

Evaluierung der Arbeitsstelle Tourism Watch

Bericht an den Evangelischen Entwicklungsdienst

Erstellt von:

Bernward Causemann

**in Kooperation mit
Nicole Häusler**

Die Verantwortung für die Inhalte der Studie liegt bei der Evaluatorin und dem Evaluator. Die darin vorgenommenen Bewertungen spiegeln nicht unbedingt die Einschätzung des EED wider.

**Causemann
Consulting**

Evaluierung der Arbeitsstelle Tourism Watch

**Bericht an den Evangelischen
Entwicklungsdienst**

24.4.2012

Bernward Causemann, www.causemann.org

in Kooperation mit

Nicole Häusler, [mas|contour, www.mascontour.info](http://www.mascontour.info)

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung	4
2	Einführung.....	8
2.1	Zweck der Evaluation.....	8
2.2	Kontext.....	8
2.3	Tourism Watch.....	14
3	Methodik.....	19
4	Ergebnisse nach Evaluationskriterien	19
4.1	Relevanz.....	20
4.2	Effektivität.....	21
4.3	Effizienz.....	31
4.4	Impakt.....	32
4.5	Nachhaltigkeit.....	32
5	Schlussfolgerungen	34
5.1	Optionen.....	36
6	Empfehlungen.....	42
6.1	Empfehlungen an die Arbeitsstelle Tourism Watch	42
6.2	Empfehlungen an den EED und das neue Werk.....	43
	Anhang.....	45
	Anhang 1: Terms of Reference.....	45
	Anhang 2: Inception Report.....	49
	Anhang 3: Liste der Gesprächspartner	51
	Anhang 4: Interviewleitfaden	52
	Anhang 5: Literatur	53
	Anhang 6: Bereiche reduzierten Engagements	54

Abkürzungen

ABP	Ausschuss für Bildung und Publizistik
AKTE	Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung, Schweiz
Aprodev	Association of World Council of Churches related Development Organisations in Europe
BKA	Bundeskriminalamt
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
CSR	Corporate Social Responsibility (Unternehmensverantwortung)
CBT	Community Based Tourism (gemeindebasierter Tourismus)
CorA	Corporate Accountability / Deutsches Netzwerk für Unternehmensverantwortung
DAC	Development Directorate der OECD
DeGEval	Gesellschaft für Evaluation
DRV	Deutscher Reise-Verband
DÜ	Dienste in Übersee
ECOT	Ecumenical Coalition on Tourism
ECOTRANS	European Network for Sustainable Tourism Development
ECPAT	End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes / Arbeitsgemeinschaft zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung
EED	Evangelischer Entwicklungsdienst
EEG	Erneuerbare Energien-Gesetz
EU	Europäische Union
FAR	forum anders reisen e.V.
FLO	Fair Trade Labelling Organisation
FTTSA	Fair Trade in Tourism South Africa
GbR	Gesellschaft bürgerlichen Rechts
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
ITB	Internationale Tourismus-Börse
KATE	Kontaktstelle für Umwelt und Entwicklung
KMU	Klein- und Mittelunternehmen
NFI	Naturfreunde Internationale
NRO	nicht-staatliche Organisationen
ÖA	Öffentlichkeitsarbeit
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development
ÖPNV	Öffentlicher Personen-Nahverkehr
PQ	Referat Programmqualifizierung im EED
SLE	Seminar für ländliche Entwicklung an der Humboldt-Universität Berlin
TEN	Tourism European Network
TOR	Terms of Reference
TUI	Touristik Union International
TW	Tourism Watch
UNFCCC	United Nations Framework Convention on Climate Change
UNWTO	United Nations World Tourism Organisation
VENRO	Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen
WTTC	World Travel & Tourism Council

1 Zusammenfassung

Seit Mitte der siebziger Jahre betreiben der Evangelischer Entwicklungsdienst (EED) und eine seiner Vorgängerorganisationen, Dienste in Übersee (DÜ), tourismuskritische Arbeit. Auf Wunsch von Tourism Watch und im Auftrag des Teams Programmqualifizierung im EED wurde nun zum ersten Mal eine unabhängige Evaluierung durchgeführt. Die Evaluation fand von Oktober 2011 bis April 2012 statt.

Der Haupt-Zeitraum der Evaluation ist 2006-2011. Die Leitung der Evaluation und der Hauptteil der Arbeit liegen bei Bernward Causemann. Nicole Häusler von mas|contour ist Teil des Teams. Die Evaluation soll „die Weiterentwicklung bzw. Feinjustierung des Programms unterstützen“.

Kontext

Die Evaluation geht davon aus, dass Tourismus ein armutsrelevanter, wachsender Markt ist, der von vielen Polaritäten geprägt ist. Wesentliche Armutsthemen wie Einkommen, Wasserverbrauch, Zugang zu Land und Beteiligung der Armen an Entscheidungen spielen im Tourismus eine große Rolle, und je nach Gestaltung profitieren Arme mehr oder weniger, oder werden gar zu Verlierern. Es gibt eine wachsende Nische des nachhaltigen Tourismus. Wie sich diese Nische zum Massenmarkt verhält und welche Rolle Tourism Watch darin haben kann, ist eine der Fragestellungen dieser Studie. Die tourismuskritische Szene ist in den letzten Jahrzehnten ausgedünnt und hat ihren Charakter verändert. Es gibt weniger Akteure und viele sind pragmatischer und weniger grundsätzlich in ihrer Kritik geworden (Kapitel 2.2).

Tourism Watch

Tourism Watch ist eine Arbeitsstelle und eine Marke des EED. Sie ist Teil der Arbeitsstelle Unternehmensverantwortung und Tourismus im Referat Entwicklungspolitischer Dialog und wird zu etwa 75% vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung finanziert. Mit der Fusion von EED und Brot für die Welt wird Tourism Watch in das Referat „Wirtschaft und Umwelt“ in der Abteilung Politik integriert.

Der EED hat für die Arbeit von Tourism Watch folgende Ziele formuliert: „Der EED will in der Tourismuswirtschaft und der Tourismuspolitik darauf einwirken, dass nachhaltiger, sozial und ökologisch verträglicher Tourismus an Bedeutung gewinnt. Er arbeitet bei Reiseunternehmen darauf hin, dass sie aussagefähige Nachhaltigkeitsberichte veröffentlichen und Klimaschutz und Katastrophenvorsorge in Corporate Social Responsibility-Strategien integrieren.“ (Finanzierungsantrag 2008-10)

Tourism Watch spricht viele Zielgruppen an. Dazu gehören Medienschaffende, Akademiker, Studierende, Politiker sowie Branchenfachkräfte. Um sie zu erreichen, kooperiert Tourism Watch mit anderen am Tourismus Interessierten aus der Zivilgesellschaft. Reisende sind indirekte Zielgruppen. Um seine Ziele zu erreichen, führt Tourism Watch eine Vielzahl an Aktivitäten durch:

- Veröffentlichung des Informationsdienstes TourismWatch,
- Pressearbeit,
- Teilnahme an Messen und Informationsveranstaltungen,
- Kooperation im Rahmen der Aufklärungsarbeit mit Netzwerken und Partnern, einschließlich der finanziellen Beteiligung an ausgewählten Aktivitäten,
- Kooperation mit dem Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, mit Hochschulen und der Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit des EED,

- Herausgabe von Publikationen, unter eigenem Namen und in Kooperation mit dem Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung (Basel), Naturfreunde Internationale/respect (Wien) und anderen,
- Beteiligung an der Zertifizierungsorganisation TourCert,
- Dialog mit der Tourismuswirtschaft, der Tourismuspolitik und der UN World Tourism Organisation (UNWTO),
- Arbeit zum Thema Kindersextourismus mit ECPAT Deutschland und Vertretung in der zuständigen Bund-Länder-Kommission,
- Dialog mit Südpartnern und Zusammenarbeit mit der finanziellen und personellen Förderung im EED,
- Arbeit zu Klimawandel, Tourismus und CO₂-Emissionen im Flugverkehr,
- Arbeit zu Tourismus in Palästina und Mitarbeit im Netzwerk Kirche in Freizeit und Tourismus.

Methodik

Für diese Evaluation wurden 34 Interviews geführt, meist telefonisch, mit etwa 50 Partnern und Adressaten von Tourism Watch, weiteren Gesellschaftern von TourCert und Adressaten aus kirchlichen Werken, weiterer Zivilgesellschaft, Tourismuswirtschaft (dort insbesondere Nachhaltigkeitsbeauftragte und spezialisierte Anbieter) und Politik sowie internationale Kontakte und Mitarbeitern des EED aus den Referaten Bildung und Förderung und Entwicklungspolitischer Dialog sowie der internationalen Förderung (siehe Anhang 3) sowie vorhandene Unterlagen gesichtet (Kapitel 3).

Relevanz

Tourism Watch arbeitet an für den EED wesentlichen Armutsthemen, die eng mit Tourismus verbunden sind. Es bemüht sich um politische Veränderungen für menschliche Entwicklung durch einen sozialverträglichen Tourismus im Sinne der Grundorientierung des EED. Es hat mit seiner langen Tradition, seiner guten Vernetzung, der Verbindung von Nord und Süd und der Verankerung in der evangelischen Kirche viele Alleinstellungsmerkmale bei einem Thema, das Interesse findet und wo Veränderungspotential besteht, an dem aber nur wenige Akteure aus der zivilgesellschaftlichen Entwicklungszusammenarbeit arbeiten. Dadurch kann Tourism Watch viel Aufmerksamkeit und Einfluss erlangen. Es ist bei der Arbeit von Tourism Watch nichts Überflüssiges oder weniger Relevantes zu erkennen.

Diese Studie geht davon aus, dass Unternehmen, die das Konzept der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht konsequent anwenden, zu Verbesserungen in Entwicklungsländern beitragen können. Gleichzeitig beginnt Unternehmensverantwortung aber nicht erst da, wo die Rechte von Menschen verletzt werden. Vielmehr kann eine konsequente Umsetzung unternehmerischer Verantwortung im Tourismus vorsorgen, damit durch den Tourismus die Perspektiven der Menschen und der Umwelt nicht gefährdet werden. Unternehmen können in diesem Verständnis erheblich mehr tun, als das Mindestmaß an Menschenrechten zu respektieren. Mit seiner jetzigen Ausrichtung und Arbeit kann Tourism Watch wenig Einfluss auf das Wachstum und den Wandel im Tourismus haben, bei dem Entwicklungsländer nicht nur Zielgebiet sind, sondern auch Quellmarkt werden (Kapitel 4.1).

Effektivität

Tourism Watch erreicht im Wesentlichen seine Ziele und Indikatoren, und darüber hinaus viel mehr. Es hat sich hohe Anerkennung in der tourismuskritischen Szene und bei Vertretern des nachhaltigen Tourismus erworben und ist ein Eckpfeiler der Tourismuskritik. Auch bei an nachhaltigem Tourismus Interessierten in Wirtschaft und Politik, Kirche und Öffentlichkeit sowie bei der UNWTO hat Tourism Watch sich Respekt und Interesse erworben. Der Informationsdienst wird gele-

sen und geschätzt. Tourism Watch hat sich zu einem ernst genommenen Stachel für die Tourismuswirtschaft entwickelt.

Die Internet-Seite wird viel genutzt (ca. 20.000 Besucher pro Monat). Häufig werden Inhalte von Tourism Watch übernommen. Journalisten, Politik, Wirtschaft, Hochschulen und Zivilgesellschaft greifen auf ihn zurück. Vertreter von Tourism Watch werden zu Veranstaltungen eingeladen und die eigenen Veranstaltungen bei Messen gut besucht.

Tourism Watch hat inhaltliche Beiträge geleistet zur Aufklärung von Reisenden über soziale Folgen des Tourismus in Entwicklungsländern und viel dazu beigetragen, dass die Nische des nachhaltigen Tourismus sozial verantwortlich gestaltet wird und die entsprechenden Veranstalter dieses auch dokumentieren können. Bei der Entwicklung von Fair Trade in Tourism South Africa mit ihrem Fair Trade Travel-Zertifikat für Reisepakete und TourCert, das das CSR-tourism-certified Siegel vergibt, spielte die Arbeit von Tourism Watch eine wichtige Rolle. Diese Zertifizierungen haben große Ausstrahlung.

Tourism Watch hat die Bewegung zum Klimaschutz in Bezug auf den Zusammenhang mit den Auswirkungen des Tourismus gestärkt; insbesondere hinsichtlich der Klimawirkungen des Flugverkehrs und der entwicklungspolitischen Folgen dieses Zusammenhanges.

Tourism Watch zählt zu den wichtigsten Quellen für Presseabdrucke des EED. Die Arbeitsstelle hat in vielerlei Hinsicht einen Beitrag zu einem positiven Bild von EED und evangelischer Kirche geleistet. Die Wirkung in das Haus hinein ist dagegen geringer. Tourism Watch berät bei Projektanträgen zum Tourismus, davon gibt es allerdings nur wenige.

Durch seine Vernetzung mit Südpartnern, Konferenzen und die Abdrucke im Informationsdienst hat Tourism Watch Stimmen aus Entwicklungsländern Raum gegeben und deren Bedeutung gestärkt.

Es ist nicht zu erkennen, dass Tourism Watch mit anderen Strategien mehr hätte bewirken können. Es gibt aber Grenzen der Bereitschaft in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik, sich den Anliegen von Tourism Watch zu öffnen. So hat sich der Tourismus selber nur wenig verändert. Zur Bewegung hin zu mehr Nachhaltigkeit und Sozialverträglichkeit hat Tourism Watch mit Sicherheit beigetragen. Die Wirkungslogik wird in Grafik 2 dargestellt: In der Nische der Nachhaltigkeit wächst ein Markt für ethischen Tourismus, bei dem Reisende, Unternehmen und Öffentlichkeit in einem sich verstärkenden Prozess dazu beitragen, dass er sich ausweitet und immer vielfältiger wird. In dieser Nische werden Konzepte entwickelt, die auch für staatliche Regulierung und den Massenmarkt relevant werden können. Die Entwicklungen in der Nische verändern auch den Massenmarkt, fordern den Staat heraus zu reagieren – und machen es der Politik möglich zu handeln. Tourism Watch hatte darauf einen vielfältigen Einfluss (Kapitel 4.2).

Effizienz

Die Arbeit von Tourism Watch ist als in hohem Maße effizient zu bezeichnen, weil es angesichts geringer Personalausstattung viel Einfluss gewonnen, sich intensiv vernetzt und erfolgreich strategisch interveniert hat. Es ist wenig Redundanz erkennbar und wo möglich, wurden Aktivitäten reduziert. Auch bei einzelnen Maßnahmen von Tourism Watch lässt sich hohe Effizienz erkennen (Kapitel 4.3).

Impakt

Aus der Arbeit von Tourism Watch vor 2006 sind viele Langzeitwirkungen festzustellen. Tourism Watch hat sich eine hohe Reputation und eine gute Vernetzung geschaffen und dazu beigetragen,

dass Konzepte von nachhaltigem Tourismus sich verbreitet haben. Die langfristige Bildungsarbeit von Tourism Watch in Kooperation mit dem Referat Bildung und Förderung des EED und anderen Partnern hat sich ausgewirkt (Kapitel 4.4).

Nachhaltigkeit

Die Ideen, für die Tourism Watch steht, konnten in die Diskussion um Nachhaltigkeit des Tourismus eindringen und sind dort jetzt verwurzelt. Tourism Watch hat stabile Institutionen mitgeschaffen. Einige Initiativen, an denen Tourism Watch beteiligt war, sind eigenständig und profitieren zwar weiterhin von der Kooperation mit Tourism Watch, bestehen aber auch ohne die Arbeitsstelle. In der Vernetzung von tourismuskritischen Institutionen spielt Tourism Watch eine zentrale Rolle. Bei einer Auflösung von Tourism Watch würde die Tourismuskritik massiv geschwächt. Die Nachhaltigkeit von Tourism Watch und der fortgesetzten Tourismuskritik ist daher abhängig von der Entscheidung des EED bzw. des neuen Werkes, die Arbeitsstelle weiter angemessen zu finanzieren (Kapitel 4.5).

Schlussfolgerungen

Insgesamt ist Tourism Watch ein erfolgreiches Programm, das im Sinne der Grundorientierung des EED wirksam arbeitet und sich fortzusetzen lohnt, wie sich an seinen Wirkungen, der Resonanz und dem hohen Ansehen, das es gewinnen konnte, und an den geschaffenen tragfähigen Strukturen zeigt. Die Verbindung mit den Themen Unternehmensverantwortung und Fairer Handel ist sinnvoll. Die besondere Art der vielfältigen Vernetzung und Fokussierung, die Verbindung von konstruktivem Dialog und kompetenter Kritik, seine flexible und zielstrebige Orientierung an Chancen im Umfeld sowie der Rückhalt durch den EED tragen zu der hohen Wirksamkeit von Tourism Watch bei. Im Bericht wird dies als ein gelingender *Dynamic Fit* beschrieben (Kapitel 5).

Optionen

Es werden einige Optionen aufgezeigt, wie die Arbeit von Tourism Watch wirksamer werden kann. Nichts davon kann mit den jetzigen Ressourcen realisiert werden, weil nichts von der jetzigen Arbeit gestrichen werden kann, ohne an Wirksamkeit zu verlieren. Neben einer Verstärkung der jetzigen Arbeit werden als spezielle Optionen beschrieben:

- verstärkter Unternehmensdialog,
- Menschenrechte konkretisieren,
- Arbeit zu kirchlichen Reisen,
- verstärktes Befassen mit dem Ethik-Kodex der UNWTO,
- Projektförderung und Vernetzung in Entwicklungsländern,
- Begleitung von Tourismusforschung.

Es werden mehrere Optionen im neuen Werk beschrieben sowie Optionen, wie eine Ausweitung der Tourismusarbeit des EED finanziert werden könnte (Kapitel 5.1).

Empfehlungen

Tourism Watch wird empfohlen, die Arbeit im Wesentlichen mit dem jetzigen Charakter fortzuführen, an politischen Rahmenbedingungen des Tourismus zu arbeiten, im neuen Werk die Verbindung zu anderen Stellen aufzubauen, sich für eine Wirkungsanalyse bei TourCert einzusetzen und bei Informationsdienst und Website einige Änderungen vorzunehmen (Kapitel 6.1).

Dem EED wird empfohlen, Tourism Watch mindestens in jetziger Personalstärke fortzuführen und zu prüfen, ob es mehr Ressourcen bekommen soll. Auch das Thema CO₂-Ausstoß im Flugverkehr sollte fortgeführt werden, ein Ausbau der Zusammenarbeit mit Südpartnern sollte geprüft werden und überlegt werden, ob die starke Abhängigkeit von Tourism Watch von einzelnen Personen erhalten bleiben sollte. Optionen für Alternativen werden beschrieben (Kapitel 6.2).

2 Einführung

Seit Mitte der siebziger Jahre betreiben der Evangelischer Entwicklungsdienst (EED) und eine seiner Vorgängerorganisationen, Dienste in Übersee (DÜ), tourismuskritische Arbeit. Auf Wunsch von Tourism Watch und im Auftrag des Teams Programmqualifizierung im EED wird nun zum ersten Mal eine unabhängige Evaluierung durchgeführt. Die Evaluation fand von Oktober 2011 bis April 2012 statt.

Gegenstand der Evaluation ist Tourism Watch; es ist angesiedelt in der Arbeitsstelle Unternehmensverantwortung und Tourismus, die sich auch mit anderen Aspekten der Unternehmensverantwortung und mit Fairem Handel befasst. Diese Themen betrachtet die Evaluation nur soweit, wie sie Tourismus betreffen.

Der Haupt-Zeitraum der Evaluation ist 2006-2011¹. Der Zeitraum davor wird insoweit betrachtet, als Wirkungen bis heute sichtbar sind, und für Überlegungen zur Relevanz.

Die Leitung der Evaluation und der Hauptteil der Arbeit liegen bei Bernward Causemann. Nicole Häusler von mas|contour ist Teil des Teams. Sie hat insbesondere ihre Sektorkompetenz eingebracht, Kontakte zu Experten und einflussreichen Personen im Sektor vermittelt und einzelne Interviews durchgeführt. Sie hat sowohl am Inception Report als auch am Bericht mitgearbeitet.

Wir bitten um Verständnis, dass wir im Sinne der Lesbarkeit auf eine Gender-Differenzierung der Sprache verzichten. Die männliche Sprachform meint auch Frauen und Mädchen, wenn nicht ausdrücklich anders gesagt.

2.1 Zweck der Evaluation

Laut Terms of Reference sollte diese Evaluation „die Weiterentwicklung bzw. Feinjustierung des Programms unterstützen. Der Fokus der Evaluation liegt auf der Unterstützung von Lernprozessen in der Arbeitseinheit Tourism Watch. Dabei soll auch die Position innerhalb des EED Berücksichtigung finden.“ Als Ziele der Evaluation werden die Erstellung eines Wirkungsgefüges, eine unabhängige Beurteilung des Programms und die Entwicklung von Vorschlägen für die Weiterentwicklung des Programms genannt. Schwerpunkte der Beurteilung sollen die Kriterien Relevanz und Effektivität sein.

Im Rahmen der Evaluation war zu berücksichtigen, dass der EED sich im Prozess der Fusion mit Brot für die Welt befindet. Die Implikationen für Tourism Watch waren diesbezüglich zu beachten.

2.2 Kontext

Tourismus ist einer der weltweit größten Wirtschaftssektoren, der zudem überdurchschnittlich wächst². Laut UNWTO³ ist das Geschäftsvolumen des Tourismus derzeit mindestens genau so groß

¹ Ursprünglich geplanter Zeitraum war 2005-2010. Da die Evaluation später begann als ursprünglich geplant, wurde auf Anregung im Inception Report auch der Betrachtungszeitraum verschoben.

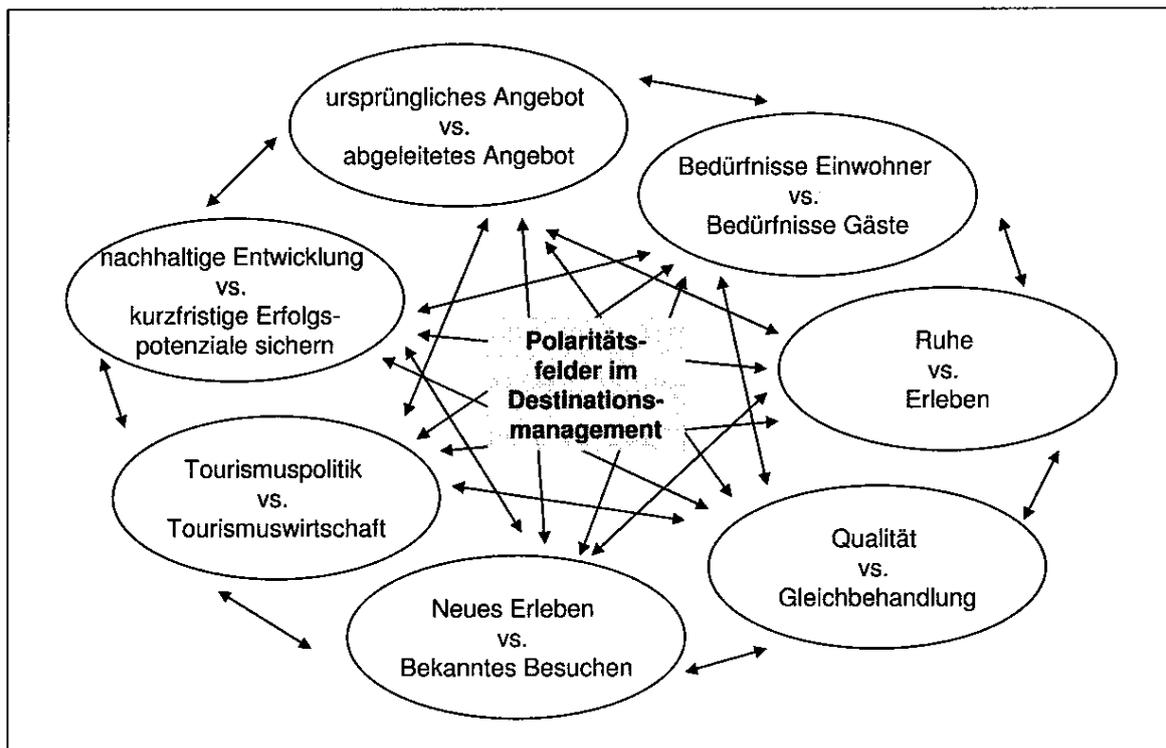
² Laut WTTC wird die Wachstumsrate im Tourismus 2012 bei 2,8% liegen, bei dem gleichzeitigen Bestehen bzw. Schaffung von 260 Millionen Arbeitsplätzen (d.h. einer von zwölf Arbeitsplätzen wird durch den Tourismus geschaffen).

³ unwto.org/en/content/why-tourism

oder größer als das des Ölexportes, der Nahrungsproduktion oder der Automobilindustrie. Die internationalen Tourismusankünfte wuchsen 2011 um über 4% auf 980 Millionen. Sein Wachstum findet überproportional in Entwicklungsländern statt. Allein in Indien und China werden Wachstumsraten von 6,7 % erwartet, dabei überproportional beim Inlandtourismus. Aber auch für den Nahen Osten und Nordafrika werden bei einer stabilen politischen Situation gesteigerte Wachstumsraten erwartet. Südamerika hatte 2011 allein Zuwächse von 10%.⁴

Im Tourismus gibt es viele Spannungsfelder. Die Tourismusforschung hat sich der Polaritäten im Tourismus in letzter Zeit stärker gewidmet (Egger/Herdin 2011). Unterschiedliche Interessen stoßen aufeinander und sind oft gegensätzlich, wie in Grafik 1 für das Destinationsmanagement, also die Gestaltung des Tourismus in den Zielgebieten, dargestellt. Diese Polaritäten werden oft einseitig zugunsten einer Interessensgruppe auf Kosten anderer gelöst. Tourismus in Entwicklungsländern zeichnet sich dadurch aus, dass Tourismus oft massiv und in unterschiedlichster Weise auf die arme Bevölkerung einwirkt. So wird in manchen Fällen das zum Teil knappe Wasser beansprucht und Menschen von ihrem Land vertrieben. Tourismus schafft Einkommen, doch diese Einkommen sind häufig niedrig, ungleich verteilt und können nur saisonal erwirtschaftet werden. Der Teil des Reisepreises, der im Land bleibt, ist oft gering. Die betroffene Bevölkerung wird in den Aushandlungsprozessen in der Regel wenig beteiligt.

Grafik 1: Polaritätsfelder im Destinationsmanagement



Quelle: Scherhag/Menn 2011, 13

Seitens der Tourismuswirtschaft und der United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) wird behauptet, der Tourismus trage zur Armutsminderung bei. Tourismuskritiker verweisen auf massive Schäden als Folge des Tourismus und darauf, dass ein großer Teil des Reisepreises in Industrieländern bleibt. Differenzierte Aufarbeitungen, wer vom Tourismus wie stark und in welcher Weise profitiert – einschließlich der ‚Net Benefits‘ für die ärmere Bevölkerung – liegen jedoch

⁴ UNWTO, Januar 2012

kaum vor. Deutlich ist, dass der Tourismus-Markt im Massensegment stark über den Preis konkurriert. Da stärker nachhaltige und sozialverträgliche Angebote oft etwas teurer sind, haben sie unter diesem Preisdruck nur eingeschränkte Chancen, von den Nischen her in den Massenmarkt hineinzuwirken.

Der Wirtschaftssektor Tourismus ist eng mit der Gesellschaft, Kultur und Umwelt verknüpft. Dadurch, dass Genderaspekte als Teil des sozialen Lebens gelten, darf deren Betrachtung auch im Tourismus nicht fehlen. Gender bezeichnet das soziale und nicht das biologische Geschlecht einer Person. Dabei ist grundlegend, dass es nicht nur darum geht, Frauenförderung zu betreiben, sondern Geschlechtergerechtigkeit zu erreichen. Bezüglich der Arbeitssituation im Tourismus lässt sich feststellen, dass diese oft durch eine am westlichen Lebensstil orientierte geschlechtsspezifische Arbeitseinteilung gekennzeichnet ist. Die männlichen Arbeitskräfte nehmen häufiger höhere berufliche Positionen ein als die Frauen, denen eher die Hausfrauenaktivitäten auf dem Tourismusmarkt stereotyp zugeschrieben werden, wie z.B. die Arbeit im Bereich Housekeeping. Andererseits gibt es Beispiele, wie Tourismus gezielt die Situation von Frauen verbessern kann (Ateljevic 2008, UNWTO 2011).

Eine der Polaritäten des Tourismus gibt es in Bezug auf die Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen. Einerseits führt das Wachstum des Tourismus an vielen Stellen zur Beeinträchtigung und Zerstörung von Natur. Andererseits kann der Tourismus mit dem Konzept „Schutz durch Nutzung“ gerade zum Erhalt entfernter und gefährdeter Gebiete mit hoher Biodiversität beitragen, indem er die benötigten Ressourcen bereitstellt und ein wirtschaftliches Interesse am Erhalt dieser Gebiete erzeugt. Auch dies muss im Einzelfall ausbalanciert werden. Ferntourismus trägt zwar noch in geringem Maße, aber doch stark wachsend, zum Klimawandel bei, weil mit ihm über Flug- und Schiffsverkehr erhebliche Mengen an CO₂-Ausstoß sowie Äquivalenten verbunden sind. Zwar hat die Europäische Union 2012 begonnen, den Flugverkehr in den Emissionshandel einzubeziehen, aber noch mit sehr geringer Steuerungswirkung, und in internationalen Abkommen ist der CO₂-Ausstoß von Schiffs- und Flugverkehr (die *Bunkers*) noch gar nicht berechnet. Gegen Forderungen, den CO₂-Ausstoß von Flugzeugen und Schiffen zur Finanzierung von Klimaschutz und -ausgleich zu besteuern, um ihn zu senken, gibt es erheblichen Widerstand von vielen Seiten.

In Wirtschaft und Politik gibt es einen zunehmenden Ethik-Diskurs zum Tourismus. Das zeigt sich auch daran, dass die Zahl der Siegel mit Logos für nachhaltigen Tourismus stetig angestiegen ist. Diese beziehen sich häufig auf Einzelaspekte der Nachhaltigkeit und sind national beschränkt. Die UNWTO hat 1999 einen Ethik-Kodex beschlossen und später einen Ethik-Rat eingeführt. In den letzten Jahren bemühte sie sich darum, diesen Kodex stärker zu beleben. Im September 2011 wurde in Madrid die erste UNWTO-Ethik-Konferenz durchgeführt, eine zweite Konferenz ist für 2012 geplant. Mehrere Gesprächspartner berichteten, dass der Deutsche Reise-Verband (DRV) überlegt, dem Ethik-Kodex beizutreten. 14 große spanische Reiseunternehmen haben das bereits im Rahmen der ersten Ethik-Konferenz getan.⁵

Menschenrechte und Tourismus werden seit langem diskutiert. International hat John Ruggie, der UN-Sonderbeauftragte für Menschenrechte und multinationale Unternehmen, 2008 Vorschläge für Sorgfaltspflichten von Unternehmen bei der Respektierung von Menschenrechten (*due diligence*)⁶ gemacht. In Deutschland hat die Menschenrechtsthematik für den Tourismus mit dem arabischen

⁵ ethics.unwto.org/en/content/commitment-global-code-ethics-tourism (8.3.12)

⁶ Ruggie hat ein menschenrechtliches Konzept für *due diligence* entwickelt. In der deutschen Betriebswirtschaft bezieht sich der Begriff auf den Kauf und Verkauf von Unternehmen: de.wikipedia.org/wiki/Due-Diligence-Pr%C3%BCfung und www.manager-magazin.de/unternehmen/karriere/0,2828,451205,00.html. Im Englischen hat der Begriff eine größere Bedeutungsvielfalt: en.wikipedia.org/wiki/Due_diligence (alle: 13.3.12)

Frühling an Prominenz gewonnen, als die Paradoxie deutlich wurde, dass der Tourismus in diese Länder in dem Moment einbrach, als sie sich demokratisierten, sie also durch den (konfliktreichen) Demokratisierungsprozess wirtschaftliche Nachteile erlitten. Damit stieg gleichzeitig auch die Chance, Aufmerksamkeit für Menschenrechtsverletzungen zu gewinnen, die durch den Tourismus verursacht werden.

Menschenrechte sind ein Aspekt der Unternehmensverantwortung. Auch dazu gibt es seit langem internationale Prozesse, die häufig freiwilligen Charakter haben, wie der *Global Compact*. Die OECD hat im Mai 2011 überarbeitete Leitsätze für multinationale Unternehmen vorgestellt, die in einem neuen Kapitel die menschenrechtliche Verantwortung für Unternehmen beschreiben. Im Bundeswirtschaftsministerium ist eine nationale Kontaktstelle zu den OECD Leitsätzen angesiedelt. Die Bundesregierung setzt dabei auf Freiwilligkeit (*Corporate Social Responsibility, CSR*) und steht staatlichen Verpflichtungen ablehnend gegenüber.⁷ Sie hat dabei die Unterstützung der Tourismusindustrie. Eine zentrale Frage ist, ob Unternehmensverantwortung im Kerngeschäft stattfindet oder ob sie durch separate Projekte, wie die Förderung einzelner, nachhaltiger Tourismusinitiativen, dargestellt wird. Futouris, eine Initiative der Tourismuswirtschaft für Nachhaltigkeit, setzt derzeit noch eher auf separate Projekte.

In den Entwicklungsländern hat über die letzten Jahrzehnte das Angebot an gemeindebasiertem Tourismus deutlich zugenommen. Viele Geldgeber haben derartige Projekte unterstützt. Der Erfolg dieser Projekte ist unterschiedlich. Die Projekte sind häufig angebotsfokussiert und haben Schwierigkeiten im Management und im Marketing. Sie sind eine Möglichkeit, den Nutzen des Tourismus für die arme Bevölkerung zu erhöhen, wenn es gelingt, sie gut in den Markt einzubinden. Entsprechende Strategien mit dem Privatsektor sind bisher nicht gut entwickelt worden. Curricula für Kurzzeitfortbildungen in diesem Bereich fehlen.

Tourismus in Entwicklungsländern bringt Begegnung mit sich. Für viele Deutsche ist es die wichtigste oder einzige Begegnung mit Menschen in Entwicklungsländern und dortiger Armut. Viele dieser Begegnungen geschehen nebenbei: mit Hotelangestellten oder auf dem Markt. Bewusstes Begegnen, gezielter und interessierter Austausch über Kultur und Lebensbedingungen sind Ausnahmen. Das Interesse vieler Touristen daran steigt jedoch deutlich, so wie das Interesse an Natur. Auch in der Spannung von Ruhe und Erleben, in der Ruhe lange das vorrangige Bedürfnis war, steigt das Interesse am Erleben, wie sowohl am Markt als auch an Befragungen abzulesen ist.

Im Tourismusmarkt zeigt sich, dass Spezialangebote für Erlebnis-, Natur- und Kulturtourismus sowie die intensive Begegnung mit Menschen aus Entwicklungsländern überproportional wachsen. Einzelne Veranstalter, die Mitglied beim forum anders reisen sind, haben jährliche Zuwächse von 10 bis 15 % zu verzeichnen. Auch große Unternehmen im Massenmarkt bieten zunehmend Zusatzelemente mit Begegnung an.

Gleichzeitig zeigen Umfragen, dass ein erheblicher Teil der Reisenden Interesse an Begegnung mit fremden Kulturen, an Einblicken in die Lebenswelten in Entwicklungsländern, an nachhaltigem und sozialverantwortlichem Tourismus haben. Laut Stichprobenumfrage der GfK im Jahr 2009⁸ bei 20.000 deutschen Haushalten sind ca. 30% interessiert an nachhaltigen Reisen. Ganz hoch im Kurs stehen bei diesen Konsumenten der Naturschutz und die Erhaltung ursprünglicher Lebensräume, gefolgt vom Klimaschutz. Die Einhaltung sozialer Standards und fairer Arbeitsbedingungen, auch

⁷ Zur Frage von Freiwilligkeit und Verpflichtung von CSR siehe Hartmann/Krause 2011, 181 und EED, Zauberformel CSR?, 2010

⁸ siehe Adlwarth, 2010; Haushalte, die Interesse an nachhaltigen Reisen zum Ausdruck gebracht haben, wurden bei dieser Studie unter dem Begriff CSR affin als Zielgruppe definiert.

bei Zulieferern, werden ebenfalls als relativ wichtig erachtet. Dies gilt in besonderem Maße für Reiseveranstalter: 14% aller Reisenden sehen dies als die wichtigsten Aspekte im CSR-Bereich für deren Engagement.⁹

Dieses Interesse setzt sich allerdings nur zum kleinen Teil in Kaufentscheidungen um. So kompensieren nur sehr wenige Touristen den CO₂-Ausstoß ihrer Flüge. Ein ähnliches Phänomen ist bei Angeboten der Nachhaltigkeit in anderen Sektoren zu beobachten, siehe Tabelle 1. Sie zeigt, dass wachsende Aufgeschlossenheit bei einem Teil der Bevölkerung zu einem Wachstum der Nische führen kann, die langsam in den Massenmarkt hineinwächst. Einen wesentlichen Einfluss auf dieses Wachstum hat der Staat, der

- die Nische fördern,
- Rahmenbedingungen verändern und
- den Massenmarkt regulieren kann.

Für nachhaltigen und den dazu gehörigen sozialverantwortlichen Tourismus ist zu konstatieren, dass es, a) ähnlich wie in anderen Sektoren, eine wachsende Verbrauchernachfrage nach Produkten aus der Nische der Nachhaltigkeit gibt, b) dass Klein- und Mittelunternehmen (KMU) diese Nachfrage bedienen und fördern und es c) eine interessierte Öffentlichkeit dafür gibt, was das Wachstum weiter fördert. Große Unternehmen sind in diese Nische eingestiegen.

Staatliche Interventionen gibt es dagegen bisher nur als Förderung des ökologischen Tourismus in Deutschland und ähnlich in anderen europäischen Ländern. Dass die Themen auch im politischen Raum diskutiert werden, wäre hier eher der positiv eingestellten Öffentlichkeit zuzuordnen. Die vereinzelte Förderung von Entwicklungsprojekten wird, da punktuell, hier nicht gerechnet. Die massive Förderung des Konzepts „Schutz durch Nutzung“ bei Naturschutzgebieten oder die große Anzahl von Biodiversitäts-Maßnahmen mag, international zusammengefasst, bereits als systemische Wirkung verstanden werden, ist jedoch nicht der Fokus von Tourism Watch. Im Bundestag ist ein Interesse am Thema im Menschenrechtsausschuss zu konstatieren, begrenzt auch im Tourismus-Ausschuss, aber kaum im Ausschuss für wirtschaftliche Zusammenarbeit. Der Tourismus-Ausschuss priorisiert die Förderung des Tourismus. Der Ausschuss für wirtschaftliche Zusammenarbeit befasst sich kaum mit dem Thema, zumal es bisher kein Schwerpunktthema im Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung ist. Die Erarbeitung eines Positionspapiers des BMZ zum Tourismus (2011) muss positiv bewertet werden, allerdings ist dieses Strategiepapier unter den relevanten Akteuren nur wenig bekannt und wird nicht aktiv eingesetzt.

Das Wachstum des Tourismus wird unter anderem dadurch angetrieben, dass sich neue Quellmärkte des Tourismus in den Schwellenländern rasant entwickeln. Was über die wachsende Nische für nachhaltigen Tourismus gesagt wurde, gilt hier noch nicht. Es handelt sich zu einem wachsenden Teil um besonders niedrigpreisigen Massentourismus. Dieser Tourismus legt tendenziell weniger Wert auf Umweltverträglichkeit, ist weniger sozialverträglich und auch die Respektierung von Menschenrechten hat ein weniger hohes Gewicht.¹⁰

⁹ Was hier als Polarität skizziert wird, ist tatsächlich differenzierter. So unterscheiden Aschauer/Schinwald (2011) in einer Untersuchung bei Salzburger Studenten vier Reisetypen: Pauschalreisende, Bausteinreisende, Individualreisende und Rucksackreisende. Mit den Reisetypen gehen graduelle Unterschiede von Begegnungsinteresse, Sozialverantwortung und Umweltverantwortung einher.

¹⁰ Ein Quellland, das bereits für einige Zielländer große Bedeutung hat, ist China. Auch die Zahlen russischer und arabischer Touristen steigen stark an. So werden für 2012 erstmals mehr russische als deutsche Urlauber in der Türkei erwartet. reisen.t-online.de/erstmal-mehr-russen-als-deutsche-in-der-tuerkei-erwartet/id_54553934/index, 6.3.12

Tabelle 1: Nachhaltigkeit in Sektoren mit staatlicher Einflussnahme in Deutschland

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sektor	Verbraucher für Nachhaltigkeit (Nische)	Öffentlichkeit	KMU	Staat: Promotion der Nische	Staat: Rahmen	Staat: Regulierung	Multilaterale Regelungen	Große Unternehmen	Allgemeines Verbraucherverhalten
Bio-Lebensmittel	↑	↑	↑	Bio-Siegel, Kü-nast/EU, ÖA		Tierschutz, Beschränkung grüner Gentechnik		später Einstieg in Bio-Lebensmittel	Discounter, billig, mehr Fleisch, Ablehnung grüner Gentechnik
Erneuerbare Energien	↑	↑	↑		EEG	Wärmeschutzverordnungen	starkes Thema	später Einstieg	gemischt
ÖPNV	↑	↑	↑	ÖA	Trennung Bahn-Schiene; Kauf der Verkehrsleistung durch Länder			Einstellung auf neuen Rahmen	↑
Fairer Handel	↑	↑	↑					später Einstieg	?
Sexueller Kindesmissbrauch im Tourismus	?	↑	?		Nationaler Aktionsplan	BKA: Strafverfolgung	viele	↑	Sensibilisierung
Bunkers Schiffs- und Flugverkehr	?	?	<i>forum anders reisen</i>				ab 2012 Emissionshandel EU		starke Zunahme der Reisen
Sozial verantwortlicher Tourismus	↑	↑	↑					beginnender Einstieg	mehr Aufgeschlossenheit

Zentrale Fragestellung dieser Tabelle ist: Welche wirksamen staatlichen Interventionen gab es, um nachhaltiges und sozial verantwortliches Verbraucherverhalten zu fördern? Die Spalten Nische / Öffentlichkeit / KMU stellen Entwicklungen seit den 1970er Jahren dar. Die Tabelle gibt die Wahrnehmung eines Evaluators wieder auf der Basis einiger Gespräche. Es handelt sich um keine abgesicherte Darstellung, sondern soll in dieser Form als heuristisches Mittel für die Zwecke dieser Evaluation ausreichen.

↑ bedeutet: Dieser Sektor ist gewachsen: Mehr Verbraucher engagieren sich in diesem Feld. Es gibt eine positiv eingestellte Öffentlichkeit zum Thema. Klein- und Mittelunternehmen engagieren sich in der Nische (in unterschiedlichster Weise – beim CO₂-Ausstoß des Flugverkehrs hat das *forum anders reisen* Regelungen geschaffen, die den Ausstoß pro Kopf und Tag begrenzen). Diese drei Akteure zusammen stützen jeweils gegenseitig das Wachstum der Nische. Es ist deutlich, dass große Unternehmen einsteigen, wenn die Nische gewachsen ist. Der Einfluss auf das allgemeine Verbraucherverhalten (Massenmarkt) ist gemischt.

Der Staat kann die Nische fördern (wie im Fall des Bio-Siegels und der Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit im ÖPNV, um Verbraucherverhalten zu ändern). Er kann auch die Rahmenbedingungen verändern, wie im Fall des Erneuerbare Energien-Gesetzes, das ein massives Wachstum von Solar-, Wind- und Biogas-Energie provozierte. Darüber hinaus kann der Staat den Massenmarkt regulieren, wie im Fall der Wärmeschutzverordnung, nach der nur noch gut gedämmte Häuser gebaut werden können.

Die tourismuskritische Szene in den deutschsprachigen Ländern ist in den letzten Jahren kleiner geworden. Mögliche Gründe dafür sind, dass es kaum staatliche Förderung für dieses Thema gibt, da es, wie z.B. beim BMZ, kein prioritäres Thema ist. Ein weiterer Grund kann das allgemein positive Gefühl zum Thema Tourismus (=Urlaub) sein, wodurch Viele es vermeiden, dieses Thema trotz hoher Armutsrelevanz anzugehen.

Die Szene hat sich zudem deutlich verändert. Früher gab es noch einige Akteure, die grundsätzlich den Tourismus kritisierten. Tourismus war in den achtziger Jahren sogar noch Kampagnenthema. Ferntourismus insgesamt und insbesondere Auswüchse wie Prostitutionstourismus wurden grundsätzlich in Frage gestellt und das Konzept des sanften Tourismus dem entgegengestellt. Seither gab es eine Transformation der Kritik. Einige Akteure haben sich aus der Thematik verabschiedet. Andere haben sich spezialisiert und wurden Dienstleister. Die Kritik insgesamt hat sich vom Grundsätzlichen ins Kritisch-Konstruktive gewandelt. Der Ferntourismus wird nicht mehr grundsätzlich abgelehnt, sondern es werden Alternativen und Verbesserungsmöglichkeiten gesucht. Die Beratung der Akteure hat ein großes Gewicht bekommen. Tourismus wird zunehmend im Zusammenhang mit anderen politischen Fragen diskutiert. Auch in anderen europäischen Ländern ist die tourismuskritische Szene schwächer geworden, wobei dort zum Teil noch die grundsätzliche Kritik vorherrscht. Andere Akteure der zivilgesellschaftlichen Tourismuskritik sind in der Regel schlechter mit Mitteln ausgestattet und haben durch ihre Geldgeber enger umschriebene Aufgabengebiete, so dass sie weniger flexibel agieren können als Tourism Watch das kann.

2.3 Tourism Watch

Tourism Watch ist eine Arbeitsstelle, und eine Marke des EED. Sie ist Teil der Arbeitsstelle Unternehmensverantwortung und Tourismus im Referat Entwicklungspolitischer Dialog. Sie wurde 1975 als Fachstelle Ferntourismus im Zentrum für entwicklungsbezogene Bildung gegründet, und ging später in die Trägerschaft von Dienste in Übersee über. Finanziert wurde die Fachstelle ursprünglich über den Ausschuss für entwicklungsbezogene Bildung und Publizistik (ABP). 2001 mit der Fusion zum EED wurden sechs der zwölf Fachstellen in den EED integriert, darunter auch die Fachstelle Ferntourismus/Tourism Watch. Die Arbeitsstelle hat zurzeit eine Referenten- und eine dreiviertel Assistenzstelle, eine halbe Stelle für eine Beraterin auf Zeit und Kapazitäten einer freien Journalistin, die für den Informationsdienst zuständig ist. Sie verfügt außerdem über Programmmittel für eigene Aktivitäten und kann mit Maßnahmen anderer Stellen und Organisationen kooperieren. Vom Arbeitsumfang beansprucht die Tourismusarbeit eine volle Referentenstelle und die fachlich kompetente Unterstützung der Sachbearbeitung. Die sonstigen Aufgaben zu Unternehmensverantwortung und die Vertretung bei Transfair und im Bereich des Fairtrade Labelling, basieren auf jeweils genauer Prüfung der personellen Kapazitäten und einer hohen Bereitschaft zu freiwilliger Mehrarbeit.

Die Arbeitsstelle ist im Rahmen des Projekts „Lobby- und Advocacyarbeit für eine nachhaltige, armuts- und menschenrechtsorientierte Entwicklung“¹¹ zu etwa 75% vom BMZ finanziert, der Rest aus kirchlichen Mitteln. Dies umfasst Personal- und Sachkosten, die 2008-2010 ca. 130.000 Euro pro Jahr betragen. Hinzu kommen eine ausschließlich aus Mitteln des kirchlichen Entwicklungsdienstes finanzierte halbe Stelle einer Beraterin auf Zeit mit etwa 40.000 Euro Personal- und Programmkosten jährlich und weitere Mittel für Kooperationen, die aus einem EED-finanzierten Inlandsprojekt bestritten werden (2009: 22.000 Euro). Da die Arbeit einerseits in langen Wellen erfolgt, Tourism Watch andererseits häufig kurzfristig auf Veränderungen reagieren muss, sind die

¹¹ Titel des Projekts 2008-10. In Vor- und Folgeprojekten waren die Titel etwas anders. Die Projekte sind im Referat Entwicklungspolitischer Dialog angesiedelt und umfassen mehrere Arbeitsstellen.

vom BMZ finanzierten 3-Jahres-„Projekte“ eher als Abschnitte in einem auf lange Sicht angelegten Prozess zu verstehen.

Der EED und Brot für die Welt werden sich 2012 zum neuen Werk „Brot für die Welt. Evangelischer Entwicklungsdienst“ zusammenschließen. Tourism Watch wird dann in das Referat „Wirtschaft und Umwelt“ in der Abteilung Politik integriert.

In den ersten 25 Jahren hat die Fachstelle Ferntourismus mit einem tourismuskritischen Ansatz viel Arbeit und Energie in Bildungsarbeit und internationale Vernetzung mit Partnern in Entwicklungsländern sowie in Europa investiert. Sie wurde auf Anregung der asiatischen Kirchen, die Menschenrechtsverletzungen durch Tourismus und den Prostitutionstourismus in ihre Länder kritisierten, gegründet und verstand sich auch als Forum für die Partner, in Deutschland hineinzuwirken. Mit der Umbenennung zu Tourism Watch und der Integration in den EED veränderte sich die Arbeit. Bildungsarbeit bei Reisenden wurde reduziert und stattdessen mehr Unternehmensdialog und eine intensivere Lobbyarbeit gemacht. Die Vernetzungsarbeit wurde zunächst verstärkt. Seit einigen Jahren reduzierte sich auch die Vernetzung mit Partnern in Entwicklungsländern und im fremdsprachigen Europa etwas, weil einige Partner schwächer wurden oder gar die Arbeit einstellten und noch weniger Kirchen in Entwicklungsländern sich mit Tourismus befassen.

Die Ziele der Arbeitsstelle sind allgemein formuliert. 2007 hieß es: „Der EED will in der Tourismuswirtschaft und der Tourismuspolitik darauf einwirken, dass nachhaltiger, sozial und ökologisch verträglicher Tourismus an Bedeutung gewinnt. Er arbeitet bei Reiseunternehmen darauf hin, dass sie aussagefähige Nachhaltigkeitsberichte veröffentlichen und Klimaschutz und Katastrophenvorsorge in Corporate Social Responsibility-Strategien integrieren.“¹²

2010 wurden weitere Ziele hinzugefügt: Unternehmen sollen „mehr Transparenz hinsichtlich der sozialen und ökologischen Hintergründe und Wirkungen von Reisen herstellen ... Die Etablierung und Verbreitung eines transparenten und glaubwürdigen Zertifizierungssystems für soziale Verantwortung im Tourismus wird angestrebt.“ Weitere Ziele sind, „den EED zusammen mit den internationalen Partnern als Akteur im Bereich Tourismus und Entwicklung zu positionieren und Expertise aufzubauen, um im Dialog mit Tourismuswirtschaft und Politik die gesellschaftliche Verantwortung touristischer Unternehmen zu fordern und zu stärken und den Tourismus stärker in globale Abkommen und Regelwerke einzubeziehen.“¹³

Tourism Watch nimmt für den EED mehrere Mandate und Mitgliedschaften wahr.¹⁴

- Netzwerk Kirche in Freizeit und Tourismus der Evangelischen Kirche Deutschlands
- Bund-Länder-Arbeitsgruppe „Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sexueller Gewalt und Ausbeutung“
- Arbeitsgruppe des Deutschen Reise-Verbandes zur Umsetzung des Verhaltenskodex zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Tourismus
- Mitglied im Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung (AKTE Basel)
- Studienkreis für Tourismus und Entwicklung
- Sprecher der Arbeitsgruppe Tourismus bei ECPAT Deutschland, nachdem Tourism Watch lange im Vorstand war
- Vertretung in der Gesellschafterversammlung und im Zertifizierungsrat von TourCert

¹² Aus dem Finanzierungsantrag an das BMZ für die Jahre 2008-10

¹³ Aus dem Finanzierungsantrag an das BMZ für die Jahre 2011-13. In diesem Antrag wurden erstmals auch Indikatoren genannt. Diese sind im Kapitel Effektivität aufgeführt.

¹⁴ Die Arbeitsstelle nimmt außerdem im Rahmen ihrer anderen Themenfelder den Vorsitz bei Transfair Deutschland wahr und arbeitet mit bei CorA. Sie ist auch Mitglied der VENRO-Arbeitsgruppe zu Kinderschutz.

Tourism Watch spricht viele Zielgruppen an. Dazu gehören Medienschaffende, Akademiker, Studenten, Tourismuspolitiker sowie Branchenfachkräfte. Um sie zu erreichen, kooperiert es mit anderen am Tourismus Interessierten aus der Zivilgesellschaft. Reisende sind indirekte Zielgruppe.

Tourism Watch führt eine Vielzahl an Aktivitäten durch:

Es veröffentlicht vierteljährlich einen Informationsdienst mit 500 gedruckten Exemplaren und mehr als 3.000 Empfängern der elektronischen Version¹⁵. Zusammenfassungen auf Englisch werden online gestellt¹⁶ und Sondernummern auf Englisch herausgegeben, z.B. 2011 zu *Tourism and Human Rights*. Der Informationsdienst sowie weitere Informationen werden auf einer eigenen Website, www.tourism-watch.de, zur Verfügung gestellt.

Tourism Watch publiziert eigene Artikel in Zeitschriften, gibt Interviews und verfasst Pressemitteilungen, die über den EED Presseverteiler, die Website und den Informationsdienst verbreitet werden.

Tourism Watch nimmt in der Regel an zwei Messen im Jahr mit einem eigenen Stand teil, darunter der ITB. Darüber hinaus organisiert es eigene Veranstaltungen und die Mitarbeiter nehmen als Redner, Moderator oder Podiumsteilnehmer an vielen weiteren Veranstaltungen von Kirchengemeinden, Hochschulen, Unternehmen und entwicklungspolitisch Interessierten teil. Zudem beteiligt sich Tourism Watch bei evangelischen Kirchentagen mit Veranstaltungen und Ständen.

In geringem Umfang beteiligt sich Tourism Watch organisatorisch und finanziell an Aufklärungsmaßnahmen anderer zivilgesellschaftlicher Akteure mit etwa zehn Projekten im Jahr.

Mit dem Studienkreis für Tourismus und Entwicklung kooperiert Tourism Watch seit langem. Gegenwärtig arbeitet Tourism Watch an der Herausgabe von Sympathie-Magazinen mit und ist Ko-Finanzierer sowie Juror des TO DO!- und des Toura D'Or-Preises. Die Zusammenarbeit war früher stärker, ist aber immer noch regelmäßig. Nur die Mitarbeit an Reiseleitertrainings wurde vor einigen Jahren ganz aufgegeben.

Tourism Watch hat jedes Jahr mehrere Publikationen herausgegeben und weitere unveröffentlichte Studien erstellen lassen. Einige dieser Publikationen sind in Anhang 5 aufgeführt. Einige der Publikationen sind die gemeinsam mit ECPAT Deutschland 2009 beauftragte repräsentative Studie zur Wahrnehmung des Themas sexueller Ausbeutung von Kindern im Tourismus im Rahmen der Reiseanalyse. Die Studie wurde 2010 veröffentlicht. 2011 erschien „Alles was Recht ist – Menschenrechte und Tourismus“, in Zusammenarbeit mit AKTE, 2012 der Label-Führer „Wegweiser durch den Label-Dschungel“ mit AKTE (Schweiz), Naturfreunde Internationale/respect (Österreich) und ECOTRANS. Tourism Watch lässt immer wieder Themen von Praktikanten (von 2006 bis 2011 waren es acht) oder im Rahmen von Bachelor- und Masterarbeiten aufarbeiten, um sie dann zum Teil zu publizieren, und zum Teil auf andere Weise zu nutzen. Sie sind auf tourism-watch.de verfügbar.

Tourism Watch führt einen intensiven Dialog mit der Tourismuswirtschaft. Das geschieht im Rahmen von Messen und bei Veranstaltungen. Dafür werden auch die Publikationen eingesetzt. Einen besonders intensiven Dialog gibt es seit Jahren mit spezialisierten Veranstaltern für nachhaltigen

¹⁵ 2002 waren es noch 850 elektronische Bezieher.

¹⁶ Die englischen Zusammenfassungen sind als Text auf der Website verfügbar, aber in der Regel nicht als pdf. Die einzige englischsprachige Ausgabe, die als pdf abrufbar gefunden wurde, ist die Sonderausgabe Climate Change (Oktober 2009).

und sozialverträglichen Tourismus im Rahmen von TourCert, einer Initiative, Unternehmensverantwortung im Tourismus zu zertifizieren (siehe Beispiel im Kapitel Effektivität).

Auch mit der Politik gibt es einen langjährigen Dialog über Unternehmensverantwortung und seit 2011 verstärkt über Menschenrechte. Gesprächspartner sind insbesondere Abgeordnete aus den Ausschüssen für Menschenrechte und für Tourismus.

Das Thema Kinderprostitution hat Tourism Watch ebenfalls seit langem verfolgt und war an der Gründung von ECPAT Deutschland beteiligt. Heute ist Tourism Watch in der Tourismus-Arbeitsgruppe von ECPAT Deutschland vertreten und in der Bund-Länder-Arbeitsgruppe „Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sexueller Gewalt und Ausbeutung“ im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, das die Aktivitäten im nationalen Aktionsplan bei ein bis zwei Treffen im Jahr mit Vertretern aus allen Bundesministerien und Ländern austauscht.

Tourism Watch kooperiert zudem mit einigen Hochschulen in mehreren Projekten und bei der Ausbildung von Studenten und bezieht Studenten für Praktika und Abschlussarbeiten ein.

Tourism Watch hat seine Arbeit immer im Dialog und in Konsultation mit vor allem kirchlichen Südpartnern durchgeführt. Einige Partner wurden gezielt beraten und unterstützt. Es gab einen kontinuierlichen Dialog und zu bestimmten Themen größere Konferenzen in Deutschland oder Entwicklungsländern, zu denen Südpartner eingeladen wurden, um ihnen Gehör und Kontakte in Deutschland zu verschaffen. In den letzten Jahren wurde das weniger, weil die Kirchen des Südens sich weniger mit Tourismus befassen und insbesondere ein zentraler ökumenischer Partner der Tourismusarbeit organisatorisch und personell in Schwierigkeiten geriet. Tourism Watch unterstützte ihn bei der Bewältigung dieser Schwierigkeit, eine Neuaufstellung ist jedoch noch nicht gelungen. Auch andere Partner verringerten ihr Engagement zum Tourismus. Nur zum Teil konnte das durch nicht-kirchliche Partner ausgeglichen werden, auch weil der EED nur wenige Akteure im Tourismus von Entwicklungsländern als Partner der finanziellen oder personellen Zusammenarbeit hat.

Seit 2007 arbeitet für Tourism Watch eine Beraterin auf Zeit an Fragen zu Klimawandel und Tourismus. Zunächst war der Fokus auf Katastrophenvorsorge in Folge des Tsunami Weihnachten 2004 im indischen Ozean. Eine Mailgroup mit 60 Beteiligten wurde aufgebaut. Die Ecumenical Coalition on Tourism (ECOT) in Kooperation mit Tourism Watch und dem Ökumenischen Rat der Kirchen hat das Handbuch „Climate Justice and Tourism“ herausgegeben. Dieses Projekt ging 2009 zu Ende, die Beratung der Partner zu Klimafragen wird jedoch fortgesetzt, mit einem Fokus auf Inselstaaten.

Seit 2008 befasst sich die Beraterin auch mit den CO₂-Emissionen des Flug- und Schiffsverkehrs und knüpft dabei an die Beziehungen zu asiatischen und pazifischen Partnern des EED an, die sie schon in der Präventionsarbeit beraten hat. Der Flugverkehr soll begrenzt und die *Bunkers* in den Zertifikatehandel einbezogen werden, um damit Anpassungen an den Klimawandel zu finanzieren. Tourism Watch arbeitet mit im Arbeitskreis Flugverkehr der deutschen NRO und ist die einzige deutsche und die einzige Aprovev-Organisation, die zu diesem Thema die Verbindung zum internationalen Climate Action Network hält. Im Mai 2011 hat die Beraterin für die Kritischen Aktionäre vor der Hauptversammlung der Lufthansa AG gesprochen.

Tourism Watch bemüht sich seit langem in Zusammenarbeit mit Partnern in Palästina um eine gleichberechtigte Beteiligung der Menschen in Palästina am Tourismus in der Region und den daraus resultierenden Einnahmen. 1999 wurde der Leitfaden „Palästina/Israel: Fair reisen!“ vorgelegt. 2011 hat Tourism Watch unter dem Titel „Von verschobenen Grenzen und verzerrten Bildern“ eine

Bachelorarbeit über die Darstellung Israels und der palästinensischen Gebiete im staatlichen Tourismusmarketing und bei deutschen Reiseveranstaltern unterstützt und veröffentlicht. Das Ergebnis hat die zuständige Regionalreferentin für Nahost der Evangelischen Mittelost-Kommission, deren Mitglied sie ist, präsentiert.

Als Mitglied im Netzwerk Kirche in Freizeit und Tourismus, der sich vor allem mit der Rolle der Kirche im Inlandstourismus befasst, beteiligt sich Tourism Watch an Diskussionen und bringt sozialethische Perspektiven ein. Das Kirchenforum bei der ITB 2011 behandelte das Thema Arbeitsbedingungen im Tourismus und Tourism Watch trug inhaltlich viel dazu bei.

Tourism Watch führt auch einen kontinuierlichen Dialog mit der UNWTO zu Themen wie Menschenrechte und Klimafolgen des Flugverkehrs und fordert, dass die UNWTO die Beteiligung der Zivilgesellschaft aus Entwicklungsländern erhöht und erleichtert. Ebenfalls gibt es regelmäßige Abstimmungen im Rahmen des TEN (Tourism European Network). 2010 wurde ein gemeinsames Forderungspapier zu Menschenrechten und zivilgesellschaftlicher Beteiligung erarbeitet, das stellvertretend für das TEN-Netzwerk an die UNWTO übergeben wurde. Der Dialog mit der Europäischen Union findet im Rahmen des Themenfeldes Unternehmensverantwortung statt.

Die Arbeitsstellen im Referat Entwicklungspolitischer Dialog arbeiten je nach Bedarf in Thementeamen zusammen und tauschen Informationen und Einschätzungen aus. Tourism Watch nimmt daran teil. Daraus entstanden mehrere Publikationen, die zum Teil im Namen von Tourism Watch, zum Teil im Namen anderer Arbeitsstellen oder des Referats veröffentlicht wurden. Auch zu Gesamthemen des Referats trägt Tourism Watch in der Regel bei. Es fällt auf, dass im Referat kaum eine Arbeitsstelle so sektorbezogen arbeitet wie Tourism Watch, mit Ausnahme des Sektors Gesundheit.

Tourism Watch und vorher die Fachstelle Ferntourismus haben seit langem mit dem EED, davor dem Ausschuss für Bildung und Publizistik (ABP), zusammengearbeitet bei der Förderung von kirchlichen Reisegruppen, die in Entwicklungsländer reisen. Leitlinien und Handreichungen wurden erarbeitet. Diese wurden seit einigen Jahren nicht mehr überarbeitet und haben sich aus Sicht des Referats bewährt. Tourism Watch arbeitet mit dem zuständigen Referat „Bildung und Förderung“ bei einzelnen Publikationen zusammen, beurteilt aber die Reiseanträge nicht mehr und ist in weniger intensivem Kontakt als früher.

Die Zusammenarbeit mit der finanziellen und personellen Förderung des EED besteht aus zwei Elementen. Zum einen stellt Tourism Watch sich und seine Konzepte in jedem Ausreisekurs für Fachkräfte und Freiwillige vor. Es werden damit 60-70 Personen im Jahr erreicht. Dabei wird auch Wert auf eine Sensibilisierung für die sexuelle Ausbeutung von Kindern und Jugendlichen gelegt. Fachkräfte für Tourismusprojekte führen immer ein Gespräch mit Tourism Watch. Ein Ergänzungskurs „Gender und Tourismus“ wird angeboten. Wenn zum anderen in der internationalen Förderung Partner Tourismusprojekte beantragen, was meist Projekte zum gemeindebasierten Tourismus sind, können die zuständigen Referenten eine Stellungnahme bei Tourism Watch einholen. Dies geschieht mehrmals im Jahr. Nur bei der personellen Förderung ist dies verpflichtend. Es konnte nicht genau erhoben werden, wie viele Tourismusprojekte der EED jährlich fördert. Ein Gesprächspartner sagte, es seien etwa zehn im Jahr. Nicht alle Projekte werden der Arbeitsstelle Tourism Watch zur Kommentierung vorgelegt.

Im Strategiepapier des Referats Entwicklungspolitischer Dialog wird ein strategisches Dreieck von Kirche, Politik und Partnern der Arbeit zugrunde gelegt. In der Tourismusarbeit ist die Kirche we-

niger bedeutend – die Zusammenarbeit ist im Bereich Fairer Handel intensiver -, dafür kommt im Tourismus die Wirtschaft als Partner und Adressat hinzu.

3 Methodik

Die Evaluation richtet sich an den vom EED vorgegebenen Terms of Reference (Anhang 1) aus. Zu Beginn der Evaluation wurde ein Inception Report (Anhang 2) erstellt und vom EED abgenommen. Folgende Methoden wurden für die Evaluation verwendet:

- Analyse der von Tourism Watch bereitgestellten Dokumente.
- Verwendung der bei Tourism Watch vorhandenen Auswertungen, u.a. von Praktikanten, auch von quantitativen Auswertungen der Nutzung von Tourism Watch Angeboten.
- Analyse von Fachliteratur und Informationen im Internet zur Einschätzung der Relevanz und zum Vergleich mit anderen Programmen.
- Die Gespräche im EED wurden zum Teil als Gruppengespräche geführt. Für die Interviews außerhalb des EED wurde ein Interview-Leitfaden verwendet (Anhang 4), der stark auf die Verbindung der Interviewpartner mit Tourism Watch und der betreffenden Thematik abhob und viel Flexibilität ließ, aufkommende Themen und Aspekte aufzugreifen, ohne zentrale Fragestellungen der Evaluation zu vernachlässigen. Interviews wurden meist durch Internet-Recherche vorbereitet. Den Gesprächspartnern wurde Vertraulichkeit zugesichert. Einzelne Akteure haben trotz Nachfrage nicht auf die Interviewanfrage reagiert. In Anbetracht der Vielzahl möglicher Gesprächspartner wurde in diesen Fällen auf die Interviews verzichtet.
- Ein halbtägiger Workshop am 15.2.2012 diente der Diskussion vorläufiger Ergebnisse, einschließlich des Wirkungsgefüges. Tourism Watch und PQ nahmen teil.
- Ein Workshop zur Diskussion des Berichtsentwurfs am 28.3.2012 mit Tourism Watch, PQ und finanzieller Förderung.

Die Genderperspektive wurde in der Evaluation berücksichtigt, indem im Informationsdienst Dritte Welt-Tourismus untersucht wurde, wie weit dort Genderfragen berücksichtigt wurden, und indem in allen Interventionsfeldern von Tourism Watch Relevanz und Umsetzung der Genderperspektive betrachtet wurde. Die Evaluierung orientiert sich an den Evaluierungsstandards der DeGEval und am Evaluierungskonzept des EED. Konzepte der Wirkungsanalyse von Advocacy-Arbeit, wie in Krisch/Hartung 2010 und in Krisch 2012 dargestellt, wurden bei der Evaluation berücksichtigt.

In Kontext und Analyse geht es vorrangig um die Arbeit und Wirkung von Tourism Watch in Deutschland und dem deutschsprachigen Raum. Internationale Aktivitäten und die Zusammenarbeit mit Partnern im Ausland wurden analysiert, aber tendenziell nachrangig behandelt. Sie wurden insbesondere unter Fragestellungen untersucht, die für die Arbeit und Wirkung von Tourism Watch in Deutschland von Bedeutung sind.

4 Ergebnisse nach Evaluationskriterien

Die Terms of Reference geben Kriterien der Evaluation und Struktur des Berichts vor. Tourism Watch wird hier anhand der Evaluationskriterien dargestellt.

4.1 Relevanz

Die Terms of Reference fragen, ob die Ziele, geplante Aktivitäten, Leistungen und Angebote den beabsichtigten Wirkungen entsprechen und ob sich seit dem Design des Programms Änderungen ergeben haben, ob die Ziele des Programms noch gültig sind und ob eine angemessene Genderperspektive integriert wurde.

Aus dem Vergleich zwischen Kontextanalyse und Aktivitäten von Tourism Watch ergibt sich, dass Tourism Watch an für den EED wesentlichen Themen arbeitet. Die Sozialverträglichkeit des Fern-tourismus hat viel zu tun mit den Zielen des EED, wie sie in der Grundorientierung dargelegt sind, u.a. arme, benachteiligte und unterdrückte Menschen zu befähigen, aus eigener Kraft und in eigener Verantwortung ihre Lebenssituation zu verbessern; die Teilhabe aller Menschen an Entscheidungsprozessen durch den Aufbau der Zivilgesellschaft zu ermöglichen; und in der eigenen Gesellschaft globale Zusammenhänge und wechselseitige Abhängigkeiten bewusst zu machen, das Umdenken zu fördern, eigene Handlungsmöglichkeiten zu entwickeln und politische Veränderungen zu erreichen. Die Arbeit von Tourism Watch entspricht auch den dort dargestellten Arbeitsgebieten und Arbeitsgrundsätzen.

Tourism Watch hat mit seiner langen Tradition, seiner guten Vernetzung, der Verbindung von Nord und Süd und der Verankerung in der evangelischen Kirche viele Alleinstellungsmerkmale bei einem Thema, das Interesse findet und wo Veränderungspotential besteht, an dem aber kaum andere Akteure aus der zivilgesellschaftlichen Entwicklungszusammenarbeit arbeiten. Dadurch kann Tourism Watch viel Aufmerksamkeit und Einfluss erlangen. Dass sich wenige andere Entwicklungsorganisationen mit Tourismus befassen, ist kein Indikator für geringe Relevanz. Es gibt viele entwicklungsrelevante Themen, die nicht ausreichend bearbeitet werden, während einige Themen viel Aufmerksamkeit binden. Es ist daher als durchaus sinnvoll anzusehen, dass sich Organisationen die vernachlässigten Themen aufteilen, dauerhaft bearbeiten und jeweils spezifisch Stärken entwickeln.

Die deutsche Tourismuswirtschaft erkennt zwar an, dass Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema ist, hat aber bisher kein solides Nachhaltigkeitskonzept für sich entwickelt. Beim Mainstream besteht die Befassung mit Nachhaltigkeit häufig noch darin, dass sie nicht ihre Wirtschaftspraxis ändern, sondern einzelne Projekte durchführen. Der kompetente, konstruktiv-kritische Dialog mit der Tourismuswirtschaft hat daher das Potential, Wesentliches im Sinne der Armutsorientierung des EED zu verändern.

Menschenrechte im Tourismus sind mit der Studie „Alles was Recht ist“ für Tourism Watch ein wichtiges Thema geworden. Gleichzeitig gewann die Frage des Tourismus in Ländern, in denen in großem Ausmaß Menschenrechtsverletzungen geschehen, durch den arabischen Frühling an Prominenz. Die Studie bekam dadurch größere Bedeutung, dass sie auf die durch Tourismus verursachten Menschenrechtsverletzungen hinwies. Es ist allerdings die Frage, wie weit dies bei deutschen Reiseveranstaltern tragen kann. Menschenrechtsverletzungen werden meistens in den Zielländern ohne Beteiligung deutscher Veranstalter geschehen. Die Bedeutung für deutsche Veranstalter käme eher aus einem Minimax-Phänomen: Wenn auch seltene Menschenrechtsverletzungen öffentlich gemacht werden und das Unternehmen nicht angemessen vorgesorgt hat, kann massiver wirtschaftlicher Schaden entstehen. Das Konzept der Sorgfaltspflicht, nach dem ein Unternehmen alles tun muss, was es tun kann, um Menschenrechte zu respektieren, kann zu Verbesserungen in Entwicklungsländern beitragen. Diese Studie geht allerdings davon aus, dass bei deutschen Veranstaltern das Konzept der Unternehmensverantwortung eher geeignet ist, Veränderungen in der Tourismuspraxis zu erreichen, von denen viele Arme in Entwicklungsländern profitieren können, als durch das Konzept der Menschenrechte. Unternehmen können viel mehr tun als nur das Mindestmaß an Men-

schenrechten zu respektieren. Akteure in den Zielländern, die direkter lokale Regierungen und Unternehmen ansprechen, können mit dem Menschenrechtskonzept dagegen durchaus breitenwirksam werden.

Genderfragen haben in der Arbeit von Tourism Watch geringe Priorität, auch wenn sie verfolgt werden und es einzelne Wirkungen gegeben hat, siehe Kapitel Effektivität. Im Informationsdienst TourismWatch wird gelegentlich erwähnt, dass Frauen in den touristischen Regionen benachteiligt sind. Auf Prostitution, die vor allem Frauen und Mädchen betreffe, wird verwiesen. In Nr. 66 gibt es einen Artikel über Frauenförderung im Tourismus. Genderfragen sind insofern ein Randthema des Informationsdienstes. Ist diese Prioritätensetzung „angemessen“? Bei einem Programm zu Tourismus, das in Zielländern arbeitet, müssten Genderfragen eine deutlich höhere Bedeutung bekommen. Für die Advocacy-Arbeit in Deutschland ist dies nicht prioritär. Es wäre durchaus sinnvoll, mehr eine Genderperspektive einzunehmen bei der Analyse der Sozialverträglichkeit des Tourismus in Entwicklungsländern. Das ist jedoch keine zwingende Option, und dadurch erschwert, dass kaum jemand zu diesem Thema arbeitet.

Wie im Abschnitt Kontext dargestellt, wächst der Tourismus von Schwellenländern in andere Entwicklungsländer massiv mit zweifelhafter Sozialverträglichkeit. Es ist nicht zu erkennen, dass Tourism Watch mit seiner jetzigen Arbeit darauf nennenswerten Einfluss haben kann, außer durch seine Arbeit mit Partnern in Entwicklungsländern.

Es ist bei der Arbeit von Tourism Watch nichts Überflüssiges oder weniger Relevantes zu erkennen. Das Programm hat sich ständig an den Kontext und die sich verändernden Möglichkeiten angepasst, wie im Abschnitt über Tourism Watch nachgezeichnet, um möglichst hohen Einfluss zu erreichen; so im thematischen Schwenk von Disaster Preparedness zu Klimafolgen des Tourismus (siehe Kapitel 2.3) und die Arbeit zum Schutz gegen Missbrauch von Kindern (ECPAT) wurde allgemein zu Unternehmensverantwortung im Tourismus ausgeweitet und erneut auf Zertifizierung und Menschenrechte zugespitzt (siehe auch Anlage 6). Es ist auch nicht zu erkennen, dass ein wesentliches Element für die Advocacy-Arbeit in Deutschland fehlen würde. Gleichzeitig ist zu konstatieren, dass Tourism Watch viele Optionen hätte, mit mehr Ressourcen mehr zu tun und bei gleicher Relevanz seine Wirksamkeit zu erhöhen, wie im Kapitel Optionen dargestellt.

Insgesamt ist bei Tourism Watch ein guter *Dynamic Fit* festzustellen. Ein *Dynamic Fit* beschreibt, wie mehrere Variablen zusammenwirken, um Wirkung zu erzielen. “Success proceeds from the way in which the variables interact to achieve a *dynamic fit* or *dynamic equilibrium*, i.e., the synergy of variables relating to and changing or adjusting with each other to bring about the desired outcome.”¹⁷ Es sind nicht einzelne Maßnahmen, die die Relevanz und Wirkung eines Programms ausmachen, sondern ihr Zusammenspiel. Für Advocacy ist dies besonders wichtig. Bei Tourism Watch ist das Zusammenspiel der einzelnen Elemente gut gelungen, wie im Kapitel Schlussfolgerungen weiter ausgeführt wird.

Abschließend ist festzuhalten, dass die im Kapitel 2.3 genannten Ziele und Aktivitäten von Tourism Watch den beabsichtigten Wirkungen entsprechen.

4.2 Effektivität

Unter dem Kriterium Effektivität fragen die Terms of Reference, inwieweit die Ziele erreicht wurden, welche weiteren Wirkungen das Programm entfaltet hat, welche Zielgruppen erreicht und ver-

¹⁷ Bagadion 1999, 41

nachlässigt wurden, welche Rolle Tourism Watch im Gefüge der Akteure einnimmt und welche Faktoren wesentlich dazu beigetragen haben, dass Ziele erreicht bzw. nicht erreicht wurden. Da die Faktoren auch andere Kriterien betreffen, werden sie zusammenfassend im Kapitel Schlussfolgerungen analysiert.

Die Ziele von Tourism Watch sind im Kapitel 2.3 aufgeführt. Sie sind eher allgemeiner Art. Tourism Watch will erreichen, dass in Tourismuswirtschaft und -politik sozial und ökologisch verträglicher Tourismus an Bedeutung gewinnt, Unternehmen aussagefähige Nachhaltigkeitsberichte veröffentlichen, Katastrophenvorsorge berücksichtigen und ein glaubwürdiges Zertifizierungssystem für soziale Verantwortung im Tourismus schaffen. Der EED soll zusammen mit internationalen Partnern stark positioniert und Tourismus stärker in internationale Abkommen einbezogen werden.

Die für 2011-13 erstmals aufgestellten Indikatoren¹⁸ sind:

1. Tourism Watch ist als Qualitätszeichen des EED bekannt und in Branche und Tourismuspolitik als kritisch und fachlich kompetent anerkannt.
2. Medienschaffende greifen die Hintergrundinformationen des EED auf.
3. Zu relevanten Themen der internationalen Entwicklung des Tourismus wurden Diskussionsbeiträge und Positionen entwickelt und vermittelt.
4. EED und seine Partner sind als Dialogpartner der nationalen und internationalen Tourismuspolitik (UNWTO) und -wirtschaft akzeptiert und gefragt.
5. Durch neue und veränderte Förderinstrumente finden mehr Produzenten Zugang zum Fairen Handel.

Obwohl sie erst 2011 in die Planung eingeführt wurden, können die Indikatoren auf den zurückliegenden Zeitraum 2006-2010 angewandt werden. Alle Indikatoren sowie weitere Wirkungen wurden erreicht. Im Folgenden wird auf die fünf Indikatoren Bezug genommen. Dass das Ziel, den Tourismus stärker in internationalen Abkommen zu berücksichtigen, erreicht wäre, ist nicht zu erkennen. Bei den anderen Zielen hat es eine Annäherung gegeben. Das wird hier in seiner Gesamtheit dargestellt.

Die Wirkung von Tourism Watch ist, wie für Advocacy-Arbeit üblich, auf mehreren Ebenen zu messen: Zunächst einmal die Rezeption der Arbeit, die sich darin zeigt, wie ihre Angebote zur Kenntnis genommen werden, wie nachgefragt Tourism Watch ist und welches Ansehen es sich erworben hat. Auf der nächsten, schon schwieriger zu erfassenden Ebene, sind die Nutzung durch Andere: Was wird mit dem, was Tourism Watch anbietet und gestaltet, getan? Eine weitere Ebene sind systematische Veränderungen, zu denen Tourism Watch beiträgt, wie die Veränderung von Politik. Und eine letzte Ebene wären Veränderungen, die bei den Reisenden und in den Zielländern passieren. Typischerweise ist wenig von diesen Wirkungen allein auf Tourism Watch zurückzuführen. Es muss also darum gehen herauszufinden, welchen Beitrag zu Veränderungen Tourism Watch geleistet hat. Das ist nur teilweise und annähernd möglich. Die Zahl der erreichten Personen war nur für wenige Aktivitäten zu ermitteln, und die Intensität des Kontakts ist dabei nicht einzuschätzen. Insbesondere Lobbyarbeit hat typischerweise seine Breitenwirkung auf indirekte Weise, so dass sie nicht quantifiziert werden kann.

Auf der ersten Ebene kann festgestellt werden, dass Tourism Watch sich eine hohe Anerkennung in der tourismuskritischen Szene und bei Vertretern des nachhaltigen Tourismus erworben hat. Das wurde in den für diese Evaluation durchgeführten Interviews sehr deutlich. Es gilt als „eine der führenden Kräfte im Sektor“, wie ein Gesprächspartner sagte. Tourism Watch wird als Unterstützer

¹⁸ Finanzierungsantrag an das BMZ für die Jahre 2011-13

und Impulsgeber gesehen und anerkannt, der Zugang zu Personen und Informationen vermittelt, die für sie von großer Bedeutung sind. Sehr geschätzt wird, dass es Perspektiven aus Entwicklungsländern einbringt, wozu andere Akteure weniger die Möglichkeit haben. Tourism Watch wird auch als Eckpfeiler der tourismuskritischen Szene gesehen: Es hält durch den Fokus auf Vernetzung und den Verzicht auf übermäßige Eigenprofilierung viel zusammen. (Indikator 1)

Auch bei an Nachhaltigkeit Interessierten in Wirtschaft und Politik hat Tourism Watch sich Respekt und Interesse erworben. Die Publikationen, insbesondere der Informationsdienst, werden gelesen und geschätzt. Die Themen werden für relevant gehalten. Qualität und Seriosität der Informationen werden goutiert. Tourism Watch bringe neue Themen ein, auf die sie sich in Zukunft einstellen müssten. Die Beiträge aus Entwicklungsländern wurden von einigen Gesprächspartnern besonders hervorgehoben. Zum Teil werden Inhalte übernommen, siehe das Beispiel Menschenrechte. Viele dieser Vertreter arbeiten in einem Umfeld, in dem sie Interesse und Akzeptanz für mit Nachhaltigkeit verbundene Themen erst erzeugen müssen. Tourism Watch wird hier bei Themen, die mit Sozialverträglichkeit des Tourismus in Entwicklungsländern zu tun haben, als wichtige Unterstützung gesehen: Viele bekommen über den Informationsdienst neue Informationen, die ihnen bei ihrer Arbeit helfen. „Wir wären nicht so weit, wenn nicht immer die Impulse von Tourism Watch kämen.“ „Wenn es Tourism Watch nicht gäbe, würde etwas Wichtiges fehlen.“ Viele halten Gespräche und Veranstaltungen mit Tourism Watch für hilfreich. Zum Teil wird der Wunsch ausgedrückt, öfter in Kontakt zu sein, um Dinge intensiver zu bearbeiten. Wo Tourism Watch sich nicht engagiert, wird das bedauert. (Indikatoren 1,2,3,4)

Bei der UNWTO wird Tourism Watch geschätzt als eine kompetente, konstruktiv-kritische Stimme aus der Zivilgesellschaft. Beiträge dieser Art würden gebraucht und es gebe international nicht viele Organisationen, die entsprechend aufträten. Vertreter der UNWTO haben mehrmals an Veranstaltungen von Tourism Watch teilgenommen. Auch bei TEN gilt Tourism Watch als starker und kompetenter Partner, der die Debatte vorantreibt, berichten einzelne TEN-Partner. (Indikatoren 1,4)

Die Bedeutung von Tourism Watch zeigt sich auch in der Kritik. Aus der Tourismuswirtschaft wird z.T. kritisiert, dass Tourism Watch zu pauschal kritisiere und dass es sich nicht an konstruktiven Aktionen der Wirtschaft beteilige („linke Ecke“ / „bequeme Meckerlage“). Dies ging in der Regel damit einher, dass Interesse an Zusammenarbeit geäußert wurde, was anzeigt, dass Tourism Watch sich zu einem Stachel für die Tourismuswirtschaft entwickelt hat, der zumindest von Teilen sehr ernst genommen wird. (Indikator 1)

Die Internet-Seite von Tourism Watch wird von Vielen genutzt. Die Seite tourism-watch.de hatte von August 2009 bis März 2011 im Monat zwischen 15.000 und 22.000 Besucher, die im Schnitt etwa vier Seiten abriefen, was auf eine intensive Nutzung schließen lässt. Gegenüber 2008 ist die Zahl der Besuche deutlich gestiegen. Die Tourismus-Seite auf eed.de hatte dagegen eine viel geringere Nutzung. (Indikator 3)

Häufig werden Inhalte von Tourism Watch übernommen in Presse, Internet und Publikationen anderer Organisationen. Immer wieder werden Mitarbeiter von Tourism Watch auch von Journalisten interviewt und zitiert, so zum Tourismus im arabischen Frühling. Hier wirkt sich die lange Pressearbeit aus. Tourism Watch hat sich bei vielen auf Reisen spezialisierten Journalisten als Ansprechpartner für Fragen des globalen Tourismus etabliert. 2011 wurde laut Presseauschnittendienst des EED Tourism Watch in 35 Artikeln in Zeitungen und Zeitschriften mit einer Gesamtauflage von 6.2 Mio. erwähnt, darunter auch in den relevanten nationalen Zeitungen¹⁹, fünf Meldungen von Nach-

¹⁹ Artikel, die in mehreren Lokalausgaben desselben Mantels erschienen, wurden hier nur einmal gezählt. Auch im Internet wurden Artikel mit identischem Titel auf verschiedenen Websites nur einmal gezählt. Die Zahlen mögen 2011

richtenagenturen, darunter auch dpa, und 25 Artikeln im Internet. Es ist nicht möglich festzustellen, wie häufig die Artikel gelesen wurden. Außerdem liegt Tourism Watch eine ähnlich lange Liste weiterer Artikel vor, die nicht in die obige Berechnung der Auflage eingegangen sind. Berichte in Radio und Fernsehen wurden nicht gezählt, es wurden diesen Medien aber viele Interviews gegeben. Viele Berichte Anfang des Jahres bezogen sich auf Tourismusthemen im Nahen Osten. Ein weiterer Schwerpunkt war das Thema Zertifizierung und Standards für Tourismus. (Indikator 2,3)

Im ersten Halbjahr 2011 hatten mehrere Zeitschriften einen Tourismusschwerpunkt (INKOTA, CIR presente, Forum Nachhaltiges Wirtschaften). Tourism Watch hat sie beraten und mit ausführlichen Artikeln unterstützt.

Eine Suche nach „Tourism Watch“ (als zusammengesetzter Begriff) auf deutschen Seiten²⁰ bei Google gibt 45.400 Ergebnisse (7.3.12). Von den ersten 100 Treffern beziehen sich nur drei nicht auf das Tourism Watch des EED. Unter den 97 sind auch einige, in denen Tourism Watch in Adressbüchern gelistet ist, die die Website auswerten oder nur auf sie verweisen. Ein Ausschluss von Doppelzählungen führt zu 279 deutschsprachigen Websites, auf denen „Tourism Watch“ auftaucht, geschätzte 250 davon beziehen sich auf das hier evaluierte Tourism Watch. Darunter sind Zitate in Zeitungen und Kirchenblättern, Unterrichtsmaterialien, Veranstaltungshinweise, Blogs und Quellenangaben in Büchern. Häufig wird der EED mit genannt. Die Zahl von etwa 250 deutschen Websites ist als eine hohe Nutzung der Inhalte von Tourism Watch zu interpretieren.²¹ (Indikator 3)

Eine Leserbefragung 2008 von Ricarda Schmitz bestätigt, dass der Informationsdienst von der Presse genutzt wird. Der Bericht enthält leider keine quantitative Auswertung, die hier auch nicht nachgeholt werden kann, aber einige Aussagen können gemacht werden. 100 von 500 Adressen des schriftlich, vorwiegend an Journalisten, verschickten Informationsdienstes wurden telefonisch befragt. Die Befragung ist nicht repräsentativ, da vorwiegend Adressen, bei denen kein persönlicher Ansprechpartner genannt war, befragt wurden. Ca. 30% wussten vom Informationsdienst TourismWatch nichts, obwohl ihre Zeitungen ihn bezogen – Tourism Watch zog daraufhin die Konsequenz, nur noch an personalisierte Adressen zu verschicken. Diejenigen, die den Informationsdienst kannten, waren weit überwiegend positiv und fanden ihn interessant. Viele Zeitungen verwendeten den Informationsdienst nur als Hintergrundinformation. Wenige sagten, sie würden Meldungen nicht abdrucken, meist oft mit der Begründung, sie berichteten über andere Reisetemen. „Unsere Leser reisen nicht nach Peru“. Andere Kommentare lauteten: „Manchmal können den Texten nur Insider folgen.“ „TourismWatch ist toll und inspiriert.“ „TourismWatch bietet einzigartigen und speziellen kritischen Fokus.“ „Lehrer und Schüler nutzen ihn.“ „Manchmal zu weit weg vom Tourismus.“ „TourismWatch beleuchtet oft von einer zu negativen Seite, Leser sollten nicht vom Reisen abgehalten werden, sondern es sollte Lust auf Reisen geweckt werden.“ „Wird weiter empfohlen.“ „Lese TourismWatch gerne, aber nur als Hintergrund.“ „Schreibe Reiseführer, nutze Argumente aus TourismWatch für eigene Artikel.“ „Lese TourismWatch sehr gerne, aber nur als Informationsquelle.“ „Perspektive von TourismWatch gut, aber nicht unbedingt relevant für den

durch den arabischen Frühling etwas höher sein als in anderen Jahren, aber Tourism Watch hatte auch in den Vorjahren eine hohe Pressepräsenz.

²⁰ Weitere 5.100 Ergebnisse auf 370 Seiten gibt es für „TourismWatch“. Doppelungen mit „Tourism Watch“ sind wahrscheinlich. Hier kann es Doppelzählungen mit der Presseauswertung geben. Eine Auswertung ohne Einschränkung der Sprache ergibt 126.000 Treffer inklusive Doppelnennungen. Dies ist allerdings nicht aussagekräftig, weil da auch Programme wie India Tourism Watch, Kerala Tourism Watch, Global Tourism Watch (Kanada) und ein Fernsehprogramm in Kenia aufgeführt werden. Eine differenzierte Auswertung war nicht möglich. Allerdings taucht auch hier das Tourism Watch des EED auf den ersten Seiten prominent auf. Die Gründer von Kerala und India Tourism Watch waren im Übrigen in Kontakt mit EED Tourism Watch.

²¹ yy6.org gibt den Wert von tourism-watch.de mit 18.500 US\$ (8.4.2011) an.

Alltag im Reisebüro.“ Eine schriftliche Befragung 2002 mit 63 Antworten hat eine fast ausschließlich positive Beurteilung gezeigt. (Indikator 2)

Im Tourismus-Studium wird im Rahmen des Themas nachhaltiger Tourismus auch der Informationsdienst Tourism Watch eingeführt und vorgestellt und von Studenten genutzt²². Tourism Watch wird zudem häufig von Studenten im Rahmen von Experteninterviews angefragt. Gesprächspartner aus Hochschulen äußerten das Interesse, dass Tourism Watch mehr in Forschung investiert. (Indikator 1)

Die Auswertung des Informationsdienstes 2008, wo von 25 befragten Professoren 15 antworteten, und durchweg positiv, kam zum Ergebnis: „Einige Professoren zeigen den TourismWatch in Vorlesungen oder schicken ihn als Newsletter über eigene Verteiler an Studenten. Bei Referaten oder Seminaren wird der TourismWatch ebenfalls oft als Quelle empfohlen. Fast alle Professoren lesen den TourismWatch sehr gerne, auch aufgrund mangelnder Alternativen in dieser Thematik. Einige Professoren schätzen die Übersichtlichkeit aufgrund der Überschriften und Schlagworte. Die empfohlene Literatur im TourismWatch wird ebenfalls in manchen Fällen besorgt. Bei vielen der befragten Universitäten lag der TourismWatch bereits in der Bibliothek aus.“²³ (Indikator 3)

Tourism Watch hat inhaltliche Beiträge geleistet zur Aufklärung von Reisenden über soziale Folgen des Tourismus in Entwicklungsländern. Dies ist vor allem indirekt geschehen, über Presse und Abdrucke im Internet, aber in starkem Maße auch über die Zusammenarbeit mit Partnern in Europa. So werden im Studienkreis die Beiträge von Tourism Watch sehr geschätzt, weil es andere Sichtweisen und insbesondere die Perspektive aus Entwicklungsländern einbringt. Bei 250.000 verkauften Sympathiemagazinen im Jahr,²⁴ ist dies als weite Verbreitung zu werten. Beim TO DO!-Preis wurde auf Initiative von Tourism Watch ein Gender-Kriterium eingeführt. (Indikator 3)

Auch AKTE verwendet für seinen Rundbrief (Auflage 2.700) und sein Portal fairunterwegs.org, das sich an Reisende richtet, häufig Material von Tourism Watch. Bei 1.000 Zugriffen auf die Website am Tag, davon 56% aus Deutschland,²⁵ ist auch hier von einem indirekten Einfluss von Tourism Watch auf Reisende auszugehen. (Indikator 3)

Dass die von Tourism Watch organisierten Veranstaltungen gut besucht sind und die Mitarbeiter häufig eingeladen werden, bei Veranstaltungen Anderer zu sprechen, ist ein weiterer Hinweis darauf, dass Tourism Watch für sich und seine Themen Interesse und Anerkennung und damit Einfluss geschaffen hat. (Indikator 1, 4)

Tourism Watch hat viel dazu beigetragen, dass die Nische des nachhaltigen Tourismus sozial verantwortlich gestaltet wird und die entsprechenden Veranstalter dieses auch dokumentieren können. Es hat damit die Alternativen im Tourismus gestärkt, wie zwei Beispiele zeigen. Sehr wichtig war es für TourCert (siehe separates Beispiel). Tourism Watch hatte als Mitglied der Projektmanagementgruppe auch eine stark beratende Rolle bei der Etablierung der Fair Trade Travel-Zertifizierung gespielt. Das Zertifikat wird von Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA) vergeben. Tourism Watch hat intensiv in Kooperation u.a. mit AKTE, sowohl in der Konzipierung und der Standardentwicklung, als auch anschließend im Knüpfen von Kontakten mit Veranstaltern in

²² In einer informellen Umfrage von Nicole Häusler unter 30 Master-Studenten für nachhaltigen Tourismus an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung in Eberswalde kannten zehn den Informationsdienst von Tourism Watch.

²³ Ricarda Schmitz, Abschlussbericht meines achtwöchigen Praktikums im Sommer 2008, S. 13

²⁴ Information Dietlind von Laßberg. Bei Sympathie-Magazinen, die nicht Entwicklungsländern zugeordnet werden, ist Tourism Watch nicht beteiligt.

²⁵ Information Christine Plüss

Deutschland den Entwicklungsprozess mitgestaltet. Der kontinuierliche Dialog mit der Fair Trade Labelling Organization (FLO) trug dazu bei, dass die Standards der Reise sehr dicht an den bekannten Fair Trade Kriterien entwickelt wurden und die Label-Initiativen in der Schweiz (Max Have- laar), in Südafrika (Fairtrade South Africa) und Deutschland (Transfair) ebenso wie FLO den Pro- zess mittragen und unterstützen, auch wenn FLO aus grundsätzlichen und Kapazitätsgründen bis- lang nicht im Dienstleistungsbereich zertifiziert. Damit kann auch das bekannte Fair Trade Label für die Reisen nicht genutzt werden. Tourism Watch und FTSA haben ihren Zugang zur ITB und zu Veranstaltern eng koordiniert. So war Tourism Watch letztlich wichtig dafür, dass es jetzt ein zertifiziertes Angebot des fairen Tourismus gibt, und dass erstmals ein deutscher und zwei Schwei- zer Reiseveranstalter fair zertifizierte Reisen nach Südafrika anbieten. Damit ist das Potential für weiteres Wachstum dieses Segments im Tourismusmarkt geöffnet und zwischenzeitlich haben be- reits weitere Veranstalter in Skandinavien und Großbritannien "Fair Trade Travel"-Reisen nach Südafrika im Programm. Im nächsten Schritt geht es Tourism Watch darum, dass Synergien zwi- schen dem Unternehmenslabel von TourCert und dem Produktlabel von FTSA genutzt werden. (Indikator 5)

Tourism Watch ist es gelungen, die Klima-Bewegung zum Thema CO₂-Ausstoß und weiterer kli- maschädigender Wirkungen des Flugverkehrs zu stärken, indem es die internationale Verbindung hält und das Thema Tourismus in die Klimaverhandlungen einbringt. Die Thematik wird von den Medien wahrgenommen. UNWTO ist auch zu diesem Thema im Gespräch mit dem EED. Internati- onale NRO suchen die Expertise von Tourism Watch. TourCert hat entsprechende Zertifizierungs- kriterien aufgenommen. Dass die *Bunkers* in internationale Regelungen aufgenommen werden, ist nicht erreicht, war in diesem Zeitraum aber auch nicht zu erwarten. (Indikatoren 1,2,4)

Die Arbeit zu Reisen nach Palästina hat sowohl die Aufmerksamkeit einzelner Reiseveranstalter gewonnen als auch dazu geführt, dass die Evangelische Mittelost-Kommission daran weiterarbeiten will. Der Vorschlag, daraus eine Empfehlung für Kirchen, Gruppen und Gemeinden für verantwort- liches Reisen ins Heilige Land zu erstellen, wird derzeit überlegt. (Indikator 3)

Im Netzwerk Kirche in Freizeit und Tourismus der Evangelischen Kirche Deutschlands werden die Beiträge von Tourism Watch geschätzt. Gelegentlich gibt es Hinweise, dass sie in Landeskirchen genutzt werden. Tourism Watch hat dort seine besondere Rolle in der Sensibilisierung für ethische Fragen des Tourismus. (Indikator 1,3)

Die Beratung, die Tourism Watch für Projektanträge mit touristischen Elementen und für ausrei- sende Fachkräfte leistet, wird im Haus geschätzt. Die Beiträge seien konstruktiv, kompetent und hilfreich im Partnerdialog. Einzelne Partner haben durch Vermittlung von Tourism Watch EED- Förderung bekommen. Es ist aber nicht gelungen, mit dieser Zusammenarbeit die ganze finanzielle Förderung zu erreichen. Tourismusprojekte werden gefördert, ohne dass Tourism Watch einbezo- gen wird. Tourism Watch arbeitete mit Partnern, ohne dass die zuständigen Länderreferenten in- formiert werden. Aus Sicht von Regionalreferenten hängt die Kooperation „von Zufall und Good Will ab“. Auch die Publikationen von Tourism Watch sind nicht überall bekannt. In dieser Hinsicht hat Tourism Watch „keine große Strahlkraft in das Haus“, wie ein Gesprächspartner sagte. Ein an- derer Gesprächspartner ergänzte, dass dies bei vielen Arbeitsstellen der Fall sei und das Haus dafür insgesamt ein Konzept brauche.

Die oben genannten Zahlen über Presseabdrucke bedeuten, dass Tourism Watch eines der wichtigs- ten Themen ist, bei denen der EED in der Presse genannt wird. Heinz Fuchs ist einer der am meis- ten zitierten Mitarbeiter des EED. Diese Resonanz ist ein Beispiel dafür, dass die Arbeitsstelle ei- nen Beitrag zu einem positiven Bild von EED und evangelischer Kirche leistet. Das gilt weit über

die Presse hinaus in vielen gesellschaftlichen Bereichen, wie an Tourismus interessierter Zivilgesellschaft, Politik, Wirtschaft und Kirche. Ein Gesprächspartner aus dem EED berichtete, dass auch kirchliche Kritiker des EED die Arbeit von Tourism Watch positiv beurteilten. In diesem Feld zeige die evangelische Kirche durch Tourism Watch, dass sie ihre soziale Verantwortung wahrnehme, so ein anderer Gesprächspartner. Mitarbeiter des EED bezeichneten Tourism Watch entsprechend als „Perle“, „Kleinod“ und „Juwel“. (Indikator 1)

Die internationale Vernetzung mit Südpartnern hat zum guten Ruf von Tourism Watch beigetragen. Stimmen aus dem Süden werden geschätzt und im Informationsdienst gern gelesen, so dass die Bedeutung der Perspektive aus Entwicklungsländern gestärkt wurde. Netzwerk-Partner aus Europa vermissen die Konsultation mit Südpartnern in den letzten Jahren. (Indikator 1)

Es war nicht Schwerpunkt dieser Evaluierung, die Wirkung von Tourism Watch auf Südpartner zu untersuchen. Es gibt anekdotisch Beispiele dafür, dass Partner die Anregungen, die sie von Tourism Watch bekamen, weiterführen, und dass sie sich, wenn ihre Erfahrungen im Informationsdienst TourismWatch abgedruckt werden, verstärkt engagieren.

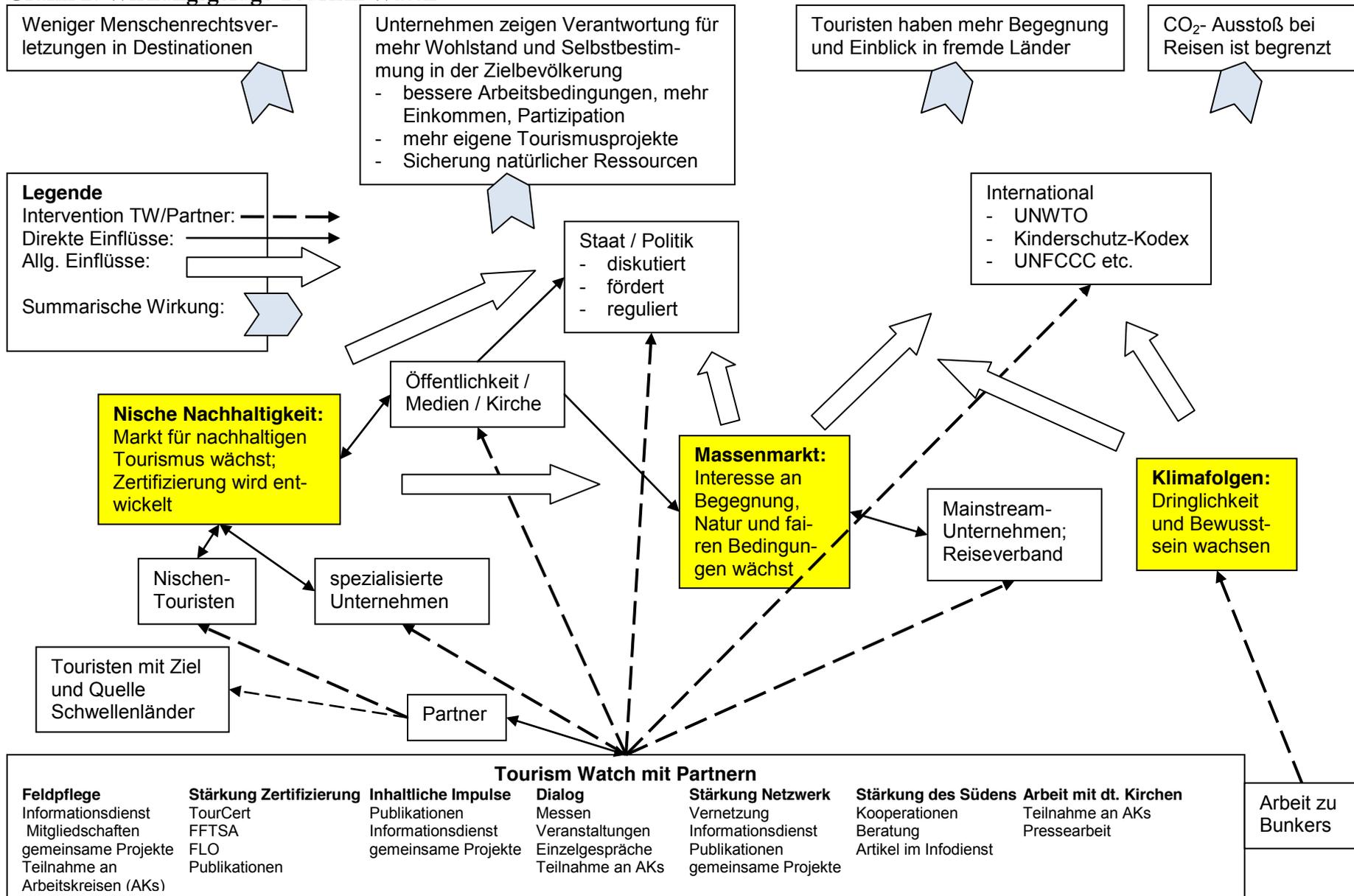
Negative Wirkungen sind nicht zu erkennen – es sei denn, eine möglicherweise entstandene Abneigung gegen Tourism Watch in Teilen der Tourismusindustrie und -politik würde als negativ bewertet.

Was also wurde nicht bewirkt? Es ist nicht zu erkennen, dass Tourism Watch mit anderen Strategien mehr hätte bewirken können, wie im Kapitel Schlussfolgerungen näher ausgeführt wird. Wohl aber mit mehr Ressourcen. Es gibt aber Grenzen der Bereitschaft in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik, sich den Anliegen von Tourism Watch zu öffnen. So hat sich der Tourismus selber nur wenig verändert. Es gibt zurzeit keine Bereitschaft der Bundesregierung, im Sinne der Optionen einzugreifen, die in Tabelle 1 dargestellt wurden, also die Nische zu fördern, einen für sie günstigen Rahmen zu setzen oder den Massenmarkt zu regulieren. Aber es gibt eine, im Kapitel Kontext beschriebene, Bewegung hin zu mehr Nachhaltigkeit und Sozialverträglichkeit. Tourism Watch hat mit Sicherheit bei Entscheidungsträgern dazu beigetragen. Die Wirkungslogik wird in Grafik 2 (Wirkungsgefüge Tourism Watch) dargestellt: In der Nische der Nachhaltigkeit wächst wie in einer Art Laboratorium für die Zukunft ein Markt für ethischen Tourismus, bei dem Reisende, Unternehmen und Öffentlichkeit in einem sich verstärkenden Prozess dazu beitragen, dass dieser Markt sich ausweitet und immer vielfältiger wird. In dieser Nische werden Konzepte entwickelt, die auch für staatliche Regulierung und den Massenmarkt relevant werden können. Die Entwicklungen in der Nische verändern auch den Massenmarkt, fordern den Staat heraus zu reagieren – und machen es der Politik möglich zu handeln. Dies ist ein allgemeiner gesellschaftlicher Trend. Die tourismuskritische Szene, und speziell Tourism Watch, hatten darauf einen vielfältigen Einfluss, der sich nicht auf einzelne Maßnahme zurückführen lässt, und in der Grafik zusammenfassend in den flächigen Pfeilen dargestellt wird. Dieser Einfluss wird in den beiden separaten Beispielen für Wirkungen von Tourism Watch, TourCert und Menschenrechte, besonders deutlich.

Beispiel TourCert

TourCert ist ein Zertifizierungsunternehmen mit den Gesellschaftern EED Tourism Watch, KATE, Naturfreunde Internationale und der Hochschule für Nachhaltige Entwicklung Eberswalde. TourCert vergibt das Siegel „CSR-tourism-certified“. Das Siegel ist angepasst an den Bedarf kleinerer und mittlerer Tourismusunternehmen. Es wurde von Tourism Watch und KATE, finanziert mit Hilfe der Europäischen Union, initiiert. Tourism Watch hat den Prozess seither inhaltlich beraten und seine Kontakte eingebracht und ist weiterhin Mitglied des Zertifizierungsrates.

Grafik 2: Wirkungsgefüge Tourism Watch



Die Zertifizierung erfordert einen internen Qualitätssicherungsprozess mit Verbesserungsprogramm und eine Nachhaltigkeitsberichterstattung nach zehn Kernfragen, die sich in viele Kriterien aufteilen. Die Kriterien umfassen wirtschaftliche, Umwelt- und soziale Aspekte. So sind die CO₂-Emissionen je Gast und Tag ein Kriterium, die lokale Wertschöpfung, die Zufriedenheit der Kunden und der Mitarbeiter, der Cashflow, und Nachhaltigkeitsindices von Partneragenturen, Unterkünften und Reiseleitung. Es zeigten sich praktische Schwierigkeiten, den wirtschaftlichen Nutzen für Zielländer zu messen. Die Methode wird daher zurzeit umgestellt. Eine von den zertifizierten Reiseveranstaltern unabhängige Begutachtung ist Teil des Zertifizierungsprozesses.

Die ersten Zertifizierungen wurden 2009 ausgesprochen. Im März 2012 waren 56 Unternehmen zertifiziert, davon ein Teil zum zweiten Mal, und viele weitere im Prozess der Zertifizierung. Seither hat das forum anders reisen die Teilnahme an der Zertifizierung zur Bedingung für die Mitgliedschaft im Forum gemacht. Auch einige Veranstalter, die nicht Mitglied des Forums sind, darunter Gebeco, ein Mitglied der TUI-Gruppe, und ein niederländisches Unternehmen lassen sich von TourCert zertifizieren.

Bei der Re-Zertifizierung zeigte sich, dass der Zertifizierungsprozess den kleineren Unternehmen in der Unternehmensentwicklung hilft. Ihr Management wurde verbessert. Sie reduzierten Strom-, Wasser- und Reisekosten sowie Papierverbrauch. Beim Marketing wurden die Erwartungen dagegen eher enttäuscht. Bisher gibt es jedoch keine systematische Auswertung der Wirkungen.

Das Siegel hat im forum anders reisen e.V. den Konflikt zwischen umweltorientierten Veranstaltern, die z.B. Fahrradreisen anbieten, und entwicklungspolitischen Veranstaltern, deren Kunden Flugreisen buchen, beruhigt. Andererseits sind wegen der verpflichtenden Zertifizierung auch einige Mitglieder aus dem Forum ausgetreten, das dennoch ein beachtliches Wachstum aufweist.

Für die Zertifizierung von Reisebüros ist eine Pilotphase eingeleitet. Bei Reisebüros stehen Beratungskompetenz und -qualität für einen nachhaltigeren Tourismus im Mittelpunkt. Die ersten Reisebüro-Zertifizierungen wurden im März 2012 während der ITB verliehen.

TourCert hat beträchtliche Aufmerksamkeit gewonnen. Test Spezial Gesünder Leben bezeichnet TourCert als „Vorreiter“.²⁶ Die Stiftung Warentest hat es als „sehr gut“ getestet. Die Verbraucherinitiative bewertet es als „empfehlenswert“. „Auf diese Weise berücksichtigt *CSR-tourism-certified* die Nachhaltigkeitsleistung des gesamten Unternehmens mit allen dazugehörigen Reiseangeboten“.²⁷ Am 15.1.2012 hat das ARD-Fernsehen im Ratgeber Reisen über TourCert berichtet.²⁸

Unternehmen berichten, dass die Zertifizierung bisher nicht dazu führe, dass sie mehr Kunden bekommen. Dies war zu erwarten. Bisher erhöht es die Kompetenz der Mitarbeiter, den nachhaltigen Charakter der Angebote kompetent zu vertreten. Labels dieser Art bestärken eine Kaufentscheidung, sie erzeugen sie nicht. Bis ein Label sich als kaufentscheidend erweist, braucht es als Marke eine erheblich höhere Bekanntheit.

Ziel von Tourism Watch beim Engagement für TourCert war es, CSR aus der Beliebigkeit von Unternehmen herauszuführen und Qualitätsstandards für die Nachhaltigkeit touristischer Unternehmen und ihrer Produkte im Kerngeschäft zu setzen. Der Anfang ist gemacht und die große Resonanz zeigt Entwicklungspotential. Damit das in breiterem Umfang gelingt, muss das Wachstum von TourCert weitergehen. Herausforderungen könnte dann die Organisationsform als GbR sein, da diese keine transparente Buchführungs- und Bilanzierungspflicht erfordert. Um den Trägern die Gemeinnützigkeit zu sichern bei gleichzeitig möglichst großer finanzieller Transparenz, ist eine Diskussion bzgl. der Umwandlung zu einer gemeinnützigen GmbH (gGmbH) in naher Zukunft mit den anderen Gesellschaftern überlegenswert.

²⁶ Oktober 2011, S. 74

²⁷ www.label-online.de, 8.3.12

²⁸ Der Fernsehbeitrag liegt den Evaluatoren vor.

Beispiel Menschenrechte

Seit Jahren berichtet der Informationsdienst Tourism Watch immer wieder über die Menschenrechtsproblematik im Tourismus. Im Januar 2011 veröffentlichte Tourism Watch die Studie „Alles was Recht ist – Menschenrechte und Tourismus“ mit einem Überblick über die für den Tourismus relevanten Menschenrechte und mit Forderungen an verschiedene Adressaten für eine Verbesserung der Menschenrechtssituation. In der Publikation werden viele Beispiele aus Destinationen des Südens dargestellt.²⁹

Gleichzeitig führte der arabische Frühling zu einem neuen Interesse in der Öffentlichkeit am Zusammenhang zwischen Menschenrechten und Tourismus, das auch einzelne Bundestagsabgeordnete vorantrieben.

Seither hat Tourism Watch mehrere Veranstaltungen zum Thema durchgeführt mit Vertretern aus Tourismuswirtschaft und Politik, darunter bei der ITB 2011 mit großem Medienecho. Tourism Watch wurde im Juli 2011 zu einer Anhörung des Tourismus-Ausschusses zu Menschenrechten eingeladen. Aus den Interviews für diese Evaluation wurde deutlich, dass es viele Experten gibt, die die Publikation sehr schätzen, auch wenn nicht alle relevanten Akteure sie bisher wahrgenommen haben.

Mindestens zwei Tourismusunternehmen erarbeiten sich spezifische Menschenrechtsstrategien, greifen dabei auf die Kompetenz von Tourism Watch zurück und treten öffentlich zum Thema auf. Die Teilnahme der Branche an entsprechenden Veranstaltungen ist hoch. Im Deutschen Reise-Verband ist geplant, ebenfalls mehr zum Thema zu arbeiten.

Die Studie wurde auch im politischen Raum genutzt. Die Fraktion der SPD hat sich bei ihrem Antrag an den Bundestag „Menschenrechte in der Tourismuswirtschaft achten, schützen und gewährleisten“³⁰ erkennbar auf die Publikation gestützt.³¹ Viele Inhalte und Forderungen des Antrags ähneln Aussagen der Studie. Auch Vertreter anderer Parteien äußerten im Gespräch, dass sie den Beitrag von Tourism Watch zum Thema sehr schätzten. Auch die Stellungnahme des Menschenrechtsbeauftragten der Bundesregierung für den Ausschuss hat deutliche Ähnlichkeiten mit einigen Aussagen der Studie.

Nach dem Antrag der SPD gab es einen gemeinsamen Antrag der Fraktionen CDU/CSU/FDP und einer der Fraktion Die Linke, die am 1. März 2012 im Bundestag diskutiert wurden. Schließlich wurde der Antrag der Regierungsfractionen angenommen, der auf die Freiwilligkeit von Unternehmen und die Pflichten der Regierungen in den Zielländern setzt, während die Anträge von SPD und Linken auch regulierende Maßnahmen von der deutschen Regierung forderten.³²

Das Ziel von Tourism Watch, mehr Regulierung zu erreichen, ist damit nicht erreicht. Dennoch ist hier von einer Wirkung von Tourism Watch auszugehen. Vor einem Jahr, zur Zeit des arabischen Frühlings, bestand die Möglichkeit, dass sich die Debatte vor allem auf die Frage konzentrieren würde, wie sich Tourismus in Ländern bewegt, in denen die Regierungen Menschenrechte verletzen. Durch die Ausrichtung des SPD-Antrags auf durch Tourismus verursachte Menschenrechtsverletzungen, die sich auf die Tourism Watch-Studie stützte, ist dies ins Zentrum der Debatte gerückt, wie sich auch im Protokoll der Debatte vom 1.3.2012 nachlesen lässt, in der nur eine Abgeordnete auf die Argumentation der Staaten mit Menschenrechtsverletzungen abhob. Auf der Grundlage der vorliegenden Informationen lässt sich schließen, dass dies ein Fall erfolgreichen *agenda settings* ist.

²⁹ Die Publikation wurde in Zusammenarbeit mit dem Menschenrechtsreferat von Brot für die Welt erstellt. Eine frühere Publikation von Tourism Concern (London) wurde aufgegriffen.

³⁰ Bundestagsdrucksachen: SPD-Antrag 17/6458, 5.7.11, CDU/CSU/FDP 17/8347, 17.1.12, Linke 17/8762, 29.2.12

³¹ SPD-MdB Christoph Strässer erwähnte Tourism Watch dankend in seiner Rede. (Plenarprotokoll 1.3.2012, S. 19310)

³² In der Debatte am 1.3.2012 sagte der FDP-MdB Serkan Tören: „Grundsätzlich haben sowohl unser Antrag als auch der der SPD das gleiche Ziel, nämlich das Thema Unternehmensverantwortung stärker auf die Tourismuswirtschaft zu übertragen. Wir als FDP setzen allerdings mehr auf die Freiwilligkeit und Sensibilisierung sowie die Stärkung positiver Ansätze. Außerdem möchten wir vor allem mehr Aktivitäten hinsichtlich der Unternehmensverantwortung auf internationaler Ebene, unter anderem durch die Welttourismusorganisation UNWTO.“ (Plenarprotokoll 1.3.2012, S. 19309)

4.3 Effizienz

Die Terms of Reference fragen, welche Aussagen über die Wirtschaftlichkeit von Tourism Watch vorgenommen werden können und welche Bereiche auf Wirtschaftlichkeit betrachtet werden sollten.

Tourism Watch hat insgesamt bei geringer Personalausstattung viel Einfluss gewonnen. Dass dies möglich war, liegt zum Teil an der oben beschriebenen Alleinstellung. Dass es gelungen ist, liegt an der intensiven Vernetzung, einer sehr hohen Dichte der Arbeit und daran, dass erfolgreich strategisch interveniert wurde. Es ist wenig Redundanz erkennbar und wo möglich, wurden Aktivitäten reduziert (vgl. Anhang 6). So kann insgesamt von einer hohen Effizienz des Programms ausgegangen werden, was sich schon an der quasi nebenbei erreichten hohen Zahl an Presseabdrucken zeigt. Angesichts der typischerweise komplexen Wirkungszusammenhänge in der Lobbyarbeit und des Zusammenwirkens von Maßnahmen ist es schwierig, einzelne Maßnahmen auf Effizienz zu überprüfen. Wo es ansatzweise möglich scheint, soll es versucht werden:

- Die im vorigen Kapitel genannten Zahlen zeigen eine hohe Reichweite der Pressearbeit in Zeitungen und im Internet bei relativ geringem Einsatz. Das ist zu einem wichtigen Teil, aber nicht nur, dem Informationsdienst zuzuschreiben.
- Die Begrenzung der Druckauflage auf 500 und die 2008 durchgeführte Befragung von 100 Empfängern zeigten konsequentes Bemühen um Effizienz.
- Der Informationsdienst wird von einzelnen Gesprächspartnern als wenig attraktiv aufgemacht bezeichnet. Er ist für Journalisten gemacht, wird aber auch viel von Anderen gelesen. Es wäre zu fragen, ob leichte Veränderungen im Layout die Lesequote der nicht journalistischen Zielgruppen erhöhen könnten.
- Die Tourism Watch Website ist so aufgebaut, dass sich keine neuen Tabs öffnen, sondern alles in einem Tab erscheint. Das macht das Navigieren zum Teil etwas schwierig. Die Möglichkeit, in einer separaten Spalte auf wichtige Publikationen zu verweisen, wird kaum genutzt. Ältere Publikationen sind schwer zu finden. In der Mediathek sind nicht alle aufgeführt. Mit kleinen Änderungen könnte der Verkehr auf der Website wahrscheinlich erhöht werden.
- Der Verzicht auf einen Auftritt bei Facebook oder anderen sozialen Netzwerken, obwohl von einigen Gesprächspartnern empfohlen, ist als effizient anzusehen, da ein Facebook-Auftritt viel Aufwand bedeuten würde. Für die Zielgruppe, mit der Tourism Watch arbeitet, ist Facebook aber bisher nicht besonders relevant. Dies kann sich auf längere Sicht ändern.
- Tourism Watch tritt in der Regel jedes Jahr bei zwei Messen mit Ständen auf, darunter auf der ITB. Dadurch hat es die Gelegenheit, mit einflussreichen Personen der Branche Veranstaltungen zu machen und seine Botschaften zu transportieren. Die Teilnahme an den Publikumstagen wäre für Tourism Watch bei seiner Zielgruppe weniger wichtig, ist aber verpflichtend. Aufwand kann hier nicht reduziert werden.
- Die Nutzung von Praktikanten, um Themen aufzuarbeiten und die Ergebnisse dann in der weiteren Arbeit zu nutzen, ist ebenfalls als effizient zu bezeichnen. Dass ein Teil dieser Praktikanten dies für einen Berufseinstieg nutzt und sie zum Teil lange im Thema sozialverträglicher Tourismus bleiben, ist eine langfristige Stärkung des Anliegens von Tourism Watch.

4.4 Impakt

Unter dem Kriterium Impakt fragen die Terms of Reference, welche positiven und negativen, primären und sekundären Langzeitwirkungen eindeutig oder plausibel festgestellt werden können. Diese Frage wird so verstanden, dass sie sich auf die Wirkung der Arbeit von Tourism Watch vor dem Betrachtungszeitraum, also vor 2006, bezieht, die weiter oben kurz dargestellt wurden. Angesichts der hohen Komplexität der Zusammenhänge sind hier keine zweifelsfreien Feststellungen zu erwarten, sondern Plausibilitätsaussagen.

Aus der Arbeit von Tourism Watch vor 2006 ist festzustellen, dass die Arbeitsstelle in Fachkreisen und bei am Tourismus Interessierten eine hohe Reputation gewonnen hat. Diese Reputation wurde erhalten und ausgebaut und trägt dazu bei, dass Tourism Watch Einfluss auf den aktuellen Diskurs nehmen kann.

Tourism Watch hat über seine diversen Aktivitäten einen Beitrag geleistet, dass Konzepte von verantwortlichem Tourismus sich verbreitet haben. Ein Beispiel ist die hohe Anerkennung, die ECPAT Deutschland und die Konvention zum Schutz von Kindern haben. Die Fachstelle Ferntourismus war hier lange ein zentraler Träger. Ähnliches gilt für die Sympathie-Magazine, den TO DO!- und den Toura D'Or-Preis. In der Szene ist ein Interesse an der Sicht des Südens gewachsen und von Tourism Watch genährt worden.

Die langfristige Bildungsarbeit von Tourism Watch hat sich ausgewirkt. Das zeigt sich auch bei den kirchlichen Anträgen an den EED für Besuche zu Partnerorganisationen. Das zuständige Referat bemerkt, dass Tourismus zwar kein eigenes Thema für Veranstaltungen mehr ist, dass in Reiseanträgen und -berichten sich aber gelegentlich ein Bewusstsein für die Problematik des Tourismus – manchmal verbrämt als Arroganz gegenüber Pauschaltouristen – zeigt. Für das relativ neue Thema Kompensation des CO₂-Ausstoßes im Flugverkehr dagegen ist noch kaum Bewusstsein zu spüren. Das Referat fördert das Bewusstsein für soziale und Umweltwirkungen laufend im Dialog mit Antragstellern. Auch hierin ist eine langfristige Wirkung von Tourism Watch zu sehen.

Einzelne Informationen gibt es, dass die Arbeit zu Tourismus und Katastrophenprävention nachwirkt und einzelne Personen in Entwicklungsländern, die damals mitwirkten, die Thematik weiter verfolgen, auch wenn es kein explizites Arbeitsgebiet von Tourism Watch mehr ist.

Die aktuelle Arbeit von Tourism Watch baut auf diesen Wirkungen weiter auf. Dazu gehört auch, dass eine gute Vernetzung mit belastbaren Beziehungen aufgebaut wurde. Insofern sind die unter Effektivität beschriebenen Wirkungen teilweise auch Langzeitwirkungen von Tourism Watch. Diese Art von Kontinuität, in der Wirkungen nicht einzelnen Zeitabschnitten zugeordnet werden können, ist typisch für derartige langfristige Programme.

4.5 Nachhaltigkeit

Die Terms of Reference fragen unter Nachhaltigkeit, inwieweit die positiven Wirkungen voraussichtlich Bestand haben werden, welche Maßnahmen zur Förderung der Nachhaltigkeit ergriffen werden und welche Faktoren entscheidend zur Nachhaltigkeit beigetragen haben. Diese Frage wird so verstanden, dass es um die Nachhaltigkeit ab dem Zeitpunkt der Evaluation geht.

Einige Initiativen, an denen Tourism Watch initiiierend oder prominent beteiligt war, sind eigenständig und profitieren zwar weiterhin von der Kooperation mit Tourism Watch, bestehen aber auch

ohne die Arbeitsstelle. So ist festzustellen, dass Tourism Watch stabile Institutionen (mit-)geschaffen oder in existierenden Institutionen Themen eingebracht hat, wo davon auszugehen ist, dass diese Themen auch ohne Tourism Watch weitergeführt werden. Zu den von EED Tourism Watch bzw. seinen Vorgängern mit gegründeten Organisationen gehören TourCert und ECPAT Deutschland. Viele Impulse eingebracht haben Tourism Watch und seine Vorgänger beim TO DO!-Preis, dem Toura D'Or-Preis und den Sympathie-Magazinen, die vom Studienkreis verantwortet werden. Tourism Watch reduzierte hier die Beteiligung, kooperiert aber weiterhin. Die interkulturellen Trainings für Reiseleiter führt der Studienkreis im gemeinsam entwickelten Geist weiter, auch nachdem die Mitarbeiter von Tourism Watch sich nicht mehr beteiligen. Auch bei AKTE und respect werden Impulse weitergeführt.

Tourism Watch hat sich intensiv eingebracht in die Entwicklung von Kriterien für die Förderung von Reisen durch das Referat Bildung und Förderung, früher der Ausschuss für Bildung und Publizistik. Heute gibt es noch punktuelle Zusammenarbeit, aber die Leitlinien werden weiterhin angewandt. Es ist davon auszugehen, dass das auch in Zukunft der Fall sein wird.

Wesentlich für den Einfluss von Tourism Watch ist, dass es in einem Konzert mehrerer Institutionen arbeitsteilig arbeitet. In dieser Vernetzung spielt Tourism Watch mit seinen besonderen Möglichkeiten eine zentrale Rolle. Es gibt keine andere Organisation, die diese Rolle in Deutschland ersetzen könnte. Bei einer Auflösung von Tourism Watch würde die Tourismuskritik massiv geschwächt. Viele Gesprächspartner betonten, dass keine andere Organisation diese Aufgabe von Tourism Watch derzeit übernehmen könnte und dass sie es sehr bedauern würden, wenn es Tourism Watch nicht mehr gäbe.

Die Ideen, für die Tourism Watch steht, konnten in die Diskussion um Nachhaltigkeit des Tourismus eindringen und sind dort jetzt verwurzelt. Sie werden weiter wirken, es muss aber immer wieder daran erinnert werden. Es ist davon auszugehen, dass die Aufnahmebereitschaft für Impulse von Tourism Watch bestehen bleibt und u.U. sogar wächst. Die Wirksamkeit von Tourism Watch wird davon abhängen, dass es immer neue relevante Impulse gibt.

Die Nachhaltigkeit von Tourism Watch ist zunächst abhängig von der Entscheidung des EED bzw. des neuen Werkes, die Arbeitsstelle weiter angemessen zu finanzieren. Sie ist bei gleichbleibender Ausstattung weiterhin davon abhängig, dass das Personal mit der gleichen Intensität und strategischen Weitsicht die Arbeit von Tourism Watch weiter durchführt. Angesichts der hohen Arbeitsdichte liegt hier ein Risiko für den EED. Reputation und Einfluss von Tourism Watch sind stark mit dem jetzigen Referenten verbunden, wie aus mehreren Interviews deutlich wurde, auch wenn einzelne Außenvertretungen von der Assistenz übernommen werden, so bei ECPAT Deutschland, den beiden vom Studienkreis organisierten Preisen und die Teilnahme an internationalen Konferenzen. Tourism Watch wird stark mit einzelnen Personen verbunden. Das ist einerseits notwendig. Themen dieser Art brauchen ein Gesicht. Die hohe Abhängigkeit des Programms von einzelnen Personen kann andererseits bei Wechsel oder Ausfall zu einem deutlich Rückgang des Einflusses führen. Hierzu wird weiter unten eine Empfehlung ausgesprochen.

5 Schlussfolgerungen

Zu den einzelnen Evaluationskriterien kann schlussfolgernd festgestellt werden:

Die **Relevanz** der Arbeit von Tourism Watch ist hoch, da es mit vielen Alleinstellungsmerkmalen in einem der größten Wirtschaftssektoren darauf dringt, dass dieser Sektor Armut nicht verstärkt, sondern vermindert.

Tourism Watch hat vielfältige **Wirkungen** sowohl in die tourismuskritische Szene als auch in Öffentlichkeit, Wirtschaft und Politik erzielt. Es hat Aufmerksamkeit für die Themen geschaffen, zu verändertem Verhalten beigetragen und wirksame Institutionen geschaffen. Zudem trägt es viel zu einem positiven Außenbild des EED bei. Es hat damit seine Ziele im Wesentlichen erreicht, und mehr.

Für die **Effizienz** der Arbeit von Tourism Watch ist es, wie bei derartigen Programmen üblich, schwer, Kriterien zu entwickeln; insgesamt macht das Programm aber den Eindruck hoher Effizienz.

Viele **Langzeitwirkungen** von Tourism Watch aus der Zeit vor 2006 sind zu beobachten. Viele Anregungen von Tourism Watch sind von Anderen übernommen worden. Auf Vielem baut Tourism Watch heute auf.

Auch eine große **Nachhaltigkeit** der Wirkungen ist zu erwarten, da Vieles an Andere übergeben wurde und dort dauerhaft aufgenommen ist. Für die weitere Wirksamkeit der Tourismuskritik allerdings ist es wichtig, dass Tourism Watch in gleicher Qualität weiterarbeitet und weitere Impulse für die Diskussion setzt.

Insgesamt ist Tourism Watch ein erfolgreiches Programm, das im Sinne der Grundorientierung des EED wirksam arbeitet und sich fortzusetzen lohnt. Für das neue Werk hat es viel Potential. Mögliche Optionen werden weiter unten beschrieben. Die Verbindung mit den Themen Unternehmensverantwortung und Fairer Handel ist sinnvoll. Unternehmensverantwortung ist dabei ein zentrales Thema. Zertifizierung und Fairer Handel sind sinnvolle Konkretisierungen der Thematik.

Diese Evaluierung geht davon aus, dass Tourism Watch eine größtmögliche Wirkung erzielt hat, wo mit anderen Maßnahmen nicht mehr hätte erzielt werden können. Dies wird zum einen mit der oben dargestellten Effizienz begründet, zum anderen mit dem unten dargestellten *Dynamic Fit*. Darüber hinaus sollen hier kurz einige Alternativen betrachtet werden, die immer bedeutet hätten, dass von der jetzigen Arbeit weniger hätte gemacht werden können:

- Tourism Watch hätte sich stärker auf die Stärkung von tourismuskritischen Projektpartnern in Entwicklungsländern konzentrieren können. Es ist nicht davon auszugehen, dass dies ähnlich systemische Wirkungen hätte entfalten können, wie sie sich beim jetzigen Schwerpunkt zeigen.
- Eine stärkere Ansprache von Reisenden und mehr Öffentlichkeitsarbeit wären sicher weniger wirksam, da dies von Anderen bereits mit großer Kompetenz und einiger Breitenwirkung getan wird und gerade die Komponenten Vernetzung und kontinuierliche fachliche Impulse für diese wichtig sind.
- Eine reine politische Lobbyarbeit hätte weniger bewirkt, da die Basis für die Glaubwürdigkeit gefehlt hätte, die Tourism Watch zurzeit hat. Gerade durch die vielen verschiedenen Aktivitäten von Tourism Watch wurde erst die Glaubwürdigkeit gewonnen, die seine Wirksamkeit ausmacht.

- Mehr oder weniger Konsultationen von Südpartnern wären möglich gewesen, hätten aber wahrscheinlich nicht viel an der Wirksamkeit verändert. Das aktuelle Abbröckeln der Südpartner ist allerdings eine Herausforderung für Tourism Watch. Weniger Bezug zu Südpartnern könnte auf Dauer Glaubwürdigkeit und damit Wirksamkeit gefährden.

Einige Faktoren, durch die Tourism Watch so erfolgreich ist, sollen hier zusammengefasst werden. Der in Kapitel 4.1 dargestellte *Dynamic Fit* von Tourism Watch entsteht durch das passende Zusammenwirken der folgenden Faktoren, die erst alle zusammen die hohe Anerkennung und Wirksamkeit erzeugen:

Tourism Watch betreibt eine fundierte und konstruktive Tourismuskritik, die in verbindlicher Form (deutlich, aber ohne zu „skandalisieren“) vorgetragen wird und immer auf Dialog setzt. Form und Qualität werden verbreitet geschätzt. Seit langem hat Tourism Watch sich damit eine hohe Reputation aufgebaut. Es gelang Tourism Watch, sich immer neu aufzustellen, wenn sich Themen veränderten oder abgearbeitet waren. Tourism Watch hat sich den veränderten Herausforderungen gestellt und dabei an zentralen und aktuellen Fragestellungen gearbeitet. Ein wichtiger Faktor für den Erfolg ist, dass die Publikationen von Tourism Watch auf Interesse stoßen und insbesondere der Informationsdienst gern gelesen wird.

Aufbauen kann Tourism Watch auf seinem besonderen Status: einer langen und anerkannten Geschichte der Arbeit im Sektor, seiner Einbindung in die evangelische Kirche und den EED sowie die Anbindung an Südpartner, die ihm besondere Glaubwürdigkeit verleihen. Dass Tourism Watch so breit aufgestellt ist und gute materielle Möglichkeiten hat, Maßnahmen nach Bedarf zu finanzieren und Beteiligte zusammenzubringen, hilft ebenfalls. Die regelmäßige Erinnerung von Entscheidungsträgern und Journalisten durch den per Papier verschickten Informationsdienst hilft ebenfalls.

Tourism Watch folgt einerseits Konjunkturen, also dem aktuellen Interesse, arbeitet andererseits aber kontinuierlich an relevanten Themen, auch wenn sie gerade keine große Aufmerksamkeit gewinnen. Das ist hilfreich. Tourism Watch hat viele Eisen im Feuer und kann herausziehen, was gerade wichtig ist und Aufmerksamkeit bringt.

Tourism Watch arbeitet eng in Netzwerken mit anderen Organisationen zusammen und hat gleichzeitig den Rückhalt und das besondere Renommee von EED und evangelischer Kirche, das ihm besonderes Gewicht verleiht. Die Art dieser Netzwerkarbeit ist ein Schlüsselfaktor für die weite Ausstrahlung dieses kleinen Programms. Tourism Watch arbeitet mit Partnern zusammen, die selber eine große Ausstrahlung in die Öffentlichkeit haben. Selber konzentriert es sich auf Multiplikatoren und Entscheidungsträger und bringt dort, fundiert und glaubhaft, seine spezifische Expertise ein. Auf der Basis langjähriger vertrauensvoller Beziehungen und einer Sensibilität für das, was Partner aufnehmen können, reichen da wenige Treffen je Partner im Jahr, um Themen zu setzen und Impulse zu geben. So kann Tourism Watch bei vielen Partnern in vielen Bereichen in dieselbe Richtung wirken. Dies basiert auf einem hohen Engagement in der Aufbauphase. Dieses Engagement wird dann reduziert, der jeweilige Partner aber weiter begleitet, unterstützt und wo nötig und sinnvoll kann das Engagement auch wieder verstärkt werden. Gleichzeitig werden einige aktuelle Themen intensiv verfolgt, um hier neue Themen zu setzen und Verbindungen aufzubauen. Themen sind zurzeit Menschenrechte, Flugverkehr, Zertifizierungssysteme und Unternehmensverantwortung. Alle diese Themen sind sinnvoll durchzuführen. Anhang 6 stellt Bereiche dar, bei denen Tourism Watch Engagement reduziert hat.

Tourism Watch wirkt durch andere, weil es „mit der Kraft geht“. So wie Fische die Strömung des Flusses nutzen, um mit möglichst wenig Kraft voranzukommen, so wie Kajak-Fahrer mit den wech-

selhaften Strömungen im Wildwasser navigieren, so wie in vielen asiatischen Kampfsportarten mit der Kraft des Gegners gearbeitet wird, so muss auch gute Advocacy-Arbeit wissen, in welche Richtung sie langfristig will und ihre eigenen Stärken kennen, aber dazu flexibel und intelligent mit den Kräften arbeiten, die in ihrem Umfeld wirken. Der Erfolg von Tourism Watch erklärt sich zum Teil dadurch, dass ihm das in beeindruckender Weise gelungen ist.

In einem Unternehmen würde ein Programm, das derart erfolgreich ist, neues Einkommen generieren, so dass das Personal aufgestockt werden könnte, um den Erfolg auszuweiten. Bei einer Arbeit wie der von Tourism Watch ist das nicht automatisch der Fall. Zwar sind viele Optionen, die Wirkung zu verstärken, sichtbar, aber Tourism Watch generiert keine neuen Mittel. Tatsächlich kann aber nichts sinnvoll aufgegeben werden, ohne *Dynamic Fit* und Wirksamkeit zu verlieren. Keines der Vorhaben von Tourism Watch ist in einem Stadium, wo reduziert werden kann. Es ist auf absehbare Zeit auch nicht zu erkennen, dass solche Reduktionsmöglichkeiten entstehen würden. Eine Reduktion in Teilbereichen wäre jeweils mehr Verlust als woanders Gewinn zu erkennen ist. Die Aufnahme von Optionen, die unten dargestellt werden, würde daher für Tourism Watch immer einen Zusatzaufwand bedeuten, der finanziert werden müsste.

5.1 Optionen

Aus der Evaluierung ergeben sich eine ganze Reihe von Optionen für Tourism Watch und für den EED. Die Terms of Reference legen Wert darauf, dass neben quantitativen Gesichtspunkten vor allem inhaltliche und methodische Anpassungen diskutiert werden und dass Vor- und ggf. Nachteile diskutiert werden. Dies sollte in einer Weise erfolgen, die den Diskussionsprozess in der Arbeitseinheit Tourism Watch und des Referats Entwicklungspolitischer Dialog unterstützt. Aus diesem Grund werden die Optionen nicht nur genannt, sondern etwas ausführlicher erläutert und analysiert.

Aus der Evaluation ergibt sich, dass Tourism Watch wegen der starken Auslastung des Personals viele Fäden nicht aufgenommen hat. Es sind viele Bereiche zu erkennen, in denen die Wirkung deutlich verstärkt werden könnte, wenn auch nicht mit den jetzigen Ressourcen. Hier werden nur Optionen aufgeführt, die erwarten lassen, dass ein stärkeres Engagement auch mehr Wirkungen zeitigen würde. Es ist zunächst zu erwarten, dass die Wirkung mit diesen zusätzlichen Optionen etwa proportional steigen wird, d.h. es ist nicht mit einem nachlassenden Grenznutzen zu rechnen, außer bei den beiden als weniger relevant bezeichneten Optionen.

Insgesamt könnte die zurzeit durchgeführte Arbeit intensiviert werden. Das bedeutet mehr Kontakte, z.B. bei Messen und Veranstaltungen, eine höhere Präsenz in der Politik als Lobbyist und mehr Dialog mit Unternehmen, mehr Pressearbeit, insbesondere auch in den kirchlichen Medien. Wie oben dargestellt, ist all dieses von Gesprächspartnern ausdrücklich gewünscht worden. Es gibt einen entsprechenden Bedarf und es ist davon auszugehen, dass mit mehr Präsenz auch das Thema des sozialverträglichen Tourismus in Entwicklungsländern stärker transportiert werden könnte.

Zusätzliche Wirkung wäre auch zu erwarten bei einer weiter verstärkten Zusammenarbeit mit vielen der jetzigen engen Kooperationspartner wie dem Studienkreis Tourismus und Entwicklung, AKTE, ECPAT etc. Ein stärkeres Engagement würde dort begrüßt, und die spezifischen Stärken von Tourism Watch könnten ihnen zugute kommen, um Konzepte sozialverträglichen Tourismus stärker zu verbreiten. Dies könnte auch die Form annehmen, mehr Vernetzung zu betreiben, d.h. mehr Gewicht darauf zu legen, dass Partner sich gegenseitig unterstützen, noch mehr gemeinsam machen, sich öfter begegnen und gezielter zusammenarbeiten. Auch hier gibt es deutlich Potential, sinnvoll und wirksam mehr zu machen.

Darüber hinaus gibt es einige Optionen, die inhaltlich spezifischer beschrieben werden können:

Verstärkter Unternehmensdialog

Ein intensiverer Dialog sowohl mit Unternehmen, die eine Spezialisierung in der Nische nachhaltiger Tourismus haben, als auch mit Unternehmen, die im Massenmarkt sich dem Thema Nachhaltigkeit zuwenden. Einige sind interessiert, sich beim Thema Nachhaltigkeit besser aufzustellen, und suchen Anregungen und Beratung. Diejenigen, die für Nachhaltigkeit zuständig sind, suchen Unterstützung und schätzen die kritisch-konstruktiven Stellungnahmen, die von Tourism Watch kommen. Wenn Tourism Watch dieses in stärkerem Maße bietet, steigen auch die Chancen, dass es zu Änderungen bei Unternehmen kommt. Aus der Reisebranche wurde vorgeschlagen, dass es gemeinsame Vorhaben mit der Branche zu nachhaltigem Tourismus geben sollte. Hier wird auf das Modell ECPAT verwiesen, wo die Branche gemeinsam vorgegangen sei. Auch aus der mit nachhaltigem Tourismus befassten Wissenschaft wird von der Tourismuswirtschaft ein stärker konzeptioneller Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit gefordert.

Menschenrechte konkretisieren

Eine weitere Option für Tourism Watch ist es, das Thema Menschenrechte in konkrete Themen umzusetzen. Zwar werden Menschenrechte im Tourismus mittlerweile intensiver und konkreter diskutiert als früher und wichtiger genommen. Auch die menschenrechtliche *due diligence* Strategie für Unternehmen wird zum Teil zur Kenntnis genommen. Wie oben dargestellt, sind bis auf einzelne Unternehmen, die für ihre Häuser Menschenrechtskonzepte entwickeln, aus den Interviews und Papieren keine konkreten Pläne zu erkennen. Was heißt Menschenrechte im Tourismus konkret? Was können Unternehmen tun, außer sich allgemein zu ihnen zu bekennen? Wären staatliche Regelungen zu schaffen, die hier greifen würden, so wie das beim Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung geschehen ist? Auch diese Studie kann keine konkreten Vorschläge machen. Tourism Watch könnte bei diesem Thema vermutlich Einiges mehr erreichen, wenn es zusammen mit Partnern konkrete Pläne entwickeln würde, an denen Unternehmen ihre Menschenrechtsausrichtung konkretisieren können. Diese können sich auf spezifische Menschenrechte beziehen. Typische Menschenrechtsverletzungen können von der Industrie systematisch gemeinsam bekämpft werden. Destinationen, in denen Menschenrechte besonders verletzt werden, können gezielt bearbeitet werden.

Arbeit zu kirchlichen Reisen

Im kirchlichen Kontext finden viele Reisen in Entwicklungsländer statt: Jugendgruppen, Partnerschaftsgruppe, kirchennahe Reiseveranstalter und viele Reisen in das „biblische Land“. Nur wenige davon werden vom EED gefördert. Ein etwas größerer Teil geschieht im Kontakt mit den Landeskirchen. Tourism Watch und der EED wirken bereits über mehrere institutionelle Kontakte in dieses Feld. Im verstärkten Einwirken auf die diversen kirchlichen und kirchennahen Stellen, die Reisen veranstalten oder sich mit Tourismus befassen, ist Potential zu erkennen, Fragen sozialverantwortlichen Reisens stärker einzubringen. Die oben genannte größere Präsenz in der kirchlichen Presse wäre eine Option.

Ethik-Kodex der UNWTO

Zurzeit bemüht sich die UNWTO um eine Belebung ihres Ethik-Kodex und des Ethik-Rates, wie oben dargestellt. Die zivilgesellschaftliche Beteiligung an diesem Prozess ist eher schwach. Tourism Watch und insbesondere seine Partner aus Entwicklungsländern hätten aber viel beizutragen und es scheint bei der UNWTO Interesse daran zu bestehen. Ziel müsste sein, dass sich Unternehmen nicht nur unverbindlich – und öffentlichkeitswirksam – zum Kodex bekennen, sondern sich auf Maßnahmen verpflichten, sie umzusetzen und darüber regelmäßig zu berichten. Mit TourCert

und FTSTA könnten EED-Partner viele eigene Ideen und Erfahrungen beitragen. Um mit solch einer konstruktiven Strategie erfolgreich zu sein, müssten sich in 2012 mehrere tourismuskritische Organisationen aus Nord und Süd intensiv um die UNWTO bemühen. Das wäre mit erheblichen Kosten verbunden, und es ist nicht abzusehen, dass die UNWTO diese übernehmen würde. Wenn ein derartiger Prozess erfolgreich wäre, könnte das die Basis sein, um eine institutionelle Beteiligung der Zivilgesellschaft zu erreichen. Die Studie erkennt im Moment keine andere Plattform, in der ein weltweiter, verbindlicher und sektorspezifischer Kodex für Unternehmen entstehen könnte. Die UNWTO befasst sich seit einigen Jahren auch verstärkt mit Folgen des Tourismus für die Situation von Frauen. Sollte sich Tourism Watch stärker mit Genderfragen befassen wollen, wäre dies ein Ansatzpunkt.

Projektförderung und Vernetzung in Entwicklungsländern

Bisher arbeitet nur eine kleine Zahl von Südpartnern des EED an Tourismusfragen. Angesichts der Bedeutung des Sektors scheint das gering. Der EED könnte, mit Unterstützung von Tourism Watch, mehr Südpartner im Tourismus fördern und mehr beraten. Das könnte weit über kirchliche Partner hinausgehen. Dabei sind drei verschiedene Arten von Projektansätzen zu unterscheiden:

- Tourismuskritik: Die Förderung von mehr zivilgesellschaftlichen Akteuren in der Tourismuskritik in Entwicklungsländern sollte dazu führen, dass mehr qualifizierte Stimmen in den Destinationen laut werden und das Partnerspektrum breiter wird. Diese könnte für die internationale Diskussion erhebliche Bedeutung bekommen. Tourism Watch macht die Erfahrung, dass sie bei spezifischen Themen und Veranstaltungen durchaus Partner finden, die diese Themen unter Tourismus-Aspekten qualifiziert aufarbeiten können, ohne spezifisch Tourismus-Organisationen zu sein.
- Destinationsmanagement: Partner im Destinationsmanagement wären NRO, die in der Regionalentwicklung arbeiten, Fragen des Tourismus integrieren und mit Staat und Wirtschaft kooperieren, um den Nutzen des Tourismus für die Armen zu erhöhen. Dies reicht von der gewerkschaftlichen Organisation von Arbeitern bis zur Vermarktung von landwirtschaftlichen Produkten bzw. der Förderung der gesamten Zuliefererkette. Die Förderung von gemeindebasiertem Tourismus wäre ein Element. Die Publikation dieser Erfahrungen könnte zur Weiterentwicklung des nachhaltigen Tourismus beitragen.
- Spezialisierte Projekte im *Community based Tourism*: Wie oben beschrieben, gibt oder gab es viel Förderung durch andere Akteure und diese Projekte haben häufig Vermarktungsprobleme, was sich nicht nur durch mangelnde Kompetenz der Akteure erklären lässt. Eine Förderung durch den EED kann im Einzelfall sinnvoll sein, ist aber für die Tourismuspolitik und die Tourismusentwicklung von beschränkter Relevanz. Von großer Bedeutung ist allenfalls die Entwicklung von Curricula für Kurzurse für CBT-Mitarbeiter, die dann genutzt werden können von Akteuren im Tourismus, die mit solchen Projekten zusammenarbeiten.

Eine Ausweitung der Projektförderung würde bedeuten, dass Tourism Watch mehr in die Projektarbeit des EED hineinwirkt als es das bisher tut. Im neuen Werk wäre zu klären, wie viele Partner, die insbesondere zu Tourismuskritik und Destinationsmanagement arbeiten, Brot für die Welt einbringt. Eine stärkere Vernetzung und Konsultation von Partnern im Süden würde zusätzlich dazu beitragen, die zivilgesellschaftliche Tourismuskritik zu verstärken. Ihnen müssten auch international Foren angeboten werden, ihre Erfahrungen einzubringen. Diese Option könnte das Standing von Tourism Watch weiter verbessern, gäbe größeres Potential, bei internationalen Organisationen aufzutreten, und wäre besonders geeignet, in den Tourismus der Zielländer hineinzuwirken, der nicht aus Deutschland kommt.

Verbunden hiermit ist eine weitere Option: Eine kritische Auseinandersetzung mit der staatlichen Entwicklungszusammenarbeit, soweit sie Tourismus fördert, was in Deutschland insbesondere von

der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) durchgeführt wird. Eine kritische Reflexion, inwieweit z. B. GIZ-geförderte Tourismusprojekte oder -komponenten nachhaltigen sozialverträglichen Tourismus fördern, würde sich lohnen. Wenn der EED zunehmend nicht-staatliche Tourismusprojekte fördert, könnte er zusätzlich Kompetenz und Glaubwürdigkeit gewinnen, um die staatliche Tourismusentwicklung kritisch zu begleiten.

Begleitung von Tourismusforschung

Viele der tourismuspolitischen Fragen, mit denen Tourism Watch sich befasst, sind bisher wenig erforscht, und es findet auch zurzeit nicht viel Forschung im Feld statt. Bessere und gut aufbereitete Daten könnten die Argumentationskraft und Zielgenauigkeit der Tourismuskritik deutlich erhöhen. Einzelne Fragen hat Tourism Watch bereits durch Praktikanten untersuchen lassen. Hier bestünde die Möglichkeit, mit Universitäten zu kooperieren und z.B. Masterarbeiten in Teams zu fördern oder eine SLE-Studie in Auftrag zu geben. Dies sollte in Kooperation mit Partnern des EED im Süden geschehen. Auch Evaluierungen von Projektpartnern können für diesen Zweck eingesetzt werden. Hier bestünde die Möglichkeit, längere Prozesse mit Mehr-Phasen-Einsätzen zu gestalten, in denen die Partner in die Datenerhebung und -analyse intensiver einbezogen werden. Das kann Datenqualität und -menge deutlich verbessern. Von besonderem Interesse wären Studien, die differenziert und möglichst mit harten Daten belegen, welche Vor- und Nachteile Tourismus im konkreten Fall für die arme Bevölkerung hat. Dabei sollten auch Genderaspekte untersucht werden. Derartige Studien wären dann über Deutschland hinaus zu kommunizieren.

Optionen im neuen Werk

Im neuen Werk „Brot für die Welt. Evangelischer Entwicklungsdienst“ sind mehrere Kooperationsmöglichkeiten denkbar, die über die bereits laufenden Kooperationen im EED hinausgehen. Neben der Fortsetzung der bisherigen anlass-bezogenen Kooperation im Referat Entwicklungspolitischer Dialog des EED sowie mit anderen Referaten ist im selben Stil Kooperation mit Themenfeldern denkbar, die bisher bei Brot für die Welt angesiedelt waren. In das Referat Wirtschaft und Umwelt, in dem Tourism Watch angesiedelt sein wird, kommen von Brot für die Welt

- Klimawandel – das Themenfeld gibt es bereits beim EED. Hier gibt es eine enge Kooperation.
- Unternehmensverantwortung: ethisches Investment. Hier wäre zu klären, ob es Verbindungen mit dem Sektor Tourismus geben kann.

In ähnlichem Stil ist Kooperation mit verwandten Themen möglich, die in anderen Referaten angesiedelt sein werden.

- Das Referat Menschenrechte, das bisher bei Brot für die Welt angesiedelt war und mit dem Tourism Watch in den letzten Jahren schon eng zusammengearbeitet hat.
- Das Thema Kinderrechte. Brot für die Welt und der EED sind zurzeit gemeinsam vertreten im ECPAT Vorstand durch Heiner Rudersdorf. Qualitätsmanagement und Controlling ist bei Brot für die Welt für die eigenen Kinderschutzrichtlinien zuständig.
- Landwirtschaft/Landrechte. Das Thema ist bisher in beiden Herkunftshäusern vertreten und wird in einem eigenen Referat zusammengeführt. Über Landnutzungskonflikte im Rahmen des Tourismus wären hier Kooperationen möglich.
- Fairer Handel. Auch zum Thema Fairer Handel wird in beiden Werken gearbeitet. Diese Arbeit muss zusammengeführt werden, und auch hier kann die Tourismus-Komponente wie bisher eingeführt werden.
- Öffentlichkeitsarbeit. Wie dargestellt, kooperiert und unterstützt Tourism Watch die Öffentlichkeitsarbeit des EED in mannigfaltiger Weise. Hier wird zu klären sein, wie die Überleitung zu Brot für die Welt gestaltet wird und ob und wie Tourism Watch die Marke „Brot für die Welt“ weiter stützen kann.

- Bildung. Seit langem arbeitet Tourism Watch mit dem Referat Bildung und Förderung im EED zusammen. „Brot für die Welt“ macht Bildungsarbeit und Aufklärung für seine Unterstützer. Diese könnten zusätzlich über das Thema Tourismus angesprochen werden, das für Viele Bedeutung hat, weil sie so am konkretesten entwicklungspolitische Erfahrungen machen.
- Reisen. Eine besondere Form der Bildung ist die Begegnung von Touristen mit Entwicklungsprojekten. „Brot für die Welt“ könnte, um die Bindung von Spendern zu erhöhen und neue Spender zu gewinnen, Touristen ermöglichen, ihre Partner zu besuchen. Das wäre in Kooperation mit der Tourismuswirtschaft zu organisieren und könnte, wenn gut gemacht, gleichzeitig auf deren Begegnungsprogramme ausstrahlen. Dies würde allerdings erfordern, dass Reisende erst mal in entwicklungspolitische Fragen eingeführt werden, damit die Diskrepanz zu ihren Erwartungen nicht zu groß ist. Andernfalls kann es eine Bumerang-Wirkung geben. Der EED kann hier seine Erfahrung bei „ökumenischen Begegnungsreisen“ einbringen.

In jedem Fall ist damit zu rechnen, dass die Integration der beiden Werke mehr Binnenaktivitäten mit sich bringen wird, sowohl innerhalb der Inlandsarbeit als auch in der Kommunikation mit der Projektförderung, sofern auch das jetzige Brot für die Welt Tourismusprojekte fördert.

Weniger relevante Optionen

Als weniger relevant für Tourism Watch werden folgende Optionen betrachtet, die von einzelnen Gesprächspartnern genannt worden waren.

Öffentlichkeitsarbeit mit Zielgruppe Reisende

Ziel dieser Option wäre, das Bewusstsein von Reisenden zu verändern und die Nachfrage nach sozial verantwortlichen Formen des Reisens zu erhöhen. Von einigen Gesprächspartnern wurde dies als die Hauptstrategie gesehen, um den Charakter des Tourismus zu verändern. Wie im Kapitel über Kontext dargelegt, ist dies jedoch kaum geeignet, den Charakter des Massenmarktes zu verändern. Für Tourism Watch ist es eine mögliche Option, Reisende stärker anzusprechen. Sie wird in der Abwägung für weniger relevant gehalten, weil die spezifischen Stärken von Tourism Watch eine Konzentration auf Entscheidungsträger und Multiplikatoren nahelegen und weil Partner (Studienkreis, AKTE etc.) sich bereits auf die direkte Ansprache von Reisenden spezialisiert haben.

Mehr Informationsmaterial auf Englisch

Nur ein Teil der Materialien von Tourism Watch werden ins Englische und noch weniger in andere Sprachen übersetzt. Damit erreicht ein beträchtlicher Teil der Publikationen nur deutschsprachige Zielgruppen. Da Tourism Watch auch international arbeitet, haben einige Gesprächspartner empfohlen, oder gar den Wunsch ausgedrückt, dass mehr Material auch auf Englisch publiziert wird. Auch dies ist eine mögliche Option. Erneut in der Abwägung, wofür Ressourcen eingesetzt werden sollen, wird dies für weniger relevant gehalten, da Publikationen vor allem dann wirken, wenn sie mit Kontakten und Veranstaltungen nachverfolgt werden. Dafür hat Tourism Watch zurzeit keine Kapazität. Eine verstärkte Publikation auf Englisch erscheint erst dann sinnvoll, wenn die Arbeit verstärkt auf die internationale Ebene ausgerichtet werden soll.

Option Unternehmensverantwortung

Tourism Watch ist Teil der Arbeitsstelle Unternehmensverantwortung und Tourismus. Eine logische Option, die zu prüfen war, ist daher, den Schwerpunkt der Arbeit zur Unternehmensverantwortung vom Tourismus auf andere Gebiete zu verlagern und dem Thema Tourismus geringere Bedeutung zu geben, ohne es notwendigerweise ganz aufzugeben. Damit würde die Wirkung im Sektor Tourismus erheblich verringert zugunsten erhoffter stärkerer Wirkungen auf anderen Gebieten. Es

war nicht Aufgabe dieser Studie, die Arbeit der Stelle zu Unternehmensverantwortung außerhalb des Sektors Tourismus anzusehen und zu bewerten. Für eine Einschätzung der Option Umwandlung wäre zu überprüfen, ob in einem anderen Sektor oder mit einem anderen Fokus ähnliche Wirkung zu erzielen wäre. Auf jeden Fall käme das Alleinstellungsmerkmal der langen Tourismus-Tradition dort nicht zum Tragen. Es erscheint wahrscheinlich, dass eine ähnliche Aufmerksamkeit und Anerkennung, wenn überhaupt, dann nur auf sehr langer Strecke zu erzielen wäre. Es wäre daher zu prüfen, ob es andere Aspekte des Themas Unternehmensverantwortung gibt, bei denen eine ähnliche Alleinstellung zu erreichen ist, und gleichzeitig die Wirksamkeit, also die Veränderungsbereitschaft, höher. Angesichts des hohen Potentials des Themas Tourismus für den EED und das neue Werk scheint eine Verstärkung des Themas Unternehmensverantwortung daher realistischer, wenn zusätzlich eine spezialisierte Stelle eingerichtet wird, die auf der Reputation und Erfahrung von Tourism Watch aufbauen kann.

Optionen: Finanzierung einer Ausweitung

Für den Fall, dass in Zukunft die Arbeit von Tourism Watch ausgeweitet werden soll, wird hier überlegt, welche Optionen es geben könnte, diese zu finanzieren.

- Die Personalkapazität von Tourism Watch könnte durch Ausweitung oder Umwidmung der Mittel für den entwicklungspolitischen Dialog erhöht werden, mit festen oder freien Stellen. Dies würde bei insgesamt konstanten Mitteln zu Lasten anderer Programme gehen. Eine Abwägung dieser Frage kann im Rahmen dieser Evaluation nicht erfolgen. Letztlich handelt es sich hier um Prioritätenentscheidungen der Organisation.
- Reisen zu Projekten: Reisen zu Partnern von „Brot für die Welt“ könnten mit Reiseunternehmen organisiert werden, für die Reisende bezahlen. Das ist nach unserer Kenntnis in Deutschland nicht üblich, außer zunehmend bei Abiturienten und Studierenden, die zum Teil erhebliche Summen für Projektaufenthalte an spezialisierte Veranstalter zahlen, nur zum Teil durch das Programm weltweit teilfinanziert. In Großbritannien scheint das häufiger zu sein. Ein solches Konstrukt könnte theoretisch eine Stellenausweitung finanzieren. Wenn es für wenige Stunden oder Tage an ohnehin stattfindende Reisen angehängt würde, könnten die Reisekosten gering sein. Es kann nicht eingeschätzt werden, ob das eine realistische Option ist. Auf jeden Fall entstehen dabei Kosten, die vorfinanziert werden müssen. Es ist nicht sicher, dass alle Anfangskosten für Projektentwicklung und die qualifizierte Vorbereitung der gastgebenden Organisationen und der Reisenden selbst wieder hereingeholt werden können. Wie oben in der Option Reisen schon dargelegt, bräuchte es gute Vorbereitung. *Würde diese Art der Finanzierung dazu beitragen, dass Tourism Watch die Arbeit in seinem Kernauftrag verstärken kann?* – Das wäre der Fall, wenn das Programm so angelegt wird, dass die beteiligten Unternehmen daraus Anregungen für ihr Gesamtkonzept ziehen und auch bei anderen Reisen mehr Begegnung mit sozialer Lebensrealität einbauen.
- Förderung international: Der Aufbau an Kompetenz in Tourismuskritik und -management im Süden durch NRO, wie oben dargestellt, würde nicht unbedingt eine Personalaufstockung bei Tourism Watch erfordern. Diese Kompetenz könnte bei der internationalen Förderung angesiedelt sein. Je nach Anlage könnte dies das Personal von Tourism Watch etwas entlasten oder erhöhten Beratungsaufwand mit sich bringen. *Würde diese Art der Finanzierung dazu beitragen, dass Tourism Watch die Arbeit in seinem Kernauftrag verstärken kann?* – Eine Verstärkung der Partnerstruktur in der Tourismuskritik wäre für Tourism Watch sicher ein Gewinn. Sie würde die Glaubwürdigkeit weiter erhöhen.
- Beratung von Unternehmen gegen Bezahlung: Viele Unternehmen werden in Zukunft Nachhaltigkeits- und Menschenrechtskonzepte entwerfen wollen. Ausgewiesene Berater mit Kompetenz in Fragen der Sozialverträglichkeit sind rar. Die Anfragen für Beratung vom EED lassen darauf schließen, dass hier eine Einkommensmöglichkeit wäre, deren Umfang

allerdings schwer einzuschätzen ist.

Würde diese Art der Finanzierung dazu beitragen, dass Tourism Watch die Arbeit in seinem Kernauftrag verstärken kann? – Einerseits würde die Beratung ins Zentrum des Themas Unternehmensverantwortung zielen. Mit dem zusätzlichen Einfluss als Berater können konkrete Veränderungen erreicht werden. Tourism Watch müsste dabei seine kritische Haltung nicht einschränken, könnte sicher aber nicht alles erreichen, was ihm wichtig ist. Andererseits wäre die Unabhängigkeit kompromittiert und es bestünde die Gefahr, an Ruf und Einfluss zu verlieren. Zudem entspräche es nicht der bisherigen Strategie, Kompetenzen im Umfeld auszubauen, die dann eigenständig ein Teilthema weiterverfolgen. Ein Verweis auf existierende Beratungsunternehmen entspräche dieser Philosophie eher.

Priorisierung von Optionen?

Auf eine Priorisierung der dargestellten Optionen wird in diesem Bericht verzichtet. Bei der gegenwärtigen Personalausstattung sind die beschriebenen Optionen kaum umzusetzen. Wo Potentiale entstehen, sind tendenziell die Optionen zu priorisieren, die hohe Synergieeffekte haben, und wo Öffentlichkeit, Wirtschaft oder Politik aktuell oder potentiell aufgeschlossen sind. Bei einer höheren Personalkapazität könnte der unter Empfehlungen vorgeschlagene Beirat Prioritäten diskutieren.

Eine eigene Empfehlung wird für die Option Förderung international ausgesprochen, weil diese Legitimation für Tourism Watch wesentlich ist und weil hier unter Umständen weitreichende Wirkung erwartet werden kann. Gerade hier hat der EED ein Alleinstellungsmerkmal. Allerdings ist schwer einzuschätzen, wie groß das Potential ist, Partner in Tourismuskritik und Destinationsmanagement zu finden.

6 Empfehlungen

Die Terms of Reference erwarten Empfehlungen, die auf die Zielgruppe und die jeweilige Ebene zugeschnitten, relevant und machbar (umsetzbar) sein sollten.

6.1 Empfehlungen an die Arbeitsstelle Tourism Watch

1. Tourism Watch wird empfohlen, die Arbeit im Wesentlichen mit dem jetzigen Charakter fortzuführen, mit wenigen Änderungen. Im Einzelnen sollte Tourism Watch die „Mischung aus Gießkanne und Gartenschlauch“ beibehalten. Das bedeutet: Auch wenn viele Gesprächspartner sagten, Tourism Watch brauche mehr Fokus, so ergibt sich aus der Analyse der Arbeit, dass ein zu enger Fokus für dieses Programm nicht angemessen ist. Wenn Tourism Watch thematisch breit aufgestellt bleibt, damit das weit verzweigte Netzwerk stützt und Synergien schafft (die Gießkanne), und dann einzelne strategisch wichtige Themen konzentriert bearbeitet (der Gartenschlauch), leistet es seinen eigenen besonderen Beitrag zur Förderung sozialverträglichen Tourismus. Dieses Alleinstellungsmerkmal sollte Tourism Watch sichern. Daher sollte auch die hohe Flexibilität der Arbeit gesichert werden.
2. Tourism Watch sollte weiterhin an den politischen Rahmenbedingungen des Tourismus arbeiten. Freiwillige Unternehmensverantwortung reicht nicht aus, um nachhaltigen Tourismus zu entwickeln. Es braucht regulierende und steuernde Eingriffe des Staates. Ein Konzept für strategische staatliche Interventionen sollte in Kooperation mit Partnern entwickelt werden, um vorbereitete, spezifische Vorschläge machen zu können, sobald ein solcher politischer Gestaltungswille entsteht. Dabei sollten die im Kapitel Kontext entwickelten und in Tabelle 1 erläu-

terten drei Arten staatlicher Intervention (Förderung der Nische, Rahmensetzung und Regulierung des Massenmarktes) berücksichtigt werden.

3. Die Bindung von Tourism Watch an die evangelische Kirche sollte erhalten bleiben. Tourism Watch sollte weiterhin als die Stelle der evangelischen Kirche wahrnehmbar sein, die für sozialverträglichen Ferntourismus eintritt.
4. Im neuen Werk sollten nach der Fusion von EED und Brot für die Welt die Verbindungen zu anderen Stellen im neuen Werk gesichert werden, d.h. die Kooperation mit anderen Advocacy-Stellen, Bildung, Inlandsförderung und Öffentlichkeitsarbeit. Auch die Verbindung zu internationaler Förderung sollte erhalten bleiben. Es kann in dieser Studie allerdings nicht geklärt werden, ob das angesichts der angespannten Personalressourcen bei Tourism Watch und des höheren Projektvolumens im neuen Werk möglich ist. Für eine deutliche Ausweitung sind keine Ressourcen vorhanden, und eine Reduzierung bei anderen Tätigkeiten kann nicht empfohlen werden.
5. Tourism Watch sollte sich bei TourCert dafür einsetzen, dass die Ergebnisse der Zertifizierung in einer systematischen Wirkungsanalyse von unabhängigen Gutachtern untersucht und veröffentlicht werden, um transparent zu zeigen, welche Wirkungen diese Art von ganzheitlicher Zertifizierung haben kann.
6. Die Frage, ob TourCert gemeinnützigen Status bekommen sollte, sollte zumindest dann geprüft werden, wenn es das Potential zeigt, deutlich über den Hauptkunden, das forum anders reisen hinauszuwachsen. Die Tatsache, dass alle Gesellschafter gemeinnützigen Status haben, könnte dann nicht mehr ausreichen. Das hat Implikationen für den Rechtsstatus von TourCert als GbR.
7. Der Informationsdienst Tourism Watch sollte etwas leichter lesbar gestaltet werden, ohne ihn zu einer Publikumszeitschrift zu machen, um ihn zugänglicher zu machen für diejenigen Leser, die nicht Journalisten sind.
8. Einige technische Empfehlungen zum Informationsdienst, der Website und anderen Materialien können ausgesprochen werden. Sie sollten mehr Verweise auf Vorhandenes von Partnern enthalten. So können mehr Artikel aus fairunterwegs.org übernommen werden, die Website könnte prominent auf die Organisationen verweisen, in denen der EED Mitglied ist. Materialien wie der jüngst erschienene Label-Führer könnten nicht nur in einer Meldung, sondern auch prominent an einer eigenen Stelle (das rechte Band der Website) beworben werden. Auch auf die Websites von Partnern in Entwicklungsländern könnte verwiesen werden. Die englischen Ausgaben des Informationsdienstes sollten als pdf verfügbar gemacht werden und abonnierbar sein. Ein eigener Reiter „Publikationen“ könnte ältere Publikationen besser verfügbar machen. Auf fremde Seiten und auf Publikationen sollte die Website so verlinken, dass sich ein neuer Tab öffnet, um die Leser auf der Seite zu halten. Die Hauptseite jeder Ausgabe des Informationsdienstes sollte ebenfalls die einzelnen Artikel in neuen Tabs öffnen, damit der Überblick über die Artikel im Browser bleibt. In den gedruckten Exemplaren des Informationsdienstes sollte auf die Möglichkeit verwiesen werden, dass der Informationsdienst TourismWatch auch online bestellt werden kann.

6.2 Empfehlungen an den EED und das neue Werk

9. Tourism Watch sollte fortgeführt und mindestens in der jetzigen Personalstärke und Ausstattung erhalten werden.

10. Das neue Werk sollte angesichts seiner Alleinstellung am dicken Brett Tourismus auf lange Sicht weiterbohren. Es scheint aussichtsreich, dass es zu Änderungen kommt und Tourism Watch dazu beitragen wird. Erst wenn sich mehrere andere starke Institutionen auf dasselbe Thema spezialisieren sollten, könnte die Wirksamkeit von Tourism Watch zurückgehen und eine grundsätzliche Umorientierung notwendig werden.
11. Die Marke Tourism Watch sollte weitergeführt werden. Das neue Werk sollte nicht den Eindruck erwecken, dass Tourism Watch eingestellt wurde.
12. Das Thema Klimawandel und Tourismus sollte fortgeführt werden wegen der hohen Relevanz und der Alleinstellung des EED bei diesem Thema und insbesondere beim Thema *Bunkers* als alleiniger Vertreter aus Deutschland auf internationaler Ebene. Die Aufhängung an Tourism Watch ist nicht zwingend, aber inhaltlich sinnvoll. Tourism Watch sollte in diesem Zusammenhang Wege finden, das in der Diskussion allgemein aufgeführte Dilemma anzuerkennen, dass Flugverkehr erhebliche und wachsende Klimaschäden verursacht, auch wenn Tourismus so organisiert werden sollte, dass er die Armut in den Zielländern nennenswert verringert.³³
13. Das neue Werk sollte prüfen, ob Tourism Watch mehr Ressourcen bekommen soll, und in welcher Form (siehe dazu die Optionen zur Finanzierung). Es wäre zu klären, ob das Thema sozialverträglicher Tourismus und die Chancen, die in der besonderen Stellung von Tourism Watch liegen, dem EED wichtig genug sind, um hier weiter zu investieren.
14. Das neue Werk sollte insbesondere prüfen, ob das Engagement mit Südpartnern, die kritisch zum Tourismus arbeiten, über die jetzigen Partner hinaus pro-aktiv ausgebaut werden soll mit dem Ziel, mehr Stimmen des Südens international zu Gehör zu bringen und ihnen den Zugang zu Netzwerken und internationalen Organisationen zu ermöglichen.
15. Das neue Werk sollte prüfen, ob die starke Abhängigkeit der Arbeitsstelle Tourism Watch von einzelnen Personen erhalten bleiben soll, oder ob die Aufgaben auf mehr Schultern verteilt und damit institutionalisiert werden sollen. Dafür gibt es mehrere Optionen:
 - Die Einstellung von mehr Personal. Dies ist unter Optionen diskutiert.
 - Eine stärkere Beteiligung der Führung des Werkes am Thema. Dies kann den EED bzw. das neue Werk sichtbarer machen und zeigen, dass die Stelle breiter getragen wird. Andererseits ist die prominente Stelle des Referenten auch ein Grund für den Erfolg. Es dürfte nicht der Eindruck entstehen, dass das Gewicht des Leiters der Arbeitsstelle geringer geworden ist.
 - Die Einrichtung eines beratenden Gremiums ähnlich dem 2003 abgeschafften Beirat. Hier müssten neben Partnern und vielleicht Politik und Wirtschaft auch weitere Mitarbeiter sowie Mitglieder von Aufsichtsgremien des neuen Werkes vertreten sein. Unter Gesichtspunkten der Vernetzung und strategischen Orientierung ist die Einrichtung eines Beratungsgremiums zu empfehlen. Als Institutionalisierung der Arbeit ist sie eine von mehreren Optionen.
 - Die Stelle sollte mit ausreichend Assistenz ausgestattet sein, um die Arbeit nicht nur zu unterstützen, sondern auch gut zu dokumentieren, damit das Gedächtnis der Stelle nicht nur an Personen hängt. Die geordnete Dokumentation der Arbeit ist eine wichtige Aufgabe der Assistenz.

³³ so z.B. Kirstges 2011

Anhang

Anhang 1: Terms of Reference

Evangelischer Entwicklungsdienst
Tourism Watch und
Team Programmqualifizierung (PQ)

Terms of Reference

**Evaluation des Programms Tourism Watch
Stand 17.06.2011**

1 Hintergrund der Evaluation

Der EED engagiert sich gemeinsam mit ökumenischen Partnern für einen nachhaltigen, sozial verantwortlichen und umweltverträglichen Tourismus. Dafür ist im EED-Referat Entwicklungspolitischer Dialog eine Arbeitsstelle Tourism Watch eingerichtet. Die Herausgabe des Informationsdienstes Tourism Watch, der vierteljährlich Berichte und Hintergründe über den Ferntourismus liefert, und die Arbeit an Konzepten der Unternehmensverantwortung bilden die Schwerpunkte der Arbeitsstelle. Die Arbeitsstelle steht dabei im Austausch mit zahlreichen europäischen und internationalen Partnern und sucht den Dialog mit Medien, Wirtschaft und Politik.

Anlass der Evaluation ist der Wunsch der Arbeitsstelle Tourism Watch, die eigene Arbeit nach gut 10 Jahren zu reflektieren und Grundlagen für konzeptionelle Weiterentwicklungen bei Tourism Watch zu schaffen.

2 Zweck/Ziele und Nutzer/innen der Evaluation

Die Evaluation soll die Weiterentwicklung bzw. Feinjustierung des Programms unterstützen. Der Fokus der Evaluation liegt auf der Unterstützung von Lernprozessen in der Arbeitseinheit Tourism Watch. Dabei soll auch die Position innerhalb des EED Berücksichtigung finden.

Ziele der Evaluation:

- a) Ein Wirkungsgefüge für das Programm Tourism Watch ist erstellt.
- b) Es liegt eine unabhängige Beurteilung des Programms Tourism Watch anhand der OECD/DAC Kriterien vor. Der Fokus liegt auf den Kriterien Relevanz und Effektivität. Die weiteren Kriterien sind Effizienz, Impact und Nachhaltigkeit.
- c) Es liegen Vorschläge für die Weiterentwicklung und Feinjustierung des Programms Tourism Watch vor. Wo sinnvoll und hilfreich sind Optionen für das weitere Vorgehen entwickelt.

Der Nutzen der Evaluation ist vor allem bestimmt für:

- Arbeitseinheit Tourism Watch (Heinz Fuchs und Antje Monshausen)
- Referatsleitung Entwicklungspolitischer Dialog (Ref. 3.3)

3 Aufgabenbeschreibung

Vorbemerkung: Als allgemeine Reflexionsgrundlage gelten die in 3.2 und 3.3 aufgeführten Leitlinien zur Beschreibung des Kontexts und der Fragestellungen der Evaluation. Die Auflistung beansprucht keine Vollständigkeit. Bei Bedarf sollten sie durch spezifische Fragestellungen ergänzt werden. Das Evaluationsteam ist aufgerufen, die ToR vor und während der Auftragsklärung zu kommentieren, damit Unklarheiten ausgeräumt werden können.

3.1 Umfang der Evaluation

Die Evaluation fokussiert auf den Zeitraum 2005-2010. Wo notwendig und sinnvoll können Aktivitäten und Vorgänge vor dieser Zeit betrachtet werden. Eine Analyse und Auswertung der erreichten Leserinnen und Leser des gedruckten Newsletters „Tourism Watch“ liegt aus dem Jahr (xx) vor. Eine erneute Analyse des Newsletters ist nicht im Rahmen dieser Evaluation vorgesehen.

3.2 Programm- und Kontextanalyse

- a) Beschreibung/Analyse des Programms Tourism Watch als Teil des EED-Referats Entwicklungspolitischer Dialog und des EED insgesamt.
- b) Beschreibung/ Analyse der Zielgruppe(n) und der Ziele des Programms.
- c) Beschreibung des entwicklungspolitischen Kontexts und des politischen Umfelds, in dem Tourism Watch tätig ist.

HINWEIS: Die Programm- und Kontextanalyse sollte darauf ausgerichtet sein, Inhalte darzustellen und zu analysieren, die für das Verständnis der Bewertungen nach den DAC-Kriterien und möglicher weiterer Optionen (s. Nr. 2c) notwendig sind.

3.3 Fragestellungen der Evaluation

Auf Grundlage der DAC-Kriterien (weitergehende Informationen, s. Anhang)

Der Fokus der Untersuchung soll auf der „Relevanz“, gefolgt von „Effektivität“ liegen. Die anderen Kriterien sollen nachgeordneten Charakter einnehmen.

3.3.1 Zentrale Fragestellungen

Bezug sollte insbesondere genommen werden zur EED-Grundorientierung und zur Strategischen Planung des Referats entwicklungspolitischer Dialog

3.3.1.1 Relevanz – Tun wir das Richtige?

- a) Haben wir das Richtige geplant? Tun wir das Richtige? Inwieweit entsprechen die Ziele, geplanten Aktivitäten, Leistungen und Angebote den beabsichtigten Wirkungen? Haben sich seit dem Design des Programms Änderungen ergeben?
- b) Inwiefern integriert das Programm eine angemessene Genderperspektive in Planung, Aktivitäten und Zielsetzung?
- c) Inwieweit sind die Ziele des Programms noch gültig?

3.3.1.2 Effektivität – Erreichen wir unsere Ziele?

- a) Inwieweit wurden (werden) die Ziele erreicht? Woran erkennen wir dies? (Wenn keine Ziele formuliert wurden: Welche Ziele waren/sind in den „Köpfen“? Woran erkennt die Arbeitsstelle Tourism Watch, ob sie ihre Ziele erreicht?).
- b) Welche Rolle nimmt Tourism Watch im Gefüge der Akteure rund um den Tourismus ein? Wie kann diese Rolle beschrieben werden? Welche Einflussmöglichkeiten bestehen für Tourism Watch? (Kontrafaktische Annahme zur Wirkungsbeschreibung: Was würde geschehen, wenn es kein Tourism Watch mehr gäbe?)
- c) Welche (weiteren) direkten (beabsichtigten oder nicht beabsichtigten) Wirkungen hat das Programm kurz- bzw. mittelfristig entfaltet?
- d) Inwieweit konnten die Zielgruppen erreicht werden? Inwiefern wurden die relevanten Zielgruppen erreicht? Werden Zielgruppen vernachlässigt? Wie viele Personen, Männer und Frauen werden erreicht (grobe Abschätzung)?
- e) Welche Faktoren haben wesentlich dazu beigetragen, dass Ziele erreicht bzw. nicht erreicht wurden?

3.3.2 Nachgeordnete Fragestellungen

3.3.2.1 Effizienz – Erreichen wir unsere Ziele wirtschaftlich?

- a) Welche Bereiche (z.B. Newsletter und Messen) des Programms sollten in Hinblick auf Wirtschaftlichkeit betrachtet werden? Welche Gründe liegen dafür vor?
- b) Welche Aussagen können in Hinblick auf Wirtschaftlichkeit des Programms Tourism Watch vorgenommen werden?

3.3.2.2 Impact – längerfristige Entwicklungswirkungen

Welche positiven und negativen, primären und sekundären Langzeiteffekte/ Langzeitwirkungen (direkt oder indirekt, beabsichtigt oder unbeabsichtigt) können eindeutig festgestellt werden? Welche sind plausibel - warum?

3.3.2.3 Nachhaltigkeit – sind die Wirkungen von Dauer?

- a) Inwieweit werden die positiven Wirkungen (voraussichtlich) Bestand haben?
- b) Welche Maßnahmen werden zur Förderung der Nachhaltigkeit ergriffen?
- c) Welche Faktoren haben entscheidend dazu beigetragen, dass die Nachhaltigkeit des Programms oder Projekts gewährleistet bzw. nicht gewährleistet ist?

3.4 Optionen für die weitere Arbeit des Programms

Welche (ggf. auch hypothetischen) Optionen für die weitere Arbeit bestehen für das Programm Tourism Watch: z.B. Ausbau, Beibehaltung, Fokussierung, Reduzierung der Programminhalte? Neben quantitativen Gesichtspunkten sollten vor allem inhaltliche und methodische Anpassungen diskutiert werden. Welche Vor- und ggf. auch Nachteile beinhalten diese Optionen?

Hinweis: Die Aufbereitung dieser Optionen sollten in einer Weise erfolgen, die den Diskussionsprozess in der Arbeitseinheit Tourism Watch und des Referates Entwicklungspolitischer Dialog unterstützen.

3.5 Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Welche Schlussfolgerungen für das Programm lassen sich insgesamt auf der Grundlage der erhobenen Daten vornehmen? Welche Schlussfolgerungen gibt es für die Weiterführung des Programms?

Welche Empfehlungen lassen sich daraus u.a. für die Weiterentwicklung und Feinjustierung des Programms ableiten? (s. hierzu auch Nr. 6.2.2 Abschlussbericht)

4 Design und Methodik der Evaluation

Die Evaluation ist unter Beachtung des EED-Evaluationskonzeptes, das sich an OECD/DAC und DeGEval Standards orientiert, durchzuführen.

Der EED sieht sich nicht einer bestimmten Evaluationsmethode verpflichtet, sondern bemüht sich im Dialog mit den Gutachter/innen und anderen Beteiligten um das für den Evaluationsgegenstand angemessene Evaluationsdesign und eine möglichst optimale Methodenauswahl. Genauigkeit von Informationen sowie Gültigkeit und Nachvollziehbarkeit von Ergebnissen und Schlussfolgerungen stehen dabei im Vordergrund. Empfehlenswert sind dabei der Einsatz möglichst mehrerer Methoden (Multimethodenansatz), die sowohl qualitativ als auch quantitativ sein können, sowie die Gegenprüfung von Daten und Informationsquellen durch Triangulation und die Anwendung des Mehraugenprinzips. Grundsätzlich gilt, dass „Zählbares gezählt und Messbares gemessen“ wird. Der EED stellt darüber hinaus sicher, dass alle Evaluationen das Thema Geschlechtergerechtigkeit ausreichend behandeln.

Als mögliche Methoden für die vorliegende Evaluation sind folgende angedacht:

- Dokumentenanalyse
- Befragung von zentralen Akteuren (face to face ggf. Telefoninterviews; es sind keine Fallstudien im Ausland vorgesehen)
- Workshops zu Inhalten der Evaluation in verschiedenen Zusammensetzungen (z.B. ein EED-interner Workshop und einer mit Fokus auf externe Ressourcepersonen)

Im Inception Report sind durch das Evaluationsteam die Methoden und das Vorgehen zu präzisieren.

5 Profil des Evaluationsteams

Neben den allgemeinen Anforderungen an das Evaluationsteam (u.a. Erfahrung in der Durchführung von Evaluationen nach OECD/DAC-Standard, Genderkompetenz) sollte das Evaluationsteam folgende Anforderungen erfüllen:

- Aus 1-2 Personen bestehen
- Mit der Evaluation von Fragestellungen aus der entwicklungspolitischen Lobbyarbeit vertraut sein
- Sehr gute Fähigkeit haben, Workshops zielgerichtet zu planen, zu moderieren und deren Ergebnisse aufzunehmen.

6 Verfahren, Berichtswesen und zeitlicher Ablauf der Evaluation

6.1 Zeitlicher Ablauf und Evaluationsschritte

Für die Studie ist die Beauftragung von 1-2 unabhängigen Gutachter/innen vorgesehen. Die in den Spalten „Gutachter/in“ aufgeführten Tage sind derzeitige Planungen. In den schriftlichen Verträgen werden diese fixiert (als Höchstgrenze).

Nr.	Aufgaben und Zuständigkeiten	Tage/ Gutachter/in	Zeitraumen
1	Vorbereitung: Auftragsklärung, Durchsicht der relevanten Unterlagen, Erstellung des Evaluationsdesigns Erstellung des Inception Report	5	Okt./ Nov. 11
2	Aushändigung des Inception Report an den Auftraggeber Annahme des Inception Report durch den Auftraggeber innerhalb von 10 Tagen	-	Ende Nov.
3	Durchführung der Evaluation nach Plan (Inception Report)	15	Dez.-Jan. 12
4	Workshop: Feedback zu den vorläufigen Ergebnissen (zusätzlich zu den in 4c genannten)	1	Feb. 12
5	Erstellung des Berichtsentwurfs	4	Feb.
6	Übermittlung des Berichtsentwurfs an den Auftraggeber (PQ)	-	29. Feb. 12
7	Workshop: Feedback zum vorläufigen Bericht	1	15. März 12
8	Ggf. Nacharbeiten im Bericht	1	März 12
9	Übermittlung des Abschlussberichts und des vorläufigen Umsetzungsplans (s. Anlage) an den Auftraggeber	-	30. März 12
	SUMME	27	

6.2 Produkte und Berichterstattung

6.2.1 Evaluationsdesign/Inception Report

Der etwa 3 bis 5 Seiten umfassende Inception Report soll Aufschluss darüber geben, wie die in den ToR beschriebenen Fragestellungen und Produkte im Zug der Evaluation beantwortet bzw. erstellt werden können. Hier können Vorschläge zur Erweiterung oder Reduzierung der ToR unterbreitet werden. Änderungen der Ziele oder grundlegenden Fragestellungen der Evaluation betreffen den Inhalt des bestehenden Vertrags und bedürfen als solche der schriftlichen Zustimmung des Auftraggebers.

Für den *Inception Report* wird folgende Gliederung vorgeschlagen:

- a) Grundlegende Angaben zur Evaluation: Bezeichnung, Nummer und Laufzeit des zu evaluierenden Projekts oder Programms, Titel der Evaluation, Hauptverantwortung (Auftraggeber der Evaluation), Auftragnehmer der Evaluation, Berichtsdatum
- b) Feedback/Zusätze zu den ToR: Sind dem Evaluationsteam die ToR in all ihren Einzelheiten verständlich? Ist der Schwerpunkt der Evaluation klar umrissen? Einbringen von Vorschlägen zur Ergänzung der ToR. Veränderungsvorschläge werden in einer Form präsentiert, die die AuftraggeberIn akzeptieren oder verwerfen kann.
- c) Stand der Vorbereitung: Zusammensetzung des Evaluationsteams (Qualifikation, Zuständigkeiten, Teamleitung/Koordination), vorgesehener zeitlicher Ablauf und Arbeitstage des Evaluationsteams, ggf. Bericht über festgestellte Probleme und Risiken
- d) Design und Methodik der Evaluation: Bericht über die gewählten qualitativen und/oder quantitativen Methoden und die Anwendungsschritte im Verlauf der Evaluation (Erläuterung der geplanten Kontakte, Planungen zu den Workshops). Wie wird die Genderperspektive in die Evaluation eingebaut?

6.2.2 Abschlussbericht der Evaluation

Der Abschlussbericht ist auf Deutsch zu verfassen, sollte 30-40 Seiten (zzgl. Anhänge) umfassen und mindestens Folgendes enthalten:

- a) grundlegende Angaben zur Evaluation: s. o. *Inception Report* unter a)
- b) Zusammenfassung: geraffte und prägnante Darstellung der wesentlichen Fragestellungen der Evaluation, der Hauptergebnisse (insbesondere für die Ziele der Evaluation), Schlussfolgerungen, Empfehlungen, (ggf.) Lessons Learned (nach DAC-Def.) in Form eines eigenständigen Dokuments (etwa 3-5 Seiten)
- c) Einleitung: Zweck und Umfang der Evaluation, grundlegende Fragestellungen Kurzbeschreibung des zu evaluierenden Projekts oder Programms und relevante Rahmenbedingungen
- d) Design und Methodik der Evaluation
- e) Hauptergebnisse/Erkenntnisse*: Antworten auf die Fragestellungen der ToR/ des Inception Report (einschl. /Programm- und Kontextanalyse)
- f) Schlussfolgerungen* (plausibel auf der Grundlage der Ergebnisse und vorgenommenen Reflektionen).
- g) Empfehlungen* hinsichtlich künftiger Schritte/Maßnahmen/Folgeaktionen; diese sollten auf die Zielgruppe und die jeweilige Ebene zugeschnitten sein, relevant und machbar (umsetzbar) sein.
- h) Ggf: Lessons Learnt* (Generalisierung von Erfahrungen aus der Evaluation bei denen ausgehend von spezifischen Umständen Schlussfolgerungen in Bezug auf weiter gefasste Situationen gezogen werden.)³⁴
- i) Anlagen (ToR, Liste der befragten Personen und Organisationen, verwendete Literatur, ausgewertete Quellen usw.).

* Der Zusammenhang zwischen den Hauptergebnissen/Erkenntnissen, Schlussfolgerungen und Empfehlungen/Lernerfolgen ist klar herauszuarbeiten und transparent darzustellen. Die Darstellung kann in Tabellenform (s. Anlage 2) und/oder durch entsprechende Verweise im Text erfolgen.

6.2.3 Raster für Umsetzungsplan

In diesem vom Evaluationsteam vorzulegenden Schriftstück werden nach Abnahme des Endberichts die im Evaluationsbericht entwickelten Empfehlungen in einer Form präsentiert, in der die Entscheidung über die Annahme oder Ablehnung der Empfehlungen durch den Auftraggeber, oder der Zielgruppen an die sich die Empfehlungen richten, dokumentiert werden können. Dieser Entscheidungsprozess findet im Anschluss an die Evaluation statt und ist nicht mehr Teil des hier beschriebenen Auftrags. Anlage 2 (Umsetzungsplan) enthält ein entsprechendes Formblatt, in das das Evaluationsteam die Eckdaten der Evaluation und die Empfehlungen einträgt.

7 Zuständigkeiten und Pflichten

- a) Die EED-Evaluationsstelle im Team Programmqualifizierung ist für das Management und die Federführung der Evaluation verantwortlich. Dies beinhaltet die Erstellung der TOR, Bereitstellung der Finanzmittel, Auswahl und Vertragsschluss mit externen Gutachter/innen und Sicherstellung, dass die Evaluation seitens der Auftraggeber internationale OECD/DAC Evaluationsstandards berücksichtigt.

³⁴ Häufig geben diese Erkenntnisse Aufschluss über die Stärken oder Schwächen in der Vorbereitung, Konzeption und Durchführung, die den Erfolg sowie die direkten wie auch längerfristigen Wirkungen beeinflussen.

- b) Das Team „Tourism Watch“ des EED-Referats III, 3 ist für die Bereitstellung der EED-relevanten Dokumentationsunterlagen verantwortlich sowie bei Bedarf behilflich bei der Kontaktaufnahme zu Akteuren, die im Rahmen der Evaluation befragt oder für Workshops eingeladen werden sollen.
- c) Das Evaluationsteam ist dafür verantwortlich, dass die Evaluation entsprechend der internationalen OECD/DAC und deutschen DeGEval Evaluationsstandards durchgeführt wird.

8 Verbreitung der Evaluationsergebnisse

Die Evaluation ist Teil des EED-Querschnittsevaluationsprogramms. Daher ist derzeit als ein Standard die Veröffentlichung der zentralen Ergebnisse auf der EED-Internetseite vorgesehen. Dies kann in Auszügen oder als kompletter Evaluationsbericht erfolgen.

9 Literatur

- EED (2010): „EED-Evaluationskonzept und seine Umsetzung“; Arbeitspapier des EED.
- Dossier: Tourismus- Sehnsucht trifft Wirklichkeit. (Die Publikation bietet einen ersten Überblick über relevante Themen, mit denen sich die Arbeitsstelle immer wieder beschäftigt): http://tourism-watch.de/files/EED_WeltsichtenTourismus_10_deu.pdf
- Zauberformel CSR (Tourism Watch eigene Publikation, die Forderungen zur Verbindlichkeit freiwilliger Initiativen der Reisewirtschaft fordert): http://www.eed.de//fix/files/doc/100225_eed_profil_10_zauberformel_csr_deu_web.pdf

Anhang zu den Terms of Reference:

Anlage 1	Definition der DAC-Kriterien und weitergehender (DAC-) Standards hinsichtlich der zu Evaluationszwecken angewandten Methodik, des Verfahrens und des Berichtswesens
Anlage 2	Tabellarische Darstellung der Schlussfolgerungen, Empfehlungen und Lernerfolge (Modell)
Anlage 3	Umsetzungsplan (Raster)

Anhang 2: Inception Report

Bernward Causemann in Kooperation mit
Nicole Häusler, mas|contour, www.mascontour.info

1. Planung der Evaluierung

Die Evaluation der Arbeitsstelle Tourism Watch evaluiert den Zeitraum 2006-2011 (statt 2005-2010, vgl. Veränderungsvorschlag unten), Evaluations-Nr. *201141037/05. Auftraggeber ist die EED-Evaluationsstelle im Team Programmqualifizierung in Zusammenarbeit mit dem Team der Arbeitsstelle Tourism Watch. Die Evaluation wird von Causemann Consulting durch Bernward Causemann in Zusammenarbeit mit mas|contour, Nicole Häusler, durchgeführt. Abgabetermin für den Endbericht ist der 31. März 2012.

1.1 Zur Aufgabenstellung

In den Terms of Reference wird u.a. abgefragt: „Sind dem Evaluationsteam die ToR in all ihren Einzelheiten verständlich? Ist der Schwerpunkt der Evaluation klar umrissen?“

Sie geben die Möglichkeit zum „Einbringen von Vorschlägen zur Ergänzung der ToR.“

Insgesamt sind die Terms of Reference verständlich und der Schwerpunkt klar. Einige Erläuterungen und zwei Veränderungsvorschläge werden im Folgenden gemacht.

Punkte 1 und 2 der TOR: Hintergrund, Zweck/Ziel und Nutzer/innen sind verständlich dargestellt.

Punkte 3.1 und 3.2 der TOR sind verständlich. In Kontext und Analyse geht es vorrangig um die Arbeit und Wirkung von Tourism Watch in Deutschland und dem deutschsprachigen Raum. Internationale Aktivitäten und direkte Wirkungen werden analysiert, aber tendenziell nachrangig behandelt. Sie werden insbesondere unter Fragestellungen untersucht, die für die Arbeit und Wirkung von Tourism Watch in Deutschland von Bedeutung sind.

Veränderungsvorschlag 1: Da die Evaluierung am Ende von 2011 und anfangs 2012 stattfindet, wird vorgeschlagen, den Zeitraum 2006-2011 zu evaluieren, nicht 2005-2010.

Punkt 3.3 der TOR ist verständlich. Folgende Anmerkungen und Interpretationen sind aus Sicht der Evaluatoren angezeigt:

Relevanz: Zur Genderperspektive kann im Kontext analysiert werden, wo in der tourismuskritischen Arbeit in Deutschland die Genderperspektive eine besondere Bedeutung haben kann.

Effektivität: Bei der kontrafaktischen Annahme wäre auch zu überlegen, ob eine andere Institution die Rolle von Tourism Watch übernehmen würde bzw. könnte, wenn es Tourism Watch nicht gäbe.

Die Zahl der erreichten Personen ist realistisch nur für einzelne Aktivitäten zu ermitteln, und die Intensität des Kontakts wird sehr unterschiedlich sein. Insbesondere Lobbyarbeit hat typischerweise seine Breitenwirkung auf indirekte Weise. Es ist nicht zu erwarten, dass diese Breitenwirkung quantifiziert werden kann. Die direkt und indirekt erreichten Zielgruppen (Fachpublikum, interessierte Laien, Tourist/innen etc.) werden beschrieben, wo möglich auch in ihrem Umfang und in ihrem Interesse an der Thematik eingeschätzt (z.B. wie wichtig diesen Zielgruppen nachhaltiger Tourismus ist bzw. ob sie bereit sind, dafür mehr zu zahlen). Es werden auch Überlegungen darüber angestellt, wie groß der Anteil dieser Zielgruppen ist, der intensiver oder weniger intensiv, direkt oder indirekt erreicht werden kann und durch Tourism Watch erreicht wird.

Effizienz: Es wird zu klären sein, wie Effizienz beurteilt werden kann angesichts der typischerweise komplexen Wirkungszusammenhänge in der Lobbyarbeit und des Zusammenwirkens von Maßnahmen. Eine Gesamtbeurteilung der Effizienz von Tourism Watch ist am ehesten realistisch, insofern sich bei einzelnen Aspekten deutliche Effizienzdefizite zeigen oder eine im Vergleich zu anderen Lobbymaßnahmen ungewöhnlich hohe Effizienz zeigt.

Impakt und Nachhaltigkeit: Beide Kriterien heben auf die Kategorie Zeit ab. Die direkten und indirekten Wirkungen von Tourism Watch werden sinnvollerweise ab 2006 bzw. 2005 unter Effektivität beschrieben. Unter Impakt muss es dann um Wirkungen der Aktivitäten vor 2006 gehen, die sich im Rahmen der Evaluation zeigen. Nachhaltigkeit ist in den TOR so beschrieben, dass es sich um die erwartete Nachhaltigkeit ab einem gegebenen Zeitpunkt handelt. Die Evaluatoren gehen davon aus, dass die Nachhaltigkeit ab dem Zeitpunkt der Evaluation zu untersuchen wäre. Hier bietet es sich an, erwartete Nachhaltigkeit in Verbindung mit den unter 3.4 der TOR zu erarbeitenden Optionen zu betrachten.

Punkte 3.4 und 3.5 der TOR sind verständlich. Hier ist aus Sicht der Evaluatoren sinnvollerweise auch die geplante Fusion von EED und Brot für die Welt zu berücksichtigen.

Punkt 4 der TOR: Es wird entsprechend vorgegangen, keine Anmerkungen.

Workshops wie unter 4c werden zur Zeit nicht für nötig erachtet. Unter Umständen werden bei Gelegenheit gemeinsame Gespräche mit mehreren Interviewpartnern geführt sowie Gespräche mit Referaten des EED.

Punkt 5 der TOR: Die Anforderungen sind erfüllt, keine Anmerkungen

Punkt 6 der TOR: Die Termine werden eingehalten und Produkte erstellt

Veränderungsvorschlag 2: Es wird vorgeschlagen, den Termin für die Abgabe des Berichtsentwurfs (29.2.2012) auf Montag, 12. März zu verlängern, da das Team von Tourism Watch bis dahin voraussichtlich intensiv mit der ITB (7.3.-11.3.2012) beschäftigt sein wird.

Die Angabe 15. März für die Besprechung des Berichtsentwurfs ist eine circa-Angabe. Der genaue Termin wird noch vereinbart, kann aber wegen einer Reise von Bernward Causemann nach Äthiopien nicht in der Woche 19.-23. März liegen. Bei späterem Termin verschiebt sich die Abgabe des Endberichts um wenige Tage.

Punkte 7 bis 9 der TOR: Keine Anmerkungen

1.2 Stand der Vorbereitung

Die Leitung der Evaluation und der Hauptteil der Arbeit liegen bei Bernward Causemann. Nicole Häusler von mas|contour ist Teil des Teams. Sie wird insbesondere Sektorkompetenz einbringen, Kontakte zu Experten und einflussreichen Personen im Sektor vermitteln, einzelne Interviews durchführen und die Thematik Relevanz bearbeiten. Dafür wird sie sowohl am Inception Report als auch am Bericht mitarbeiten. Ihre Aufgaben sind wie folgt vereinbart, können sich im Prozess aber je nach Bedarf noch ändern. Insbesondere die Teilnahme an Workshops ist noch zu klären:

- Mitarbeit am Inception Reports und Interview-Leitfaden: ½ AT
- Beitrag zur Analyse des Sektors: 1 AT
- Vermittlung von Gesprächen und Kontakten: ½ AT
- Durchführung und Protokollierung einzelner Gespräche: 2 AT (3 Std. pro Gespräch inklusive Vor- und Nachbereitung x 5 Experten)
- Mitarbeit am Evaluierungsbericht – insbesondere Kontext und Problemanalyse sowie Relevanz: 2 AT

Der zeitliche Ablauf der Evaluation ist wie in den TOR, mit den unter 1.1 dargestellten Abweichungen. Auch die Arbeitstage des Evaluationsteams sind wie in den TOR, mit den obigen Erläuterungen zur Aufteilung. Bisher wurden keine Probleme oder Risiken festgestellt, abgesehen von den Anmerkungen unter 1.1.

1.3 Design und Methodik der Evaluation

Folgende Methoden sind Teil des Designs der Evaluation:

- Analyse der von TW bereitgestellten Dokumente mit inhaltsanalytischen und hermeneutischen Methoden.
- Verwendung der bei TW vorhandenen Auswertungen, u.a. von Praktikant/innen, auch von quantitativen Auswertungen der Nutzung von TW Angeboten. Bei Bedarf Einholen von weiteren Informationen für aufkommende Fragestellungen und Informationslücken im Rahmen der vorliegenden TOR.
- Analyse von Fachliteratur und Informationen im Internet zur Einschätzung der Relevanz und zum Vergleich mit anderen Programmen.
- Interviews mit Stakeholdern, weiteren Gesellschaftern von TourCert GbR und Adressaten aus kirchlichen Werken, weiterer Zivilgesellschaft, Tourismuswirtschaft (dort insbesondere Nachhaltigkeitsbeauftragte und spezialisierte Anbieter) und Politik sowie internationale Kontakte, soweit sie wesentliche Informationen für die Fragestellungen erwarten lassen. Eine vorläufige Liste von Kontaktpersonen ist im Anhang. Je nach der Entwicklung der Informationen und thematischer Fragestellung kann diese Liste abgeändert werden. Für die Interviews wird ein Interview-Leitfaden verwendet, der stark auf die Verbindung der Interviewpartner mit Tourism Watch und der betreffenden Thematik abhebt und viel Flexibilität lässt, aufkommende Themen und Aspekte aufzugreifen, ohne zentrale Fragestellungen der Evaluation zu vernachlässigen.
- Gespräche mit den Referaten Bildung und Entwicklungspolitische Lobbyarbeit sowie je nach Verlauf auch Fachkräfte
- Ein halbtägiger Workshop am 15.2. zur Diskussion vorläufiger Ergebnisse einschließlich eines vorher zu erstellenden Wirkungsgefüges. Der Teilnahmekreis wird im Verlauf gemeinsam mit TW und PQ entschieden.
- Ein Workshop zur Diskussion des Berichtsentwurfs.

Die Genderperspektive wird in der Evaluation berücksichtigt, indem im Informationsdienst Dritte Welt-Tourismus untersucht wird, wie weit dort Genderfragen berücksichtigt sind und indem in allen Interventionsfeldern von Tourism Watch Relevanz und Umsetzung der Genderperspektive betrachtet wird.

Anhang 3: Liste der Gesprächspartner

Name	Organisation	Ort	bc/nh	Datum
Moderation Strategie-Workshop	EED mit 14 Gesprächspartnern aus anderen Organisationen	Bonn	bc/p	Juli 11
Auftaktgespräch für die Evaluierung	EED, Gespräche mit Jens Koy, Heinz Fuchs, Antje Monshausen, Corinna Rach, Jürgen Hammelehle, Barbara Riek	Bonn	bc/p	Oktober 11
Prof. Wolfgang Strasdas	Hochschule für Nachhaltige Entwicklung, Eberswalde:	Eberswalde	nh	3.1.12
Dr. Christian Baumgartner	Naturfreunde Internationale, Generalsekretär	Wien	nh	3.1.12
Andreas Zots	NFI/Respect	Wien	nh	9.1.12
Sabine Minninger	Beraterin auf Zeit, Tourism Watch	Berlin	bc	17.1.12
Johannes Reißland	forum anders reisen, GF	Freiburg	bc	18.1.12
Katja Plume	GATE e.V.	Berlin	bc	18.1.12
Mechthild Maurer	ECPAT Deutschland	Freiburg	bc	18.1.12
Dietlind von Lassberg	Studienkreis für Tourismus und Entwicklung	Starnberg	bc	19.1.12
Bernd Räth	Ökologischer Tourismus in Europa – OETE e.V., Vorsitzender	Bonn	bc	19.1.12
Jennifer Seif	Fair Trade in Tourism South Africa	Johannesburg	bc	20.1.12
Prof. Harald Zeiss	Inatour, ehem. TUI: Leiter Nachhaltigkeitsabteilung	Hannover	bc	26.1.12
Dina Bauer	Ehem. EED-Fachkraft in Costa Rica, GATE e.V.	Berlin	bc	27.1.12
Prof. Guido Sommer	Private Hochschule 'Cologne Business School' (CBS), im Tourismusstudiengang	Köln	bc	30.1.12

Christine Plüss	Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung – AKTE	Zürich	bc	30.1.12
André Nowak	Büroleiter von MdB Dr. Ilja Seifert, Linke	Berlin/	bc	31.1.12
Günter Koschwitz	KATE, GF	Stuttgart	bc/p	31.1.12
Michael Billanitsch, Jürgen Hammelehle	EED, Referat Öffentlichkeitsarbeit	Bonn	bc/p	2.2.12
Kristina Sänger, Silva Luthin, Judith Reisenauer	EED, Finanzielle Förderung Brasilien, Personelle Förderung Lateinamerika (Christina Sänger), Finanzielle Förderung Asien (Silva Luthin), Finanzielle Förderung, Lobbyarbeit zu Heiligland-Reisen (Judith Reisenauer)	Bonn	bc/p	2.2.12
Claudia Warning	EED Vorstand	Bonn	bc/p	2.2.12
Kathy Geiss-Rigoni	EED Personelle Förderung, Vorbereitung	Bonn	bc/p	2.2.12
Barbara Riek, Andrea Schirmer-Müller	EED Abteilung Bildung und Förderung	Bonn	bc/p	2.2.12
Jürgen Reichel, Michael Frein, Richard Brand, Peter Lanzet	EED Referat Entwicklungspolitischer Dialog	Bonn	bc/p	2.2.12
Jürgen Reichel	EED Referat Entwicklungspolitischer Dialog	Bonn	bc	2.2.12
Marcello Risi	UNWTO (Welttourismusorganisation), (Öffentlichkeitsarbeit)	Madrid	bc	3.2.12
Klaus Betz	Studienkreis für Tourismus und Entwicklung	Oberstenfeld	bc	6.2.12
Ines Carstensen	Futouris: GF	Berlin	nh	7.2.12
Dorothea Busche	Dt. Reiseverband: Referentin für Nachhaltigkeit	Berlin	bc	7.2.12
Klaus Seitz	Brot für die Welt	Stuttgart	bc/p	9.2.12
Klaus Brähmig	MdB, CDU	Berlin/	bc	9.2.12
Thorsten Latzel	Kirchenamt der EKD	Hannover	bc	ok
Vorstellung der Zwischenergebnisse	EED	Bonn	bc/p	15.2.12
Markus Tressel	MdB, Grüne	Berlin	nh	16.2.12
Christoph Strässer	MdB, Menschenrechtsbeauftragter der SPD-Fraktion	Berlin/	bc	28.2.12
Vorstellung des Berichtsentwurfs	EED	Bonn	bc/p	28.3.12

bc: durchgeführt durch Bernward Causemann, nh: Nicole Häusler, /p: Gespräch mit persönlichem Treffen. Bei den anderen Gesprächen handelt es sich um Telefoninterviews.

Die Moderation des Strategieworkshops war noch nicht Teil der Evaluation, die Ergebnisse flossen aber in die Evaluation ein.

Anhang 4: Interviewleitfaden

Gesprächsleitfaden Interviews Evaluierung Tourism Watch

1. Seit wann haben Sie Kontakt zu Tourism Watch? Seit wann kennen Sie TW?
2. Was kennen Sie von TW? Wie würden Sie TW beschreiben?
3. Nutzen Sie etwas von TW? (Für jedes einzeln:) Wie nutzen Sie das?
4. Wie schätzen Sie die Qualität ein? Welchen Nutzen ziehen Sie daraus? Was ist besonders gut, was könnte verbessert werden?
5. Wie wird Tourism Watch von anderen Akteuren im Tourismus eingeschätzt? Was ist sein Alleinstellungsmerkmal? Wo ist es besonders relevant, wo wird es als weniger relevant eingeschätzt? Wer nutzt TW in welcher Weise, und hat TW zu Veränderungen beigetragen?

6. Wo sehen Sie das größte Potential für sozialverträglichen Tourismus? Was wäre nötig, damit er wachsen kann?
7. Wie viele Personen werden durch die Angebote von TW erreicht?
8. Wo würden Sie von Tourism Watch mehr erwarten? (Auf Nachfrage: Es geht um Themen, Materialien, etc.)
9. Was könnte Tourism Watch verbessern – allgemein oder in der Zusammenarbeit mit Ihnen?
10. Was wäre, wenn es TW nicht gäbe?
11. Gibt es noch etwas Wichtiges, das wir für die Evaluierung wissen sollten, oder haben Sie noch Fragen?

Die Aussagen in diesem Interview behandeln wir vertraulich, werden nur im Team weitergegeben. Falls wir im Bericht etwas zitieren wollten, werden wir vorher um Autorisierung bitten. Falls Informationen an TW weitergegeben sollen, klären wir das im Gespräch.

Eine Kurzfassung des Berichts wird auf die EED-Website gestellt. Alle Interviewpartner werden informiert.

Anhang 5: Literatur

a) Allgemeine Literatur

- Adlwarth, Wolfgang Dr, 2010: Corporate Social Responsibility. Images und Bewertungen von Verbrauchern im Tourismussektor. GfK Panel Services Deutschland, 11. März 2010; http://www.gfkps.com/imperia/md/content/ps_de/travelscope/travelscopeaktuell/crs_itb_2010.pdf; Zugang 11.3.2012
- Aschauer, Wolfgang, Sonja Schinwald 2011: Zur Polarisierung und Pluralisierung studentischer Lebensentwürfe und Reiseformen, in: Egger/Herdin 2011, 55-83
- Ateljevic, Irena et al, 2008: Women empowerment through tourism, Wageningen University
- Bagadion, Benjamin C. jr, 1999: Bending the Wind. Lessons from Mt. Makiling. Empowering People for Natural Resource Management, AIM Center for Development Management, Makati City
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ): Der Beitrag des Tourismus zur nachhaltigen Entwicklung und zur Erreichung des Millenniumsentwicklungsziele. BMZ-Strategiepapier 2|2011
- Egger, Roman, Thomas Herdin (Hg.), 2011: Tourismus im Spannungsfeld von Polaritäten, Lit, Münster
- Hartmann, Rainer, Melisa Krause, 2011: Corporate Social Responsibility bei deutschen Reiseveranstaltern, in: Egger/Herdin 2011, 177-190
- Leuphana Universität Lüneburg: Gender im Tourismus. <http://www.leuphana.de/gender-diversity-portal/gender/gendertemen/gender-im-tourismus.html>; Zugang am 11.3.2012
- Kirstges, Torsten, 2011: Klimagerechtigkeit – Ferntourismus. Substantielle und methodologische Probleme eines nachhaltigen Reiseverhaltens, in: Egger/Herdin 2011, 97-110
- Kösterke, Astrid, Dietlind von Laßberg, 2005: Urlaubsreisen und Umwelt, Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, Ammerland
- Krisch, Franziska 2012: Wirkungsorientierung von Advocacy. Eine Handreichung für Planung, Monitoring und Evaluierung von Advocacy-Arbeit, Brot für die Welt, Stuttgart 2012, http://www.brot-fuer-die-welt.de/downloads/fachinformationen/dialog08_wirkungsorientierung.pdf
- Krisch, Franziska, Johanna Hartung 2010: Impact and Functioning of EED-Partner organisations: World YWCA, Tebtebba and Rede Social, FAKT/EED, Stuttgart/Bonn, www.eed.de/dyn/file.doc.2283.pdf, 2.4.2012
- Scherhag, Knut, Andrea Menn, 2011: Polaritäten im Überblick. Polaritätsfelder im Destinationsmanagement, in: Egger/Herdin 2011, 11-24
- test Spezial Grüner Leben, Oktober 2011
- UNWTO 1999, Global Code of Ethics for Tourism, Madrid
- UNWTO 2011, Global Report on Women in Tourism, Madrid
- UNWTO 2012: World Tourism Barometer. Advanced Release, January 2012, Madrid
- UNWTO, oJ: Why Tourism? <http://unwto.org/en/content/why-tourism>; Zugang am 11.3.2012
- World Travel & Tourism Council (WTTC): Travel & Tourism forecast to pass 100m jobs and \$2 trillion GDP in 2012, 7 March 2012; <http://www.wttc.org/news-media/news-archive/2012/travel-tourism-forecast-pass-100m-jobs-and-2-trillion-gdp-2012/>; Zugang am 12.3.2012

b) Publikationen von EED Tourism Watch

Alles was Recht ist – Menschenrechte und Tourismus. Impulse für eine menschenrechtlich orientierte Tourismusentwicklung, Bonn 2011, in Zusammenarbeit mit arbeitskreis tourismus & entwicklung

Ausgewählte Ergebnisse einer Sonderfrage zum Thema Fairtrade-Angebote im Tourismus im Rahmen der Reiseanalyse 2007, Peter Aderholt

Ausgewählte Ergebnisse einer Sonderstudie zur sexuellen Gewalt an Kindern im Tourismus und zum öffentlichen Bewusstsein von Reisenden im Rahmen der Reiseanalyse 2010, Peter Aderholt

Fair Reisen mit Herz und Verstand. Tipps für verantwortungsvolles Reisen, Bonn 2009

Nachhaltigkeit im Tourismus. Wegweiser durch den Labeldschunzel, 2011, mit Naturfreunde Internationale, AKTE und Ecotrans

Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung. Der Dritte Weltkongress in Rio de Janeiro, welt-sichten Dossier 3/2009

Tourismus. Eine Arbeitshilfe für die Gemeindefarbeit zur Studie „Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt“, Bonn 2009, mit Brot für die Welt

Tourismus – Sehnsucht trifft Wirklichkeit, welt-sichten Dossier 11/2010

Unternehmensverantwortung. Anmerkungen und Einsichten aus der Zivilgesellschaft zu Corporate Social Responsibility, welt-sichten Dossier 12/2008

Zauberformel CSR? Unternehmensverantwortung zwischen Freiwilligkeit und Verpflichtung, Bonn 2010

Informationsdienst Tourism Watch, vierteljährlich

c) Publikationen des EED

EED Grundorientierung, Bonn 2003, http://www.eed.de/fix/files/doc/eed_grundorientierung_2003_deu.pdf (5.3.12)

Außerdem wurde eine Vielzahl von EED-internen Dokumenten gesichtet, die hier nicht aufgelistet sind, und auf Websites von Gesprächspartnern recherchiert.

Anhang 6: Bereiche reduzierten Engagements

Eine zentrale Frage, die im Laufe der Evaluation immer wieder aufkam, war die, ob Tourism Watch sein Engagement in einzelnen Bereichen reduzieren könne. Die Evaluation kommt zu dem Ergebnis, dass es dafür keinen Spielraum gibt, ohne die Wirkung einzuschränken, weil Tourism Watch sein Engagement immer wieder reduziert hat. Zum Beleg sollen hier einige Arbeitsfelder, die reduziert oder beendet wurden genannt werden:

- Die Bibliothek wurde eingelagert und nicht weiter gepflegt.
- Die Kooperation mit dem Studienkreises Entwicklung und Tourismus bei den Fortbildungen für einheimische Reiseleiter hat Tourism Watch beendet.
- Die Beteiligung an Sympathie-Magazinen, dem TO DO!- und dem Toura D’Or Preis des Studienkreises wurde reduziert und zum Teil auf die Sachbearbeiterin verlagert.
- Die Mitarbeit im Vorstand von ECPAT Deutschland wurde beendet.
- Die Zusammenarbeit mit FTTSA wird seit der Anerkennung des Fair Trade Standards reduziert.
- Die Involvierung in TourCert wurde reduziert, seit das Konzept der Zertifizierung steht.
- Reiseanträge an das Referat Bildung und Förderung werden nicht mehr einzeln von Tourism Watch kommentiert. Die Zusammenarbeit wurde reduziert.
- Bei mehreren Publikationen lag die Federführung bei Partnern.