

Tränen heilen die Wunden nicht Kinderprostitution im Tourismus

Sabine Minninger



Sabine Minninger

Tränen heilen die Wunden nicht.

Kinderprostitution im Tourismus

Eine Untersuchung über soziale Verantwortung und Handlungsmöglichkeiten der Deutschen Reisebranche am Beispiel der Umsetzung des Verhaltenskodexes für die Mitglieder des Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verbandes (DRV) zum Schutz von Kindern vor kommerzieller sexueller Ausbeutung durch Touristen

Herausgeber:

Evangelischer Entwicklungsdienst e.V. (EED)

Ulrich-von-Hassell-Str. 76, 53123 Bonn

Tel.: (0228) 81 01 - 0

Fax: (0228) 81 01 - 160

www.eed.de

Redaktion: Heinz Fuchs, Hans Spitzack

Oktober 2004

Realisierung: Medienbüro PROFIL

Druck: in puncto druck + medien, Bonn

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier

Tränen heilen die
Wunden nicht

Kinderprostitution im
Tourismus

Sabine Minninger

Herausgeber:
Evangelischer Entwicklungsdienst

Reisen überwindet Grenzen. Der Tourismus ist für viele Entwicklungsländer ein wichtiger Wirtschaftsfaktor geworden, da Reisende Geld in das Land bringen. Die touristische Infrastruktur wird deshalb an vielen Orten gezielt ausgebaut und der Ferntourismus ist weiterhin ein Wachstumsmarkt. Urlaubsreisen sind für Menschen aus dem Norden eine Möglichkeit der direkten Begegnung mit Entwicklungsländern, den Menschen und ihren Kulturen. Dieser positive Aspekt sollte zukünftig noch stärker zur Geltung kommen. Leider transportiert und exportiert der Tourismus auch Probleme. Eine dieser Schattenseiten ist der Sextourismus. Das deutsche Strafrecht stellt kommerzialisierte sexuelle Gewalt und Ausbeutung an Minderjährigen unter Strafe, und dies unabhängig vom Recht des Tatorts. Dieses Exterritorialprinzip ermöglicht seit 1993 die Strafverfolgung in Deutschland, auch wenn die Tat im Ausland begangen wurde.

Der EED setzt sich für einen begegnungsorientierten Tourismus ein, der den Menschen in den Zielgebieten nützt. Zusammen mit Partnern aus der weltweiten Ökumene engagiert er sich für eine nachhaltige, sozial verantwortliche und umweltverträgliche Tourismusentwicklung. Zu den Aufgaben der EED-Arbeitsstelle TOURISM WATCH zählen die Sensibilisierung von Touristinnen und Touristen, die Qualifizierung von kirchlichen Reiseangeboten und das Engagement für Menschenrechte und soziale Standards. Der EED sucht den Dialog mit der Tourismusindustrie und die Zusammenarbeit mit politischen Entscheidungsträgern und Medien.

Der EED ist Mitglied von ECPAT Deutschland e. V., der Arbeitsgemeinschaft zum Schutz von Kindern vor kommerzieller sexueller Ausbeutung. Das Akronym ECPAT bedeutet „End Child Prostitution, Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes“. Dahinter steht mit ECPAT International eine Kinderrechtsorganisation mit Hauptsitz in Bangkok und Mitgliedern und Partnerorganisationen in über 50 Ländern, deren gemeinsames Ziel die Umsetzung und weltweite Einhaltung der UN-Kinderrechtskonvention ist.

Der EED veröffentlicht die Diplomarbeit von Sabine Minninger, weil sie aufzeigt, wo die deutsche Reisebranche beim Kinderschutz steht. Er tut dies in der Erwartung, dass sich Reiseunternehmen, Tourismusverbände und staatliche Institutionen, aber auch Kirchen und zivilgesellschaftliche Organisationen noch stärker für die Rechte von Kindern und Jugendlichen und ein Leben ohne Angst vor sexueller Gewalt und Ausbeutung einsetzen.

Sabine Minninger ist Diplom-Geografin und hat an der Universität Trier studiert.

*Heinz Fuchs
Leiter der EED-Arbeitsstelle TOURISM WATCH
EED-Vertreter bei ECPAT Deutschland e.V.*

Inhaltsverzeichnis

- 5 Einleitung
- 8 Begriffsbestimmung zur Klärung des Phänomens
„Kinderprostitution im Tourismus“
- 16 Problembeschreibung
- 31 Aktionen, Kampagnen und Gesetze gegen Kinderprostitution
- 43 Verhaltenskodex für die Mitglieder des Deutschen Reisebüro und
Reiseveranstalter Verbandes (DRV)
- 66 Der Aufklärungsstand deutscher Touristen –
eine empirische Untersuchung
- 77 Motivationen und Hemmungen der Reisebranche
bei der Umsetzung des Verhaltenskodexes
- 95 Fazit
- 96 Quellenangaben

Einleitung

Das schnelle Wachstum der Tourismusbranche bringt nicht nur ökonomische Vorteile, sondern ist auch verantwortlich für ein beträchtliches Ausmaß an negativen sozio-kulturellen Auswirkungen. Ein Beispiel dafür, welches vor allem in den letzten Jahren zu einem gravierenden Problem wurde, ist die sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus. Der international boomende Tourismus ist zwar nicht Ursache des aufgetretenen Phänomens „Kindersextourismus“, erleichtert aber Freiern aus der ganzen Welt den Zugang zu Kindern in ärmeren Ländern, die zur Prostitution gezwungen werden. Somit trägt auch die Tourismusbranche soziale Verantwortung für die Kinderprostitution im Tourismus als Motor einer illegal wachsenden „Kindersextourismus-Branche“. Die alarmierend steigende Anzahl von Kindern, die jedes Jahr zur Prostitution gezwungen werden, gab Anlass, dieses Thema zu enttabuisieren und Kinderprostitution aktiv zu bekämpfen. Zwei Weltkongresse gegen die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern wurden 1996 und 2001 veranstaltet, um alle Gesellschaftsbereiche aufzufordern, aktiv gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern zu kämpfen. Die Tourismusbranche, deren Dienstleistungen Kindersextouristen missbrauchen, wurde aufgefordert zu handeln und ihren Kunden gegenüber zum Ausdruck zu bringen, dass sie sich von dieser Art von „Serviceleistung“ klar distanziert.

Seit 1990 setzt sich die ECPAT-Kampagne (End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes) weltweit gegen den kommerziellen sexuellen Missbrauch von Kindern im Tourismus ein. In Deutschland arbeiten 28 Organisationen als ECPAT/Deutschland zusammen, um auf verschiedenen Handlungsebenen anzusetzen. Anfang 2001 wurde mit dem Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verband (DRV) ein Verhaltenskodex vereinbart. Er soll die Mitglieder des DRV – und damit ca. 80 % der deutschen Reisebranche – zu konkreten Maßnahmen verpflichten. Er fordert sie zur öffentlichen und deutlich sichtbaren Abgrenzung von solchen Veranstaltern auf, die Verbrechen gegen Kinder im Umfeld des Tourismus dulden. Außerdem sollen sowohl die Touristen als auch die Beschäftigten der Reisebranche für das Thema sensibilisiert werden. Innerhalb dieser Arbeit soll dargelegt werden, inwieweit der Verhaltenskodex der deutschen Reisebranche zum Schutz von Kindern vor kommerzieller sexueller Ausbeutung durch Touristen umgesetzt wurde, und wo die Probleme bei der Umsetzung für die Reisebranche liegen. Es soll aus der Analyse hervorgehen, welche Maßnahmen ergriffen wurden und wo es noch Handlungsbedarf gibt. Ziel der Arbeit ist es, die deutsche Reisebranche zu motivieren, sich ihrer Verantwortung angemessen anzunehmen und sie davon zu überzeugen, dass soziales Handeln von ihren Kunden honoriert wird und daher durchaus wirtschaftlich sein kann.

Methodische
Vorgehensweise

Diese Arbeit gliedert sich in einen theoretischen und einen praktischen Teil. Der theoretische Teil zur Problematik „Kindersextourismus“ gestaltete sich insofern schwierig, da bis jetzt kaum wissenschaftliche Untersuchungen und Basisliteratur vorhanden sind. Auch wenn es zahlreiche Publikationen zu

dem Thema gibt und auch eine Internetrecherche sich als ergiebig erwies, ist der Quellennachweis dieser Publikationen meist identisch. Fast alle Veröffentlichungen führen als Quellen ECPAT, UNICEF, die WTO oder einige wenige Nichtregierungsorganisationen (NROs) auf, die sich mit dem Thema beschäftigen. Die Literaturlauswahl ist begrenzt, weil viele Verantwortliche des privaten und öffentlichen Sektors dieses traurige Thema erst seit wenigen Jahren als ein ernstes Problem erkennen und sich zum Handeln verpflichtet fühlen. Eine sehr hilfreiche Quelle zur Bearbeitung des theoretischen Teils waren Zeitungsartikel, die von Tourism Watch, der Fachstelle für Fern-tourismus des Evangelischen Entwicklungsdienstes (EED) in Bonn, im Zeitraum von 1984 - 2002 weltweit gesammelt und für die Diplomarbeit zur Verfügung gestellt wurden. Die Verwendung von exakten Zahlen über das Ausmaß des Problems erwies sich als gänzlich unmöglich, da das Thema „Kindersextourismus“ nach wie vor in vielen Gesellschaften ein Tabuthema ist und es sich hierbei um ein Verbrechen handelt. Auch diese Arbeit stützt sich daher nur auf Schätzungen diverser Organisationen, die vielleicht nur die „Spitze des Eisberges“ zeigen, vielleicht aber auch überhöht sind.

Der praktische Teil befasst sich mit dem Verhaltenskodex der deutschen Reisebranche zum Schutz von Kindern vor kommerziellem sexuellem Missbrauch im Tourismus. Umsetzungsstand und Umsetzungsprobleme des Verhaltenskodexes werden ermittelt. Dazu wurden Reisende am Frankfurter Flughafen schriftlich befragt. Damit sollte herausgefunden werden, inwieweit diese über den Verhaltenskodex aufgeklärt worden sind und welche Einstellungen sie zu ihm haben. Zusätzlich wurden Expertengespräche geführt und eine Reisekataloganalyse vorgenommen. Die methodische Vorgehensweise der schriftlichen Befragung von Reisenden mittels standardisiertem Fragebogen wird auf Seite 66 ff. ausführlich erklärt. Aufbauend auf den Ergebnissen der schriftlichen Befragung wurden mit teilstrukturierten Leitfäden Gespräche mit Experten geführt, die sich beruflich mit den jeweiligen Fragestellungen auseinandersetzen. Aufgrund der unterschiedlichen Aufgabenbereiche und Erfahrungshintergründe der Befragten wurden die Leitfäden in ihrer Fragestellung den jeweiligen Gesprächspartnern angepasst. Die Ergebnisse dieser Leitfadengespräche haben daher eine geringe Vergleichbarkeit, dienen aber als Basis, die Erwartungen der einzelnen Akteure an die Reisebranche bezüglich der Umsetzung des Verhaltenskodexes zu verstehen und die Probleme zu analysieren. Ziel dieser Gespräche ist es, denkbare Lösungsvorschläge und Handlungsempfehlungen für die weitere Umsetzung des Verhaltenskodexes zu ermitteln.

Die Vertreter der Reiseveranstalter wurden anhand eines einheitlichen Leitfadens befragt, um eine Vergleichbarkeit dieser Interviewergebnisse gewährleisten zu können. Ziel dieser war es, den Stand der Umsetzung des Kodexes in den jeweiligen Unternehmen zu erfragen. Die schriftliche Befragung von deutschen Touristen wurde am 13. und 14. Mai 2003 am Frankfurter Flughafen vorgenommen. Auf Seiten der Reiseveranstalter wurden Exper-

tengespräche mit einheitlichem Leitfaden mit Frau Murer von der TUI AG, Herrn Swerissen von der Thomas Cook AG, Herrn Müseler von LTU-Touristik und Herrn Dietsch von Studiosus geführt. Expertengespräche mittels unterschiedlicher Leitfäden wurden mit Herrn Reeb, Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband (DRV), Herrn Fuchs, EED Tourism Watch und Tourismus-AG ECPAT/Deutschland, Frau Irber und Frau Gradistanac, Mitglieder des Deutschen Bundestages, Ausschuss für Tourismus, Frau Tepelus, Steering Committee Secretariat on the Code of Conduct, bei der Welttourismusorganisation sowie Frau Goseco, ECPAT/Italien geführt. Die Expertengespräche fanden im Zeitraum von Juni bis Dezember 2003 statt.

Begriffsbestimmung zur Klärung des Phänomens „Kinderprostitution im Tourismus“

Die Vereinten Nationen definieren nach Artikel 1 der UN-Kinderrechtskonvention von 1989 als „Kind“ eine Person unter 18 Jahren. Jedoch haben nationale Gesetze Vorrang vor internationalen Abkommen. In vielen Ländern, insbesondere in Entwicklungsländern, ist die Altersgrenze niedriger gesetzt, was den Schutz der Kinder und ihrer Rechte erheblich einschränkt. Die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus findet in der Literatur unterschiedliche Formulierungen, die jedoch inhaltlich ein und dieselbe Handlung beschreiben. Sie ist keinesfalls eine isolierte Erscheinung. Sie ist vielmehr Teil des globalen Phänomens der kommerziellen sexuellen Ausbeutung von Kindern (CSEC = Commercial Sexual Exploitation of Children).

Die Erklärung des 1. Weltkongresses gegen kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern, 1996 in Stockholm, definiert CSEC als eine Verletzung der Kinderrechte. Es handelt sich um sexuellen Missbrauch eines Erwachsenen gegenüber einem Kind mit einer Entlohnung in Form von Bargeld oder Naturalien. Das Kind wird sowohl als Sexobjekt als auch als kommerzielles Objekt behandelt. CSEC übt Zwang und Gewalt auf das Kind aus und wird auch als Zwangsarbeit und eine moderne Form der Sklaverei angesehen. CSEC beinhaltet Prostitution, Pornographie, Kinderhandel sowie andere Formen der sexuellen Ausbeutung von Kindern¹. Die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus (CST = Child Sex Tourism) ist eine Unterform von CSEC. In der Erklärung des 1. Weltkongresses wird CST definiert als „...die sexuelle Ausbeutung von einem Kind durch eine oder mehrere Personen, die sexuelle Aktivitäten mit einem Kind vollziehen, während sie außerhalb ihres Landes oder ihrer Region auf Reisen sind. Auch diese Form der kommerziellen sexuellen Ausbeutung wird gewöhnlich mit Bargeld oder Naturalien entlohnt“². Für den Begriff „kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus“ wird häufig der allgemein besser bekannte Begriff „Kindersextourismus“ benutzt; beziehungsweise die Begriffe werden gleichgestellt. So findet man auf der Webseite von ECPAT/International die Definition von „Kindersextourismus“ wie folgt:

„Child Sex Tourism: ... is the commercial sexual exploitation of children by persons who travel from their own country to another usually less developed country to engage in sexual acts with children.“³

Der Begriff „Kindersextourismus“ wird kontrovers diskutiert. Die Tourismusbranche distanziert sich davon, Kindersextourismus als eine Form von Tourismus anzusehen. Schon 1993 verurteilte die Universal Federation of Travel Agents` Associations (UFTAA) auf ihrer Vollversammlung jede Form von Tourismus, die den Missbrauch von Kindern zum Ziel hat⁴. Die UFTAA-Präsidentin Jaqueline de Ray möchte diesen Begriff nicht weiter benutzen,

1 vgl. WTO 2001a, S.17.

2 WTO 2001b, S. 15.

3 www.ecpat.net

4 vgl. O`GRADY 1997, S. 66.

sondern schlägt die Verwendung des Begriffes „Tourismus und Kindesmissbrauch“ vor. Obwohl heute viele Menschen wissen, dass so etwas wie „Kindersextourismus“ existiert, ist ihnen nicht klar, um was es sich wirklich handelt und um was nicht. Sogar in der Tourismusfachliteratur und in Tourismusfachzeitschriften wird der Begriff im Zusammenhang mit „Sex“ und „Tourismus“ beschrieben. Dies wird dem Problem nicht gerecht, denn es drückt nicht den Mangel an Entwicklungspolitik sowohl im Kinderrecht als auch im Tourismus aus⁵. Sextourismus ist und soll auch eine Form von Urlaubsvergnügen sein. Beim „Kindersextourismus“ handelt es sich nicht um Kinder, die sich freiwillig auf sexuelle Handlungen mit Touristen einlassen. Eine präzisere Bezeichnung dieses Verhältnisses ist Prostitution. Kindersextourismus ist gleich Prostitutionstourismus, denn es geht hierbei immer um Ausbeutung. Laut Wuttke soll der Begriff „Prostitutionstourismus“ im Zusammenhang mit Kindern benutzt werden, um der Ausrede der Prostitutionstouristen entgegenzuwirken, sie hätten nur ein Urlaubsvergnügen mit Kinderbegleitung. Im Falle von Kinderprostitution handelt es sich immer um Ausbeutung, sexuelle Gewalt und Menschenrechtsverletzungen an Kindern.⁶

O’Grady sieht den sexuellen Missbrauch von Kindern im Tourismus nicht getrennt von der Problematik „Sextourismus“. Man müsse Sextourismus als eine übergeordnete Problematik der Kinderprostitution im Tourismus sehen. Er begründet den Zusammenhang in der sexistischen, paternalistischen und rassistischen Einstellung, die sehr viele Sextouristen in arme Länder mitbringen, was zur Folge hat, dass diese Personen Kinder sexuell missbrauchen können, ohne auch nur das geringste Schuldbewusstsein zu entwickeln.⁷

Mittlerweile sprechen die Experten auf diesem Gebiet weltweit von „Prostitution von Kindern im Umfeld des Tourismus“⁸. Der Begriff „Kinderprostitution“ wird von ECPAT/International im Jahr 2001 als die Nutzung eines Kindes für sexuelle Tätigkeiten gegen Entlohnung definiert. UNICEF gab auf dem 2. Weltkongress gegen kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern, 2001 in Yokohama, zu bedenken, ob der Begriff „Kinderprostitution“ nicht die Tatsache verdunkelt, dass es sich hierbei um sexuellen Missbrauch handele. Der Begriff wecke den Anschein, dass ein Kind mit diesen Handlungen einverstanden sei. Somit könnten Kinder als Anbieter von Prostitutionsleistungen verstanden werden und nicht als Opfer. Kinder prostituieren sich jedoch nicht selbst, sie werden prostituiert.⁹ Eine einheitliche Formulierung wird bis jetzt nicht benutzt. Selbst die internationalen Kinderrechtsorganisationen und Experten legen sich nicht fest. Die große Anzahl der kontrovers diskutierten Begriffe für ein und dieselbe Problematik lässt darauf schließen, wie heikel diese Thematik ist, wie sensibel damit umgegangen wird und auch in Zukunft umgegangen werden muss.

⁵ vgl. WTO 2001a, S. 20.

⁶ vgl. WUTTKE 1998, S. 20.

⁷ vgl. O’GRADY 1997, S. 63.

⁸ GROUPE DÉVELOPPEMENT 2001, S. 41.

⁹ www.unicef.org

Kindersextourist
oder
Kinderprostitutionstourist

ECPAT/International und die Groupe Développement definieren einen Kindersextouristen als einen Mann oder eine Frau, der/die ein Land durchreist oder bereist, das anders ist als seine/ihre gewohnte Umgebung und der/die auch eine sexuelle Beziehung zu Kindern hat¹⁰. Wuttke dagegen hält den Begriff „Kindersextouristen“ nicht für haltbar, sondern benutzt den Begriff „Prostitutionstourist“, der die verborgene Realität der Ausbeutung sprachlich beinhaltet. Sie definiert diese Personen folgendermaßen: „Als Prostitutionstouristen (Prostitutionstouristinnen) bezeichne ich dementsprechend alle Männer (Frauen), die ihren Urlaub, ihre Geschäftsreisen oder ihren Wochenendtrip mit der festen Absicht oder dem – möglicherweise uneingestandenem – Wunsch antreten, sexuelle Kontakte mit einheimischen Kindern oder Erwachsenen aufzunehmen, die aufgrund ihrer persönlichen und ökonomischen Lage nicht die Freiheit besitzen, die angefragten sexuellen Dienstleistungen zu verweigern.“¹¹

Organisierter
Sextourismus

Kinderprostitution im Tourismus muss im Zusammenhang mit organisiertem Sextourismus erklärt werden, um eine effektive Bekämpfung zu erreichen. Die WTO definierte 1995 den organisierten Sextourismus in ihrem „Statement for the Prevention of Organized Sex Tourism“ als „Reisen, die innerhalb oder außerhalb des Tourismussektors organisiert werden, jedoch unter Nutzung seiner Strukturen und Netzwerke, mit dem Hauptzweck, eine kommerzielle sexuelle Beziehung des Touristen mit Bewohnern im Zielgebiet herbeizuführen“, und die dabei „schwerwiegende gesundheitliche sowie soziale und kulturelle Auswirkungen hervorrufen, insbesondere wenn dabei Ungleichheiten hinsichtlich Geschlecht und Alter sowie soziale und wirtschaftliche Ungleichheiten im Zielgebiet ausgenutzt werden.“¹² Nicht alle Personen, die Kinder während ihres Urlaubs missbrauchen, sind Pädophile. Eine große Anzahl, wahrscheinlich sogar die Mehrheit, sind Personen, die vorher nur erwachsene Prostituierte während ihres Aufenthalts aufgesucht hatten und dadurch Zugang zu Kinderprostituierten finden. Diese Aussagen basieren auf den Rechercheergebnissen von O’Connell Davidson: „While some of their clients are paedophiles, a great many of them, probably the majority, are first and foremost prostitute users who become child sexual abusers through their prostitute use, rather than the other way about.“¹³

Kinderrechte

Auch Kinder haben Menschenrechte. Dieser Grundgedanke führte 1989 zur Verabschiedung der Kinderrechtskonvention der Vereinten Nationen. Bis jetzt sind dem Abkommen 191 Staaten beigetreten, die USA und Somalia fehlen noch.¹⁴ Das Dokument umfasst 54 Artikel, welche die persönlichen, politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Rechte für alle Kinder verbindlich festlegen, ungeachtet ihrer Hautfarbe, ihres Geschlechts oder

10 GROUPE DÉVELOPPEMENT 2001, S. 41.

11 WUTTKE 1998, S. 20.

12 WTO 2001a, S. 133.

13 O’CONNELL DAVIDSON 1998, S. 25.

14 vgl. UNICEF 2001, S. 15.

ihrer Herkunft. Der Artikel 34 der UN-Kinderrechtskonvention bezieht sich auf die sexuelle Ausbeutung von Kindern; er lautet: „Die Vertragsstaaten verpflichten sich, Kinder vor allen Formen sexueller Ausbeutung und sexuellen Missbrauchs zu schützen. Zu diesem Zweck treffen die Vertragsstaaten insbesondere alle geeigneten innerstaatlichen, zweiseitigen und mehrseitigen Maßnahmen, um zu verhindern, dass Kinder

- a) zur Beteiligung an rechtswidrigen Handlungen verleitet oder gezwungen werden,
- b) für die Prostitution oder andere Handlungen verleitet oder gezwungen werden,
- c) für pornographische Darbietungen und Darstellungen ausgebeutet werden.“¹⁵

Im Jahr 2000 wurde ein Zusatzprotokoll zur UN-Kinderrechtskonvention aufgenommen, das sich speziell an CSEC richtet. Am 18. Januar 2002 trat dieses Dokument in Kraft.¹⁶ Somit wurde festgelegt, dass sexuelle Handlungen an Kindern gegen die Menschenrechte verstoßen. Es spielt keine Rolle, ob im Falle von Prostitutionstourismus Gewalt ausgeübt wird oder nicht, die sexuelle Handlung an dem Kind mit Bargeld oder in Form von Naturalien entlohnt wird. Wenn Erwachsene sexuelle Handlungen an Kindern vornehmen, ist nicht Lust und Liebe, sondern Macht und zumeist körperliche Gewalt im Spiel. Tatsache ist, dass die Opfer aufgrund ihrer Entwicklung zum Zeitpunkt der Vergewaltigung Inhalt und Bedeutung dieser Handlung nicht begreifen können.¹⁷

Die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) hat im Jahr 2000 die Konvention 182 über das Verbot und unverzügliche Maßnahmen zur Beseitigung der schlimmsten Formen von Kinderarbeit erlassen. Zu den schlimmsten Formen von Kinderarbeit gehört auch die Kinderprostitution, die in Artikel 3 b) festgehalten wird: „...the use, procuring or offering of a child for prostitution, for the production of pornography or for pornographic performances;...“ Das Abkommen verbietet somit in Artikel 3 b) die Heranziehung, die Vermittlung oder das Anbieten eines Kindes zur Prostitution und in Artikel 3 d) jede Arbeit, die ihrer Natur nach oder aufgrund der Umstände, unter denen sie verrichtet wird, voraussichtlich für die Gesundheit, die Sicherheit oder die Sittlichkeit von Kindern schädlich ist¹⁸.

Kinderprostitution und Tourismus

Kinderprostitution gab es nicht erst mit Beginn des Tourismus, doch in den letzten 30 Jahren erlebte die Kinderprostitution eine erschreckende Ausweitung. Es ist unbestritten, dass die Ausweitung der Prostitution in den Ländern der Dritten Welt mit der Zunahme des Tourismus der industriali-

¹⁵ www.ecpat.de

¹⁶ www.ecpat.net

¹⁷ vgl. ECPAT/ Deutschland 2002, S. 6.

¹⁸ www.ilo.org

sierten Länder zusammenhängt.¹⁹ Der boomende Tourismus verhalf zu einer neuartigen Form der Sklaverei: sexuelle Ausbeutung von Kindern als Urlaubsvergnügen, auch „Kindersextourismus“ genannt.

Diese Form von Tourismus wurde bis in die 80er Jahre nur als „versteckte Realität“ wahrgenommen. Nur allmählich wurde erkannt, dass sich das Problem in Ländern wie z.B. Thailand und den Philippinen zu einem „Massenphänomen“ ausgeweitet hatte.²⁰ Kinderprostitution im Tourismus ist wohl die traurigste Art von Kinderarbeit, deren Ausbreitung nicht zuletzt auch Ergebnis des internationalen (Sex-)Tourismus ist, der den Ländern der Dritten Welt die angeblich dringend benötigten Devisen einbringt²¹. Kati David, die Vertreterin des Internationalen Kinderschutzbundes, machte schon 1981 die „Industrialisierung des Sex-Tourismus“ in westlichen Ländern für die alarmierende Zunahme der Kinderprostitution in Ländern Asiens und Südafrikas verantwortlich.²² Mit dem einsetzenden Ferntourismus im Jet-Zeitalter wurden Länder der südlichen Hemisphäre die Destinationen von auf Sexabenteuer versessenen Touristen, vor allem aus Japan, Europa und Nordamerika.²³

Dies alleine wäre noch keine Erklärung warum diese Touristen auch Kinder missbrauchen. Dieses Phänomen beruht auf einem komplexen Zusammenspiel von Angebots- und Nachfragefaktoren und kann nicht als singuläres Problem betrachtet werden. Die Tourismusbranche ist nicht verantwortlich für die steigende Zahl von sexuell ausgebeuteten Kindern im Tourismus. Sie hatte nie zum Ziel, Sex als Service zu vermarkten oder zu verkaufen. Unwissentlich oder ungewollt gab der Tourismus als Devisenbringer dem „Sexmarkt“ in den Entwicklungsländern entscheidende ökonomische Impulse.²⁴ Skrupellose Individuen, darunter hochrangige Personen aus Politik und Wirtschaft, haben die „normale“ Tourismusbranche infiltriert und Sextourismus oder auch Kindersextourismus vermarktet. Aber Kinderprostitution ist kein Produkt der Tourismusbranche, sondern der Sexbranche. Dies muss klar differenziert werden.²⁵ Der „normale“ Tourismus steht mit der Kinderprostitution insofern in Verbindung, als sein Service und seine Infrastruktur dafür missbraucht werden. Die touristischen Einrichtungen und die Transportmöglichkeiten werden von Kinderprostitutionstouristen benutzt.²⁶ Kinderprostitution im Tourismus ist eingebettet in den „normalen“ Sextourismus bzw. Sexmarkt. In der Vergangenheit haben sich Verantwortliche der internationalen wie auch der lokalen Tourismuswirtschaft schuldig gemacht, indem sie sich nicht aktiv für den Kampf gegen die Kinderprostitution im Tourismus engagiert haben. Von einigen wurde dies als Anti-

19 vgl. O'GRADY 1996, S. 11.

20 vgl. WUTTKE 1998, S. 12.

21 vgl. FRÖSTE 1983. In: ZEB 1983, S. 36.

22 vgl. FRANKFURTER RUNDSCHAU, 12.09.1981. In: ZEB 1983, S. 36.

23 vgl. FRITZ 1979. In: ZEB 1983, S. 12.

24 vgl. ECPAT/Deutschland 2000, S. 6.

25 schriftliche Mitteilung GOSECO, 27.08.2003.

26 vgl. WTO 2001b, S. 23.

Tourismus oder als Anti-Sextourismus Kampagne betrachtet. Dies war zu einer Zeit, in der Sextourismus bei einigen Verantwortlichen der Tourismusbranche insgeheim als lukrativer Weg galt, um die Touristenzahlen und die touristischen Einnahmen zu steigern.²⁷

In vielen Entwicklungsländern ist der Tourismus der wichtigste Wirtschaftsfaktor und Devisenbringer. Die Regierungen dieser Länder glauben, dass Tourismus die Antwort für Entwicklung und wirtschaftliches Wachstum sei. Dabei war einigen Individuen jede Strategie recht, die internationalen Touristenzahlen zu steigern, egal wie unmoralisch oder verwerflich diese Strategie auch sein mochte. Am unverblümtesten kommt dies durch die Rede des stellvertretenden Premierministers von Thailand, Boonchu Rojanasathjen, 1980 zum Ausdruck. Im „Jahr des Tourismus“ sprach er vor den Provinzgouverneuren und forderte sie geradezu zur Förderung des Sextourismus auf: „Ich möchte Sie um Ihre Mitwirkung bitten bei der Schaffung neuer Touristenattraktionen, auch solcher im Bereich gewisser Vergnügungen, die viele von Ihnen vielleicht als widerlich empfinden...aber wir müssen es diskret tun, damit die Öffentlichkeit nicht etwa meint, wir würden dies offen unterstützen.“²⁸ Rojanasathjens Wunsch ging in Erfüllung. Erst der Vietnamkrieg und der Tourismus verschafften Bangkok den Ruf, das größte Bordell der Welt zu sein. Nach dem Krieg hat der Tourismus zum Überleben des Landes beigetragen und ist zur wichtigsten Devisenquelle geworden. Kein Wunder, dass die Behörden beide Augen zudrückten, wenn von der Ausbreitung der Prostitution in touristischen Gegenden die Rede war.²⁹

Das Sexbusiness ließ den Tourismussektor boomen und umgekehrt. Die Vermarktung der 4-S-Werbeprospekte (Sonne, Strand, See, Sex) von Veranstaltern für Südostasienreisen zog reiche, sexhungrige Touristen in Strömen an und steigerte damit auch die Nachfrage nach Prostituierten, leider auch nach minderjährigen Prostituierten. Hat eine Stadt wie z. B. Bangkok oder Manila erst einmal den Ruf, ein Zentrum sexueller Freizügigkeit zu sein, dann muss sie auch allen sexuellen und homosexuellen Trends folgen. „Sie muss mit sexuellen Perversionen aufwarten können.“³⁰ Auf diese Weise wuchs auch die alarmierende Zahl von Kinderprostituierten. „Prostitutionstourismus macht aus Kindern Prostituierte“³¹, bemerkt Wuttke zur Ursache des Problems.

Bestandsaufnahme

Über den Umfang der Kinderprostitution gibt es nur Schätzungen, UNICEF spricht von zwei Millionen Kindern, die pro Jahr weltweit in die Prostitution gezwungen werden.³² Schätzungen der einzelnen Länder gehen von weit höheren Zahlen aus. ECPAT/International veröffentlicht aus mehreren Gründen keine Schätzungen mehr über die Anzahl der kommerziell

²⁷ vgl. WTO 2001a, S. 19.

²⁸ ROJANASATHJEN 1980. In: RENSCHLER 1991, S. 113.

²⁹ vgl. RENSCHLER 1991, S. 114.

³⁰ O'GRADY 1982, S. 44.

³¹ WUTTKE 1998, S. 19.

³² vgl. UNICEF 2001, S. 17.

sexuell ausgebeuteten Kinder auf ihrer Homepage. „There is simply no reliable means of determining the number of children who are victims of commercial sexual exploitation in the world today“³³ Die Anzahl von Kindern im Kindersextourismus zu schätzen, ist deshalb so schwierig, weil weltweit bisher keine einheitliche Schätzungsmethodik angewendet wird. Außerdem gibt es keine einheitlichen Definitionen, wer als Kind gilt und was Missbrauch bedeutet. Man kann auch nicht genau deuten, ob die Anzahl an missbrauchten Kindern zunehmend oder abnehmend ist. Vielleicht sind zunehmende Zahlen auf ein höheres Problembewusstsein und eine höhere Meldebereitschaft in der Gesellschaft zurückzuführen. Schätzungen über die Anzahl von Kinderprostituierten in einem Land variieren meist auch innerhalb unterschiedlicher Quellen. Während Regierungen der von CST betroffenen Länder dazu tendieren, die Anzahl zu unterschätzen oder das Problem ganz zu verleugnen, um ihren internationalen Ruf zu wahren, tendieren manche Journalisten zur Übertreibung. Wissenschaftler, die versuchten, in dem illegalen Milieu CST Daten zu erheben, wurden schikaniert, eingeschüchtert, verbal und körperlich bedroht.³⁴

Aus diesen Gründen ist eine exakte Aussage über die Anzahl an Kinderprostituierten nicht möglich. Im Folgenden werden die wichtigsten Trends, Schätzungen und Beobachtungen über das Ausmaß und die Natur von CST beschrieben:

- Die Anzahl an Kinderprostituierten steigt stetig, während gleichzeitig das Alter der ausgebeuteten Kinder sinkt.³⁵
- Die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus hat nur einen geringen Anteil am Problem CSEC. Überwiegend werden die Kinder von Einheimischen missbraucht. Und innerhalb der Gruppe der Touristen sind diejenigen, die Kinder während ihres Aufenthalts sexuell ausbeuten, auch nur in geringem Maß vertreten. Dennoch ist die Zahl der Touristen, die in ihrem Urlaub Kinder sexuell missbrauchen, stetig steigend.³⁶
- Wieviele der jährlich auf circa 200.000 bis 400.000 geschätzten deutschen Sextouristen sexuelle Kontakte zu Minderjährigen haben, lässt sich bislang nur grob schätzen. Der Anteil dürfte deutlich über fünf Prozent liegen, so die Ergebnisse einer 1995 veröffentlichten Studie des damaligen Bundesministeriums für Gesundheit.³⁷ Die Familienministerin Christine Bergmann schätzte: „Rund 10.000 Deutsche fliegen jährlich um die halbe Welt, um Sex mit Kindern zu haben.“³⁸

³³ www.ecpat.net

³⁴ www.ecpat.net

³⁵ vgl. ECPAT/Deutschland 2000, S.6.

³⁶ vgl. Internet 7 - 26.08.2003.

³⁷ www.polizei.propk.de

³⁸ DER SPIEGEL, 23.Okt.2001, o. S.

- Die Dunkelziffer im Bereich des Kindersextourismus ist außerordentlich hoch, denn Straftaten in diesem Bereich werden nur in den seltensten Fällen angezeigt.³⁹
- Die Mehrheit der prostituierten Kinder sind im postpubertären Alter von 12 bis 18 Jahre. Daraus lässt sich schließen, dass nicht alle ihre Klienten pädophil sein können und müssen. Die Kinderprostitution ist in den „normalen“ Prostitutionsmarkt der Erwachsenen integriert. Innerhalb dieses Prostitutionsmarktes befindet sich die Kinderprostitution am billigsten Ende, mit den furchtbarsten Bedingungen und dem höchsten Durchlauf an Klienten. Die Kinder bedienen jegliche Art von Klienten. Kinderprostitution als „Marktnische“, die nur von Pädophilen in Anspruch genommen wird, ist ein Sonderfall und nicht die Regel.
- Kinderprostitution im Tourismus unterliegt unterschiedlichen Organisationsformen. Meistens verbindet man mit Sextourismus die Prostitution in Bordellen oder in Go-Go-Bars. Aber das steigende Touristenaufkommen führte auch zum Aufblühen eines informellen Prostitutionssektors, in den Erwachsene wie Kinder verwickelt sind. Diese Prostitutionsform findet in Hotels, Bars, am Strand, in Parks und auf den Straßen statt. Häufig treten die prostituierten Kinder als „Freund“ oder „Freundin“ ihrer Klienten auf. Die Bezahlung findet eher in Form von Naturalien als in Bargeld statt.⁴⁰

³⁹ www.polizei.propk.de

⁴⁰ vgl. O'CONNELL DAVIDSON 1998, S. 25.

Problembeschreibung

Das Problem der Kinderprostitution ist keinesfalls ein Phänomen der heutigen Zeit. Man kann davon ausgehen, dass sie in allen Kulturen und Epochen vorkam. Die Römer nannten jene Mädchen, die schon im Alter von sechs Jahren der Prostitution zugeführt wurden „Nannae“ (Zwerginnen). Auch in Peru und Mexiko wurden zur Zeit der Azteken kleine Mädchen prostituiert. In China gab es die so genannten „Blauen Häuser“ und „Blumenboote“, in denen junge Mädchen den Männern angeboten wurden.⁴¹ Für den Zusammenhang zwischen Prostitution und Reisen gibt es geschichtliche Belege, die weit in die Vergangenheit zurückreichen. Die ersten touristischen Destinationen waren religiöse Pilgerorte und Handelszentren. In den Ruinen von antiken Städten wie Ephesus, Babylon und Pompeji sind die Prostitutionsviertel immer noch gut sichtbar und überraschend groß. Bis in die heutige Zeit haben Reisende, auch Seemänner und Soldaten, mit ihrer entsprechenden Nachfrage dazu beigetragen, in den Städten, die sie aufsuchten, Prostitution zu schaffen.⁴²

Der Ursprung des gegenwärtigen ausgedehnten Prostitutionsgewerbes in Asien ist auf das Vorhandensein fremder Militärstützpunkte zurückzuführen. Vor 1955 wurde das Gewerbe nur nach einheimischem Brauch ausgeübt und florierte nur in großen Hafenstädten. Erst mit der Errichtung der Militärbasen nahm das Ausmaß der Prostitution zu und erreichte während des Vietnamkriegs seinen Höhepunkt. Um die Moral der Truppe aufrecht zu erhalten, suchten die Streitkräfte Zuflucht in einem Programm, das sie „Rest and Recreation“ nannten. Das Programm finanzierte die Reise der Soldaten in naheliegende Metropolen, um sie alle halbe Jahre für einen Monat aus den Kampfgebieten herauszuholen. Es trafen Tausende von jungen amerikanischen Soldaten in Städten wie Bangkok, Manila, Taipeh und Hongkong ein. Für die einheimischen Unternehmen war die ökonomische Verlockung zu groß, den Wünschen und Bedürfnissen der Soldaten zu widerstehen. Zu Tausenden reisten junge Frauen zu den Militärbasen in der Hoffnung auf einen Arbeitsplatz, den die meisten letztendlich in der für die Soldaten geschaffenen Vergnügungs- bzw. Sexindustrie fanden.⁴³ Wuttke sieht zwischen Krieg und Prostitutionstourismus eine symbiotische Beziehung. Die spezifische Nachfragestruktur fördert die Entstehung und bedingt bestimmte Erscheinungsformen und trägt gar dazu bei, sie weiter zu verbreiten.⁴⁴ Dieses Problem ist nicht nur unter amerikanischen Soldaten weit verbreitet, es betrifft weltweit fast jede Armee, auch die Deutsche Bundeswehr. Das Magazin „Der Spiegel“ berichtete über deutsche Soldaten, die im Rahmen von Friedensmissionen im ehemaligen Jugoslawien waren und sich dort auch minderjähriger Prostituierten bedienten. Die Folge der Militärpräsenz war ein Boom auf dem Kinderstrich und in der Zwangsprostitution, was vor allem für ein armes Land wie Mazedonien ein veritables Konjunkturpotenzial darstellt.⁴⁵

41 vgl. SEGETH 1980, S. 10.

42 www.csecworldcongress.org

43 vgl. O'GRADY 1982, S. 45.

44 vgl. WUTTKE 1998, S. 48.

45 vgl. DER SPIEGEL, Nr. 02/2001, o. S.

Dieses Beispiel sollte nur die Beziehung zwischen Krieg und Prostitution veranschaulichen und verdeutlichen, dass dieses Problem auch durch deutsche Soldaten ausgelöst werden kann. In Asien wurde durch Militärpräsenz eine darauf ausgerichtete Sexinfrastruktur geschaffen, die von offizieller Seite her stillschweigend geduldet wurde. Bei Ende des Vietnamkriegs erfuhr die Sexindustrie eine kurze Flaute, die bald durch westeuropäische und japanische Touristen wett gemacht wurde.⁴⁶ Dies war kein Zufall, denn die Sexindustrie, die inoffiziell eine Partnerschaft mit der Tourismusindustrie und der Regierung eingegangen war, sah in den Touristen die einzige Chance, die bereits aufgebaute Infrastruktur aufrecht zu erhalten. Die Werbestrategie suggerierte, dass junge, schöne, unterwürfige und erotische südasiatische Mädchen nur darauf warteten, westlichen Männern das zu geben, was sie von aggressiven, anspruchsvollen und unweiblichen westlichen Frauen nicht bekommen konnten. Millionen von Sextouristen reisten in diese Länder.⁴⁷

Erst die Militärpräsenz in Südostasien in den 60er und 70er Jahren und dann die steigende Anzahl an sexhungrigen Touristen ließ die Nachfrage nach Prostituierten steigen. Um der Nachfrage noch gerecht zu werden, wurden schließlich auch Kinder von der Sexindustrie ausgebeutet.⁴⁸ Die Regierungen haben weggeschaut, denn wären sie willens gewesen, hätten sie derartig organisierter Prostitution ein Ende setzen können.⁴⁹

Touristische
Sendeländer und
Destinationen

Fast jedes Land weltweit, touristische Destinationen und touristische Sendeländer gleichermaßen, ist vom Problem betroffen. 1997 und 2000 führte die WTO mit 134 Ländern eine Befragung zum Thema des Kindersextourismus durch. Von 68 Ländern, die sich daran beteiligten, gaben nur sieben Länder an, von dem Problem nicht betroffen zu sein. Zu diesen Ländern zählten sich: Benin, Burundi, Tschad, El Salvador, Georgien, Pakistan und Tunesien. Deutschland gab an, von diesem Problem auch betroffen zu sein.⁵⁰

Das geographische Ausmaß des Phänomens ist schwer zu erfassen, da es sich um einen illegalen Sektor handelt. CST findet meist statt, wenn Touristen der Industrieländer in Länder der Dritten Welt reisen und dort Kinder während ihres Aufenthalts sexuell missbrauchen. Wenige Touristen tun dies, und nicht in allen Ländern der Dritten Welt existiert dieses Problem. Es gibt Faktoren, die touristische Destinationen anfällig machen für Kinderprostitutionstourismus. Vor allem Armut und eine aggressiv betriebene ökonomische Entwicklungspolitik, die nur den Tourismus ohne alternative Industrien fördert, können für Kinder eine gefährliche Umgebung erschaffen.⁵¹ Die Ziele der Prostitutionstouristen lokalisieren sich auch immer

46 vgl. O'GRADY 1982, S. 45.

47 vgl. BROWN 2000, S. 9.

48 vgl. WTO 2001b, S. 19.

49 vgl. O'GRADY 1982, S. 46.

50 www.world-tourism.org

51 vgl. WTO 2001a, S. 63.

wieder neu und verstreuen sich über die ganze (Dritte) Welt.⁵² In einem Interview mit der taz wurde Mechthild Maurer, Geschäftsführerin von ECPAT/Deutschland, die Frage gestellt, ob Tourismus international einen Markt für Kinderprostitution schafft. Maurer erklärte, dass Märkte durch strukturellen Wandel von Gesellschaften, durch wirtschaftliche Entwicklung und ihr Gegenteil, den wirtschaftlichen Zusammenbruch, oder auch durch Öffnung eines Landes geschaffen werden. Daher ist Kinderprostitution nicht nur ein Problem der Dritten Welt, sondern stellt sich bedingt durch den wirtschaftlichen Zusammenbruch auch in den Ostblockstaaten. Diese Gebiete laufen Gefahr zu neuen Märkten zu werden, wenn parallel zu diesen Entwicklungen kein ausreichender Schutz für Kinder- oder Minderjährige existiert. Außerdem kommt sexueller Missbrauch zweifellos in Gesellschaften häufiger vor, in denen Frauen und weibliche Kinder einen geringeren Wert haben als in Gesellschaften, in denen sie einen höheren Status besitzen.⁵³

Eine besondere Gefahr geht auch vom Internet aus, das zu einem Massenmedium für Pädophile geworden ist. Christine Beddoe, die Programmdirektorin von ECPAT, erklärte auf einer Konferenz für Tourismusexperten in Bangkok, das Internet habe Kindersextourismus globalisiert, denn es sei das beste Informationsmedium für Sexualstraftäter geworden. Durch das Internet werden Informationen ausgetauscht, wohin man reisen kann, um Kinder zu missbrauchen ohne mit Strafverfolgung rechnen zu müssen oder wo Gesetze sehr schwach sind.⁵⁴

Besonders betroffene Reisegebiete

Das Problem CST breitet sich auf immer mehr Länder aus. Die Destinationen der Kindersextouristen sind die weniger entwickelten Länder Asiens, Afrikas, Osteuropas, Lateinamerikas und der Karibik.⁵⁵ Thailand liegt als Destination konkurrenzlos immer noch an erster Stelle, gefolgt von den Philippinen, Kenia, Sri Lanka, der Dominikanischen Republik und Brasilien. Auch Israel, Marokko, Tunesien, Malaysia, Südkorea, Indien, Costa Rica, Westafrika und Mauritius sind von CST betroffen.⁵⁶ Nachweislich kommt die Mehrzahl der Touristen, die Kinder kommerziell sexuell ausbeuten, aus wirtschaftlich hoch entwickelten Ländern Westeuropas, Nordamerikas, Asiens, Ozeaniens und des Mittleren Ostens.⁵⁷

(Inter)Regionaler Sextourismus

Das Problem stellt sich auch intraregional. Beispielsweise reisen Sextouristen aus Japan nach Indonesien, Thailand und Korea. Nordamerikaner aus Kanada und den USA reisen nach Mexiko und in die Karibik.⁵⁸ Deutsche Sextouristen reisen in die benachbarte Tschechische Republik, um Kinder sexuell zu missbrauchen. Seit dem Fall des „Eisernen Vorhangs“ im Jahr 1990

52 vgl. WUTTKE 1998, S.17.

53 vgl. DIE TAGESZEITUNG, Nr. 6829, 17./18.08.2002, S. 17.

54 www.abcnews.go.com

55 vgl. WTO 2001b, S. 17.

56 vgl. MAURER 1991, S. 28.

57 vgl. WTO 2001b, S. 17.

58 vgl. WTO 2001b, S. 17.

hat das starke Wohlstandsgefälle zwischen den beiden Nachbarländern zu einer Expansion von Prostitution entlang der Grenzen geführt. Erwachsene Prostituierte berichten von einer zunehmenden Nachfrage deutscher Sex-touristen nach Kindern im vorpubertären Alter auf der tschechischen Seite der Euroregion Egrensis.⁵⁹ Die Liste der involvierten Länder ist lang und ändert sich beständig. Wenn zum Beispiel Präventions- und Schutzmaßnahmen in einem Land erste Erfolge verzeichnen, wählen die Kinderprostitutionstouristen einfach ein anderes Land oder auch das Nachbarland als Reiseziel. Dies zeigte auch der Wechsel von Thailand als traditionell bevorzugtem Reiseziel der Kindersextouristen zu Kambodscha als neuer Präferenz der Kindersex-Klientel.⁶⁰ Nach Erkenntnissen von Fachleuten weichen die Kindersextouristen vor den strenger werdenden Gesetzen gegen Kinderprostitution in Asien immer mehr nach Afrika aus. Auf einer Fachtagung im Jahre 1996 in Johannesburg wurden die Delegationen aus Südafrika, Kenia, Simbabwe, Sambia und Mosambik aufgefordert, rasch zu handeln. Zu diesem Zeitpunkt hatten afrikanische Staaten erst damit begonnen, sich mit den Gefahren des Massentourismus auseinander zu setzen. In Kenia war das Problem allerdings in den Urlaubszentren schon sichtbar. Schuld an der Ausdehnung des Kinderprostitutionstourismus in Afrika hat die lückenhafte Gesetzgebung, die Kinder schutzlos ließ und Sextouristen damit anlockte.⁶¹

Der Weg zu neuen Destinationen kann vielleicht auf die Suche nach dem „Exotischen“ oder auf pure Bequemlichkeit der Touristen zurückzuführen sein. Costa Rica wird beispielsweise in den USA als „Thailand in the backyard“ präsentiert. Im Internet werden Hinweise gegeben, wie und wo man als Tourist billig an Kinderprostituierte gelangt.⁶² Es gibt keine genauen Zahlen, wie viele Kinderprostituierte es pro Land gibt und wie viele davon von Touristen oder von Einheimischen missbraucht werden.

Nationalität der Kindersextouristen

Auch die Frage, wie hoch der Anteil der Nationalitäten an der Gesamtzahl der Kindersextouristen ist, kann nicht eindeutig beantwortet werden. Aufschluss kann eine von ECPAT/International durchgeführte Studie über Ausländer geben, die wegen sexuellen Missbrauchs an Kindern in Asien verurteilt wurden. Die erste Studie bezieht sich auf 160 Männer, die im Zeitraum von 1991 bis 1993 sexuellen Missbrauch an Minderjährigen begangen hatten und repräsentiert damit nur einen kleinen Teil der Straftäter. Die gleiche Studie wurde im Jahr 1996 wieder durchgeführt. Sie ergab ein ähnliches Muster.⁶³ Die Zahlen bestätigen eindeutig den Verdacht bezüglich der Herkunft der Kinderprostitutionstouristen und belegen auch die Tatsache, dass es sich tatsächlich um Ausländer handelt, welche die Nachfrage nach Kinderprostitution in Asien ankurbeln. Marco Scaparti, Professor für Familienrecht an der Universität Parma und Präsident von ECPAT/Italien, führte eine

⁵⁹ www.karo-sozialprojekt.de

⁶⁰ www.ecpat.net

⁶¹ vgl. SÜDDEUTSCHE ZEITUNG, 03.03.1996, o. S.

⁶² www.ecpat.net

⁶³ vgl. O'GRADY 1996, S. 31.

Untersuchung über Kinderprostitutionstouristen durch. Er kam zu dem Ergebnis, dass die „Kunden“ unterschiedlicher Nationalität sind und sie daher kein nationales Problem darstellen.⁶⁴

Die Studien aus den Jahren 1991 bis 1993 und 1996 sind aber insofern für diese Arbeit bedeutsam, da sie belegen, dass deutsche Kinderprostitutionstouristen die zweitgrößte Gruppe von Kinderschändern im Ausland darstellen. Dies sollte Anlass genug für die Erkenntnis sein, dass eine Sensibilisierungs- und Aufklärungskampagne bei deutschen Touristen wichtig und notwendig ist, um das Problem einzudämmen.

Touristen als Täter

Zu der Gruppe der kommerziellen sexuellen Ausbeuter von Kindern gehören: einheimische Freier, Geschäftsreisende, Soldaten, Seefahrer, Transportwagenfahrer, Gastarbeiter, Emigranten, Entwicklungshelfer und auch Touristen.⁶⁵ Dieses Kapitel beschäftigt sich ausschließlich mit der Gruppe der Touristen, die während ihres Aufenthalts Kinder gegen irgendeine Form von Bezahlung sexuell missbrauchen. Es wird versucht, ihre Neigungen zu klassifizieren und ihre Motivationen aufzuzeigen. Kinderprostitutionstouristen werden laut Untersuchungen in drei Gruppen unterteilt:

1. Pädophile: Menschen, die eine Persönlichkeitsstörung aufweisen und ein sexuelles Interesse an vorpubertären Kindern haben.
2. Ausbeuter, die vorzugsweise Kinder sexuell missbrauchen. Diese Gruppe hat ein Interesse an Kindern, die in der Pubertät sind oder diese schon durchlaufen haben.
3. Gelegenheits- oder situationsabhängige Ausbeuter: Diese Gruppe hat generell kein sexuelles Interesse an Kindern. Dennoch werden sie zu Ausbeutern, weil sie entweder moralisch und/oder sexuell gleichgültig sind und glauben, dass die billigste, am einfachsten zu erhaltende oder auch für sie am attraktivsten erscheinende Prostituierte jünger als 18 Jahre ist.⁶⁶

Die Vermutung liegt nahe, dass es sich bei Kinderprostitutionstouristen hauptsächlich um Pädophile handelt. Untersuchungen haben ergeben, dass Pädophile oder Ausbeuter, die vorzugsweise Kinder missbrauchen, eine Minderheit von 10% der Sextouristen darstellen, die sexuellen Kontakt zu Minderjährigen während ihres Aufenthalts haben. Die anderen 90% sind „normale Männer“ oder zumindest „normale Sextouristen“.⁶⁷

Die überwiegende Mehrheit der prostituierten Kinder ist zwischen 12 und 18 Jahre alt und somit postpubertär und nicht vorpubertär. Daher können auch ihre Klienten nicht ausschließlich pädophile Neigungen haben. Viele

⁶⁴ vgl. SCARPATI 2003, S. 1.

⁶⁵ www.csecworldcongress.org

⁶⁶ www.csecworldcongress.org

⁶⁷ vgl. ROTHE 1998, S. 101.

werden nur deshalb zu sexuellen Ausbeutern von Kindern, weil im Rahmen der Erwachsenenprostitution auch Kinder angeboten werden bzw. sich selbst anbieten.⁶⁸

Beschreibung der Täter

Marco Scaparti fand in seiner Untersuchung über kommerzielle sexuelle Ausbeuter von Kindern im Tourismus heraus, dass es keinen eigenen „Markt“ für Sextourismus gibt, sondern das Phänomen in verschiedene Bereiche des Sexmarktes integriert ist und ein „neues soziales Problem“ darstellt. In seiner Analyse charakterisiert er die Klienten im Sextourismus wie folgt:

- Der Klient ist in 90% bis 95% der Fälle männlich.
- In 25% der Fälle ist er homosexuell.
- Er hat Kontakt mit Gleichgesinnten.
- Die Klienten sind jünger geworden und im Durchschnitt zwischen 20 und 40 Jahre alt.
- Der Klient gehört keiner besonderen sozialen Klasse an.
- Er nutzt gelegentlich auch andere Formen der kommerziellen sexuellen Ausbeutung von Kindern, wie z.B. Kinderpornos im Internet oder auf Video.
- Wenn eine Frau als Sextouristin mit Kindern verkehrt, sind die Opfer meist älter als die der männlichen Sextouristen und das Problem an sich wird im Falle von heterosexuellem Verkehr nicht als so negativ oder gefährlich betrachtet. Die Beschreibung „Gigolo“ oder „Beach-boy“ hört sich allgemein nicht so negativ an wie „Prostituierte“. Die Sexualität dieser Frauen ist mehr erotischer als pornographischer Natur.⁶⁹

Rothe untersuchte die Motivation und das Verhalten von europäischen bzw. deutschen Kindersextouristen in Thailand und musste feststellen, dass diese Touristen sich nicht wesentlich unterscheiden von anderen deutschen oder europäischen Touristen, etwa was den Bildungsabschluss oder den gewählten Beruf angeht. Auch äußerlich scheinen sie sich nicht von normalen Touristen zu unterscheiden. Und sie sind verhältnismäßig jung, das Durchschnittsalter liegt zwischen 35 und 37 Jahren.⁷⁰

Typologie der Täter

In der Literatur finden sich mehrere Ansätze der psychologischen Kategorisierung, um die Typologie dieser „normalen“ bzw. gelegentlich-abhängigen Kinderprostitutionstouristen zu beschreiben oder zu definieren. Bewusst wird hier nur auf diesen Typ eingegangen und nicht auf die pädophilen Touristen. Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Verantwortung der

⁶⁸ vgl. O'CONNELL DAVIDSON 1998, S. 25.

⁶⁹ vgl. SCARPATI 2003, S. 1-2.

⁷⁰ vgl. ROTHE 1998, S. 101.

deutschen Reisebranche, die mit einer Aufklärungskampagne nur „normale“ Touristen für das Problem sensibilisieren kann und solche, die das Angebot eines Minderjährigen nicht von vorn herein ablehnen würden. Pädophile und perverse Menschen, die ausschließlich mit dem Vorsatz der sexuellen Befriedigung durch den Missbrauch von Kindern reisen, können durch solch eine Aufklärungskampagne nicht erreicht werden.⁷¹

Wieso kommen Männer und Frauen, die zu Hause niemals ein Kind sexuell missbrauchen würden, im Urlaub dazu, dies zu tun? Als eine der wichtigsten Studien zur Erklärung dieses Phänomens, gilt die der Soziologin O'Connell Davidson. Ihre Feldstudie über Kinderprostitutionstouristen beinhaltet 250 Interviews mit Sextouristen und 200 Interviews mit betroffenen Kindern in Lateinamerika, in der Karibik, Indien, Thailand und Südafrika. Als Ergebnis definierte sie drei verschiedene Typen von Sextouristen, die auch mit Kindern verkehren:

1. Macho Lads in „Pornutopia“

Dieser Macho-Typ glaubt in Städten wie z.B. Bangkok die Erfüllung seiner sexuellen Fantasien zu finden. Er reduziert, aus rassistischen Gründen, diese „anderen“ Frauen und Kinder nur auf den Sex. Er hat kein besonderes sexuelles Interesse an Kindern, er ist nur moralisch und sexuell völlig gleichgültig. Ihm ist egal, ob eine Prostituierte 14 oder 24 Jahre alt ist. Selbst wenn er weiß, dass er es mit einem Kind zu tun hat, ist dies nur ein weiteres sexuelles Erlebnis in einer Reihe von Erfahrungen. Er reflektiert nicht über sein Handeln und betrachtet sich sogar als „Wohlfahrtstäter“, da er die armen Kinder finanziell unterstützt. Bezeichnend für diese Ignoranz ist eine Aussage dieses interviewten Kindersextouristen: „If we stopped coming here, I hate to think what would happen to these girls“.

2. Women-Haters

Auch hier spielt Rassismus und Sexismus eine entscheidende Rolle. Im Gegensatz zu den Macho-Typen liegt bei den Frauen-Hassern eine noch extremere Misogynie vor. Sie sehen sich als Opfer ihres biologischen natürlichen Sexualtriebs an und können daher keiner für sie attraktiven Frau widerstehen. Diese Männer verachten Frauen wegen ihrer Macht, Sex vorenthalten zu können, da sie als Männer doch biologisch darauf angewiesen sind. Gegenüber Frauen sehen sie sich als kontrollierbar und machtlos. Aus Angst vor ihrer eigenen Machtlosigkeit suchen sie nach schwachen, verletzlichen und unerfahrenen Geschlechtspartnern. Diese Angst führt sie auch zum Missbrauch von Kindern. Sie haben kein Schuldbewusstsein für den Missbrauch, denn die Kinder, die sie missbrauchen, bieten sich ihnen ja selbst an. Sie glauben daran, dass das Kind schon vorher eine „dreckige“ Prostituierte war und nicht erst durch sie dazu wird. Es herrscht auch die Mei-

⁷¹ vgl. DAMMERMANN 1995, S. 55 – 58.

nung vor, dass schwarze und asiatische Kinder frühreif sind und Geschlechtsverkehr im Alter von 14 Jahren für „diese Kinder“ von Natur aus normal ist. Bestätigt wird dieser Irrglaube in der Aussage eines interviewten Touristen, der zuvor eine 13jährige missbraucht hat: „She was expecting something, and it wasn't a lollipop.“

3. „Situational“ Prostitute Users

Im Gegensatz zu den vorher beschriebenen Typen, sind diese Touristen zu Hause keine Prostitutionsgänger. Sie werden zu Freiern in den Sex-tourismusregionen, weil sie den informellen Prostitutionsbereich oft nicht als Prostitution erkennen. Sie flirten, bezahlen das Abendessen und haben Sex mit den Prostituierten. Wenn die Prostituierte nach Geld fragt, sehen sie die Bezahlung eher als großzügige Geste an oder sie zahlen aus Mitleid, aber verkennen, dass sie als Gegenleistung für eine Dienstleistung zahlen. Auch bei diesem Typ ist Rassismus der Grund für den Selbstbetrug. Sie glauben, dass Sex für die Einheimischen natürlicher ist und dass ihre „Partner“ sie aufrichtig begehren. Dabei verkennen sie die offensichtliche Prostitution. Diese „situationsgebundenen Freier“ finden ihre „Partner“ innerhalb des informellen Prostitutionssektors, in dem auch Kinder verkehren. Daher kommt es vor, dass diese Freier auch Kinder missbrauchen⁷².

Es existieren weitere Versuche der Typisierung oder Differenzierung von Sextouristen, deren wissenschaftliche Vorgehensweise jedoch zweifelhaft ist. Daher werden an dieser Stelle nur einige Beispiele genannt, auf deren tiefere Analyse hier verzichtet wird. Die Psychologin Latza unterteilt die Sextouristen in defizitäre Männer, phallische Sexualathleten, gehemmte, pervertierte, sadistische und pädophile Typen. Ihnen allen ist gemeinsam, dass sie mehr oder weniger neurotisch sind, „...und ihre einzige Gemeinsamkeit scheint darin zu bestehen, dass sie das gesamte Spektrum unserer westlichen Zivilisationsneurosen widerspiegeln.“⁷³ Wuttke zum Beispiel differenziert zwischen dem Globetrotter, dem hedonistischen Typ, dem insuffizienten Typ und dem Pseudogatten⁷⁴.

Beweggründe
und Hintergründe
der Täter

Entscheidend ist, dass dem kommerziellen Kindesmissbrauch durch Touristen eine komplexe Mischung von Ursachen zugrunde liegt, die sich aus folgenden Faktoren zusammensetzt:

Anonymität: Befreit von in der Heimat empfundenen moralischen, sozialen oder kulturellen Zwängen, leben manche Touristen im Urlaub Dinge aus, die sie zu Hause niemals tun würden, wie z.B. ein Bordellbesuch. Das Gefühl der Anonymität führt in ihren Verhaltensweisen zur Einstellung: „Niemand kennt mich hier – Also warum eigentlich nicht – Niemand zu Hause wird es jemals erfahren!“

72 vgl. O'CONNELL DAVIDSON 1998, S. 25-28.

73 LATZA 1987. In: MAURER 1991, S. 90.

74 vgl. WUTTKE 1998, S. 72.

Kulturelle Ignoranz: Wenn Touristen in ein Land reisen, dessen Kultur ihnen fremd ist, missverstehen sie landestypische Verhaltensweisen oft und ziehen leicht falsche Schlussfolgerungen. Gebräuche und auch sexuelle Moralvorstellungen unterscheiden sich innerhalb der einzelnen Kulturen und müssen individuell respektiert werden.

Den Armen helfen: Einige Touristen sind überzeugt von ihrer Rolle als Wohlfahrtstäter. Sie glauben den prostituierten Kindern durch ihren sexuellen Missbrauch auch noch zu helfen, da das Kind mit dem verdienten Geld den Lebensunterhalt für sich selbst und seine Familie bestreiten kann.

Überlegenheitsgefühle: Reisen kann auch Vorurteile verstärken. Besonders bei Touristen, die aus Industrieländern in Entwicklungsländer reisen, kann ein Gefühl von ökonomischer oder kultureller Überlegenheit gegenüber der Bevölkerung im Gastland entstehen. Vorurteile und Überlegenheitsgefühle gegenüber der einheimischen Bevölkerung können Touristen dazu führen, sie skrupellos auszubeuten.

Angst vor AIDS: Die Angst vor AIDS hat die Nachfrage nach Jungfrauen und jungen Sexualpartnern steigen lassen. Der Irrglaube, dass Kinder noch frei von sexuell übertragbaren Krankheiten sind, scheint weit verbreitet. In Wahrheit sind Kinder mit unausgereiften Geschlechtsorganen einer größeren Verletzungsgefahr beim Verkehr und damit auch einem höherem Infektionsrisiko ausgesetzt.

Das Angebot schafft die Nachfrage: In manchen Ländern sind Kinder für Touristen als Sexualpartner leicht erhältlich. Die Kinder bieten sich an bzw. werden in Bordellen, auf der Straße oder in Touristengebieten angeboten. Dieser leichte Zugang zu Kindern als Sexualpartnern kann bei Touristen den Eindruck vermitteln, dass Sex mit Kindern im Urlaubsland kulturell akzeptiert ist. Dies führt einige Touristen in enorme Versuchung.⁷⁵

Eine erfolgreiche Aufklärungskampagne erfordert Wissen, dass sich die Profile der Kindersextouristen in ihren Motiven stark unterscheiden. Allen gemeinsam ist jedoch, dass sie von rassistischen und sexistischen Vorstellungen geleitet werden.⁷⁶

Kinder als Opfer

Prostituierte Kinder sind noch härteren und ausbeuterischen Bedingungen als erwachsene Prostituierte ausgesetzt. Kinder sind das schwächste Glied einer Gesellschaft und können sich daher nicht gegen die physische und psychische Gewalt ihrer Ausbeuter wehren.⁷⁷ Minderjährige gehören in der Hierarchie der Prostituierten zur niedrigsten Klasse, und wenn überhaupt, dann werden sie besonders schlecht entlohnt.⁷⁸ Innerhalb des Prostitutions-

⁷⁵ vgl. WTO 2001b, S. 19.

⁷⁶ vgl. MAURER 1993, S. 62.

⁷⁷ MAURER 1991, S. 67.

⁷⁸ vgl. DER SPIEGEL, 42/1989, S. 238.

marktes befindet sich die Kinderprostitution am billigsten Ende mit den schlimmsten Bedingungen. Die grausige Feststellung des thailändischen Arztes Tebhanom Muangman bestätigt den Wahnsinn: „Je schäbiger das Etablissement, desto mehr Kinder werden angeboten, Kinder sind leichter zu kontrollieren und billiger zu kaufen“.⁷⁹ Die Kinder werden eingesperrt, geschlagen, in Bordellen gefoltert, vergewaltigt, mit brennenden Zigaretten oder durch Schnittwunden verstümmelt.⁸⁰ Auf einer Tagung zu Tourismus und Kinderprostitution 1990 in Chiang Mai wiesen Experten zu dem Thema darauf hin, dass immer wieder Kinder in Krankenhäusern wegen zerfetztem Anus oder verletzter Vagina behandelt werden müssen.⁸¹ Die Kinder leiden oft lebenslang unter den psychischen, emotionalen und physischen Schädigungen, Entwicklungsstörungen, Depressionen und sozialer Ausgrenzung. Sie verlieren ihr Selbstbewusstsein, hassen sich selbst und fühlen sich wertlos. Sie leiden unter einer Vielzahl von Krankheiten, vor allem unter sexuell übertragbaren Krankheiten.⁸² Schon 1989 prophezeite das Magazin „Der Spiegel“ die große Katastrophe, die den Kinderprostituierten der Dritten Welt noch bevorsteht – die tödliche Krankheit AIDS. „Eine Million HIV-Positive sagt Sangwan Nitayarampong vom Gesundheitsministerium in Bangkok für die nächsten fünf Jahre für Thailand voraus, unter ihnen eine große Anzahl junge und sehr junge Menschen“.⁸³ Sangwan Nitayarampong behielt leider Recht. Im Durchschnitt ist jedes zweite Kind, das aus einem Bordell in Thailand befreit und getestet wird, mit dem HIV-Virus infiziert. Die Angst vor der Ansteckung mit dem HIV-Virus bei gleichzeitig mangelnder Bereitschaft beim Verkehr Kondome zu nutzen, hat die Nachfrage nach Jungfrauen und Kindern steigen lassen. Dabei ist es ein fataler Irrtum zu glauben, dass ungeschützter Sex mit Kindern sicherer wäre.⁸⁴

Die Wahrscheinlichkeit der AIDS-Übertragung ist beim sexuellen Verkehr zwischen einem Erwachsenen und einem Kind wesentlich größer als zwischen zwei Erwachsenen. Das durchblutete Gewebe in Anus und Rektum des männlichen Kindes und in der Vagina des weiblichen Kindes ist dünn und bei Penetration leicht verletzbar. Dadurch entsteht ein direkter Zugang für den HIV-Virus in den Blutkreislauf. Medizinische Untersuchungen belegen, dass der Geschlechtsakt eines Erwachsenen mit dem unreifen Körper eines Kindes fast immer zum Reißen des Gewebes führt. Da das AIDS-Virus durch Samen und Blut übertragen wird, sind Kinder einem zweifachen Risiko ausgesetzt und die Ansteckungsgefahr ist höher als bei Erwachsenen.⁸⁵

Die Kinderprostituierten sind ihren Ausbeutern hilflos ausgeliefert. Kinderprostituierte berichteten, dass sie dazu gezwungen wurden, 10 bis 12 Kunden pro Tag zu befriedigen, was ihre Verletzungs- und Infektionsgefahr

79 MUANGMAN. In: RENSCHLER 1991, S.119.

80 UNICEF, Nachrichten 1/1998, S. 17.

81 vgl. MAURER 1991, S. 69.

82 www.csecworldcongress.org

83 DER SPIEGEL, 42/1989, S. 238.

84 vgl. ECPAT/Deutschland 2000, S. 9.

85 vgl. O'GRADY 1992, S. 125.

zusätzlich erhöht. Die meisten Zuhälter setzen die Kinder auch unter Drogen, um sie gefügig und abhängig zu machen und sicher zu gehen, dass die Kinder in der Prostitution bleiben.⁸⁶

Viele Kinder nehmen auch von sich aus Drogen, um den Missbrauch besser ertragen zu können. Parallelen findet man zu den drogensüchtigen Kinderprostituierten der Industrieländer, die sich jedoch in einem Punkt unterscheiden: „In den reichen Industrieländern bieten Jugendliche der Wohlstandsgesellschaft ihre Körper feil, um ihre Sucht zu finanzieren; die Kinder der verarmten Dritten Welt pumpen sich mit Drogen voll, um so die Qualen des sexuellen Missbrauchs leichter zu überstehen“.⁸⁷

Gelingt es Kindern aus einem Bordell zu fliehen, werden sie in manchen Ländern von den Gesetzeshütern wie Kriminelle behandelt, als hätten sie selbst gegen das Gesetz verstoßen. Freier können häufig aus dem Netz der Gesetze entkommen, während die betroffenen Kinder darin gefangen bleiben. Falls Kinder außer Landes verschleppt werden, droht ihnen die Verfolgung als illegale Einwanderer. Werden sie in ihr Ursprungsland zurückgeschickt, können sie wiederum verfolgt werden, da sie heimlich ihr Land verlassen haben oder weil sie HIV/AIDS-infiziert sind. So büßen unschuldige Kinder für die Verbrechen, die Erwachsene an ihnen begangen haben. Kinder werden dadurch mehrfach zu Opfern.⁸⁸ In manchen Studien wird die sexuelle Ausbeutung von Kindern als eine Form von Folter betrachtet. Untersuchungen haben ergeben, dass die wenigsten Kinder diese Tortur überleben und wenn doch, dann tragen sie lebenslang Ängste in sich und ihre Wunden heilen niemals vollständig.⁸⁹

Die Profiteure

Im Zusammenhang mit der kommerziellen sexuellen Ausbeutung von Kindern wurden auf dem 2. Weltkongress zu diesem Thema in Yokohama die sexuellen Ausbeuter definiert als: „...those who take unfair advantage of some imbalance of power between themselves and a person under the age of 18 in order to sexually use them for either profit or personal pleasure“.⁹⁰ Zu den sexuellen Ausbeutern im CST zählen demnach nicht nur die Kindersex-touristen, sondern auch diejenigen, die von dem Missbrauch profitieren. Die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern stellt ein lukratives Geschäft für skrupellose Personen dar. UNICEF schätzt, dass weltweit organisierte Banden mit Kinderprostitution und -pornographie jedes Jahr fünf Milliarden Dollar umsetzen.⁹¹ Prostitution ist verflochten in die sozialen, wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Angelegenheiten vieler Gesellschaften. Zu einem Teil der Profiteure gehören die Zuhälter, Kinderhändler und Bordellbesitzer, der andere Teil ist schwieriger zu identifizieren.⁹² Ein Vorfall aus dem

86 www.csecworldcongress.org

87 DER SPIEGEL, 42/1989, S. 238.

88 vgl. MUNTARBHORN 1996, S. 4.

89 www.focalpointngo.org

90 www.csecworldcongress.org

91 In: ECPAT/Deutschland 2000, S. 7.

92 BROWN 2000, S. 157.

Jahr 1984 beleuchtet die Mechanismen, die das Milieu so profitabel machen. Im Januar 1984 brannte ein von Touristen und Einheimischen besuchtes Bordell auf der Touristeninsel Phuket/Thailand nieder. Die Feuerwehrleute machten eine grausige Entdeckung: Fünf Kinder, die in einem abgeschlossenen Raum mit Ketten an ihre Betten gefesselt waren, kamen in den Flammen ums Leben. Der Chef der thailändischen Polizei, General Narong Mahanond, befahl daraufhin drastische Maßnahmen gegen die Betreiber von Freudenhäusern, gegen Zuhälter und andere Personen, die am Geschäft beteiligt sind. Gegen diese Order protestierte mit großer Entschiedenheit eine Gruppe von 30 Unternehmern, darunter die Touristenbehörde, der Präsident des südlichen Journalisten-Verbandes, der lokale Chef der „Bank of Thailand“, viele Restaurantbesitzer und Hoteliers, sowie auch der von Phuket entsandte Parlamentsabgeordnete. Die Kritiker bekundeten, dass der Polizeichef das Geschäft gefährde und die lokale Wirtschaft schweren Schaden nehmen würde.⁹³ Die Demonstranten brachten ans Tageslicht, wer noch zu der Reihe der Profitmacher gehört. Und die Reihe ist noch viel länger. Bei dem Handel von Kindern, die anschließend in die Prostitution gezwungen werden, gibt es verschiedene Agenten. Ehemalige Prostituierte dienen oft als Zwischenhändlerinnen, und es gab auch Fälle, bei denen Bürgermeister, Dorfvorsteher, Lehrer, lokale Kaufleute und andere Mitglieder der Gesellschaft mithalfen, die Kinder zu „verschachern“. Dieser Handel ist möglich, weil die Händler, Bordellbesitzer und Zuhälter den Schutz eines ganzen Netzes von einflussreichen Leuten, Politikern auf allen Ebenen, Polizisten und Geschäftsleuten der Dienstleistungsbranche genießen.

Frauen und Kinder, die als „freie“ Prostituierte arbeiten, die also nicht in einem Bordell eingesperrt sind und von einem Zuhälter kontrolliert werden, sondern ihre Körper selbst anbieten, verdienen unter den Prostituierten am besten. Dennoch profitieren eine Reihe von Zwischenhändlern von ihnen, wie Taxifahrer, Hotel- und Barbesitzer, Kellner und korrupte Polizisten.⁹⁴ Betrachtet man die gesellschaftliche Ausdehnung der Profiteure der Prostitution, die beste Verbindungen zum Staatsapparat haben, wenn sie nicht gar selbst Regierungsämter bekleiden, wird erkenntlich, wie schwierig sich der Kampf gegen den Kinderprostitutionstourismus gestaltet.

Die Tourismus-
branche

In diesem Kapitel soll speziell auf die Rolle der Tourismusbranche im Zusammenhang mit dem Kinderprostitutionstourismus eingegangen werden. Dieser Branche ist bewusst ein eigenes Kapitel gewidmet, da ihre Rolle nicht ohne weiteres abgehandelt werden kann. Sicher ist, dass Sextouristen aus Europa, Japan und Nordamerika die für Sextourismus bekannten Länder nur per Flugreise erreichen können und auch andere Leistungen der Reisebranche in Anspruch nehmen, wie z.B. von Reiseveranstaltern oder Hotelketten. „...alles in allem ein hübsches Geschäft für die Reisebranche“, stellt Plüss fest.⁹⁵ Tut

⁹³ vgl. DIE ZEIT, Nr. 20, 11.05.1984, S. 57.

⁹⁴ vgl. RENSCHLER 1991, S. 120.

⁹⁵ vgl. PLÜSS 1993, S. 70.

man der Branche Unrecht, sie in die Reihe der Profiteure einzugliedern? Die Organisation «terre des hommes» klagte nach Gründung der Deutschen Kampagne gegen Kinderprostitution die Reisebranche an: „Gerade die Reisebranche verdient seit Jahren mittelbar (Großunternehmen) und unmittelbar (Spezialreiseanbieter) sehr gut an der sexuellen Ausbeutung zunächst vor allem der Frauen, seit 1986 verstärkt der Kinder als Attraktion für männliche Touristen in den Zielländern des Ferntourismus...“⁹⁶ Laut WTO ist die Tourismusbranche nicht verantwortlich für die steigende Anzahl von sexuell ausgebeuteten Kindern im Tourismus: „Reputable tourism businesses do not knowingly or willingly participate.“⁹⁷ Die Leistungen der „reputable“ also „anständigen“ Tourismusbranche werden lediglich von (Kinder-)Sextouristen in Anspruch genommen. Hier wird die Möglichkeit gesehen, die Tourismusbranche zum Handeln aufzufordern, um geeignete Maßnahmen zum Schutz der Kinder im Tourismus zu ergreifen.⁹⁸ „Schwarze Schafe“ gibt es überall, auch in der Tourismusbranche. Es gibt zwar einige Reiseveranstalter, die Sexreisen organisieren und bewerben, und es gibt Betreiber von Einrichtungen, in denen Reisende Kinder treffen und sexuell ausbeuten können. Damit will die überwiegende Mehrheit der Tourismusbranche jedoch nichts zu tun haben. Die Tourismusbranche trägt dennoch eine Mitverantwortung an der Bekämpfung von CST, auch wenn sie nicht für die Entstehung der Kinderprostitution verantwortlich ist.

Werbung für den Sextourismus

Schuldig hat sich die Tourismusbranche dennoch gemacht, durch die aggressive Vermarktung bestimmter Zielgebiete unter den Stichworten Sonne, See und Sex sowie der Darstellung von Frauen und Kindern der Dritten Welt als exotisch, sexuell unterwürfig und passiv. Durch diese Stereotypen werden die Phantasien des Kindersextäter legitimiert.⁹⁹ Belege für die direkte oder indirekte Werbung für den Sextourismus fanden sich bis Anfang der 90er in zahlreichen Prospekten der Reisebranche. Juristisch ist die Sprache in Reisekatalogen selten angreifbar, dennoch ist die Absicht, Werbung für Prostitution zu betreiben, kaum verhüllt. Aber nicht nur die vielzitierten „Schwarzen Schafe“ der Reisebranche haben Kinderprostitution in ihrer Werbung, wie das abstoßende Beispiel einer privaten mitteleuropäischen Fluggesellschaft zeigt. In ihrem Bordmagazin der Juni/Juli-Ausgabe 1992 war eine fiktive Postkarte abgebildet, auf der ein vorpubertäres Mädchen, von der Hüfte aufwärts nackt, abgebildet war. Auf der Karte stand geschrieben: „From Thailand with Love“, als Absender die Namen „Werner, Günther, Fritzel, Mortel und Joe“, die von ihren Vergnügungen in Bangkok berichten. Der letzte bezeichnende Satz lautete: „Wir müssen jetzt schließen. Die Flittchen im Bangkok Baby Club warten auf uns“. Erst auf Druck der Öffentlichkeit wurde das Bordmagazin zurückgezogen.¹⁰⁰

⁹⁶ DAMMERMANN 1995, S. 55.

⁹⁷ WTO 2001b, S. 23.

⁹⁸ vgl. WTO 2001b, S. 23.

⁹⁹ www.childwise.net

¹⁰⁰ vgl. DÖRFLER 1996, S. 15.

Als herausragendes Beispiel gerade für die Doppeldeutigkeit einer Werbung dient die Anzeige der Fluggesellschaft „Geruda Indonesia“. Bei dieser Fluggesellschaft konnte man Flugtickets für einen „Jungferflug“ gewinnen, um sich einen heiligen Tanz von bis zu 12 Jahre alten Mädchen aus der Nähe anschauen zu können. Auf dem Foto sind von den hübsch geschminkten Mädchen nur der Kopf samt Kopfschmuck und die nackten Schultern sichtbar. Angesichts des Ausmaßes der Kinderprostitution machen Abbildung und Wortwahl so eine Werbung doppeldeutig und bestenfalls nur geschmacklos.¹⁰¹

Kleinere Spezialreiseveranstalter, wie z.B. die Hanauer PMW-Touristik GmbH, deren Zielgruppe fast ausschließlich die Sextouristen sind, warben direkt für den Sextourismus „Unterkunft, Verpflegung und Begleitung für die Nacht“. Das Angebot enthielt sogar eine Geldrückgabegarantie, falls der Kunde ungewollt die Nacht alleine verbringen musste. Die nicht spezialisierten Veranstalter waren etwas vorsichtiger in der Formulierung ihrer Katalogtexte: „...Das ideale Hotel für Gäste, die...von den vielen Unterhaltungsmöglichkeiten in Patpong profitieren möchten...“¹⁰² Die Reisekataloge halfen Sextouristen, das für ihre Zwecke richtige Hotel, in der für sie optimalen Umgebung zu finden. So findet man zahlreiche Hinweise für Sextouristen, wie die Werbung von „TOUROPA“ für eines ihrer Hotels in Bangkok zeigt: „First Hotel: ...Ein Haus der Standardklasse, zentral gelegen und freizügig“, oder von „JetReisen“ für ihr „StadtHotel:...Dieses Hotel wird besonders von Junggesellen bevorzugt und ist für Ehepaare und alleinreisende Damen nicht geeignet“.¹⁰³ Reeb (DRV) erklärt die damalige Intention dieser Hinweise in früheren Reisekatalogen: „Früher hat man in Reisekatalogen darauf hingewiesen, welche Hotels für welchen Kunden geeignet sind, man wollte vermeiden, dass Familien mit Kindern in ein unpassendes Umfeld geraten. Heute wird das nicht mehr gemacht...“. In der Tat hat es diesbezüglich eine positive Bewegung gegeben, heute verfährt die Tourismusbranche insgesamt zurückhaltender in ihrer Werbung, solche Hinweise werden vermieden.¹⁰⁴

Die Verantwortung der Reisebranche

Verantwortung für den „Sextourismus“ und den daraus resultierenden „Kinderprostitutionstourismus“ zu übernehmen, hat die Reisebranche jahrelang abgelehnt. Am eindeutigsten kommt dies durch den geäußerten Vergleich von Otto Schneider, dem ehemaligen Präsidenten des Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verbandes, in seiner Verbandszeitung im Herbst 1991 zum Ausdruck: „Stellen Sie sich vor, ein Geschäft für Camping-Zubehör verkauft jemandem eine Hängematte. Der Käufer löst daraus einen längeren Strick und bringt damit jemand anderen um. Ist der Ladenbesitzer für den Mord verantwortlich? Hätte er ihn verhindern können? Natürlich

101 STUTTGARTER ZEITUNG, 14.02.1992. In: WÜRSTLIN 1995, S. 25.

102 vgl. MAURER 1991, S. 103.

103 Zitate aus Reiseveranstalterkatalogen, ohne Jahreszahl. In: ZEB 1983, S. 56.

104 vgl. NIESNER 1995, S. 52.

nicht!¹⁰⁵ In Fachkreisen ist man sich zwar weitgehend einig, dass Reiseveranstalter und -agenturen nur selten direkt für das Problem verantwortlich gemacht werden können. Dagegen hat der damalige Bundesaußenminister Klaus Kinkel in seiner Rede anlässlich des 1. Weltkongresses 1996 in Stockholm nicht in Abrede gestellt, dass auch die Tourismusbranche in das Problem verwickelt ist. Ein Vertreter der WTO äußerte seinen Zweifel an einer unmittelbaren Schuld der Branche in Stockholm. Dennoch sieht er auch die Verantwortung der Branche bei der Bekämpfung des Problems, „...die Branche sollte auf der Suche nach Lösungen eine führende Rolle spielen, denn Selbstregulierung scheint die mächtigste Waffe zu sein, die der Tourismus einsetzen kann, um bestehende Gesetze zu ergänzen.“¹⁰⁶ Dementsprechend plante die WTO den Tourismussektor zu mobilisieren, um Maßnahmen gegen das Problem zu ergreifen, denn schließlich untergrabe der Sex-tourismus alle grundlegenden Ziele des Tourismus, der Frieden, Menschenrechte, gegenseitiges Verständnis, Respekt für alle Menschen und Kulturen sowie deren Entwicklung fördern soll. Dörfler konstatierte diesbezüglich, dass die Branche sich nur allzu gerne mit diesen hehren Maximen schmückt und sieht doch den Mangel in der Umsetzung. „Doch wenn es um die konkrete Umsetzung geht, tun sich die meisten Unternehmen schwer.“¹⁰⁷ An dieser Stelle soll nicht weiter auf die Unwilligkeit oder Umsetzungsprobleme der Tourismusbranche eingegangen werden, da diese Thematik in den folgenden Kapiteln noch vertieft wird. Festzuhalten bleibt, dass die Branche einen Teil der Verantwortung mitträgt. Zum einen ist sie verantwortlich für die Vermarktung bestimmter Regionen für Sextourismus in früheren Zeiten, zum anderen trägt die Branche eine entscheidende Verantwortung in der Bekämpfung der kommerziellen sexuellen Ausbeutung von Kindern im Umfeld des Tourismus.

105 Otto Schneider. In: PLÜSS 1993, S. 70.

106 HANDSZUH. In: DÖRFLER 1996, S. 15.

107 DÖRFLER 1996, S. 15.

Aktionen, Kampagnen und Gesetze gegen Kinderprostitution

Das Problem der Kinderprostitution im Tourismus wurde von Regierungen, dem privaten Sektor sowie von NROs weltweit erkannt. In den folgenden Kapiteln wird die Bekämpfung des Problems durch Aktionen, Kampagnen und Gesetzgebungen von den Anfängen bis zur jetzigen Zeit mit weltweitem Bezug dargestellt.

Mitte der 80er Jahre wurde in Asien durch Beobachtungen von Mitarbeitern sozialer Organisationen die Entwicklung von CSEC als Massenphänomen deutlich. Im Jahr 1988 nahm die in Bangkok ansässige Organisation „Ökumenische Koalition zum Dritte Welt Tourismus“ (ECTWT) sich des Problems an und startete ein Forschungsprojekt, um die Fakten bezüglich der Kinderprostitution in drei asiatischen Ländern aufzudecken. Organisationen in Sri Lanka, in den Philippinen und in Thailand wurden mit dieser Studie beauftragt. Zwei Jahre später, im Mai 1990 in Chiang Mai, wurden die Ergebnisse auf einer internationalen Konferenz der Öffentlichkeit vorgestellt. Die Studienergebnisse der beauftragten Organisationen der drei Länder und weitere kurze Berichte über Taiwan und Indien belegten, dass die sich ständig ausweitende Kinderprostitution mit der Entwicklung des internationalen Tourismus einhergeht. Die Erkenntnis, dass ein eindeutiger Zusammenhang zwischen Kinderprostitution und Tourismus besteht, führte die Konferenzteilnehmer zu dem Entschluss, eine internationale Kampagne durchzuführen mit dem Namen „End Child Prostitution in Asian Tourism“ (ECPAT). Diese Kampagne hatte das Ziel, die Kinderprostitution im Zusammenhang mit dem internationalen Massentourismus zu bekämpfen. Die Gründung der internationalen Kampagne, mit einem Koordinationsbüro in Bangkok, hat in Asien und Europa Gründungen von Kampagnen auf nationaler Ebene nach sich gezogen.¹⁰⁸ Im Jahr 1996 wurde ECPAT als Kampagne beendet und in einer neuen Organisationsform als internationale Nichtregierungsorganisation gegen Kinderprostitution, Kinderpornographie und Kinderhandel fortgeführt. Heute ist ECPAT, mit Hauptsitz in Bangkok, in 45 Ländern vertreten. Die Arbeit konzentriert sich darauf, Kinderrechte zu fördern und mit verschiedenen Mitteln weltweit Bewusstseinsbildung über das Problem zu betreiben, so dass konstruktive Maßnahmen gegen den Handel mit sexueller Ausbeutung von Kindern ergriffen werden können.¹⁰⁹

Maßnahmen der internationalen Tourismusorganisationen

Die Welttourismus-Organisation (WTO) verabschiedete schon im Jahr 1985 den „Tourism Bill of Rights and Tourism Code“, in dem Staaten und einzelne Akteure aufgerufen wurden zu verhindern, dass der Tourismus als Vehikel für den Missbrauch anderer Menschen für Prostitutionszwecke genutzt wird. Im Jahr 1999 verurteilte die WTO im „Global Code of Ethics“ für den Tourismus, jegliche Form der Ausbeutung, besonders der sexuellen Ausbeutung von Kindern, die in keiner Form mit den Zielen des Tourismus

¹⁰⁸ vgl. O'GRADY 1996, S. 14 und STÄBLER 1995, S. 7.

¹⁰⁹ www.ecpat.de

¹¹⁰ vgl. WTO 1999, Art. 2.

vereinbar ist.¹¹⁰ Schon 1995 erteilte die WTO in der Stellungnahme zur Verhinderung von organisiertem Sextourismus speziell dem Kindersextourismus eine klare Absage. Unter anderem ruft die WTO die Tourismusbranche dazu auf, Maßnahmen zur Bekämpfung des organisierten Sextourismus zu ergreifen, besonders wenn Kinder dafür missbraucht werden.¹¹¹

Der Stellungnahme der WTO folgten Tourismusverbände und Tourismusorganisationen weltweit, die sich ebenfalls gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern positionierten. Dokumente, Verhaltenskodizes und Resolutionen gegen Sextourismus und Kinderprostitution im Umfeld des Tourismus wurden seit 1994 erlassen von:

- ECTAA (Group of National Travel Agents' and Tour Operators' Associations within the EU)
- COTAL (Confederation of Latin American Tourism Organizations)
- FIYTO (Federation of International Youth Travel Organizations)
- HOTREC (Hotels, Restaurants, Cafés & Similar Establishments in the European Union and European Economic Area)
- IATA (International Air Transport Association)
- IFTO (International Federation of Tour Operators)
- IFWTO (International Federation of Women's Travel Organizations)
- IH&RA (International Hotels & Restaurant Association)
- IUF/UITA/IUL (International Union of Food, Agriculture, Hotel, Restaurant, Catering, Tobacco and Allied Worker's Associations)
- PATA (Pacific Asia Travel Association)
- UFTAA (Universal Federation of Travel Agents Associations)¹¹²

Ferner gründete die WTO im Jahr 1997 eine Arbeitsgruppe. Die „Task Force to Protect Children from Sexual Exploitation in Tourism“ dient zum einen als globale Informationsplattform und zum anderen erarbeiten in ihr Vertreter der Tourismusbehörden, Tourismusverbände, Tourismusbranche, internationale Organisationen und NROs gemeinsam Programme zur Bekämpfung der kommerziellen sexuellen Ausbeutung von Kindern.¹¹³

Die Weltkongresse gegen kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern

Auf Initiative von ECPAT fand 1996 der „Erste Weltkongress gegen kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern“ in Stockholm statt. Der Kongress wurde vorbereitet von der schwedischen Regierung, ECPAT, UNICEF und der NRO-Gruppe für die Konvention über die Rechte des Kindes. An dem Kongress nahmen etwa 1200 Delegierte von Regierungen und Nichtregierungsorganisationen aus 122 Ländern teil. Der Kongress konzentrierte

¹¹¹ WTO 2001a, S. 133.

¹¹² www.world-tourism.org

¹¹³ www.world-tourism.org

sich auf drei thematische Problembereiche: Kinderprostitution, Handel und Verkauf von Kindern zu diesem Zwecke sowie Kinderpornographie. Gemeinsam wurde über wirksame Strategien zum Schutz von Kindern vor allen Formen kommerzieller sexueller Ausbeutung beraten. Einen thematischen Schwerpunkt stellt das Thema „Tourismus und Kinder in der Prostitution“ dar. Der Weltkongress hat einen „Aktionsplan gegen kommerzielle Ausbeutung von Kindern“ ohne Gegenstimmen angenommen.

122 Staaten unterzeichneten den Aktionsplan und verpflichteten sich damit, Maßnahmen gegen CSEC zu ergreifen. Der Aktionsplan enthält dringende Empfehlungen zur internationalen Zusammenarbeit, zur Vorbeugung, zum Schutz gegen sexuelle Kindesmisshandlung sowie zur Betreuung der Opfer. Der Aktionsplan richtet sich auch gegen den Kindersextourismus. In ihm sehen Fachleute einen Kern des Problems, der Kinderhandel und Kinderpornographie nach sich ziehe und Armut und Elend unterentwickelter Staaten gnadenlos ausbeute. An dieser Stelle empfiehlt der Aktionsplan das exterritoriale Strafrecht anzuwenden und zu erweitern.¹¹⁴ Der Abschnitt „Prävention“ des Aktionsplans richtet sich unter anderem an die Tourismusbranche, die aufgerufen wird, entsprechende Maßnahmen gegen die Nutzung ihrer Netzwerke und Einrichtungen für CSEC zu ergreifen. Betrachtet man sämtliche Kampagnen, Aktionen und Vereinbarungen der Branche, so wird erkenntlich, dass diese so tatsächlich erst nach diesem Ersten Weltkongress stattgefunden haben. Auf dem nachfolgenden Kongress in Yokohama wird dies deutlich.

Der Zweite Weltkongress fand 2001 in Yokohama/Japan statt. Diesmal nahmen mehr als 3200 Delegierte teil. Die 134 Regierungen, 250 internationalen Organisationen und NROs sowie der private Sektor untersuchten die Frage, welche Fortschritte es bei der Bekämpfung von CSEC gibt. Das Ergebnis war ernüchternd. Auch wenn teilweise eine Verbesserung der Situation erreicht wurde, hat CSEC dennoch weiterhin zugenommen und sich ausgebreitet. Enttäuschend war auch, dass von den 122 Unterzeichnerstaaten des Aktionsplans von Stockholm nur 50 Staaten den selbst beschlossenen nationalen Aktionsplan gegen CSEC verabschiedet oder umgesetzt hatten. Positiv hervorgehoben wurde, dass in Yokohama auch Gruppen in den Diskurs einbezogen waren, die in Stockholm nur sehr begrenzt teilnehmen konnten, wie z.B. der private Sektor.¹¹⁵ Der private Sektor, vor allem die Reisebranche und die Medien, wurde positiv hervorgehoben, weil er Aktivitäten zum Schutz der Kinder vor kommerzieller sexueller Ausbeutung entwickelt.¹¹⁶ Besondere Beachtung fand die Implementierung des Code of Conduct (Verhaltenskodex) als Maßnahme der Tourismusbranche zur Bekämpfung von CSEC im Umfeld des Tourismus, der zuerst in Schweden und anschließend in weiteren europäischen Staaten angenommen wurde.¹¹⁷

¹¹⁴ vgl. FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG, 31.08.1996, o. S.

¹¹⁵ vgl. MUNTARBHORN 2002, S. 9ff.

¹¹⁶ vgl. DOEK 2002, S. 22.

¹¹⁷ www.csecworldcongress.org

Ergebnis der Konferenz war die Verpflichtung der Teilnehmenden in der Abschlusserklärung, auch weiterhin alle gesellschaftlichen Kräfte zum Schutz der Kinder zu mobilisieren¹¹⁸. Mit dem Abschlussdokument „Globale Verpflichtung von Yokohama 2001“ wurden die Ziele und Verpflichtungen des 1. Weltkongresses von Stockholm 1996 erneut bekräftigt und die wichtigsten Schritte für die Zukunft festgeschrieben, um das weltweite Problem der sexuellen Ausbeutung von Kindern zu bekämpfen. Nach langen Verhandlungen stimmten die Delegierten zu, dass die Kinderrechtskonvention der Vereinten Nationen verbindlich als Grundlage im Schlussdokument festgeschrieben wurde.¹¹⁹

Internationale Gesetzgebung

Gesetzgebung in den Zielländern: Fast in jedem Land dieser Welt ist CSEC verboten und wird grundsätzlich unter Strafe gestellt. Anfang der 90er Jahre gab es eine Bewegung in der Gesetzeslage vor allem in den Zielländern des Tourismus. Die Gesetze zum Schutz der Kinder wurden verbessert und Reformen für eine effektivere Strafverfolgung der Täter eingeführt. Die Philippinen waren das erste Land in Südostasien, das ein Gesetz gegen Kindesmissbrauch eingeführt hat. Dementsprechend können Personen, die ein Kind in die Prostitution drängen oder ein Kind unter 12 Jahren missbrauchen, mit bis zu 30 Jahren Freiheitsstrafe oder dem Tod bestraft werden. Wie in den Philippinen liegt auch in Thailand und in Sri Lanka die Altersschutzgrenze bei 18 Jahren. In Thailand wird der sexuelle Missbrauch von Kindern mit bis zu sechs Jahren Haftstrafe geahndet und in Sri Lanka sogar mit bis zu 20 Jahren Haftstrafe. In Brasilien können die Täter mit bis zu zehnjährigen Gefängnisstrafen rechnen und in Costa Rica mit 16jährigen Haftstrafen.¹²⁰ In Kambodscha wird sexueller Missbrauch bei unter 15jährigen mit bis zu 20jährigen Haftstrafen geahndet. Die Komplizen der Täter werden gleichermaßen bestraft wie die Täter selbst.¹²¹

Die hohen Haftstrafen in den Zielländern des Kindersextourismus lassen erkennen, dass die Regierungen dieser Länder sexuellen Missbrauch von Kindern nicht als Kavaliersdelikt, sondern als Straftat sehen. Auf dem 2. Weltkongress in Yokohama wurde als besondere Entwicklung die Unterscheidung einiger Staaten zwischen der Prostitution von Frauen und der von Kindern hervorgehoben. Denn früher wurde meistens nur die Situation von Mädchen in der Prostitution beachtet, aber die von Jungen oftmals ignoriert. Ebenfalls als positiv gilt die Einrichtung von nationalen Richtlinien in einigen Ländern, die den Gesetzeshütern Anweisungen geben, wie man ein prostituiertes Kind behandeln soll: Nämlich als Opfer einer Straftat und nicht als Täter.¹²² Dennoch kommt es immer noch in vielen Ländern vor, dass die Kinder bestraft werden und die Täter entkommen. Daher müssen die Zielländer für Kindersextourismus Gesetze für den Schutz der Kinder und strengere Bestra-

118 vgl. BÄR et al. 2002, S. 35.

119 vgl. MAURER 2002, S. 5.

120 vgl. THOMA 2002, S. 15.

121 www.world-tourism.org

122 www.csecworldcongress.oeg

fungen bei Kindesmissbrauch einführen. Ein Vertreter der Pacific Asia Travel Association forderte 2002, dass diese Gesetze in ihrem vollen Ausmaß angewendet werden, denn nur so kann man die Täter und die Zuhälter gleichermaßen abschrecken. Nicht nur die Regierungen der Destinationen sind gefordert, legislative Maßnahmen zur Bekämpfung von Kindersextourismus zu ergreifen. Kindersextourismus kennt keine territorialen Grenzen. Um dieses Problem erfolgreich zu bekämpfen, muss man es von einer internationalen Perspektive betrachten. Man braucht effektive Gesetze und deren Umsetzung sowohl in den Ziel- wie auch in den Herkunftsländern des Sextourismus.¹²³

Gesetzgebung in den Herkunftsländern – „Das Exterritorialprinzip“: Kindersextourismus ist aufgrund seiner Komplexität schwierig zu bekämpfen. Wie im vorherigen Kapitel schon erklärt, muss das Problem von beiden Seiten, von den Herkunftsländern und den Zielländern, mit effektiveren Gesetzen bekämpft werden. Einige Industrieländer führten zur Bekämpfung der Nachfrage das Exterritorialprinzip ein. Dadurch haben Behörden juristisch die Möglichkeit, gegen den von ihren Staatsbürgern begangenen sexuellen Missbrauch an Kindern im Ausland vorzugehen, unabhängig von der dortigen Gesetzeslage. Andernfalls können nur Fälle geahndet werden, die auch am Tatort strafbar waren. Das Exterritorialprinzip ist eine wichtige juristische Handhabe. Dadurch können Kindersextouristen und solche, die Kindersextourismus organisieren nach ihrem nationalen Recht verurteilt werden, welches oft strenger ist als die Rechtslage im Land, in dem der sexuelle Missbrauch begangen worden ist.¹²⁴ Europa übernahm die Vorreiterrolle in dieser Entwicklung. Der Europäische Rat erkannte 1988 das Problem in der Strafverfolgung von Kindersextouristen und empfahl seinen europäischen Mitgliedsstaaten die Einführung einer exterritorialen Gesetzgebung. Auch wenn Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland, Island und die Schweiz schon lange juristisch die Möglichkeit hatten, ihre Staatsbürger außerhalb der Staatsgrenzen strafrechtlich zu verfolgen, wurden diese Gesetze in Bezug auf Kindersextourismus erst Anfang der 90er Jahre angewandt. Im Jahr 1990 wurden zum ersten Mal Sextouristen in Norwegen verurteilt. Die drei norwegischen Staatsbürger wurden wegen Geschlechtsverkehr mit 13jährigen Jungen in Thailand und auf den Philippinen verurteilt. Deutschland hat im Jahr 1993 die Anwendung des Strafrechts für verschiedene Straftaten, die deutsche Staatsbürger im Ausland begehen, erweitert. Dazu gehören auch sexuelle Handlungen mit Kindern unter 14 Jahren. Frankreich erließ 1994 ein Gesetz gegen Kindersextouristen, Belgien im Jahr 1995. Australien und die USA folgten dem europäischen Vorbild im Jahr 1995.¹²⁵ Laut einer Erhebung im Auftrag von ECPAT/International hatten bis zum Jahr 2001 weltweit 32 Länder das Exterritorialprinzip eingeführt, darunter die USA, Kanada und die westeuropäischen Staaten sowie Länder wie China, die seit kurzem eine Rolle im Kindersextourismus spielen.

¹²³ www.ecpat.org

¹²⁴ vgl. THOMA 2002, S. 15.

¹²⁵ vgl. HEALY 1996, S. 16.

Zusätzlich haben 12 Länder spezielle Maßnahmen gegen Kindersex-tourismus in ihre Gesetzgebung mit aufgenommen, die über das Exterritorialgesetz hinausgehen. Dazu zählt der Lizenzentzug für Reisebürokaufleute in Kolumbien und Südafrika für die Organisation von Sexreisen. Außerdem ist das Werben für Sexreisen verboten. In Italien muss laut Gesetz in den internationalen Reisekatalogen auf CSEC hingewiesen werden. In Brasilien dürfen sich keine einheimischen Minderjährigen mehr in den Hotels aufhalten. In Großbritannien gibt es eine Datenbank von verurteilten Kinder-schändern. In Kambodscha verfolgt man die Idee, eine Datenbank von Aus-ländern anzulegen, die des Kindersextourismus verdächtig werden. Diese Gesetze fordern von der Tourismusindustrie, ihre Kunden zu informieren und die Polizei zu alarmieren. Andernfalls droht Strafe durch Entziehung der Geschäftslizenz.¹²⁶ Seit den 90er Jahren traten diese Reformen in der Gesetzgebung zum Schutz der Kinder in touristischen Zielländern ein und bisweilen scheint sich diese positive Entwicklung weiterhin auszuweiten und noch nicht abgeschlossen zu sein.

Probleme bei der Strafverfolgung

Trotz der aufgeführten Gesetzesänderungen konnte die große Diskrepanz zwischen der Zahl der Verbrechen und den eingeleiteten Verfahren nicht verringert werden. Die Gründe dafür sind vielfältig. Die Strafverfolgung der Täter wird erschwert, da sich in den meisten Ländern trotz Gesetzgebung zum Schutz der Kinder die Gesetze in den rechtlichen Normen und damit in der Beweisanforderung unterscheiden. Auch die unterschiedlichen Schutz-altersgrenzen in einzelnen Ländern schaffen zusätzlich strafrechtliche Probleme. Obwohl die UN-Kinderrechtskonvention festlegt, dass jeder Mensch unter 18 Jahren als Kind gilt, ist eine weltweite Angleichung der Schutz-altersgrenzen für Kinder aufgrund kultureller Unterschiede kaum möglich.¹²⁷ Ein weiteres Problem in der Strafverfolgung im Ausland ergibt sich dadurch, dass Täter auf frischer Tat ertappt werden müssen, auch muss belastungs-fähiges Beweismaterial für eine Strafverfolgung im Heimatland vorgelegt werden. Die personelle Ausstattung der Polizei im Ausland lässt eine effektive Strafverfolgung oftmals nicht zu. Selbst wenn es zu einer Verhaftung kommt, versuchen die Täter in ihr Heimatland auszureisen.¹²⁸ Die Verhafteten zahlen z.B. Bestechungsgelder an die korrupte Polizei, um ihren Pass zur Ausreise zu bekommen oder sie wenden sich an ihre Botschaften, die ihnen zur Ausreise verhelfen. Im Fall eines schwedischen Kindersextouristen, der in Thailand von der örtlichen Polizei festgenommen wurde, verhalf die schwedische Botschaft dem Verhafteten gegen Kautionszahlung frei zu kommen. Außerdem wurde ihm ein neuer Pass ausgestellt, so dass er fliehen konnte.¹²⁹

Das ist kein Einzelfall. Die ineffektive grenzüberschreitende Zusammen-arbeit der Behörden und mangelhafte Beweisaufnahme in den bereisten

¹²⁶ vgl. GROUPE DÉVELOPPEMENT 2001, S. 38.

¹²⁷ vgl. THOMA 2002, S. 16.

¹²⁸ mündliche Mitteilung Irber, 26.06.2003.

¹²⁹ vgl. O'GRADY 1997, S. 109.

Ländern erschwert die Anwendung der exterritorialen Gesetzgebung. Die Rechtshilfeabkommen zwischen den Sendeländern und Destinationen der Touristen sind in ihrer Handhabung oft zu formell und unpraktikabel, so dass Verfahren über viele Instanzen verschleppt und schließlich aus Mangel an Beweisen eingestellt werden. Ein weiteres Hindernis ist die mangelnde Vollstreckung der Gesetze in den bereisten Ländern selbst. Ein Grund dafür ist die weitverbreitete Korruption auf den unteren Ebenen des Behördenapparates in Reiseländern. Der Erfolg strafrechtlicher Ermittlungen ist von einer effektiven Zusammenarbeit mehrerer Instanzen abhängig.¹³⁰

Vitit Muntarbhorn fasst die Verhinderung der Umsetzung und Einhaltung der Kinderrechte durch die 5 C's zusammen, die eine effektive Strafverfolgung trotz bestehender Gesetze unmöglich machen: Crime, Corruption, Collusion, Clientelism and Complacency (Kriminalität, Korruption, illegale Absprachen, Täterschutz und Selbstzufriedenheit).¹³¹

Eine engere Zusammenarbeit zwischen Strafverfolgungsbehörden und Botschaften, bilaterale Abkommen zwischen einzelnen Ländern und Rechtshilfeabkommen mit einer einheitlichen Schutzaltersgrenze der Kinder würden zu einer besseren Ermittlungsarbeit führen. Damit es überhaupt zu einer Anzeige kommt, ist auch die Zivilcourage jedes Einzelnen gefragt. Hier kann die Tourismusbranche helfen, indem sie ihre Mitarbeiter und Kunden motiviert, entsprechende Wahrnehmungen zu melden. Denn ohne entsprechende Hinweise gibt es auch kein Strafverfahren.¹³²

Deutsche Kampagnen gegen Kinderprostitutionstourismus

In Deutschland ist die Problematik des „Sextourismus“ seit den 80er Jahren Thema zahlreicher Veranstaltungen der entwicklungsbezogenen Bildung und Menschenrechtsarbeit sowie Thema von Publikationen. Die internationale ECPAT-Kampagne hatte in Deutschland 1991 die Gründung der Kampagne gegen Kinderprostitution im Zusammenhang mit Ferntourismus zur Folge. Da sich die deutsche Kampagne gegen Kinderprostitution und Sextourismus im Gegensatz zur internationalen Kampagne nicht nur auf den asiatischen Raum beschränkte, nannte sie sich nicht ECPAT, verstand sich aber als Teil der internationalen ECPAT-Kampagne.¹³³ Die deutsche Kampagne wurde von Kinderschutzorganisationen und kirchlichen Hilfswerken unter Federführung des Kinderhilfswerks „terre des hommes“ getragen. Sie entwarf ein Konzept für eine Aktion, bei der die Reiseveranstalter aufgefordert wurden, Verantwortung gegenüber den Kindern zu übernehmen. Außerdem sah die Kampagne nur über die Zusammenarbeit mit den Touristikunternehmen eine Chance an die Täter heranzukommen. „Terre des hommes“ startete

¹³⁰ vgl. ECPAT/Deutschland 2000, S. 13.

¹³¹ vgl. MUNTARBHORN 2002, S. 11.

¹³² vgl. ECPAT/Deutschland 2000, S. 14.

¹³³ vgl. STÄBLER 1995, S. 9.

Verhandlungen mit den Reiseveranstaltern, die folgende Vereinbarungen zum Ziel hatten:

- In den Vertragshotels sollte ein Verbot von Kinderprostitution durchgesetzt werden,
- die Reiseveranstalter sollten ihre Kunden über Kinderprostitution informieren und
- die Reiseveranstalter sollten ihre Mitarbeiter entsprechend schulen und vorbereiten.

Das erste Jahr der Verhandlungen zwischen „terre des hommes“ und den deutschen Reiseveranstaltern gestaltete sich zäh und Vereinbarungen konnten nicht beschlossen werden. „Lange interne Diskussions- und Entscheidungsprozesse bei den Reiseveranstaltern und im DRV stellten unsere Geduld auf eine harte Probe“.¹³⁴ Erst als die Mitglieder der Kampagne angingen, Aktionen vor den Hauptniederlassungen von Reiseunternehmen zu planen und durchzuführen, kamen die ersten Vereinbarungen zustande. Demonstrationen vor den Geschäftsgebäuden der Reiseveranstalter, Unterschriftenaktionen und gezielte Pressearbeit von Abgeordneten des Deutschen Bundestages erreichten, dass die Reiseveranstalter dem Druck nachgaben und in die Vereinbarungen einwilligten. Im Jahr 1994 beurteilte die deutsche Kampagne ihre Zusammenarbeit mit den Reiseveranstaltern zur Umsetzung der Vereinbarung als ausgesprochen positiv.¹³⁵

Auch wenn dies ein wichtiger Anfang war, die Reisebranche zu aktivieren, konnte die Wirksamkeit der Vereinbarungen nie überprüft werden. Es wurden Vertragsklauseln verabredet mit dem Problem, dass sie nie evaluiert worden sind, so Heinz Fuchs. Durchaus positiv zu bewerten war die Tatsache, dass die Reisebranche die Formulierungen in ihrer Angebotspräsentation änderte. Es fanden sich fortan keine Hinweise mehr für Hotels wie „Für Familien nicht geeignet“, welche die Mitnahme von Prostituierten auf das Hotelzimmer dulden. Dafür wurden die anderen Hotels mit „Für Familien geeignet“ gekennzeichnet.¹³⁶ Heinz Fuchs glaubt, dass gerade die positive Reaktion auf die Kritik an der Angebotspräsentation der Reiseveranstalter ein entscheidender Schritt für viele NROs war, die Reiseveranstalter als ihre Partner anzusprechen: „Man kann die Branche nicht an den Pranger stellen oder auf die Anklagebank setzen für das Problem als solches, denn es ist ein tiefgreifendes gesellschaftliches Problem. Das Verständnis, die Branche als Partner anzusprechen, als privaten Sektor, der sich aktiv zum Schutz von Kindern einsetzen kann, war in der Kommunikation mit der Branche ein wichtiger Punkt. Die Branche, weil sie eben nicht auf der Anklagebank saß, sondern sich als gesellschaftlich-ökonomischer Akteur verstand, zeigte hier doch zunehmend die Bereitschaft, die eine oder andere Maßnahme im

¹³⁴ DAMMERMANN 1995, S. 56.

¹³⁵ vgl. DAMMERMANN 1995, S. 57.

¹³⁶ vgl. OSSIG 1995, S. 38.

Rahmen ihrer Möglichkeiten zu ergreifen. Auch wenn internationale Dachorganisationen der Tourismusindustrie sich frühzeitig gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus ausgesprochen haben, hat es sehr lange gedauert, bis die Tourismusbranche Mitte der 90er Jahre im Umfeld des 1. Weltkongresses sich selbst als Akteur verstand und Maßnahmen ergriff. Hinzu kam, dass die deutsche Kampagne, die das Thema auf die politische Ebene und in das öffentliche Bewusstsein brachte, 1996 nach dem 1. Weltkongress in Stockholm als Kampagne beendet war und als ECPAT/Deutschland, als Arbeitsgemeinschaft von 28 Mitgliedsorganisationen fortgeführt wurde, die weiterhin die Branche motivierte, sich zum Schutz der Kinder einzusetzen.“ Der 1. Weltkongress hatte deutlich gemacht, dass die Branche nun selbst aktiv werden muss. In Deutschland und in anderen europäischen Staaten war es besonders die Idee, einen Verhaltenskodex zwischen ECPAT und der Reisebranche zu vereinbaren, die die Branche aktivierte. In diesem Zusammenhang bleibt zu klären „ob das Reagieren auf bestimmte Vorwürfe als „selbst aktiv werden“ bezeichnet werden kann?“, so Heinz Fuchs.

Leonhard Reeb, Geschäftsführer des DRV, erläutert, wie es dazu kam, dass die Tourismusbranche Verantwortung übernahm: „Mitte der 90er Jahre wurde die sexuelle Ausbeutung von Kindern ein Thema für uns ... Letztendlich war es der Wunsch der Politik und der Behörden, dass sich die Reisebranche dem Schutz der Kinder im Tourismus annimmt. Durch die Bestrebungen von ECPAT, der Bundesregierung und der EU war klar, dass die Reisebranche nun handeln muss“. Auch wenn die Branche, vertreten durch den DRV, heute das Problem sehr ernst nimmt und daran arbeiten möchte, scheint es aufgrund der eben zitierten Aussagen so, als ob die Branche nur durch Druck von dritter Stelle mobilisiert werden konnte, Verantwortung zu übernehmen und aktiv zum Schutz von Kindern zu werden.

Maßnahmen
der deutschen
Bundesregierung

Der 1. Weltkongress in Stockholm veranlasste auch die deutsche Bundesregierung Maßnahmen zur Bekämpfung von CSEC zu ergreifen. Im Juli 1997 legte die Bundesregierung ein Arbeitsprogramm gegen Kindesmissbrauch, Kinderpornographie und Sextourismus vor. Damit hat Deutschland als eines der ersten Länder die in Stockholm eingegangenen Verpflichtungen erfüllt. Das Arbeitsprogramm steckte einen nationalen Handlungsrahmen mit Maßnahmen zur Aufklärung und Prävention, zu rechtlichen Fragen, zur internationalen Strafverfolgung und zum Opferschutz ab. In Bezug auf die sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus werden in dem Bericht der Bundesregierung folgende Maßnahmen genannt:

- der Start eines Aktionsplanes gegen Kindesmissbrauch durch Sextouristen gemeinsam mit der Deutschen Arbeitsgemeinschaft gegen Kinderprostitution im Jahre 1998 mit dem Ziel, mögliche Täter am Missbrauch zu hindern. Unter anderem beinhaltet der Aktionsplan Fortbildungen für Mitarbeiter aus den Bereichen Justiz und Tourismus,

- die Sensibilisierung von Reisenden zur Problematik der Kinderprostitution durch Broschüren, Handzettel, Gepäckanhänger, und Informationsfilme, die auf Interkontinentalflügen gezeigt werden,
- die Förderung eines Verhaltenskodexes für die Reisebranche,
- die Intensivierung der Zusammenarbeit mit Zielländern des Sex-tourismus.¹³⁷

Hierzu gilt anzumerken, dass ein Inflight-Spot gegen Kinderprostitution im Tourismus gemeinsam vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und „terre des hommes“ entwickelt wurde. Der Spot sollte auf Flugreisen eingesetzt werden und wurde 1998 nach nur einem halben Jahr von den Fluggesellschaften wieder zurückgezogen.¹³⁸

Der im Arbeitsprogramm angesprochene und geplante Aktionsplan wurde schließlich am 29. Januar 2003 von der Bundesregierung verabschiedet. Jedoch konzentrierte er sich, entgegen der Fachankündigung im Arbeitsprogramm, nicht nur auf Kindesmissbrauch durch Sextouristen, sondern auf sexuelle Ausbeutung von Minderjährigen im allgemeinen. Die Bundesregierung betrachtet zur wirkungsvollen und nachhaltigen Bekämpfung von sexueller Gewalt gegen Kinder eine umfassende Gesamtstrategie als notwendig. Daher bündelt der Aktionsplan die einzelnen Maßnahmen der Bundesregierung zum Schutz von Kindern und bindet sie in ein umfassendes ressortübergreifendes Gesamtkonzept ein. Der „Aktionsplan der Bundesregierung zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sexueller Gewalt und Ausbeutung“ verfolgt vier zentrale Ziele:

- den strafrechtlichen Schutz von Kindern weiter zu entwickeln,
- die Prävention und den Opferschutz zu stärken,
- die internationale Strafverfolgung und Zusammenarbeit sicher zu stellen und
- die Vernetzung der Hilfs- und Beratungsangebote zu fördern.

Der Aktionsplan sieht im Bereich „Prävention und Intervention“ als weitere Maßnahme eine stärkere Sensibilisierung der Tourismuswirtschaft für Kinderprostitution im Tourismus und die Beteiligung weiterer Projektpartner vor, z.B. Flughafenbetreiber, an Präventionsaktionen.¹³⁹ Die Bundesregierung hält es für erforderlich, dass alle Berufsgruppen, die mit sexuellem Missbrauch konfrontiert werden, sich entsprechend fort- und weiterbilden. Daneben sieht die Bundesregierung in der Zusammenarbeit mit dem privaten Sektor, insbesondere mit der Tourismusbranche, einen wichtigen Partner für Aufklärungs- und Sensibilisierungsmaßnahmen. In dem Zusammenhang fördert das BMFSFJ finanziell unter anderem die Umsetzung des Verhaltens-

¹³⁷ vgl. BLUM 2003, S. 28.

¹³⁸ www.bundestag.de

¹³⁹ vgl. BMFSFJ 2003a, S.1.

kodexes der deutschen Reisebranche. Außerdem fördert die Bundesregierung die Herstellung der deutschen Internetseite von „child-hood.com“, die das Kinderhilfswerk „terre des hommes“ entwickelt hat. Es handelt sich dabei um ein Internetangebot mit konkreten Informationen darüber, was Reisende tun können, wenn sie in ihrem Urlaub Hinweisen auf Kindesmissbrauch begegnen. Die Bundesregierung wirkt auch bei der „Task Force“ der WTO zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Tourismus mit.¹⁴⁰

Die von der Bundesregierung getroffenen Maßnahmen und verfolgten Ziele zeigen ähnlich wie die der NROs, die sich mit dem Problem der sexuellen Ausbeutung von Kindern im Tourismus beschäftigen, dass der Tourismusbranche als Partner in der Präventions- und Informationsarbeit eine hohe Verantwortung beigemessen wird.

Gesetzgebung in Deutschland

Das Exterritorialprinzip wird seit 1993 in Deutschland angewendet und gilt als Meilenstein in der Gesetzgebung zur Erleichterung der Strafverfolgung von deutschen Sextouristen im Ausland. Mit dem verabschiedeten Gesetz gegen den sexuellen Missbrauch von Kindern im Ausland macht sich jeder strafbar, der Kinder unter 14 Jahren sexuell missbraucht. Dieses Gesetz greift unabhängig vom Ort der Straftat.¹⁴¹ Im Jahr 1998 wurden im Zuge der Nachbereitung des 1. Weltkongresses 1996 in Stockholm die Strafvorschriften gegen die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern durch das 6. Strafrechtsreformgesetz neu gefasst. Sowohl das Strafmaß wurde deutlich erhöht als auch die strafrechtliche Bewertung verschärft. Besonders hervorzuhebende Neuerung im Rahmen dieser Gesetzesänderung ist die Einstufung schwerer Fälle von sexuellem Kindesmissbrauch als Verbrechen und nicht mehr nur als Vergehen.¹⁴² Außerdem wurde durch die Gesetzesänderung die Strafverfolgung von Deutschen, die Kinder im Ausland missbrauchen, verbessert. Nun können auch Fälle von der deutschen Justiz verfolgt werden, wenn der deutsche Täter seine Lebensgrundlage im Ausland hat.

Auch wenn die Gesetze zur Strafverfolgung von Deutschen, die im Ausland Kinder missbrauchen, erheblich verbessert wurden, klafft zwischen Androhung der Strafverfolgung und Anwendung der Gesetze eine erhebliche Lücke. Seit der Einführung des Exterritorialprinzips im Jahr 1993 bis Anfang 1999 gab es erst rund 50 Verfahren. Es wurden bis 2000 auch nur 14 erstinstanzliche Urteile dokumentiert, die Täter aus Deutschland für schuldig erklärten. Damit der sexuelle Kindesmissbrauch im Ausland strafrechtlich konsequenter verfolgt werden kann, wird wie erwähnt, eine einheitliche Schutzaltersgrenze von 18 Jahren, wie sie die UN-Kinderrechtskonvention vorgibt, für unerlässlich gehalten.¹⁴³ In Deutschland liegt die Schutzaltersgrenze zur Zeit noch bei 14 Jahren und in einigen asiatischen Ländern bei 18 Jahren.

¹⁴⁰ vgl. BMFSFJ 2003b, S. 24.

¹⁴¹ vgl. WUTTKE 1998, S. 173.

¹⁴² vgl. BMFSFJ 2003b, S. 8.

¹⁴³ www.weltkindergipfel.de

Zur Zeit wird in Deutschland über ein Gesetzesentwurf der SPD und Bündnis 90/Die Grünen diskutiert. Der „Entwurf eines Gesetzes zur Änderung der Vorschriften über die Straftaten gegen die sexuelle Selbstbestimmung und zur Änderung anderer Vorschriften“ sieht vor allem schärfere Strafbestimmungen gegen sexuellen Missbrauch und eine Erweiterung der Möglichkeit zur DNA-Analyse vor. In Bezug auf Kinderhandel wird eine Anhebung des Schutzalters von 14 auf 18 Jahre gefordert.¹⁴⁴ Bislang konnte keine Einigung über die Einführung der Gesetzesänderung erzielt werden. Eine gesetzliche Anhebung der Schutzaltersgrenze auf 18 Jahre in Fällen der kommerziellen sexuellen Ausbeutung von Kindern, Kinderhandel ausgeschlossen, ist gegenwärtig nicht in Aussicht.

¹⁴⁴ vgl. BLUM 2003, S. 41ff.

Der Verhaltenskodex für die Mitglieder des Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verbandes (DRV)

In dem folgenden Kapitel wird die Umsetzung des Verhaltenskodexes der deutschen Reisebranche zum Schutz von Kindern vor kommerzieller sexueller Ausbeutung im Tourismus untersucht. Zunächst soll aber der theoretische Hintergrund und die Bedeutung von Verhaltenskodizes geklärt werden.

Die soziale
Verantwortung
der Unternehmen

Seit Beginn der 70er Jahre wird in Deutschland eine aus den USA stammende Management-Philosophie diskutiert, die als Idee von der „Gesellschaftlichen Verantwortung der Unternehmensführung“¹⁴⁵ (folgend CSR = Corporate Social Responsibility genannt) Eingang in die politische und wissenschaftliche Diskussion gefunden hat. Die Idee beruht auf den Erfahrungen amerikanischer Top-Manager. Sie erkannten, dass ihre Stellung in der Wirtschafts- und Sozialordnung von einem für sie günstigen sozialen Klima abhängt. Zu dessen Entwicklung und Erhalt mussten Aktivitäten entfaltet werden, die erheblich über die bisherigen rein erwerbswirtschaftlichen Bemühungen hinausgingen. Hieraus resultierte öffentliche Kritik an einer Unternehmensführung, die nur eine erwerbswirtschaftliche Gewinnmaximierung zum Ziel hat. Als Reaktion auf diese Kritik entschlossen sich viele Unternehmen, ihrer sozialen Verantwortung mehr Beachtung zu schenken. Die Forderungen der Kritiker basierten auf dem Standpunkt, dass die Wirtschaft eine moralische Verpflichtung hat, soziale Probleme einer Gesellschaft einzudämmen und zu eliminieren. Dabei waren sich die Kritiker einig, dass sich die Wirtschaftswelt bislang gar nicht oder in unangemessener Weise den sozialen Problemen angenommen hat.¹⁴⁶ Der öffentliche Druck führte zu einem allmählichen Wertewandel in den Unternehmen, so dass seit Mitte der 1990er Jahre das CSR-Konzept zunehmend an Bedeutung gewonnen hat. Es bietet Unternehmen eine Grundlage, um auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Tätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Interessengruppen zu integrieren. Nicht nur Unternehmen, sondern auch Politiker und andere Interessengruppen nutzen das CSR-Konzept um auf folgende neue Anforderungen und Möglichkeiten zu reagieren:

- Die Globalisierung eröffnet den Unternehmen neue Möglichkeiten, wie beispielsweise die Ausweitung der Unternehmenstätigkeit in den Entwicklungsländern. Dies erfordert von den Unternehmen eine komplexere Organisationsstruktur und bringt neue Verantwortlichkeiten mit sich.
- Image und Ruf eines Unternehmens spielen eine immer wichtigere Rolle im Wettbewerb. NROs und Verbraucher verlangen zunehmend Informationen, unter welchen Bedingungen Produkte und Dienstleistungen erstellt werden. Sie neigen dazu, durch ihr Verhalten Unternehmen zu belohnen, die sozial und ökologisch verantwortlich handeln.

¹⁴⁵ vgl. BÖHM 1979, S. 10.

¹⁴⁶ vgl. ANDERSON 1989, S. 6.

- Als Folge dieses Verhaltens fordern auch die finanziellen Stakeholder (Aktionäre) Informationen, die über die herkömmliche Finanzberichterstattung hinausgehen. Sie haben erkannt, dass die Erfolgsaussichten eines Unternehmens vom Image in der Öffentlichkeit beeinflusst wird.¹⁴⁷

Es gibt unterschiedliche Definitionen und Ansätze für ein CSR-Konzept, auf die im Rahmen dieser Arbeit nicht eingegangen werden kann. Nur die wesentlichen Grundzüge sollen im Folgenden erklärt werden:

- Die Unternehmen praktizieren CSR auf freiwilliger Basis. Die Aktivitäten gehen über gesetzliche Regelungen hinaus. Die Unternehmen tun dies, weil es ihrem eigenen langfristigen Interesse dient. Denn laut Befragungen sehen die Konsumenten „ethischen Konsum“ als zunehmend wichtiges Thema an. Über die Hälfte der Deutschen würden Produkte bevorzugen, welche – bei gleichem Preis und gleicher Qualität – von Unternehmen kommen, die gesellschaftlich verantwortungsvoll agieren.¹⁴⁸
- Da das CSR-Konzept eng mit dem der nachhaltigen Entwicklung verknüpft ist, müssen sich die Unternehmen der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Tätigkeit bewusst sein. Daher ist es nutzlos, wenn CSR nur dem Kerngeschäft von Unternehmen aufgepfropft wird. Um den ganzen Wirkungsbereich des Unternehmensmanagements zu beeinflussen, muss CSR daher in der Unternehmensphilosophie verankert sein.¹⁴⁹
- Um nachvollziehen zu können, welche Initiativen und Aktivitäten die Unternehmen im Rahmen der CSR tatsächlich realisieren, müssen die hervorgebrachten Unternehmensinitiativen transparent und vergleichbar sein. Dies hilft den Unternehmen, ihre Praktiken zu optimieren und versetzt sie selbst sowie Dritte in die Lage, die erzielten Ergebnisse zu bewerten.

Daher bedienen sich Unternehmen zur praktischen Umsetzung von CSR unterschiedlicher Instrumentarien, mit denen sie öffentlich ihre gesellschaftliche Verantwortung mehr oder weniger konkretisieren.¹⁵⁰ Ein Instrument ist hierbei die Anwendung von Verhaltenskodizes. Die Bedeutung dieses Instruments wird in dem folgenden Kapitel erklärt.

Die Bedeutung von Verhaltenskodizes

Verhaltenskodizes können als Stimuli (Verbreitung) und Resultate (Dokumentation) einer praktischen Realisierung der Idee einer gesellschaftlichen Verantwortung der Unternehmensführung verstanden werden, die auf einem formalisierten Bekenntnis zu der Idee basiert. Sie dienen zum einen als Richtschnur für im Unternehmen zu treffende gesellschaftsbezogene Führungs-

¹⁴⁷ vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION 2002, S. 8.

¹⁴⁸ IMUG 2003, S. 5.

¹⁴⁹ vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION 2002, S. 9.

¹⁵⁰ vgl. BÖHM 1979, S. 70.

entscheidungen und zum anderen als ex-post-Kontrolle dieser Entscheidungen. Sie sind als Versuch zu verstehen, CSR zu operationalisieren bzw. die gesellschaftlich verantwortlichen Aktivitäten des Unternehmens intern und extern transparenter zu machen. Des Weiteren sollen sie gleichzeitig eine Unterscheidung derjenigen Unternehmen, die CSR praktizieren, von jenen ermöglichen, die CSR ablehnen oder dem zumindest gleichgültig gegenüberstehen.¹⁵¹ In der praktischen Anwendung von Verhaltenskodizes müssen folgende Schlüsselemente beachtet werden:

- Verhaltenskodizes sollen in die Unternehmenspolitik eingebettet sein.
- Verhaltenskodizes beruhen auf der hundertprozentigen Unterstützung der Unternehmensführung.
- Verhaltenskodizes müssen klar und detailliert formuliert werden, damit ein konkretes Handeln gewährleistet werden kann.
- Um die Einhaltung der Kodizes sicherzustellen, müssen Sanktionsmaßnahmen im Falle der Verletzung von Vereinbarungen angewandt werden. Beispielsweise sollte bei einer Verletzung eines Kodexes, der durch Mitglieder von Wirtschaftsverbänden akzeptiert wurde, der Ausschluss des verletzenden Mitglieds gefordert werden.
- Informationen zu den Inhalten eines Verhaltenskodexes, Ausbildungsmaßnahmen für das gesamte Personal und aktive Diskussionen innerhalb des Unternehmens müssen dauerhaft angeboten werden, da Verhaltenskodizes an den alltäglichen Arbeitsplätzen umgesetzt werden.
- Informationen über die Kriterien des Kodexes müssen den Zulieferern aus allen Zulieferketten zur Verfügung gestellt werden.
- Einige der Verhaltenskodizes, die von Unternehmen selbst erstellt wurden, sind kritisiert worden, weil sie vage und deshalb schwierig zu überwachen sind. Um die Glaubwürdigkeit des Verhaltenskodexes zu erhöhen, bedarf es eines funktionellen internen und externen – und für alle Beteiligten verlässlichen – Berichtsverfahrens- und Evaluierungssystems. Außerdem müssen angenommene Verhaltenskodizes laufend auf ihre Entsprechung hinsichtlich der veränderten gesellschaftlichen Verhältnisse überprüft werden. Sie müssen entsprechend verändert, verbessert und angepasst werden.
- Angemessenes Marketing ist angebracht, damit die Kunden einen hinreichenden Eindruck von der Firmenpolitik bekommen.¹⁵²

Werden die oben genannten Kriterien bei der Umsetzung von Verhaltenskodizes eingehalten, können sie wichtige Instrumente zur Förderung der grundlegenden Menschenrechte, Arbeitsrechte und Umweltrechte sowie der

¹⁵¹ vgl. BÖHM 1979, S. 70.

¹⁵² vgl. www.respect.at und vgl. BÖHM 1979, S. 72.

Korruptionsbekämpfung sein. Insbesondere in Ländern, in denen die staatlichen Stellen keine Mindeststandards vorgeben, können Verhaltenskodizes eine Chance zur Einführung von ethischen Normen sein. Diese Kodizes ersetzen jedoch keine nationalen, gemeinschaftlichen und internationalen Rechtsvorschriften und Tarifvereinbarungen, sie ergänzen sie lediglich auf freiwilliger Basis.¹⁵³

CSR-Konzepte in Unternehmen, die praktisch unter anderem durch Verhaltenskodizes umgesetzt werden können, sollen Unternehmen helfen durch sozial- und umweltverantwortliches Handeln wirtschaftlich wettbewerbsfähig zu bleiben. Kunden und andere Interessengruppen legen seit den 1990er Jahren gesteigerten Wert auf ethische Verhaltensnormen. Unternehmen, die sich dem verweigern, müssen durch einen Imageverlust in der Öffentlichkeit auch wirtschaftliche Einbußen befürchten. Daher sollten Unternehmen, die CSR-Konzepte praktizieren, ihr Handeln transparent für die Öffentlichkeit darstellen. So können alle wirtschaftlichen Akteure zwischen Unternehmen unterscheiden, die CSR praktizieren und denen, die es nicht tun. Dies soll innerhalb der Wirtschaftswelt zu einem Wettbewerbsdruck führen, so dass CSR-praktizierende Unternehmen gegenüber den anderen Unternehmen einen langfristigen wirtschaftlichen Vorteil erlangen.

Entstehung und
Beweggründe für die
Einführung des
Verhaltenskodexes

Seit dem 1. Weltkongress in Stockholm hat ein Umdenken in der Tourismusbranche stattgefunden. So hat eine Vielzahl von internationalen Tourismusverbänden Erklärungen gegen CST unterzeichnet. Allen Erklärungen ist jedoch eine gravierende Schwachstelle gemein: die Entwicklung und Umsetzung konkreter Maßnahmen standen dabei nicht im Mittelpunkt, wodurch oftmals die konkreten Maßnahmen hinter den Erklärungen zurückblieben.¹⁵⁴ Durch die konstruktive Kritik vieler Akteure im Kampf gegen die Kinderprostitution im Tourismus wurde die Tourismusbranche aufgefordert, konkrete Maßnahmen zu ergreifen. Der öffentliche Sektor und Verbände unterstützten die Zusammenarbeit von NROs und Tourismusbranche. Internationale Verbände und Organisationen, wie die WTO oder die UFTAA, arbeiteten zunehmend an der Sensibilisierung der Branche, konkrete Maßnahmen zu übernehmen. Auch die Europäische Kommission forderte konkrete Maßnahmen der Reisebranche zur Bekämpfung von CST.¹⁵⁵

Auf Initiative von ECPAT/Schweden wurde 1998, in Zusammenarbeit mit der WTO, ein Verhaltenskodex zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Tourismus ausgearbeitet. Dieser Verhaltenskodex enthält sechs Kriterien, die ECPAT/Schweden in Zusammenarbeit mit skandinavischen Reiseveranstaltern entwickelt hat. Damit haben die Reiseveranstalter ein wirksames Instrument, das ihnen hilft, konkrete Maßnahmen innerhalb ihres

¹⁵³ vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION 2002, S. 18.

¹⁵⁴ vgl. DEUTSCHER BUNDESTAG 2002b, S. 7-12.

¹⁵⁵ www.thecode.org

Unternehmens gegen CST zu ergreifen.¹⁵⁶ Nach schwedischem Vorbild kam es daraufhin zur Vereinbarung von Verhaltenskodizes zwischen mehreren europäischen ECPAT-Gruppen und der Reisebranche. ECPAT/Deutschland und respect/Österreich schlossen sich beide im Jahr 2000 dem Projekt an. Die ECPAT-Gruppen aus Italien, den Niederlanden und Großbritannien folgten 2001.¹⁵⁷

Der Verhaltenskodex basiert auf der UN-Menschenrechtserklärung und der UN-Kinderschutzkonvention mit besonderer Berücksichtigung von Artikel 34. Reiseveranstalter, die im Sinne einer Selbstverpflichtung den Verhaltenskodex angenommen haben, können damit klar zum Ausdruck bringen, dass sie nicht mit der Kindersexindustrie in Verbindung zu bringen sind, und dass sie aktiv das Problem bekämpfen möchten. Die Reisenden wiederum haben die Möglichkeit, den Kampf gegen CST zu unterstützen, indem sie mit einem Reiseveranstalter verreisen, der den Verhaltenskodex umgesetzt hat. Außerdem gibt der Verhaltenskodex klare Handlungsanweisungen für die Mitarbeiter von Unternehmen, wie sie konkret CST bekämpfen können. Auch die Reisenden werden angeleitet, was sie tun sollten, falls sie im Urlaub Zeuge des Verbrechens werden.

Unternehmen, die ethische Aspekte in ihrer Firmenphilosophie verankern, schaffen sich intern wie extern einen guten Ruf. Der Kodex zielt darauf ab, sich von Reiseveranstaltern zu distanzieren, die diese Verbrechen an Kindern fördern oder dulden. Durch die Umsetzung des Verhaltenskodexes können Unternehmen ihr soziales Handeln intern wie extern kommunizieren, was ihnen auch Wettbewerbsvorteile auf dem Reisemarkt bringen kann.¹⁵⁸

Der Verhaltenskodex ist eine Initiative von ECPAT/International, das Sekretariat befindet sich bei der WTO. Die Europäische Kommission finanziert das Projekt. Ein unabhängiges Steering-Komitee wurde im Jahr 2000 eingerichtet, das sich aus internationalen unterschiedlichen Interessengruppen zusammensetzt und die Umsetzung des Verhaltenskodexes auf internationaler Ebene unterstützt und kontrolliert.¹⁵⁹ Der Verhaltenskodex ist so ausgerichtet, dass er als Grundlage für eine nachhaltige, konstruktive und zielgerichtete Arbeitsweise dient.¹⁶⁰

Die Anforderungen des Verhaltenskodexes

Entgegen dem schwedischen Vorbild wurde der Verhaltenskodex in Deutschland nicht zwischen ECPAT/Deutschland und einzelnen Reiseveranstaltern vereinbart, sondern zwischen ECPAT/Deutschland und dem Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV). Der DRV zählt 5114 Mitglieder, die über 75 Prozent des jährlichen Branchenumsatzes im Inland erwirtschaften. An der Entwicklung und Formulierung des Verhaltens-

¹⁵⁶ vgl. RESPECT 1/2002, S. 2.

¹⁵⁷ www.ecpat.net

¹⁵⁸ vgl. RESPECT 1/2002, S. 2.

¹⁵⁹ www.thecode.org

¹⁶⁰ vgl. RESPECT 1/2002, S. 2.

kodexes haben folgende Mitgliedsunternehmen des DRV mitgearbeitet: TUI Hannover, LTU Düsseldorf, C&N Oberursel, ITS Köln und Studiosus München.¹⁶¹ Gefördert wird dieses Projekt durch die Europäische Kommission und durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Mit der Vereinbarung des Verhaltenskodexes im Januar 2001 verpflichten sich alle Mitglieder des DRV, aktiv und nachhaltig für die Kinderrechte einzutreten. In der Selbstverpflichtungserklärung werden die Aufgaben der einzelnen Akteure geregelt. Die Mitglieder verpflichten sich zur Umsetzung des Verhaltenskodexes. Der DRV fördert die Vereinbarungen und unterstützt sie im Rahmen seiner europäischen Verbandsmitgliedschaften im internationalen Kampf gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern. Weiter heißt es in der Erklärung, dass die Mitgliedsunternehmen des DRV den Verhaltenskodex als Konkretisierung und qualitative Weiterentwicklung zum weltweiten Schutz von Kindern verstehen.¹⁶² Konkret umfasst der Verhaltenskodex 7 Kriterien:

1. Erstellung eines Aufklärungsfaltblattes durch den DRV in Zusammenarbeit mit ECPAT zum Schutz der Kinder vor sexueller kommerzieller Ausbeutung.
2. Information und Sensibilisierung von Mitarbeitern im Herkunftsland und im Zielland anhand der vom DRV in Zusammenarbeit mit ECPAT erstellten Broschüre.
3. Weitestmögliche Aufnahme von Klauseln in Verträge mit Hotels, Incoming-Agenturen und anderen Leistungsträgern oder sonstige geeignete Maßnahmen, die eine gemeinsame Ablehnung der sexuellen Ausbeutung von Kindern deutlich machen.
4. Information und Sensibilisierung der Kunden beispielsweise durch Verteilung eines Aufklärungsfaltblattes durch die Mitgliedsunternehmen des DRV im Herkunftsland oder durch Reiseveranstalter im Zielland.
5. Aufnahme der Thematik in Schulungen für Mitarbeiter, Expedienten und vor Ort tätige Reiseleiter.
6. Berücksichtigung des Verhaltenskodexes bei der Festlegung von Unternehmensgrundsätzen.
7. Jährlicher Bericht über durchgeführte Maßnahmen bezüglich des Verhaltenskodexes.¹⁶³

Für die NROs, die seit Jahren versuchen, mit der Tourismusbranche zusammen zu arbeiten, gilt der Kodex als wegweisend, da er über bisherige Erklärungen hinaus geht und erstmals konkrete Maßnahmen zur Umsetzung umfasst.¹⁶⁴

¹⁶¹ www.driv.de

¹⁶² www.driv.de

¹⁶³ www.driv.de

¹⁶⁴ www.ecpat.de

Die Umsetzung des Verhaltenskodexes durch die deutsche Reisebranche

Die im Rahmen dieser Studie befragten Reiseveranstalter waren für den DRV bei der Entwicklung des Kodexes beteiligt und haben sich bereit erklärt, über die von ihnen ergriffenen Maßnahmen zur Umsetzung des Verhaltenskodexes zu berichten. Aufgrund der unterschiedlichen Struktur und Größe der einzelnen Unternehmen sowie der unterschiedlichen Umsetzungsschritte können die Maßnahmen nicht miteinander verglichen werden. Ein Vergleich wäre weder zulässig noch aussagekräftig. Der Verhaltenskodex stellt klare Anforderungen, aber es bleibt den Veranstaltern überlassen, wie sie an die Implementierung des Verhaltenskodexes herangehen. Anhand einer Reisekataloganalyse und einer Reisendenbefragung soll beschrieben werden, wie die einzelnen befragten Veranstalter, abhängig von den Voraussetzungen ihrer Unternehmen, ihrer Selbstverpflichtung nachgekommen sind und wo noch Handlungsbedarf besteht.

Erstellung eines Aufklärungsfaltblattes

Die erste Forderung lautet: „Erstellung eines Aufklärungsfaltblattes durch den DRV in Zusammenarbeit mit ECPAT zum Schutz der Kinder vor sexueller kommerzieller Ausbeutung.“

In einer gemeinsamen Aktion von ECPAT, DRV und der Polizeilichen Kriminalprävention der Länder und des Bundes wurde das Faltblatt „Kleine Seelen, Große Gefahr...“ gegen den sexuellen Missbrauch von Kindern in Urlaubsländern erstellt (siehe Abbildung 1). Zum einen soll das Faltblatt Urlauber für das Problem sensibilisieren, zum anderen sollen sie als Partner in der Bekämpfung des Problems gewonnen werden. Die Urlauber werden in dem Faltblatt dazu aufgerufen, Zivilcourage zu praktizieren. Sie finden in dem Faltblatt konkrete Tipps und Handlungsempfehlungen, wie sie sich verhalten sollten, wenn sie Zeuge einer solchen Straftat werden.¹⁶⁵ Es soll jedoch kein Denunziantentum unter Reisenden gefördert werden. Vielmehr soll eine freiwillige Zusammenarbeit mit dem Verband, den Reiseleitern, der örtlichen Touristenpolizei und der jeweiligen deutschen Vertretung in den Zielgebieten entstehen. In dem Faltblatt wird auch auf das Exterritorialprinzip hingewiesen sowie auf die verschärfte Gesetzgebung.

In einer Presseerklärung von DRV, ECPAT/Deutschland sowie der Polizeilichen Kriminalprävention der Länder und des Bundes vom 2. November 2001 erklären die drei Akteure der Kampagne, dass dieses Faltblatt ab Beginn der Wintersaison 2001/2002 durch die deutsche Reisebranche an Kunden verteilt wird. Zusammen mit den Reiseunterlagen erhalten die Kunden das Faltblatt von ihrem Reiseveranstalter oder Reisebüro.¹⁶⁶

Inwiefern das Faltblatt entsprechend der oben genannten Presseerklärung an die Kunden verteilt wird, wird an anderer Stelle erläutert.

¹⁶⁵ www.polizei.propk.de

¹⁶⁶ www.driv.de



Abbildung 1: Aufklärungsfaltblatt „Kleine Seelen, Große Gefahr...“
Quelle: Download als pdf-Datei unter: www.ecpat.de – 21.11.2003.

Information und Sensibilisierung von Mitarbeitern

Die zweite Anforderung lautet: „Information und Sensibilisierung von Mitarbeitern im Herkunftsland und im Zielland anhand der vom DRV in Zusammenarbeit mit ECPAT erstellten Broschüre.“

Mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Kommission und des BMFSFJ haben ECPAT/Deutschland und der DRV 2000 eine Informationsbroschüre „Aktiv zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung – Schulungsmaterialien für die Reisebranche“ herausgebracht. Die Reisebranche hat sich dazu verpflichtet, ihre Mitarbeiter anhand der Broschüre für das Problem CST zu sensibilisieren und zu informieren. Dies kann auf diversen Wegen geschehen. Der Reiseveranstalter Studiosus hat das Falblatt „Kleine Seelen, Große Gefahr“ an alle seine 260 Mitarbeiter verteilt und in dem vierteljährlich erscheinenden Newsletter, mit entsprechenden Informationen zu der Aktion, an die Mitarbeiter integriert. Alle Reiseleiter haben das Falblatt und die Schulungsbroschüre erhalten, so Dietsch von Studiosus. Auch die LTU-Touristik, die zur REWE-Handelsgruppe gehört, versorgt alle ihre Reiseleiter in den jeweiligen Destinationen mit der Broschüre. Allerdings bekommen nur jene Mitarbeiter eine Broschüre, die sie anfordern. Außerdem kann man sich die Broschüre im Intranet des Unternehmens ansehen. Via E-Mail wurden alle Mitarbeiter über das Problem informiert, erklärt Müseler von LTU-Touristik. Die TUI AG informiert ihre Mitarbeiter zu diesem Thema über eine Informationsplattform im Intranet, auf der alle relevanten Broschüren bereitstehen.¹⁶⁷ Die Thomas Cook AG informiert in allen Neu- und Weiterbildungsseminaren weltweit alle Reiseleiter und Führungskräfte im Außendienst über Aktionen und klärt sie über den Hintergrund auf.¹⁶⁸

¹⁶⁷ vgl. schriftliche Mitteilung Murer, 13.10.2003.

¹⁶⁸ vgl. schriftliche Mitteilung Swerissen, 24.10.2003.

Nur Studiosus hat seinen Mitarbeitern auf direktem Weg das Faltblatt zukommen lassen. Die TUI AG und LTU-Touristik machen ihre Mitarbeiter im Intranet auf das Problem aufmerksam, wobei die LTU-Touristik zusätzlich ihre Mitarbeiter durch E-mails auf der Intranetseite zu der Problematik aufmerksam macht.

Die von ECPAT und dem DRV erstellte Schulungsbroschüre kommt bei den Mitarbeitern im Herkunftsland kaum zum Einsatz. Die TUI AG, Studiosus und die LTU-Touristik nutzen die Schulungsbroschüre lediglich, um ihre Reiseleiter aufzuklären. Die Reiseleiter haben direkten Kontakt mit den Touristen in der Destination. Daher ist es sehr wichtig, dass gerade sie aufgeklärt sind. Aber auch die Mitarbeiter in den Reisebüros haben diesen direkten Kundenkontakt und sollten unbedingt aufgeklärt sein, wie sie mit Kunden zu verfahren haben, die eindeutig oder auch zweideutig nach entsprechenden Angeboten fragen.

Aufnahme von Klauseln in Verträge mit Hotels

Die dritte Anforderung lautet: „Weitestmögliche Aufnahme von Klauseln in Verträge mit Hotels, Incoming-Agenturen und anderen Leistungsträgern, oder sonstige geeignete Maßnahmen, die eine gemeinsame Ablehnung der sexuellen Ausbeutung von Kindern deutlich machen.“

Eine Untersuchung der Groupe Développement für ECPAT/International hat ergeben, dass der kommerzielle sexuelle Missbrauch von Kindern durch Touristen zu 93,3% in Hotels stattfindet.¹⁶⁹ Demnach kommt der Umsetzung dieser Anforderung eine besondere Bedeutung in der Bekämpfung von CST zu. Auch bei diesem Punkt gibt es Unterschiede in der Umsetzung der Anforderung, eine Klausel in die Hotelverträge aufzunehmen, die garantiert, dass Kinderprostitution in dem Vertragshotel nicht geduldet wird. Folgende Reiseveranstalter haben diese Klausel in die Verträge mit ihren Vertragshotels aufgenommen: TUI AG für die Destinationen Thailand, Sri Lanka, Kenia, Kuba und der Dominikanischen Republik, Thomas Cook AG für die Destinationen Thailand, Sri Lanka, Kenia, Kuba und der Dominikanischen Republik. Studiosus hat die Klausel in speziellen Ländern in Südostasien, Südamerika und in Osteuropa aufgenommen. Die LTU-Touristik hat die Klausel zum Schutz von Kindern in alle Hotelverträge mit aufgenommen. „...alle Verträge in allen Ländern haben die Klausel, wir machen da keine Ausnahme ob Bangkok oder Mallorca. Abgesehen davon stand auch schon vorher in unseren Verträgen, dass bei krimineller Handlung der Vertrag sofort gekündigt wird“, so Müseler von LTU-Touristik. Die drei anderen befragten Reiseunternehmen beschränken sich bei der Aufnahme der Klausel auf ihre Vertragshotels in selbstdefinierten „Risikoländern“ für Kinderprostitution. Aber auch in anderen Ländern, mit denen die drei Unternehmen Verträge mit Hotels haben, ist das Problem CST sehr akut. Die TUI AG hat unter anderem Vertragshotels in Brasilien, Kambodscha, Vietnam, Südafrika und

¹⁶⁹ vgl. GROUPE DÉVELOPPEMENT 2001, S. 60.

Myanmar.¹⁷⁰ Ebenso hat Thomas Cook Verträge mit Hotels in Brasilien, Bulgarien, Indien, Kenia, Südafrika und Vietnam.¹⁷¹ Die eben genannten Länder gehören ebenso zu „Risikoländern“ für CST wie die klassischen CST-Länder, in denen die TUI AG und Thomas Cook schon die Vertragsklausel von Hoteliers unterzeichnen ließen.

Information und Sensibilisierung der Kunden

Die vierte Anforderung lautet: „Information und Sensibilisierung der Kunden beispielsweise durch Verteilung eines Aufklärungsfaltblattes durch die Mitgliedsunternehmen des DRV im Herkunftsland oder durch Reiseveranstalter im Zielland.“

Die Mitgliedsunternehmen verpflichten sich, ihre Kunden über das Problem zu informieren und sie dafür zu sensibilisieren. Dies kann zum Beispiel anhand des bereits erwähnten Falblattes geschehen. Das Falblatt kann bei Buchung der Reise im Reisebüro dem Kunden überreicht oder mit den Reiseunterlagen dem Kunden zugesandt werden. Das Falblatt kann auch erst im Zielland durch den Reiseveranstalter dem Kunden gegeben werden oder/und in den Infomappen der Reiseveranstalter, die in den Vertraghotels ausliegen, integriert sein. Die Reiseveranstalter haben auch die Möglichkeit, in ihren Reisekatalogen entsprechende Hinweise zu geben, dass sie sich von solchen Verbrechen klar distanzieren und sich aktiv für den Schutz von Kindern einsetzen. Außerdem können sie solche Hinweise auch über ihre Internetseiten kommunizieren. Inwieweit die Reisebranche Hinweise zum Schutz von Kindern in ihren Reisekatalogen geben, folgt an anderer Stelle dieser Studie. Der Verhaltenskodex selbst trifft dazu konkret keine Aussage. In dem 1. jährlichen Bericht des DRV über durchgeführte Maßnahmen der Reisebranche bezüglich des Verhaltenskodexes wird lediglich angegeben, dass die Falblätter zum Einsatz kommen. Dort heißt es: „Die Falblätter werden von den Unternehmen weit gestreut“¹⁷² und dass neben den oben genannten Möglichkeiten der Falblattdistribution, Hinweise sogar teilweise über haus-eigene Radiosendungen gegeben werden, über welche die großen Veranstalter in den Zielgebieten verfügen.

In dem Zusammenhang wurde der Frage nachgegangen, wie und wo die Falblätter bei den befragten Unternehmen zum Einsatz kommen. Dabei wurde ersichtlich, dass nur Studiosus jeden Kunden mit einem Falblatt versorgt. Die Kunden bekommen vor Antritt der Reise das Falblatt und ein Begleitschreiben mit einem Buchversand zugesandt, berichtet Dietsch von Studiosus. Bei den drei anderen Reiseveranstaltern, welche in Bezug auf Marktanteile die drei größten in Deutschland sind, kommt das Falblatt nur in Risikodestinationen wie Thailand, Sri Lanka, Kenia, Kuba und der Dominikanischen Republik zum Einsatz. Das Problem wird durch den Reiseleiter bei der Begrüßung der Kunden vor Ort angesprochen. Die Aktion wird kurz

¹⁷⁰ www.tui.de unter „Hotels weltweit“.

¹⁷¹ www2.thomascook.de

¹⁷² DRV 2003, S. 2.

dargestellt und anschließend das Faltblatt angeboten. Außerdem ist das Faltblatt in die Infomappen der Reiseveranstalter integriert, die in den Vertragshotels im Reiseleiterbereich ausliegen. Dietsch von Studiosus kritisiert diese Vorgehensweise der großen Reiseveranstalter: „Die großen Reiseveranstalter geben das Faltblatt aber nicht direkt an ihre Gäste, daher haben die auch nur 12.000 Stück bestellt, sondern sie geben es an ihre Reiseleiter, und die tun es in eine Mappe, die im Hotel ausliegt. Es wird also nicht offensiv angeboten, so wie wir es tun, indem wir es den Kunden zusenden, sondern es wird eigentlich nur versteckt angeboten, falls ein Kunde mal auf die Idee käme, den Reiseleiter zu fragen, ob er denn auch darüber Unterlagen hätte. Was natürlich niemand tut. Aber auf eine solche Frage hin würde der Reiseleiter das Faltblatt an den Kunden überbringen. Die Möglichkeit ist also da, nur der Kunde weiß nichts davon und fragt daher auch nicht gezielt danach. Das ist das große Problem. Es liegt also bei den Großen, die das Thema nicht offensiv nach außen tragen wollen. Aus welchen Gründen auch immer!“

Müseler (LTU-Touristik) bezieht Stellung zu diesem Vorwurf und verteidigt die Art der Distribution der Faltblätter durch die großen Reiseveranstalter: „Ich halte nichts von blindem Streuen von Infomaterial, das ist für mich kein Indikator für Bewusstseinsöffnung. Ich halte es für besser, das Problem anzusprechen bei einer passenden Gelegenheit und die Broschüre an Interessierte anzubieten.“ Müseler erklärt auch, dass es bei der großen Anzahl von Kunden (etwa 7 Millionen pro Jahr) aus finanziellen und technischen Gründen nicht möglich ist, jedem Kunden vor Antritt der Reise eine Broschüre zuzusenden. Daraus resultiert, dass wenige Kunden im Vorfeld der Reise über das Problem informiert werden. Doch auch von Seiten der Bundestagsabgeordneten wird dies ausdrücklich gewünscht. Dazu wäre es wichtig, auch die Reisebüros in die Umsetzung des Verhaltenskodexes einzubeziehen, da auch sie zum großen Teil Mitglieder des DRV sind und vielfältige Kundenkontakte haben. Der DRV wurde auf die mangelnde Beteiligung der Reisebüros an der Umsetzung hingewiesen und versprach, sich dieser Angelegenheit anzunehmen: „Dies wurde unter anderem auf einem Treffen des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages im Juni 2002 deutlich. Von den Abgeordneten in Reisebüros ihres Heimatwahlkreises durchgeführte Umfragen haben gezeigt, dass dort das Faltblatt nur sehr wenig bekannt ist und in der Praxis kaum genutzt wird. Der DRV wird verstärkt auf diese Möglichkeiten hinweisen und seine Mitglieder auffordern, sich an dieser Kampagne zu beteiligen.“¹⁷³

Fazit zur Verteilungsfrage des Faltblattes: Man kann zustimmen, dass blindes Streuen von Informationsmaterial kein Indikator für Bewusstseinsöffnung ist. Der Weg der großen Reiseveranstalter, das Problem in einer geeigneten Situation anzusprechen, gilt es durchaus als positiv zu bewerten. Zu kritisieren ist allerdings, dass die Faltblätter nur an Interessierte ausgeteilt werden.

¹⁷³ DRV 2003, S. 4.

Schulungen für Mitarbeiter

Die fünfte Anforderung lautet: „Aufnahme der Thematik in Schulungen für Mitarbeiter, Expedienten und vor Ort tätige Reiseleiter.“

Wie sollte ein Reiseleiter reagieren, wenn er beobachtet, dass einer seiner Kunden sich während der Reise einem einheimischen Kind sexuell nähert? Was sollte ein Reiseleiter antworten, wenn ein Kunde fragt, wo man Sex mit sehr jungen Mädchen oder Jungen haben könnte? Wie sollten die Einkäufer der Reiseveranstalter, die für die Verträge mit den Hotels zuständig sind, den Hoteliers verständlich machen, dass sie eine neue Klausel zum Schutz von Kindern im Vertrag unterzeichnen müssen?

Um diesem Thema im beruflichen Alltag gerecht zu werden, sind besondere Maßnahmen erforderlich. Daher müssten Angestellten, die beruflich mit dem Problem CSEC konfrontiert werden könnten, Handlungsanweisungen gegeben werden. Die Reisebranche hat sich dazu verpflichtet, ihre Mitarbeiter zu schulen, wie sie mit dem Problem umgehen sollten. Wie wichtig eine solche Maßnahme ist, zeigt die Erfahrung, die Studiosus mit seinen Mitarbeitern bei der Sensibilisierungsarbeit gemacht hat. Dietsch: „Wir haben unsere Einkäufer anhand der ECPAT-Schulungsmaterialien informiert. Die Einkäufer sind zuständig für die Verträge mit den Hotels. Wir merkten dann aber, dass unsere Einkäufer mit der Information und dem Passus nicht viel anfangen konnten, denn sie bekamen heftigste Gegenwehr seitens der Hoteliers. Die Hoteliers brausten sofort auf und sagten: „Was soll dieser Passus, das unterschreiben wir auf gar keinen Fall, das passiert bei uns einfach nicht!“. Die Hoteliers haben abgelehnt, dass man ihnen durch unseren Paragraphen unterstellt, sie ließen so etwas zu. Die Klausel haben sie abgelehnt. Diese ablehnende Haltung hat sich dann auf unsere Einkäufer übertragen, die das Ganze dann auch nicht mehr unterstützen wollten, da sie vor Ort Probleme bekamen.“

Nicht nur für die Verkäufer, sondern auch für die Reiseleiter gestaltete sich der Umgang mit der Problematik schwierig, so Dietsch weiter: „Wir haben auch bei den Reiseleitern die Schwierigkeit bemerkt, dass sie die Grundhaltung hatten, dieses Problem berühre sie nicht, weil sie nichts damit zu tun haben. Daraufhin habe ich mein Referat unterbrochen und ihnen erklärt, auf was sie achten sollen, und dass dies in unseren Gruppen nicht passiere, müsse ich aus eigener Erfahrung als Reiseleiter widerlegen. Daraufhin gab ein Reiseleiter zu, dass auch er schon mal von einem Gast darauf angesprochen wurde. Ich habe die Reiseleiter aufgefordert, diese Erlebnisse auszusprechen und nicht als Tabuthema zu behandeln.“ Die Grundhaltung der Mitarbeiter im Umgang mit dem Problem hat Studiosus dazu bewogen, alle Verkäufer und alle Reiseleiter der Gebiete Südostasien, Südamerika und Indien zu schulen. Es wurden bisher drei Schulungen im eigenen Haus durchgeführt. Die Schulungen sollen jährlich wiederholt und ab nächstem Jahr auch die Reiseleiter der osteuropäischen Länder geschult werden. Auch die anderen befragten Reiseveranstalter wurden sich ihrer Verantwortung zunehmend

bewusst und haben Mitarbeiter informiert und geschult. Die einzelnen Veranstalter schulen ihre Mitarbeiter mit unterschiedlichen Methoden. Im Bereich Weiterbildung bei der TUI AG wird dieses Thema zurzeit in Seminaren mit rechtlichem Inhalt vorgestellt (Schwerpunkt „Recht“), die TUI Reiseleiterorganisation behandelt das Thema in ihren Schulungen für neu-eingestellte Reiseleiter – immer unter Zuhilfenahme der Broschüre „Aktiv zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung“. Bei der Thomas Cook AG werden bei allen Neu- und Weiterbildungsseminaren weltweit alle Reiseleiter und Führungskräfte im Außendienst wiederholt über die Aktion „So helfen Sie mit, Kinder in Urlaubsländern vor sexuellem Missbrauch zu schützen“ informiert und aufgeklärt. Aus organisatorischen Gründen können bei der LTU-Touristik GmbH keine Schulungen angeboten werden, weil nicht alle Reiseleiter an einen Ort sein können. Aber an einem Workshop zu dem Thema in diesem Jahr in Bangkok nahmen die Chefreiseleiter und die Destinationsmanager teil. Sie wiederum geben die erhaltenen Informationen weiter an ihre Mitarbeiter. Beim Chefreiseleiter-Meeting soll der Verhaltenskodex angesprochen werden. Bei Studiosus wurden seit 2001 jährlich Schulungen durchgeführt. Alle Verkäufer und die Reiseleiter bestimmter Regionen wurden geschult. Die Schulungen sollen jährlich fortgesetzt werden.

Alle befragten Reiseunternehmen haben ihre Reiseleiter geschult oder zumindest informiert und aufgeklärt. Dies ist ein erfreulicher Schritt in der Umsetzung des Verhaltenskodexes. Die Reiseleiter haben mit Sicherheit die effektivsten Möglichkeiten, Gruppenreisende in Richtung eines umwelt- und sozialverträglichen Verhaltens im Ferienland zu beeinflussen. Laut einer Untersuchung nehmen die Reiseleiter bei den Reisegruppenmitgliedern einen sehr hohen, oftmals unterschätzten, Stellenwert ein.¹⁷⁴

Jedoch wurden, wie oben angegeben, fast nur die Reiseleiter geschult, und auch nur die für bestimmte Regionen. Der DRV hat selbst erkannt, dass die Schulungsaktivitäten noch ausgeweitet werden müssen. Geplant war ein Projekt, spezielle Schulungsmaßnahmen zu dem Thema durchzuführen, auch von externen Leistungsanbietern, da einige Unternehmen dies nicht selbst durchführen können. Das Projekt ist gescheitert, jedoch ist der DRV bemüht, in Zukunft dieses Projekt wieder aufzunehmen. Der DRV äußert auch den Gedanken, dass die Thematik in die Ausbildung der Mitarbeiter der Reisebüros und Reiseveranstalter mit aufgenommen werden sollte.¹⁷⁵

Keines der befragten Unternehmen hat die Angestellten der Reisebüros geschult. Das liegt daran, dass die Reisebranche die Reisebüros nicht in die Verpflichtung des Verhaltenskodexes mit einbezogen hatte. Deutlich wurde dies bei einer Anhörung im Deutschen Bundestag im Sommer 2002, als Reeb (DRV) sich über die Verantwortung der Reisebüros gegenüber dem Ver-

¹⁷⁴ vgl. MEZZASALMA 1994, S. 126.

¹⁷⁵ DRV 2003, S. 4.

haltenskodex äußerte. „Bezüglich des Verhaltenskodexes muss man klar sehen, dass die Hauptzielrichtung dieses Kodexes nicht das Reisebüro, sondern der Reiseveranstalter ist.“¹⁷⁶ Die Reisebüromitarbeiter haben einen direkten Kontakt mit den Kunden und könnten präventiv tätig werden und informieren. Es wäre dringend erforderlich, die Schulungsmaßnahmen auszuweiten und allen Mitarbeitern der Reisebranche die Möglichkeit zu geben, an einer solchen Schulung teilzunehmen.

Unternehmens- grundsätze

Die sechste Anforderung lautet: „Berücksichtigung des Verhaltenskodexes bei der Festlegung von Unternehmensgrundsätzen.“

Die Frage, ob der Verhaltenskodex bei der Festlegung von Unternehmensgrundsätzen berücksichtigt worden ist, wurde von der TUI AG und der Thomas Cook AG nicht beantwortet. Studiosus hat ein Unternehmensleitbild, das auch auf das Thema der sozialen Verantwortung und auf die Kooperation mit ECPAT eingeht. Dietsch (Studiosus) betrachtet das Unternehmensleitbild als „Bibel für die Mitarbeiter“, daher sei es wichtig, auch die soziale Verantwortung darin zu verankern. Die LTU-Touristik hat keine niedergeschriebenen Unternehmensgrundsätze, daher konnte sie auch den Verhaltenskodex darin nicht berücksichtigen. Müseler (LTU-Touristik) sieht dies auch nicht als wichtig an: „Meiner Meinung nach bringt ein solches Schriftstück nicht viel, ich wüsste nicht, was das bei unserem Unternehmen ändern sollte, wir setzen dieses Selbstverständnis bei unseren Mitarbeitern voraus. So etwas bringt doch nur etwas bei einem Unternehmen, das streng nach Unternehmensleitsätzen agiert.“

Auch der DRV sieht Probleme bei der Umsetzung dieser Anforderung: „Die kurzfristige Umsetzung dieses Punktes des Kodexes ist nicht ohne Weiteres machbar. Ein derartiger Prozess erfordert eine gewisse Zeit. Von daher werden die Veranstalter nicht unbedingt in der Lage sein, ihre internen Unternehmensgrundsätze kurzfristig zu ändern.“¹⁷⁷ Ein Mitglied des Deutschen Bundestages bewertete diesen Zustand als unhaltbar und forderte eine Erklärung, warum die Verankerung der Rechte von Kindern in der Unternehmensphilosophie so schwierig sein sollte. Die Sachlage sei mindestens seit dem 1. Weltkongress 1996 in Stockholm bekannt, seitdem hätte man doch schon handeln können. „Warum gehen Sie das Problem so kompliziert an? Es gibt deutschlandweit doch nur einige wenige Verantwortliche, die sich der enormen Verantwortung bewusst werden müssen.“¹⁷⁸ Reeb (DRV) erklärte, dass das Thema in den Köpfen der Verantwortlichen sehr wohl verwurzelt sei. „Der Problematik ist man sich dort bewusst und man reagiert darauf. Nur ist es formal nicht ganz einfach, diese Dinge zu ändern.“¹⁷⁹

¹⁷⁶ Reeb. In: DEUTSCHER BUNDESTAG 2002a, S. 44.

¹⁷⁷ DRV 2003, S. 5.

¹⁷⁸ Gradistanac. In: DEUTSCHER BUNDESTAG 2002a, S. 39.

¹⁷⁹ Reeb. In: DEUTSCHER BUNDESTAG 2002a, S. 40.

Jährlicher Bericht

Der DRV gibt sich bemüht, seine Mitglieder darauf anzusprechen, diese Anforderung wahrzunehmen. Aber auch nach 2 Jahren scheint diesbezüglich wenig geschehen zu sein, auch wenn solche Prozesse angeblich Zeit brauchen.

Gegenwärtig werden diverse Überwachungsverfahren für die Implementierung von Verhaltenskodizes angewandt. Ein Instrument stellt das Berichtswesen über durchgeführte Maßnahmen dar. Ein Berichtswesen dient der öffentlichen Außendarstellung der Situation der Anwendung eines Kodexes, wie auch dem Dialog der Mitarbeiter in Stamm- und Tochterunternehmen zur Identifizierung und Bewältigung von Problemen.¹⁸⁰

In Bezug auf den Verhaltenskodex der Reisebranche wird das Berichtswesen angewandt, um die Transparenz, Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit der Anwendung des Kodexes zu sichern. Außerdem soll die Kooperation zwischen den Kodex anwendenden Tourismusunternehmen und den externen Stakeholdern gefördert werden. Dementsprechend soll ein Berichtswesen helfen:

- Erfahrungen unter den Kodex anwendenden Unternehmen auszutauschen,
- durch die Arbeit und Erfahrungen dieser Unternehmen in der Prävention von Kindesmissbrauch im Tourismus ein Know-How zu entwickeln für die Anwendung in den Destinationen,
- den Informationsaustausch zu fördern und für bereits gewonnene und potenzielle Partner in der Tourismusbranche Vorbilder zu schaffen,
- ein jährliches Monitoring und eine Evaluierung der Projektfortschritte und -resultate zu ermöglichen,
- bestehende Schwierigkeiten zu ermitteln und zu reduzieren und
- Verbesserungsmöglichkeiten auszuarbeiten.¹⁸¹

Der erste jährliche Bericht des DRV zur Implementierung des Verhaltenskodexes wurde im Februar 2003 im Rahmen der ITB vorgestellt. In dem Bericht werden die durchgeführten Maßnahmen der Branche aufgeführt, jedoch wird auf quantitative Aussagen absichtlich verzichtet: „Wir haben hier bewusst nur die Sachverhalte als solche angesprochen, jedoch keine Quantifizierung bei verschiedenen Aspekten, was durchaus denkbar gewesen wäre, eingebaut.“¹⁸²

In der Theorie basieren Berichtswesen über Aktivitäten in der Regel auf Mitarbeiterbefragungen. Dabei können verschiedene Befragungs- und

¹⁸⁰ vgl. KÖPKE/RÖHR 2003, S. 62.

¹⁸¹ www.thecode.org

¹⁸² DRV 2003, S. 5.

Auswertungsstandards verwendet werden.¹⁸³ Aus dem Bericht geht nicht hervor, welche Befragungs- und Auswertungsstandards verwendet wurden. Es bleibt fraglich, inwieweit und in welchem Ausmaß die einzelnen Anforderungen des Kodexes durch die Branche umgesetzt wurden. Anhand dieses Berichtes ist es nicht möglich, ein jährliches Monitoring und eine Evaluierung der Projektfortschritte und -resultate zu ermöglichen. Auch werden die Aktivitäten der Reisebranche gesammelt dargestellt und nicht die Aktivitäten der einzelnen Mitglieder. Dies wäre wichtig, um den Erfahrungsaustausch zwischen den Mitgliedern zu fördern. Auf diese Weise lassen sich auch keine Vorbilder unter den Mitgliedern ermitteln, an denen sich die einzelnen Unternehmen der Branche bei der weiteren Umsetzung orientieren könnten. Positiv ist, dass bestehende Schwierigkeiten aufgeführt wurden und über Verbesserungsmöglichkeiten nachgedacht wird.

Warum wurde auf quantitative Aussagen in dem Bericht verzichtet? Der DRV hatte in Zusammenarbeit mit einigen Mitgliedern zur Erfassung der durchgeführten Maßnahmen seiner Mitglieder einen Fragebogen entwickelt. Dietsch (Studiosus) war verantwortlich für die Formulierung des Fragebogens: „Ich habe ihn so formuliert wie es unserer Firmenphilosophie entspräche, und zwar quantitativ. Der wurde von den großen Mitgliedsunternehmen des DRV sofort abgeschmettert, die keine quantitative Bewertung wollten. Zum Beispiel kam die Aussage, es würde doch ausreichen, wenn man sagt, dass man auch Schulungen gemacht hat. Uns reicht das nicht, dem DRV wohl schon. Ein jährlicher Report wird doch deshalb gemacht, um von Jahr zu Jahr Verbesserungsmöglichkeiten festzustellen, d.h. man muss doch irgendwelche measurements einfügen, um einschätzen zu können, was im kommenden Jahr besser werden muss. Also muss man den Fragebogen doch quantitativ gestalten.“ Müseler (LTU-Touristik) dagegen misst quantitativen Aussagen keine qualitative Bedeutung bei: „Es geht nicht darum, dass einzelne Unternehmen ihre Maßnahmen darstellen, sondern über die Branche allgemein soll durch den DRV vermittelt und gesammelt werden. Nur weil keine quantitativen Aussagen gemacht werden, heißt das noch lange nicht, dass nichts getan wird. Der Verhaltenskodex ist verbindlich, wir haben uns dazu selbst verpflichtet... Die Unternehmen, die nichts unternehmen, werden auch vom DRV angesprochen und auch gerügt.“

Wie erfährt der DRV von seinen Mitgliedern über die ergriffenen Maßnahmen? Dazu Müseler weiter: „Wir haben eine Arbeitsgemeinschaft ECPAT beim DRV, in der wir Erfahrungen und Empfehlungen austauschen (...) Jeder berichtet in der Arbeitsgemeinschaft ECPAT über seine Aktionen. Der DRV sammelt die Informationen und berichtet dann darüber. Herr Reeb vom DRV bekommt die Aktionen und die ergriffenen Maßnahmen im Gespräch mitgeteilt. Ich mag kein „reporting format“, sondern ich denke, die Gespräche sind viel wichtiger.“ Festzuhalten bleibt, dass durch eine solche Berichterstattung nur die Erfahrungen einiger weniger Mitglieder des DRV gesammelt werden

¹⁸³ vgl. KÖPKE/ RÖHR 2003, S. 62.

und nicht die Maßnahmen aller Mitglieder des DRV berücksichtigt werden können. Der DRV sieht sich außer Stande, ein Monitoring oder Controlling bezüglich der ergriffenen Maßnahmen seiner Mitglieder einzuführen: „Ich verlasse mich da auf die Rückmeldungen der Mitglieder. Wenn TUI sagt, wir machen auf unserer Web Site auf das Problem aufmerksam, kann ich das einfach auf der Web Site von TUI kontrollieren. Darüber hinaus gibt es keine Kontrolle und kein Monitoring. Dies wäre zu aufwendig. Wie sollte das von statten gehen?“, fragt Reeb vom DRV. Fuchs (ECPAT) zeigt sich enttäuscht über den ersten Bericht des DRV, ist jedoch zuversichtlich, dass der nächste Bericht gehaltvoller wird: „Das Positive ist, dass der Bericht überhaupt gegeben wurde, und dass der DRV sich verpflichtet hat, über die Umsetzung zu berichten. Wir sind uns einig, es wurde auch mit dem DRV so besprochen, dass der Bericht substantiell sehr schwach war, dass er in Zukunft besser werden muss, dass er differenzierter sein muss und in quantitativer und qualitativer Hinsicht aussagekräftiger werden muss. Das ist etwas, was auch zunehmend in der Reisebranche deutlich wird, dass in Bezug auf die sozialen Fragestellungen mehr Transparenz notwendig ist, denn die Kunden wollen dieses wissen. Und darüber kann man nicht mit relativ oberflächlichen Berichten ohne Weiteres hinweggehen.“

Der DRV ist mit dem Bericht seiner Selbstverpflichtung nachgekommen. Allerdings nicht in dem Maße, wie es wünschenswert wäre. Es war der erste Bericht des DRV und aus dem Gespräch mit Fuchs (ECPAT) ist zu entnehmen, dass der DRV in Zukunft den Bericht gehaltvoller gestalten will.

Analyse der Reisekataloge

In diesem Kapitel wird analysiert, auf welche Art und Weise in aktuellen Reisekatalogen die Kinderprostitution in Urlaubszielgebieten problematisiert und Reiseinteressenten dafür sensibilisiert werden. Hierbei sollen folgende Fragen beantwortet werden:

- Gibt es Hinweise auf den Verhaltenskodex oder auf die Zusammenarbeit mit ECPAT?
- Werden die getroffenen Vereinbarungen zur Bekämpfung der kommerziellen sexuellen Ausbeutung von Kindern benannt?
- Zeigen die Veranstalter Verantwortung, bekennen sie sich zum Verhaltenskodex und stellen sie ihr konkretes Engagement vor?
- Weisen die Veranstalter auf das Exterritorialgesetz hin?
- Werden die Hinweise für den Kunden deutlich ins Blickfeld gerückt?
- Unterscheidet sich die Darstellung des Engagements im Umweltschutz von dem des sozialen Engagements?

Untersucht wurden die Reisekataloge für Fernreisen der drei marktführenden Unternehmen (TUI-Gruppe, Thomas Cook AG und der REWE-Konzern). Darüber hinaus wurden in der Kategorie „Sonstige“ kleinere

Veranstalter wie Studiosus, Marco Polo-Reisen, FTI und Öger Tours näher betrachtet. Für die Recherche wurden Reisekataloge für die Urlaubsdestinationen in Südostasien, insbesondere für Thailand, verwendet.

TUI-Gruppe

World of TUI: Im Asien-Katalog der World of TUI (November 03 – April 04) finden sich missverständliche Beschreibungen von Unterkünften ausgerechnet von Hotelanlagen in der bekanntesten Destination für Sextouristen: Pattaya/Thailand. So wird bei verschiedenen Hotelanlagen beispielsweise das „legere“ Ambiente hervorgehoben. Was sollen Beschreibungen wie „Lebhafte Hotelanlage“, „Legeres, beliebtes Bungalowhotel ... mit vielen Stammgästen“ oder „Diese kleine private Hotelanlage bietet sich an für einen legeren Badeurlaub“ zu bedeuten haben? Darüber hinaus wird auch den Touristen, die eventuell nicht aus sexuellen Motiven nach Pattaya reisen, die für sie richtige Hotelanlage empfohlen: „Für Paare geeignet, die gern ruhiger wohnen und trotzdem in der Nähe des lebhaften Zentrums sein möchten.“¹⁸⁴

Auch wenn Formulierungen wie „für Familien mit Kindern nicht geeignet“, nach massiven Protesten Anfang der 90er Jahre, fast vollständig verschwunden sind, könnten die oben aufgeführten Formulierungen auch falsch interpretiert werden. Potentielle Sextouristen könnten dies als Hinweis auf die für ihre Bedürfnisse geeignete Unterkunft verstehen.

Im Katalog findet sich kein Hinweis auf Initiativen gegen Kinderprostitution. In der Preis- und Informationsbeilage steht auf Seite 5 dann gut sichtbar aufgeführt ein Hinweis auf die Kooperation mit ECPAT und die Ziele von ECPAT, die TUI unterstützt. Außerdem wird das Exterritorialgesetz angesprochen und auf das Faltblatt „Kleine Seelen, Große Gefahr“ hingewiesen, mit dem die Kunden aufgerufen werden, beim Kinderschutz zu helfen. Es wird auch auf die Internetseite der TUI hingewiesen, wo weiterführende Informationen zu dem Thema zu finden sind. Auf das eigene Engagement wird im Katalog nicht hingewiesen, auch nicht darauf, dass Kinderprostitution in den Hotelanlagen nicht geduldet wird. Im Reisekatalog selbst gibt es keinen Hinweis auf das soziale Engagement der TUI, dafür wird ihr Engagement im Umweltschutz ausführlich aufgeführt. Der Kunde wird detailliert über das Engagement der TUI für bessere Umweltbedingungen in den Destinationen aufgeklärt. Hierzu zählen umweltschonende Maßnahmen in den touristischen Einrichtungen ebenso wie die Zertifizierung nach dem Umweltmanagementsystem ISO 14001.

Es ist auffällig, wie sehr die TUI den Umweltschutz propagiert. Im Vergleich dazu wird die soziale Verantwortung nur am Rande angesprochen. Das Thema „Kinderprostitution“ wird in dieser Ausgabe zum ersten Mal problematisiert, in der Sommerausgabe (Mai – Oktober 03) wurde das Problem noch nicht angesprochen. Auch wenn die Umsetzung des Verhaltenskodexes

¹⁸⁴ TUI, S. 108-109.

eine gewisse Zeit in Anspruch nimmt, hat die TUI 2,5 Jahre gebraucht, um einen Hinweis zum Problem in ihre Reisekataloge aufzunehmen.

Dr. Tigges: In diesem Reisekatalog (Januar – Dezember 2004) werden Studienreisen angeboten, unter anderem in asiatische Länder, wie Thailand, Sri Lanka und Kambodscha. Zu Kultur, Sitten und Gebräuchen der Länder werden ausführliche Hinweise gegeben. Weder unter „Das offene Wort des Reise-ABC’s“ noch unter den „Serviceinformationen“ wird die Kinderprostitution problematisiert.

Gebeco: Im Reisekatalog von Gebeco (Juli – April 03/04) werden Studien-, Erlebnis- und Städtereisen angeboten. Auf den letzten Seiten finden sich die „Serviceinformationen“, wo unter „Verantwortung auf Reisen“ geschrieben steht, dass Gebeco den Kampf des DRV gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern unterstützt. Eigene Initiativen zum Kinderschutz, die Kooperation mit ECPAT, der Verhaltenskodex unter Berücksichtigung der Hotelklausel werden nicht angesprochen.

Thomas Cook AG

Thomas Cook: Im Reisekatalog für Fernreisen (Winter 03/04) wird Thailand auf 45 Seiten als Urlaubsparadies angeboten. Missverständliche Hotelbeschreibungen sind hier nicht zu finden. Im Katalog selbst wird weder das soziale Engagement in Bezug auf den Kinderschutz noch sonstiges Engagement im Sozial- oder Umweltbereich angesprochen. In der Beilage findet sich unter „Wissenswertes zu Thailand“, deutlich farblich abgegrenzt, „Ein offenes Wort“ zur Kinderprostitution. Deutlich wird darauf aufmerksam gemacht, dass es sich dabei um ein Verbrechen handelt, welches auch in Deutschland strafrechtlich verfolgt wird. Weitere Informationen, der Verhaltenskodex oder gar Handlungsanweisungen für Touristen sind nicht aufgeführt. Das Thema Kinderprostitution wird nur im Zusammenhang mit Thailand problematisiert, obwohl auch andere im Reisekatalog aufgeführte Destinationen von dem Problem betroffen sind.

Neckermann: Die Ausgaben des Neckermann Reisekatalogs für Fernreisen (Winter 02/03 und Sommer 03) und Neckermann Preisknüller (Winter 03/04) sprechen das Thema Kinderprostitution direkt auf den ersten Seiten an. In einem gesonderten Artikel findet „Unsere Initiative gegen Kinderprostitution“ explizit Beachtung. Das „weltweite Verbot“ und die „seelischen und körperlichen“ Folgen für die Kinder werden klar und deutlich angesprochen. Der „Zwang zur Prostitution“ aufgrund der „bitteren Armut“ oder durch die „Skrupellosigkeit einiger Geschäftemacher“ wird unmissverständlich zum Ausdruck gebracht.¹⁸⁵ Darüber hinaus wird auf die Verpflichtung der Neckermann-Vertragshotels hingewiesen, Kinderprostitution in ihren Anlagen nicht zu dulden. Der vereinbarte Verhaltenskodex wird nicht ausdrücklich erwähnt. Auch in den folgenden Länderinformationen deutet nichts auf ein konkretes

¹⁸⁵ beispielweise Neckermann, Sommer 03, S. 4.

Engagement hin. Genau wie im TUI-Reisekatalog finden sich im Neckermann-Reisekatalog missverständliche Beschreibungen von Hotelanlagen in Pattaya/Thailand, wie „legere Hotelanlage mit ungezwungener Urlaubsatmosphäre“.¹⁸⁶ Nur der aktuellste Neckermann Preisknüller-Katalog vermeidet solche Unterkunftsbeschreibungen.

REWE-Konzern

DERTOUR: Im Reisekatalog für die Destination Asien/China (Winter 03/04) werden die Unterkünfte für Thailand auf 49 Seiten vorgestellt. Ein Hinweis auf die Bekämpfung der Kinderprostitution ist auf diesen Seiten nicht zu finden. Auf den letzten Seiten unter „Wissenswertes von A-Z“ wird die Kinderprostitution klar und deutlich als schlimmste Schattenseite des Tourismus angesprochen, auch wird darauf hingewiesen, dass sich ECPAT, der DRV und die DERTOUR-Vertragshotels aktiv für den Schutz von Kindern vor sexuellem Missbrauch einsetzen. In welcher Art und Weise sie sich einsetzen, wird nicht ausgeführt. Besonderes Engagement für Umweltbelange ist nicht erkennbar. Es wird lediglich darauf aufmerksam gemacht, dass keine Souvenirs aus Pflanzen- oder Tierprodukten gekauft werden sollten.

Meier's Weltreisen: Der Asien-Reisekatalog (Winter 03/04) bietet auf 98 Seiten Reisekombinationen in und um Thailand. In den Informationen zu Thailand werden das Thema Kinderprostitution und das Exterritorialgesetz kurz angeschnitten. Für ausführlichere Informationen zum eigenen Engagement in dieser Sache wird auf den Service-Infoteil verwiesen. Im abschließenden allgemeinen „Service-Infoteil“ ist ein umfangreiches Kapitel unter der Überschrift „Meier's Weltreisen Engagement“ ausschließlich dem Thema „Unser Einsatz zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung“ gewidmet. Die Kinderprostitution wird als das „schlimmste Verbrechen“ erklärt und zu den Schattenseiten des Tourismus in fernen Ländern gezählt. „Die Nachfrage schafft Angebot und die Gewinne sind gigantisch. Den Preis zahlen die Kinder, seelisch und körperlich.“¹⁸⁷ Meier's Weltreisen spricht konkret und ohne Verharmlosung das Problem an, erklärt das Exterritorialprinzip und will, zusammen mit ECPAT und dem DRV, aktiv einen Beitrag zum Schutz von Kindern leisten. Dies geschieht unter anderem dadurch, dass die Vertragshotels angehalten werden, keine Kinderprostitution zu dulden. Im letzten Satz bittet der Veranstalter seine Kunden, Maßnahmen für die Rechte von Kindern zu unterstützen. Was das Unternehmen konkret unternimmt, geht nicht hervor. Ebenso wird nicht deutlich, wie die Reisenden dazu beitragen können, Kinder in den Urlaubsländern vor kommerziellem sexuellem Missbrauch zu schützen.

Auch dieser Veranstalter nutzt Beschreibungen für Hotelanlagen in Pattaya/Thailand, die doppeldeutig sind oder von Sextouristen missverstanden werden könnten. Der Veranstalter will wahrscheinlich sicher gehen, dass

¹⁸⁶ beispielweise Neckermann, Sommer 03, S. 241-242.

¹⁸⁷ Meier's Weltreisen, S. 279.

„...Gäste, die eine lockere Atmosphäre bevorzugen...“¹⁸⁸, sich nicht in das „...sehr beliebte Familienhotel“¹⁸⁹ verirren.

TJAEREBORG: Der Veranstalter wirbt in seinem aktuellen Reisekatalog (Winter 03/04) mit „Viel Urlaub für wenig Geld“. Direkt auf Seite 6 bekennt sich der Veranstalter zu seinem Engagement im Umweltschutz in Urlaubsdestinationen. Die Kunden werden aufgefordert „besondere Beobachtungen oder ihre Meinung zum Thema Umwelt“ im Urlaub per E-Mail dem Umwelt-Team mitzuteilen, das sich für einen „zukunftsfähigen, umwelt- und sozialverträglichen Tourismus“ einsetzt.¹⁹⁰ Das Thema Kinderprostitution wird hier nicht angesprochen, sondern findet erst auf den letzten Seiten, unter den Informationen zu Thailand, Beachtung. Unter der Überschrift „Kinderprostitution unter Strafe“ stehen drei Sätze zum Exterritorialgesetz. Es gibt keine Hinweise auf das eigene Engagement zum Schutz von Kindern oder auf weiterführende Informationen.

Jahn-Reisen: Wie im TJAEREBORG-Reisekatalog wird mit dem gleichen Text auf den ersten Seiten des Reisekatalogs für Fernreisen (Winter 03/04) der Umweltschutz in Urlaubsdestinationen angesprochen. Die Kinderprostitution wird im Katalog selbst nicht problematisiert, dafür ist in der Preis- und Informationsbeilage unter „Wichtige Hinweise“ ein Kapitel dem Problem gewidmet. Die Kinderprostitution wird als das „schlimmste Verbrechen“ bezeichnet. Der Leser wird über das Exterritorialgesetz und den Verhaltenskodex aufgeklärt. Der Veranstalter benennt sein eigenes Engagement zum Schutz von Kindern gemäß der Vereinbarung mit dem DRV und ECPAT: Die Vertragshotels werden angehalten, keine Kinderprostitution zu dulden und der Veranstalter selbst informiert Mitarbeiter, Vertragspartner und Gäste über die Problematik und die eigene Position in der Angelegenheit. Der Leser wird aufgefordert, dieses Engagement zum Schutz von Kindern zu unterstützen und nicht „wegzuschauen“. Eine E-Mail-Adresse ist angegeben, an die sich der interessierte Leser wenden kann. Genaue Handlungsanweisungen, außer „...schauen Sie nicht weg“¹⁹¹, werden dem Leser nicht genannt. Dafür werden aber wertvolle Umwelt-Tipps mit genauen Handlungsempfehlungen gegeben. Bei den Länderinformationen zu Thailand und Sri Lanka wird noch einmal darauf aufmerksam gemacht, dass Kinderprostitution strafbar ist.

In Bezug auf die Unterkunftsbeschreibungen in Thailand gibt dieser Veranstalter wohl die eindeutigsten Hinweise für Sextouristen. Pattaya wird als „Vergnügungsmetropole“ Thailands gepriesen und die Unterkünfte sind mit Hinweisen versehen, wie „Bestens geeignet für unternehmungslustige Gäste jeden Alters. Lage: Zentral, am Anfang der „Amüsiermeile“ von

188 Meier's Weltreisen, S. 119.

189 Meier's Weltreisen, S. 116.

190 TJAEREBORG, S. 6.

191 Jahn-Reisen, Preisbeilage, S. 14.

Pattaya¹⁹². Man könnte annehmen, dass sich hinter Amüsiermeile, in Anführungszeichen geschrieben, wohl der Hinweis auf Bordelle und Sexclubs versteckt. Auch neue Unterkünfte werden in doppeldeutigen Formulierungen angeboten, wie „Eine neue Adresse für legeren Urlaub in bester Strandlage“¹⁹³. Die Insel „Koh Samui“ soll wohl von Sextouristen auch nicht verschont bleiben. Die Beschreibungen der Unterkünfte sind, ähnlich denen von Pattaya, für Insider eindeutig.

ITS Reisen: Genau wie bei den beiden zuvor benannten Veranstaltern, findet der Umweltschutz im ITS-Reisekatalog für Fernreisen (Winter 03/04) auf den ersten Seiten Beachtung. In der Informations- und Preisbeilage wird auf der ersten Seite die Zusammenarbeit mit der Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development (TOI) hervorgehoben, die das Ziel hat, die natürliche und soziale Umwelt sowie das kulturelle Erbe zu schützen. Das Thema Kinderprostitution wird an dieser Stelle nicht erwähnt, sondern taucht bei den Informationen zu Thailand auf. Mit zwei Sätzen wird das Exterritorialgesetz erklärt. Es finden sich im Katalog keine weiteren Hinweise. Wie der zuvor beschriebene Veranstalter nutzt ITS ebenfalls missverständliche Hotelbeschreibungen.

Sonstige Veranstalter

In dem Reisekatalog von FTI (Asien, Winter 03/04), Öger Tours (Fernreisen, Winter 03/04) und Marco Polo-Reisen (Fernreisen, 04/05) wird das Problem Kinderprostitution an keiner Stelle angesprochen. Studiosus beschreibt in dem Reisekatalog 2004/2005 unter der Rubrik „Wir übernehmen Verantwortung“ auf zwei Seiten detailliert ihr Umweltmanagement. In diesem Zusammenhang wird mit einem Satz die Kooperation von Studiosus und ECPAT erwähnt. Weitere Ausführungen zum Inhalt dieser Kooperation sind nicht aufgeführt, auch gibt es keine Erläuterungen zum eigenen Engagement des Veranstalters zum Kinderschutz.

Fazit

Während in den Reisekatalogen der kleineren Veranstalter der Verhaltenskodex oder das Problem Kinderprostitution kaum Beachtung findet, wird die Kinderprostitution bei den großen Reiseveranstaltern in den Reisekatalogen thematisiert. Das Problem oder die Kooperation mit ECPAT wird dort zwar angesprochen, aber fast keiner der Veranstalter stellt sein eigenes konkretes Engagement vor. Die Reiseveranstalter machen, wenn überhaupt, nur allgemein auf das Problem aufmerksam und beziehen Stellung, dass sie den Kinderschutz unterstützen. Einige Veranstalter verweisen auf einzelne Aspekte, wie das Exterritorialgesetz, die Hotelklausel, die Kooperation mit ECPAT oder den Verhaltenskodex, aber kaum ein Veranstalter bezieht alle Aspekte in seine Darstellung mit ein. Geschweige denn werden Kunden zum konkreten Handeln angeregt oder ihnen Handlungsstrategien mit auf den Weg gegeben. Es wird nicht vermittelt, wie sich Kunden verhalten oder an wen sie sich, im Falle eines Verdachts, wenden sollten.

¹⁹² Jahn-Reisen, S. 160.

¹⁹³ Jahn-Reisen, S. 160.

Das eigene Engagement im Umweltschutz wird in den Reisekatalogen auf den ersten Seiten deutlich ins Blickfeld der Leser gerückt, wohingegen dem Engagement zum Schutz von Kindern gegen sexuellen Missbrauch meist erst auf den letzten Seiten oder in der Beilage Beachtung geschenkt wird. Es ist auffällig, dass die Veranstalter ihre Umweltschutzmaßnahmen wesentlich transparenter darstellen als ihren Einsatz zum Schutz von Kindern. Aktivitäten im Umweltschutz werden stolz präsentiert, Kinderschutzmaßnahmen dagegen stehen im „Kleingedruckten“. Die Veranstalter haben weniger Hemmungen die Gäste zu motivieren, sich bei Umweltschutzmaßnahmen zu beteiligen, als bei Kinderschutzmaßnahmen. TUI ruft die Gäste auf, Wasser und Energie zu sparen und Neckermann fordert sogar die Gäste auf, den Sondermüll zu sammeln und zum Entsorgen wieder mit nach Deutschland zu nehmen. Außer dass die Urlauber nicht „wegschauen“ sollen vor Verbrechen an Kindern, werden ihnen keine konkreten Handlungsstrategien mit auf die Reise gegeben.

In den Reisekatalogen gibt es keine Anzeichen auf die Förderung von Kinderprostitutionstourismus. Da die Kinderprostitution aber eine Folgeerscheinung des Sextourismus ist, sollten die Reiseveranstalter auf Informationen und Hinweise verzichten, die den Sextourismus unterstützen könnten. Der Reisebranche wurde schon Mitte der 90er vorgeworfen, in ihren Reisekatalogen mit Attributen, wie „für unternehmungslustige Urlauber“, „das lebhafteste Pattaya“ oder „Nightlife für wirklich jeden Geschmack“ versteckt Werbung für Sextourismus zu machen. Dieser Vorwurf wurde von der Branche abgelehnt, denn für das Verhalten der Kunden könnten die Veranstalter keine Verantwortung übernehmen. Eine Untersuchung des Bundesfrauenministeriums bestätigte die Einstellung der Reisebranche: Hinweise auf Nachtlokale seien Informationen und keine Werbung.¹⁹⁴

Es ist jedoch unsensibel, in den Reisekatalogen auf die asiatische Hochburg für Prostitutionstourismus und auch Kinderprostitutionstourismus, mit den oben genannten Formulierungen aufmerksam zu machen. Die Gefahr von Doppeldeutigkeiten und Missverständlichkeiten sollte der Branche bekannt sein und gerade daher müsste vorsichtiger und verantwortungsvoller mit Formulierungen umgegangen werden. Die Auswahl der Bilder, auf denen die Bevölkerung fast ausschließlich als zuvorkommendes, unterwürfiges Personal oder als traditionell gekleidete Statisten von Folkloreveranstaltungen gezeigt wird, könnte sexistische und rassistische Denkmuster untermauern. Es stellt sich die Frage, ob die zitierten Beschreibungen der Urlaubsorte und Darstellungen der Bevölkerung nicht dazu beitragen, Bilder in den Köpfen der Reisenden zu erhärten. Diese Denkschablonen bilden den Hintergrund, vor dem Überheblichkeit und Ausbeutung wachsen und die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern aus Sicht der Täter verharmlost und bagatellisiert wird.

¹⁹⁴ vgl. OSSIG 1995, S. 37.

Der Aufklärungsstand deutscher Touristen – eine empirische Untersuchung

Nachdem bereits Reiseveranstalter befragt und Reisekataloge analysiert wurden, werden im Folgenden der Informationsstand und die Einstellung der Reisenden untersucht. Ziel der empirischen Untersuchung ist, den Wissensstand deutscher Reisender zum Thema Kindersextourismus und zum Verhaltenskodex der deutschen Reisebranche zu erfragen. Das Engagement von Reiseveranstaltern zum Schutz der Kinder vor sexueller Gewalt soll von Reisenden beurteilt werden, sowie eine Selbsteinschätzung der Handlungsbereitschaft von Reisenden in diesem Bereich vorgenommen werden.

Die Reisenden wurden insbesondere nach dem 4. Vereinbarungspunkt des Kodexes befragt, der die Branche dazu verpflichtet, ihre Kunden über die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern in Urlaubsdestinationen zu informieren und sie zu sensibilisieren, beispielsweise durch das Verteilen des Aufklärungsfaltblattes, durch die Mitgliedsunternehmen des DRV im Herkunftsland oder durch Reiseveranstalter im Zielland.

Der erste Teil der Befragung bezieht sich auf den Umsetzungsstand des Verhaltenskodexes und inwiefern die Tourismusbranche der Selbstverpflichtung, ihre Kunden zu informieren, nachgekommen ist. Die Ergebnisse der Untersuchung sollen nicht nur als Überprüfung verstanden werden, sondern vielmehr der Reisebranche als Grundlage für weitere Schritte zur Umsetzung des Kodex dienen. Für die Untersuchung wurden folgende Hypothesen entwickelt:

- Das Engagement zum Schutz der Kinder wird von Reisenden als Initiative sehr positiv aufgenommen, wirkt daher positiv imagebildend für die Reisebranche.
- Soziales Engagement kann als Marketinginstrument eingesetzt werden und sich auch wirtschaftlich lohnen, da Touristen ein sozial verantwortlich handelndes Reiseunternehmen vorziehen.

Ort und Art
der Untersuchung

Die Befragung wurde am Flughafen Frankfurt durchgeführt. Zunächst stellte sich die Frage, wo befragt werden sollte: Reisende vor ihrem Abflug im öffentlichen Terminalbereich zu interviewen, könnte auf große Ablehnung stoßen, da sie wegen des bevorstehenden Fluges nervös sind oder unter Zeitdruck stehen. Sie checken ein und werden sich dann zu ihren Abflug-Gates begeben. Reisende, die gerade gelandet sind, werden wahrscheinlich auch keine große Bereitschaft für eine Befragung zeigen, da sie von der Reise womöglich erschöpft sind. Am geeignetsten schien es, die Befragung im Transitbereich, im Warteraum der Abflug-Gates, durchzuführen. Die Reisenden sollten dort befragt werden, da sie sitzen und auf die Aufforderung, ins Flugzeug zu steigen, warten. Dies hat den Vorteil, dass die Reisenden mangels anderer Aktivitäten eher die Bereitschaft zeigen, an einer Befragung teilzunehmen. Zusätzlich kann die Tatsache, dass die Interviewerin Zutritt zu den Gates hat, die Seriosität der Befragung unterstreichen.

Für diese Verfahrensweise war eine Genehmigung der „Fraport AG – Verkehrs- und Terminalmanagement“ notwendig. Aus Sicherheitsgründen konnte eine Genehmigung, im Transitbereich die Befragung durchzuführen, nur für 24 Stunden, am 13.05.2003, gegeben werden. Für die anschließenden drei Tage durfte im öffentlichen Terminalbereich befragt werden. Der Stichprobenumfang wurde auf 220 festgelegt. Daher war von vornherein klar, dass so viele Reisende wie möglich in den Gates befragt werden sollten und nur, falls der Stichprobenumfang nicht an einem Tag erreicht würde, sollte an den weiteren Tagen im öffentlichen Bereich interviewt werden. Obwohl die Reisebranche sich dazu verpflichtete, alle Reisenden unabhängig von ihrem Reisezielland zu informieren, wurden für die Studie vorzugsweise Reisende gewählt, die nach Südostasien, nach Südafrika, in die Karibik oder nach Brasilien flogen. Diese Länder gehören zu den so genannten „Risikodestinationen“ für Kindersextourismus. Um möglichst viele Befragungen in 24 Stunden in den Gates durchführen zu können, wurden im Vorfeld der Erhebung die Flüge und deren Abflugzeiten für die ausgewählten Destinationen systematisch notiert, um rechtzeitig an den jeweiligen Gates zur Befragung bereit zu stehen. Ausgewählt wurden Charterflüge, um Pauschalreisende zu erreichen und Linienflüge, um auch Geschäftsreisende befragen zu können. Befragt werden sollten nur deutsche Reisende, die volljährig sind. Es konnten insgesamt 215 Fragebögen generiert werden.

Fragebogen-
entwicklung
und Durchführung
der Erhebung

Der Fragebogen wurde im Auftrag der Organisation „respect – Institut für integrativen Tourismus und Entwicklung“, Wien, von einem Team von Sozialwissenschaftlern entwickelt und anschließend von der Verfasserin dieser Arbeit für ihre speziellen Zwecke überarbeitet. Der überarbeitete Fragebogen wurde dann wiederum von „respect“ für die gleiche Studie am Flughafen Wien übernommen.

Bei tabuisierten Themen versucht gewöhnlich ein Teil der Befragten, durch Vorenthaltung der Meinung oder Verweigerung die Antwort zu umgehen, sozial unerwünschte Eigenschaften abzustreiten oder ganz einfach unehrliche Antworten zu geben. Das Ausmaß an Meinungslosigkeit oder an Antwortverfälschung hängt vor allem von der vermuteten Vertraulichkeit der Angaben ab.¹⁹⁵ Bei einem heiklen Thema, wie der sexuellen Ausbeutung von Kindern, musste sowohl der Form der Befragung als auch dem Fragebogen selbst diesbezüglich besondere Aufmerksamkeit gewidmet werden. Im Fragebogen wird eingangs darauf aufmerksam gemacht, dass alle Angaben anonym und vertraulich behandelt werden. Außerdem wird im statistischen Teil auf allzu tiefgreifende persönliche Angaben verzichtet. Die Befragten sollen auf keinen Fall das Gefühl haben, sie werden befragt, weil sie den Anschein von potentiellen Tätern erwecken.

Da Personen sich vielleicht beschämt fühlen, wenn sie mündlich und in der Öffentlichkeit auf die sexuelle Ausbeutung von Kindern angesprochen

¹⁹⁵ vgl. SCHNELL et al. 1992, S. 364.

werden, wurde eine schriftliche Befragung gewählt. Bei der Durchführung der Befragung musste ebenfalls auf ein sensibles Vorgehen geachtet werden. Die Befragung in den Gates erwies sich dabei als sehr hilfreich. In jedem Gate konnten bis zu 30 Fragebögen gleichzeitig verteilt werden. Somit konnte allen Befragten das Gefühl vermittelt werden, dass ein Zufallsprozess über ihre Auswahl an der Erhebung entschieden hat, und die Auswahl sie nicht aus anderen Gründen traf. Auf keinen Fall sollte bei den Befragten ein Schamgefühl erweckt werden, oder Eindrücke, die eine Verweigerung an der Teilnahme bei der Befragung mit sich gebracht hätten. Bei Verteilung der Fragebögen gab die Interviewerin eine mündliche Erklärung, wofür diese Befragung diene. Hier wurde kurz gesagt, dass im Rahmen einer Diplomarbeit die Meinung von Reisenden zu Kinderschutzmaßnahmen im Tourismus wichtig sei. Es wurde auch hier vermieden, den Ausdruck „sexuelle Ausbeutung von Kindern“ zu nutzen, da dies ebenfalls eine Verweigerung zur Teilnahme hätte mit sich führen können.

Die Probanden benötigten zwischen 15 bis 20 Minuten zum Ausfüllen des 3-seitigen Fragebogens. Im Transitbereich konnten 174 Fragebögen und am nächsten Tag im öffentlichen Bereich weitere 41 Fragebögen generiert werden. Obwohl die Vermutung nahe lag, dass eine Befragung im öffentlichen Bereich aus den vorher beschriebenen Gründen schwierig wäre, war auch hier die Bereitschaft zur Teilnahme groß. Allerdings konnten im gleichen Zeitraum weniger Fragebögen generiert werden als im Transitbereich. Auch wurden hier deutsche, volljährige Reisende, jedoch unabhängig ihres Reiseziels, interviewt.

Anmerkung zur Befragung

Die Bereitschaft zur Teilnahme an der Befragung war fast zu 100 Prozent gegeben. Insgesamt konnten also 215 Fragebögen ausgewertet werden. Die Befragten zeigten über die Befragung hinaus große Anteilnahme an der Thematik. Häufig wurde die Interviewerin gefragt, wo man sich über die Problematik informieren könne und welche Reiseveranstalter besonders engagiert in dem Bereich seien. Ebenso wurde gefragt, wo man in Form einer Spende einen Beitrag zur Eindämmung des Problems leisten könne. Auf einigen Fragebögen fanden sich für die Interviewerin motivierende Bemerkungen wie „Viel Glück“ oder „Dankeschön“. Die Befragten bedankten sich auch mündlich bei der Interviewerin, weil sie sich für dieses Problem einsetze und hofften, durch die eigene Teilnahme an der Befragung auch einen Beitrag zum Schutz von Kindern geleistet zu haben.

Im folgenden Kapitel werden die Datensätze analysiert. Im ersten Abschnitt werden die statistischen Daten der Reisenden dargestellt. Im zweiten Abschnitt werden der Wissensstand, die Wahrnehmung der Befragten zum Problem „Kindersextourismus“ und zum Verhaltenskodex evaluiert. Im dritten Abschnitt werden Fragen aufgeworfen, wer nach Meinung der Befragten am ehesten für Schutzmaßnahmen verantwortlich ist. In dem vierten Teil wird die eigene Handlungsbereitschaft der Befragten, bei entsprechenden

Wahrnehmungen am Urlaubsort, eruiert. Im letzten Abschnitt wird dargestellt, inwieweit die Reisenden ein Engagement in diesem Bereich honorieren würden.

Stichproben- beschreibung

Die Gesamtzahl der in die Stichprobe eingeflossenen Datensätze beträgt 215 (n=215), davon wurden 174 Personen im Transitbereich befragt und 41 Personen im öffentlichen Terminalbereich. In der Geschlechterverteilung der Befragten sind die Männer mit 51% dominierend, der Frauenanteil liegt bei 41%, weitere 8% machten keine Angabe zu dieser Frage. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 40 Jahren, von 215 Befragten gaben 17 dazu keine Auskunft. Der Großteil der Befragten, nämlich 63%, verreist mit einem Reiseveranstalter, 30% haben die Reise selbst organisiert. Die überwiegende Mehrheit (69%) gibt als Reisegrund an, Urlaub zu machen, 18% verreisen geschäftlich, 6% wollen Freunde und Verwandte besuchen.

Allgemeines Bewusstsein und Wissensstand zum Thema

Das Problem der kommerziellen sexuellen Ausbeutung von Kindern im Tourismus ist 93% der Befragten bekannt, nur 7% wussten nichts mit der Problematik anzufangen. Die wichtigsten Informationsquellen sind für 62% der Befragten die Medien, im weiten Abstand folgt die Politik. Die Reisebranche bildet als Informationsquelle fast das Schlusslicht mit insgesamt 8% .

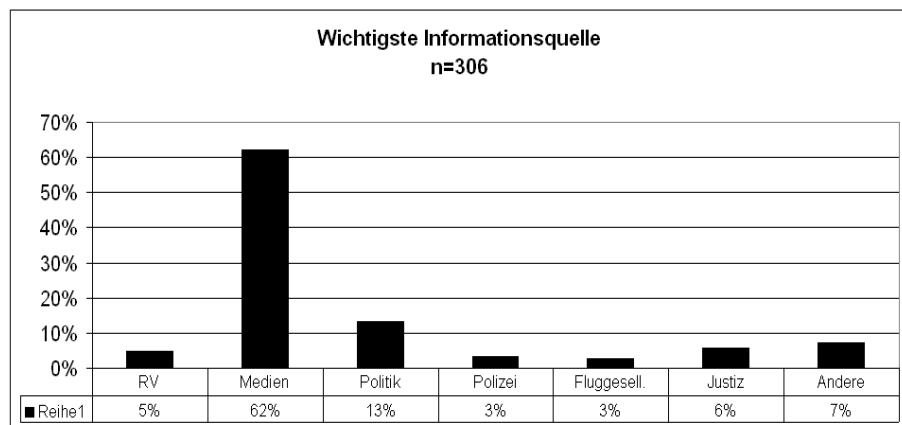


Abbildung 2: Die wichtigsten Informationsquellen über CSEC im Tourismus
Quelle: Eigene Darstellung.

Das Bewusstsein, dass es dieses Problem gibt, ist bei deutschen Reisenden sehr hoch. In einer weiteren Frage soll das konkrete Wissen über das Problem durch eine Selbsteinschätzung angegeben werden. In Abbildung 3 wird deutlich, dass mehr als die Hälfte der Befragten, nämlich 58%, zugibt, wenig bis gar nichts über das Thema zu wissen.

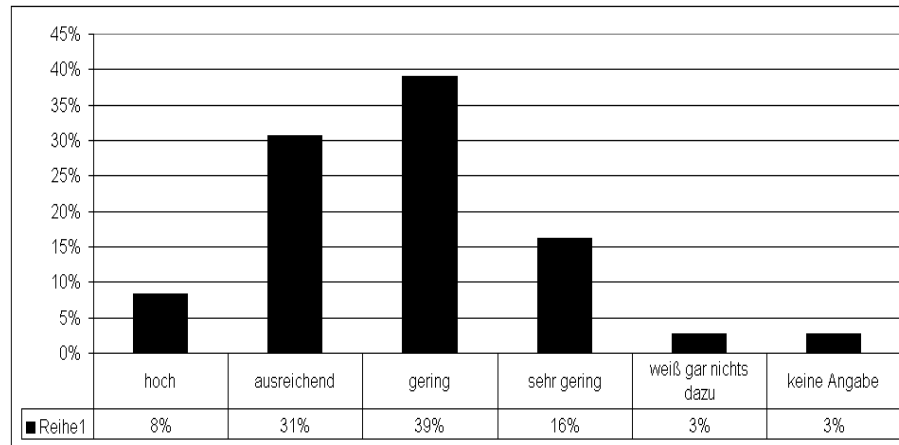


Abbildung 3: Eigener Informationsstand
Quelle: Eigene Darstellung. (n=215)

Obwohl die Reisenden sich als wenig informiert über das Thema einschätzen, kannten immerhin 77% das im Jahr 1993 eingeführte Exterritorialrecht. 20% der Befragten wussten auch 10 Jahre nach Einführung des Gesetzes nicht, dass sexuelle Verbrechen, die deutsche Staatsbürger an Minderjährigen im Ausland begehen, auch in Deutschland strafrechtlich verfolgt werden können.

Auf die offene Frage, welche Reiseländer mit Kindersextourismus assoziiert werden, nennen fast alle, die diese Frage beantwortet haben, als erstes Land Thailand. Insgesamt wurde Thailand von 40% der Befragten mit dem Problem in Verbindung gebracht. An zweiter oder dritter Stelle wurden die Philippinen, Indien, Brasilien und die Dominikanische Republik zu fast gleichen Teilen genannt. Abbildung 4 zeigt nur die 5 am häufigsten genannten Länder, insgesamt wurden ca. 50 Länder weltweit genannt.

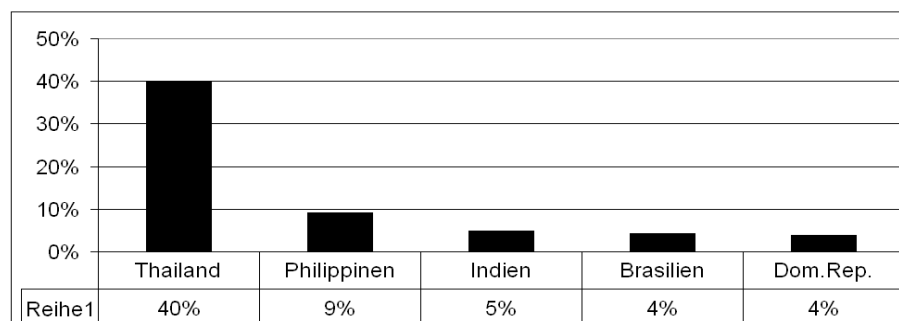


Abbildung 4: Länder, die mit Kindersextourismus assoziiert werden
Quelle: Eigene Darstellung. (n=464)

Die Befragten wurden nur in geringstem Maße durch die Reisebranche bei der Buchung ihrer Reise informiert. Obwohl 63% der Befragten mit einem

Reiseveranstalter verreisen, erhielten von 215 Befragten nur 13 Personen bei Buchung, durch Reisekataloge, -unterlagen und -büros Informationen über CSEC. 93% der Befragten wurden nicht vor Antritt der Reise über CSEC informiert.

Der Verhaltenskodex ist 2 Jahre nach Einführung kaum bekannt. Für rund 92% der Befragten ist der Kodex kein Begriff. Nur 13 Personen kannten den Kodex, hauptsächlich durch die Medien und 4 Personen durch Reiseveranstalter. Das Informations-Faltblatt „Kleine Seelen, Große Gefahr“, das dem Fragebogen beigelegt wurde, ist nahezu unbekannt, 98% der Befragten kannten das Falblatt nicht. Selbst die 4 Personen, die angaben, das Falblatt zu kennen, waren sich nicht wirklich sicher, ob es sich dabei um das ihnen vorgelegte Falblatt handelt und wo sie es gesehen haben. Keiner der 4 Befragten nannte die Reisebranche als Anbieter des Falblatts.

Zusammenfassende Bewertung: Das Problembewusstsein scheint bei den Befragten vorhanden zu sein. Der persönliche Wissensstand über das Problem ist dagegen eher niedrig. Die Medien sind mit weitem Abstand die Hauptinformationsquelle, so dass oberflächliches, medienwirksames Wissen, aber kein sachliches Wissen angeeignet wurde. Daher ist es kaum verwunderlich, dass Thailand immer noch zuerst mit Kindersextourismus assoziiert wird, obwohl das Problem in anderen Ländern längst gleiche Dimensionen angenommen hat. Denn besonders Thailand wurde und wird immer noch von den Medien in den Mittelpunkt der Berichterstattung über „Kindersextourismus“ gerückt. Laut dieser Ergebnisse ist die Reisebranche der Selbstverpflichtung, ihre Kunden aufzuklären und zu informieren, nicht nachgekommen. Der Verhaltenskodex ist auch 2 Jahre nach seiner Einführung in Deutschland ebenso wenig bekannt wie das Informations-Faltblatt. Gerade bei der hohen Anzahl an pauschal reisenden Befragten, die durch ihre Reiseveranstalter bei der Buchung, in den Reisekatalogen oder bei Erhalt der Reiseunterlagen Informationen erhalten könnten, sollten mehr als 4 interviewte Personen schon von dem Informations-Faltblatt gehört haben.

Die Verantwortung der Reisebranche

Auf die Frage, wer von Deutschland aus in erster Linie Maßnahmen gegen CSEC durch Touristen ergreifen sollte, weisen die Befragten die höchste Verantwortung der Regierung bzw. der Politik zu. Nach den Medien folgen die Reiseveranstalter und -büros an dritter Stelle mit 13%. Den Fluggesellschaften, als Teil der Reisebranche, wird die geringste Verantwortung zugewiesen.

Gefragt nach der persönlichen Einschätzung der Befragten, wie hoch die Verantwortung der Tourismusbranche zur Eindämmung des Problems sei, fiel das Ergebnis ambivalent aus. Genau zu gleichen Teilen, nämlich zu 47%, halten die Befragten die Verantwortung der Branche für hoch bis sehr hoch andererseits für gering bis sehr gering. Demgegenüber befinden jedoch fast alle Befragten, nämlich 96%, dass die Tourismusbranche Reisende über das

Problem informieren sollte. Die Befragten möchten vor allem, dass Reiseleiter und Hotelpersonal geschult und informiert sind, um Reisenden zum Problem Auskunft geben zu können. Für 88% der Befragten ist es wichtig bis sehr wichtig, dass die Reisebranche Maßnahmen zum Schutz der Kinder ergreift.

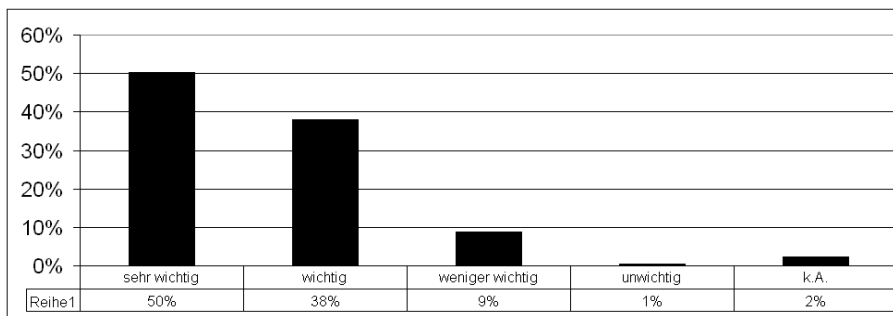


Abbildung 5: Wie wichtig ist es persönlich, dass die Reisebranche Maßnahmen ergreift?
Quelle: Eigene Darstellung. (n=215)

Zusammenfassende Bewertung: Knapp die Hälfte der Befragten schreibt der Tourismusbranche eine hohe Verantwortung zu, Maßnahmen zu ergreifen. Die absolute Mehrheit wünscht, durch die Reisebranche zum Thema informiert zu werden. Den Befragten ist es besonders wichtig, dass Reiseleiter und das Hotelpersonal in der Destination informiert sind. Sie wünschen sich, gut ausgebildete Ansprechpartner vor Ort zu haben, an die sie sich bei entsprechenden Beobachtungen wenden können.

Einfluss auf
das persönliche
Reiseverhalten

Fast drei Viertel der Befragten (73%) würden bei Buchung einen Reiseveranstalter, der sich zum Schutz von Kindern einsetzt, bevorzugen. Der restliche Teil der Befragten, die angaben, dass solche Maßnahmen kein Entscheidungskriterium bei der Buchung wären, begründete ihre Meinung auf die offen gestellte Frage. Dabei sagten 50% der Befragten aus, dass sie nicht wüssten, welcher Reiseveranstalter sich zum Schutz der Kinder einsetzt. Sie wünschten sich mehr Transparenz, weiterhin hätte das Preis-Leistungs-Verhältnis für sie Vorrang und bei gleichem Preis würden sie einen sozial verantwortlichen Reiseveranstalter wählen. Nur 1% der Befragten (2 Personen) argumentierte, dass solche Maßnahmen ihnen egal seien.

Bei der Hotelwahl gaben über 3/4 der Befragten (77%) an, ein Hotel, das spezielle Maßnahmen zum Schutz der Kinder ergreift, zu bevorzugen.

Im Hinblick auf Maßnahmen, die Reiseveranstalter noch ergreifen sollten, um aktiv gegen CSEC vorzugehen, wünschen sich die meisten Befragten Klauseln in Hotelverträgen, die garantieren, dass in diesem Hotel CSEC nicht geduldet wird. Danach folgt der Wunsch, dass die Mitarbeiter am Urlaubsort geschult werden. An dritter Stelle steht der Wunsch, dass alle Mitarbeiter der Reisebranche, sowohl im Heimatland wie auch in der Destination, geschult werden. Soziale Verantwortung in die Firmenpolitik zu verankern, hat die geringste Priorität bei den Befragten (5%).

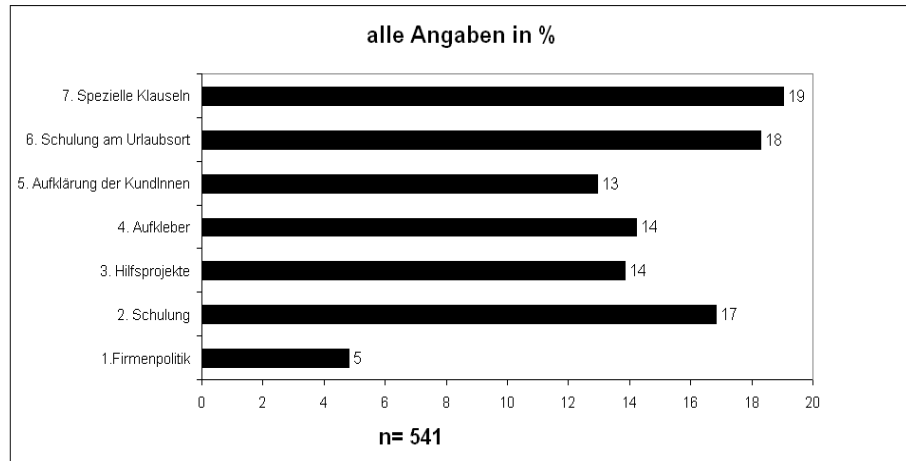


Abbildung 6: Welche Maßnahmen soll der Reiseveranstalter gegen CSEC ergreifen?
Quelle: Eigene Darstellung.

Zusammenfassende Bewertung: Die Befragten würden sowohl einem Reiseveranstalter als auch einem Hotel, das sich zum Schutz von Kindern engagiert, mehrheitlich den Vorzug geben. Soziales Engagement wird seitens der Kunden honoriert. Die wenigen Befragten, die angaben, dass Kinderschutzmaßnahmen kein Entscheidungskriterium bei der Buchung darstellen, wünschen sich, dass die Reisebranche in Bezug auf ihr Engagement transparenter ist, und/oder dass Kinderschutzmaßnahmen seitens der Reisebranche nicht mit Mehrkosten für den Kunden verbunden sind.

Darüber hinaus ist es den Befragten wichtig, dass die Reiseveranstalter Maßnahmen ergreifen. Den höchsten Stellenwert haben Klauseln in Hotelverträgen und die Schulung von Mitarbeitern. Bezüglich der Schulung von Personal ist es den Befragten am wichtigsten, gut ausgebildete Kräfte am Urlaubsort vorzufinden. Wie auch schon an anderer Stelle angesprochen, ist es den Befragten wichtig, einen Ansprechpartner vor Ort zu finden, dem man sich anvertrauen kann.

Bereitschaft zum persönlichen Engagement

Die Befragten versetzten sich in die Situation, am Urlaubsort Zeuge zu werden, wie sich ein Erwachsener einem einheimischen Kind in sexueller Absicht nähert. Die Bereitschaft aktiv dagegen vorzugehen, trifft auf knapp die Hälfte (46%) der Befragten zu (siehe Abbildung 7). In der Feststellung, sich hilflos zu fühlen und nicht zu wissen, was man tun könnte, konnte kein eindeutig mehrheitliches Ergebnis herausgestellt werden. Für jeweils ca. 1/3 der Befragten trifft dies zu, teilweise zu oder diese Haltung trifft auf sie nicht zu. Dementsprechend eindeutig ist, dass die Befragten dieses Problem nicht ignorieren würden, weil sie ihren Urlaub genießen wollen. Diese Art von Ignoranz trifft nur auf einen ganz geringen Teil der Befragten (3%) zu. Knapp 62% lehnen eine solche Haltung entschieden ab. Ebenso fühlt sich nur eine Minderheit (16%) der Befragten für das Problem nicht zuständig und überlässt die Problematik den Behörden und der Polizei, ohne selbst etwas

aktiv unternehmen zu wollen. Der Wille zum aktiven Handeln ist da, aber die Unsicherheit groß. Knapp die Hälfte (47%) der Befragten weiß nicht genau, was in solch einer Situation zu tun wäre und ob es dann das „Richtige“ sei.

Die Befragten, die angaben, bei einer solchen Beobachtung aktiv etwas zu unternehmen, konnten sich eher vorstellen, das Hotelpersonal (28%) und die Reiseleitung (23%) zu informieren als die Polizei. Immerhin 16% der Befragten würden den potenziellen Täter auch direkt ansprechen.

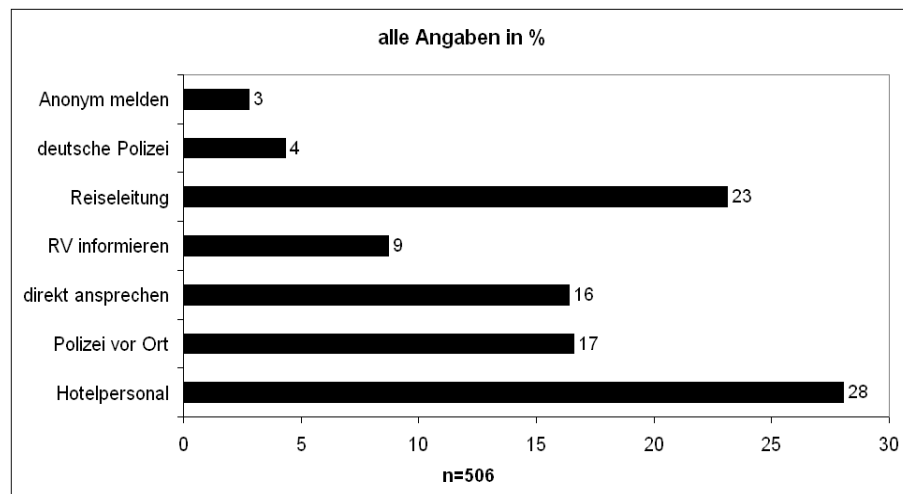


Abbildung 7: Was würden Sie in einer solchen Situation aktiv unternehmen?
Quelle: Eigene Darstellung.

Die Bereitschaft zum aktiven Handeln ist bei fast der Hälfte der Befragten (46%) gegeben. Im Hinblick darauf, was die Befragten tun könnten, ob ihr Handeln dann auch richtig wäre, herrscht ein Gefühl von Unsicherheit und Hilflosigkeit vor. Dass im Urlaub nur „heile Welt“ für die Befragten existieren soll und sie selbst bei solch einer Beobachtung wegsehen würden, um einen ungestörten Aufenthalt zu genießen, wurde eindeutig abgelehnt. Am sinnvollsten erschien es den Befragten, sich an das Hotelpersonal und an die Reiseleitung zu wenden. Wie auch schon in den vorherigen Kapiteln ermittelt, haben die Mitarbeiter der Reisebranche vor Ort, wenn es darum geht einen vertrauensvollen Ansprechpartner zu wählen, den höchsten Stellenwert bei den Befragten. Erstaunlich ist auch, dass die Befragten die Angestellten der Branche der Polizei vorziehen würden.

Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerung

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Befragten durchaus ein hohes Problembewusstsein haben, aber wenig konkretes Wissen (Faktenwissen). Die Befragten beziehen ihre Informationen über CSEC durch die Medien. Der Verhaltenskodex selbst sowie das Informationsfaltblatt „Kleine Seelen, Große Gefahr“ sind fast gar nicht bekannt.

Das soziale Engagement der Reisebranche würde, falls bekannt und erkennbar, honoriert werden. Die große Mehrheit der Befragten würde einen Reiseveranstalter (73% der Probanden) oder ein Hotel (77% der Probanden) bevorzugen, das Maßnahmen zum Schutz von Kindern ergreift. Die Umsetzung des Verhaltenskodexes würde demnach einen klaren Imagegewinn für die Branche bedeuten und wäre auch mit einem wirtschaftlichen Vorteil verbunden. Die aufgestellten Hypothesen können aufgrund der Erhebungsergebnisse als verifiziert erachtet werden:

- Das Engagement zum Schutz der Kinder wird von Reisenden als Initiative sehr positiv aufgenommen, wirkt daher positiv imagebildend für die Reisebranche.
- Soziales Engagement kann als Marketinginstrument eingesetzt werden und sich auch wirtschaftlich lohnen, da Touristen ein sozial verantwortlich handelndes Reiseunternehmen vorziehen.

Seitens der Vertreter der Reisebranche wurde die Methode der Befragung kritisiert. Es wäre sinnvoller gewesen, heimkehrende Reisende zu befragen statt Abreisende, so Reeb (DRV) und Müseler (LTU-Touristik). Die Reisebranche kann über viele Wege ihre Kunden bezüglich CSEC sensibilisieren und informieren, z.B. im Vorfeld der Reise durch Informationen in Reisekatalogen, in Reiseunterlagen oder in den Reisebüros. Eine weitere Möglichkeit ist die Information in der Destination durch die Reiseleiter oder durch Infomappen, die in Hotels ausgelegt werden. Die Kritik der Branche lief dahingehend, dass der Bekanntheitsgrad des Verhaltenskodexes und des Faltblattes „Kleine Seelen, Große Gefahr“ unter den Heimkehrenden wesentlich höher wäre, da viele Veranstalter ihre Kunden erst in den Destinationen informieren würden. Im Rahmen dieser Arbeit kann nicht untersucht werden, inwiefern und in welchem Ausmaß die Kunden in der Destination tatsächlich aufgeklärt werden. Dazu wäre eine entsprechende Erhebung als Vergleichsgrundlage erforderlich. Diese Arbeit hat nicht die Absicht, über die Reisebranche zu urteilen, sondern den Anspruch, den Akteuren bei der weiteren Umsetzung des Verhaltenskodexes als hilfreiche Grundlage zu dienen. Es sollte daher den Verantwortlichen zu denken geben, wie man diesem Zustand Abhilfe schaffen könnte, wenn zwei Jahre nach der Einführung des Verhaltenskodexes von 215 Reisenden 91% nichts davon wissen und 98% das Faltblatt nicht kennen.

Aussagekräftig dagegen sind die Wünsche der Reisenden an die Reisebranche: 96% der Befragten halten es für wichtig, dass die Reisebranche ihre Kunden über das Problem informiert. Außerdem wünschen sich die Befragten, dass die Branche konkrete Maßnahmen ergreift. Klauseln in Hotelverträgen und die Schulung von Mitarbeitern, vor allem des Hotelpersonals und der Reiseleiter, haben die höchste Wichtigkeit für die Befragten. Sie gaben dementsprechend an, dass sie sich bei entsprechender Wahrnehmung am ehesten an das Hotelpersonal und an die Reiseleitung wenden würden. Dies

sollte der Reisebranche zeigen, welch hohes Maß an Vertrauen ihre Kunden in sie und die Mitarbeitenden haben. Daher sind Schulungen seitens der Reiseveranstalter sowie der Hotels vor Ort von großer Bedeutung. Ebenso wird gewünscht, dass die Branche mit ihrem sozialen Engagement öffentlich transparenter umgeht, damit Kunden vergleichen und wählen können, mit welchem Unternehmen sie verreisen möchten.

Die Ergebnisse der Befragung bezüglich der Bereitschaft zum persönlichen Engagement sind mit Vorbehalt zu bewerten. Bei Antworten auf persönliche Fragen können Fehlerquellen und Verzerrungseffekte auftreten. Besonders bei heiklen Fragen neigen die Befragten dazu, sozial erwünschte Antworten zu geben. „Je heikler eine Frage ist ..., desto stärker wird sich der Effekt sozialer Wünschbarkeit bemerkbar machen.“¹⁹⁶ Im Falle der Fragestellung nach der eigenen Bereitschaft, aktiv zu werden, könnten Verzerrungen aufgetreten sein. Vielleicht gaben Befragte an, sie würden bei entsprechender Wahrnehmung aktiv einschreiten, obwohl sie dies niemals tun würden. Als Erklärung für die Abgabe von sozial erwünschten Antworten würde in diesem Fall die soziale Erwünschtheit als Persönlichkeitsmerkmal zutreffen, das sich im Bedürfnis nach sozialer Anerkennung zeigt.¹⁹⁷ Wenn Fragen zum Schutz von Kindern gestellt werden, ist damit zu rechnen, dass viele Befragte sozial erwünschte Antworten geben. Dennoch gab nur knapp die Hälfte der Befragten an, aktiv einzuschreiten. Fast alle Befragten würden gerne etwas unternehmen, aber das Gefühl von Unsicherheit und Hilflosigkeit dominiert. Die Reisebranche sollte ihren Kunden zur Seite stehen und ihnen Handlungsempfehlungen geben, wie sie sich in solch einer Situation zu verhalten haben und an wen sie sich wenden können. Die Reiseveranstalter sind auch für den Schutz ihrer Kunden verantwortlich. Die Ergebnisse auf die Frage, an wen sich die Befragten bei entsprechender Wahrnehmung wenden würden, hat bewiesen, dass die Reisenden Handlungs- und Verhaltensempfehlungen brauchen. Immerhin sagte 1/3 der Befragten, die angaben, aktiv werden zu wollen, sie würden sich an die Polizei vor Ort wenden oder den potenziellen Täter direkt ansprechen. Diese Situation könnte für die Reisenden gefährlich werden, denn oft ist die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern Teil organisierter Kriminalität. Dementsprechend ist es wichtig, dass die Reisebranche ihre Kunden vor gefährlichen Situationen schützt, indem sie konkrete Handlungsempfehlungen gibt. In dem Zusammenhang sollte die Reisebranche auch größten Wert auf Schulungen ihrer Mitarbeiter setzen, damit ihre Kunden kompetente Ansprechpartner vor Ort finden.

Die Tourismusbranche trägt nicht nur eine Verantwortung in der Bekämpfung der kommerziellen sexuellen Ausbeutung von Kindern, sondern auch eine Verantwortung für die Sicherheit ihrer Kunden. Mit der Umsetzung des Verhaltenskodexes kann die Branche beiden Anforderungen gerecht werden.

¹⁹⁶ DIECKMANN 2001, S. 383.

¹⁹⁷ vgl. SCHNELL et al. 1992, S. 364.

Motivationen und Hemmungen der Reisebranche bei der Umsetzung des Verhaltenskodexes

Die im Rahmen dieser Studie befragten Unternehmen haben teilweise sehr positiv zu bewertende Ansätze in der Umsetzung des Verhaltenskodexes gezeigt. Die Branche, vertreten durch den DRV, zeigt sich bemüht, den Umsetzungsprozess weiter voran zu treiben. Dennoch sind Umsetzungsdefizite erkennbar, derer man sich annehmen sollte.

Nachstehend werden die Umsetzungsdefizite erläutert, um in den anschließenden Kapiteln mögliche Ursachen dieser Defizite zu diskutieren und alternative Wege für den weiteren Umsetzungsprozess aufzuzeigen. Basierend auf den Angaben der befragten Veranstalter, der Reisekataloganalyse und den Ergebnissen der schriftlichen Befragung von Reisenden am Frankfurter Flughafen lassen sich folgende Defizite bei der Umsetzung des Verhaltenskodexes zusammenfassen:

1. Vertragsklausel

Die Klausel, dass Kinderprostitution im jeweiligen Vertragshotel nicht geduldet wird, haben die befragten Veranstalter nur in einigen wenigen Destinationen in die Vertragsvereinbarungen mit einfließen lassen. Ein einziges Unternehmen hat die Klausel weltweit in alle Verträge mit Hotels eingearbeitet.

2. Schulung der Mitarbeiter

Schulungsmaßnahmen werden bisweilen nicht allen Mitarbeitern angeboten. Wenn überhaupt, wurden Reiseleiter zur Problematik geschult. Einzelne Unternehmen haben die Verkäufer und Führungskräfte im Außendienst in die Schulungsmaßnahmen mit einbezogen. Ein flächendeckendes Angebot von Schulungsmaßnahmen für Mitarbeiter ist nicht erkennbar. Expedienten erhielten bislang von keinem Unternehmen die Möglichkeit, an Schulungsmaßnahmen teilzunehmen.

3. Sensibilisierung der Kunden

Die Ergebnisse der schriftlichen Befragung von Reisenden am Frankfurter Flughafen belegen, dass sowohl der Verhaltenskodex als auch das Faltblatt „Kleine Seelen, Große Gefahr“ kaum bekannt ist. Hauptdefizit in der Umsetzung dieser Anforderung des Verhaltenskodexes ist die Aufklärung der Kunden im Vorfeld der Reise. Laut der befragten Reiseveranstalter werden die meisten Kunden erst in der Destination aufgeklärt und das Faltblatt wird den Kunden nur angeboten, aber nicht überreicht.

Ebenso werden Hinweise zur Problematik bei fast allen Veranstaltern in ihren Reisekatalogen nicht deutlich und offensiv genug ins Blickfeld des Lesers gerückt. Dieser mangelhafte Zustand wird durch die Wahrnehmung der befragten Reisenden bestätigt. Obwohl 69% der Befragten mit einem Reiseveranstalter verreisten, haben davon nur 5 Personen vor Antritt der Reise die Hinweise in den Reisekatalogen wahrgenommen. Bei einigen kleineren Veranstaltern sind keine Hinweise zur

Problematik zu finden, obwohl auch sie Mitglied des DRV sind. Allgemein lässt sich feststellen, dass der Darstellung von Umweltschutzmaßnahmen in den Reisekatalogen ungleich mehr Gewicht zukommt als der Aufklärung über Kinderprostitution. Das eigene Engagement zum Kinderschutz wird nicht konkret beschrieben. Reisenden werden keine Verhaltensempfehlungen gegeben, wie sie in einem Verdachtsmoment reagieren sollten.

4. Integration des Verhaltenskodexes in die Unternehmensgrundsätze
Laut der befragten Reiseveranstalter hat nur ein Veranstalter diese Anforderung realisiert. Da zu dieser Frage keine Angaben gemacht wurden, oder weil keine niedergeschriebenen Unternehmensgrundsätze existieren, können keine Aussagen zum Umsetzungsstand dieses Kriteriums getroffen werden.

5. Berichtswesen

Der erste jährliche Bericht des DRV über durchgeführte Maßnahmen enthielt keine quantitativen Aussagen, die eine eindeutige Einschätzung zum Umsetzungsstand des Verhaltenskodexes zuließen.

6. Fazit

Der Umsetzung des Verhaltenskodexes mangelt es an Transparenz. Es ist nicht nachvollziehbar, inwiefern die einzelnen Mitglieder ihrer Selbstverpflichtung nachkommen. Weder lässt der Bericht des DRV über durchgeführte Maßnahmen eine Aussage zum Umsetzungsstand zu, noch treten einzelne Unternehmen von sich aus an die Öffentlichkeit, um ihr Engagement konkret zu beschreiben.

Ein weiteres Problemfeld ist die Kommunikation der Aktivitäten der Branche zum Kinderschutz und die Sensibilisierung der Kunden. Die Branche kommuniziert ihr Engagement im Kinderschutz nicht in einer aktiven und offensiven Art und Weise wie es im Rahmen dieses Projektes wünschenswert wäre. Dementsprechend wenig wissen die Kunden über den Verhaltenskodex und das Faltblatt.

Mögliche Ursachen der Umsetzungsdefizite

Obwohl die Branche eine Selbstverpflichtung eingegangen ist, ist eine gewisse Zurückhaltung und mangelnde Transparenz in der Umsetzung des Verhaltenskodexes erkennbar. In diesem Kapitel sollen mögliche Ursachen der Defizite, so beispielsweise Verzögerungen durch die Branche, analysiert und diskutiert werden.

Kommunikation der Aktivitäten

Es stellt sich die Frage, ob die Reisebranche aus Imagegründen einen offensiven Umgang mit der Problematik scheut. Müseler (LTU-Touristik) wehrt sich gegen diese Vorwürfe: „Es gibt genug Engagement, und entgegen einigen Behauptungen gibt es keine Berührungsprobleme mit dem Thema. Denn wenn es Berührungsprobleme oder Imageschadensängste geben würde,

hätten wir als Branche keinen Verhaltenskodex angenommen.“ Weiter erklärt Müseler, dass im Vergleich zu allen anderen Themen, die an die Branche herangetragen worden seien, der Verhaltenskodex am besten und mit dem meisten Elan von der Branche umgesetzt würde. Denn betrachte man die Reisekataloge, so würde neben dem Umweltschutz nur noch das Problem „Kinderprostitution“ angesprochen. Die Branche sei in sich geschlossen einig, was selten der Fall wäre, den Verhaltenskodex umzusetzen. Außerdem sei diese Problematik gegen das Kerngeschäft der Branche und schade ihr nur. Daher habe die Problematik auch einen so hohen Stellenwert in der Reisebranche angenommen, erklärt Müseler.

Müseler wurde auch der Vorwurf gemacht, dass die Branche auf die finanziellen Einnahmen des „Klientel Kindersextouristen“ nicht verzichten möchte. Dies weist er entschieden von sich: „Ich glaube nicht, dass Pädophile mit uns reisen würden. Sollte dennoch einer unserer Gäste so etwas tun, würden wir keine Sekunde zögern, ihn oder sie anzuzeigen. Solche Leute wollen wir nicht, darauf verzichten wir gerne.“ Die Bundestagsabgeordneten Irber und Gradistanac sehen ebenfalls die Schwierigkeiten der deutschen Reisebranche im offenen Umgang mit dieser Thematik. Für sie wäre es wünschenswert, wenn die Branche, ähnlich dem Umgang mit dem Thema „Ökologie“, den Aktionen gegen Kinderprostitution einen positiven Rahmen verleihen würde, um die Kunden besser in die Maßnahmen einbinden zu können. Diesbezüglich sehen sie noch großen Handlungsbedarf.

Dietsch (Studiosus) vermutet, dass die großen Reiseveranstalter vielleicht einen Imageschaden befürchten, wenn sie mit solch einem Thema an ihre Gäste herantreten. Er sieht die Angst dieser Unternehmen auch nicht als unbegründet an. Studiosus bedient eine gut informierte, gebildete Klientel, welche man auch im Vorfeld der Reise und währenddessen mit sozialen Problemen konfrontieren kann, und die das soziale Engagement des Veranstalters zu schätzen wissen. Für Studiosus ist der offensive Umgang mit der Problematik positiv imagebildend. Dagegen interessiert sich die Klientel der meisten anderen Veranstalter nur für den Preis der Reise, erklärt Dietsch: „Gesamtwirtschaftliche oder gesamthumane Probleme sind den meisten Touristen egal.“

Müseler (LTU-Touristik) bestätigt diese Aussage: „Man muss auch bedenken, dass wir eine andere Klientel bei ITS haben als z.B. die von Studiosus. Wir bedienen eine Klientel, die einen einfachen Strandurlaub machen möchte und auch kein großes Interesse hat, sich vor dem Urlaub mit Problemen auseinander zu setzen“. Die Massenreiseveranstalter haben es dementsprechend auch schwieriger, ihr soziales Engagement bei ihren Kunden anzusprechen. Dietsch erklärt, dass auch die Massenreiseveranstalter durchaus hinter dem Verhaltenskodex stünden und ihn auch umsetzen wollten, dennoch scheuten sie sich, das Thema bei ihren Kunden offensiv anzusprechen: „Die wollen schon alle bei der Aktion mitmachen, aber immer nur zurückhaltend

mit der Einstellung „Wenn der Gast danach fragt, erfährt er es auch von uns!“⁴⁴ Wie kann man die Zurückhaltung der Branche, gegenüber ihren Kunden offensiv soziale Probleme anzusprechen, erklären? Fuchs (EED/ECPAT) glaubt, dass noch keine geeignete Kommunikationsform gefunden worden sei, das positive Wirken zum Schutz von Kindern auch Kunden gegenüber entsprechend darstellen zu können. Beispielsweise sei es sehr gut gelungen, glaubt Fuchs, die Nachhaltigkeitsdebatte in der Reiseindustrie zu verankern. Im Sinne der Nachhaltigkeit sei es ebenfalls sehr gut gelungen, die ökologische Dimension, also Fragen des Umweltschutzes, zu einem Thema der Branche zu machen. Die Reisebranche hätte eine gute Strategie entwickelt, Umweltschutzmaßnahmen gegenüber ihren Kunden positiv zu kommunizieren. Das sei nachvollziehbar, denn wer Paradiese als Konzept verkauft, dem glaubt man auch, wenn er es gut kommuniziert, dass er für den Schutz dieser Paradiese eintrete. Dagegen lasse sich das Problem der Kinderprostitution im Umfeld des Tourismus und auch insgesamt alle sozialen Aspekte im Tourismus, wie Menschenrechtsfragen, Besitzverhältnisse, Landfragen und Einkommenssituation von Menschen in touristischen Zielgebieten schwierig kommunizieren. „Diese Themen lassen sich nicht ohne Weiteres mit dem positiven Image, welches das Reisen besitzt, in Verbindung bringen. Denn Negativthemen schaden dem sehr positiv besetzten Image des Reisens“, so Fuchs (EED/ECPAT).

Tepelus (WTO) schließt sich dieser Meinung an und verweist auf die Situation in Skandinavien. Dort hat die Reisebranche eine für sie positiv imagebildende Strategie gefunden, die Bekämpfung der sexuellen Ausbeutung von Kindern im Tourismus gegenüber ihren Kunden zu kommunizieren. Heute präsentieren die skandinavischen Reiseveranstalter stolz ihr Engagement zum Kinderschutz in der Öffentlichkeit. Aber vergleichen kann man diese Situation nicht mit der in Deutschland. Denn in Skandinavien hat man schon vor 5 Jahren angefangen, die Reisebranche in die Bekämpfung von CST mit einzubeziehen, und das Problembewusstsein der Bevölkerung war wesentlich höher als in anderen Ländern. Tepelus ist sich sicher, dass es Zeit brauche, mehr als 3 oder 4 Jahre, bis ein hohes Bewusstsein für diese Problematik in einer Gesellschaft bestehe. Sowohl das Problembewusstsein als auch die Handlungsbereitschaft zur Aufklärung der Kunden scheint bei der deutschen Reisebranche vorhanden zu sein. Die Zurückhaltung der Branche, diese Problematik und das eigene Engagement gegenüber ihren Kunden zu kommunizieren, wird laut der hier vorgetragenen Meinungen erklärt. Der Branche mangelt es an einer geeigneten Strategie, Kunden in ihre Maßnahmen zum Kinderschutz einzubinden und zugleich einen positiven Effekt für das eigene Image zu erzielen.

Transparenz

Der Umsetzung des Kodexes mangelt es an Transparenz. Um eine Entwicklungsgeschichte des Kodexes nachzeichnen und seinen weiteren optimierten Einsatz gestalten zu können, bedarf es, laut Fuchs (EED/ECPAT), eines quantitativen Berichtswesens. Dazu gehörten entsprechende Erhebungs-

methoden in einzelnen Unternehmen über die einzelnen Aktivitäten und die Erfahrungen, die gemacht wurden. Nur so könnte man erfahren, welche Maßnahmen sich überhaupt bewähren würden. Beispielsweise stelle sich die Frage, ob es effektiver sei, die Reisenden im Zielland zu sensibilisieren oder vor Antritt der Reise. Eine weitere Möglichkeit wäre, die Reisenden in wohl-dosiertem Maße an mehreren Stellen mit der Thematik zu konfrontieren und ihnen zu sagen, dass man sie als Mitstreiter gewinnen wolle. Die Verknüpfung der unterschiedlichen Maßnahmen würde eine qualifizierte Auswertung voraussetzen.

Fuchs (EED/ECPAT) bedauert, dass das Ergebnis des bisherigen Berichtes der Problematik nicht angemessen sei und auch im monetären Sinne investiert werden müsste, um ein optimiertes Berichtswesen entwickeln zu können. An anderer Stelle wurde bereits die Notwendigkeit und Schwierigkeit, ein quantitatives Berichtswesen einzuführen, diskutiert. Es stellt sich die Frage, warum die Branche sich davor scheut, quantitativ über ihre Maßnahmen zu berichten? Fuchs glaubt, dass es für die Haltung der Branche eine begründete Angst gäbe. „Wenn man öffentlich sagt, dass man sich in einem bestimmten Bereich engagiert, treten sofort Journalisten, NROs und andere kritische Beobachter an einen heran. Diese fragen dann genau nach, was konkret unternommen wird, wie etwas getan wird und in welchem Umfang, wie viel dafür finanziell eingesetzt wird und wie das Management an dieser Stelle aussieht.“ Fuchs könnte sich bei Betrachtung des Reisegeschäfts vorstellen, dass viele Akteure der Reisebranche in Zeiten einer ökonomischen Krise diese Rolle scheuen. Daher sei es auch nachvollziehbar, dass viele zögern, das Spektrum der sozialen Verantwortung angemessen auszuweiten. Man könnte vermuten, dass die Branche sich nicht einem Erwartungsdruck aussetzen möchte.

Tepelus (WTO) bestätigt diese Meinung und versucht, die Ängste der Branche über ihr soziales Engagement quantitativ und transparent zu berichten, zu erklären. Ihrer Meinung nach habe die Branche Angst vor den Medien und negativen Kampagnen der NROs. Da die Branche häufig von NROs in Bezug auf ihr mangelndes soziales Engagement angeklagt wurde, bevorzuge die Branche den für sie sicheren Weg, indem sie sich von vornherein keiner heiklen Themen annehme. Die Branche ist diese Selbstverpflichtung eingegangen, von daher erwartet auch Tepelus (WTO) entsprechende Resultate. Dennoch weiß sie, dass keine Umsetzungserfolge erzielt werden können, wenn die Branche nur kritisiert und auf sie Druck ausgeübt wird, ohne dass man ihr bei der Umsetzung hilft. Statt zu kritisieren, glaubt Tepelus, sei es wichtiger, die Branche zu motivieren und zu ermutigen, weitere Schritte zu gehen. Auch wenn nur kleine Schritte gegangen werden, sei dies ein Anfang und besser als nichts. Diese Erfahrung hat auch Fuchs (EED/ECPAT) gemacht. Die Branche wurde jahrelang von den NROs auf die Anklagebank gesetzt. Erst als die Branche als aktiver Partner im Kinderschutz angesehen wurde, ergab sich dort eine zunehmende Bereitschaft, Maßnahmen zu ergreifen. Dennoch

scheue sich die Branche nach wie vor vor einer transparenten Berichterstattung und einer entsprechenden Anpassung der Marketingkonzepte. Es gibt momentan, glaubt Fuchs, keinen Veranstalter, der sich damit schmückt, den Verhaltenskodex umgesetzt zu haben. Aus Eigeninteresse sollte die Branche aber transparent und offensiv berichten. Fuchs ist der Überzeugung, dass die Anwendung des Verhaltenskodexes und ein ernstzunehmendes Management an dieser Stelle sich gegenseitig als Marketinginstrument bedingen würden. Die Branche hat sich verpflichtet, über ihre Aktivitäten in der Umsetzung des Verhaltenskodexes zu berichten. Ein quantitatives Berichtswesen ist unverzichtbar für die weiteren Umsetzungsprozesse. Die einzelnen Unternehmen sollten es verstehen, die Umsetzung des Verhaltenskodexes transparent zu gestalten und dies als Marketinginstrument zu nutzen.

Die Rolle des DRV

In fast allen europäischen Ländern wurde der Verhaltenskodex zwischen dem jeweiligen ECPAT-Partner und einzelnen Reiseveranstaltern vereinbart. In Deutschland wurde der Verhaltenskodex mit einem Verband vereinbart. Es ist fraglich, ob es effektiver ist, den Verhaltenskodex mit einem Verband oder einem Unternehmen zu vereinbaren. Nach dem heutigen Kenntnisstand stimmt Tepelus (WTO) ganz deutlich für die Vereinbarung des Kodexes mit einzelnen Unternehmen. Sie machte die Erfahrung, dass egal in welchem europäischen Land, der Implementierungsprozess des Kodexes in einem Unternehmen schneller voranging.

Die Vereinbarung mit einem Verband zeigte sich dagegen problematisch aus diversen Gründen. Zum einen haben die Verbände im Vergleich zu den Reiseveranstaltern keine ausreichende Wirkungskraft in den Destinationen. Außerdem wird die Kommunikationskette der am Umsetzungsprozess beteiligten Akteure durch den Verband verlängert. Das größte Problem jedoch sieht Tepelus (WTO) in der Rolle der Verbände gegenüber ihren Mitgliedern: „And the associations do not have a direct power over their members. Even though the association does something, often not all their members really care. Their members don't see that this is an issue for them.“

Fuchs (EED/ECPAT) versteht den Verband als Dachorganisation oder als Arbeitsgemeinschaft, der jedoch nicht konkret auf die Firmenpolitik seiner Mitglieder Einfluss nehmen könne. Im Grunde genommen sei der Dachverband das ausführende Organ seiner Mitglieder. Er sieht aber auch den positiv besetzten Ansatz, einen Verhaltenskodex vom Verband entwickeln zu lassen, aber bezweifelt auch, dass alle Mitglieder des Verbandes den Verhaltenskodex in einer angemessenen Art und Weise einführen. Welche Wirkungsmöglichkeiten hat denn der Verband auf seine Mitglieder? Wie kann der DRV seine Mitglieder motivieren, den Verhaltenskodex umzusetzen? Reeb (DRV) erklärt, dass der DRV seine Mitglieder über die zu ergreifenden Maßnahmen informiere. In dem monatlichen E-Letter kläre der DRV seine Mitglieder über Neuerungen und Maßnahmen auf. Das hauptsächlich eingesetzte Instrument sei also die Kommunikation. „Kommunikation ist unser wichtigstes Mittel.“

Darauf werden wir auch in Zukunft besonders großen Wert legen“, so Reeb. Der DRV gibt sich stets bemüht, die Umsetzung des Verhaltenskodexes durch seine Mitglieder zu fördern und zu unterstützen. Aber reicht das jetzige Engagement des DRV aus, um seine Mitglieder zu motivieren? Fuchs (EED/ECPAT) bezweifelt das: „Hat der Dachverband alles in seiner Kraft stehende getan, in einer guten Struktur, in einem guten Kommunikationskonzept, mit entsprechenden Materialangeboten, konsequent, kontinuierlich und in einer entsprechenden Art und Weise seine Mitglieder zu informieren und ihnen Hilfsmittel an die Hand gegeben und immer wieder den qualitativen Schritt betont bei Einführung dieses Verhaltenskodexes? Die Frage, ob dies in einer optimalen Version passiert ist, würde ich eindeutig mit „Nein“ beantworten.“ Laut Fuchs (EED/ECPAT) ließe allein die personelle Ausstattung des Verbandes für diese Aufgabe es nicht zu, hier ein qualifiziertes Angebot für und ein Zugehen auf die Mitglieder zu organisieren. Dieses Problem sei nicht nur auf den DRV zu beziehen, erklärt Tepelus (WTO).

In Österreich vereinbarte „respect – Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung“, als österreichische Koordinationsstelle für die Implementierung des Kodexes, den Verhaltenskodex mit zwei Verbänden und einem Reiseveranstalter. Letztendlich wurde nur mit dem Reiseveranstalter ein wirklicher Umsetzungsprozess gestartet. Das läge daran, dass einzelne Unternehmen schneller und motivierter mit der Umsetzung des Verhaltenskodexes beginnen würden, so Tepelus. In Österreich wurde der Verhaltenskodex mit dem Österreichischen Reisebüro- und Reiseveranstalterverband (ÖRV), dem Österreichischen Verein für Touristik (ÖVT) und dem Reiseveranstalter Jumbo-Touristik vereinbart. Die zögerliche Umsetzung des Kodexes durch die Mitglieder der Verbände führte zur Idee, den Verhaltenskodex beispielhaft und in enger Kooperation mit nur einem Veranstalter durchzuführen. „Das von den Reiseveranstaltern sowie den beiden Dachverbänden, ÖRV und ÖVT, immer wieder vorgebrachte Argument für die zögerliche Implementierung, „nämlich der Kampf ums Überleben der Branche“ nach 09/11, schien für Jumbo-Touristik eher Motivation zu sein, sozusagen den Beweis anzutreten, dass das Engagement für den Schutz der Kinder nicht ausschließlich von konjunkturellen Höhen oder Tiefen der Branche abhängig gemacht werden dürfe und mit moderatem Kostenaufwand durchaus machbar sei“¹⁹⁸.

In diesem Sinne hätte sich auch Fuchs (EED/ECPAT) die Umsetzung des Verhaltenskodexes mit einzelnen Unternehmen gewünscht und zwar beispielhaft mit der schrittweisen Einführung einzelner Maßnahmen, für die auch die einzelnen Instrumente geschaffen werden sollten: „Man könnte sehen, wie dieser Verhaltenskodex in einem Modellunternehmen oder in einer Modelldestination umgesetzt worden wäre, welche Erfahrungen man damit gemacht hätte und wie sich das für das Unternehmen fortentwickelt hätte. Vielleicht würde heute ein Unternehmen dastehen und sagen: „Wir setzen uns aktiv für den Schutz von Kindern ein!“ und gleichzeitig könnte man beobachten, dass

es entgegen dem Trend in der Reisebranche mit Wachstumszahlen zu tun hätte. Wenn dies das Ergebnis wäre und man es dann geschickt unter Einbeziehung einer Unternehmensstrategie umsetzen würde, könnte dies eine wichtige Erfahrung sein.“ In der Zeit, in der ECPAT/Deutschland den Vereinbarungsprozess gestartet hatte, war dies leider nicht möglich gewesen. Die einzelnen Unternehmen hätten den DRV aktiviert, die Rolle des Verhandlungspartners für die Einführung des Verhaltenskodexes zu übernehmen, erklärt Fuchs.

Tepelus (WTO) hat manchmal den Eindruck, dass die Mitglieder versuchen, sich hinter dem DRV zu verstecken. Der DRV würde von seinen Mitgliedern in den Vordergrund gerückt werden, damit die Mitglieder nicht unter die kritische Beobachtung gerieten und sich nicht mit ECPAT auseinandersetzen müssten. Dementsprechend nutze die Branche den Kodex weder als Marketinginstrument, noch um für sie positive öffentliche Aufmerksamkeit zu erregen. Es ist nicht wirklich erkennbar, dass ein deutscher Reiseveranstalter sich in der Öffentlichkeit mit der Umsetzung des Verhaltenskodexes profiliert. Es ist auch fraglich, ob ohne die Unterstützung von ECPAT und des DRV die einzelnen Mitglieder den weiteren Implementierungsprozess fortführen würden. Reeb (DRV) hält es zur Zeit noch für notwendig, dass der DRV und ECPAT gemeinsam weiterarbeiten, denn sie setzen die Rahmenbedingungen für die Reisebranche und fördern den Umsetzungsprozess. Fuchs (EED/ECPAT) sieht sehr wohl die positiv zu bewertenden Ansätze der einzelnen Unternehmen, den Kodex umzusetzen und zeigt Verständnis, dass nicht alle Maßnahmen von allen Unternehmen parallel und gleichzeitig ergriffen werden könnten. Die Abfolge der Maßnahmen und die Entwicklung der Umsetzung beurteilt er jedoch vom Personaleinsatz der Unternehmen für diese Aufgabe: „Hier kann man sagen, es sind kaum eindeutige personelle Zuordnungen in den Unternehmen erkennbar, die Verantwortung tragen für die Umsetzung des Verhaltenskodexes.“

Die Erfahrung der befragten Experten lässt die Aussage zu, dass die Vereinbarung des Verhaltenskodexes mit einzelnen Unternehmen, auch im europäischen Kontext, sich als effizienter erwies als mit einem Verband. Der Verband muss wesentlich intensivere Überzeugungsarbeit leisten, um seine Mitglieder zur Umsetzung zu motivieren. Dagegen ist der Umsetzungsprozess in Unternehmen, die sich einzeln dazu verpflichtet haben, schneller und effektiver gestartet worden.

Mögliche Alternativen

Gesetze

Ein Verhaltenskodex ist ein freiwilliges Übereinkommen zu Verhaltensregeln und oft Vorstufe für die Rechtssetzung. Die rasche Ausbreitung der Verhaltenskodizes seit den 90er Jahren im Zuge der Globalisierung und Liberalisierung zeigt den ethischen Regelungsbedarf für global handelnde Unternehmen bei entsprechenden erst im Aufbau befindlichen globalen, staatlichen Instanzen. Laut Stückelberger sind freiwillige Kodizes nur dann ethisch wertvoll,

wenn sie rascher und wirkungsvoller ethische Standards umsetzen als staatliche Regelungen, und wenn sie eine Vorstufe für internationale, völkerrechtlich durchsetzbare Standards bilden. Die Anwendung von Kodizes sei dann ethisch fraglich, wenn sie zu deren Vermeidung oder zu Alibi-Übungen dienen. In der Hinsicht dürfen Kodizes in ihrer effektiven Wirkung nicht überschätzt, aber als Möglichkeit, Verantwortung zu übernehmen auch nicht unterschätzt werden.¹⁹⁹ Die Europäische Kommission erkannte ebenfalls die Gefahr, die in der Ausbreitung von Verhaltenskodizes liegt: „Die Ausbreitung von Verhaltenskodizes spiegelt die Unfähigkeit von Regierungen und internationalen Organisationen wieder, Mindestnormen durchzusetzen.“²⁰⁰

Wie schon beschrieben, ist es in Italien beispielsweise gesetzlich gefordert, in den internationalen Reisekatalogen auf das Exterritorialgesetz hinzuweisen. In diesem Kontext stellt sich die Frage, ob es nicht sinnvoller wäre, die Umsetzung des Verhaltenskodexes durch die deutsche Reisebranche einer gesetzlichen Regelung zu unterwerfen. Tepelus (WTO) ist nicht dieser Ansicht und bestreitet die positive Auswirkung einer Gesetzgebung auf den Umsetzungsprozess. Als Koordinatorin des Code of Conduct Secretariat von ECPAT bei der WTO sieht sie stattdessen Überzeugungsarbeit als vorrangiges Ziel an. So hofft sie, ebenso wie Reeb (DRV), ohne den Zwang einer gesetzlichen Regelung, die Verantwortlichen der Branche zu Kinderschutzmaßnahmen bewegen zu können. Für Fuchs (EED/ECPAT) sind, vor allem seit Einführung des Exterritorialprinzips, die Möglichkeiten der Strafgesetzgebung weitgehend ausgeschöpft. Er befürchtet, dass gesetzliche Verpflichtungen wie in Italien nicht als authentisches Merkmal einer sozial verantwortlichen Unternehmenspolitik verstanden werden, sondern als eine leider notwendige gesetzliche Auflage. Von daher setzt Fuchs mehr darauf, dass in der Entwicklung von Unternehmensphilosophien, von einer entsprechenden Corporate Identity der Mitarbeitenden, der Verhaltenskodex zu einem innerbetrieblichen Konzept und zu einer erklärten Philosophie und Strategie des Unternehmens unter dem Gesichtspunkt der sozialen Verantwortung wird.

Dietsch (Studiosus) ist der Meinung, dass man an die Selbstverantwortung des Marktes und der Reiseveranstalter appellieren muss, wie dies bereits im Bereich des Umweltschutzes getan wird. Nur für den Fall, dass die Veranstalter einer freiwilligen Verpflichtung zu mehr Transparenz nicht nachkommen, sollten entsprechende gesetzliche Maßnahmen beschlossen werden. Gradistanac (Mitglied des Deutschen Bundestages) sieht ebenfalls Vorteile in freiwilligen Vereinbarungen, wodurch zugleich eine weitere Bürokratisierung vermieden wird. Ihrer Meinung nach kann man in Deutschland vieles auf der Basis der Freiwilligkeit erreichen. Sie gibt jedoch zu bedenken, dass die Branche weltweit sehr viel Zeit hatte, sich an dem Verhaltenskodex, den sie selbst mit aufgestellt hat, zu orientieren. Sollte die deutsche Reisebranche in Zukunft ihrer Selbstverpflichtung nicht angemessen nachkommen, würde

¹⁹⁹ vgl. STÜCKELBERGER 2002, S. 8.

²⁰⁰ EUROPÄISCHE KOMMISSION 1990, S. 7.

Gradistanac gesetzliche Verpflichtungen durchaus für sinnvoll halten. Bis jetzt bevorzugt sie aber das Werben mit Fakten und Statistiken, um ein Bewusstsein für die Thematik zu schaffen. Irber (Mitglied des Deutschen Bundestages) zeigt sich enttäuscht über den Einsatz des Informations-Faltblattes „Kleine Seele, Große Gefahr“ in den Destinationen. Als Teilnehmerin einer Delegationsreise nach Indien und Thailand im April 2003 hat sie bei allen Treffen das Faltblatt angesprochen, doch außer den Mitarbeitern von ECPAT/International in Bangkok kannte niemand das Faltblatt. Ihr stellt sich die Frage, ob es sich bei dem Faltblatt nicht um eine „Alibi-Veranstaltung“ handelt. Dennoch setzt Irber momentan weiterhin auf den Dialog mit der Branche. Noch hält sie es für sinnvoll, Überzeugungsarbeit zu leisten in Gesprächen mit den Verbänden, der Tourismusbranche und das Thema im Tourismusausschuss vorzubringen oder öffentliche Erklärungen zu geben. Gesetzliche Maßnahmen sieht Irber als das zuletzt einzusetzende Instrument, die Branche zum Handeln aufzufordern. Solche Maßnahmen hält sie momentan noch nicht für notwendig.

In der Diskussion, ob gesetzliche Regelungen effektiver sein könnten als die Selbstverpflichtung der Reisebranche zur Umsetzung des Verhaltenskodexes, waren alle Experten derselben Meinung, auf gesetzliche Maßnahmen vorerst oder gänzlich zu verzichten. Die Umsetzung des Verhaltenskodexes kann nur effektiv sein und als authentisch wahrgenommen werden, wenn die Verantwortlichen von ihrem Tun und Handeln überzeugt sind. In dem Fall wären gesetzliche Regelungen überflüssig und kämen nur in Frage, wenn die Branche eine konsequente Umsetzungsunwilligkeit demonstrieren würde.

Zertifizierungen und Labels

Ein Label (Gütesiegel) ist eine freiwillige Beschriftung von Produkten oder eine Kennzeichnung von Unternehmen, die Angaben über Produkte, Produktionsmethoden oder Unternehmensnormen enthält. Es dient den Konsumenten zur Information über Qualitätsmerkmale, die über gesetzliche Vorschriften hinausgehen. Labels und Verhaltenskodizes ergänzen sich. Während Kodizes im wesentlichen Selbstverpflichtungen von Unternehmen für bestimmte Standards beinhalten, sind Labels Orientierungshilfen für Konsumenten über eben diese Standards. In dieser Hinsicht ermöglichen Labels den Verbrauchern im Rahmen des Marktmechanismus eine Wahl des ethisch Wertvolleren und eine (begrenzte) Beeinflussung des Marktes.²⁰¹ In Bezug auf den Verhaltenskodex der deutschen Reisebranche könnte eine Anwendung von Labels eine Kennzeichnung von Hotels und von Reiseveranstaltern bedeuten, die sich für den Kinderschutz in den Destinationen einsetzen.

Eine Zertifizierung ist der Prozess der Erteilung einer anerkannten Bescheinigung für ein Produkt, einen Prozess oder eine Institution, die bezüglich der Einhaltung eines Katalogs von Verhaltenskriterien überprüft wurde.

²⁰¹ vgl. STÜCKELBERGER 2002, S. 3-5.

Zertifizierungsinstitutionen sind private, staatliche oder supranationale Institutionen, die zu solchen Zertifizierungen ermächtigt sind.²⁰² Eine Zertifizierung des Verhaltenskodexes der deutschen Reisebranche könnte bedeuten, dass beispielsweise Reiseveranstalter von der WTO oder der EU auf die Umsetzung des Verhaltenskodexes hin überprüft werden und bei vollständiger Umsetzung der Anforderungen ein Zertifikat erhalten.

Angelehnt an die Umweltkennzeichnungen im Tourismus²⁰³, werden mit der Einführung eines Labels und der Zertifizierung des Verhaltenskodexes folgende Ziele verfolgt:

- Der Kunde soll über die Problematik der kommerziellen sexuellen Ausbeutung von Kindern im Tourismus aufgeklärt, und seine Konsumbereitschaft in Richtung sozialverträglicher Angebote gelenkt werden.
- Die Unternehmen nutzen die Kennzeichnung als Werbemittel und erhalten dadurch marketingbedingte Wettbewerbsvorteile.
- Unter Zugrundelegen der Aussage, eine sozial orientierte Kaufentscheidung beeinflusse die Qualität des Angebotes, sollen so entstandene Wettbewerbsvorteile von allen Anbietern realisiert werden und zu einer branchenweiten Umsetzung der Anforderungen des Verhaltenskodexes führen.

Die Anwendung des Verhaltenskodexes wurde bisher nicht als Marketinginstrument von den Reiseveranstaltern verwendet und einige Experten, unter ihnen Fuchs und Tepelus, haben den Eindruck, dass die Branche nur aufgrund von Druck handeln würde und Anforderungen erfülle, die seitens ECPAT oder anderen zu dieser Thematik arbeitenden Organisationen gestellt werden. In dem Rahmen gilt es zu diskutieren, ob der Einsatz von Zertifizierungen und Labels bei der Reisebranche eine höhere Motivation auslösen könnte, sich aus Wettbewerbsgründen für den Kinderschutz zu engagieren, als dies bisher der Fall war. Dietsch (Studiosus) hält die Einführung dieser Instrumente für wünschenswert. Dann wären Gesetze überflüssig und der Wettbewerb würde entscheiden. Bei dem Engagement seines Unternehmens zur Umsetzung des Kodexes ist er sich sicher, dass Studiosus bei einer Zertifizierung sehr gut abschneiden würde. Laut Dietsch (Studiosus) sollte der jährliche Report über die durchgeführten Maßnahmen die Basis für eine Zertifizierung sein. Problematisch ist, dass der jährliche Report nicht über die verschiedenen Maßnahmen der einzelnen Unternehmen berichtet. Wäre dies aber der Fall, könnten Gutachter Zertifizierungen vornehmen. Zertifizierungsinstitution, denkt Dietsch, könnte die EU sein und ECPAT könnte beratend der Gutachterschiene beistehen. Fuchs erklärt, dass bei Einführung des Verhaltenskodexes in Europa auch die Zertifizierungsfrage gestellt wurde.

²⁰² vgl. STÜCKELBERGER 2002, S. 12.

²⁰³ vgl. LOSANG 2000, S. 113.

Es war beabsichtigt, einen „Certified Code of Conduct“ (= Zertifizierter Verhaltenskodex) einzuführen, aber das war aus Kosten- und methodischen Gründen mit der Reisebranche nicht realisierbar. Die Abwehrhaltung gegenüber einer Zertifizierung war zu groß und daher nicht durchsetzbar gewesen. Tepelus (WTO) bestätigt Fuchs' Aussagen und fügt hinzu, dass der Zeitpunkt für eine Zertifizierung zu früh war, denn der Reisebranche mangelte es an Erfahrung im Umgang mit der Problematik der kommerziellen sexuellen Ausbeutung von Kindern im Tourismus. Darüber hinaus sei eine Zertifizierung von Maßnahmen im sozialen Bereich wesentlich schwieriger als im ökologischen Bereich. Fuchs (EED/ECPAT) hält die Entwicklung eines Verfahrens zur Zertifizierung für außerordentlich schwierig, bedenkt man die Vielzahl von touristischen Dienstleistungen. Zur Zertifizierung bedarf es eines Instrumentariums, das bei der Vielschichtigkeit von Reiseveranstaltern, Reisebüros und unterschiedlichen Akteuren im Tourismus wirksam ist, um zu zertifizieren. Er hält es nicht für sinnvoll und glaubt auch nicht, dass es der Sache gerecht werden würde, ein internationales Evaluierungs- und Monitoringsystem aufzubauen, nur um den Bereich „Engagement zum Kinderschutz“ zu zertifizieren. Was Fuchs dagegen für sinnvoll und erstrebenswert hält, wäre die Zertifizierung oder das Labeln von nachhaltigen oder fair gehandelten Tourismusprodukten. Seines Erachtens würde dies die ökologische und die soziale Dimension der Nachhaltigkeit, somit auch das Engagement zum Schutz der Kinder, mit einbeziehen.

Tepelus (WTO) dagegen hält an der Idee der Zertifizierung des Verhaltenskodexes fest. Dies sollte jedoch erst in einem fortgeschrittenem Implementierungsprozess geschehen. Ihres Erachtens befände sich die europäische Reisebranche im mittleren Stadium des Implementierungsprozesses und daher hält sie es im Moment noch nicht für sinnvoll, eine Zertifizierung einzuführen. Zunächst besteht die Notwendigkeit, dass der Verhaltenskodex erst von der gesamten Reisebranche angenommen würde und nicht nur von einigen Unternehmen. Sei dieses Ziel erreicht, sollte der Kodex in irgendeiner Art und Weise, vielleicht auch nur in bestimmten Punkten, zertifiziert werden. Die Zertifizierung oder auch das Labeln des Engagements würde den Reiseveranstaltern aus Wettbewerbsgründen einen Anreiz geben, die Selbstverpflichtung einzugehen.

Würde eine Zertifizierung die Verbreitung der Einführung des Verhaltenskodexes in der Reisebranche nicht beschleunigen? Tepelus (WTO) glaubt nicht an eine beschleunigte Verbreitung des Verhaltenskodexes durch die sofortige Einführung solcher Instrumente. Momentan würde ein Labeln oder eine Zertifizierung auch bei den Unternehmen den Implementierungsprozess komplizieren, die bisher sehr fortschrittlich darin waren. Ein Grund dafür ist beispielsweise die hohe Anzahl von Labelthemen. In der wissenschaftlichen Literatur wird die Problematik der Labels, die sich durch sehr unterschiedliche Inhalte auszeichnen, bestätigt. Diese Vielfalt bewirkt bei Konsumenten oft

einen schwer zu durchschauenden „Labelsalat“²⁰⁴ und Verirrungen im „Dschungel der Zeichen“²⁰⁵, wie dies bei touristischen Umweltkennzeichnungen zuweilen schon der Fall ist. „Obwohl die Relevanz der umwelt- und sozialorientierten Kennzeichnung von Reisen erkannt wurde, scheint die Vielfalt die Anforderungen zu konterkarieren“²⁰⁶. Genau das möchte Tepelus (WTO) vermeiden. Die Reisebranche tut sich, ihrer Meinung nach, bereits jetzt schwer, den Anforderungen des Verhaltenskodexes gerecht zu werden und eine Zertifizierung oder ein Labeln würde die Umsetzung erschweren. Abgesehen davon würden dafür auch keine Mittel zur Verfügung stehen. Jedoch in der Zukunft sollten, so Tepelus, diese Instrumente eingeführt und zu einer branchenüblichen Anwendung werden, denn dies würde bei Unternehmen eine höhere Umsetzungsmotivation auslösen.

Die Einführung einer Zertifizierung oder eines Labels für die Umsetzung des Verhaltenskodexes gegen die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus steht laut Expertenmeinung momentan nicht zur Debatte. Die Annahme des Kodexes durch die Branche bedarf erst einer weiteren Ausweitung, bevor solche Instrumente eingesetzt werden können. Aufgrund der Vielzahl an Kennzeichnungen wurde angeregt, die ökologische und soziale Dimension der Nachhaltigkeit zusammengefasst zu kennzeichnen. Dadurch würde sich der „Dschungel der Zeichen“ vielleicht etwas lichten.

Fazit

Weder Gesetze noch Labels und Zertifizierungen kommen momentan als effiziente Instrumente zur Förderung der Umsetzung des Verhaltenskodexes in Frage. Eine gesetzliche Regelung steht nur dann zur Diskussion, falls die Branche eine totale Handlungsunwilligkeit zum Kinderschutz demonstrieren sollte. Zertifizierungen und Labels können erst eingeführt werden, wenn der Verhaltenskodex branchenweit angenommen wurde. Aus beiden Diskussionspunkten ergibt sich, dass die Branche den weiteren Umsetzungsprozess vorantreiben sollte, damit auf Gesetze verzichtet werden kann und Zertifizierungen und Labels eingeführt werden können.

Potenziale und Aussichten

Qualitätsmanagement als Potenzial

Laut Fuchs (EED/ECPAT) birgt der Verhaltenskodex nach wie vor ein großes Potenzial, um einen wichtigen Beitrag zum Schutz von Kindern leisten zu können. Trotz der Umsetzungsprobleme sei der Kodex als solcher, auch weil er gegenwärtig einen international anerkannten Standard hat und international wie national Grundlage für die entsprechenden Maßnahmen sei, ein wirksames Instrument. Bemerkenswert seien beispielsweise die Formen der Zusammenarbeit, die sich in dem Umfeld zwischen Reiseveranstaltern von Entsendeländern mit ihren Geschäftspartnern in den Destinationen entwickelt haben. Darüber hinaus sei der Verhaltenskodex der Einstieg in eine viel

204 STÜCKELBERGER 2002, S. 4.

205 MÜLLER, H. 1993. In: LOSANG 2000, S. 113.

206 LOSANG 2000, S. 113.

weiter gehende Fragestellung von sozialer Verantwortung touristischer Unternehmen. Soziale Verantwortung in den Destinationen zu übernehmen würde, laut Fuchs, von den Unternehmen noch nicht als Qualitätsmanagement verstanden: „Was unerlässlich ist in der Gesamtverantwortung für den Tourismus und für den ökonomischen Sektor Reisen/Tourismus insgesamt, ist das zu Ende denken und auch die andere Seite zu sehen, nämlich die sozialen Auswirkungen und die Qualität, was Tourismus für Menschen in touristischen Zielgebieten bedeutet und was Sicherheit dieser Menschen vor Ausbeutung, auch vor sexueller Ausbeutung, bedeutet. Dieses zu Ende denken des touristischen Gesamtprodukts ist in der Reisebranche noch nicht ausreichend entwickelt. Der Blick auf die Zielgebiete ist der, dass dort Dienstleistungen erbracht werden, aber die Bedingungen und Auswirkungen des Tourismus sind noch zu schwach in die soziale Verantwortung der Unternehmen mit eingegangen.“

Fuchs (EED/ECPAT) versteht die Anwendung des Verhaltenskodexes als Qualitätsmanagement, da sich die Qualität des Tourismus für Menschen in den Destinationen und deren Sicherheit vor Ausbeutung verbessere. Tepelus (WTO) dagegen empfiehlt der Branche ebenfalls, die Anwendung des Kodexes als Qualitätsmanagement zu verstehen, jedoch mit Hinsicht auf die Bedürfnisse der Kunden. Wenn die Kunden sich beschwerten, weil sie im Urlaub fürchterliche Beobachtungen gemacht haben, müsse die Branche Maßnahmen ergreifen, um den Wunsch ihrer Kunden, einen unbeschwerten Urlaub zu verbringen, zu erfüllen. Die Kunden würden Maßnahmen der Branche gegen CST honorieren, da sich dadurch die Qualität des touristischen Produktes verbessert. Der Branche sei daran gelegen, dass ihre Kunden einen qualitativ hochwertigen, sicheren und unbeschwerten Urlaub genießen.

Aussichten des Verhaltenskodexes bei der deutschen Reisebranche

Im Rahmen der Expertengespräche mit Vertretern der Reisebranche wurde deutlich, dass ausnahmslos allen Akteuren daran gelegen ist, den Verhaltenskodex weiterhin umzusetzen. Der Verhaltenskodex wurde bisher durch die Europäische Kommission finanziert. Diese finanzielle Unterstützung ist nun beendet und die befragten Reiseveranstalter gaben an, auch finanziell zukünftig für die Umsetzung des Kodexes in ihrem Unternehmen aufkommen zu wollen.

Die Branche ist motiviert, die Entwicklung voranzutreiben, um konkrete Ergebnisse zu erreichen und möchte die von ihr als positiv beschriebene Zusammenarbeit zwischen ECPAT/Deutschland und dem DRV weiterführen.²⁰⁷ Die Branche hat ein Problembewusstsein entwickelt und trotz der hier analysierten Umsetzungsschwierigkeiten zeigt die Branche, vertreten durch den DRV, dass sie das Problem sehr ernst nimmt und engagiert an der Umsetzung des Kodexes weiterarbeiten möchte.

²⁰⁷ vgl. DRV 2003, S. 5.

Bedeutung des Verhaltenskodexes für die Bundesregierung

Verstärkt wird die Bedeutung des Verhaltenskodexes außerdem durch seine Integration in den Aktionsplan der Bundesregierung zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sexueller Gewalt und Ausbeutung. Die Bundesregierung sieht in dem Verhaltenskodex eine gute Grundlage für die Prävention und Aufklärung im Reise- und Tourismussektor. Die Tatsache, dass die Bundesregierung die Tourismusbranche als wichtigen und ernst zu nehmenden Partner in der Prävention und Intervention von Kinderprostitution im Tourismus versteht und auch eine stärkere Beteiligung der Branche an den derzeit stattfindenden Präventionsaktionen und Informationskampagnen fordert, könnte die Reisebranche diesbezüglich zu höheren Anstrengungen als den bisher getätigten motivieren.

Potenzial des Verhaltenskodexes weltweit

Die Umsetzungsprobleme der deutschen Reisebranche resultieren eventuell aus der mangelnden Erfahrung im Umgang mit einem heiklen Thema. Die weltweite Entwicklung des Verhaltenskodexes und der hohe Stellenwert, den der Verhaltenskodex in touristischen Sendeländern und Destinationen eingenommen hat, wird auch motivierende Auswirkungen zur weiteren Umsetzung des Kodexes in Deutschland haben. Dass der Verhaltenskodex zu einer weltweiten Institution geworden ist, die nicht nur in die Arbeit von NROs, die sich mit dem Thema beschäftigen, sondern auch in die Arbeit der Tourismusbranche integriert werden muss, wurde bei dem Treffen der „Evaluation and Strategy Conference and it's Workshops on Implementation of the Code of Conduct for the Protection of Children from Sexual Exploitation in Travel and Tourism“ am 15. Oktober 2003 in Pattaya deutlich: „The ‘Code of Conduct’ has developed further from being a ‘project’ to be ready to get institutionalized as ‘Global Campaign’ for all parts of the tourism industry and tourism-related sectors“. Ergebnis der Konferenz, einberufen durch ECPAT/International zusammen mit ihren Partnerorganisationen, an der NROs, Reiseveranstalter, Hoteliers, Verantwortliche von Tourismusbehörden und touristischen Unternehmen teilnahmen, ist, dass die Implementierung des Verhaltenskodexes in der weltweiten Tourismusbranche bislang erfolgreich verlaufen ist und es nun gilt, diese Entwicklung voranzutreiben.

Welches Potenzial und welchen Stellenwert der Verhaltenskodex in Europa hat, zeigt die vorbildliche und erfolgreiche Implementierung des Kodexes durch beispielsweise TUI Nordic, TUI Thomson (Großbritannien) oder TUI Netherlands. Einzelne Reiseveranstalter haben offensive und transparente Initiativen zur Umsetzung des Kodexes ergriffen. TUI Thomson (Großbritannien) beispielsweise zertifiziert diejenigen ihrer Vertragshotels, die keine Kinderprostitution dulden.²⁰⁸

Der Verhaltenskodex wird nicht nur erfolgreich von Reiseveranstaltern angewandt, sondern auch von anderen touristischen Leistungsträgern. Beispielsweise vereinbarte 2003 die ACCOR-Hotelgruppe (4000 Hotels in 90 Ländern) den Verhaltenskodex mit ECPAT. Bislang wurden 2800 von insge-

²⁰⁸ www.thecode.org

samt 3000 ACCOR-Hotelangestellten in Thailand geschult. Des Weiteren sollen nun die Angestellten in Laos, Indonesien und Kambodscha geschult werden. Außerdem beteiligt sich ACCOR in Frankreich an einer Sensibilisierungskampagne für Reisende. In 300 ACCOR-Reisebüros werden 1 Million Informationsfaltblätter den Reiseunterlagen der Kunden beigelegt.²⁰⁹

Ein weiteres bemerkenswertes Beispiel der Sensibilisierungskampagne ist der Einsatz von Inflight-Videos. Einige Fluglinien (z.B. Air France, LTU, Austrian Airlines, Finnair und Swissair) zeigen auf Langstreckenflügen Inflight-Videos, die über das Problem aufklären und informieren. Eine Evaluation von „respect – Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung“, Österreich, beweist die hohe aufklärende und informative Wirkung dieser Videos auf Reisende.²¹⁰

Vor allem durch die breit angelegte Sensibilisierung von Reisenden wird der Verhaltenskodex stetig an Bedeutung für die Reisebranche gewinnen. Denn ist eine breite und weltweite Sensibilisierung von Reisenden erst einmal erreicht, glaubt Tepelus (WTO), müssen die Reiseveranstalter Maßnahmen zum Schutz von Kindern ergreifen, da die Kunden das von ihnen erwarten.

Der Verhaltenskodex hat nicht nur in Europa, sondern weltweit an Bedeutung gewonnen. Diese positiven Entwicklungen und Erfahrungen könnten auch auf den Stellenwert des Kodexes in Deutschland positive Auswirkungen haben.

Handlungsempfehlungen und Orientierungsmöglichkeiten

Die deutsche Reisebranche hat einzelne wichtige Schritte hin zu einer vollständigen Umsetzung vollzogen. Nun gilt es, diesen Weg weiter zu verfolgen. Folgend werden, basierend auf den zuvor behandelten Untersuchungsergebnissen, Handlungsempfehlungen angeregt und Orientierungshilfen aufgewiesen:

Aufnahme von Vertragsklauseln in Hotelverträge

Es wäre den Reiseveranstaltern dringend zu empfehlen, die Aufnahme von Klauseln in Hotelverträgen, die eine Ablehnung von Kinderprostitution deutlich machen, zumindest geographisch auszuweiten, wenn nicht sogar von allen Hoteliers ihrer Vertragshotels unterzeichnen zu lassen. Aufgrund der geographischen Ausweitung von Kinderprostitution im Tourismus sollten die Veranstalter präventiv die Klausel generell in jeden Hotelvertrag integrieren. Damit würde auch das immer genannte Anliegen, nämlich einzelne touristische Zielländer nicht stigmatisieren zu wollen, eingelöst, erklärt Reeb.

²⁰⁹ www.accor.com

²¹⁰ RESPECT 2001, S. 26.

Schulung von Mitarbeitern

Es besteht ein dringender Bedarf, die bestehenden Schulungsaktivitäten auszuweiten und zu intensivieren. Darüber hinaus sollten alle touristischen Akteure in die Schulungsmaßnahmen mit einbezogen werden, die direkten oder indirekten Kundenkontakt haben. Unter anderem zählen dazu die Reiseleiter, Angestellten in Reisebüros, Führungskräfte im Außendienst, Hoteliers und Hotelangestellten. Ein flächendeckendes Angebot an Schulungsmaßnahmen für diese Berufsgruppen ist momentan nicht erkennbar und sollte geschaffen werden. Orientieren könnte sich die deutsche Reisebranche an dem beispielhaften Schulungsmodell der Fritidsresor Group/TUI Nordic, Schweden. Die regelmäßigen internen Schulungsmaßnahmen wurden mit ECPAT/Schweden entwickelt. In einem 3-stündigen Seminar werden die Angestellten im Kontext der verantwortungsvollen Entwicklung im Tourismus über CST geschult und anschließend geprüft. Diese Schulung setzt sich aus folgenden Bausteinen zusammen:

- Die Maßnahmen zum Kinderschutz werden im Zusammenhang der sozialen Verantwortung der Unternehmen (CSR) erklärt.
- Die Philosophie und Verantwortung des Unternehmens gegenüber CST wird den Mitarbeitern vermittelt.
- Die Problematik „Kinderprostitution im Tourismus“ wird erläutert. Die Unterstützung dieser Schulungseinheit durch ECPAT ist sehr hilfreich, da sie über Fachwissen, Forschungsergebnisse und Aufklärungsmaterial verfügen.
- Den Angestellten werden klare Handlungsanweisungen für den Fall gegeben, dass sie mit dem Problem in Kontakt kommen.²¹¹

Die Schulungsmaßnahmen erwiesen sich bisher als erfolgreich. Seitdem die Angestellten verpflichtet wurden, an der Schulung teilzunehmen, hat sich deren Problembewusstsein erheblich erhöht. Das Ziel, dass die Angestellten den Zusammenhang zwischen Dienstleistungssektor und dessen sozialen Auswirkungen in den Destinationen erkennen, wurde erreicht. Das beispielhafte Modell wurde von einem Reiseunternehmen selbst entwickelt. Es wäre empfehlenswert, wenn auch deutsche Reiseveranstalter dieses Modell übernehmen würden.

Information und Sensibilisierung der Kunden

Die Reiseveranstalter sollten sich bewusst werden, dass sie alle Kunden informieren sollten, um eine breit angelegte Sensibilisierung zu erreichen. Es wäre wünschenswert, wenn die Branche in ihrer selbstverpflichteten Sensibilisierungs- und Aufklärungsarbeit offensiver als bisher auf ihre Kunden zugehen würde.

Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung beweisen, dass Reisende Handlungsempfehlungen benötigen. Nur gut informierte Gäste werden die

²¹¹ vgl. SAND 2003, 1-2.

Kampagne auch praktisch unterstützen und ihre Möglichkeiten nutzen, auf Verdachtsmomente hinzuweisen. Dafür müssen Reisenden praktikable Wege couragierten Verhaltens aufgezeigt werden, die beispielsweise das Faltblatt „Kleine Seelen, Große Gefahr“ vermittelt. Es ist dringend zu empfehlen, dass die Reiseveranstalter das Faltblatt ihren Kunden überreichen und nicht nur anbieten.

Außerdem würden Reisende laut der Erhebungsergebnisse Reiseveranstalter und Hotels, die sich zum Schutz von Kindern einsetzen, bei gleichem Preis und Leistung vorziehen. Es wäre daher den Reiseveranstaltern zu empfehlen, die ergriffenen Maßnahmen offensiv und transparent als Marketinginstrument zu nutzen, um durch den klaren Imagegewinn auch einen wirtschaftlichen Vorteil zu erzielen. Dafür ist es notwendig, die ergriffenen Maßnahmen im Vorfeld der Buchung des Kunden zu kommunizieren. Es wird empfohlen, möglichst alle zur Verfügung stehenden Informationskanäle zu nutzen, um den Kunden zu erreichen, in dem z.B. das Engagement zum Kinderschutz deutlich sichtbar in den Reisekatalogen oder auf den Webseiten in das Blickfeld der potentiellen Kunden gerückt wird. Des Weiteren wäre es wünschenswert, das Engagement zum Schutz von Kindern ebenso deutlich in den Reisekatalogen zum Ausdruck zu bringen, wie das Engagement im Umweltschutz. Auf missverständliche Beschreibungen von Hotelanlagen in für Kindersextourismus bekannte Destinationen sollte verzichtet werden.

Integration des Verhaltenskodexes in die Unternehmensgrundsätze

Wie schon erklärt, ist die Anwendung von Verhaltenskodizes nur sinnvoll, wenn sie in die Unternehmenspolitik eingebettet und von der Unternehmensführung unterstützt werden. Daher muss das Problembewusstsein, wenn es denn in den Köpfen der Unternehmensführung schon verwurzelt ist, auch formalisiert werden. Es wäre traurig, wenn dieser doch einfach umzusetzende Punkt aus „formalen Gründen“ noch jahrelange Zeit in Anspruch nehmen würde. In diesem Punkt könnten und sollten die Verantwortlichen der Branche schnell und unbürokratisch handeln.

Berichtswesen über die durchgeführten Maßnahmen

Der jährliche Bericht über die durchgeführten Maßnahmen sollte quantitativ durchgeführt werden. Der DRV hat sich verpflichtet, über die ergriffenen Maßnahmen seiner Mitglieder zu berichten und wäre daher auch für die Erhebung verantwortlich. Die Maßnahmen der Mitglieder könnte der DRV mit Hilfe eines Fragebogens erheben und auswerten. Der Fragebogen sollte quantitative Fragen zum Umsetzungsstand enthalten und qualitative Fragen zu den Erfahrungen, welche die einzelnen Unternehmen in der Umsetzung der einzelnen Anforderungen des Verhaltenskodexes gesammelt haben. Sowohl für den DRV als auch für die einzelnen Mitgliedsunternehmen würde dies bedeuten, dass sie, um diese Aufgabe angemessen erfüllen zu können, auch Personalkraft dafür bereitstellen müssten.

Fazit

Das Problem der gravierend zunehmenden Anzahl von prostituierten Kindern im Umfeld des Tourismus gab seit Mitte der 90er Jahre international Anlass, dagegen anzugehen. Der Tourismusbranche kommt in der Bekämpfung eine Schlüsselrolle zu. Sich mit diesem Thema befassende NROs, die Welttourismusorganisation, die Europäische Union und diverse Regierungen forderten die Tourismusbranche auf, Verantwortung in der Bekämpfung des Problems zu übernehmen. Die Tourismusbranche selbst ist nicht verantwortlich für das Problem als solches, kann aber durch die Sensibilisierung der im Tourismus Beschäftigten und durch die Förderung eines verantwortungsvolleren und ethischen Reiseverhaltens zu einem starken Partner der Kampagne gegen die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus werden.

Die deutsche Tourismusbranche hat Verantwortung übernommen, indem sie sich zur Umsetzung eines Verhaltenskodexes zum Schutz von Kindern gegen kommerzielle sexuelle Ausbeutung im Tourismus verpflichtet hat.

Die Ergebnisse der Erhebungen im Rahmen dieser Arbeit lassen darauf schließen, dass bei den Verantwortlichen der Branche ein hohes Problembewusstsein verankert ist, die Umsetzung des Kodexes jedoch nur partiell durchgeführt worden ist. Großer Handlungsbedarf besteht darin, die ergriffenen Aktivitäten zu intensivieren, transparent darzustellen und dem Kunden klar, deutlich und offensiv zu kommunizieren.

Die Ergebnisse der quantitativen Erhebung beweisen, dass Reisende mit überwiegender Mehrheit jedes Engagement der Reisebranche gegen CST positiv bewerten und Reiseveranstalter dadurch einen klaren Imagegewinn verbuchen können. Die Reisenden wünschen sich Handlungsempfehlungen und würden sozial verantwortlich handelnde Reiseunternehmen bevorzugen. Das soziale Engagement wird von ihren Kunden honoriert und kann durch den klaren Imagegewinn zu steigenden Marktanteilen führen.

Mir persönlich ist daran gelegen, durch die Erhebungsergebnisse und Handlungsempfehlungen der Reisebranche eine Grundlage zu schaffen, sich auch weiterhin motiviert und aktiv an der Umsetzung von Maßnahmen zum Schutz von Kindern im Tourismus zu beteiligen.

Einzelne Umsetzungsschritte wurden bisher angegangen, die es nun systematisch auszubauen und zu intensivieren gilt. Die Reisebranche muss sich als wichtigster wirtschaftlicher Partner in der Bekämpfung des Problems bewusst machen, dass nur über eine breite Sensibilisierung ihrer Kunden und Angestellten das „Wegschauen“ überwunden werden kann.

Quellenangaben

Primärquellen

Teilnahme am „7. Steering Committee Meeting on the Code of Conduct for the Protection of Children from Sexual Exploitation in Travel and Tourism“, 25. Juni 2002, Welttourismusorganisation, Madrid.

Teilnahme am „9. Steering Committee Meeting on the Code of Conduct for the Protection of Children from Sexual Exploitation in Travel and Tourism“, 9. März 2003, Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband, Berlin.

Teilnahme an „12th Meeting of the Task Force To Protect Children from Sexual Exploitation in Tourism“ der Welttourismusorganisation, 8. März 2003, ITB Berlin.

Teilnahme am „Dritten Code of Conduct Partner Treffen“ der europäischen ECPAT-Gruppen und respect – Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung, 28. – 30. März 2003, Rom.

Teilnahme an der „European Conference on the Protection of Children from Sexual Exploitation in Tourism“ der Welttourismusorganisation, der Europäischen Kommission und des Italienischen Wirtschaftsministeriums, 3. – 4. April 2003, Rom.

Sekundärquellen

ANDERSON, Jerry. W. (1989): Corporate Social Responsibility – Guidelines for Top Management. –New York [etc.].

BAUMGARTNER, Christian; WINKLER, Astrid (2003): Modellumsetzung & Evaluation des Code of Conduct als effektives und effizientes Mittel zur Bekämpfung des Missbrauchs von Kindern im Tourismus. Hrsg.: respect – Institut für integrativen Tourismus und Entwicklung - Projektbericht 8/2003. –Wien.

BLUM, Barbara (2003): Kinderhandel – Erscheinungsformen, Ausmaß, rechtliche Rahmenbedingungen und Maßnahmen zur Bekämpfung. –Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Info-Brief Nr. 2/2003, Fachbereich IX: Gesundheit, Familie, Senioren, Frauen und Jugend. –Berlin.

BÖHM, Hans (1979): Gesellschaftlich verantwortliche Unternehmensführung – verbale Bekenntnisse, Verhaltenskodizes, Sozialbilanzen, kritische Analyse eines Legitimationskonzeptes. –Weilheim/ Teck.

BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (BMFSFJ) (2003a): Aktionsplan der Bundesregierung zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sexueller Gewalt und Ausbeutung – Kurzfassung. Material für die Presse. –Berlin.

BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (BMFSFJ) (2003b): Aktionsplan der Bundesregierung zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sexueller Gewalt und Ausbeutung. –Berlin.

BROWN, Louise (2000): Sex Slaves – the trafficking of women in Asia. –London.

DAMMERMANN, Christa (1995): Deutsche Reiseveranstalter müssen Verantwortung übernehmen. In : Kinderprostitution und Tourismus – Die deutsche Kampagne gegen Kinderprostitution im Sextourismus 1991 – 1994. Hrsg.: Kampagne gegen Kinderprostitution im Sextourismus, Tübingen, S. 55-58.

DEUTSCHER BUNDESTAG (2002a): Protokoll Nr. 89, Nr. 96, Nr. 62 – Öffentliche Anhörung des Ausschusses für Tourismus des Ausschusses für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und der Kinderkommission zu „Kinderprostitution und Sextourismus“ am 12.06.2002. –Berlin.

DEUTSCHER BUNDESTAG (2002b): Stellungnahme der Sachverständigen zu der öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Tourismus des Ausschusses für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und der Kinderkommission zu „Kinderprostitution und Sextourismus“ am 12.06.2002. –Berlin.

DEUTSCHER REISEBÜRO UND REISEVERANSTALTER VERBAND (DRV) (2003): Verhaltenskodex für die Mitglieder des Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verbandes (DRV) zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung. Bericht über die Aktivitäten, Stand: 11.02.2003. –Berlin.

DIECKMANN, Andreas (2001): Empirische Sozialforschung – Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Hrsg.: rowohlt's enzyklopädie. –Reinbek bei Hamburg.

DOEK, Jaap E. (2002): Die globale Verpflichtung von Yokohama und ihr Nachfolgeprozess. In: Zweiter Weltkongress gegen die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern. Hrsg.: epd-Dokumentation, 19/02. –Frankfurt am Main. S. 9-15.

DÖRFLER, Claudia (1996): Man(n) kann. In: Touristik Management, 10/1996. S. 12-18.

EUROPÄISCHE KOMMISSION (1997): Verhaltenskodizes und Soziallabel. Ethischer Konsum und ethische Produktion. Sondernummer von: Der europäische soziale Dialog. –Brüssel.

EUROPÄISCHE KOMMISSION / DG XXIII – Direktion Tourismus (1998): Die Bekämpfung des Sextourismus mit Kindesmissbrauch – Erstes europäisches Treffen der Aktionsteilnehmer – Reden und Beiträge. –Brüssel.

EUROPÄISCHE KOMMISSION (2002): Die soziale Verantwortung der Unternehmen – Ein Unternehmensbeitrag zur nachhaltigen Entwicklung. –Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften.

FRANKFURTER RUNDSCHAU (12.09.1981): Kinder werden sexuell missbraucht. In: Tourismus, Prostitution, Entwicklung. Hrsg.: Zentrum für Entwicklungsbezogene Bildung (ZEB), 1983. –Stuttgart. S. 36.

FRITZ, Gerhard (1979): Prostitutions-Tourismus in Asien. In: Tourismus, Prostitution, Entwicklung. Hrsg.: Zentrum für Entwicklungsbezogene Bildung (ZEB), 1983. –Stuttgart. S. 10-12.

FRÖSTE, Wolfgang (1982): Verkaufte Träume, Kinderarbeit und Kinderprostitution in Thailand. In: Tourismus, Prostitution, Entwicklung. Hrsg.: Zentrum für Entwicklungsbezogene Bildung (ZEB), 1983. –Stuttgart. S. 36.

GROUPE DÉVELOPPEMENT (2001): Child Sex Tourism Action Survey. Hrsg.: ECPAT/ International. –Bangkok.

HEALY, Margaret (1996): Prosecuting Child Sex Tourist at Home. In: Enforcing the Law against the Commercial Sexual Exploitation of Children. – Report of the International Consultation, 17.-19. 01.1996, Bangkok. Hrsg.: ECPAT/ International. –Bangkok. S. 16-28.

IMUG – Institut für Markt Umwelt Gesellschaft e.V. an der Universität Hannover (2003): Themenspot Verbraucher und Corporate Social Responsibility – Ergebnisse einer bundesweiten repräsentativen imug-Mehrthemenumfrage Juni 2003. –Hannover.

KÖPKE, Ronald/ RÖHR, Wolfgang (2003): Codes of Conduct – Verhaltensnormen für Unternehmen und ihre Überwachung. –Köln.

KROMREY, H. (1998): Empirische Sozialforschung – Modelle und Methoden der Datenerhebung und Datenauswertung. –Opladen.

LOSANG, Eric (2000): Tourismus und Nachhaltigkeit. Hrsg.: BECKER, Christoph (Trierer Tourismus Bibliographien, Band 12). –Trier.

MAURER, Mechthild (1991): Tourismus – Prostitution – AIDS . –Zürich.

MAURER, Mechthild (1993): Auf der Suche nach Jugendlichkeit – die Sextouristen. In: Gebunden im Schweigen – Sex mit Kindern ist ein Verbrechen. Hrsg.: Schweizer Kampagne gegen Kinderprostitution. –Basel. S. 62.

MAURER, Mechthild (2002): Der 2. Weltkongress drängt auf wirksame Maßnahmen gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern. In: Zweiter Weltkongress gegen die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern. Hrsg.: epd-Dokumentation, 19/02. –Frankfurt am Main. S. 4-5.

MEZZASALMA, Roman (1994): Öko-Management für Reiseveranstalter. Hrsg.: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern (Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, Band 31). –Bern.

MUNTARBHORN, Vitit (1996): Bericht über den Weltkongress gegen die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern in Stockholm vom 27. bis zum 31. August 1996. Hrsg.: epd-Dokumentation, 42/96. –Frankfurt am Main. S. 4-17.

MUNTARBHORN, Vitit (2002): Von Stockholm nach Yokohama. In: Zweiter Weltkongress gegen die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern. Hrsg.: epd-Dokumentation, 19/02. –Frankfurt am Main. S. 9-15.

NIESNER, Elvira (1995): Prostitutionstourismus – Zusammenfassende Schlussbetrachtung. In: Sextourismus und „Dritte Welt“. Hrsg.: VEHEMENT, Standpunkte 1/95. –Köln. S. 42-43.

O'CONNELL DAVIDSON (1998): In: Die Bekämpfung des Sextourismus mit Kindesmissbrauch – Erstes europäisches Treffen der Aktionsteilnehmer – Reden und Beiträge. Hrsg.: EUROPÄISCHE KOMMISSION / DG XXIII – Direktion Tourismus. –Brüssel. S. 25-30.

O'GRADY, Ron (1982): Zwischenlandung Dritte Welt – Ein Beitrag zur Tourismus-Kritik. Hrsg.: Dienste in Übersee (Texte zum kirchlichen Entwicklungsdienst, 27). –Frankfurt am Main

O'GRADY, Ron (1992): Gebrochene Rosen – Kinderprostitution und Tourismus in Asien. Hrsg.: Third World Tourism European Ecumenical Network (TEN). –Unkel/Rhein und Bad Honnef.

O'GRADY, Ron (1996): Kampf der Kinderprostitution – Die ECPAT-Kampagne. Hrsg.: Tourism Watch (ZEB). –Leinfelden-Echterdingen.

O'GRADY, Ron (1997): Die Vergewaltigung der Wehrlosen – Sextourismus und Kinderprostitution. Hrsg.: Tourism Watch. –Leinfelden-Echterdingen.

PLÜSS, Christine (1993): Nicht Worte, sondern Taten sind gefordert. In: Gebunden im Schweigen – Sex mit Kindern ist ein Verbrechen. Hrsg.: Schweizer Kampagne gegen Kinderprostitution. –Basel. S. 70-71.

RENSCHLER, Regula et al. (1991): Ware Liebe: Sextourismus, Prostitution, Frauenhandel. –Wuppertal.

RESPECT – Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung (1/2002): Code of Conduct Newsletter. –Wien.

RESPECT – Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung (12/2001): Evaluation zum Einsatz des Inflight-Spots „Kindesmißbrauch ist kein Kavaliersdelikt“ – Einschätzungen der Reisenden – Erfahrungen mit dem Einsatz des Spots auf Langstreckenflügen. –Wien.
Als pdf-Datei unter:

http://www.respect.at/content.php?m_id=7&id=64&newsdetail=101&ch_id=136 - 31.12.2003.

ROTHER, Andrea (1998): In: Die Bekämpfung des Sextourismus mit Kindesmissbrauch – Erstes europäisches Treffen der Aktionsteilnehmer – Reden und Beiträge. Hrsg.: Europäische Kommission / DG XXIII – Direktion Tourismus, Brüssel, S. 101-105.

SAND, Lotta (2003): Training of Tour Operators and Travel Agents. – Unterlagen zur Europäischen Konferenz zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus, Rom, 03.-04.04.2003.

SCARPATI, Marco (2003): The Client in C.S.E.C.: A First Analysis. – Unterlagen zur Europäischen Konferenz zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus, Rom, 03.-04.04.2003.

SCHNELL, Rainer; HILL, Paul; ESSER, Elke (1992): Methoden der empirischen Sozialforschung. –3. Aufl., München/Wien.

SEGETH, Uwe-Volker (1980): Kinder, die sich verkaufen. –Frankfurt/M – Berlin – Wien.

STÄBLER, Martin (1995): Die internationale Kampagne „End Child Prostitution in Asian Tourism“ und die internationalen Kampagnen. In : Kinderprostitution und Tourismus – Die deutsche Kampagne gegen Kinderprostitution im Sextourismus 1991 – 1994. Hrsg.: Kampagne gegen Kinderprostitution im Sextourismus. S. 7-11.

STÜCKELBERGER, Christoph (2002): Ethik der Etiketten – Die entwicklungsethische Bedeutung von Labels und Verhaltenskodizes im Welthandel. In: ULRICH, Peter; WAXENBERGER, Bernhard: Standards und Labels II – Einsatz und Wirkung in der Entwicklungspolitik. –Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik, Nr. 95. Hrsg.: Institut für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen. –St. Gallen. S. 1-20.

TRUONG, Thanh-Dam (1990): Sex, Money and Morality – prostitution and tourism in south-east asia. –London und New Jersey.

UNITED NATIONS INTERNATIONAL CHILDREN’S FUND (UNICEF) (2001): Kinder haben Rechte – Die UN-Konvention über die Rechte des Kindes. Hrsg.: Deutsches Komitee für UNICEF (UNICEF-Dokumentation Nr. 11). –Köln.

WELTTOURISMUSORGANISATION (WTO) (2001a): The Incidence of Sexual Exploitation of Children in Tourism. –Madrid.

WELTTOURISMUSORGANISATION (WTO) (2001b): Protection of Children from Sexual Exploitation in Tourism – Tourism Training Module For Future Tourism Professionals. –Madrid.

WÜRSTLIN, Monika (1995): Tourismus und Kinderprostitution. In: Kinderprostitution und Tourismus – Die deutsche Kampagne gegen Kinderprostitution im Sextourismus 1991 - 1994. Hrsg.: Kampagne gegen Kinderprostitution im Sextourismus. S. 23-28.

WUTTKE, Gisela (1998): Kinderprostitution, Kinderpornographie, Tourismus – Eine Bestandsaufnahme. –Göttingen.

ZENTRUM FÜR ENTWICKLUNGSBEZOGENE BILDUNG (ZEB) (1983): Tourismus, Prostitution, Entwicklung. –Stuttgart.

BÄR, Marion; FELDTKELLER, Hildegard; FUCHS, Heinz (2002): ECPAT – ein internationales Bündnis. In: Gegen das Wegsehen – Informationen zur sexuellen Ausbeutung von Kindern. Hrsg.: ECPAT/Deutschland e.V. –Freiburg. S. 34-35.

Declaration and the Agenda for Action from the First World Congress Against the Commercial Sexual Exploitation of Children, 1996 in Stockholm

ECPAT/ Deutschland (2000): Aktiv zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung – Schulungsmaterialien für die Reisebranche. –Freiburg.

ECPAT/ Deutschland (2002): Gegen das Wegsehen – Informationen zur sexuellen Ausbeutung von Kindern. –Freiburg.

THOMA, Birgit (2002): Kein Kavaliersdelikt, sondern eine Straftat. In: Gegen das Wegsehen – Informationen zur sexuellen Ausbeutung von Kindern. Hrsg.: ECPAT/ Deutschland e.V. – Freiburg. S. 15-17.

WELTTOURISMUSORGANISATION (WTO) (1999): Global Code of Ethics. –Madrid.

Der Spiegel, Nr. 02/2001, Artikel: Wirtschaftsfaktor erster Ordnung, o. S.

Der Spiegel, Nr. 42/1989, Artikel: Verführt, verkauft, verbraucht, S. 226-240.

Die Tageszeitung, Nr. 6829, 17./18.08.2002, Artikel: Es ist furchtbarste Gewalt, S. 16-17.

Die Zeit, Nr. 20, 11.05.1984, Artikel: Die Freier sind das Problem, nicht die Mädchen, S. 57.

Frankfurter Allgemeine Zeitung, o. Nr., 31.08.1996, Artikel: Familien zwingen die eigenen Kinder in die Prostitution, o. S.

Süddeutsche Zeitung, o. Nr., 03.03.1996, Artikel: Kinderschänder lieben jetzt Afrika, o. S.

UNICEF, Nachrichten 1, März 1998, Artikel: Strafverfolgung von Sextouristen schleppend, S. 16-17.

Informations-
broschüren und
Dokumente

Zeitschriften und
Magazine

Internetquellen

Internet 1: <http://www.ecpat.net/eng/CSEC/faq/faq3.asp>
 Internet 2: <http://www.unicef.org/events/yokohama/csec-east-southern-africa-draft.html>
 Internet 3: <http://www.ecpat.de/thematik/thematik.kinderechte/index.html>
 Internet 4: <http://www.ecpat.net/eng/CSEC/faq/faq1.asp>
 Internet 5: <http://www.ilo.org/public/english/standards/ipecc/ratification/convention/text.htm>
 Internet 6: http://www.childwise.net/about_csec/index.html#coCSEC
 Internet 7: http://www.unicef.org/media/media_9482.html
 Internet 8: <http://www.polizei.propk.de/vorbeugung/sex/tourismus/fakten.xhtml>
 Internet 9: http://www.csecworldcongress.org/PDF/en/Stockholm/Background_reading/Theme_papers/Theme%20paper%20Tourism%201996_EN.pdf
 Internet 10: http://www.world-tourism.org/protect_children/research/Survey_Analysis.pdf
 Internet 11: <http://abcnews.go.com/sections/travel/dailynews/childsextourism000824.html>
 Internet 12: <http://www.karo-sozialprojekt.de/seite2.htm>
 Internet 13: http://www.csecworldcongress.org/PDF/en/Stockholm/Background_reading/Theme_papers/Theme%20paper%20Sex%20Exploiter%201996_EN.pdf
 Internet 14: <http://www.ecpat.net/eng/CSEC/faq/faq8.asp>
 Internet 15: http://www.csecworldcongress.org/PDF/en/Stockholm/Background_reading/Theme_papers/Theme%20paper%20Rehabilitation%201996_EN.pdf
 Internet 16: http://www.csecworldcongress.org/PDF/en/Yokohama/Background_reading/Briefing_notes/Note%208%20HIVAIDS.pdf
 Internet 17: <http://www.focalpointngo.org/DOCS/English/Realityturnedupside.htm>
 Internet 18: http://www.csecworldcongress.org/PDF/en/Yokohama/Background_reading/Theme_papers/Theme%20paper%20The%20Sex%20Exploiter.pdf
 Internet 19: <http://www.ecpat.de/wir/wir.verein/index.html>
 Internet 20: http://www.world-tourism.org/protect_children/index.htm
 Internet 21: http://www.world-tourism.org/protect_children/child_more.htm
 Internet 22: http://www.csecworldcongress.org/PDF/en/Yokohama/Background_reading/Theme_papers/Theme%20paper%20Role%20of%20the%20Private%20Sector.pdf
 Internet 23: http://www.world-tourism.org/protect_children/legislation_country/cambodia.htm
 Internet 24: http://www.csecworldcongress.org/en/yokohama/Background/Theme_papers.htm
 Internet 25: http://www.ecpat.org/projects/members/downloads/Summary_report_TT1_2002.pdf
 Internet 26: <http://www.bundestag.de/mdbhome/GradiRe0/berlin.htm>
 Internet 27: <http://www.weltkindergipfel.de/downloads/kinderrechteindeutschland.pdf>
 Internet 28: http://www.respect.at/content.php?m_id=7&id=64&newsdetail=81&ch_id=136
 Internet 29: http://www.thecode.org/index.php?page=2_3_2
 Internet 30: http://www.ecpat.net/eng/Ecpat_inter/projects/sex_tourism/sex_tourism.asp#2
 Internet 31: http://www.driv.de/aktuell_haupt93.html
 Internet 32: <http://www.polizei.propk.de/vorbeugung/sex/tourismus/index.xhtml>
 Internet 33: http://www.driv.de/presse_haupt238.html
 Internet 34: <http://www.ecpat.de/aktiv/index.html>
 Internet 35: <http://www.tui.de/>
 Internet 36: <http://www2.thomascook.de/tc/hotelsuche.jsp>
 Internet 37: http://www.thecode.org/index.php?page=4_1#monitoring
 Internet 38: http://www.thecode.org/index.php?page=4_4
 Internet 39: http://www.accor.com/gb/groupe/dev_durable/mecenat.asp

Kataloge
von Reise-
veranstaltern

DERTOUR, Dr. Tigges,	Katalog Asien China, Winter 03/04 Katalog „Ferne Länder erfahren...“, Asien, Afrika, Orient und Amerika, Januar – Dezember 2004
FTI,	Katalog Asien, Winter 03/04
Gebeco,	Katalog „Länder erleben“, China, Japan und Korea, Juli 03 –April 04
ITS,	Katalog Fernreisen, Winter 03/04
Jahn-Reisen,	Katalog Fernreisen, Winter 03/04
Marco Polo-Reisen,	Katalog „Entdeckerreisen“, Afrika, Amerika, Asien, Australien, 04/05

Meier´s Weltreisen,	Katalog Asien, Winter 03/04
Neckermann,	Katalog Fernreisen, Winter 02/03
Neckermann,	Katalog Fernreisen, Sommer 03
Neckermann,	Katalog Preisknüller Fernreisen, Winter 03/04
Öger Tours,	Katalog Fernreisen, Kuba, Dom. Republik, Thailand, Sri Lanka, Winter 03/04
Studiosus,	Katalog „Intensiverleben“, Afrika, Amerika, Asien, Australien, 04/05
Thomas Cook,	Katalog Fernreisen, Winter 03/04
Tjaereborg,	Katalog Fernreisen, Winter 03/04
TUI,	Katalog Asien Australien, Sommer 2003
TUI,	Katalog Asien Australien, Winter 03/04

Weitere Publikationen

Weitere Publikationen des EED erhalten Sie, wenn Sie uns eine Kopie dieser Seite schicken oder über www.eed.de

Hiermit bestelle ich kostenfrei:

(Bitte Anzahl der gewünschten Exemplare angeben)



EED Skriptum 1
„Landwirtschaft und ländliche Entwicklung.
Entwicklungsfachkräfte teilen ihre Erfahrungen“



EED Skriptum 2
„Voneinander Lernen. Eine Handreichung
zur Gestaltung Ökumenischer Lernreisen“



„Früchte der Vielfalt. Globale Gerechtigkeit
und der Schutz traditionellen Wissens“



„Biopiraten in der Kalahari?
Wie indigene Völker
um ihre Rechte kämpfen“



EED-Arbeitsbericht
„Die jährliche Bilanz der Arbeit des EED“



„Entwicklung in Partnerschaft
– aus unserer Arbeit“
Den Weg der Gerechtigkeit gehen:
Partnerschaftliche Entwicklungsarbeit

kostenfrei

Name:

Adresse:

Datum und Unterschrift:

EED Öffentlichkeitsarbeit

Ulrich-von-Hassell-Straße 76
53123 Bonn

Telefon (0228) 81 01-0

Telefax (0228) 81 01-160

eed@eed.de



KNIEBISSTRASSE 29
70188 STUTTGART
TELEFON 0711/2847243
FAX 0711/2846936
info@ezef.de
www.ezef.de

Verleihagentur:

EVANGELISCHE MEDIENZENTRALE STUTTGART

AUGUSTENSTRASSE 124
70197 STUTTGART
TELEFON 0711/2227667



EZEF ist eine Fachstelle des Evangelischen Entwicklungsdienstes (EED).
Trägerorganisation ist das Gemeinschaftswerk der
Evangelischen Publizistik (GEP)

EZEF

Agentur für
Filme aus
dem Süden

Faat Kiné

von Ousmane Sembène

"Sembene ist mit seinem Film etwas viel Schöneres gelungen als Übergroße: Kino auf Augenhöhe" *Tagesspiegel*

"Afrika hat viele neue Geschichten zu erzählen und es erzählt sie auf hinreißende Art." *Berliner Zeitung*

Allen Widrigkeiten zum Trotz hat sich Faat Kiné, eine selbstbewußte und energische Frau, eine wirtschaftlich gesicherte Existenz als Besitzerin einer Tankstelle in Dakar aufgebaut. Der Tag an dem ihre beiden Kinder ihr Abitur ablegen, bietet Anlaß für Faat Kiné, zurückzublicken – auf Zurückweisung, Betrug und Verrat durch ihren Vater und die beiden Väter ihrer Kinder. Aber sie blickt auch in die Zukunft: die Kinder werden das Haus verlassen und Faat Kiné wird ihre Unabhängigkeit nicht ein weiteres mal verlieren!

DVD bei EZEF – zu kaufen oder zu leihen:

- *Die kleine Verkäuferin der Sonne & Das Los*, v. Djibril Diop Mambety
- *Rachida*, v. Yamina Bachir-Chouikh
- *Reise zur Sonne*, v. Yesim Ustaoglu
- *Kinderwelt – Weltkinder* (8 Kurzfilme aus Asien, Afrika u. Lateinamerika)
- *Steps for the Future* – Alltag im südlichen Afrika im Zeichen von HIV/AIDS (8 Kurzfilme aus dem südlichen Afrika)

TourismWatch

Informationsdienst Dritte Welt-Tourismus

Kostenloses Abonnement –

erscheint viermal im Jahr

Melden Sie sich auf der Mailing-Liste an!

www.tourism-watch.de



EED TourismWatch bietet

- Hintergrund zu Tourismus und Entwicklung
- Meldungen und Infos
- Ausstellungen – und Veranstaltungshinweise
- Buchbesprechungen
- Dokumente

EED TourismWatch schreibt für

- Journalisten
- Mitarbeitende und Führungskräfte der Reiseindustrie
- Studierende und Auszubildende im Tourismus
- Lehrkräfte an Hoch- und Fachschulen
- Bildungseinrichtungen
- Reisende

Herausgeber:

Evangelischer Entwicklungsdienst e. V. (EED)

Redaktion: Ludmilla Tütting

Verantwortlich: Heinz Fuchs

EED-Arbeitsstelle TOURISM WATCH

Ulrich-von-Hassell-Str. 76
53123 Bonn

tourism-watch@eed.de
www.tourism-watch.de

Tränen heilen die Wunden nicht. Kinderprostitution im Tourismus

Der Evangelische Entwicklungsdienst setzt sich für Kinderrechte weltweit ein. Durch das gemeinsame Handeln von Politik, Wirtschaft, Nichtregierungsorganisationen und Kirchen können Prostitution und Pornografie mit Kindern und der Handel mit Kindern zur sexuellen Ausbeutung eingedämmt und überwunden werden. Sabine Minninger untersucht in ihrer Diplomarbeit das Engagement der deutschen Reiseindustrie für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung durch Touristen.