

Kurzreferat zum Thema „Nachhaltiger Tourismus aus deutscher Sicht“

Wenn wir über den Tourismus sprechen, dann fallen mir spontan Begriffe wie „Wachstumsbranche“, „Arbeitsplätze“ ebenso ein wie „Schlüsselbranche für eine nachhaltige Entwicklung“. Die Branche bestreitet nicht, dass eine intakte Natur und Landschaft die Grundlage ihrer Geschäftstätigkeit darstellt. Wohl aber werden die mit dem Tourismus verbundenen Umweltauswirkungen überwiegend klein geredet, oft sogar negiert. Gerne erfolgt auch der Hinweis auf die im Vergleich zu Unternehmen des produzierenden Gewerbes deutlich geringeren Umweltbelastungen durch den Tourismus.

Das Öko-Institut hat im Auftrag des Bundesumweltministeriums im vergangenen Jahr die Umweltauswirkungen des Tourismus untersucht. Einige aufschlussreiche Ergebnisse möchte ich kurz ansprechen:

- Die vom Inlandstourismus sowie 70 Prozent der Auslandsreisen der Deutschen verursachten Treibhausgasemissionen beliefen sich 1999 auf 74,6 Millionen Tonnen. Zum Vergleich: Die Chemische Industrie Deutschlands emittierte im gleichen Jahr 38,6 Millionen Tonnen Treibhausgase. Rund 80 Prozent der durch den Tourismus verursachten Emissionen entfallen auf Auslandsreisen und davon wiederum rund 40 Prozent auf das kleine Segment der Flugfernerreisen.

Beim Klimawandel ist der Tourismus Verursacher und Betroffener zugleich. Die Erwärmung der Erdatmosphäre führt u.a. dazu, dass die Wahrscheinlichkeit von Stürmen und Überschwemmungen sowie die Gefahr der Verschiebung von Vegetationszonen steigt. Für den Nord- und Ostseeraum wird in der Zukunft mit einer Zunahme von Sturmfluten sowie dem Verlust des Watts und der Boddenlandschaften gerechnet. Damit wären zwei weltweit einzigartige Biotope, die wegen dieser Einzigartigkeit als Nationalparke ausgewiesen sind, vom Untergang bedroht. Dies trifft möglicherweise auch auf die sogenannten kleinen Inselstaaten zu, wenn der Meeresspiegel aufgrund der Erderwärmung weiter steigen sollte.

- Der Verlust der biologischen Vielfalt lässt sich an den „Roten Listen“ ablesen. Wir können aber nur selten exakt bilanzieren, wer für welchen Artenschwund z.B. verantwortlich ist. Einzelne Beispiele dokumentieren aber nicht nur den Zusammenhang zwischen dem Tourismus und dem Verlust der Biodiversität, sondern auch die damit verbundenen dramatischen Veränderungen.
Die European Union for Coastal Conservation (EUCC) hat 1992 Statistiken zu Veränderung und Verlust der Dünenlandschaften Europas veröffentlicht. Danach gingen zwischen 1900 und 1990 15 bis 20 Prozent der Dünen an der deutschen Nord- und Ostseeküste verloren. Im Mittelmeerraum waren es sogar zwischen 40 und 80 Prozent durch den Bau touristischer Anlagen und damit verbundener Nutzungen.
- Die Umweltauswirkungen in den Bereichen Abfallwirtschaft, Wasserverbrauch und Lärm stellen verglichen mit der Klimaproblematik und dem Verlust der Biodiversität allenfalls lokal und saisonal eine spürbare Belastung dar. Hier machen sich das hohe Umweltschutzniveau in Deutschland und die hohe Regelungsdichte gerade im sogenannten technischen Umweltschutz bemerkbar.

Fazit: Aus deutscher Sicht sollten Maßnahmen der Bundesregierung vor allem den Klimaschutz und den Schutz der biologischen Vielfalt adressieren.

Das ist gerade mit Blick auf die Klimaproblematik nicht leicht. Nach der von der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. für die Jahre 2000 bis 2010 durchgeführten Trendanalyse wird erwartet, dass die Zahl der Urlaubsreisen mit mehr als 3 Übernachtungen in Deutschland um rund 27 Prozent wachsen wird. Für den Inlandstourismus wird ein unterdurchschnittliches Wachstum von 10,5 Prozent angenommen, während Urlaubsreisen in den Mittelmeerraum voraussichtlich um 32 Prozent und Fernreisen sogar um 86 Prozent zunehmen werden.

Sollten die beschriebenen Trends tatsächlich eintreten, dann bedeutet dies, dass sich der durch den Tourismus verursachte Treibhauseffekt angesichts des prognostizierten enormen Wachstums vor allem bei den Fernreisen nochmals dramatisch verschärfen wird. Auch die Belastungen der Küsten im Mittelmeerraum werden deutlich zunehmen.

Aus umweltpolitischer Sicht haben wir deshalb ein Interesse daran, den Inlandstourismus zu stärken. Diese Stärkung darf zugleich nicht zu Lasten der Umwelt und der Natur gehen, das heißt, wir müssen die touristische Entwicklung nachhaltig gestalten. Die von der Bundesregierung geförderten Projekte verfolgen deshalb die genannten Zielsetzungen. Hierzu gehören die insbesondere durch das Bundeswirtschaftsministerium unterstützten Maßnahmen in den Bereichen Fahrrad- und Wandertourismus, die Förderung des Urlaubs auf dem Bauernhof, die Entwicklung touristischer Angebote in deutschen Nationalparks und die Kampagne „Lust auf Natur“ der Deutschen Zentrale für Tourismus, die auch als Beitrag zum Internationalen Jahr des Ökotourismus zu verstehen ist.

Näher eingehen möchte ich auf zwei Projekte des Bundesumweltministeriums, die von zentraler Bedeutung für die Ziele Stärkung und nachhaltige Gestaltung des Inlandstourismus sind: die Umweltdachmarke Viabono und die Europäische Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten.

Seit Anfang der 90er Jahre wird eine einheitliche Umweltkennzeichnung für touristische Produkte in Deutschland gefordert und darüber diskutiert. Hieran wurde und wird die Erwartung geknüpft, dass ein solches Label geeignet ist, das umweltorientierte Reisen aus seinem Nischendasein heraus zu holen. Gescheitert ist das Vorhaben 10 Jahre lang daran, dass sich die interessierten Kreise nicht auf die hierfür notwendigen Kriterien einigen konnten. Gleichzeitig haben wir feststellen müssen, dass das Thema Umwelt und Reisen zunehmend an Bedeutung verlor. So nahmen z.B. die Teilnehmerzahlen am Umweltwettbewerb des Deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes kontinuierlich ab. Bei den Reiseveranstaltern hat sogar die Abwehrhaltung zugenommen.

Woran liegt das? Sicherlich einerseits daran, dass der Gedanke an den shareholder value zunehmend alle anderen Fragen dominiert. Andererseits müssen wir aber auch zur Kenntnis nehmen, dass die Verbraucher auf das Thema Umwelt im Zusammenhang mit Reisen nur eingeschränkt ansprechbar sind. Die Ergebnisse einer im Auftrag des Bundesumweltministeriums durchgeführten empirischen Untersuchung hierzu lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Umwelt hat im Zusammenhang mit Urlaubsreisen derzeit so gut wie keine Aktualität.
- Eine gesunde Umwelt und intakte Natur wird im Urlaub als selbstverständlich unterstellt.
- Erst bei Störungen nimmt der Urlauber das Thema Umweltschutz wahr.
- Das Thema Umweltschutz wird mit der Furcht vor Zwängen und Einschränkungen im Urlaub verbunden.
- Verantwortlich für den Umweltschutz sind andere, etwa der Reiseveranstalter oder die Menschen vor Ort.

Die wichtigste Erkenntnis der Studie lautet: Umweltorientiertes Reisen wird mit Verzicht auf Urlaubsfreude, Erlebnis und Genuss gleichgesetzt.

Diese Ausgangslage hat das Bundesumweltministerium veranlasst, gemeinsam mit dem Umweltbundesamt den Tourismus- und Umweltverbänden ein neues Konzept vorzuschlagen: Die Schaffung einer Dachmarke für alle touristischen Segmente anstelle eines Gütesiegels.

Wir sind davon überzeugt, dass eine Marke im Gegensatz zu einem klassischen Gütesiegel geeignet ist, breitere Verbraucherschichten für umweltverträgliches Reisen zu gewinnen. Der Markenname Viabono signalisiert, wenn Sie dieses Hotel, diese Tourismuskommune oder diesen Naturpark als Reiseziel auswählen, dann sind Sie auf einem guten, richtigen Weg, und zwar nicht nur für Umwelt und Natur, sondern auch für den Reisenden selbst ist diese Wahl mit einem individuellen Zusatznutzen verbunden.

Im Vordergrund der Kommunikation stehen nicht technische Kriterien, sondern die Wünsche und Bedürfnisse, die mit einem schönen Urlaub verbunden sind. Dahinter steht die Überlegung, dass z.B. bei der Wahl eines Hotels nicht die Frage, ob dieses über eine Wärmerückgewinnungsanlage verfügt, entscheidend ist. Viel mehr wird den Gast interessieren, ob er hier z.B. eine gute regionale Küche zu erwarten hat.

Von diesem Konzept konnten wir Umwelt-, Tourismus-, Verbraucher- und Kommunalverbände überzeugen. Man hat sich dann überraschend schnell auf gemeinsame Kriterien und den Markennamen Viabono geeinigt. Die Kriterien stehen nicht im Vordergrund der Markenkommunikation. Weil die Marke aber ein Qualitätsversprechen darstellt, das der Verbraucher jederzeit hinterfragen können muss, wenn er dies will, sind die Kriterien auch für den Verbraucher zugänglich.

Wo stehen wir nun? Für das operative Geschäft, d.h. die Gewinnung von Lizenznehmern, das Marketing, die Qualitätskontrolle etc. wurde eine GmbH gegründet. Im März dieses Jahres haben 10 der beteiligten 18 Verbände darüber hinaus den Trägerverein gegründet, der quasi die Aufsichtsfunktion über die GmbH hat. Diese Trägerstruktur macht deutlich, dass die Bundesregierung hierin keine staatliche Aufgabe sieht, sich vielmehr in der Entstehungsphase auf die Moderation und finanzielle Begleitung des Prozesses beschränkt. Die Kriterienkataloge für die Segmente Beherbergung/Gastronomie, Kommunen, Camping, Ferienwohnungen und Privatzimmer sowie Großschutzgebiete sind fertig gestellt. Die ersten 90 Viabono-Lizenznehmer in diesen Bereichen wurden gewonnen. Mit weiteren 50 potentiellen Partnern ist die Viabono GmbH zur Zeit im Gespräch.

Anders als bei der Umweltdachmarke Viabono, bei der an Hand festgelegter Kriterien das Erreichen von Mindeststandards für das Umweltengagement der touristischen Leistungsträger verlangt wird, ist die Beteiligung an der Europäischen Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten prozessorientiert angelegt. Das Bundesumweltministerium hat zunächst die Beteiligung von 3 deutschen Naturparks an der Charta vor dem Hintergrund gefördert, dass die umweltpolitisch erwünschte Stärkung des Inlandstourismus den Nutzungsdruck gerade auch auf die Großschutzgebiete erhöhen wird.

Mit der Europäischen Charta als neu entwickeltem Label für europäische Natur- und Nationalparke werden Parke, die sich für einen nachhaltigen Tourismus engagieren, ausgezeichnet. Der Idee der Nachhaltigkeit entsprechend liegt der Schwerpunkt der Charta nicht allein auf dem Schutz der Umwelt. Angestrebt wird eine Balance zwischen ökologischen, sozialen und ökonomischen Aspekten.

Die Hauptziele der Charta sind:

- das natürliche und kulturelle Erbe zu schützen und zu entwickeln,
- die positiven ökonomischen und sozialen Auswirkungen des Tourismus zu fördern,
- die Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung zu erhalten und zu verbessern,
- marktgerechte touristische Angebote zu entwickeln.

Der Beitritt zur Charta verlangt eine Stärken- und Schwächenanalyse, die Formulierung von Entwicklungszielen und die Erarbeitung eines Fünf-Jahres-Maßnahmenplans. Diese Aufgaben müssen in enger Kooperation mit allen relevanten und interessierten Akteuren aus der Region gemeinsam bearbeitet werden.

Die sogenannten Foren für nachhaltigen Tourismus stehen im Mittelpunkt der Arbeit. Sie werden regelmäßig von 20 bis 30 Personen besucht. Pro Park sind insgesamt jeweils 40 bis 60 Verantwortliche in den Prozess eingebunden. Dazu gehören u.a. neben den Vertretern des Naturparks die lokalen Tourismusorganisationen, die Verantwortlichen für den ÖPNV, die Landwirtschaft, die zum Park gehörenden Kommunen und Landkreise sowie Naturschutz- und Sportverbände.

Einige Beispiele aus den Naturparks Frankenwald und Steinhuder Meer illustrieren die bereits erzielten Fortschritte:

- In beiden Parks wurden die Kernaussagen der gemeinsamen Arbeit in den Foren als Tourismusleitbilder veröffentlicht. Die Leitbilder dienen vor allem dazu, die Philosophie des nachhaltigen Tourismus in der Region breit zu verankern.
- In beiden Parks wurden spezielle Freizeitbuslinien eingerichtet, deren Streckenführung und Fahrtzeiten sich vorrangig an Freizeit- und Erholungsbedürfnissen orientieren (z.B. der Radl- und Skaterbus im NP Frankenwald).
- Der Rundwanderweg um das Steinhuder Meer ermöglicht den Besuchern spannende Einblicke in die Natur, ohne dass bedrohte Vogelarten in ihren Lebensräumen gestört werden.
- Die Tourist-Information Frankenwald hat eine Marketing-Kooperation mit Qualitätsunternehmen aus der Region aufgebaut, die in ihren eigenen Werbematerialien und Aussendungen auf den Frankenwald hinweisen.
- Unter dem Namen "Unsere Frankenwald-Küche – natürlich regional" wird im Naturpark Frankenwald mit eigenen Foldern und Speisekarten-Einlagen für Gerichte geworben, die überwiegend aus regionalen Produkten bestehen.
- Das neue Naturpark-Informations-Zentrum in Steinhude wurde in restaurierten Scheunen untergebracht und trägt zur Wiederbelebung des alten Scheunenviertels von Steinhude bei.
- Die neuen Mountainbike-Strecken im Frankenwald wurden von Beginn an in enger Kooperation von Tourismus, Sport, Naturschutz und Forst entwickelt.

Zu den Hauptergebnissen des deutschen Charta-Modellprojektes zählen:

- Die Charta ist ein geeignetes Motivationsinstrument.
- Die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren in der jeweiligen Region wurde stark verbessert, die Foren sind quasi institutionalisiert.
- Die Tourismusleitbilder finden breite Unterstützung.
- Die (politische) Rolle der Naturparke in der jeweiligen Region ist gestärkt worden.

Es ist beabsichtigt, das Projekt in diesem Jahr auch in Biosphärenreservaten und Nationalparks zu erproben. Wir wollen diese zweite Phase des Chartaprozesses in Deutschland auch dazu nutzen, die Anwendung des im Rahmen des Biodiversitäts-Übereinkommens entwickelten Richtlinienentwurfs für nachhaltigen Tourismus in ökologisch sensiblen Gebieten zu demonstrieren. Dieser Richtlinienentwurf, der auf dem Weg ist von CSD und CBD angenommen zu werden, eröffnet die Chance, das im Rahmen der Charta erreichte, auf ein international einheitliches Niveau zu bringen. Das von den Vereinten Nationen ausgerufene Internationale Jahr des Ökotourismus stellt bei diesen Bemühungen eine wichtige Unterstützung dar.

Aus deutscher Sicht stellen der Klimaschutz und der Schutz der Biologischen Vielfalt auch im Tourismus die größten Herausforderungen dar. Die mittelfristige touristische Entwicklung, der Trend zur Zweit- und Drittreise sowie das erwartete Wachstum der Flugreisen, wird den Beitrag des Tourismus zu den Treibhausgasemissionen weiter anwachsen lassen. Ziel der Bundesregierung ist es deshalb, die Tourismusbranche in die flexiblen Mechanismen nach dem Kyoto-Protokoll einzubeziehen. Erste Gespräche mit der Branche hierzu wurden bereits geführt. Ebenso wichtig ist es aus Sicht der Bundesregierung, dass das touristische Inlandsangebot eine attraktive Alternative für die Reisenden darstellt. Projekte zur Stärkung des Deutschlandtourismus werden vor diesem Hintergrund weiter Priorität besitzen. Mit Blick auf den Erhalt der biologischen Vielfalt in Deutschland wird der Entwicklung natur- und landschaftsverträglicher Angebote auch zukünftig das besondere Augenmerk gelten.