



# Eine-Welt-Presse

Herausgegeben von der Deutschen Gesellschaft für die Vereinten Nationen (DGVN)

02/2017 | 34. JAHRGANG | ISSN 1614-5437



## NACHHALTIGER TOURISMUS

### Wie eine riesige Branche zur Entwicklung beitragen soll

Tourismus soll Arbeitsplätze schaffen, für wirtschaftlichen Aufschwung sorgen und das Leben vieler Menschen verbessern – doch so einfach ist es leider nicht. Die Eine-Welt-Presse befasst sich in dieser Ausgabe mit der Frage, wie nachhaltiger Tourismus tatsächlich zu Entwicklung beitragen kann und was die internationale Gemeinschaft dafür leistet.

Reisen und Tourismus sind von enormer wirtschaftlicher Bedeutung. Einer von zehn Jobs weltweit hing im Jahr 2016 von der Branche ab. Das waren gut 292 Millionen Arbeitsplätze. Und der Sektor wächst mit 2,5 Prozent schneller als die restliche Weltwirtschaft. Die global vernetzte Tourismusindustrie trägt damit eine enorme Verantwortung für viele Menschen.

Doch dieser wird sie nicht immer gerecht. Immer mehr CO<sub>2</sub>-Ausstoß durch internationale Flugreisen, verschmutzte Landschaften und menschenunwürdige Arbeitsbedingungen in den Tourismusregionen – das sind nur einige der katastrophalen Auswirkungen vor allem von Massentourismus.

Die Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen (UNWTO) (mehr dazu auf S. 2) hat daher schon 2005 zusammen mit dem Umweltprogramm der UN (UNEP) definiert, wie nachhaltiger Tourismus aussehen soll: Grundsätzlich muss dieser sowohl gegenwärtige als auch zukünftige Auswirkungen, seien sie ökonomisch, sozial oder ökologisch, berücksichtigen. Denn nachhaltige Entwicklung bedeutet, sowohl wirtschaftlichen Aufschwung als auch Umweltschutz und soziale Gerechtigkeit zusammenzudenken.

Bezogen auf die ökonomische Nachhaltigkeit von Tourismus müssen neben der Industrie auch andere Interessengruppen profitieren und Gewinne fair verteilt werden. Dadurch soll nachhaltiger Tourismus zu gerechter wirtschaftlicher Entwicklung beitragen und globale Armut reduzieren.

Nachhaltiger Tourismus muss außerdem natürliche Ressourcen optimal nutzen und dadurch etwa die Biodiversität bewahren. Das ist allein deshalb wichtig, weil gerade schöne Strände, saubere Meere und eine vielfältige Tierwelt Touristinnen und Touristen locken.

Darüber hinaus muss nachhaltiger Tourismus die Bedürfnisse sowohl der Reisenden als auch der lokalen Bevölkerung beachten. Dazu gehört etwa, soziale und kulturelle Besonderheiten zu respektieren und zu schützen, seien es traditionelle Werte oder bedeutende Gebäude. Somit dient nachhaltiger Tourismus auch der interkulturellen Verständigung und soll Frieden, Wohlstand sowie Respekt für Freiheit und Menschenrechte schaffen.

Um diese Ziele voranzutreiben, haben die Vereinten Nationen (UN) 2017 zum Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung erklärt. Solche UN-Jahre setzen zwölfmonatige Schwerpunkte und bezwecken eine Zusammenarbeit bei globalen Themen, die oft entwicklungspolitisch relevant sind, aber bisher vernachlässigt wurden. Die Organisation und Durchführung des UN-Jahres 2017 übernahm die UNWTO.

Diese hat sich dabei bemüht, verstärkt für nachhaltigen Tourismus zu werben. In verschiedenen Feiern, Veranstaltungen und Veröffentlichungen hat die Organisation versucht, Mut zu machen. Doch von zivilgesellschaftlicher Seite kritisiert etwa TourismWatch, dass noch viel mehr passieren muss (mehr dazu auf S. 8).

In der Branche und bei uns allen, die wir Freude daran haben zu reisen, sind also nachhaltige Veränderungen gefragt. Der Blick auf die Herausforderungen im internationalen Tourismus zeigt, wie schwierig es dabei ist, allen drei Dimensionen von Nachhaltigkeit gerecht zu werden. Doch positive Beispiele wie hier aus Marokko (mehr dazu auf S. 5–7) machen Hoffnung.

**DIE ROLLE DER INTERNATIONALEN GEMEINSCHAFT** Seite 2

**IY 2017 / SDGs UND TOURISMUS** Seite 3

**DIE SCHATTENSEITEN DES TOURISMUS** Seite 4

**DAS BEISPIEL MAROKKO** Seite 5

**ARGANÖL** Seite 6

**HENNA CAFÉ UND ABURY STIFTUNG** Seite 7

**UND ICH? WIE WIR FAIR VERREISEN KÖNNEN** Seite 8

**CO<sub>2</sub>-Kompensation**  
**Kulturen Solidarität**  
**Wohlstand UNWTO Fair Verreisen**  
**Kinderarbeit Massentourismus Gerechtigkeit**  
**Nachhaltiger Tourismus Marokko**  
**Umweltschutz Wasserverbrauch Sextourismus**  
**Pauschalreise Menschenrechte SDGs**  
**Entwicklung Profite Rucksacktourismus Urlaub**



**Liebe Leserinnen und Leser,**

die Vereinten Nationen haben das Thema „nachhaltiger Tourismus für Entwicklung“ im Jahr 2017 in den Fokus gerückt. Besonders die Welttourismusorganisation (UNWTO) war daran beteiligt. Diese Sonderorganisation der Vereinten Nationen setzt sich sowohl für mehr Wachstum der Branche als auch für nachhaltigen und ethischen Tourismus ein. Das ist nicht unumstritten und kann mitunter zu Widersprüchen führen. Mögliche Lösungen betreffen nicht nur Tourismusindustrie und Politik, sondern auch Touristinnen und Touristen. Wir alle müssen uns fragen, wie wir fair verreisen können und einen Tourismus fördern, der möglichst sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltig ist. Das ist anspruchsvoll und nicht immer einfach, aber die gute Nachricht lautet: Wir alle können etwas tun!

Die vorliegende „Eine-Welt-Presse“ ist das Ergebnis einer Recherche für Journalistinnen und Journalisten, welche die Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e. V. im November 2017 nach Madrid und Marokko unternommen hat. Die Reise sollte vor allem deutschen Regionalzeitungen das Entwicklungspotenzial von nachhaltigem Tourismus näher bringen und einen Einblick in die Arbeit der UNWTO ermöglichen. Mit unserer „Eine-Welt-Presse“ bereiten wir die Reiseerfahrungen nun anschaulich auf und freuen uns, wenn die Beiträge viele Leserinnen und Leser erreichen sowie im Schulunterricht Verwendung finden. Dabei fragen wir nicht nur nach der Rolle der internationalen Gemeinschaft, sondern auch, was nachhaltiger Tourismus eigentlich ist und vor welchen Herausforderungen er steht. Wir betrachten dabei natürlich auch die gesellschaftliche und politische Situation in Marokko, aber auch die Chancen, die der Tourismus für das Land und die Menschen bringen kann. Dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) sind wir für die finanzielle Förderung sowohl der Recherche als auch dieser Publikation sehr dankbar.

Ich wünsche Ihnen eine interessante und erkenntnisreiche Lektüre.

Detlef Dzembritzki, DGVN-Vorsitzender



Lehrerinnen und Lehrer an weiterführenden Schulen bietet das

Programm „UN im Klassenzimmer“ die Möglichkeit, internationale Politik für ihre Schülerinnen und Schüler erlebbar zu machen. Anhand von interaktiven Präsentationen lernen sie die Funktions- und Arbeitsweisen der Vereinten Nationen kennen und erproben in einer Simulation des UN-Sicherheitsrats ihr diplomatisches Geschick. Die Projekte werden von Studierenden durchgeführt, die sich bereits ausführlich mit den Vereinten Nationen beschäftigt haben.

Studierende mit Interesse an politischer Bildungsarbeit und den Vereinten Nationen können im Rahmen des Projektes UN im Klassenzimmer Schülerinnen und Schüler für die Weltorganisation begeistern. Gemeinsam mit einem Teamer bzw. einer Teamerin begleitest du die Schülerinnen und Schüler bei der Erarbeitung des UN-Basiswissens und/oder leitest eine Simulation des Sicherheitsrats an. Die DGVN bereitet dich optimal auf diese Aufgaben vor und stellt alle benötigten Materialien zur Verfügung.

Mehr Infos unter [www.UN-Klassenzimmer.de](http://www.UN-Klassenzimmer.de) oder direkt per Mail an [UNKlassenzimmer@dgvn.de](mailto:UNKlassenzimmer@dgvn.de)

# DIE ROLLE DER INTERNATIONALEN GEMEINSCHAFT

## ZUSAMMENARBEITEN, UM DEN TOURISMUSSEKTOR GLOBAL ZU GESTALTEN

Tourismus spielt in den Vereinten Nationen seit vielen Jahren eine wichtige Rolle. Vor allem die Welttourismusorganisation setzt sich dafür ein, dass die Branche nachhaltig wächst. Doch ihre Nähe zur Privatwirtschaft wird auch kritisiert.

Die Tourismusindustrie ist eng verwoben mit der Agenda der Vereinten Nationen: Im Jahr 1970 wurde die Welttourismusorganisation (UNWTO) gegründet. Seit 2003 ist sie eine Sonderorganisation der UN mit Sitz in Madrid. Doch internationalen Tourismus gab es schon zuvor und bereits seit 1925 arbeitete die Industrie mit einem Vorläufer der Organisation zusammen.

Mittlerweile sind über 500 Organisationen, die vor allem den Privatsektor repräsentieren, aber auch 158 Staaten – darunter Deutschland – Teil der UNWTO. Das Ziel der Welttourismusorganisation ist ein verantwortungsvoller, nachhaltiger und für alle Menschen zugänglicher Tourismus (mehr dazu auf S. 1). Dadurch soll die wirtschaftliche Entwicklung insbesondere im Globalen Süden\* angekurbelt werden. Konkret fördert sie etwa selbstständiges Unternehmertum in kleinen Tourismusprojekten.

Die Arbeit der Welttourismusorganisation verfolgt zwei miteinander verbundene Ziele. Zum einen soll das Tourismusangebot wettbewerbsfähiger und besser werden. Dazu erhebt die Organisation etwa detaillierte Statistiken zu weltweitem Tourismus und stellt einen gewaltigen Anstieg internationaler touristischer Ankünfte fest. Für das Jahr 2000 hatte die UNWTO beispielsweise noch 674 Millionen internationaler touristischer Ankünfte gezählt, 2016 waren es schon über 1,2 Milliarden.

Zum anderen wirbt die UNWTO auch für Nachhaltigkeit und Ethik in der Branche. Tourismus soll dabei helfen, weltweit Armut zu reduzieren und Umweltschutz sowie biologische Vielfalt stärken. Die negativen Auswirkungen des Sektors sollen minimiert werden. Dafür steht seit 1999 auch der Globale Ethikkodex für Tourismus der UNWTO ([ethics.unwto.org](http://ethics.unwto.org)). Dieser appelliert an die privatwirtschaftliche Tourismusindustrie, Staaten sowie Touristinnen und Touristen.



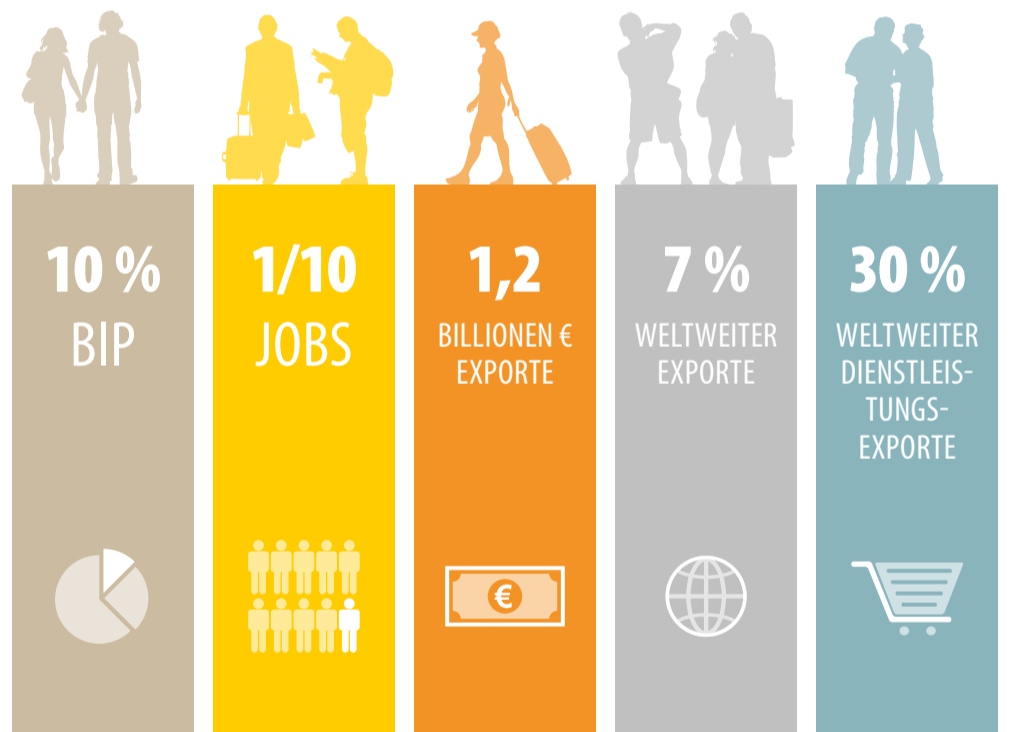
Auch innerhalb des restlichen UN-Systems rückt Tourismus immer mehr ins Blickfeld. Das zeigen auch verschiedene UN-Konferenzen. So thematisierte der Rio+20-Gipfel 2012, wie Tourismus zu nachhaltiger Entwicklung beitragen kann. Mittlerweile macht sich die UNWTO dafür stark, dass der Sektor die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) unterstützt (mehr dazu auf S. 3). Die UN Habitat III-Konferenz wiederum brachte 2016 Tourismus und nachhaltige Stadtentwicklung zusammen. Auch im Jahr zuvor spielte Tourismus eine wichtige Rolle bei der Pariser Klimakonferenz. Denn gerade wenn es um

\* Der Begriff „Globaler Süden“ ist nicht rein geografisch zu verstehen. Er steht – im Gegensatz zum „Globalen Norden“ – für eine in der aktuellen Weltordnung gesellschaftlich, politisch und ökonomisch benachteiligte Position. Anders als die Bezeichnung „Entwicklungsländer“ ist „Globaler Süden“ wertfrei.

den Klimawandel geht, birgt Tourismus neben Chancen viele Gefahren (mehr dazu auf S. 4). In Paris betonte die UNWTO auch, wie wichtig die Zusammenarbeit mit dem Privatsektor ist.

Diese große Nähe der UNWTO zur privatwirtschaftlichen Tourismusindustrie, etwa zu Fluggesellschaften und Reiseagenturen, und der Fokus auf öffentlich-private Partnerschaften sind ungewöhnlich für eine UN-Organisation. Teilweise wird diese Zusammenarbeit als Stärke gewertet. Nichtregierungsorganisationen kritisieren den Einfluss von Tourismuskonzernen jedoch auch. Die UNWTO werbe für die Branche und setze zu einseitig auf immer mehr Wachstum. Als Gegengewicht fordern sie mehr Mitsprachemöglichkeiten für die Zivilgesellschaft (mehr dazu auf S. 8).

## DIE BEDEUTUNG VON TOURISMUS



Zahlen für 2016, Quelle: UNWTO

## GESPRÄCH MIT MÁRCIO FAVILLA, EXEKUTIVDIREKTOR DER UNWTO

**Was bewirkt nachhaltiger Tourismus jenseits wirtschaftlicher Profite?**  
Tourismus hat zwei Seiten: den Nutzen für den einzelnen Reisenden und für das Zielland. Dieses sollte dadurch besser dastehen als zuvor. Tourismus sollte mehr geben als nehmen und auch der lokalen Bevölkerung nutzen. Tourismus baut auf natürlichen und kulturellen Werten auf. Er kann dabei helfen, mehr Wertschätzung für kulturelle Besonderheiten und Unterschiede zu schaffen, derer sich eine Gesellschaft vielleicht gar nicht bewusst war.

**Wie geht die UNWTO gegen die Schattenseiten des Tourismus vor?**  
Wir schauen bei den Problemen, welche die falschen Formen von Tourismus schaffen können, nicht weg. Wir regen hingegen die nationalen Ministerien an, sich diesen zu stellen. „Sextou-

rismus“ beispielsweise ist ein Verbrechen, das ist kein Tourismus. Es muss internationale Kooperation, etwa mit der Polizei, geben. Auch bezüglich der Ausbeutung von Kindern im Tourismus, sei es sexuell oder durch Kinderarbeit, müssen wir mehr Bewusstsein schaffen. Wir müssen Länder dazu bringen, entsprechende Gesetze zu erlassen. Da hat die UNWTO bereits viel getan, aber es gibt noch immer große Herausforderungen.

**Im Internationalen Jahr für nachhaltigen Tourismus hat die UNWTO auch Touristinnen und Touristen angesprochen. Warum ist das so wichtig?**  
Die Reisenden selbst erwarten heute, dass Tourismusunternehmen nachhaltig sind. Das Internet hat da neue Möglichkeiten zum Handeln geschaffen. Früher wollten die meisten Menschen

auf Reisen nur die schönen Dinge fotografieren, heute sind sich mehr Leute ihrer eigenen Verantwortung bewusst und darüber, dass sie „Whistleblower“ sein können. Die sozialen Medien haben uns allen neue Macht gegeben: Touristinnen und Touristen dokumentieren dort auch das, was schlecht läuft. Die Tourismusanbieter kann das schließlich teuer zu stehen kommen. Andererseits können sie auch profitieren, wenn sie richtig handeln. Also kümmern sie sich um die unterschiedlichen Aspekte von Nachhaltigkeit. Weil sie eben nicht die Schuld dafür tragen wollen, dass Tourismus nicht nachhaltig ist. Ich muss aber zugeben, dass viele sich noch zu wenig darum sorgen.

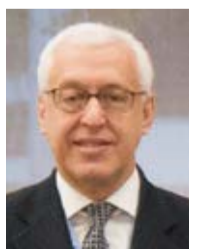


Foto: Astrid Ehrenhauser

# POSITIONEN UND ANSÄTZE DER UNWTO IM INTERNATIONALEN JAHR 2017

## FÜNF SÄULEN FÜR NACHHALTIGEN TOURISMUS

Im Internationalen Jahr hat die Welttourismusorganisation fünf Schlüsselbereiche ausgerufen, in denen Entwicklung durch nachhaltigen Tourismus gelingen soll.



INKLUSIVES UND NACHHALTIGES WIRTSCHAFTLICHES WACHSTUM



SOZIALE INKLUSIVITÄT, BESCHÄFTIGUNG UND ARMUTSREDUZIERUNG



EFFIZIENTE RESSOURCENNUTZUNG, UMWELTSCHUTZ UND KLIMAWANDEL



KULTURELLE WERTE, VIELFALT UND KULTURERBE



GEGENSEITIGES VERSTÄNDNIS, FRIEDEN UND SICHERHEIT

Die UNWTO will dem Entwicklungspotenzial von nachhaltigem Tourismus umfassend gerecht werden und fokussiert daher fünf Schlüsselbereiche (siehe Darstellung links). Dadurch soll jede Dimension von Tourismus entsprechend berücksichtigt werden. Mit Blick auf diese Bereiche schlägt die Welttourismusorganisation nationalen Regierungen, internationalen Organisationen, dem Privatsektor, wissenschaftlichen Institutionen und nichtstaatlichen Organisationen (NGOs) jeweils konkrete Aktivitäten vor. Außerdem soll nachhaltiger Tourismus einheitlich statistisch gemessen werden. Dazu entwickelt eine Arbeitsgruppe Maßstäbe. Für die breite Öffentlichkeit hat die UNWTO all das unter dem Motto „Travel.Enjoy.Respect“ ([www.travelenjoyrespect.org](http://www.travelenjoyrespect.org)), sprich Reisen, Genießen und Respektieren, beworben. Die Kampagne zielt direkt auf Touristinnen und Touristen ab, um nachhaltiges Reisen (mehr dazu auf S. 8) zu etablieren.



## SDGs – 17 ZIELE FÜR UNSERE ZUKUNFT

Die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)\* sollen eine sozial, ökologisch und wirtschaftlich nachhaltige Zukunft für unsere Welt sichern. Am 25. September 2015 haben alle 193 Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen diese 17 Ziele verabschiedet. Sie sind Teil der „Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“. Diese ist ein globaler Aktionsplan, der auch künftigen Generationen ein erfülltes Leben ermöglichen soll.

An den mehrjährigen Beratungen zu den 17 Zielen mit ihren 169 Zielvorgaben und 232 Indikatoren waren über eine Million Bürgerinnen und Bürger, Organisationen und Regierungsstellen beteiligt.

\* Abgekürzt von ihrem englischen Namen Sustainable Development Goals werden sie auch kurz als SDGs bezeichnet.

Die SDGs legen für verschiedene Herausforderungen wie Armuts- und Hungerbekämpfung sowie hochwertige Bildung überprüfbare Zielvorgaben fest, die bis zum Jahr 2030 umgesetzt werden sollen. Von 2000 bis 2015 hatten die Millennium-Entwicklungsziele (MDGs) Vorgaben zur Verbesserung der weltweiten Entwicklung gemacht. Nun wurden sie von den SDGs abgelöst, die anders als die MDGs universell gültig sind. Das heißt: Auch vergleichsweise wohlhabende Länder wie Deutschland müssen die Lebensverhältnisse verbessern und nachhaltiger gestalten.

## TOURISMUS UND DIE SDGs

Das Internationale Jahr 2017 hat sich den Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) verschrieben. Tourismus – und vor allem die Hoffnung auf Entwicklung dadurch – hängt grundsätzlich mit allen 17 Zielen zusammen. Tourismus wird explizit in drei der SDGs genannt. So fordern Ziel 8 „Gute Arbeitsplätze und wirtschaftliches Wachstum“ und Ziel 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ politische Maßnahmen und die Sicherstellung, dass Tourismus Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und Produkte fördert. Ziel 14 „Leben unter dem Wasser“ schreibt außerdem vor, Ressourcen der Meere auch mittels Tourismus so zu managen, dass auch die sogenannten „am wenigsten entwickelten Länder“ und Inselstaaten wirtschaftlich davon profitieren.

Selbstverständlich sind auch weitere SDGs mit Blick auf nachhaltigen Tourismus von großer Bedeutung. Besonders etwa Ziel 1 „Keine Armut“, Ziel 3 „Gute Gesundheitsversorgung“, Ziel 4 „Hochwertige Bildung“, Ziel 5 „Gleichberechtigung der Geschlechter“ und Ziel 15 „Leben an Land“. Damit nachhaltiger Tourismus der Agenda 2030 gerecht werden kann, müssen

sowohl Politik, Unternehmen als auch Touristinnen und Touristen (mehr dazu auf S. 8) tiefgreifende Veränderungen anstrengen.

Besonders in Konflikt steht Tourismus häufig mit Ziel 6 „Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen“, auch wenn die SDGs das dort nicht ausdrücklich nennen. Denn Reisen bedeutet oft einen viel höheren Wasserverbrauch als zu Hause, Urlaubsziele liegen häufig in wasserarmen Regionen, wo die lokale Bevölkerung unter Wasserverschwendung oder -verunreinigung leidet.

Im Rahmen der Agenda 2030 haben auch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zusammen mit NGOs das Entwicklungspotenzial von Tourismus anhand der einzelnen SDGs geprüft. Unter dem Stichwort „Transforming Tourism“ gehen sie jedoch über die 17 Zielvorgaben hinaus und fordern zusätzlich mehr Transparenz, politische Rechenschaft und vor allem Partizipation. So sollen die betroffenen Menschen in Tourismusdestinationen etwa informiert mitentscheiden dürfen. Nur so könne Tourismus zu nachhaltiger Entwicklung beitragen.



Mehr zu „Transforming Tourism“ unter:  
[www.transforming-tourism.org](http://www.transforming-tourism.org)

# DIE SCHATTENSEITEN DES TOURISMUS

## UNGERECHTE INDUSTRIE: INTERNATIONALER TOURISMUS BIRGT GEFAHREN FÜR MENSCH UND UMWELT

Noch immer gilt vielerorts: Je mehr Tourismus, desto besser. Jedoch kommt die Nachfrage vor allem aus dem Globalen Norden, während im Globalen Süden einheimische Wirtschaft und Menschen längst nicht immer profitieren. Aufgrund von Subventionen und Vergünstigungen bei Steuern und Investitionen nutzt es der lokalen Wirtschaft kaum, wenn internationale Hotelketten Touristinnen und Touristen mit All-inklusive-Angeboten locken. Auf die Spitze treiben das Kreuzfahrtschiffe, bei denen weder Transport noch Übernachtung und Verpflegung Profite für die Tourismuszielländer abwerfen – viel Müll und Abgase hingegen schon.

So vergrößert die Tourismusindustrie oft bestehende Ungleichheiten zwischen und innerhalb von Ländern. Denn die Branche benachteiligt gerade solche Gruppen, die ohnehin Diskriminierung erfahren – sei es etwa aufgrund ihrer Ethnie, sexuellen Orientierung, Klassenzugehörigkeit oder ihres Geschlechts.

### BESONDERS FRAUEN SIND BETROFFEN

Mehr als doppelt so viele Frauen wie Männer arbeiten weltweit in der Tourismusbranche. Teilweise sind es bis zu 70 Prozent. Besonders in wirtschaftlich schwächeren Ländern ist der Sektor sowohl für Männer als auch für Frauen oft die Hauptmöglichkeit Geld zu verdienen.

Die Branche kann der Schlüssel zu mehr Gendergerechtigkeit sein – nicht nur wirtschaftlich, sondern auch auf sozialer und politischer Ebene. Frauen – bezogen auf ihre Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe – arbeiten gerade deshalb so häufig in dem Bereich, weil Einstiegshürden niedrig und Arbeitszeiten flexibel sind. Das wiederum kann zu mehr finanziellem Spielraum führen. Die Folge ist (wirtschaftliches) Empowerment\* einschließlich eines einfacheren Zugangs zu Ressourcen und mehr Handlungsspielraum für Frauen. Tourismus kann ein Türöffner aus der Armut sein und ist eine Möglichkeit für Frauen, am öffentlichen Leben teilzuhaben. Er kann ihre Stellung in der Gesellschaft aufwerten, ihr Selbstbewusstsein stärken und auch in den

\* „Empowerment“ bezieht sich auf einen Prozess, der Menschen ermächtigt, eigenverantwortlich zu handeln. Zuvor war ihnen das wegen struktureller Diskriminierung verwehrt. Durch Möglichkeiten und Fähigkeiten können sie dann ihr eigenes Leben und die Gesellschaft in wirtschaftlicher, politischer und sozialer Hinsicht mitgestalten.



Dieser marokkanische Junge bietet Reisenden einen Kamelritt an. Jobs in der Tourismusbranche sind oft informell, schlecht bezahlt und selten sozial abgesichert. Damit entsprechen sie häufig nicht den Kriterien für menschenwürdige Arbeit.

Bereichen Bildung, Infrastruktur und Gesundheitsversorgung positiv wirken.

Doch oft herrschen im Tourismus prekäre Beschäftigungs- und unzumutbare Arbeitsbedingungen. Gerade Frauen arbeiten in schlechten oder sogar unbezahlten Jobs. Zudem verrichten sie häufig weniger angesehene und saisonale Tätigkeiten. Sie landen eher in stereotyp „weiblichen“ Aufgabenbereichen hinter den Kulissen, sei es als Zimmermädchen oder Wäscherin, während Männer in höheren Positionen als Hotelmanager das Vielfache verdienen. Oft haben Frauen informelle Jobs mit geringerer Qualifikation. Das wiederum bedeutet, dass sie bei Unfällen oder Krankheit nicht rechtlich abgesichert sind.

### WENN ARBEIT ZUR AUSBEUTUNG WIRD

Viele dieser Probleme der Tourismusbranche betreffen jedoch nicht nur Frauen. Die Bedingungen in Reisezielländern werden häufig nicht den Kriterien menschenwürdiger Arbeit gerecht. Letztere definiert die UNWTO ähnlich wie die Internationale Arbeitsorganisation der UN (ILO): Menschenwürdige Arbeit muss produktiv sein, ein faires Einkommen, Sicherheit am Arbeitsplatz, soziale Absicherung für Familien,

persönliches Entwicklungspotenzial und soziale Integration bieten. Außerdem sollen Menschen ihre Belange vertreten, sich organisieren und an relevanten Entscheidungen teilhaben können – was gerade im Tourismus noch zu selten der Fall ist. Auch gleiche Chancen und Behandlung von Frauen und Männern gehören zu menschenwürdiger Arbeit.

So verdienen Frauen bei gleicher Arbeit teilweise fast ein Viertel weniger als männliche Kollegen. Tourismus kann also gesellschaftliche Ungleichheiten zementieren und bestehende geschlechtsspezifische Rollenmuster verstärken. Problematisch ist das auch dann, wenn es zu einer Mehrbelastung von Frauen führt. Diese müssen gesellschaftlich bedingt oft zusätzliche Pflichten im Haushalt schultern. Denn durch ihre Arbeit im Tourismussektor ändert sich oft nichts an der Aufgabenverteilung etwa bei der Kinderbetreuung.

Eine andere schreckliche Schattenseite internationaler Tourismusströme sind etwa „Sextourismus“, Prostitution und Menschenhandel. Dadurch werden vor allem Frauen ausgebeutet. Männer sind davon zwar weniger betroffen, doch immer häufiger erfahren auch sie gerade in afrikanischen, karibischen und süd-

ostasiatischen Ländern männlichen und weiblichen „Sextourismus“.

Jenseits von „Sextourismus“ geht die Branche ebenfalls mit sexueller Diskriminierung und Belästigung einher. Weibliche Angestellte im Hotelgewerbe sind oft sexualisierter Gewalt ausgesetzt – auch in Europa: In Dänemark gaben 2015 bei einer Umfrage etwa 27 Prozent der Frauen in der Hotelbranche an, in den vergangenen zwölf Monaten Erfahrungen sexueller Belästigung gemacht zu haben.

### ZU LASTEN NATÜRLICHER RESSOURCEN UND ÖKOSYSTEME

Internationaler Tourismus kann die Umwelt zerstören. Besonders prägnant zeigt sich das am Beispiel des gewaltigen Wasserverbrauchs durch Tourismus. Auf der indonesischen Insel Bali werden etwa 65 Prozent des Wassers im Tourismus verbraucht. Hotels in Sansibar verbrauchen bis zu 2.000 Liter Wasser pro Tourist und Touristin am Tag. Bei einheimischen Haushalten sind es nur 30 Liter. Je größer und luxuriöser die Hotels, desto schlimmer meist die Bilanz für oftmals wasserarme Regionen. Wasserknappheit und -verschmutzung sind die Folgen. Die direkten und indirekten Umweltprobleme belasten Frauen stärker als Männer. Durch geschlechtsspezifische und sozial bedingte Arbeitsteilung sind es meistens Frauen, die sich um die Wasserversorgung kümmern und daher etwa weitere Wege zurücklegen müssen, wenn diese Ressource knapp wird.

Auch im Globalen Norden führen Tourismusströme zur Verschwendung wertvoller Ressourcen wie Wasser oder zu hoher Müllproduktion. Ein hoher Energieverbrauch und Ausstoß von CO<sub>2</sub>-Emissionen macht Tourismus überdies zu einem Umweltsünder. Besonders sogenannter Massentourismus geht häufig ruchlos mit natürlichen Gegebenheiten, seien es bedrohte Tierarten, Korallenriffe oder Gletscher, um. Tourismus verbraucht außerdem viel Fläche. Orte, die sich auf Tourismus spezialisiert haben, werden oft für dessen Bedürfnisse gestaltet, etwa durch riesige Hotelanlagen – ohne jedoch die lokale Bevölkerung einzubeziehen. Protest dagegen regt sich auch in Europa, etwa in Athen, Barcelona, Venedig oder Palma de Mallorca. Hoffnung machen zivilgesellschaftliche Initiativen, die sich für Beteiligung der Menschen vor Ort einsetzen. Sie sollen mitentscheiden und vom Tourismus profitieren.



Prekäre Bedingungen: Der Verkauf von Souvenirs an Straßenständen wie hier in Marrakesch ist häufig ein saisonales und unbeständiges Geschäft. Fotos: Astrid Ehrenhauser

# DAS BEISPIEL MAROKKO

## CHANCEN FÜR NACHHALTIGEN TOURISMUS IN DER PRAXIS

Marokko war 2017 offizieller Partner der UN beim Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung.

Neben staatlichen Strategien gibt es viele Initiativen von einzelnen Akteuren in der Branche.

Hält das Land dadurch sein Versprechen, Vorreiter in Sachen nachhaltiger Tourismus zu sein?

Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftssektor für Marokko. Fast 17 Prozent aller Arbeitsplätze waren im Jahr 2016 von der Branche abhängig. Grundsätzlich gilt das Land als politisch stabiles und sicheres Reiseziel.

Insgesamt leben 35,28 Millionen Menschen in dem nordafrikanischen Königreich mit einem Einkommensniveau der unteren mittleren Stufe. Marokko setzt in seiner Entwicklungsstrategie auch auf Tourismus und betont seit mehreren Jahren, den Sektor nachhaltig und verantwortungsvoll zu gestalten. Seit 2014 steht Marokko neben Frankreich und Südkorea an der Spitze eines sogenannten „10 Jahres Rahmenprogramm zu nachhaltigem Tourismus“ der Welttourismusorganisation. 2017 wurde das Land offizieller Partner des UN-Jahres. In seiner aktuellen Tourismusstrategie „Vision 2020“ hat Marokko schon seit 2010 eine vermeintliche Vorreiterrolle bezüglich Nachhaltigkeit im Tourismus eingenommen. „Vision 2020“ fordert nicht nur die Verdopplung der Tourismusindustrie. Marokko soll sich zudem als glaubwürdiges nachhaltiges Reiseziel etablieren. Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) lobt diese Strategie. Sie setze sowohl auf

Wachstum als auch auf verantwortungsvollen Umgang mit Gesellschaft, Kultur und der Umwelt – insbesondere mit Blick auf die Wasserknappheit im Land.

In dieser Hinsicht hat Marokko auch Handfestes vorzuweisen, etwa in der bei Reisenden beliebten Stadt Marrakesch. Dort werden die sehr wasserintensiven Golfplätze, von denen jeder ungefähr eine Million Kubikmeter Wasser jährlich schluckt, zum Teil mit wiederaufbereitetem Abwasser versorgt. Ein Weg, die Konkurrenz um die Ressource Wasser zwischen Landwirtschaft und Tourismus zu entschärfen.

Außerdem sollen diverse offizielle Kampagnen sensibilisieren, wie etwa seit 2006 die marokkanische Charta für nachhaltigen Tourismus. Dabei handelt es sich um eine Selbstverpflichtung der Branche, die jedoch nicht bindend ist. Daher bleiben derlei Ansätze oft Ideale auf dem Papier und erreichen nicht immer die Realität der marokkanischen Tourismusindustrie, so die Kritik. Doch es gibt einzelne Akteure in der Branche, die aus eigener Initiative nachhaltigen Tourismus voranbringen. Ein paar davon stellt die „Eine-Welt-Presse“ auf den kommenden Seiten vor.



## DIE ÖKO-LODGE ATLAS KASBAH

Wie ein Hotelier es schafft, ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit zu vereinen.

Wenn Hassan Aboutayeb mit seinem kleinen Sohn an dem staubigen Flussbett entlanggeht, erinnert er sich daran, wie er früher in genau diesem Fluss gebadet hat. Bis vor wenigen Jahren sah die Landschaft im westlichen Atlasgebirge bei Agadir anders aus. Mittlerweile haben lange Dürreperioden sie immer stärker ausgetrocknet. Erst kürzlich hat es nach einem Jahr endlich wieder ein wenig geregnet.

Marokko leidet unter immer heißeren Temperaturen, ausbleibendem Regen und somit an Wasserknappheit. Wie vieles davon direkt dem menschengemachten Klimawandel zuzuschreiben ist, weiß niemand. Doch Hassan Aboutayeb möchte nicht schuld daran sein, dass sich die Lage weiter verschlimmert. Daher setzt er seit 2009 mit seiner Öko-Lodge Atlas Kasbah auf Umweltschutz. Bereits 80 Prozent des dortigen Stroms kommen aus den eigenen Solarpanelen, die auch das Wasser der Duschen erhitzen. Eine sparsame Tröpfchenbewässerung gießt die üppigen Gärten aus Kräutern und Zierpflanzen. Das Haus hat ein eigenes biologisches System zur Wasseraufbereitung. Alle Reinigungsmittel kommen ohne Chemie aus.

Doch der Tourismus in der Unterkunft, die einer traditionellen „Kasbah“, einer Festung der Volksgruppe der Berber, nachempfunden ist, soll nicht nur in ökologischer Hinsicht nachhaltig sein. Auch wirtschaftlich, kulturell und sozial will Hassan Aboutayeb seiner Heimat in der Region Souss-Massa langfristig Nutzen bringen. In der Atlas Kasbah können Touristinnen und Touristen aus einem sogenannten „solidarischen Regal“ etwa Arganöl, Honig, Kosmetikprodukte und Schmuck aus lokaler Herstellung kaufen. „Wir ermutigen die Menschen aber, selbst in die umliegenden Kooperativen zu gehen und dort einzukaufen“, erklärt Hassan Aboutayeb. Das Konzept lohnt sich für die lokale Wirtschaft: 2016 gab ein Gast im Durchschnitt 50 Euro für regionale Produkte aus.

Außerdem arbeiten in der Öko-Lodge mit zwölf Zimmern ganzjährig fünf Frauen und vier Männer aus umliegenden Dörfern. Sieben weitere Menschen sind saisonal angestellt. Hassan Aboutayeb schätzt, dass von seiner Unterkunft indirekt noch einmal drei- bis viermal so viele Jobs abhängen. Das ist gerade in einer ländlichen Region wie dem westlichen Atlasgebirge wichtig, in der es ansonsten wenige Arbeitsplätze gibt.

Auch in der Küche setzt die Öko-Lodge auf Nahrungsmittel lokaler Kleinbauern. Seit einem Jahr ergänzt das Projekt „Gut für das Klima“ dieses Konzept. Dabei sollen Restaurants möglichst klimafreundlich kochen, also mit saisonalen, vor allem pflanzlichen sowie regionalen Zutaten. Insgesamt darf ein derart zertifiziertes Drei-Gänge-Menü für maximal 2200 g CO<sub>2</sub> verantwortlich sein. Überprüft werden kann dies mit einem entsprechenden Online-Rechner ([etiquette.eco2iniinitiative.com/maroc](http://etiquette.eco2iniinitiative.com/maroc)).

Mittlerweile beteiligen sich neben der Atlas Kasbah 29 weitere marokkanische Restaurants. Die Idee dazu entstand 2014 in Frankreich. Auf der UN-Klimakonferenz in Marrakesch 2016 starteten mehrere marokkanische Behörden die Initiative in dem Königreich. Die Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) unterstützt „Gut für das Klima“ dort im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit.

Mit seiner Vision von Nachhaltigkeit ist Hassan Aboutayeb ein Pionier in Marokko und erntet viel Lob. Für sein Engagement wurde er bereits mehrfach national und international ausgezeichnet. Internationale Nachhaltigkeitslabel wie „Green Key“ haben seine Unterkunft zertifiziert. Das schätzen auch marokkanische Touristinnen und Touristen, die ungefähr 30 Prozent der Gäste ausmachen.



Das Hotel Atlas Kasbah ist dem Baustil einer alten Festung nachempfunden. Sie vereint alle Dimensionen von Nachhaltigkeit und wurde dafür ausgezeichnet.



Hassan Aboutayeb ist ein Pionier des nachhaltigen Tourismus in Marokko. Nicht nur Umweltschutz, sondern auch Traditionen wie das Zubereiten von marokkanischem Tee liegen ihm am Herzen. Fotos: Astrid Ehrenhauser



# REGIONAL, FAIR UND BIO

Eine Genossenschaft marokkanischer Frauen produziert kostbares Arganöl – und leistet dadurch auch einen Beitrag für nachhaltigen Tourismus.

Souvenirs sind oft mehr als ein bloßes Urlaubsandenken. Wenn sich Touristinnen und Touristen in Marokko beispielsweise wertvolles Arganöl kaufen, können sie dabei eine der vielen Frauen-Genossenschaften unterstützen. Diese gemeinschaftliche Wirtschaftsform stärkt ihre Mitglieder nicht nur in ökonomischer Hinsicht, sondern auch gesellschaftlich. Ein Beispiel dafür ist die Arganöl-Kooperative in Tighanimine bei Agadir. Dort zeigt sich auch, wie ein Ort mehrfach von nachhaltigem Tourismus profitieren kann. Das Dorf liegt nahe der Ökounterkunft Atlas Kasbah (mehr dazu auf S. 5). Die Hälfte der Angestellten dieser Lodge lebt in der Siedlung. Küche und Spa verwenden unter anderem die Arganöl-Produkte der Genossenschaft. Gäste der Atlas Kasbah können die hochwertigen Mitbringsel kaufen – ganz im Sinne von nachhaltigem Tourismus, der zu Entwicklung beiträgt.

## DIE AUFWENDIGE HERSTELLUNG

Bei einem Abstecher ins Dorf erfahren interessierte Reisende, wie die Frauen den Nüssen ihr kostbares Öl abringen. Im Mai fallen die Früchte der Arganbäume auf die Erde und bleiben dort liegen, bis die Frauen sie im August einsammeln. Im Erdgeschoss des dreistöckigen Hauses der Genossenschaft lagern die braun-schwarzen schrumpeligen Nüsse in blauen Plastiksäcken zu je 60 Kilogramm, bevor sie in den Bastkörben der Frauen landen. Bei der Arbeit tragen sie weiße Tücher um den Kopf und die Brust geschlungen. Die Frauen sitzen auf weichen großen Polstern entlang der Wände eines hellen Raums mit Teppichboden. Entspannt strecken sie ihre Beine aus, dazwischen liegen große flache Steine. Rhythmisch greifen sie aus einem Körbchen eine Hand voll Argannüssen heraus und legen sie auf die Steine. Mit einem zweiten kleineren Stein klopfen sie kurz und fest darauf, um die Schale zu knacken. Flink wirft die linke Hand die unbrauchbaren Schalen beiseite. Klack, klack, klack. Die rechte fegt die Nüsse in ein Körbchen davor.

Währenddessen zieht ein Duft von gerösteten Nüssen aus dem zweiten Stock herunter. Diese Nüsse werden später zu Speiseöl verarbeitet. Für kosmetische Produkte werden sie pur gemahlen, bevor Edelstahlmaschinen Öl aus ihnen pressen. 2,2 Kilo geschälte Nüsse ergeben einen Liter davon.

Das reiht sich in etikettierten Fläschchen in den gläsernen Vitrinen des Verkaufsraums. Daneben stehen Tuben, Gläser und Päckchen mit Seifen und Cremes aus dem Öl sowie Honig und Schwarzkümmelöl. Mittlerweile exportiert die Genossenschaft auch nach Europa, große Kosmetikfirmen bestellen in dem kleinen Dorf im Atlasgebirge. Weil die Nachfrage mittlerweile so hoch ist, ernten sie nicht die gesamte Rohware selbst, sondern kaufen einen Teil dazu. Als Genossenschaft sind sie finanziell flüssig genug dafür. Das Öl aus den selbst gesammelten Früchten entspricht den Fairtrade-Standards und erzielt einen höheren Preis. Biozertifikate haben beide.

## EINE ERFOLGSGESCHICHTE STARKER FRAUEN

Vor über zehn Jahren begannen 22 Frauen sich regelmäßig zu treffen und gemeinsam aus den Nüssen des Arganbaums Öl herzustellen. Und das vor allem wegen des Elans einer Frau, Nadia Fatmi. Die heute 45-Jährige gab zunächst Alphabetisierungskurse für die Berberfrauen. Die Frauen dieser Volksgruppe pressen in Marokko traditionell Arganöl für den eigenen Bedarf oder als Geschenk. Als Nadia Fatmi von dem erfolgreichen Konzept einer benachbarten

Kooperative erfuhr, gründete sie auch in Tighanimine eine Genossenschaft. Diese Wirtschaftsform schützt die einzelnen Frauen vor den stark schwankenden Preisen, außerdem können sie wegen der größeren Mengen ihre Produkte exportieren und haben eine bessere Verhandlungsbasis für einen angemessenen Preis. Einen Teil des Gewinns können sie für größere Investitionen wie etwa ein Auto zurücklegen.

Am Anfang hatten sie nur einen Teppich, auf dem sie zusammen sitzen und arbeiten konnten. Mittlerweile haben sich 105 Frauen aus vier Dörfern zusammengeschlossen. Dabei halfen ihnen zunächst Förderungen der EU, der marokkanischen Regierung und Nichtregierungsorganisationen. Seit 2016 steht auch die Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) den Frauen in Tighanimine zur Seite.

Nadia Fatmi weiß, wie wichtig diese externe Unterstützung war: „Dadurch haben wir unsere traditionellen Arbeitsweisen verbessern können und die Qualität unserer Produkte gesteigert.“ Doch sie weiß auch, was die Frauen selbst zu ihrem Erfolg beigetragen haben: „Wir haben uns auf Produkte spezialisiert, die wir gut kennen. Und wir haben uns Schritt für Schritt an Neues herangewagt. All das haben wir aus eigener Initiative gemacht. Das kam von innen.“

Je größer die Genossenschaft wurde, desto teurer, aber auch lukrativer wurde der Einstieg für neue Mitglieder. Eine Frau, die heute dazukommt, muss nicht mehr wie am Anfang nur umgerechnet 45 Euro einzahlen, sondern 950 Euro. Doch das lohnt sich. Die Mitglieder werden nicht nur für geleistete Arbeit bezahlt, sondern sind an der Gewinnausschüttung am Jahresende beteiligt. Außerdem können sie flexibel entscheiden, wie viel und wann sie arbeiten.

## WIRTSCHAFTLICHE UND GESELLSCHAFTLICHE EMANZIPATION

Damit ist Tighanimine ein gutes Beispiel, wie Frauen von wirtschaftlicher Entwicklung, zu der auch nachhaltiger Tourismus beiträgt, profitieren. Denn traditionell produzieren nur Frauen in Marokko Arganöl. Daher erfüllt die Genossenschaft gleich zwei wichtige Funktionen: Die Mitglieder werden wirtschaftlich unabhängig und auch sozial gestärkt. Die Alphabetisierungskurse von Nadia Fatmi waren zwar zunächst sehr gut besucht, doch nur ein Bruchteil der Frauen kam anfangs in die Kooperative. „Allen anderen wurde das von den Ehemännern oder Brüdern verboten“, sagt Nadia Fatmi. Nach und nach akzeptierten diese jedoch, dass ihre Frauen selbstständig arbeiteten und auch mit anderen Männern in Kontakt traten. Dass heute 105 Frauen in der Genossenschaft sind, zeugt daher von einer gesellschaftlichen Veränderung. „Die Kooperative hat auch innerlich etwas bewirkt. Die Frauen sind freier geworden und viel selbstständiger. Sie fahren heute etwa alleine in die Stadt, nach Agadir.“ So etwas ist nicht in ganz Marokko üblich. In manchen ländlichen Gegenden können Frauen häufig weder lesen noch schreiben, wegen patriarchaler Strukturen sind sie benachteiligt. In Tighanimine sind viele Frauen heute Hauptverdienerinnen.

Auch wegen dieser sozioökonomischen Empowerment-Effekte fördert die GIZ seit 2016 die Frauen. Das Pilotprojekt ist Teil der größeren Initiative „nachhaltiger Tourismus“, die das deutsche Bundesentwicklungsministerium innerhalb von fünf Jahren mit 5,5 Millionen Euro unterstützt. Das Vorhaben ist Teil einer Sonderinitiative des BMZ, die auf die „Stabilisierung

und Entwicklung in Nordafrika und Nahost“ abzielt. In Marokko arbeitet die GIZ im Bereich nachhaltiger Tourismus mit dem dortigen Hochkommissariat für Gewässer und Wälder, dem Tourismusministerium und einer Stiftung zusammen. Der Projektleiter des GIZ-Vorhabens, Julien Cesana, erklärt: „Nachhaltiger Tourismus ist mehr Mittel zum Zweck, um die Lage der lokalen Bevölkerung zu verbessern und Arbeitsplätze zu schaffen. In dieser ländlichen Region gibt es kaum Arbeitsplätze, sie ist stark vom Klimawandel betroffen. Aber gleichzeitig gibt es viel Know-how der Frauen und traditionelles Wissen zu Arganöl.“

## AUCH ÖKOLOGISCH SINNVOLL

Die Produktion des Öls ist auch aus ökologischer Sicht wichtig. Wo die seltenen Bäume wachsen, verhindern sie, dass sich die Wüste weiter ausbreitet. Daher gibt es ein spezielles Baumschutz-

programm und gezielte Wiederaufforstung. Dazu brauchen die Behörden auch die Frauenkooperativen. Sie lernen Arganöl als lukrative Ware schätzen und schützen dadurch auch die Bäume, die nur hier im Atlasgebirge wachsen.

Die GIZ bietet ihre Schulungen und technische Unterstützung mit dem Ziel an, dass die lokale Bevölkerung auf fremde Hilfe anschließend nicht mehr angewiesen sein sollen. In Tighanimine klappt das ohnehin schon sehr gut. Für ihren Erfolg wurde die Genossenschaft bereits mehrfach national und international ausgezeichnet. Nun wollen die Frauen ihr Sortiment um Sesam- und Kaktusfeigenkernöl erweitern. An einem zweiten Standort werden sie bald ausschließlich Honig herstellen. Und um noch mehr Touristinnen und Touristen anzusprechen, wollen sie ein Restaurant eröffnen. Ein weiteres wirtschaftliches Standbein, das zeigt, wie nachhaltiger Tourismus funktionieren kann.



Seit die Frauen in Tighanimine eine Genossenschaft gegründet haben, ernten sie nur noch einen Teil der Argannüsse selbst. Die Nachfrage ist so stark gestiegen, dass sie auch Rohware dazu kaufen müssen.



Flink schälen und knacken die Frauen die Nüsse, bevor sie zu hochwertigem Öl gepresst werden. Fotos: Astrid Ehrenhauser

# DIE SOZIALE SEITE DER BRANCHE

## NACHHALTIGKEIT ALS WICHTIGE ERGÄNZUNG

Tourismus kann der lokalen Bevölkerung auch auf indirektem Weg nutzen – wenn etwa Unternehmer gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und den Menschen vor Ort etwas zurückgeben wollen. Das zeigen zwei Beispiele aus Marrakesch.



In diesem Klassenzimmer unterrichtet Lhassen Edidi Französisch, Arabisch und Mathematik. Viele Frauen des Dorfes konnten zuvor weder lesen noch schreiben. Fotos: Astrid Ehrenhauser

## DIE ABURY STIFTUNG

### Wie Designertaschen, eine Dorfschule und ein Gästehaus zusammenhängen

Eifrig schreiben die Frauen die Zahlen und rechnen. Die Kreide kratzt leicht über die blau, grün und orange gerahmten Schiefertafeln. Es ist unruhig in dem kleinen Klassenraum. An die Wände sind Buchstaben, Zahlen und Bilder gemalt. 14 Frauen sind heute Nachmittag in den Unterricht gekommen, einige haben ihre kleinen Kinder dabei. Immer wieder plappert und summt eines davon dazwischen.

Ouardia Rassouf sitzt in der ersten Reihe und hört konzentriert zu. Die 49-Jährige lernt hier Arabisch, Französisch und Mathematik. Zuvor konnte sie weder lesen noch schreiben. „Ich komme sehr gerne. Es macht mir Spaß.“ Und nicht nur das: Jetzt kann sie endlich alleine mit dem Bus nach Marrakesch fahren, das eine gute Stunde entfernt liegt. „Früher habe ich mich geschämt, jemandem nach der Busnummer zu

fragen, um in die Stadt zu fahren.“ Jetzt liest sie die Fahrpläne selbst.

Genau das war auch für Andrea Bury entscheidend. Die deutsche Hotelbesitzerin und Unternehmerin war 2011 zum ersten Mal in das Dorf Anzal gekommen. Sie hatte Berber-Frauen gesucht, die für sie traditionelle Taschen nähen und besticken wollten. Es sollte ein faires und für beide Seiten profitables Geschäft werden. Doch keine der Frauen aus Anzal konnte alleine nach Marrakesch fahren, um das Leder abzuholen und die fertige Ware anschließend zurückzubringen. Andrea Bury verstand, dass sie einen wichtigen Schritt übersprungen hatte.

Sie gründete die Abury Stiftung, in die 50 Prozent der Gewinne aus dem Verkauf der Taschen fließen. Damit baute die Stiftung eine Schule in

Anzal, wo nun über 40 Frauen in Nachmittagskursen und mehr als 60 Kinder in drei Klassen unterrichtet werden.

Die Ledertaschen sind Liebhaberstücke und werden in kleinen Kollektionen weltweit verkauft. Auch in dem Gästehaus von Andrea Bury in Marrakesch stehen ein paar Stück in einer Vitrine. 2007 begann sie ein altes Riad zusammen mit ihrem damaligen Mann zu renovieren und zu einem kleinen Hotel umzubauen. Es war ihr wichtig, das Riad zwar zu modernisieren, aber den Charakter des traditionellen marokkanischen Hauses zu bewahren. Derart nachhaltig sollte auch eine Liebhaberei von Andrea Bury werden: Nebenbei sammelte sie alte Taschen. Die „billigen Importe aus Asien“, die Touristinnen und Touristen angedreht wurden, schmerzten sie. „Das war ein Preisverfall, mit dem das

Kunsthandwerk nicht mithalten konnte.“ Die 47-Jährige begann lokal hergestellte Taschen weiterzuverkaufen und gründete schließlich eine exklusive und vor allem faire Modemarke: „Ich wollte mit meinem Geschäftsmodell den Leuten helfen.“ Zusätzlich investiert ihre Stiftung in Bildungsprojekte wie die Dorfschule in Anzal. Das klappt deshalb so gut, weil auch Angestellte von Andrea Burys Hotel ehrenamtlich mitarbeiten und den Kontakt vor Ort aufrechterhalten. Andrea Burys Konzept, nachhaltigen Tourismus mit einem fairen Unternehmen zu verzahnen, ging also auf.

Von dem Geschäft profitieren auch die Frauen. Anfangs waren es zehn Frauen, die für ihre Kollektionen arbeiteten, mittlerweile sind es 30 – je nach Auftragslage. Die Frauen sind stolz, dass auch andere Menschen ihre kunstvoll verzierten Taschen schätzen. Auch Ouardia Rassouf näht immer wieder für Andrea Bury und kann ihre Familie dadurch unterstützen. Wie so oft lebt ihr Mann in der Stadt, wo er im Sicherheitsdienst arbeitet. Er verbringt nur vier Tage im Monat bei ihr. Glücklicherweise ist sie nicht darüber, aber finanziell geht es nur so.

Auch Lhassen Edidi, der Lehrer der Dorfschule, bedauert das: „Es leben 70 Familien und insgesamt 400 Personen hier im Dorf, aber davon wohnen viele Männer wegen der Arbeit in Marrakesch.“ Er selbst kann hier bei seiner Frau und den beiden kleinen Söhnen sein, denn die Abury Stiftung zahlt sein Gehalt. „Ich bin zufrieden, weil ich Geld verdienen und im Dorf bleiben kann. Ich liebe mein Dorf und will ihm helfen, sich zu entwickeln.“ Er weiß, wie wichtig Bildung dafür ist: „Bevor es die Vorschule gab, hatten die Kinder viele Probleme in der Grundschule.“ Zuhause sprechen die Familien nur die Berbersprache Taschlehit, in der Schule sollen sie dann vom ersten Tag an Arabisch und Französisch verstehen. Das war oft ein Problem. Nun bringt Lhassen Edidi ihnen die Sprachen schon im Alter von drei bis sechs Jahren in der Vorschule bei. Und auch für ihre Mütter ist das von Vorteil. Sie wünschen sich diese Art der Kinderbetreuung, um vormittags Zeit zum ungestörten Arbeiten zu haben.

## DAS HENNA CAFÉ

### Englischunterricht im Erdgeschoss, Falafel und Minztee auf der Terrasse

„Did you have a good morning?“ und „What did you do this morning?“ tönt es aus dem Klassenzimmer im Erdgeschoss. Zwei Stockwerke darüber essen Touristinnen und Touristen auf einer Terrasse marokkanische Spezialitäten: Falafel, Linsensalat, Hummus. Dazu gibt es Minztee mit viel Zucker. Eine Henna-Künstlerin verziert Unterarm und Hand einer jungen Frau mit der rotbraunen Paste. Bei Reisenden sind solche dekorativen Mitbringsel beliebt. Vor allem Touristinnen und Touristen besuchen das Henna Café in Marrakesch. Die Gewinne aus Gastronomie und den Henna-Tattoos finanzieren die Unterrichtsstunden und decken die laufenden Kosten des Gebäudes. So entsteht ein Projekt, von dem die Menschen vor Ort direkt profitieren.

Die heutige Englischstunde besuchen gut ein Dutzend junge Erwachsene, aber auch ein paar ältere Frauen sind gekommen. Hajar Abouzid koordiniert den Unterricht in den Räumen des Henna Cafés in Marrakesch und ist froh über diese Chance. So konnte sie direkt nach ihrem

Bachelorabschluss in Englischer Literatur Arbeit finden. „Hier gefällt es mir sehr gut und ich verdiene genug“, sagt die junge Frau.

Insgesamt beschäftigt das Henna Café in Küche, Service und Management sieben Frauen. Die Idee für das Projekt hatte eine englische Hotelbesitzerin: Lucy Anderson Wood. Seit zehn Jahren betreibt sie mit ihrem Mann vier Gästehäuser in Marrakesch. Doch je länger sie in der touristischen Stadt lebte, desto mehr wurden ihr die ungerechten Verhältnisse bewusst. Sie störte das Gefälle zwischen den reichen, meist europäischen Reisenden und den Einheimischen. Vor allem die benachteiligte Situation vieler marokkanischer Frauen fand sie unerträglich. „Aus einem Schuldgefühl heraus“ wollte sie helfen und gründete zusammen mit einer Freundin vor sechs Jahren das Henna Café als kulturelle Stiftung. Zunächst wollten sie dort nur Frauen unterrichten. Doch es gab ein Problem: „Die männlichen Verwandten erlaubten den Frauen nicht zu kommen. Wahrscheinlich, weil sie

neidisch waren und das selbst auch wollten.“ Und weil nicht nur Frauen, sondern auch wirtschaftlich schlechter gestellte Männer in Marokko wenig Zugang zu Bildung haben, entschieden sie sich, den Unterricht für alle zu öffnen.

So entstand am Rande der belebten Altstadt Marrakeschs ein einzigartiger Treffpunkt: Marokkanische Frauen und Männer jeden Alters können hier zusammen lernen und müssen dafür nichts bezahlen. Wochentags unterrichten ehrenamtliche marokkanische Studentinnen und Studenten für eine kleine Aufwandsentschädigung von mittags bis abends. Immer wieder unterstützen auch europäische Freiwillige das Café. Vor allem Englischunterricht, aber auch Arabisch und Französisch, Deutsch, Japanisch, Mathematik, Philosophie und Theater stehen auf dem Stundenplan. Die Fremdsprachen lernen viele, weil sie in der Tourismusbranche arbeiten wollen.

Lucy Anderson Wood schätzt vor allem die ungezwungenen Begegnungen: „Das ist einer der



Ein besonderes Bildungsprojekt: das Henna Café in der Altstadt Marrakeschs. Hier arbeitet auch Hajar Abouzid.

wenigen Orte, an dem sich marokkanische und europäische Menschen tatsächlich treffen und es sich nicht nur um Geschäfte handelt.“ Es geht hier nicht darum, Profite zu maximieren. Das macht den besonderen Charme des Cafés aus.

# UND ICH? WIE WIR FAIR VERREISEN KÖNNEN

## TIPPS FÜR DEUTSCHE REISENDE

Reisen kann Freiheit bedeuten. Doch diese Freiheit gilt nicht für alle Menschen. Ein deutscher Pass ermöglicht die visumsfreie Einreise in 177 Länder – das ist die höchste Zahl weltweit. Syrische, pakistanische, irakische oder afghanische Ausweise erlauben die problemlose Einreise hingegen in weniger als 30 Länder.

Gerade weil internationaler Tourismus für deutsche Staatsangehörige relativ unbürokratisch möglich ist, müssen wir verantwortungsvoll damit umgehen. Immer mehr Menschen hierzulande können sich Urlaub in fernen Reisezielen leisten. Im Jahr 2016 haben deutsche Reisende mit rund 71 Milliarden Euro nach China und den USA am meisten Geld für internationalen Tourismus ausgegeben. Tendenz steigend.

Doch von diesen gewaltigen Summen kommt nur ein Bruchteil bei der lokalen Bevölkerung der Zielländer an. Den Profit ernten vor allem große Tourismuskonzerne. Dabei kann jede Touristin und jeder Tourist den Nutzen der Menschen am Urlaubsort erhöhen. Es ist beispielsweise sinnvoll, gezielt einheimische kleinere Unterkünfte und Verpflegung zu nutzen statt internationaler Hotelketten. Wer Souvenirs kaufen möchte, kann lokales Handwerk unterstützen – und sollte dabei nicht nach dem billigsten Schnäppchen suchen, sondern faire Preise sowie entsprechendes Trinkgeld für Dienstleistungen zahlen. Nur so können die Menschen vor Ort langfristig angemessen leben. Außerdem ist es wichtig, die Augen offen zu halten und mögliche Menschenrechtsverletzungen im Tourismus, etwa Kinderarbeit, gegebenenfalls beim Anbieter zu melden. Auch sollten unverhältnismäßig billige Hotelangebote stutzig machen. Oft gehen sie zu Lasten von Arbeitsstandards und der Umwelt.

Selbstverständlich sollte der Kontakt mit der einheimischen Bevölkerung respektvoll sein und ihre Rechte und Würde achten. Ein paar Wörter und Sätze in der Landessprache können dabei helfen. Statt folkloristischer und klischeehafter Zurschaustellung sollte ein selbstbestimmter Austausch stattfinden. Es ist außerdem hilfreich, sich vor einer Reise ausführlich über das Gastland, die dortige Kultur und Traditionen zu informieren. Wie kleidet man sich etwa angemessen und wann ist fotografieren erlaubt? Auch Kenntnisse über die politische Lage sowie die Beziehungen zu Deutschland und die mögliche gemeinsame, mitunter kolonial geprägte Geschichte, gehören zur Verantwortung.

Der Tourismus geht oft zu Lasten der Umwelt. Insbesondere Wasserknappheit in manchen Urlaubsdestinationen ist ein großes Problem. Mit den natürlichen Ressourcen vor Ort sollte daher so sparsam wie möglich umgegangen werden. Ein Pool im Hotel direkt am Meer muss nicht sein. Denn je mehr Wasser im Tourismus gespart wird, desto mehr bleibt für die lokale Bevölkerung. Auch Naturausflüge, etwa Wanderungen in Gletschern oder auf Sanddünen, können verheerend für die Umwelt sein. Sich vorab darüber zu informieren, ist daher wichtig. Nicht alle Anbieter, die mit Öko-Tourismus werben, sind tatsächlich nachhaltig.

Es hilft auch, Müll und insbesondere Plastik zu vermeiden. Eine Option kann dabei sein, im Hotel nach abgekochtem Trinkwasser zu fragen oder Wasser selbst zu filtern, um keine Plastikflaschen wegwerfen zu müssen. Im Zweifelsfall sollten problematische Abfälle wie Batterien wieder mit nach Hause genommen werden, wenn diese vor Ort nicht entsorgt werden können.

Am meisten schlagen die Wahl des Transportmittels und die zurückgelegte Distanz zu Buche: Flugzeuge stoßen die meisten Treibhausgase aus. Bahn, Bus, Auto und Fahrrad schneiden hingegen besser ab. Daher ist der Flug die letzte Wahl und sollte im besten Fall gar nicht, beziehungsweise nur sehr selten genutzt werden. Als Faustregel gilt, dass Flüge erst ab 1.000 km Strecke eine Option sind. Allein ein Flug von München nach Mallorca produziert knapp 600 kg CO<sub>2</sub> pro Person. Bei Langstreckenflügen, beispielsweise von Berlin nach Bangkok sind es sogar über 5.000 kg. Klimaverträglich wären jährlich 2.300 kg pro Kopf. All das rechnet etwa die Klimaschutzorganisation Atmosfair vor. Wer dennoch ins Flugzeug steigt oder eine Kreuzfahrt macht, kann dort oder bei Myclimate die verursachten Treibhausgas-Emissionen kompensieren. Diese Anbieter berechnen die Höhe der Ausgleichszahlungen anhand des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes. Wenn jemand diese Kompensation zahlt, investieren sie die Summe in Klimaschutzprojekte und in den Ausbau erneuerbarer Energien. Es ist jedoch umstritten, wie sinnvoll diese Kompensationen tatsächlich sind.

Bei dieser Fülle an Informationen kann man schnell den Überblick verlieren. Daher gibt es immer mehr Zertifikate, die nachhaltigen und fairen Tourismus ausweisen. Doch Siegel sollten kritisch überprüft werden. Als erstes hat die südafrikanische Organisation Fair Trade Tourism im Jahr 2003 ein Gütesiegel für Unterkünfte und Freizeitaktivitäten entwickelt. Bisher werden erst 125 Betriebe aus Süd- und Ostafrika den Standards in sechs Rubriken (Fairer Anteil, Faire Mitsprache, Respekt, Verlässlichkeit, Transparenz, Nachhaltigkeit) gerecht. Je mehr Menschen solche Angebote nachfragen, desto stärker wird das System und dadurch nachhaltiger Tourismus.



Foto: Brot für die Welt

### „LIEBER SELTENER VERREISEN“

Antje Monshausen, Leiterin von Tourism Watch\*, über verantwortungsvollen Tourismus

#### Nachhaltiger internationaler Tourismus – geht das überhaupt?

Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Soziales und Ökonomie – lassen sich nicht beliebig voneinander trennen. Eine Fernreise sprengt unwiderruflich jedes verträgliche Ökobudget, allein schon bei der Anreise. Gerade deshalb ist es umso wichtiger, dass dann vor Ort die sozialen und ökonomischen Auswirkungen positiv sind. Grundsätzlich gilt: Lieber seltener verreisen, aber dafür länger bleiben. Der Trend geht leider in die andere Richtung.

#### Verlieren Zielländer nicht wichtige Einnahmequellen, wenn wir seltener verreisen?

Wir unterschätzen den Inlandstourismus, der in fast allen Ländern der Welt – auch in Entwicklungsländern – einen großen Teil ausmacht, weniger krisenanfällig ist und auch ökonomisch zum Teil mehr bringt als internationaler Tourismus. Wenn man die klassischen Reisebewegungen aus Europa in andere Länder betrachtet, macht der Pauschal Tourismus die Masse aus. 80 Prozent des Tourismus von Deutschland in Entwicklungs- und Schwellenländer werden von internationalen Reiseveranstaltern organisiert. Vor Ort geben deutsche Reisende pro Tag durchschnittlich nur 17 Euro aus.

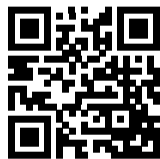
#### Was fordern Sie von der internationalen Staatengemeinschaft?

Wir brauchen den politischen Willen zu einer grundlegenden Tourismuswende. Das ist etwas fundamental anderes als der Ruf nach mehr „nachhaltigem“ Tourismus, der immer wieder als Antwort auf die Probleme von Massentourismus und Umweltzerstörung gefordert wird. Tourismuswende bedeutet die Abkehr vom Wachstumsfetisch, die dringende Reduzierung des Ressourcenverbrauchs und die Selbstbestimmung und die Beachtung der Menschenrechte der lokalen Bevölkerung. Die internationale Staatengemeinschaft – allen voran die Welttourismusorganisation – aber setzt weiter auf ein Wachstum des Tourismus und hofft dabei auf etwas mehr freiwillige Nachhaltigkeit. So versäumt sie es, die dringend notwendigen Regulierungen anzugehen, um die Tourismuswende zu gestalten.

\* Tourism Watch engagiert sich bei Brot für die Welt für zukunfts-fähige Tourismusentwicklung und fokussiert vor allem Menschenrechte, Klimagerechtigkeit und Unternehmensverantwortung.

### AUF EINEN BLICK

- ✓ Je näher das Urlaubsziel, desto nachhaltiger
- ✓ Flugreisen erst ab 1.000 km und CO<sub>2</sub>-Ausstoß evtl. kompensieren: [www.atmosfair.de](http://www.atmosfair.de) oder [www.myclimate.de](http://www.myclimate.de)
- ✓ All-inklusive und Pauschalreisen vermeiden
- ✓ Über politische und kulturelle Situation informieren
- ✓ Den Menschen vor Ort respektvoll und im fairen Austausch begegnen
- ✓ Wasser sparen und (Plastik-)Müll vermeiden
- ✓ Naturausflüge nicht auf Kosten von Ökosystemen
- ✓ Bewertung von Nachhaltigkeitslabeln: <https://destinet.eu/demo-design/who-who/market-solutions/certificates>
- ✓ Mehr Infos zu fairem Reisen: Schweizer Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung [www.fairunterwegs.org](http://www.fairunterwegs.org)



### WER ZAHLT AM MEISTEN?

Weltweit höchste Tourismusausgaben 2016

#### CHINA



#### USA



#### DEUTSCHLAND



#### GROSSBRITANNIEN



#### FRANKREICH



Quelle: UNWTO



**Herausgeber**  
Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e.V.  
Zimmerstraße 26/27 • D-10969 Berlin  
Telefon: (030) 259375-0 • Telefax: (030) 259375-29  
E-Mail: [info@dgvn.de](mailto:info@dgvn.de) • Web: [www.dgvn.de](http://www.dgvn.de)  
[facebook.com/dgvn.e.v](https://facebook.com/dgvn.e.v) • [twitter.com/dgvn\\_de](https://twitter.com/dgvn_de)

**Verantwortlich**  
Dr. Lisa Heemann, DGVN-Generalsekretärin  
Konzept und Autorin: Astrid Ehrenhauser  
Titelbild: Astrid Ehrenhauser  
Redaktion: Oliver Hasenkamp, Monique Lehmann, Kathrin Remus

1. Auflage Dezember 2017  
ISSN 1614-5437  
Gedruckt auf 100%-Recycling-Papier.

Gestaltung: Cornelia Agel, sevenminds.de  
Druck: Senser Druck GmbH



Die EINE-WELT-PRESSE erscheint ein- bis zweimal jährlich und befasst sich jeweils mit einem thematischen Schwerpunkt. Die Publikation wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gefördert.

Sie sind am Bezug der EINE-WELT-PRESSE oder an bereits erschienenen Ausgaben interessiert? Auf Anfrage senden wir Exemplare gerne zu – auch größere Stückzahlen für die Bildungsarbeit. [info@dgvn.de](mailto:info@dgvn.de)