgenden Kapitel erfolgt die Darstellung der Durchführung der Primärforschung, sowie die Auswertung nach der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring. Die Ergebnisse werden anhand des gebildeten Kategoriensystems dargestellt.

Anschließend folgt in Kapitel 5 die Diskussion der im Rahmen der empirischen Forschung gewonnenen Ergebnisse, die entlang des entwickelten Kategoriensystems diskutiert und bewertet werden.

Das Fazit im sechsten Kapitel bildet den Abschluss der Arbeit. Es beinhaltet die Reflexion des Vorgehens und die Beantwortung der Forschungsfragen. Darüber hinaus erfolgen eine kritische Betrachtung, ein Ausblick und die Formulierung von Handlungsempfehlungen für KMU in der Tourismusbranche zur Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung.

2 Grundlagen

Im nachfolgenden Abschnitt werden die theoretischen Grundlagen zu Menschenrechten im Kontext Tourismus erläutert. Dabei werden zentrale Begriffe definiert sowie gesetzliche Richtlinien und branchenspezifische Initiativen vorgestellt. Da die wissenschaftliche Literatur überwiegend aus Gesetzestexten und Richtlinien zu KMU im Tourismus besteht, wurden ausschließlich für diese Arbeit relevante Gesetzestexte zugrunde gelegt. Die Literatur zur Umsetzung der menschenrechtlichen Verantwortung in KMU ist jedoch begrenzt, sodass ergänzend auf Onlinequellen, beispielsweise Veröffentlichungen von Nichtregierungsorganisationen (NGO) oder branchenspezifische Forschungsberichte, zurückgegriffen wurde.

2.1 Definition von Menschenrechten

Die Menschenrechte schützen grundlegende Freiheiten und Ansprüche, die jedem Menschen unabhängig von Herkunft, Geschlecht oder Religion zustehen. Eine ausschlaggebende Grundlage nach dem Zweiten Weltkrieg, bildet die am 10. Dezember 1948 verabschiedete Allgemeine Erklärung der Menschenrechte (AEMR) der UN. In der Erklärung heißt es in Artikel 1:

„Alle Menschen sind frei und gleich an Würde und Rechten geboren.“[8]

Der Begriff „Menschenrechte“ verweist zum einen auf die Menschen als Träger dieser Rechte und zum anderen auf den Anspruchscharakter des Rechtsbegriffs selbst.[9] Menschenrechte sind damit keine Frage des Wollens oder Entscheidens, sondern beruhen auf allgemeiner Anerkennung. Sie bilden ein rechtliches und ethisches Instrument, das auch im wirtschaftlichen Kontext eine wichtige Rolle spielt.[10]

Die Tourismusbranche wird oft als „People’s Business“ bezeichnet und lebt von dem direkten Kontakt zwischen Menschen, weshalb die Achtung der Menschenrechte gerade in dieser Branche unerlässlich ist.[11] Besonders gefährdet sind grundlegende Rechte wie der Schutz vor Diskriminierung und der Zugang zu menschenwürdiger Arbeit, Wasser, Nahrung sowie Wohnraum.[12] In einigen Fällen führen touristische Bauprojekte vor allem in

[8] *Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights,* Universal Declaration of Human Rights-German, 1948, o. S.

[9] Vgl. *Tiedemann, P.*, Philosophische Grundlagen der Menschenrechte, 2023, S. 7-10.

[10] Vgl. *Tiedemann, P.*, Philosophische Grundlagen der Menschenrechte, 2023, S. 11-12.

[11] Vgl. *Brot für die Welt,* Menschenrechte, 2025, o. S.

[12] Vgl. *United Nations World Tourism Organisation,* Global Code of Ethics for Tourism, 2019, o. S.

Entwicklungs- und Schwellenländern zu Zwangsumsiedlung oder Umweltzerstörung, die eine Verletzung der Landrechte der lokalen Bevölkerung darstellen.[13] Auch Formen von Ausbeutung wie Menschenhandel und Sextourismus verletzen die Rechte insbesondere von Frauen und Kindern erheblich.[14]

Aufgrund dieser Risiken ist die Wahrung der Menschenrechte im Tourismus zwingend notwendig. Daraus ergibt sich eine Verantwortung für Tourismusunternehmen, staatliche Institutionen und Reisende, menschenrechtliche Risiken zu erkennen und nicht weiter direkt oder indirekt zu fördern und zu dulden, sondern sie zu minimieren und ganz abzuschaffen.[15]

2.2 Richtlinien zur Wahrung von Menschenrechten

Im nachfolgenden Abschnitt werden grundlegende Gesetze und Richtlinien erläutert, die im menschenrechtlichen Kontext im Tourismus relevant sind. Obwohl es in der Theorie schon einige gesetzliche Rahmenbedingungen gibt, ist es fraglich ob und wie diese umgesetzt werden bzw. umgesetzt werden können. Gerade aus Sicht von KMU stehen die dafür notwendigen personellen und finanziellen Kapazitäten nur begrenzt zur Verfügung.

2.2.1 UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte

Die UNPGs wurden von dem UN-Menschenrechtsrat 2011 verabschiedet und bilden einen globalen Referenzrahmen für die Wahrung von Menschenrechten im wirtschaftlichen Kontext. Dabei stehen drei Säulen im Fokus:

1. Die staatliche Schutzpflicht, alle Menschen vor Verletzung ihrer Menschenrechte, auch durch Unternehmen, zu schützen.
2. Die Verantwortung der Unternehmen Menschenrechte zu achten und in ihren Geschäftstätigkeiten sicherzustellen.
3. Der Zugang zur Abhilfe, durch den Betroffene von Menschenrechtsverletzungen wirksame Beschwerdemechanismen nutzen können.

Mit diesen Leitlinien sollen menschenrechtliche Risiken entlang der globalen Wertschöpfungsketten erkannt und minimiert werden, allerdings stellen sie kein Gesetz dar und sind daher in ihrer Durchsetzbarkeit begrenzt.[16]

---

[13] Vgl. *Brot für die Welt,* Tourismus, Landraub und Veränderungen im Globalen Süden, 2019, o. S.
[14] Vgl. *Baumgartner, C.,* Menschenrechte im Tourismus, 2017, S. 36-41.
[15] Vgl. *United Nations (UN)*, Guiding Principles on Business and Human Rights, 2011, S. 1.
[16] Vgl. *UN,* Guiding Principles on Business and Human Rights, 2011, S. 3-28.

Auch im Tourismus dienen sie als zentrale Grundlage für zahlreiche Unternehmen, vor allem für KMU, NGOs und Initiativen wie zum Beispiel dem Roundtable Human Rights in Tourism.[17]

2.2.2 Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz

Das LkSG ist in Deutschland am 01.01.2023 in Kraft getreten und verpflichtet deutsche Unternehmen ab einer Größe von 1000 Mitarbeitenden, menschenrechtliche und umweltbezogenen Risiken in ihren Lieferketten zu identifizieren, zu minimieren und zu verhindern. Dazu müssen Unternehmen ein Risikomanagement einführen, das mithilfe regelmäßiger Risikoanalysen potenzielle Gefahren systematisch erfasst. Somit sind KMU nicht direkt vom LkSG betroffen, können allerdings indirekt in Sorgfaltspflichten einbezogen werden, zum Beispiel als Zuliefernde für größere Unternehmen.[18]

Die Kontrolle der Einhaltung des Gesetzes sowie mögliche Konsequenzen werden durch das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle durchgeführt.[19] Ziel des LkSG ist es, menschenrechtliche und umweltbezogene Standards entlang globaler Wertschöpfungsketten einzuhalten und somit bestehende Risiken nachhaltig zu minimieren.[20]

Jedoch bestehen aktuelle politische Bestrebungen das LkSG sowie angrenzende Regelungen wie das Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) anzupassen oder abzuschwächen. Konkrete Gesetzesänderungen sind bislang nicht beschlossen. Diese unsichere politische Lage führt daher zu Ungewissheit bei diversen Stakeholdern darunter KMU und NGOs, da mögliche Projekte teilweise zeitlich verschoben oder gestreckt werden, um auf neue Gesetzesvorgaben besser reagieren zu können.[21]

2.2.3 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) ist ein freiwilliges Konzept, das in den 1970er Jahren als Ansatz der Unternehmensethik entstand. CSR beschreibt die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen für nachhaltiges Wirtschaften und findet vor allem in KMU Anwendung.[22] Der Fokus liegt auf ökonomischen, ökologischen und sozialen

---

[17] Vgl. *Roundtable Human Rights in Tourism,* Human Rights matter-also in Tourism, 2018, o. S.

[18] Vgl. *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung* (*BMZ),* Das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, 2023, S. 1-3.

[19] Vgl. *Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle,* Lieferketten, 2025, o. S.

[20] Vgl. *BMZ,* Das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, 2023, S.1-3.

[21] Vgl. *Deutscher Bundestag,* Vorschläge zur Abschaffung des Lieferkettengesetzes stoßen auf Ablehnung, 2025, o. S.

[22] Vgl. *Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS),* CRS Allgemein-Historie, 2025, o. S.

Aspekten, die im gesamten Geschäftsmodell berücksichtigt werden.[23] In der Praxis manifestiert sich CSR unteranderem in Nachhaltigkeitsberichten von Unternehmen. Auch das CSR verfolgt als Hauptziele die Einhaltung von Menschenrechten, Umweltschutz sowie die Bekämpfung von Korruption.[24]

2.2.4 Corporate Sustainability Due Diligence Directive

Die CSDDD ist eine im Jahr 2024 verabschiedete Richtlinie von der Europäischen Union (EU) und verpflichtet große Unternehmen, Menschenrechts- und Umweltrisiken in ihren globalen Wertschöpfungsketten zu erkennen und zu reduzieren. Die CSDDD wird oft auch als EU-Lieferkettengesetz bezeichnet, legt allerdings einen stärkeren Fokus auf Nachhaltigkeitsaspekte und richtet sich an Unternehmen innerhalb und außerhalb der EU. Die Umsetzung in nationales Recht ist bis 2026 für die Mitgliedsstaaten vorgesehen. In Deutschland wurde die Richtlinie noch nicht in nationales Recht umgesetzt und es bleibt abzuwarten in welcher Form sie Anwendung findet.[25]

2.3 Menschenrechtliche Sorgfalt in KMU im Tourismus

Im folgenden Abschnitt werden Besonderheiten von KMU in Bezug auf die menschenrechtliche Sorgfalt betrachtet. Hervorzuheben ist, dass bislang keine gesetzlich festgelegten menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten für KMU existieren. Die menschenrechtliche Verantwortung beruht auf Freiwilligkeit und sogenannten Selbstverpflichtungen.

2.3.1 Strukturelle Besonderheiten von KMU im Tourismus

KMU zeichnen sich durch ihre strukturellen Merkmale aus, die Herausforderungen, aber auch Chancen bei der Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung mit sich bringen.

Laut dem Statistischen Bundesamt gelten Unternehmen bis zu 249 Mitarbeitenden und einem Jahresumsatz unter 50 Millionen Euro als KMU.[26] Die Einteilung erfolgt in drei Größenklassen, die in der nachfolgenden Übersicht dargestellt sind.

---

[23] Vgl. *BMAS,* CRS Allgemein-Internationale Rahmenwerke, 2025, o. S.

[24] Vgl. *BMAS,* CRS Allgemein-Nachhaltigkeit und CSR, 2025, o. S.

[25] Vgl. *BMAS,* Wirtschaft und Menschenrechte-Fragen und Antworten zu CSDDD, 2025, o. S.

[26] Vgl. *Statistisches Bundesamt (Destatis),* Kleine und mittlere Unternehmen, 2025, o. S.

Tabelle 1: KMU-Größenklassen

Größenklasse	Mitarbeitende	Jahresumsatz
Kleinstunternehmen	bis 9	< 2 Millionen €
kleine Unternehmen	bis 49	< 10 Millionen €
mittlere Unternehmen	bis 249	< 50 Millionen €

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an *Statistisches Bundesamt (Destatis),* Kleine und mittlere Unternehmen, 2025, o. S.

Durch ihre kleinere Größe verfügen KMU häufig über begrenzte finanzielle und personelle Ressourcen, was die Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung erschweren kann. Gleichzeitig ermöglichen flache Hierarchien direkte Kommunikationswege und enge Beziehungen zu den Zuliefernden. Auch die weniger komplexen Gesellschafterstrukturen im Vergleich zu Großunternehmen, sorgen für mehr Flexibilität und schnellere Entscheidungsprozesse.[27]

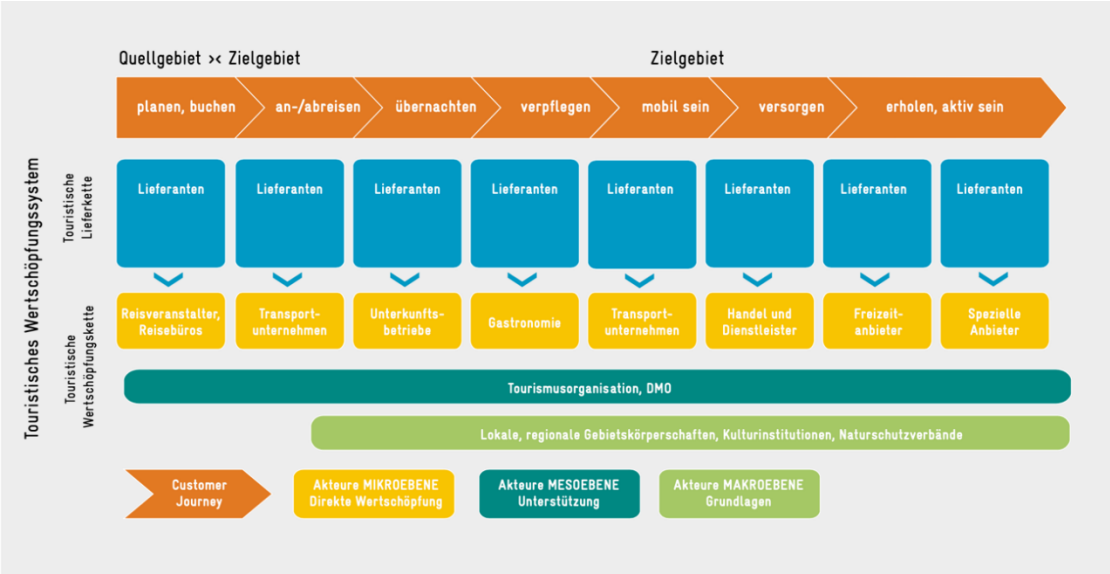
2.3.2 Die Komplexität touristischer Wertschöpfungsketten

Die Komplexität der touristischen Wertschöpfungskette ist eine der größten Herausforderungen für Unternehmen bei der Einhaltung von menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten. Wertschöpfung im Tourismus beschreibt den gesamten Prozess der Leistungserstellung einer Dienstleistung, wie beispielsweise einer Reise, die aus zahlreichen Einzelleistungen besteht. Wie in Abbildung 1 von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) dargestellt, setzt sich das touristische Produkt aus vielen Teilbereichen zusammen. Diese werden von multiplen Akteur:innen entlang der Lieferkette erbracht. Die große Zahl an beteiligten Dienstleistenden stellt eine hohe Komplexität in der Transparenz der Leistungskette dar, sodass die Identifizierung und Kontrolle menschenrechtlicher Risiken herausfordernd bleiben.[28]

[27] Vgl. *UN Global Compact Netzwerk Deutschland,* Wie sieht effektive menschenrechtliche Sorgfalt für KMU aus?, 2022, S.3-12.

[28] Vgl. *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit* (GIZ) GmbH, Die Wertschöpfungskette Tourismus, 2020, S. 9-23.

Abbildung 1: Überblick über das Wertschöpfungssystem Tourismus



Quelle: *GIZ*, Die Wertschöpfungskette Tourismus, 2020, S. 22.

2.4 Initiativen zur Einhaltung von Menschenrechten

Mittlerweile gibt es einige Unterstützungsangebote und Brancheninitiativen, die speziell für die Verbesserung von Menschenrechten im Tourismus gegründet wurden und insbesondere KMU dabei unterstützen. Im nächsten Abschnitt werden einige relevante Initiativen und Unterstützungsangebote vorgestellt.

2.4.1 Roundtable Human Rights in Tourism

Der Roundtabel Human Rights in Tourism ist eine internationale Multi-Stakeholder Initiative nach deutschem Recht. Er wurde 2012 gegründet, um die Umsetzung der UNGPs im Tourismus zu fördern. Heute spielt er eine signifikante Rolle in der Tourismusbranche, wenn es um die Verankerung menschenrechtlicher Verantwortung entlang der touristischen Wertschöpfungskette geht. Er stellt praxisorientierte Materialien wie Leitfäden, E-Learnings, Tools und Schulungen zu Verfügung, um insbesondere KMU bei der Umsetzung zu unterstützen. Die Initiative lebt vom Zusammenschluss engagierter Mitglieder, die sozialverantwortlichen Tourismus fördern.[29]

2.4.2 Forum Anders Reisen

Das Forum Anders Reisen e.V. ist ein Zusammenschluss nachhaltiger Reiseveranstalter und wurde 1998 gegründet. Der Verband zählt mittlerweile über 140 Mitglieder, überwiegend KMU, die sich für die Verbesserung von nachhaltigen Tourismusangeboten

[29] Vgl. *Roundtable Human Rights in Tourism,* Who we are, 2018, o. S.

einsetzen. Zudem ist der Verband Gründungsmitglied des Roundtable Human Rights in Tourism, wodurch eine enge Kooperation besteht. Zudem fokussiert sich der Verein auf nachhaltige Reiseangebote und bietet CSR-Zertifizierungen an.[30]

2.4.3 TourCert

Die unabhängige Zertifizierungsorganisation TourCert wurde 2009 gegründet und bietet praxisorientierte Unterstützung für Unternehmen im Kontext nachhaltiger Reisen an. Sie unterstützt KMU bis Konzerne, CSR-Standards entlang der touristischen Wertschöpfungskette zu integrieren. Zertifizierungen gewinnen immer mehr an Bedeutung, um das Engagement für soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit nach außen, vor allem für Kund:innen sichtbar zu machen und zu dokumentieren.[31]

2.4.4 Tourism Watch

Der Fachbereich Tourism Watch von Brot für die Welt setzt sich seit dem Jahr 1975 für einen menschenrechtsorientierten und nachhaltigen Tourismus ein. Der Fokus liegt auf der Aufklärung der Zivilgesellschaft über menschenrechtliche Risiken im Tourismus und ebenso auf politischer Netzwerkarbeit. Die NGO ist in verschiedenen Initiativen aktiv, unter anderem im Roundtable Human Rights in Tourism und bei TourCert. KMU profitieren durch Informationsmaterialien sowie durch eine informierte und sensibilisierte Kundschaft.[32]

2.4.5 Futouris

Futouris ist eine 2009 gegründete Nachhaltigkeitsinitiative der deutschen Tourismusbranche. Der Verein unterstützt seine Mitglieder, darunter auch KMU, bei der Umsetzung innovativer Nachhaltigkeitsprojekte, die den Tourismus nachhaltiger und zukunftsfähiger gestalten sollen. Durch Kooperationen mit Netzwerken wie dem Roundtable Human Rights in Tourism trägt Futouris zur Verbreitung menschenrechtlicher Verantwortung in der Branche bei.[33]

2.4.6 ECPAT Deutschland

ECPAT Deutschland e.V. (ehemals End Child Prostitution, Child Pornography and Children for Sexual Purposes) ist Teil eines internationalen Netzwerks zum Schutz von

---

[30] Vgl. *Forums Anders Reisen e.V.,* Verbandsgeschichte, 2025, o. S.
[31] Vgl. *TourCert,* Unsere Geschichte, 2025, o. S.
[32] Vgl. *Brot für die Welt*, Über Tourism Watch, 2025, o. S.
[33] Vgl. *Futouris,* Über Futouris, o. J., o. S.

Kindern vor sexueller Ausbeutung mit Hauptsitz in Bangkok. Der Verein in Deutschland wurde 2011 gegründet und ist ein bundesweiter Zusammenschluss, der sich in verschiedenen Bereichen wie Politik, Justiz, Wirtschaft und Bildung engagiert. ECPAT setzt sich dafür ein, Kinder und Jugendliche vor Menschenhandel und insbesondere vor sexualisierter Gewalt im Kontext von Reisen und Tourismus zu schützen. Durch Schulungen an Hochschulen sowie in Unternehmen sensibilisiert ECPAT für den Schutz und die Wahrung der Kinderrechte entlang der touristischen Wertschöpfungskette.[34]

[34] Vgl. *ECPAT Deutschland e.V.,* Über Uns, o. J., o. S.

3 Methodik

In diesem Kapitel wird das methodische Vorgehen der empirischen Untersuchung erläutert. Dabei wird das zugrundeliegende Forschungsdesign vorgestellt und begründet, um die aufgestellten Forschungsfragen umfassend beantworten zu können.

3.1 Primär- und Sekundärforschung

In der Forschung wird grundsätzlich zwischen Primär- und Sekundärforschung unterschieden. Während bei der Sekundärforschung bereits vorhandenes Datenmaterial ausgewertet wird, werden im Rahmen der Primärforschung neue Daten erhoben, die gezielt auf die jeweilige Problemstellung ausgerichtet sind. Die beiden Forschungsansätze stehen sich dabei nicht konkurrierend gegenüber, sondern greifen vielmehr ineinander. Die Sekundärforschung liefert die theoretischen Grundlagen sowie das Kontextwissen, um auf dieser Basis eine Primärforschung zur Gewinnung neuer und zielgerichteter Erkenntnisse zu ermöglichen.[35]

Für die vorliegende Arbeit wurde zunächst eine umfassende Sekundäranalyse durchgeführt, um den aktuellen Stand zu menschenrechtlicher Verantwortung von KMU im Tourismus zu erfassen, sowie die rechtlichen Rahmenbedingungen und branchenspezifische Initiativen zu identifizieren. Dabei zeigte sich, dass zur praktischen Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung in KMU nur begrenzt wissenschaftliche Literatur vorliegt. Insbesondere die konkrete Nutzung von externen Unterstützungsangeboten ist bisher kaum empirisch untersucht, sodass die Sekundärforschung in diesem Bereich an ihre Grenzen stößt.

Aus diesem Grund wurde ergänzend eine Primärforschung in Form von Experteninterviews durchgeführt, um neue Erkenntnisse direkt aus der Praxis zu gewinnen. Ein wesentlicher Vorteil liegt darin, dass die Erhebung passgenau auf die Forschungsfragen zugeschnitten werden kann. Struktur und Umfang lassen sich individuell gestalten und bilden eine fundierte Basis für die spätere Analyse. Aufgrund des Zeit- und Ressourcenaufwands bleibt der Umfang der erhobenen Daten in der Regel überschaubar.[36]

[35] Vgl. *Magerhans, A.,* Marktforschung, 2016, S. 63-69.
[36] Vgl. *Döring, N.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 193f.

3.2 Qualitative und Quantitative Forschung

Die Erhebung von Primärdaten kann entweder durch Beobachtung oder Befragung erfolgen und dabei sowohl qualitativ als auch quantitativ ausgestaltet sein.[37] Qualitative Forschung verfolgt das Ziel, mithilfe offener Fragen und einer kleinen Stichprobe neue Theorien zu entwickeln. Im Gegensatz dazu dienen quantitative Ansätze dazu, bereits bestehende Theorien anhand einer möglichst großen Stichprobe zu überprüfen. Die bei qualitativer Forschung gewonnenen Daten sind meist nicht numerisch und werden interpretativ ausgewertet, während quantitative Daten statistisch analysiert werden. Wichtig zu betonen ist, dass weder der qualitative noch der quantitative Ansatz grundsätzlich überlegen sind. Beide Methoden haben ihre jeweiligen Stärken und Schwächen. Je nach Forschungsfrage und Untersuchungsgegenstand sollte der passende Ansatz gewählt werden. Außerdem ist es möglich, beide Methoden im Rahmen eines Mixed-Methods-Ansatzes zu kombinieren.[38]

Da die Forschungsfragen dieser Arbeit nicht darauf abzielen, vorab formulierte Hypothesen zu testen, sondern neue Erkenntnisse zu gewinnen, wurde ein qualitativer Forschungsansatz gewählt. Dieser ermöglicht es, die Daten in ihrer Detaillierung und Tiefe zu interpretieren.

3.3 Induktion und Deduktion

Im Kontext der Erkenntnisgewinnung wird in der Wissenschaft zwischen verschiedenen Arten des Schlussfolgerns differenziert. Die beiden grundlegenden Ansätze sind dabei die Induktion sowie die Deduktion.[39]

Die induktive Vorgehensweise beschreibt das Schlussfolgern von Einzelfällen auf die Gesamtheit. Dabei werden einzelne Beobachtungen als Grundlage genommen, um daraus eine Regel abzuleiten, die auf die Allgemeinheit anzuwenden ist.[40] Induktive Schlüsse sind keine faktischen Beweise, sondern beruhen stattdessen auf Erfahrungen. Diese Methode wird in der qualitativen Forschung angewendet und eignet sich, um aus erhobenen Daten, vorhandene Theorien zu bestätigen, zu widerlegen oder daraus neue Theorien abzuleiten.[41]

---

[37] Vgl. *Magerhans, A.,* Marktforschung, 2016, S. 69f.
[38] Vgl. *Döring, N.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 193f.
[39] Vgl. *Schreier, M u.a.*, Forschungsmethoden, 2023, S. 17.
[40] Vgl. *Döring, N.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 35f.
[41] Vgl. *Schreier, M u.a.*, Forschungsmethoden, 2023, S. 17-20.

Bei der deduktiven Vorgehensweise wird vom Allgemeinen auf das Spezielle geschlossen.[42] Ausgangspunkt ist eine theoretische Annahme, die empirisch belegt werden muss. Daher eignet sich die deduktive Methode besonders für quantitative Forschungsdesigns, bei denen Hypothesen getestet werden.[43]

Da es sich in der Arbeit um eine qualitative Untersuchung handelt, bei der aus den praxisbezogenen Antworten der Expert:innen Rückschlüsse auf wiederkehrende Muster gezogen werden sollen, erfolgt die Auswertung induktiv.

3.4 Datenerhebungsmethode

Für die Datenerhebung der Experteninterviews, wurde das halbstrukturierte Interview eingesetzt. Diese Interviewform basiert auf einem Leitfaden mit offenen Fragen, die flexibel im Gespräch eingesetzt werden können.[44] Im Gegensatz zum vollstrukturierten Interview werden keine Antworten vorgegeben, sodass die Befragten den Gesprächsverlauf durch ihre eigene Perspektive aktiv mitgestalten können.[45]

Zudem spielt die sorgfältige Auswahl der Befragten eine wichtige Rolle. Als Expert:innen gelten Personen, die über spezifisches Fachwissen in Bezug auf die Untersuchung verfügen.[46]

3.5 Fallauswahl

Bei der qualitativen Forschung geht es darum, Erkenntnisse in Hinblick auf die aufgestellten Forschungsfragen zu gewinnen.[47] Um die Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung in KMU aus verschiedenen Blickwinkeln erfassen zu können, wird eine Fallauswahl nach dem Prinzip der Heterogenität gewählt.[48] Neben Mitarbeitenden in KMU wie Reiseveranstaltern, Hotels und Touristeninformationszentren, werden auch Vertreter:innen von NGOs, Netzwerkinitiativen und Politiker:innen in die Untersuchung einbezogen.

Alternativ ist eine Fallauswahl nach dem Prinzip der Homogenität möglich, bei der beispielsweise ausschließlich KMU im Tourismus befragt werden.[49] Auf Grundlage der

---

[42] Vgl. *Döring, N.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 35f.
[43] Vgl. *Schreier, M u.a.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 18-21.
[44] Vgl. *Schreier, M. u.a.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 252f.
[45] Vgl. *Döring, N.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 361-365.
[46] Vgl. *Renner, K., Jacob, N.,* Das Interview, 2020, S.62f.
[47] Vgl. *Mey. G., Mruck, K.,* Forschung, 2020, S. 19f.
[48] Vgl. *Schreier, M. u.a.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 212.
[49] Vgl. *Schreier, M. u.a.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 211.

Rückmeldungen bei der Expertenakquise zeigte sich, dass die Interviewbereitschaft unter KMU zurückhaltend ist, was auf die Sensibilität der Thematik schließen lässt. Daher werden gezielt Aktuer:innen berücksichtigt, die sich bereits mit menschenrechtlich verantwortlichem Tourismus beschäftigen.

Für die qualitative Forschung werden insgesamt zwölf Interviewpartner:innen herangezogen. Die Festlegung der Fallzahl orientiert sich an dem Konzept der theoretischen Sättigung, bei dem die Datenerhebung endet, sobald aus weiteren Interviews kein neuer Erkenntnisgewinn mehr zu erwarten ist.[50]

3.6 Leitfaden

Bei den geführten Experteninterviews handelt es sich um halbstrukturierte Interviews, bei denen ein Leitfaden als Instrument zur Datenerhebung eingesetzt wurde.[51] Durch ausformulierte Fragen sorgt der Gesprächsleitfaden dafür, dass keine wichtigen Fragen vergessen werden. Gleichzeitig bildet er eine einheitliche Grundlage für die Vergleichbarkeit der Interviews, da allen Gesprächspartner:innen ähnliche Fragen zu denselben inhaltlichen Themenbereichen gestellt wurden. [52]

Der Leitfaden macht keine Vorgaben, inwiefern die Expert:innen zu antworten haben, sondern besteht aus einem Katalog an offenen Fragen. Diese können in ihrer Reihenfolge und Vertiefung während dem Gesprächsverlauf flexibel angepasst werden. Die Interviews werden mit Zustimmung der Befragten per Audio aufgezeichnet und anschließend vollständig transkribiert.[53] Der ausformulierte Interviewleitfaden ist in Anhang 4 dargestellt.

3.7 Auswertungsverfahren

Zur Auswertung qualitativer Interviews existieren verschiedene Verfahren, abhängig von der Art des Datenmaterials und dem Erkenntnisinteresse. In dieser Arbeit wurde die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring gewählt, da sie sich besonders für die systematische Auswertung nicht standardisierter und textbasierter Daten eignet.[54]

Zunächst wird daher das aufgezeichnete Gesprächsmaterial vollständig transkribiert. Im weiteren Verlauf erfolgt die Bildung von Kategorien, um Themen und Aussagen im

---

[50] Vgl. *Mey, G., Mruck, K.,* Forschung, 2020, S. 26f.
[51] Vgl. *Döring, N.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 367f.
[52] Vgl. *Renner, K., Jacob, N.,* Das Interview, 2020, S.16f.
[53] Vgl. *Döring, N.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 356.
[54] Vgl. *Mayring, P.,* Inhaltsanalyse, 2022, S. 50.

Datenmaterial zu strukturieren. Anschließend folgt die Interpretation der Inhalte, bei der Zusammenhänge, Unterschiede und weitere Erkenntnisse herausgearbeitet werden.[55]

Hauptbestandteil der qualitativen Inhaltsanalyse ist das zu entwickelnde Kategoriensystem. In der Literatur wird zwischen einer deduktiven und induktiven Kategorienbildung unterschieden. Bei der deduktiven Vorgehensweise stehen die Kategorien bereits im Vorfeld der Analyse fest. Bei der induktiven Vorgehensweise hingegen werden die Kategorien aus dem Material abgeleitet.[56]

Für die vorliegende Studie wird eine induktive Kategorienbildung angewendet, um offen für neue inhaltliche Aspekte und Perspektiven zu bleiben. Die Kategorien werden mithilfe der Textkodierung gebildet und im Verlauf der Analyse mehrfach überarbeitet. Diese Unterteilung dient der Reduktion, der Strukturierung sowie der inhaltlichen Deutung des umfangreichen Datenmaterials.[57]

3.8 Gütekriterien qualitativer Forschung

Damit die Qualität des Forschungsprozesses gewährleistet wird, ist die Anwendung wissenschaftlicher Gütekriterien unerlässlich.[58] Allerdings sind klassische Kriterien wie Validität, Gültigkeit und Genauigkeit aus der quantitativen Forschung nur bedingt auf qualitativen Methoden übertragbar.[59] Aus diesem Grund hat Mayring sechs allgemeine Gütekriterien formuliert, die zur Bewertung bei Abschluss eines Forschungsvorhabens auf Basis qualitative Methoden herangezogen werden.[60] Dazu zählen die Verfahrensdokumentation, die argumentative Interpretationsabsicherung, die Regelgeleitetheit, die Nähe zum Gegenstand, die kommunikative Validierung sowie die Triangulation.[61]

Das Kriterium der Verfahrensdokumentation wurde in dieser Arbeit durch eine umfassende Beschreibung des Forschungsprozesses erfüllt.

Die argumentative Interpretationsabsicherung ergibt sich durch die Ausführung im Grundlagenteil, wodurch ein umfangreiches Vorverständnis zur spezifischen Thematik vermittelt wurde. Die anschließende Interpretation wurde logisch begründet.

---

[55] Vgl. *Mayring, P.,* Inhaltsanalyse, 2022, S. 66.
[56] Vgl. *Mayring, P.,* Inhaltsanalyse, 2022, S. 60-65.
[57] Vgl. *Mayring, P.,* Inhaltsanalyse, 2022, S. 68.
[58] Vgl. Lamnek, S., Krell, C., Sozialforschung, 2016, S. 141.
[59] Vgl. *Döring, N.,* Forschungsmethoden, 2023, S. 106.
[60] Vgl. *Mayring, P.,* Sozialforschung, 2023, S. 122.
[61] Vgl. *Mayring, P.,* Sozialforschung, 2023, S. 122-125.

Durch die Verschriftlichung der Interviews nach festgelegten Transkriptionsregeln wurde das Gütekriterium der Regelgeleitetheit eingehalten. Die Auswertung erfolgte nach dem Ablaufmodell von Mayring.

Die Nähe zum Gegenstand wurde durch die Durchführung der Interviews via Zoom und Microsoft Teams gewährleistet. Die Expert:innen konnten die Interviews in ihrer vertrauten Umgebung führen.

Das Kriterium der kommunikativen Validierung wird dadurch garantiert, dass den Interviewpartner:innen die Möglichkeit gegeben wurde, das Transkript einzusehen und bei Bedarf anzupassen.

Durch die vergleichende Einbeziehung der Fachliteratur im Rahmen der Auswertung der Ergebnisse der qualitativen Studie, wird auch das letzte Gütekriterium der Triangulation gewährleistet.

4 Datenanalyse

Im nachfolgenden Abschnitt wird basierend auf der im vorherigen Kapitel dargestellten Methodik die Primärforschung näher ausgeführt. Zunächst wird die Durchführung, die anschließende Aufbereitung sowie Auswertung der Interviews beschrieben. Im Anschluss erfolgt die darauf aufbauende Ergebnisdarstellung entlang der entwickelten Kategorien.

4.1 Durchführung der Interviews

Im Rahmen der Primärforschung wurden insgesamt zwölf leitfadengestützte Experteninterviews durchgeführt, bis die theoretische Sättigung erreicht war und keine wesentlichen neuen Erkenntnisse mehr zu erwarten waren. Die Auswahl der Expert:innen erfolgte entsprechend der im Methodenteil beschriebenen Kriterien.

Aufgrund der geografischen Verteilung der Teilnehmenden über ganz Deutschland und Österreich wurden die Interviews über Zoom sowie Microsoft Teams geführt und per Audio aufgezeichnet. Die Kommunikation zur Terminvereinbarung sowie alle weiteren Absprachen erfolgten im Vorfeld per E-Mail oder telefonisch. Für die Gespräche war jeweils ein Zeitrahmen von etwa 30 bis 45 Minuten vorgesehen.

Zu Beginn eines jeden Interviews erfolgten eine kurze Begrüßung, eine Danksagung sowie eine Vorstellung des Themas sowie ein Überblick über den Ablauf. Neben der bereits schriftlich erfolgten Zustimmung zur Aufzeichnung und anonymisierten Verarbeitung des Interviews, wurde auch noch eine mündliche Zustimmung eingeholt. Nach der Klärung offener Fragen und Anregungen wurde die Aufzeichnung zur Absicherung redundant auf zwei Geräten durchgeführt.

Anschließend wurden den Expert:innen die Fragen, aus dem im Vorfeld zur Verfügung gestellten Leitfaden gestellt. Nachdem alle Fragen beantwortet wurden, wurde die Aufzeichnung beendet. Es erfolgte eine wiederholte Danksagung für die Teilnahme und es wurde dokumentiert, ob die Expert:innen ein Exemplar der fertigen Arbeit erhalten möchten, um das Gesamtergebnis betrachten zu können. Je nach zeitlichem Rahmen erfolgte zum Abschluss ein kurzer persönlicher Austausch.

Im weiteren Verlauf werden die interviewten Expert:innen vorgestellt, deren vielfältige Hintergründe und Erfahrungen eine ganzheitliche Perspektive auf die Umsetzung von menschenrechtlicher Verantwortung in KMU im Tourismus ermöglichen. Abschließend erfolgt ein Überblick der geführten Interviews in Tabelle 2.

Expertin 1 ist Programmmanagerin einer Multi-Stakeholder-Initiative, die sich auf die Förderung menschenrechtlicher Sorgfalt im Tourismus spezialisiert hat. Der Fokus liegt auf praxisnaher Unterstützung von KMU durch kostenfreie Angebote und branchennahe Vernetzung durch Mitgliedschaften.

Expertin 2 ist seit über 25 Jahren in leitender Funktion in der Hotelbranche tätig. Aktuell verantwortet sie die Bereiche Ausbildungsbegleitung und Persönlichkeitsentwicklung. Der Hotelbetrieb zeichnet sich durch starke Werteorientiertheit und soziale und ökologische Nachhaltigkeitsentwicklung aus.

Experte 3 ist seit rund 30 Jahren im Bereich nachhaltiger Tourismus aktiv. Er ist Professor für nachhaltigen Tourismus und internationale Entwicklung sowie Geschäftsführer einer Beratungsfirma. Darüber hinaus engagiert er sich in verschiedenen NGO-Kontexten, unteranderem als Vorstandsmitglied einer menschenrechtsbezogenen Brancheninitiative.

Experte 4 ist Geschäftsführer eines kommunalen Touristikunternehmens mit mehr als 20 Mitarbeitenden. Seit über 30 Jahren ist er im regionalen und überregionalen Tourismus aktiv und verfügt über ein breites Netzwerk innerhalb der Branche.

Expertin 5 ist Mitarbeiterin in einem kleinen und nachhaltig ausgerichteten Tourismusunternehmen tätig, das eng mit lokalen Reiseexpert:innen zusammenarbeitet, um maßgeschneiderte und sozialverantwortliche Reisen anzubieten. Als Produkt-und Operations-Managerin betreut sie den gesamten Reiseablauf und ist zentrale Ansprechpartnerin für internationale Partneragenturen.

Expertin 6 ist Projektmanagerin bei einer gemeinnützigen Nachhaltigkeitsinitiative im Tourismussektor. Gemeinsam mit Branchenakteur:innen entwickelt sie innovative Projekte, die zur langfristigen ökologischen und sozialen Transformation des Tourismus beitragen.

Experte 7 ist Mitinhaber und Geschäftsführer eines kleinen Reiseunternehmens, das sich auf maßgeschneiderte Individualreisen in Südostasien spezialisiert hat. Mit langjähriger Reiseerfahrung entwickelt er gemeinsam mit lokalen Partner:innen verantwortungsbewusste Reiseangebote. Zudem berät er Reiseunternehmen bei der Geschäftsentwicklung.

Experte 8 ist Nachhaltigkeitsbeauftragter bei einem größeren Reiseunternehmen und befasst sich insbesondere mit Klimaschutz, sozialer Verantwortung und der Umsetzung europäischer Gesetzesvorgaben. Zuvor war er in verschiedenen Funktionen im Bereich Corporate Responsibility tätig, mit Schwerpunkt auf menschenrechtlichen Anforderungen globaler Lieferketten.

Expertin 9 ist seit über acht Jahren Abgeordnete im österreichischen Nationalrat und Sprecherin für internationale Entwicklung und Menschenrechte. In ihrer politischen Arbeit setzt sie sich aktiv für die Beobachtung und Thematisierung von Menschenrechtsverletzungen auf nationaler und globaler Ebene ein.

Expertin 10 ist Referentin bei einer der größten entwicklungspolitischen NGO mit Schwerpunkt Tourismus. Sie arbeitet mit menschenrechtsbasiertem Ansatz und setzt sich durch Nachhaltigkeits- und Bildungsarbeit für die Selbstbestimmung lokaler Gemeinschaften ein.

Expertin 11 ist Teamleiterin der Unternehmenskommunikation und Nachhaltigkeitsbeauftragte bei einem Reiseveranstalter. Sie verantwortet interne und externe Kommunikation sowie Themen wie Zertifizierungen und menschenrechtliche Sorgfalt.

Expertin 12 ist Beraterin im Bereich Wirtschaft und Menschenrechte. Sie unterstützt Unternehmen bei der Umsetzung menschenrechtlicher und umweltbezogener Sorgfaltspflichten.

Tabelle 2: Übersicht Interviews

Interviewte	Datum	Uhrzeit	Medium	Dauer
Expert:in 1 (B1)	12.06.2025	14:30 Uhr	Zoom	37 Minuten
Expert:in 2 (B2)	18.06.2025	09:00 Uhr	Microsoft Teams	43 Minuten
Expert:in 3 (B3)	20.06.2025	09:15 Uhr	Microsoft Teams	30 Minuten
Expert:in 4 (B4)	20.06.2025	11:00 Uhr	Microsoft Teams	39 Minuten
Expert:in 5 (B5)	23.06.2025	10:00 Uhr	Microsoft Teams	38 Minuten
Expert:in 6 (B6)	26.06.2025	14:30 Uhr	Microsoft Teams	25 Minuten
Expert:in 7 (B7)	01.07.2025	10:00 Uhr	Microsoft Teams	36 Minuten
Expert:in 8 (B8)	01.07.2025	15:00 Uhr	Microsoft Teams	30 Minuten
Expert:in 9 (B9)	09.07.2025	10:00 Uhr	Microsoft Teams	25 Minuten
Expert:in 10 (B10)	10.07.2025	09:30 Uhr	Microsoft Teams	30 Minuten
Expert:in 11 (B11)	11.07.2025	10:00 Uhr	Microsoft Teams	30 Minuten
Expert:in 12 (B12)	11.07.2025	11:00 Uhr	Microsoft Teams	29 Minuten

Quelle: Eigene Darstellung

4.2 Durchführung der Datenaufbereitung

Nach der Durchführung der zwölf Experteninterviews wurden die Tonaufnahmen vollständig transkribiert. Für die Verschriftlichung von Aufzeichnungen existieren unterschiedliche Transkriptionsverfahren, die je nach Forschungsziel hinsichtlich Vollständigkeit und Komplexität variieren.[62] Im Rahmen dieser Arbeit werden die vereinfachten Transkriptionsregeln nach Dresing und Pehl angewendet. Diese sehen eine wortgetreue und vollständige Transkription vor.[63]

Um die Anonymität der Interviewten zu gewährleisten, erfolgt eine Pseudonymisierung aller Namen, Unternehmensbezüge und personenbezogenen Daten.

Die zu den Interviews dazugehörigen Transkripte finden sich in den Anahängen 5-16 wieder. Die angewendeten Regeln sind in Anhang 1 dokumentiert. Für die Auswertung wurde die Software f4transkript verwendet.

4.3 Durchführung der Auswertung

Nach Abschluss der Datenaufbereitung erfolgte die Auswertung der erhobenen Primärdaten auf Grundlage der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring, wie sie zuvor im Methodenteil erläutert wurde.

In dieser Arbeit wurde die induktive Kategorienbildung als Analysetechnik gewählt, bei der die Kategorien direkt aus dem Material entwickelt wurden.[64] Das allgemeine Ablaufmodell der Inhaltsanalyse sowie das Ablaufmodell zur Bildung induktiver Kategorien sind in Anhang 2 und 3 dargestellt.

Als Selektionskriterium wurden nur Aussagen berücksichtigt, die im Zusammenhang mit den Forschungsfragen stehen und einen inhaltlichen Beitrag zur Zielsetzung der Arbeit leisten. Da gezielt bestimmte Aspekte aus dem Material herausgearbeitet wurden, handelt es sich um eine strukturierende Inhaltsanalyse.[65] Hierfür wurden sieben Hauptkategorien entwickelt und im Laufe der Analyse durch präzisere Unterkategorien ergänzt. Die Kodierung erfolgte mithilfe der Software f4analyse, wobei ausschlaggebende Aussagen kodiert und systematisch den Kategorien zugeordnet wurden.

Im Zuge der Datenaufbereitung wurden Zeilennummern eingefügt, um die Rückverfolgbarkeit von Zitaten und Aussagen zu vereinfachen. Diese strukturierte Aufbereitung

---

[62] Vgl. *Dresing, T., Pehl, T.* Praxisbuch, 2018, S. 35f.
[63] Vgl. *Dresing, T., Pehl, T.* Praxisbuch, 2018, S. 21f.
[64] Vgl. *Mayring, P.,* Inhaltsanalyse, 2022, S.84.
[65] Vgl. *Mayring, P.,* Inhaltsanalyse, 2022, S. 85f.

stellte die Voraussetzung für eine nachvollziehbare und systematische Analyse des erhobenen Datenmaterials dar.[66]

4.4 Ergebnisdarstellung nach Kategorien

Im weiteren Verlauf werden die Ergebnisse der Primärforschung strukturiert dargestellt. Dabei werden die Unterkategorien der sieben Hauptkategorien jeweils zusammenfassend erläutert und durch Originalaussagen belegt.

4.4.1 K1: Bedeutung von Menschenrechten

Diese Kategorie umfasst die individuellen Perspektiven der Expert:innen bezüglich der Bedeutung von Menschenrechten. Ihre Aussagen wurden je nach Schwerpunkt in drei Unterkategorien zugeordnet.

Persönliches Verständnis von Menschenrechten

Der Begriff Menschenrechte wurde von einigen Expert:innen zunächst eher als komplex und herausfordernd empfunden. Dennoch zeigten die unterschiedlichen Antworten ein durchgehend werteorientiertes Verständnis. Alle Befragten betonen, dass Menschenrechte universell gelten und jedem Menschen von Geburt an zu stehen, unabhängig von Herkunft, Hautfarbe oder Status.[67] Eine Expertin bringt diesen Grundsatz prägnant auf den Punkt: „*Das eine ist, dass Menschenrechte immer gelten, egal wie der Entwicklungsstand des Menschen ist, woher er kommt, wie alt er ist, wo er lebt, wie reich er ist, wie arm er ist usw.*“[68]

Besonders häufig genannt wurden Begriffe wie Gleichberechtigung, Freiheit und Gerechtigkeit als zentrale Bausteine von Menschenrechten.[69] Unteranderem steht die Menschwürde dabei stark im Fokus wie eine Expertin betont: „*Wir dürfen nicht glauben, dass es reicht, die Menschenrechte einzuhalten. Die Menschlichkeit verlangt, dass wir uns wirklich für die Menschen interessieren. Rechtlich bin ich nicht verpflichtet zu fragen, wie es jemandem geht, aber menschlich bin ich es.*“[70]

Diese Aussage macht deutlich, dass das Respektieren von Menschen schon dabei anfängt, wie man mit seinen Mitmenschen im Alltag umgeht.

---

[66] Vgl. *Dresing, T., Pehl, T.* Praxisbuch, 2018, S. 35.
[67] Vgl. *Experte 4*, Interview, 2025, im Anhang 8.
[68] *Expertin 9*, Interview, 2025, im Anhang 13, Z. 12-14.
[69] Vgl. *Expertin 10*, Interview, 2025, im Anhang 14, *Expertin 11*, Interview, 2025, im Anhang 15.
[70] *Expertin 9*, Interview, 2025, im Anhang 13, Z. 273-276.

Verständnis gemäß internationalen Leitlinien

Mehrere Expert:innen verweisen in ihrer Definition auf die UNGPs und die AEMR, da diese zentrale Rahmenbedingungen schaffen und der Staat für das Durchsetzen der Menschenrechte verantwortlich ist.[71] So betont eine Expertin: *„Eigentlich sollten die Menschenrechte, wie sie in der UN-Charta festgehalten sind, für alle Menschen gelten“* [72], gleichzeitig ist dies für viele Menschen nicht der Fall kritisiert die Expertin und betont: *„Das Grundproblem ist eigentlich schon, dass es weltweit ganz unterschiedliche Auffassungen davon gibt, was Menschenrechte überhaupt sind.“*[73]

Dennoch wird die Verankerung von Menschenrechten durch zum Beispiel die UNGPs von den Befragten als sehr wichtig empfunden, da dieser Rahmen einen globalen Ansatz vorgibt und gerade deswegen so wichtig ist.[74]

Menschenrechte im Tourismuskontext

Auch die letzte Unterkategorie spielt eine wichtige Rolle in den Antworten der Expert:innen, da die Relevanz der Menschenrechte im Tourismus einen ganz anderen Stellenwert hat als beispielsweise in anderen Branchen.[75] Der Tourismussektor ist ganz klar ein People's Business: „*Wenn es die Menschen im Tourismus nicht gibt, dann kann die Branche nicht überleben.“*[76] Deshalb ist es umso wichtiger Menschenrechte wie faire Arbeitsbedingungen, Schutz vor Diskriminierung, faire Löhne und Menschlichkeit vor allem im Tourismus sicherzustellen, betonen einige Expert:innen.[77] Eine Expertin macht die Bedeutung der Menschenrechte im Tourismus, trotz hoher Komplexität sehr deutlich: *„In unserem Alltag begegnet uns das Thema Menschenrechte überall. [...] Natürlich gibt es auf der Welt unterschiedliche Auffassungen darüber, was genau darunter verstanden wird. Trotzdem bringen wir Menschen in diese Länder, wir führen sie dorthin und wir machen dort Geschäfte.“*[78]

---

[71] Vgl. *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5.
[72] *Expertin 11*, Interview, 2025, im Anhang 15, Z. 34-35.
[73] *Expertin 11*, Interview, 2025, im Anhang 15, Z. 209-210.
[74] Vgl. *Experte 4*, Interview, 2025, im Anhang 8.
[75] Vgl. *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5.
[76] *Expertin 6*, Interview, 2025, im Anhang 10, Z.232-233.
[77] Vgl. *Experte 8*, Interview, 2025, im Anhang 12, *Expertin 10*, Interview, 2025, im Anhang 14.
[78] *Expertin 11*, Interview, 2025, im Anhang 15, Z. 36-42.

4.4.2 K2: Herausforderungen

In dieser Kategorie werden die Aussagen der Expert:innen bezüglich der Herausforderungen dargestellt, mit denen KMU bei der Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung konfrontiert sind. Die Aussagen wurden dazu in fünf Unterkategorien zugeordnet.

Fehlendes Wissen

Ein häufig genannter Aspekt ist das fehlende Wissen über menschenrechtliche Sorgfalt in vielen KMU. Eine Expertin vermutet, dass dies mit der Haltung zusammenhängt, dass kleine Unternehmen nicht viel bewirken können.[79] Eine weitere Expertin macht deutlich: *„Es ist ein großer, böser Begriff und da haben viele Unternehmen auch erstmal Hemmungen, sich damit auseinanderzusetzen.“*[80] Einige KMU erkennen die eigene Relevanz in diesem Zusammenhang noch nicht, wie ein Experte feststellt: *„Viele denken dann, was habe ich denn damit zu tun, ich verletze doch keine Menschenrechte.“*[81] Allerdings betreffen Themen wie Arbeitszeiten und faire Bezahlung letztlich jedes Unternehmen. Jedoch fehle es nicht nur an Bewusstsein, sondern auch an konkretem Wissen darüber, was menschenrechtliche Verantwortung überhaupt bedeutet und wie sie konkret umgesetzt werden könnte.[82]

Komplexität der globalen Lieferkette

Neun von zwölf Gesprächspartner:innen thematisierten die besondere Komplexität globaler Lieferketten im Tourismus. Statt einer klassischen Lieferkette handelt es sich im Tourismus eher um ein breites Netzwerk zahlreicher Dienstleistender und Akteur:innen.[83]

Ein Experte bringt das Problem auf den Punkt: *„Ein KMU im Tourismusbereich in Deutschland, das international tätig ist, hat oft sehr viele Partner dazwischen, sodass die Lieferkette einfach viel zu lang ist.“*[84] Dies erschwert es, Aspekte wie Arbeitsverträge, angemessene Arbeitszeiten oder Schulungen für Mitarbeitende vollständig zu überblicken.[85] In diesem Zusammenhang wird auch der bürokratische Aufwand zur Dokumentation problematisiert.[86]

---

[79] Vgl. *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16.
[80] *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5, Z. 66-67.
[81] *Experte 3*, Interview, 2025, im Anhang 7, Z. 114-115.
[82] Vgl. *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16.
[83] Vgl. *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16.
[84] *Experte 3*, Interview, 2025, im Anhang 7, Z. 178-179.
[85] Vgl. *Experte 8*, Interview, 2025, im Anhang 12.
[86] Vgl. *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11.

Ebenso kommt hinzu, dass sich viele Zulieferbetriebe im Ausland befinden, wodurch die Kontrolle zusätzlich erschwert wird: *„Wir versuchen schon nachzufragen, wo genau die Produkte gefertigt werden. Aber oft bekommen wir zur Antwort, dass es keine Partnerbetriebe mehr im Inland gibt.“*[87]

Eine andere Expertin stellt fest: *Die touristischen Lieferketten sind einfach extrem lang und kleinteilig. Dafür gibt es aktuell noch keine richtige Lösung.“*[88]

Menschenrechtliche Risiken

KMU sind immer wieder herausgefordert menschenrechtliche Risiken zu erkennen und dementsprechend zu verhindern. Die Expert:innen berichten von verschiedenen konkreten menschenrechtlichen Risiken in ihrem Alltag, etwa Ausbeutung durch schlechte Arbeitsbedingungen, fehlende Verträge oder unzumutbare Anforderungen.[89]

So berichtet eine Expertin: *„Das habe ich auch live erlebt, dass Menschen zum Vorstellungsgespräch dort hingekommen sind, direkt eigestellt wurden und innerhalb kürzester Zeit dann schon hohe Leistung erbringen sollten - das ist gar nicht machbar. [...] Da wurde der Mensch nicht gesehen, sondern nur der Profit.“*[90]

Ein weiters Risiko ist die Verletzung von Landrechten, etwa beim Bau touristischer Infrastruktur, wodurch Einheimische vertrieben werden und in ihren Menschenrechten verletzt werden.[91]

Armut macht Menschen besonders verletzlich für Gefälligkeitsforderungen, wie eine Expertin aus eigener Erfahrung in Südafrika berichtet: „*Da gab es zum Beispiel auch so Fälle, wo dann sexuelle Gefallen eingefordert wurden für die Jobvergabe.“*[92]

Auch Menschenhandel und Sextourismus stellen ebenfalls ein erhöhtes Risiko dar: *„Die Zahl der Personen, die gegen ihren Willen in der Prostitution sind und über Tourismusbetriebe vermittelt oder „verkauft“ werden, dürfte leider nicht ganz so gering sein, wie man vielleicht hofft.“*[93]

---

[87] *Experte 4*, Interview, 2025, im Anhang 8, Z. 106-108.
[88] *Expertin 11*, Interview, 2025, im Anhang 15, Z. 302-304.
[89] Vgl. *Experte 3*, Interview, 2025, im Anhang 7, *Experte 4*, Interview, 2025, im Anhang 8.
[90] *Expertin 2*, Interview, 2025, im Anhang 6, Z. 64-68.
[91] Vgl. *Expertin 10*, Interview, 2025, im Anhang 14.
[92] *Expertin 10*, Interview, 2025, im Anhang 14, Z. 52-53.
[93] *Expertin 9*, Interview, 2025, im Anhang 13, Z. 194-196.

Die Problematik der Kinderarbeit wird ebenfalls genannt, wobei darauf hingewiesen wird, dass das Leid der Kinder schwierig von außen zu bewerten ist, da es kulturelle Unterschiede gibt.[94]

Personelle und Finanzielle Limitierung

Ein großes Hindernis für KMU sind begrenzte personelle und finanzielle Ressourcen.[95] Viele kleine Unternehmen verfügen nicht über eigene Nachhaltigkeits- oder Compliance-Abteilungen, wie sie in größeren Unternehmen üblich sind. Durch die begrenzten finanziellen Mittel, können selten Personen explizit für die Einhaltung menschenrechtliche Sorgfalt eingestellt werden.[96]

Hinzu kommt, dass beispielsweise während der Pandemie viele Beschäftigte abgewandert sind, weil andere Branchen stabilere Arbeitsbedingungen bieten konnten. An manchen Stellen mangelt es daher nach wie vor an Personal mangelt.[97]

Eine Expertin hält fest: *„Viele KMU würden gern mehr tun, stoßen aber an ihre Kapazitätsgrenzen."*[98] Auch wenn das Engagement vorhanden ist, müssen KMU trotzdem ihre wirtschaftlichen Anforderungen berücksichtigen: *„Das ist immer eine Gratwanderung, denn wir sind gleichzeitig auch angehalten, wirtschaftlich erfolgreich zu arbeiten."*[99]

Wettbewerbsnachteile

Werteorientiertes Handeln kann für KMU zu einem Nachteil im Wettbewerb führen. Preislich attraktivere Angebote größerer Anbieter stehen oft im Vordergrund für Kund:innen, wie eine Expertin anmerkt: *„Natürlich spielt auch das Budget der Reisenden eine große Rolle. Viele Reisende wünschen sich einen bestimmten Komfort und oft sind es dann die großen Hotelketten, die diesen bieten, auch wenn sie nicht unbedingt nachhaltig sind."*[100]

Gleichzeitig herrscht Frustration über das sogenannte Greenwashing großer Unternehmen, die Nachhaltigkeit nach außen präsentieren, aber nicht entsprechend danach

---

[94] Vgl. *Expertin 6*, Interview, 2025, im Anhang 10.
[95] Vgl. *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11.
[96] Vgl. *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16.
[97] Vgl. *Expertin 2*, Interview, 2025, im Anhang 6.
[98] *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16, Z. 209.
[99] *Experte 4*, Interview, 2025, im Anhang 8, Z. 58-59.
[100] *Expertin 5*, Interview, 2025, im Anhang 9, Z. 141-143.

handeln: *„Das ist frustrierend für kleine Unternehmen, die fast alles richtig machen, aber sich nicht so stark damit profilieren können.“*[101]

Deshalb befinden sich KMU, die menschenrechtliche Verantwortung besonders ernst nehmen immer wieder in einem internen Konflikt, wie eine Expertin beschreibt: *„Dann müssen wir uns überlegen, ob wir den Umsatz mitnehmen, um unsere Arbeit und unsere Mission weiter voranzubringen oder verzichten wir darauf und halten kompromisslos an unseren Werten fest?“*.[102]

Zudem wirkt sich faire Preisgestaltung teilweise negativ auf das Kaufverhalten der Kund:innen aus, da der Preis viel höher ist und somit die Produkte eher weniger gekauft werden.[103]

4.4.3 K3: Chancen

Diese Kategorie umfasst Aussagen der befragten Expert:innen zu den Chancen und Potentialen von KMU bei der Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung und Einhaltung menschenrechtlicher Sorgfalt. Die Erkenntnisse wurden in drei Unterkategorien gegliedert, die unterschiedliche Aspekte möglicher positiver Entwicklung hervorheben.

Wertebasiertes Unternehmensleitbild

Ein wesentliches Potential liegt in der Etablierung und Stärkung einer wertebasierten Unternehmensgrundlage. Diese bietet nicht nur interne Orientierung, sondern signalisiert gleichzeitig eine klare Stellung nach außen an Kund:innen und Partner:innen.[104]

Eine Expertin betont, dass solch eine Haltung kein reines Lippenbekenntnis sein darf: *„Man muss das wirklich wollen. Ich bin fest davon überzeugt, dass sich Organisationen selbst diesem Anspruch menschenrechtlicher Verantwortung verschreiben und dafür brennen müssen.“*[105] Dieser Antrieb der Eigenverantwortung kann Veränderung anstoßen, da bestehende Herausforderungen nicht unüberwindbar sind.[106]

Diese Haltung zeigt sich auch in konkretem Handeln, wie das folgende Zitat beschreibt: *„Ein Hotel zum Beispiel schließt seit Corona jedes Jahr zu Weihnachten für ein paar Tage komplett. Das ist in der Branche eigentlich untypisch. Aber die Mitarbeitenden*

---

[101] *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11, Z. 300-302.
[102] *Expertin 5*, Interview, 2025, im Anhang 9, Z. 148-150.
[103] Vgl. *Experte 4*, Interview, 2025, im Anhang 8.
[104] Vgl. *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11.
[105] *Expertin 5*, Interview, 2025, im Anhang 9, Z. 251-253.
[106] Vgl. *Expertin 2*, Interview, 2025, im Anhang 6.

können so die Feiertage bei ihren Familien verbringen".[107] Das sind alles Entwicklungen, die zeigen, das neue und mutige Wege gegangen werden können und sollten.

Auch im Reiseverhalten der Kund:innen zeichnet sich ein Bewusstseinswandel ab: *„Es gibt eine wachsende Gruppe von Menschen, die bereit ist, ihr Reiseverhalten zu verändern."*[108] Dieser Wandel eröffnet Chancen für KMU, sich klar zu positionieren und eine passende Zielgruppe zu erreichen: *„Also das ist genau das, wo man dann gleichgesinnte Kunden dann auch trifft, was ja so auch sein soll."*[109]

Enge Beziehung zu Zuliefernden

Ein weiterer Vorteil kleinerer Strukturen liegt in den oft direkten, langfristigeren und vertrauensvollen Beziehungen zu Partner:innen und Zuliefernden.[110]

Diese Nähe ermöglicht es KMU, sorgfältiger auszuwählen, mit wem sie wie zusammenarbeiten. Mehrfach wird hervorgehoben, dass die Arbeitsweise, die Bedingungen und die Wertschöpfungskette der eigenen Zuliefernden genau beobachtet werden sollte, da diese Beziehungen eine relevante Säule für KMU bezüglich der menschenrechtlichen Verantwortung darstellen.[111]

Eine Expertin positioniert sich deutlich: *„Wenn wir merken, dass Menschen nicht so behandelt werden, wie sie es eigentlich sollten, dann kann das für uns auch ein Grund sein, die Zusammenarbeit zu beenden."*[112]

Ein weiterer Beitrag verdeutlicht das Potential gut ausgewählter Partnerschaften vor Ort: *„Vielleicht hat man zum Beispiel sehr enge Partner:innen vor Ort, die man seit Jahren kennt, indem man dort Arbeitsplätze für Bevölkerungsgruppen schafft, die sonst vielleicht vom Arbeitsmarkt ausgegrenzt werden, aufgrund von sexueller Orientierung, religiösen Aspekten usw. All das sind Aspekte der menschenrechtlichen Sorgfalt."*[113]

Resilienz

Ein wiederkehrendes Thema unter den befragten Expert:innen ist die wachsende Resilienz von KMU, die menschenrechtliche Verantwortung aktiv umsetzen.

---

[107] *Expertin 2*, Interview, 2025, im Anhang 6, Z. 138-140.
[108] *Expertin 5*, Interview, 2025, im Anhang 9, Z. 97-98.
[109] *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11, Z. 219-220.
[110] Vgl. *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5.
[111] Vgl. *Expertin 10*, Interview, 2025, im Anhang 14.
[112] *Expertin 2*, Interview, 2025, im Anhang 6, Z. 152-154.
[113] *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5, Z. 236-240.

Eine Expertin schildert: *„Wir haben vor allem während COVID erlebt, dass besonders die Unternehmen, die fortgeschritten sind im Bereich der menschenrechtlichen Sorgfalt, besser durch die Krise gekommen sind. Unter anderem deswegen zum Beispiel, weil sie viele Mechanismen der menschenrechtlichen Sorgfalt ganz automatisch umsetzen und Vertrauen zu ihren Zuliefernden haben."*[114]

Auch das Zulassen und Reflektieren von Fehlern wird als wichtiger Bestandteil eines wertebasierten Unternehmens gesehen, da dies Lernprozesse ermöglicht. Wichtig ist, aus Fehlern zu lernen und diese zu möglichst nicht nochmal zu wiederholen.[115]

Außerdem betont eine Expertin: *„Wer seine Risiken kennt und seine Beziehungen zu Lieferanten aktiv gestaltet, kann auch wirtschaftlich resilienter handeln."*[116]

4.4.4 K4: Gesetzliche Rahmenbedingungen

In dieser Kategorie wird auf die Aussagen der Expert:innen bezüglich relevanter gesetzlicher Rahmenbedingungen eingegangen. Dabei gibt es drei Unterkategorien.

Wahrnehmung des LkSG

Die Frage nach dem LkSG sorgte für die unterschiedlichsten Antworten der Expert:innen, was auf ein uneinheitliches Meinungsbild hinweist. Wiederholt wurde betont, dass KMU formal nicht direkt von dem LkSG betroffen sind: *„Das LkSG trifft sehr wenige Unternehmen."*[117] Dennoch wurde das Gesetz von einigen Expert:innen als richtungsweisend eingeschätzt.[118] Auch wenn die gesetzliche Verpflichtung für KMU fehlt, sehen einige eine wichtige Orientierung für die freiwillige Verantwortung: *„Obwohl wir als mittelständisches Unternehmen formal nicht unter das LkSG fallen, weil wir zu klein sind, wollten wir trotzdem Verantwortung übernehmen*."[119]

Andere Stimmen heben hervor, dass das LkSG insbesondere in KMU Hoffnung auf Veränderung geweckt hatte. Allerdings zeigen sich einige Befragte enttäuscht über die bisherige Umsetzung.[120] Die anfängliche Erwartung, das LkSG könnte einen echten Wandel

---

[114] *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5, Z. 101-105.
[115] Vgl. *Expertin 2*, Interview, 2025, im Anhang 6
[116] *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16, Z. 260-261.
[117] *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5, Z. 149-150.
[118] Vgl. *Expertin 6*, Interview, 2025, im Anhang 10, *Expertin 9*, Interview, 2025, im Anhang 13.
[119] *Expertin 11*, Interview, 2025, im Anhang 15, Z. 96-98.
[120] Vgl. *Experte 3*, Interview, 2025, im Anhang 7, *Expertin 11,* Interview, 2025, im Anhang 15.

in Bezug auf menschenrechtlicher Verantwortung herbeiführen, hat sich bislang kaum erfüllt.[121]

Ein weiterer kritischer Punkt betrifft die indirekten Auswirkungen des LkSG auf KMU, da größere Unternehmen die gesetzlichen Anforderungen häufig an ihre Partner:innen weitergeben: „*So werden die Anforderungen oft einfach durch die Lieferkette weitergegeben, ohne dass die Großen die Verantwortung wirklich bei sich behalten. Genau da kommt es häufig zu Missverständnissen und Überforderungen auf Seiten der KMU.*"[122]

Trotz Kritik wird das LkSG als wichtiger Schritt für die Sensibilisierung menschenrechtlicher Verantwortung anerkannt: *„Aus meiner Sicht war es auf jeden Fall sinnvoll und wichtig, dass das LkSG verabschiedet wurde, weil es einen verbindlichen Rahmen für unternehmerische Verantwortung schafft.*"[123]

Einschätzung UNGPs & CSDDD

„Also Leitfäden finde ich immer sehr gut und hilfreich"[124], betonte eine Expertin und dieser Einschätzung stimmten mehrere Befragte zu.[125] Die UNGPs werden dabei als wichtige Grundlage betrachtet, da sie zunächst freiwillig zur Einhaltung menschenrechtlicher Sorgfalt anregen.[126]

Aus weiteren Aussagen geht hervor, dass verbindliche Vorgaben auf europäischer Ebene, wie durch das CSDDD, als besonders wichtig angesehen werden. Eine Expertin fasst es so zusammen: *„Und je größer der Rahmen wird, zum Beispiel auf EU-Ebene, desto sinnvoller finde ich es. Wenn der Staat so etwas nicht vorgibt, passiert es oft einfach nicht. Es gibt Dinge, die regelt der Markt eben nicht von selbst. Auch wenn man das immer sagt, dass der Markt sich selbst reguliert, bei solchen Themen tut er es nicht. Da braucht es klare Vorgaben. Und je größer der Geltungsbereich, desto besser, finde ich."*[127]

Allerdings wurde verstärkt darauf hingewiesen, dass die Zukunft der Gesetze wie das CSDDD und LkSG politisch unsicher ist, was unter KMU für Verwirrung und Zurückhaltung sorgt.[128]

---

[121] Vgl. *Experte 8*, Interview, 2025, im Anhang 12.
[122] *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16, Z. 108-111.
[123] *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16, Z. 97-98.
[124] *Expertin 9*, Interview, 2025, im Anhang 13, Z. 104.
[125] Vgl. *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5, *Expertin 6*, Interview, 2025, im Anhang 10.
[126] Vgl. *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16.
[127] *Expertin 11*, Interview, 2025, im Anhang 15, Z. 178-182.
[128] Vgl. *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16.

Politische Verantwortung

Dem Aspekt der politischen Verantwortung kam im Zusammenhang mit den Rahmenbedingungen eine besondere Bedeutung zu. Immer wieder wurde betont, dass der Staat eine entscheidende Rolle bei der Einhaltung von Menschenrechten hat. Eine Expertin stellt klar: *„Aber der wichtigste Gedanke dahinter ist der, dass der Staat für die Einhaltung der Menschenrechte verantwortlich ist. Diese Aufgabe kann nicht an den Unternehmer übergewälzt werden, insbesondere dort, wo es für einen kleineren und mittleren Unternehmer unmöglich ist, alles auf seine Herkunft zu überprüfen. Und die Aufgabe, Menschenrechtsverletzungen in gewissen Herkunftsländern zu bekämpfen, obliegt ja den Staaten dort. Unsere Staaten müssen auf andere Staaten einwirken, damit die Menschenrechte dort eingehalten werden.“*[129]

Darüber hinaus wird mehrfach auf die Notwendigkeit realistischer und praxisnaher Vorgaben hingewiesen, die von Unternehmen umgesetzt werden können und müssen.[130]

Ein weiterer Beitrag macht deutlich, dass Freiwilligkeit allein nicht ausreicht:

„Es gibt zwar immer Pioniere, die in Sachen Nachhaltigkeit und Menschenrechten vorangehen. Aber es gibt auch viele, die einfach nur das Nötigste machen oder sogar gegen Menschenrechte verstoßen. Genau deshalb sind politische Regelungen wichtig.“[131]

Zudem wird kritisch angemerkt, dass staatliche Maßnahmen nicht immer konsequent genug umgesetzt und kontrolliert werden.[132] Ein Experte merkt an: *„Eigentlich müsste man kontrollieren, wie die Standards eingehalten werden.“*[133] Diese Einschätzung wird von einer anderen Expertin bestärkt: *„Aber das größte Problem bleibt die Kontrolle.“*[134]

Besonders deutlich wird die Herausforderung, wenn Regelungen existieren, aber keine Überprüfmechanismen vorgesehen sind. Eine Expertin macht klar:

„Wenn ich Regeln aufstelle, muss ich auch sicherstellen, dass sie eingehalten werden. Sonst bringt die ganze Regelung nichts. Aber wenn ich möchte, dass sich Unternehmen daranhalten, muss ich auch dafür sorgen, dass die Vorgaben unternehmensspezifisch und praxisnah sind und nicht von jemandem gemacht werden, der irgendwo in Berlin am Schreibtisch sitzt, aber nicht wirklich Einblick in den Unternehmensalltag hat.“[135]

---

[129] *Expertin 9*, Interview, 2025, im Anhang 13, Z. 122-118.
[130] Vgl. *Expertin 6*, Interview, 2025, im Anhang 10.
[131] *Expertin 10*, Interview, 2025, im Anhang 14, Z. 116-119.
[132] Vgl. *Experte 8*, Interview, 2025, im Anhang 12.
[133] *Experte 4*, Interview, 2025, im Anhang 8, Z. 247-248.
[134] *Expertin 11*, Interview, 2025, im Anhang 15, Z. 133-134.
[135] *Expertin 6*, Interview, 2025, im Anhang 10, Z. 88-93.

Ein weiterer Kritikpunkt betrifft den Rückzug politischer Akteure aus relevanten Bereichen. So wird das Verhalten des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Endwicklung (BMZ) kritisch betrachtet, dass sich laut einer Expertin in Teilen aus der Entwicklungs- und Wirtschaftszusammenarbeit zurückzieht.[136] Der Rückzug relevanter Stakeholder in Bezug auf die politische Verantwortung wird als kontraproduktiv bewertet, da die Politik nach Ansicht der Mehrheit der Expert:innen eine führende Rolle hat. So betont eine Expertin: *„Ich denke, die Politik sollte da auf jeden Fall handlungsleitend sein."*[137]

4.4.5 K5: Unterstützungsangebote

In dieser Kategorie werden Aussagen der Expert:innen zu verschiedenen Unterstützungsangeboten und relevanten Initiativen dargestellt, die KMU bei der Wahrnehmung und Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung im Tourismus unterstützen. Die Aussagen wurden dabei in fünf Unterkategorien gegliedert.

Rolle von NGOs

Die Bedeutung von NGOs im Kontext menschenrechtlicher Verantwortung im Tourismus wurde mehrfach unterstrichen, da sie neben der Politik einen wirksamen Hebel darstellen und oft näher an der Praxis und an den betroffenen Personen arbeiten.[138] Sie fungieren als ein wichtiges Bindeglied zwischen Politik, Unternehmen und Kosument:innen und entwickeln praxisorientierte Projekte, die die Strukturen der touristischen Wertschöpfungskette nachhaltig verbessern.[139] So äußert sich eine Expertin bezüglich NGOs: *„Denn diese Gruppen wissen am besten, wo Risiken tatsächlich auftreten und wie man die betroffenen Menschen wirksam schützen kann."*[140]

NGOs bieten häufig konkrete Unterstützungsangebote wie Leitfäden, Tools, Beratungen und Netzwerkbildung an.[141] Besonders niederschwellige Angebote sind für KMU essenziell, betont eine Expertin: *„Oft scheitert es ja schon daran, dass Unternehmen gar nicht wissen, welche Hilfe es gibt."*[142]

---

[136] Vgl. *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16.
[137] *Expertin 10*, Interview, 2025, im Anhang 14, Z. 187-188.
[138] Vgl. *Expertin 10*, Interview, 2025, im Anhang 14.
[139] Vgl. *Expertin 6*, Interview, 2025, im Anhang 10.
[140] *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16, Z.184-185.
[141] Vgl. *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5.
[142] *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16, Z. 187-188.

Brancheninitiativen und Netzwerke

„Es ist super wichtig, dass die Angebote wirklich aus der Branche selbst kommen, denn es braucht für diese großen und komplexen Themen einfach Branchenlösungen. Es bringt ja nichts, wenn jedes Unternehmen einzeln anfängt"[143], erklärt eine Expertin.

In diesem Zusammenhang werden vor allem der Roundtable Human Rights in Tourism, das Forum Anders Reisen und Futouris als wichtige Multi-Stakeholder Initiativen genannt. Diese Netzwerke ermöglichen es Akteur:innen, sich zu vernetzen, auszutauschen und gemeinsame Fortschritte zu erzielen.[144]

Auch ECPAT, wird mehrfach als wichtiges Netzwerk genannt, da sie spezielle Beratungen und Schulungen zum Thema Kinderschutz für touristische Unternehmen anbietet.[145]

Diese Netzwerke leben von engagierten Mitgliedern aus verschiedenen Bereichen der Tourismusbranche, die sich aktiv für gemeinsame Ziele und Standards einsetzten. Eine Expertin formuliert es so: *„Es wäre auch wichtig, dass sich Branchen auf gemeinsame Standards einigen. Also gemeinsame Definitionen und ein gemeinsames Verständnis davon, was menschenrechtliche Sorgfalt konkret bedeutet."*[146]

Leitfäden und Tools

In den Gesprächen mit den Expert:innen wurden verschiedene praxisnahe Angebote für KMU genannt, wie beispielsweise das von Futouris und Roundtable Human Rights in Tourism entwickelte E-Learning -Tool.[147] Eine Expertin erklärt dazu:

„Das ist eben nicht nur eine Vorschrift, sondern ein echtes Angebot, das Unternehmen nutzen können, um sich mit menschenrechtlicher Verantwortung auseinanderzusetzen und um schrittweise auch bestimmte Anforderungen zu erfüllen oder ihnen näherzukommen."[148]

Die kostenlosen Online Tools, wie das Get Started Tool des Roundtables Human Rights in Tourism und der KMU-Kompass des Helpdesks Wirtschaft für Menschenrechte wurden wiederholt erwähnt, da sie KMU eine gute Starthilfe bieten, um menschenrechtliche Risiken entlang ihrer Lieferkette zu entdecken.[149]

---

[143] *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5, Z. 263-266.
[144] Vgl. *Expertin 5*, Interview, 2025, im Anhang 9, *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11.
[145] Vgl. *Experte 3*, Interview, 2025, im Anhang 7, *Experte 8*, Interview, 2025, im Anhang 12.
[146] *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16, Z. 196-198.
[147] Vgl. *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5.
[148] *Expertin 6*, Interview, 2025, im Anhang 10, Z. 197-200.
[149] Vgl. *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5, *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16.

Eine Expertin merkt diesbezüglich an: *„Online-Tools, die relativ leicht zugänglich sind, spielen eine immer größere Rolle für KMU, weil die auch teilweise kostenlos bereitgestellt werden.“*[150]

Ein weiteres Unterstützungsangebot besteht in der Anwendung von Leitfäden, die speziell für Risikoanalysen entwickelt wurden.[151] Dieser Prozess ist sehr wichtig, allerdings auch sehr ressourcenintensiv, wie eine Expertin betont: *„Da geht es darum, quasi vor Ort die menschenrechtlichen Auswirkungen eines Produkts, in unserem Fall eben des Tourismus zu bewerten. Das ist aber ein sehr großes und komplexes Instrument, was von einem einzelnen Reiseveranstalter nie umgesetzt werden kann. Deswegen ist so etwas immer ein Branchenansatz.“*[152]

Sensibilisierungsarbeit

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Unterstützungsangebote für KMU ist die Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung für menschenrechtliche Verantwortung im Tourismus. In den Interviews wurde berichtet, dass viele Unternehmen die Komplexität und Bedeutung der Menschenrechte und damit einhergehende Menschenrechtsverletzungen nicht erkennen.[153]

Eine Expertin betont: *„Es ist nach wie vor schwierig, neue Mitglieder zu akquirieren, weil diese Thematik so komplex ist und so schwer zu verstehen ist. Nachhaltigkeit hat in vielen Unternehmen einfach noch nicht den Stellenwert, den es unserer Meinung nach haben sollte.“*[154]

Um mehr KMU auf diese Thematik aufmerksam zu machen und zu sensibilisieren, wird gezielt Awareness-Arbeit betrieben. Dazu gehören beispielsweise Konferenzauftritte wie auf der internationalen Tourismus-Börse Berlin, Fachvorträge, Netzwerkbildung und Projektmaßnahmen.[155] Eine Expertin macht deutlich, wie notwendig diese Arbeit ist, um immer wieder aufzuzeigen: „*Warum spielt das überhaupt für Unternehmen eine Rolle? Warum sind Menschenrechte für jedes touristische Unternehmen relevant?“*[156]

---

[150] *Expertin 10*, Interview, 2025, im Anhang 14, Z. 175-177.
[151] Vgl. *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11.
[152] *Expertin 1*, Interview, 2025, im Anhang 5, Z. 76-79.
[153] Vgl. *Experte 3,* Interview, 2025, im Anhang 7.
[154] *Expertin 1,* Interview, 2025, im Anhang 5, Z. 98-101.
[155] Vgl. *Experte 8,* Interview, 2025, im Anhang 12.
[156] *Expertin 1,* Interview, 2025, im Anhang 5, Z. 63-65.

Schulungen

Eng verbunden mit der Sensibilisierungsarbeit sind Schulungs- und Trainingsangebote, die von den Expert:innen als wirksame Unterstützung mehrfach genannt wurden. So äußert sich ein Experte deutlich: *„Das sind meiner Meinung nach die wichtigsten Unterstützungsangebote: Schulungen und Austauschmöglichkeiten, die wirklich sehr gut helfen."*[157]

Es geht klar hervor, dass ganzheitliche Schulungen, die nicht nur die Geschäftsführung, sondern das gesamte Team einbeziehen, besonders effektiv sind. Auf diese Weise können alle Mitarbeitenden sensibilisiert werden und verantwortungsvoll im Bereich Menschenrechte handeln.[158]

In den Interviews kristallisierte sich ECPAT als wichtige NGO im Bereich Schulungen heraus. Sie bietet praxisorientierte Trainings für Schulen, Unis und Unternehmen an.

Ein Experte beschreibt: „*Dort geht es darum, Kinderrechte zu achten und einen Austausch zu ermöglichen, damit man praktische Maßnahmen umsetzen kann. Das sind oft auch ganz einfache Dinge, wie zu Beginn die Kunden zu sensibilisieren."*[159]

Zudem wird die Rolle von Hochschulen und Bildungseinrichtungen stark betont, die das Thema Nachhaltigkeit und menschenrechtliche Verantwortung in den Lehrplänen noch stärker integrieren sollten.[160]

„Es gibt meiner Meinung nach wenige Hochschulen in Deutschland im Bereich Tourismusmanagement, die das Thema bisher berücksichtigen. [...] Ich glaube, das ist total relevant. Und wir merken auch, dass das Interesse von Studierenden wahnsinnig groß ist."[161]

4.4.6 K6: Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung in KMU

In dieser Kategorie werden die Aussagen der Expert:innen zur konkreten Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung in KMU zusammengefasst. Die Ergebnisse wurden in fünf Unterkategorien zugeordnet, die die Umsetzung konkreter Vorgehensweisen der Unternehmen widerspiegeln.

---

[157] *Experte 7,* Interview, 2025, im Anhang 11, Z. 212-214.
[158] Vgl. *Experte 3,* Interview, 2025, im Anhang 7.
[159] *Experte 7,* Interview, 2025, im Anhang 11, Z. 206-208.
[160] Vgl. *Expertin 10,* Interview, 2025, im Anhang 14.
[161] *Expertin 1,* Interview, 2025, im Anhang 5, Z. 288-292.

Selbstverpflichtung

Die menschenrechtliche Verantwortung beginnt in KMU bereits mit einem klaren Unternehmensleitbild und einer freiwilligen Selbstverpflichtung zur Einhaltung menschenrechtlicher Sorgfalt, denn *„Menschenrechte sollten als Basis gelten."*[162] Diese Aussage spiegelt die Haltung der meisten Expert:innen wider. Das bedeutet konkret, dass faire Arbeitsbedingungen geschaffen, gerechte Löhne gezahlt und bestimmte Standards im Arbeitsalltag aktiv gelebt werden.[163]

So beschreibt eine Expertin: „*Wir sind nicht rassistisch, wir möchten alle Menschen ansprechen und jede Person ist bei uns willkommen. Das sind kleinere, aber wichtige interne Maßnahmen, mit denen wir unsere Werte leben und auch nach außen tragen."*[164]

Gelebte Werte wie Gerechtigkeit, Respekt und Menschlichkeit gegenüber Mitarbeitenden, Kund:innen und Partner:innen werden wiederholt als unverzichtbar genannt.[165]

Wissensbildung

Auch in der konkreten Umsetzung von menschenrechtlicher Verantwortung in KMU nennen mehrere Expert:innen Schulungen und Trainings als wichtigen Bestandteil.[166] Dabei geht es um ein kontinuierliches Bewusstsein im gesamten Unternehmen: *„Es ist bei uns so geregelt, dass eigentlich jeder im Unternehmen in gewisser Weise Nachhaltigkeitsbeauftragter ist und dieses Bewusstsein auch Teil der Unternehmenskultur ist."*[167]

Die befragten KMU nutzen praxisnahe Angebote, um die Sensibilität ihrer Teams zu stärken. Ein Experte beschreibt dies so: *„Ich versuche stattdessen, mein Wissen und meine Hintergrundinformationen direkt in den Projekten umzusetzen [...] und nutze dabei sehr stark die Materialien, die zum Beispiel vom Roundtable zur Verfügung gestellt werden."*[168]

Darüber hinaus werden Webinare und interne Schulungen als wertvolle und notwendige Impulse wahrgenommen, um diese aktiv in den Arbeitsalltag zu integrieren.[169] Eine

---

[162] *Experte 7,* Interview, 2025, im Anhang 11, Z. 21.
[163] Vgl. *Expertin 2,* Interview, 2025, im Anhang 6, *Experte 8,* Interview, 2025, im Anhang 12.
[164] *Expertin 5,* Interview, 2025, im Anhang 9, Z. 117-119.
[165] Vgl. *Expertin 2,* Interview, 2025, im Anhang 6, *Expertin 5,* Interview, 2025, im Anhang 9.
[166] Vgl. *Expertin 6,* Interview, 2025, im Anhang 10, *Expertin 10,* Interview, 2025, im Anhang 14.
[167] *Experte 7,* Interview, 2025, im Anhang 11, Z. 153-155.
[168] *Experte 3,* Interview, 2025, im Anhang 7, Z. 79-83.
[169] Vgl. *Experte 7,* Interview, 2025, im Anhang 11.

Expertin erläutert: *„Wir schulen nicht nur unsere Mitarbeitenden hier im Büro regelmäßig, sondern auch unsere Reiseleiterinnen und Reiseleiter.“*[170]

Risikoanalysen und Lieferkettenbewertung

Die befragten KMU überprüfen ihre eigenen Lieferketten und die ihrer Zuliefernden sorgfältig und achten darauf, dass Menschenrechte geachtet werden.[171] Eine Expertin berichtet: *„Zum Beispiel haben wir uns schon vor Jahren darauf geeinigt, bestimmte Produkte wie die von Nestlé möglichst nicht zu kaufen, weil das Thema Kinderarbeit oder Wasserverschwendung da eine große Rolle spielt.“*[172]

Gleichzeitig betont ein anderer Experte, dass dieser Teil der Umsetzung besonders herausfordernd ist, da eine vollständige und lückenlose Prüfung aufgrund der komplexen Lieferketten oft nicht möglich ist.[173]

Um dem entgegenzuwirken, setzen einige KMU auf persönliche Kontakte zu ihren Partner:innen vor Ort: „*Wir reisen regelmäßig in die Zielregionen, um uns möglichst viele unserer Produkte persönlich anzusehen, im Kontakt zu bleiben und unser Verständnis zu vertiefen, auch in Bezug auf kulturelle Unterschiede.“*[174]

Die Durchführung umfangreicher Risikoanalysen, wie sie im LkSG für Großunternehmen vorgeschrieben sind, findet bei den befragten KMU nur begrenzt statt. [175] Dennoch werden Risiken bewertet und darauf geachtet, dass Verträge mit Zuliefernden verbindliche Klauseln zur menschenrechtlichen Sorgfalt enthalten. Im Falle von Verstößen behalten sich einige KMU vor, die Zusammenarbeit zu beenden. Ein Experte bringt dies klar zum Ausdruck: *„Geld verdienen darf nicht auf Kosten von Menschenrechten gehen, das kann kein Kompromiss sein.“*[176]

Zertifizierungen

Sieben von zwölf Expert:innen nannten Zertifikate als eine mögliche Umsetzungsstrategie von KMU, wobei die Einschätzungen insgesamt gemischt ausfielen. Die Mehrheit der

---

[170] *Expertin 11,* Interview, 2025, im Anhang 15, Z. 85-86.
[171] Vgl. *Experte 7,* Interview, 2025, im Anhang 11.
[172] *Expertin 2,* Interview, 2025, im Anhang 6, Z. 88-91.
[173] Vgl. *Experte 4,* Interview, 2025, im Anhang 8.
[174] *Experte 7,* Interview, 2025, im Anhang 11, Z. 78-80.
[175] Vgl. *Expertin 12*, Interview, 2025, im Anhang 16.
[176] *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11, Z. 247-248.

befragten KMU verfügt bereits über Zertifizierungen durch zum Beispiel TourCert, Fairtrade Tourism, das Forum Anders Reisen oder ECPAT.[177]

Ein Experte, der dem bürokratischen Aufwand zunächst skeptisch gegenüber stand, beschreibt*: „Im zweiten Schritt sind wir dann Zertifizierungen angegangen. [...] Das war ein positiver Effekt, den ich ehrlich zugebe. Wir haben dabei offene Flanken bei uns erkannt und konnten uns verbessern.*[178] Trotzdem bestehen Bedenken, da Studien belegen, dass Zertifizierungen bei manchen Kund:innen zunehmend an Akzeptanz und Glaubwürdigkeit verlieren, aufgrund der Problematik von Greenwashing.[179]

Ein weiterer Experte kritisiert, dass es zu viele Zertifikate gibt und schlägt deshalb vor: *„Es wäre sinnvoll, das Angebot zu reduzieren und wirklich nur zwei oder drei gute Labels als Standard festzulegen, an denen sich Besucher orientieren und mit gutem Gewissen entscheiden können.“*[180]

Umgang mit der Kundschaft

Aus den Befragungen geht hervor, dass der Umgang mit Kund:innen einen sehr wichtigen und zugleich sensiblen Hebel im Rahmen der konkreten Umsetzung darstellt. Viele Kund:innen der befragten KMU, entscheiden sich bewusst für Angebote, die soziale und menschenrechtliche Standards enthalten. Dennoch gilt der Grundsatz, dass alle Kund:innen willkommen sind. Eine Expertin erläutert dazu: *„Natürlich gibt es weiterhin Menschen, die lieber Pauschalreisen buchen oder All Inclusive Angebote nutzen. Wir sagen dann ganz bewusst: „Wir sind All Exklusive.“*[181]

Manche KMU beziehen ihre Kundschaft gezielt ein, um ein Bewusstsein für menschenrechtliche Themen zu schaffen und sie zu ermutigen, aufmerksam durch die Welt zu reisen. Dabei werden Kund:innen vor der Reise sensibilisiert und informiert, um menschenrechtliche Risiken besser einschätzen zu können.[182] Eine Expertin schildert ein konkretes Beispiel der Beteiligung: *„Deshalb haben wir auch eine Meldestelle eingerichtet. Unsere Reisenden werden darüber informiert und finden in ihren Reiseunterlagen den Hinweis darauf. Wenn sie also auf Reisen Verstöße gegen die Menschenrechte bemerken, können sie uns das direkt melden.“*[183]

---

[177] Vgl. *Expertin 10*, Interview, 2025, im Anhang 14.
[178] *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11, Z. 177-180.
[179] Vgl. *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11.
[180] *Experte 4*, Interview, 2025, im Anhang 8, Z. 290-292.
[181] *Expertin 5,* Interview, 2025, im Anhang 9, Z. 101-103.
[182] Vgl. *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11.
[183] *Expertin 11,* Interview, 2025, im Anhang 16, Z. 81-84.

4.4.7 K7: Zukunftsperspektiven und Wünsche

Diese Kategorie umfasst Aussagen der befragten Expert:innen zu Zukunftsperspektiven und Wünschen in Hinblick auf die Entwicklung menschenrechtlicher Sorgfalt im Tourismus. Sie wurden in sechs Unterkategorien unterteilt.

Potentiale und Veränderung durch touristische KMU

Die Mehrheit der Expert:innen sieht in KMU ein erhebliches Potential, langfristige Veränderungen menschenrechtlicher Verantwortung im Tourismus voranzutreiben. So betont eine Expertin: *„Wenn ein Unternehmen darauf aufmerksam macht, dass die Arbeitsbedingungen verbessert sind, macht es das schwer messbar. Diese Auswirkungen sind trotzdem sehr wichtig und eher langfristiger.“*[184]

Besonders KMU wird die Fähigkeit zugesprochen, durch authentisches Handeln mehr zu bewirken als wenige große Akteure.[185] Es wird erwartet, dass sich dadurch sozial nachhaltige und faire Angebote zunehmend durchsetzen werden.[186] Eine weitere Stimme bekräftig diesen Gedanken*: „Ich glaube wirklich daran, dass der Wandel nicht durch zeitlich befristete Programme, Entwicklungshilfe oder NGOs passiert – sondern durch Unternehmen, die im Markt aktiv sind, sich verändern und diese Werte konsequent vorleben.“*[187]

Einfluss der jungen Generation

Die junge Generation wird von den Befragten als wichtiger Motor für zukünftige Veränderungen angesehen, da sie neue Perspektiven einbringt und bestehende Strukturen kritisch hinterfragt.[188] Eine Expertin betont: *„Wenn junge Menschen diese Themen auch einfach schon vielleicht in ihre ersten Arbeitsstellen mit reinbringen und sagen: ‚Hey, wie sieht es denn damit aus, habt ihr vielleicht eine Kinderschutz Policy? Spielt das Thema soziale Nachhaltigkeit in eurem Unternehmen eine Rolle?‘. Dann hat es eine Relevanz, die sehr langfristig angelegt ist.“*[189]

Zudem wird angemerkt, dass Werte wie Freiheit, Demokratie und Menschenrechte von jeder Generation immer wieder neu erkämpft und verteidigt werden müssen.[190] Trotz

---

[184] *Expertin 1,* Interview, 2025, im Anhang 5, Z. 315-317.
[185] Vgl. *Experte 7*, Interview, 2025, im Anhang 11.
[186] Vgl. *Experte 3*, Interview, 2025, im Anhang 7.
[187] *Expertin 5,* Interview, 2025, im Anhang 9, Z. 263-265.
[188] Vgl. *Expertin 5,* Interview, 2025, im Anhang 9.
[189] *Expertin 1,* Interview, 2025, im Anhang 5, Z. 301-305.
[190] Vgl. *Expertin 9,* Interview, 2025, im Anhang 13.

bestehender Herausforderungen herrscht unter den Expert:innen Optimismus: *„Trotzdem habe ich großes Vertrauen in die neue Generation."*[191]

Entwicklung der Tourismusbranche

„Die große Chance liegt darin, dass der Tourismus eine sympathische Branche ist, denn Reisen macht den meisten Menschen Spaß,"[192] was sich auch in den Einschätzungen der Befragten widerspiegelt. Sie bewerten die Entwicklung der Tourismusbranche insgesamt positiv und erwarten, dass der Sektor in künftig bewusster, nachhaltiger und sozial verantwortlicher wird. Mehr Menschen zeigen sich offen für neue Konzepte.[193]

Parallel muss die menschenrechtliche Verantwortung im Tourismus weiter gestärkt werden, da der Sektor stetig wächst und als wichtiger Jobmotor fungiert.[194]

Eine Expertin erklärt: *„Natürlich gibt es auf der einen Seite Armut, aber gleichzeitig auch viel Wohlstand und die Zahl der Touristen steigt weltweit stark an."*[195]

Dennoch betonen mehrere Befragte, dass die Weiterentwicklung eines sozialverantwortlichen Tourismus von verschiedenen Faktoren abhängt. Hierbei wird die Kaufbereitschaft der Konsument:innen hervorgehoben, sowie die Notwendigkeit die Vernetzung unter ähnlich denkenden KMU zu fördern.[196]

Rolle und Erwartungen an die Kundschaft

Diese Unterkategorie fasst die Aussagen der Expert:innen zusammen, die die Bedeutung und Erwartungen gegenüber Kunden beinhalten. Diesen wird eine wichtige Rolle von den Befragten zugeschrieben, da ihr Bewusstsein für Menschenrechte im Tourismus und die Bereitschaft den entsprechenden Preis für solche Angebote zu zahlen, zu einer maßgeblichen Veränderung beitragen kann.[197] So begründet eine Expertin:

„Ich glaube, je mehr Menschen sich auf den Weg machen, desto mehr Bewegung wird es auch in der Gesellschaft geben. Denn wir sind Menschen und wir wollen ja miteinander gut auskommen. Niemand möchte den anderen bewusst verletzen, meistens zumindest."[198]

---

[191] *Expertin 5,* Interview, 2025, im Anhang 9, Z. 286.
[192] *Experte 4,* Interview, 2025, im Anhang 8, Z. 315-316.
[193] Vgl. *Experte 3,* Interview, 2025, im Anhang 7.
[194] Vgl. *Expertin 10,* Interview, 2025, im Anhang 14.
[195] *Expertin 9,* Interview, 2025, im Anhang 13, Z. 57-58.
[196] Vgl. *Expertin 11, In*terview, 2025, im Anhang 15.
[197] Vgl. *Expertin 6, In*terview, 2025, im Anhang 10
[198] *Expertin 2,* Interview, 2025, im Anhang 6, Z. 299-302.

Aus Sicht einiger Befragten sollte sich dieses Bewusstsein in einem veränderten Reiseverhalten widerspiegeln.[199] *„Es wäre wichtig, dass Angebote, bei denen klar ist, dass Menschenrechtsverletzungen stattfinden, nicht mehr gebucht oder genutzt werden.“*[200]

Gleichzeitig weist eine Stimme darauf hin, dass die Kund:innen kritischer und anspruchsvoller geworden sind: *„Menschen kommen mit sehr starken Meinungen auf einen zu, beschimpfen einen teilweise oder verlangen Rechtfertigungen für alles Mögliche. Man hört auch von Händlern in der Stadt, dass die Geduld der Kunden immer kürzer wird. Sie reagieren schneller aggressiv, sind ungeduldig und teilweise auch intolerant.*“[201] Der Experte sieht eine Begründung für das Verhalten mancher Kund:innen, in der aktuellen politischen Lage, die viel Unsicherheit in Menschen auslöst.

Erwartungen an die Politik

Die befragten Expert:innen sehen die Politik in einer Schlüsselrolle, wenn es um Fortschritte menschenrechtlicher Verantwortung und die Implementierung von Sorgfaltspflichten für KMU im Tourismus geht.

Einige Expert:innen wünschen sich mehr finanzielle Unterstützung zur Förderung von weiteren praxisnahen Unterstützungsangeboten von beispielsweise NGOs, für KMU die in ihren Ressourcen begrenzt sind.[202] Ein Beispiel aus der Praxis: *„Unsere Mitglieder aus der Zivilgesellschaft kämpfen gerade echt stark, um ihre Projekte und all die tollen Sachen, die sie machen, überhaupt weiterführen zu können.“*[203]

Ein anderer geforderter Aspekt, ist die gezielte Schaffung von Anreizen, durch beispielsweise steuerliche Entlastungen für besonderes Engagement für Unternehmen die über das Maß gesetzlicher Standards aktiv sind.[204] So schlägt eine Expertin konkret vor:

„Vielleicht könnte die Politik überlegen, ob es Förderungen oder steuerliche Erleichterungen für Unternehmen gibt, die eine Menschenrechtsstelle einrichten oder Fachpersonal dafür einstellen. Also Anreize, die es leichter machen, so etwas im Unternehmen aufzubauen.“[205]

Kontrollmechanismen werden ebenfalls als notwendig erachtet, um sicherzustellen, dass bestehenden Standards eingehalten werden, da es durchaus viele Akteure gebe, die sich

---

[199] Vgl. *Expertin 5, In*terview, 2025, im Anhang 9.
[200] *Expertin 6, In*terview, 2025, im Anhang 10, Z. 214-216.
[201] *Experte 4,* Interview, 2025, im Anhang 8, Z. 360-364.
[202] Vgl. *Expertin 1, In*terview, 2025, im Anhang 5, *Experte 3, In*terview, 2025, im Anhang 7.
[203] *Expertin 1, In*terview, 2025, im Anhang 5, Z. 336-338.
[204] Vgl. *Experte 3, In*terview, 2025, im Anhang 7.
[205] *Expertin 11, In*terview, 2025, im Anhang 15, Z. 286-289.

nicht an menschenrechtliche Sorgfalt halten.[206] *„Eine gewisse Art von Kontrolle und Bürokratie ist wichtig, etwa in Form von Stichproben, ähnlich wie beim Finanzamt. Das würde auch für mehr Sicherheit sorgen und das Gefühl geben, dass die Zusammenarbeit mit den Partnern in Ordnung ist.“*[207]

Darüber hinaus betonen mehrere Befragte die Bedeutung einer europäischen und internationalen Harmonisierung von Gesetzen, sodass einheitliche Bedingungen für alle Akteur:innen herrschen.[208] *„Und mir ist auch wichtig, dass das Ganze nicht nur auf EU-Ebene bleibt, sondern dass sich noch mehr Staaten anschließen. Wenn mehr Partnerländer das genauso umsetzen, entsteht eine Bewegung.“*[209]

Risiken in der Zukunft

Neben politischen Rückschritten wird Übertourismus als ein relevantes zukünftiges Risiko benannt. Steigende Preise können soziale Ungerechtigkeit verstärken und dazu führen, dass die lokale Bevölkerung durch die negativen Auswirkungen des Tourismus überproportional belastet wird.[210]

Ein weiteres genanntes Risiko stellt Greenwashing dar, dass Unternehmen soziale Verantwortung lediglich als Imageverbesserung nutzen, ohne dementsprechend zu handeln. Ein Experte warnt: *„Allerdings besteht die Gefahr, dass manche Unternehmen das nur als Marketinginstrument nutzen, ohne tatsächlich etwas zu verändern, sondern nur darüber reden. Das sehe ich als große Gefahr!“*[211]

---

[206] Vgl. *Experte 3, In*terview, 2025, im Anhang 7.
[207] *Experte 4, In*terview, 2025, im Anhang 8, Z. 263-266.
[208] Vgl. *Experte 7, In*terview, 2025, im Anhang 11.
[209] *Expertin 11, In*terview, 2025, im Anhang 15, Z. 281-283.
[210] Vgl. *Experte 4, In*terview, 2025, im Anhang 8.
[211] *Experte 7, In*terview, 2025, im Anhang 11, Z. 161-163.

5 Diskussion

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der qualitativen Untersuchung zu menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten im Tourismus und vor allem die Umsetzung in KMU im Tourismus und die Bedeutung entsprechend diskutiert. Dazu werden die dargestellten Ergebnisse zusammengefasst und unter Berücksichtigung der Literatur interpretiert.

Einordnung Verständnis von Menschenrechten

In den Interviews wurde deutlich, dass Menschenrechte von den Expert:innen überwiegend als universelle und ethische Grundlage wahrgenommen werden. Begriffe wie Gleichheit, Gerechtigkeit, Freiheit oder Respekt wurden wiederholt genannt. Menschenrechte wurden nicht primär als rechtliche Norm verstanden, sondern vielmehr als Ausdruck eines zwischenmenschlichen und respektvollen Umgangs, der als Selbstverständlichkeit gelten sollte.

Auffällig ist, dass die Expert:innen bei der Frage nach der persönlichen Definition von Menschenrechten, die bewusst direkt und offen gestellt wurde, sehr unterschiedlich antworteten. Ein Teil formulierte ihr Verständnis auf Basis von einer persönlich werteorientierten Einstellung, während andere sich eher politisch und abstrakt auf internationale Richtlinien wie die UNGPs und AEMR bezogen. Vereinzelt wurde zudem auf die Unterschiede im globalen Verständnis hingewiesen, wodurch das Dilemma deutlich wurde, dass Menschenrechte zwar in der Theorie jedem Menschen zustehen sollten, in der Praxis aber sehr unterschiedlich interpretiert und gelebt werden.

Gleichzeitig unterstreicht das merkliche Nachdenken einiger Expert:innen, die Komplexität und schwere Greifbarkeit des Begriffs.

Die Heterogenität der Antworten macht deutlich, dass die Menschenrechte gemäß der AEMR zwar klar definiert sind, aber in der Praxis noch immer missachtet werden. Wie auch in der Literatur beschrieben, werden sie je nach kulturellem und gesellschaftlichem Kontext unterschiedlich ausgelegt und angewendet. Gerade diese Vielschichtigkeit erschwert es, Menschenrechte in der Tourismusbranche einheitlich zu etablieren und Menschenrechte praxisnah umzusetzen.

Dementsprechend zeigen die Interviewaussagen, dass trotz der bestehenden Menschenrechtsverletzungen im Tourismus ein werteorientiertes Denken bei den befragten Expert:innen vorhanden ist und somit eine wichtige Grundlage für langfristige Veränderung darstellt.

Herausforderungen in der Umsetzung

Die Expert:innen verdeutlichen, dass KMU in der Tourismusbranche mit vielseitigen Herausforderungen bei der Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung konfrontiert sind. Eine entscheidende Hürde besteht im fehlenden Wissen und Verständnis über die Relevanz von Menschenrechten innerhalb der KMU selbst. Wie bereits im vorherigen Abschnitt beschrieben, führt die abstrakte Begrifflichkeit der Menschenrechte in KMU eher zu Verunsicherungen oder gar Ablehnung.

Dieses Unwissen wird zusätzlich durch die hohe Komplexität der touristischen Wertschöpfungskette verstärkt, ein Aspekt, der auch in der bestehenden Forschung betont wird. Das Besondere an touristischen Leistungen ist, dass sie hauptsächlich aus Dienstleistungen bestehen, wodurch bei einer einzelnen Reise viele Akteur:innen beteiligt sind. Für Unternehmen, insbesondere KMU, ist es praktisch unmöglich, einen vollständigen Überblick über alle Beteiligten und deren menschenrechtliche Standards zu behalten. Diese Einschätzung wurde von nahezu allen befragten Expert:innen geteilt und eng mit beschränkten finanziellen und personellen Ressourcen, aufgrund der kleinen Größe von KMU verknüpft.

Darüber hinaus wurde auf das potenzielle Wettbewerbsrisiko hingewiesen. KMU sind derzeit noch nicht gesetzlich verpflichtet, Auskunft über ihre Lieferketten zu geben oder menschenrechtliche Verantwortung explizit einzuhalten. Somit besteht die Gefahr für KMU, die sich freiwillig zur Einhaltung menschenrechtlicher Standards verpflichtet haben, preislich von anderen Anbietern unterboten zu werden, da diese einen geringeren Aufwand haben.

Die Ergebnisse der befragten KMU verdeutlichen jedoch, dass trotz der strukturellen Hürden eine Einbindung menschenrechtlicher Sorgfalt durchaus möglich ist, wenn auch nicht leicht umsetzbar. Voraussetzungen dafür sind eine verbindliche Selbstverpflichtung sowie eine interne Unternehmensstruktur, die es ermöglicht, Lieferketten weitgehend zu überblicken und entsprechende Kontrollmechanismen einzuführen.

Allerdings bleibt die Sorge bestehen, dass moralisches Handeln ökonomisch benachteiligt wird. Ein möglicher Ansatz, dieses Ungleichgewicht zu verringern, könnte in einer bewussteren Kaufentscheidung der Reisenden liegen. Dieser Hebel könnte dazu beitragen, die wirtschaftliche Tragfähigkeit sozialverantwortlicher Angebote zu stärken.

Darüber hinaus ist bemerkenswert, dass alle befragten KMU nicht nur menschenrechtliche Verantwortung übernehmen, sondern auch nachhaltigen Tourismus aktiv fördern.

Beide Aspekte gehen dabei häufig Hand in Hand, auch wenn sie inhaltlich zu unterscheiden sind.

Insgesamt wird deutlich, dass die grundlegende Problematik nicht neu ist und somit durch vorhandene Literatur bestätigt wird. Durch die Aussagen der Expert:innen wird sie jedoch greifbarer und konkreter.

Chancen und Umsetzungspotentiale

Trotz zahlreicher Herausforderungen zeigen die Aussagen der Expert:innen ein wesentliches Potential in KMU, sozialverantwortlichen Tourismus zunehmend zu etablieren. Durch die meist überschaubaren Unternehmensstrukturen wird eine Chance in direkten und langfristigen Partnerschaften gesehen, da hier Vertrauen entstehen kann und soziale Aspekte direkter berücksichtigt und besser zurückverfolgt werden können. Solche Geschäftsbeziehungen mit den Zuliefernden stärken zudem, die wirtschaftliche Resilienz, da in Krisenzeiten, wie etwa während der Corona-Pandemie, gegenseitiges Entgegenkommen eher möglich erscheint.

Die befragten KMU betonen ein hohes Maß an Eigenverantwortung und gaben an, dass menschenrechtliche Prinzipien fester Bestandteil ihrer Unternehmensidentität seien.

Hervorzuheben sind die konkreten Maßnahmen, die einige KMU bereits umsetzen. Dazu zählen Risikoanalysen in den Zielregionen, enger Austausch mit Partner:innen vor Ort, Sensibilisierung der Kundschaft, die Einrichtung von Meldestellen für menschenrechtliche Risiken, vertragliche menschenrechtliche Verpflichtungen sowie regelmäßige Schulungen für das gesamte Personal.

Diese Aktivitäten werden häufig unterstützt durch Kooperationen mit NGOs, aktive Netzwerkarbeit und Mitgliedschaften, beispielsweise in Multi-Stakeholder-Initiativen wie dem Roundtable Human Rights in Tourism oder dem Forum Anders Reisen. Deutlich wird dadurch, dass Veränderung nicht durch einzelne Akteure gelingt, sondern durch ein kollektives und branchenspezifisches Engagement.

Die Auswertung der Interviews zeigt, dass bereits ein gewisser Wandel in Gang ist und dass die Expert:innen durchaus als Pionier:innen einer verantwortungsbewussten Tourismusentwicklung gelten könnten.

Auch wenn Herausforderungen wie Wettbewerbsnachteile bestehen, können sich sozialverantwortliche Unternehmen bewusst in einer Nische positionieren und sprechen dadurch gezielt eine werteorientierte Kundengruppe an.

Fraglich bleibt, wie schnell langfristige und einheitliche Veränderungen verankert werden können, vor allem vor dem Hintergrund unklarer politischer Rahmenbedingungen. Hinzu kommt eine weiterhin hohe Dunkelziffer an Menschenrechtsverletzungen, die oft in Verbindung mit schwer zugänglichen Strukturen wie dem Menschenhandel stehen und somit die Problematik erschweren.

Dennoch zeigt sich, wie wichtig ein branchenweites Umdenken ist. Durch das Vorangehen dieser Pionier:innen entsteht eine Bewegung, die nicht nur intern Veränderung anstößt, sondern das Potential hat, politisches Handeln und gesellschaftliches Umdenken anzuregen.

Rolle der Politik

Die Beurteilung der politischen Verantwortung im Bereich menschenrechtlicher Verantwortung im Tourismus fällt ambivalent aus, sodass sich keine pauschale Aussage treffen lässt. Zwar werden gesetzliche Regelungen wie das LkSG, die UNGPs und das geplante CSDDD grundsätzlich als wichtig anerkannt, da sie teilweise verbindliche Rahmen schaffen, doch ihre tatsächliche Wirksamkeit wird unterschiedlich eingeschätzt. Anfangs bestand bei der Einführung des LkSG Hoffnung auf strukturelle Veränderung, in der Praxis zeigt sich jedoch Ernüchterung. Besonders kritisiert wurden die fehlende internationale Einheitlichkeit, der umfangreiche bürokratische Aufwand sowie unzureichende Kontrollmechanismen.

Diese Einschätzungen werden durch aktuelle politische Entwicklungen bestätigt, da Unklarheiten über die Zukunft des LkSG und des CSDDD herrschen. Immer wieder wird über eine Abschwächung oder Verzögerung diskutiert. Diese Ungewissheit führt insbesondere in KMU zu Verunsicherung. KMU sind bislang nur indirekt vom LkSG betroffen, sodass ihre Selbstverpflichtung zur Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung und die Einhaltung menschenrechtlicher Sorgfalt auf Freiwilligkeit beruhen.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Freiwilligkeit allein nicht ausreicht. Es bedarf politische Anreize und langfristige verbindliche Vorgaben wie Sorgfaltspflichten, die auch KMU betreffen und realistisch umsetzbar sind.

Zudem sollten branchenspezifische Lösungen besser gestärkt und kommuniziert werden, da sie oft praxisorientierter und dadurch wirksamer sind. Politische Maßnahmen könnten durch solche Ansätze aus der Branche ergänzt werden.

Insgesamt zeigt sich, dass die Politik eine zentrale Rolle zur Förderung menschenrechtlicher Sorgfalt im Tourismus spielt. Ihre Wirkung muss jedoch gestärkt werden, durch etwa

realitätsnahe Vorgaben, einheitliche Rahmenbedingungen und gezielte Unterstützungsangebote, die KMU dabei unterstützen menschenrechtliche Sorgfaltspflichten umzusetzen und einzuhalten.

Rolle externer Unterstützungsangebote

Im Rahmen der qualitativen Forschung wurden verschiedene externe Unterstützungsangebote benannt, etwa E-Learning- Tools, Leitfäden und Beratungen, die grundlegendes Wissen über menschenrechtliche Sorgfalt im Tourismus vermitteln.

Auch CSR-basierte Zertifizierungen gewinnen immer mehr an Bedeutung, sowohl für KMU als auch für Kund:innen, die einen sozial verantwortlichen Tourismus unterstützen wollen. Aufgrund der Vielzahl an Zertifikaten besteht die Gefahr, dass sie in Zukunft an Glaubwürdigkeit verlieren. Weshalb wenige und einheitliche Zertifizierungen der Expert:innen gefordert wurden.

Schulungen, Sensibilisierungsarbeit und Informationsmaterial, insbesondere von NGOs, wurden als sehr wichtiges Angebot eingeschätzt. Sensibilisierung ist notwendig, um bestehende Wissenslücken zu schließen. Denn sowohl in vielen Unternehmen als auch in der Gesellschaft herrscht weiterhin große Unwissenheit über menschenrechtliche Verletzungen im touristischen Kontext.

Darüber hinaus bieten Netzwerke wie Multi-Stakeholder-Initiativen eine wertvolle Plattform für gleichgesinnte Akteur:innen, sich gegenseitig zu unterstützen und gemeinsam daran zu arbeiten, menschenrechtliche Verantwortung in der Branche zu verankern.

Gleichzeitig wurde deutlich, dass viele dieser Angebote bislang nur einem begrenzten Kreis bekannt sind, vor allem den Mitgliedern, die bereits in den Multi-Stakeholder-Initiativen aktiv sind. Es mangelt allgemein an der Sichtbarkeit und Bekanntheit dieser externen und oft kostenlosen Unterstützungsangebote. In Anbetracht dieser Aspekte zeigt sich, dass einige Unterstützungsangebote existieren, deren Potential aber noch nicht vollständig ausgeschöpft ist. Zudem gibt es bislang nur wenig wissenschaftliche Daten zur konkreten Anwendung und Wirksamkeit externer Unterstützungsangebote für KMU.

Bewertung von Zukunftsperspektiven und Erwartungen

Die Befragungen zeigen einen vorsichtigen Optimismus in Hinblick auf die zukünftige Entwicklung menschenrechtlicher Sorgfalt im Tourismus. Engagierte KMU werden als Veränderungstreiber gesehen. Durch ihr authentisches und werteorientiertes Handeln können sie als Vorbilder innerhalb der Branche Veränderungen anstoßen.

Auch der jungen Generation wird eine hohe Verantwortung zugemessen, da sie tendenziell bestehende Strukturen kritischer hinterfragt und oft ein stärkeres soziales und nachhaltiges Bewusstsein mitbringt.

Das Konsumverhalten spielt eine erhebliche Rolle, obwohl es schwer zu prognostizieren ist. Aktuelle politische und gesellschaftliche Unsicherheiten wirken sich sowohl auf die gesetzlichen Rahmenbedingungen als auch auf die Zahlungsbereitschaft der Kund:innen aus. Zwar lässt sich ein zunehmendes Bewusstsein erkennen, allerdings steht dies einer stetigen Preissensibilität entgegen.

Insgesamt herrscht eine positive Erwartung, dass menschenrechtliche Verantwortung in KMU gestärkt wird. Angesichts dynamischer Entwicklungen und struktureller Herausforderungen bleibt unklar, in welcher Intensität und Geschwindigkeit Veränderungen erfolgen und ob KMU eine rechtliche Sorgfaltspflicht haben werden. Ein eher langsamer Prozess gilt als wahrscheinlich. Umso wichtiger scheinen die Veränderungspotentiale, die direkt aus der Branche selbst kommen.

6 Fazit

In diesem Kapitel erfolgt zunächst eine Reflexion des methodischen Vorgehens, um anschließend die aufgestellten Forschungsfragen zu beantworten. Danach folgt eine kritische Betrachtung sowie ein Ausblick und anschließende Handlungsempfehlungen.

6.1 Reflexion des Vorgehens

Ziel der vorliegenden Arbeit war es, im Kontext der aktuellen regulatorischen Entwicklungen zu untersuchen, welche Relevanz menschenrechtliche Verantwortung in touristischen KMU hat. Zur theoretischen Fundierung wurden zunächst zentrale Regulierungen, Richtlinien und vorhandene Unterstützungsangebote für KMU im Zusammenhang mit menschenrechtlicher Verantwortung dargelegt.

Aufgrund des begrenzten Forschungsstands zur gewählten Thematik, der die aufgestellten Fragestellungen nur unzureichend adressiert, wurde ein qualitatives Forschungsdesign gewählt. Dieses Vorgehen erwies sich als sehr wertvoll, da die qualitative Vorgehensweise einen tiefgreifenden Erkenntnisgewinn ermöglichte und die Forschungsfragen dadurch vollständig beantwortet werden konnten.

Dabei stellte sich insbesondere die Entscheidung für eine heterogene Zusammensetzung der Expert:innen als sehr gewinnbringend heraus, da dadurch eine aus verschiedenen Perspektiven gelagerte Betrachtung der Thematik ermöglicht wurde.

6.2 Beantwortung der Forschungsfragen

F1: Welche Herausforderungen erleben touristische KMU bei der Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung?

Menschenrechte sind für viele KMU schwer greifbar und wirken abstrakt. Hinzu kommt die Komplexität der touristischen Wertschöpfungskette, die oft intransparent ist. Darüber hinaus bestehen begrenzte finanzielle Ressourcen, fehlendes Wissen und Unsicherheit bei der Umsetzung. Strukturelle Hürden bleiben schwer erkennbar, ebenso wie klare gesetzliche Vorgaben für KMU was die Orientierung zusätzlich erschwert.

F2: Welche Rolle spielen externe Unterstützungsangebote bei der Integration von menschenrechtlicher Verantwortung in touristischen KMU?

Externe Unterstützungsangebote wie Beratungen, E-Learnings, Leitfäden und branchenspezifische Netzwerke spielen eine erhebliche Rolle, da sie den Einstieg in

menschenrechtliche Verantwortung erleichtern und praxisnahe Unterstützung bieten. Viele dieser Angebote sind kostenfrei und speziell für KMU entwickelt. Allerdings ist ihr Potential noch nicht voll ausgeschöpft, da viele KMU das vorhandene Angebot gar nicht kennen.

F3: Welches Veränderungspotential bieten touristische KMU bezüglich menschenrechtlicher Verantwortung?

Durch ihre geringe Größe und flachen Hierarchien können KMU ihre Partner:innen bewusst auswählen und enge Geschäftsbeziehungen pflegen. Dadurch lassen sich menschenrechtliche Risiken schneller erkennen und ansprechen. Gleichzeitig haben sie das Potential, eine Vorreiterrolle in der Branche einzunehmen und als positives Beispiel für andere KMU bei der Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung zu wirken.

F4: Wie beeinflussen gesetzliche Rahmenbedingungen die menschenrechtliche Praxis in KMU?

Regulatorische Unklarheiten führen bei vielen KMU zu Unsicherheit und fehlender Planungssicherheit. Bislang gibt es kein einheitliches Gesetz, das speziell KMU zu einer menschenrechtlichen Sorgfalt verpflichtet, sodass Wettbewerbsnachteile für verantwortungsbewusste KMU entstehen. Zugleich bieten Gesetze und Richtlinien wie das LkSG und die UNGPs eine Orientierungshilfe für einige KMU, während sie von anderen als eine zusätzliche Belastung wahrgenommen werden.

6.3 Kritische Betrachtung & Ausblick

Die Arbeit zeigt, dass die Achtung von Menschenrechten im Tourismus von hoher Aktualität und Relevanz ist, insbesondere im Zusammenhang mit den gesetzlichen Rahmenbedingungen und der praktischen Umsetzung in KMU. Allerdings bestehen viele Herausforderungen, die mit Unsicherheiten verbunden sind.

Durch die methodische Entscheidung qualitative Forschungsmethoden einzusetzen, konnte ein holistischer Einblick in die Bedeutung und Umsetzung von menschenrechtlicher Verantwortung in KMU gewonnen werden. Die daraus resultierenden Erkenntnisse haben allerdings aufgrund der kleinen Stichprobe keine allgemeine Gültigkeit.

Ursprünglich lag der Fokus der Untersuchung auf KMU ohne erkennbaren Bezug zur menschenrechtlichen Thematik, um herauszufinden, welche Rolle diese dort spielt. Jedoch wurde schnell klar, dass die Interviewbereitschaft angefragter KMU gering war, sodass es zu erheblichen Absagen oder gar keinen Rückmeldungen kam. Dies kann auf die

Sensibilität und Unsicherheit bezüglich der menschenrechtlichen Thematik deuten. Deshalb wurden zwölf Expert:innen mit verschiedenen Perspektiven befragt. Darunter waren KMU wie Reiseveranstalter, Hotels und Touristikzentralen sowie Vertreter:innen von NGOs, Brancheninitiativen und Politiker:innen. Durch die thematische Vorprägung und umfangreiche Bildung der Befragten bildet die Auswahl einen geringen Teil des gesamten Spektrums KMU ab. Dazu zählt auch, dass überwiegend deutsche Akteur:innen befragt wurden. Ein internationaler Vergleich könnte hier weitere Erkenntnisse liefern, wie Unterschiede zwischen passiver und aktiver Haltung von KMU bezüglich menschenrechtlicher Verantwortung im Tourismus.

Im weiteren Verlauf der Arbeit wurde deutlich, dass menschenrechtliche Sorgfaltspflichten im rechtlichen Sinn nicht auf KMU zutreffen. Deshalb wird in dieser Arbeit bewusst von menschenrechtlicher Verantwortung und menschenrechtlicher Sorgfalt gesprochen, die unter anderem eine freiwillige Selbstverpflichtung gemäß der UNGPs in KMU beschreiben. Ob diese Selbstverpflichtung tatsächlich zu einer Reduktion von Menschenrechtsverletzungen führt oder lediglich symbolischen Charakter hat, bleibt offen und eröffnet eine weitere Forschungslücke.

Zudem zeigen die Ergebnisse eine widersprüchliche Rolle gesetzlicher Rahmenbedingungen. Politische Unklarheiten über die zukünftige Gestaltung insbesondere des LkSG und CSDDD erschweren derzeit eine verlässliche Einschätzung. Künftige Studien könnten untersuchen, wie KMU auf neue rechtliche Verpflichtungen reagieren und welche Umsetzungsmöglichkeiten sich daraus ergeben.

Somit könnten weiterführende Studien zum gewählten Thema, die gewonnenen Erkenntnisse im Rahmen eines quantitativ angelegten Forschungsdesigns weiter untersuchen, um sie zu objektivieren und zu erweitern.

6.4 Handlungsempfehlungen

Auf Grundlage der Ergebnisse lassen sich verschiedene Handlungsempfehlungen für KMU ableiten. Diese richten sich sowohl an KMU, die sich erstmals mit menschenrechtlicher Verantwortung im Tourismus beschäftigen möchten, als auch an solche, die bereits erste Schritte unternommen haben.

Schulungs- und Bildungsmaßnahmen nutzen

Ein grundlegendes Verständnis und Bewusstsein für menschenrechtliche Verantwortung im Tourismus sind essenziell. Kostenfreie E-Learnings, Tools und Leitfäden zur menschenrechtlichen Sorgfalt im Tourismus bieten einen praxisnahen Einstieg.

Ein werteorientiertes Leitbild entwickeln

Menschenrechte beginnen bereits im Arbeitsalltag. Ein werteorientiertes Leitbild schafft Orientierung für das gesamte Team und signalisiert eine klare Haltung nach außen gegenüber Kund:innen und Partnerbetrieben.

Mitgliedschaft in Multi-Stakeholder-Initiativen

Die Mitgliedschaft in Multi-Stakeholder-Initiativen ermöglicht einen umfangreichen Austausch mit gleichgesinnten Akteur:innen und bietet wertvolle Impulse sowie den Zugang zu zahlreichen Unterstützungsangeboten.

Überblick über die Lieferketten schaffen

KMU sollten sich einen Überblick über ihre Partner:innen und Dienstleistenden verschaffen, um potenzielle menschenrechtliche Risiken zu identifizieren und gezielt anzugehen.

Zertifizierungen

Trotz des bürokratischen Aufwands bieten anerkannte CSR- oder Tourismus-Zertifizierungen wertvolle Impulse zur strukturierten Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung. Darüber hinaus kann eine Zertifizierung die Glaubwürdigkeit gegenüber Kund:innen und Partner:innen stärken.

IV. Literaturverzeichnis

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (Wertschöpfungskette, 2020): Die Wertschöpfungskette Tourismus, Bonn: GIZ, 2020

Deutsches Global Compact Netzwerk (Hrsg.) (Menschenrechte, 2017): Leitfaden für Mulitpikator:innen-Menschenrechtliche Sorgfalt-Relevanz und Handlungsmöglichkeiten KMU, Berlin: Deutsches Global Compact Netzwerk, 2017, S. 5-16

Deutsches Global Compact Netzwerk) (Hrsg.) (KMU, 2022): Wie sieht effektive menschenrechtliche Sorgfalt für KMU aus?, Berlin: Deutsches Global Compact Netzwerk, 2022, S. 2-14

Döring, Nicola (Forschungsmethoden, 2023): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 6. Aufl., Berlin: Springer, 2023

Lamnek, Siegfried, Krell, Claudia (Sozialforschung, 2016): Qualitative Sozialforschung, 6. Aufl., Weinheim: Beltz, 2016

Lund-Durlacher, Dagmar, Fifka, S. Matthias, Reiser, Dirk (Hrsg.) (CSR, 2017): CSR und Tourismus Handlungs- und branchenspezifische Felder, Berlin: Springer, 2017, S. 35-48

Magerhans, Alexander (Marktforschung, 2016): Marktforschung, Wiesbaden: Springer, Gabler, 2016

Mayring, Philipp (Inhaltsanalyse, 2022): Qualitative Inhaltsanalyse, 13. Aufl., Weinheim: Beltz, 2022

Mayring, Philipp (Sozialforschung, 2023): Einführung in die qualitative Sozialforschung, 7. Aufl., Weinheim: Beltz, 2023

Mey, Günter, Mruck, Katja (Hrsg.) (Forschung, 2020): Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2020

Renner, Karl-Heinz, Jacob Nora-Corina, Kriz (Interview, 2020): Das Interview: Grundlagen und Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften, Berlin: Springer, 2020

Schreier, Margit, Echterhoff, Gerald, Bauer, Jana F., Weydmann, Nicole, Hussy, Walter (Forschungsmethoden, 2023): Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor, 3. Aufl., Berlin: Springer, 2023

Tiedemann, Paul (Grundlagen, 2023): Philosophische Grundlagen der Menschenrechte, Berlin: Springer, 2023

Tourism Concern (Human Rights, 2011): Why the tourism industry needs to take a human rights approach: The Business Case, London: Tourism Concern, 2011, S. 2-10

United Nations (UNGPs, 2011): Guiding Principles on Business and Human Rights, New York: UN, 2011

Internetquellen:

Brot für die Welt (Landrechte, 2025): Tourismus, Landraub und Veränderungen im Globalen Süden <https://www.tourism-watch.de/artikel/schwerpunkt/tourismus-landraub-und-verdraengung-im-globalen-sueden/> [Zugriff am 12. Juli 2025]

Brot für die Welt (Menschenrechte, 2025): Menschenrechte, <https://www.tourism-watch.de/themen/menschenrechte/> [Zugriff am 12. Juli 2025]

Brot für die Welt (Vorstellung, 2025): Über Tourism Watch, <https://www.tourism-watch.de/ueber-uns/ueber-tourism-watch/> [Zugriff am 12. Juli 2025]

Bundesamt der Justiz (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, 2021): Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten zur Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen in Lieferketten, https://www.gesetze-im-internet.de/lksg/LkSG.pdf [Zugriff am 08. Juli 2025]

Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (Lieferketten, 2025): Lieferketten, <https://www.bafa.de/DE/Lieferketten/lieferketten_node.html/> [Zugriff am 08. Juli 2025]

*Bundesministerium für Arbeit und Soziales (*CSDDD, 2025): Wirtschaft und Menschenrechte. Fragen und Antworten zu CSDDD <https://www.csr-in-deutschland.de/DE/Wirtschaft-Menschenrechte/Europa/Lieferketten-Gesetzesinitiative-in-der-EU/faq-csddd.html/> [Zugriff am 09. Juli 2025]

*Bundesministerium für Arbeit und Soziales (*Historie, 2025): CSR Allgemein-Historie, <https://www.csr-in-deutschland.de/DE/CSR-Allgemein/CSR-Grundlagen/Historie/historie.html> [Zugriff am 08. Juli 2025]

*Bundesministerium für Arbeit und Soziales (*Historie, 2025): CSR Allgemein-Internationale Rahmenwerke, <https://www.csr-in-deutschland.de/DE/CSR-Allgemein/CSR-Grundlagen/Internationale-Rahmenwerke/international-rahmenwerke-art.html/> [Zugriff am 08. Juli 2025]

*Bundesministerium für Arbeit und Soziales (*Historie, 2025): CSR Allgemein-Nachhaltigkeit und CSR, <https://www.csr-in-deutschland.de/DE/CSR-Allgemein/CSR-

Grundlagen/Nachhaltigkeit-und-CSR/nachhaltigkeit-und-csr.html/> [Zugriff am 08. Juli 2025]

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (LkSG, 2023)*:* Das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, <https://www.bmz.de/resource/blob/154772/lieferkettengesetz-faktenpapier-partnerlaender-deu-bf.pdf> [Zugriff am 04. August 2025]

Deutscher Bundestag (Lieferkettengesetz, 2025): Vorschläge zur Abschaffung des Lieferkettengesetzes stoßt auf Ablehnung, <https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2025/kw23-de-lieferkettengesetz-1076004> [Zugriff am 04. August 2025]

ECPAT Deutschland e.V. (Vorstellung, o.J.): Über Uns, <https://ecpat.de/ueber-uns/> [Zugriff am 14. Juli 2025]

Forum Anders Reisen e.V. (Verbandsgeschichte, 2025): Verbandsgeschichte, <https://forumandersreisen.de/der-verband/wir-sind-das-forum/geschichte/> [Zugriff am 14. Juli 2025]

Futouris, (Vorstellung, o.J.): Über Futouris, <https://futouris.org/ueber-futouris/> [Zugriff am 14. Juli 2025]

Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights (Menschenrechtserklärung, 1948): Universal Declaration of Human Rights -German, <https://www.ohchr.org/en/human-rights/universal-declaration/translations/german-deutsch?LangID=ger/> [Zugriff am 08. Juli 2025]

Roundtable Human Rights in Tourism (Vorstellung, 2018): Who we are, <https://www.humanrights-in-tourism.net/who-we-are> [Zugriff am 14. Juli 2025]

Schweizerisches Kompetenzzentrum für Menschenrechte (Menschenrechte, 2015): Menschenrechte als Herausforderung für die Tourismusbranche, < https://skmr.ch/uploads/publikationenDokumentationen/artikel/menschenrechte-als-herausforderung-für-die-tourismusbranche/150611_tourismus_de_2022-12-11-204821_cskv.pdf> [Zugriff am 10. August 2025]

Statistisches Bundesamt (Destatis) (KMU 2025): Kleine und mittlere Unternehmen (KMU), <https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Unternehmen/Kleine-Unternehmen-Mittlere-Unternehmen/Glossar/kmu.html?utm_source=chatgpt.com/> [Zugriff am 16. Juli 2025]

TourCert (Verbandsgeschichte, 2025): Unsere Geschichte, <https://tourcert.org/unsere-geschichte/?cn-reloaded=1/> [Zugriff am 14. Juli 2025]

United Nation World Tourism Organisation (Ethics, 2019): Global Code of Ethics for Tourism, <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism/> [Zugriff am 08. Juli 2025]

World Travel and Tourism Council (Tourism, 2025): Travel and Tourism Economic Impact Research, <https://wttc.org/research/economic-impact?utm_source=chatgpt.com/> [Zugriff am 14. August 2025]

Empirische Quellen:

Expert:in 1 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 12. Juni 2025 über Zoom, Anhang 5

Expert:in 2 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 18. Juni 2025 über Microsoft Teams, Anhang 6

Expert:in 3 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 20. Juni 2025 über Microsoft Teams, Anhang 7

Expert:in 4 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 20. Juni 2025 über Microsoft Teams, Anhang 8

Expert:in 5 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 23. Juni 2025 über Microsoft Teams, Anhang 9

Expert:in 6 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 26. Juni 2025 über Microsoft Teams, Anhang 10

Expert:in 7 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 01. Juli 2025 über Microsoft Teams, Anhang 11

Expert:in 8 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 01. Juli 2025 über Microsoft Teams, Anhang 12

Expert:in 9 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 09. Juli 2025 über Microsoft Teams, Anhang 13

Expert:in 10 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 10. Juli 2025 über Microsoft Teams, Anhang 14

Expert:in 11 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 11. Juli 2025 über Microsoft Teams, Anhang 15

Expert:in 12 (Interview, 2025): Menschenrechte im Tourismus, Interview vom 11. Juli 2025 über Microsoft Teams, Anhang 16

Anhang

Anhang 1: Transkriptionsregeln

Inhaltlich-semantische Transkription

1. Es wird wörtlich transkribiert, also nicht lautsprachlich oder zusammenfassend.
2. Wortverschleifungen werden an das Schriftdeutsch angenähert. „So ‘n Buch“ wird zu „so ein Buch“ und „hamma“ wird zu „haben wir“. Die Satzform wird beibehalten, auch wenn sie syntaktische Fehler beinhaltet, z.B.: „Bin ich nach Kaufhaus gegangen.“
3. Dialekte werden möglichst wortgenau ins Hochdeutsche übersetzt. Wenn keine eindeutige Übersetzung möglich ist, wird der Dialekt beibehalten, z.B.: „Ich gehe heuer auf das Oktoberfest“.
4. Umgangssprachliche Partikeln wie „gell, gelle, ne“ werden transkribiert.
5. Stottern wird geglättet bzw. ausgelassen, abgebrochene Wörter werden ignoriert. Wortdoppelungen werden nur erfasst, wenn sie als Stilmittel zur Betonung genutzt werden: „Das ist mir sehr, sehr wichtig.“
6. Halbsätze, denen die Vollendung fehlt, werden mit dem Abbruchzeichen „/“ gekennzeichnet.
7. Interpunktion wird zugunsten der Lesbarkeit geglättet, das heißt, bei kurzem Senken der Stimme oder nicht eindeutiger Betonung wird eher ein Punkt als ein Komma gesetzt. Sinneinheiten sollten beibehalten werden.
8. Rezeptionssignale wie „hm, aha, ja, genau“, die den Redefluss der anderen Person nicht unterbrechen, werden nicht transkribiert. Sie werden dann transkribiert, wenn sie als direkte Antwort auf eine Frage genannt werden.

9. Pausen ab ca. 3 Sekunden werden durch (...) markiert.

10. Besonders betonte Wörter oder Äußerungen werden durch VERSALIEN gekennzeichnet.

11. Jeder Sprecherbeitrag erhält eigene Absätze. Zwischen den Sprechern gibt es eine freie, leere Zeile. Auch kurze Einwürfe werden in einem separaten Absatz transkribiert. Mindestens am Ende eines Absatzes werden Zeitmarken eingefügt.

12. Emotionale nonverbale Äußerungen der befragten Person und des Interviewers, welche die Aussage unterstützen oder verdeutlichen (wie lachen oder seufzen), werden beim Einsatz in Klammern notiert.

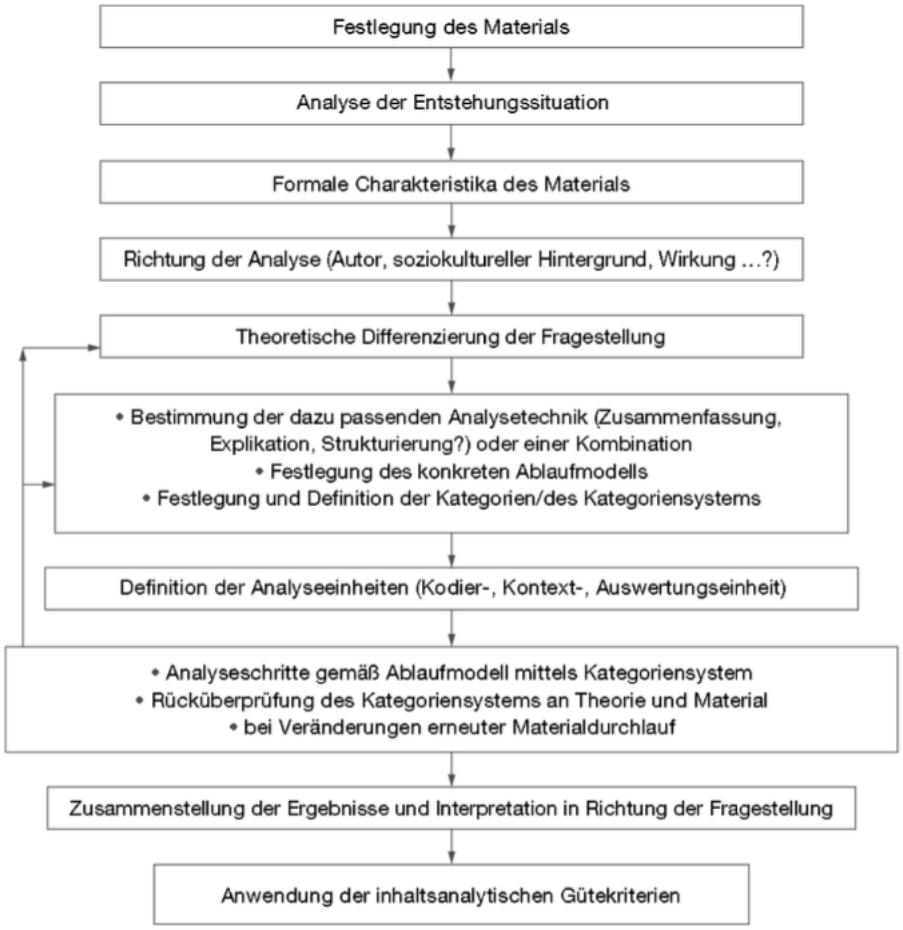
13. Unverständliche Wörter werden mit „(unv.)“ gekennzeichnet. Längere unverständliche Passagen werden möglichst mit der Ursache versehen: „(unv., Mikrofon rauscht)“. Vermutet man einen Wortlaut, wird die Passage mit einem Fragezeichen in Klammern gesetzt, z.B. „(Axt?)“. Unverständliche Stellen werden mit einer Zeitmarke versehen, wenn innerhalb von einer Minute keine weitere Zeitmarke gesetzt ist.

14. Die interviewende Person wird durch ein „I:“, die befragte Person durch ein „B:“ gekennzeichnet. Bei mehreren Interviewpartnern (z.B. Gruppendiskussion) wird dem Kürzel „B“ eine entsprechende Kennnummer oder ein Name zugeordnet („B1:“, „Peter:“).

15. Das Transkript wird als Rich Text Format (RTF-Datei) gespeichert. Die Benennung der Datei erfolgt entsprechend dem Mediendateinamen (ohne Endung wav, mp3), beispielsweise: Interview_04022011.rtf oder Interview_schmitt.rtf.

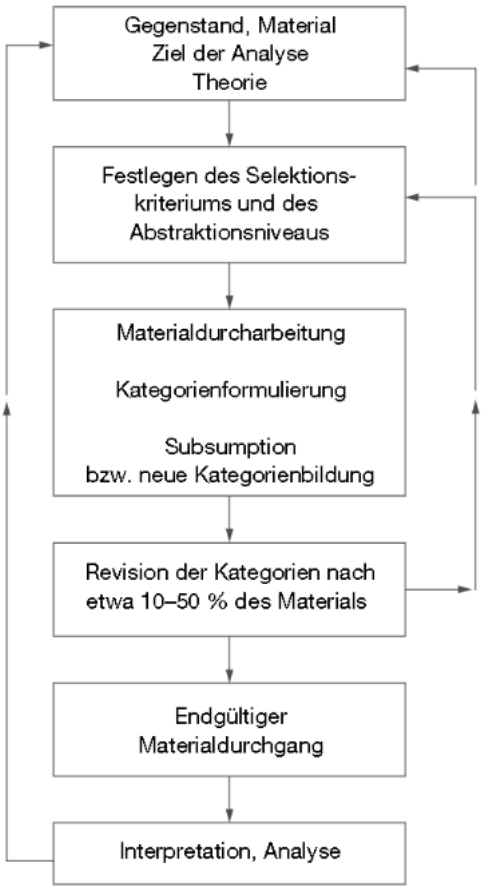
Quelle: Dresing, T., Pehl, T., Praxisbuch, 2018, S. 21f.

Anhang 2: Allgemeines Ablaufmodell Inhaltsanalyse



Quelle: Mayring, P., Inhaltsanalyse, 2022, S.61.

Anhang 3: Ablaufmodell zur Bildung induktiver Kategorien



Quelle: Mayring, Phillip, Qualitative Inhaltsanalyse, 2022, S.85.

Anhang 4: Interviewleitfaden

Interviewleitfaden - Menschenrechtliche Verantwortung in touristischen KMU:

Einführung:

- Dank für Teilnahme an dem Interview
- Kurze Vorstellung meiner Person und dem Forschungsvorhaben
- Kurze Erläuterung des Ablaufs (30-45 Minuten)
- Hinweis zur Verarbeitung des Gesprächsinhalts und Bitte um Zustimmung für Audioaufnahme und anonyme Verarbeitung des Interviews
- Klärung von offenen Fragen

>>>Start der Aufnahme!

I. Einstieg und Kontext:

1. Könnten Sie sich bitte kurz vorstellen und erläutern, in welchem beruflichen Kontext Sie mit der Tourismusbranche in Berührung stehen? *(Nachfrage, falls nicht klar: Gibt es in Ihrer Tätigkeit einen direkten oder indirekten Bezug zu kleinen und mittleren Unternehmen im Tourismus?)*

2. Was verstehen Sie persönlich unter dem Begriff „Menschenrechte"? *(Hilfestellung: Wenn wir von menschenrechtlicher Verantwortung sprechen, meinen wir z. B. faire Arbeitsbedingungen, Schutz vor Diskriminierung, Arbeitssicherheit, existenzsichernde Löhne - sowohl im eigenen Betrieb als auch entlang der touristischen Wertschöpfungskette.*

3. Begegnen Ihnen in Ihrer Arbeit konkrete menschenrechtliche Risiken oder Grauzonen, etwa im Umgang mit Partnern, Dienstleistern oder in Bezug auf Arbeitsbedingungen? *(Wenn nicht anwendbar auf aktuelle Arbeitsstelle, in Bezug auf andere Situationen in denen menschenrechtliche Risiken aufgefallen sind)*

II. Umsetzung in der Praxis:

4. Wie setzen Sie menschenrechtliche Verantwortung konkret in Ihrem Unternehmen oder Ihrer Organisation um?

5. Welche Herausforderungen erleben oder beobachten Sie dabei insbesondere bei KMU in der Tourismusbranche? Können Sie ein Beispiel nennen?

III. Regulatorische Rahmenbedingungen

6. Kennen Sie das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz und inwiefern betrifft es KMU?

7. Wie bewerten Sie die Wirksamkeit solcher Regelungen für KMU im Tourismus und welche politischen Maßnahmen halten Sie für sinnvoll, um menschenrechtliche Verantwortung im Tourismus zu stärken? *(Nennung von Beispielen LkSG, UNGPs, CSDDD)*

8. Welche Hürden erleben Sie entlang der touristischen Lieferketten bei der Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung? *(Frage an Rolle von Interviewpartner:in anpassen)*

IV. Externe Unterstützung & Netzwerke

9. Gibt es Netzwerke, Initiativen oder Organisationen, die sie bei der Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung unterstützen? *(Frage an KMU)*
oder
Wie unterstützen Sie KMU durch ihr Netzwerk bei der Umsetzung menschenrechtlicher Verantwortung? *(Frage an NGOs, Unterstützungsnetzwerke und Politiker:innen)*

10. Welche konkreten Unterstützungsangebote wären Ihrer Meinung nach hilfreich für KMU?

11. Welche Angebote stellen Sie bereit und wie werden diese von KMU angenommen? *(Frage an NGOs, Unterstützungsnetzwerke und Politiker:innen)*

12. Welche Rolle spielt die Politik bei der Förderung menschenrechtlicher Verantwortung im Tourismus?

V. Zukunftsperspektiven

13. Was müsste passieren, damit menschenrechtliche Verantwortung im Tourismus nicht nur auf dem Papier steht, sondern gelebt wird?

14. Wie sehen Sie die zukünftige Entwicklung menschenrechtlicher Verantwortung im Tourismus?

15. Was würden Sie einem KMU raten, das sich erstmals intensiver mit dem Thema auseinandersetzen möchte, insbesondere im Hinblick auf regulatorische Anforderungen?

>>> Stopp der Aufnahme!

Abschluss:

- Dank für Teilnahme am Interview
- Klärung von offenen Fragen

Quelle: Eigene Darstellung

Erklärung

Ich versichere, dass ich die Bachelorthesis selbstständig verfasst habe und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt wurden. Diese Arbeit oder eine Arbeit mit gleichem oder ähnlichem Thema wurde nicht bereits an anderer Stelle vorgelegt.

Die betreuende Dozentin erhält die Arbeit zusätzlich in einer elektronischen Form, die eine Plagiatüberprüfung ermöglicht. Ich bin damit einverstanden, dass die Arbeit mit Plagiarismus-Software überprüft wird. Ich weiß, dass bei der Überprüfung die Arbeit möglicherweise der Plagiarismus-Software hinzugefügt wird.

Saarbrücken, den 29.08.2025

(Hannah Laschefski)