

Mehr wissen – mehr Handeln

Bausteine für eine umweltverträgliche Tourismusedwicklung

Herbert Hamel

1. Tourismus im Netz der Weltprobleme

Nach uns die Sintflut?

Trotz vieler Bemühungen ist es bisher nicht gelungen, sogenannte „Weltprobleme“ entscheidend zu verringern oder gar zu lösen. Noch immer beherrschen Meldungen über Krieg, Überbevölkerung und Hunger, Armut und Krankheiten, Diktatur und Folter, Natur- und Umweltkatastrophen, Artenrückgang und -aussterben, wachsenden Ressourcenverbrauch und Belastungen unserer natürlichen Lebensgrundlagen die Schlagzeilen.

Seit Beginn der Industrialisierung vor rund 200 Jahren und vor allem in den vergangenen Jahrzehnten haben die Umweltprobleme weltweit in immer schnellerem Tempo zugenommen. Heute wird bereits von einer „friedlichen Zerstörung“ des „Raumschiffs Erde“ gesprochen - als Erbe für spätere Generationen.

Andererseits ist es den westlichen Industrieländern materiell noch nie besser gegangen wie heute. Demokratie und freie Marktwirtschaft haben sich als erfolgreichste Gesellschafts- und Wirtschaftsformen erwiesen. Aber sie stehen noch vor der größten Bewährungsprobe, wenn es darum geht, gegenwärtige und (kommende) Probleme aus der Welt zu schaffen, zu verringern oder zumindest in den Griff zu bekommen und damit die Weichen für eine dauerhafte Entwicklung „in Einklang mit Mensch und Natur“ zu stellen. Nur noch wenige Jahre bleiben nach Aussagen der Wissenschaft für eine wirkungsvolle Ökologisierung unserer Wirtschaft und unserer Lebensgewohnheiten.

Die Umwelt setzt Grenzen

Die zunehmenden Umweltprobleme zeigen, weltweit verstärkt, die Rahmenbedingungen für alles menschliche Handeln, auch für den Tourismus. Immer mehr werden wir uns der vernetzten Zusammenhänge bewußt und immer mehr sehen wir, daß globale Lösungen nicht durch einseitige, schnelle Maßnahmen, sondern nur durch möglichst viele Schritte im Detail erreicht werden können.

Das Produkt Tourismus besteht aus einer ganzen Reihe von Komponenten wie Wohnen, Essen und Trinken, Service, Infrastruktur, Ortscharakter, Landschaft und Verkehr (Neues Denken im Tourismus, ADAC, München, 1989), die direkt

oder indirekt auf Natur und Umwelt einwirken, positiv wie negativ.

Jede Maßnahme im Tourismus kann ein weiterer Beitrag zur Verschärfung oder Verminderung der Umweltprobleme sein.

Tourismus – Wachstum ohne Grenzen?

Durch die Öffnung der Grenzen zwischen Ost- und Westeuropa, durch die Einführung des Europäischen Binnenmarktes 1993, durch immer mehr frei verfügbares Einkommen für mehr Freizeit und Erholung und durch das stark anwachsende Bedürfnis nach Naturerleben wird der Tourismus in den kommenden Jahren aller Voraussicht nach weiter wachsen – und mit ihm möglicherweise auch die Belastung für Natur und Umwelt zu und in den Urlaubsregionen.

Gleichzeitig werden von den Urlaubsgästen in den Zielgebieten immer mehr Umweltprobleme bemerkt und als störend empfunden. Wie die Umweltbelastungen immer mehr in das Blickfeld der Urlauber rücken, zeigen die Ergebnisse aus den Reiseanalysen 1985 und 1989 des Starnberger STUDIENKREISES FÜR TOURISMUS. Während 1985 knapp 30% der Reisenden in ihren Urlaubsgebieten auf Umweltprobleme stießen (z.B. abgestorbene Bäume, Müll, Verkehrslärm, Verbauung der Landschaft), waren es 1989 fast 60%. Bis zu einem gewissen Umfang werden solche Belastungen auch hingenommen, wenn sich auch die meisten dadurch schon mehr oder weniger gestört fühlen.

Gerade die deutsche Bevölkerung (alte Bundesländer) mit ihrer hohen Reiseerfahrung ist bezüglich Umwelt besonders sensibel: Bei zu starken Belastungen sind über 80% dafür, sich ein anderes Reiseziel zu wählen, in dem Natur und Umwelt noch intakt sind.

Umweltprobleme – Herausforderung für alle

Der internationale Tourismus ist nicht nur Opfer von Umweltbelastungen, er ist auch Täter. Dies ist den Reiseerfahrenen auch bewußt. Sie geben die Schuld an den Problemen allen am Tourismus Beteiligten: den Urlaubsgebieten, den Reiseunternehmen und den Touristen selbst.

Nach Verantwortlichkeiten für die Vermeidung oder Beseitigung von Problemen gefragt, meint über die Hälfte:

„Die Urlaubsgebiete kümmern sich zu wenig um den Schutz ihrer Natur, um die Erhaltung einer gesunden Umwelt“

Zwei Drittel meinen:

„Die Reiseveranstalter und Reisebüros kümmern sich zu wenig um die Probleme, die der Tourismus verursacht“

Drei Viertel der Reisenden vertreten sogar die Ansicht:

„Die Touristen kümmern sich zu wenig um die Probleme, die sie auf ihrer Urlaubsreise mitverursachen“

Die gestiegene Wahrnehmung von Umweltproblemen (und auch von sozialen und kulturellen Problemen) und die Überlegungen zu Lösungsmöglichkeiten haben bei Verantwortlichen in den Zielgebieten, bei Reiseunternehmen und bei den Touristen selbst in den vergangenen Jahren zu einer sensibleren Einstellung gegenüber dem eigenen Reiseverhalten geführt – nicht zuletzt im Rahmen der Diskussion um einen „Sanften Tourismus“

Annäherungen zwischen Tourismus und Umwelt

Seit Beginn der 80er Jahre werden von immer mehr Organisationen Inhalte und Kriterien für verschiedene Aspekte eines umwelt- und sozialverträglichen Fremdenverkehrs diskutiert. Unter dem Begriff „Sanfter Tourismus“ wurde daraus ein Idealbild entwickelt, mit dessen Hilfe die ökologischen, sozialen, kulturellen und nicht zuletzt wirtschaftlichen Probleme im und durch den Fremdenverkehr abgebaut werden sollten. Die internationale Arbeitsgemeinschaft TOURISMUS MIT EINSICHT hat dazu mit ihren „Einsichten“ konstruktive Vorschläge gemacht, z.B. für die Verantwortlichen in den Tourismusgebieten, die „gleichermaßen eine wirtschaftlich ergiebige, sozialverantwortliche und umweltverträgliche Tourismusedwicklung“ anstreben sollen.

Unüberbrückbare Gegensätze zwischen dem Wirtschaftszweig Tourismus und Natur- und Umweltschutzorganisationen, wie sie in den vergangenen Jahren ab und zu deutlich wurden, scheinen mittlerweile einer kritischen und konstruktiven Zusammenarbeit zu weichen. *Das gegenseitige Verständnis ist gestiegen, nicht zuletzt, weil sich Umweltschützer mehr um Tourismus kümmern und Verantwortliche im Tourismus mehr um Umweltschutz.*

Das Nachfragepotential für einen umweltverträglichen und sozialverantwortlichen Tourismus

- Welche Einstellungen und Meinungen gehören zu einer „sanften“ Nachfrage?
- Gibt es bereits heute ein nennenswertes Nachfragepotential für besonders umweltverträgliche Angebote?
- Welche Erwartungen stellen diese Gäste an das touristische Angebot?

Aus den zahlreichen Veröffentlichungen, vor allem von Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft „Tourismus mit Einsicht“, lassen sich eine Reihe von übereinstimmenden Kriterien filtern, die sich auf wesentliche Aspekte der geforderten Umwelt- und Sozialverträglichkeit und -verantwortlich-

keit beziehen. Der Begriff „Sanfter Tourismus“ wird dabei meist synonym verwendet.

Zu einer „umwelt- und sozialverantwortlichen“ Einstellung können vor allem folgende Aspekte gezählt werden:

- Bereitschaft zum eventuellen Komfortverzicht
- Bereitschaft zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel
- Bereitschaft zu mehr Muße
- Bereitschaft zur Rücksichtnahme auf den Alltag der Einheimischen
- Bereitschaft zum aktiven Natur- und Umweltschutz
- Problembewußtsein

Als Hauptzielgruppe für besonders umweltverträgliche und sozialverantwortliche, „sanfte“ Urlaubsangebote können in besonderem Maße diejenigen bezeichnet werden, die zu all diesen Aspekten eine entsprechende Einstellung haben. Dieses sogenannte „sanfte“ Nachfragepotential betrug 1988 in der bundesdeutschen Bevölkerung bereits 20%, egal ob sie nun im Vorjahr eine Urlaubsreise gemacht haben oder zuhause geblieben sind. Aufgrund der weiter gestiegenen Umweltsensibilität und der weiter andauernden Diskussion in der Öffentlichkeit kann wohl heute ein eher noch höheres Potential für „sanfte“ Angebote vermutet werden.

Besondere Merkmale: Die idealen Verbündeten

Aufgrund ihrer hohen Reiseerfahrung, ihres hohen Bildungsniveaus, ihres überdurchschnittlichen Einkommens, aber auch ihrer kritischen Einstellung gegenüber Umweltfragen sind die sensiblen Bundesbürger die besten Bündnispartner für eine dauerhafte und umweltverträgliche Tourismusedwicklung.

Als sogenannte Opinion Leaders werden sie besonders häufig nach ihren Urlaubserfahrungen gefragt und werden engagierte Urlaubsregionen und Reiseunternehmen gerne weiterempfehlen – wenn das Angebot stimmt.

Bei ihrem Urlaub in den verschiedenen europäischen Ländern finden Gäste mit „sanfter“ Einstellung nur zum Teil das vor, was sie suchen. Für jeden zweiten bis vierten Urlauber kann das Angebot in vielen Bereichen verbessert werden, von den Informationen zur Reisevorbereitung über die Verkehrsmittel bis hin zur Verbesserung der Umweltsituation und einem noch stärkeren Engagement der Einheimischen für die Erhaltung ihrer eigenen Natur und Umwelt.

Die Angebote für einen relativ „sanften“ Urlaub sind den Reisenden mit „sanfter“ Einstellung bereits bei der Reiseplanung z.T. sehr wichtig. Sie wünschen sich:

- Gute Informationen über den Alltag im Urlaubsgebiet
- Möglichst wenig Umweltverschmutzung im Urlaubsgebiet
- Gute öffentliche Verkehrsmittel zum und im Urlaubsgebiet

- Nette Unterkunft mit familiärer Atmosphäre
- Einheimische Spezialitäten und landestypische Produkte
- Starkes Engagement der Einheimischen zur Erhaltung ihrer Natur und Umwelt

Praktische Ansätze zeigen neue Wege

Ein erster Überblick über beispielhafte Ansätze für einen umweltschonenden Tourismus und Maßnahmenkataloge für Anbieter wurde vom STUDIENKREIS FÜR TOURISMUS zusammengestellt und vom ADAC herausgegeben (Mehr Wissen – Mehr Handeln, Bausteine für eine umweltfreundliche Tourismusentwicklung. Eine Planungs- und Orientierungshilfe für Anbieter im Tourismus. ADAC (Hrsg.), München, 1991).

Was können touristische Anbieter tun?

Wie können sie auf die steigende Umweltsensibilität reagieren und sich dadurch eine gute Marktposition sichern?

Unterkunftsbetriebe als „Keimzellen“

Die Unterkunft ist für den Urlaubsgast die zentrale touristische Einrichtung. Geboten werden eine ganze Palette von Möglichkeiten – vom Campingplatz über den Gasthof oder das Hotel bis hin zu Ferienwohnungen oder Urlaub auf dem Bauernhof. Mit rund einem Drittel finden die meisten Übernachtungen in Hotels und Gasthöfen statt. Über 50% der Gäste meinen, die Urlaubsgebiete würden sich zu wenig im Umwelt- und Naturschutz engagieren. Diese Gäste legen Wert auf besonders umweltgerechte Unterkünfte. Gute Initiativen und Beispiele dazu gibt es bereits – Ob Neubauten (Ucliva) oder ältere Gebäude (Alpengasthof Krone, Ospicio Acquacalda), ob gemeinsame Initiativen mehrerer Betriebe (Füllhornvereinigung). Initiativen in bekannten Urlaubsorten (Kleinwalsertal) oder bei einer Hotelkette (Silence-Hotels) – Umweltschutz wird praktiziert.

Gemeinden und Regionen als „Verstärker“

Der wichtigste Schritt bei der Planung einer Urlaubsreise ist die Entscheidung für ein bestimmtes Reiseziel, für eine Region oder Gemeinde. Umweltsituation und Umweltengagement des Urlaubsziels entscheiden dabei immer mehr mit. Somit investieren Urlaubsregionen und -gemeinden mit jeder Ausgabe für entsprechende Natur- und Umweltschutzmaßnahmen in eine gute Zukunft.

Die Erstellung umweltgerechter Angebote in Fremdenverkehrsarten etwa im Zusammenwirken mit der bäuerlichen Landwirtschaft (Hindelang, Stalleralpe, Freudensstadt), die Erhaltung historischer und attraktiver Innenstädte durch intelligentes Verkehrsmanagement (z.B. Stockholm, Zürich, Bologna, Florenz), die Schaffung und umweltgerechte Nutzung von Natur- und Nationalparks auch für einen sensiblen Tourismus (Nationalpark Bayerischer Wald, Nationalpark Plitvice, Naturpark Altmühltal, Naturpark

Hohes Venn, „Geschützte Landschaften in Großbritannien“), gemeinsame Angebote eines Fremdenverkehrsverbandes zusammen mit Natur- und Umweltschutzorganisationen (Schleswig-Holstein, Ostfriesische Inseln und die schrittweise Verwirklichung eines umweltorientierten Marketingkonzeptes (Salzburger Land), die Werbung mehrerer Urlaubsorte mit gemeinsamer Autofreiheit (G.A.S.T.), die Umsetzung eines naturnahen und umweltschonenden Tourismus auf dem Lande

Reiseveranstalter als „Vermittler“

Nahezu 40% der deutschen Urlauber (alte Bundesländer) lassen ihre Reise von einem Reiseveranstalter organisieren. Zwei Drittel aller Urlauber sind der Auffassung, die Reiseveranstalter und Reisebüros kümmern sich zu wenig um die Umwelt-/Probleme, die durch Tourismus mitverursacht werden. Bewußtseinsbildung, Umweltsensibilität und steigende Kritik schaffen ein Umfeld, in dem Unternehmen Möglichkeiten zur Entwicklung eigener, umweltorientierter Aktivitäten haben und sich damit ein eigenes Profil schaffen können. Dazu gehören etwa der Zusammenschluß kleiner Stadtreiseveranstalter (Arbeitskreis Neue Städtetouren), regionale Kooperationsinitiativen (Projekt „Sanfter Tourismus Saarland“), kleine Spezialreiseveranstalter (Vamos-Reisen, Max-Reisen, Dr.Koch Fachexkursionen), größere Veranstalter mit breiter Palette (SSR-Reisen), umweltorientierte Unternehmen, die eng mit Natur- und Umweltschutzorganisationen kooperieren (DUMA-Reisen) und sich einem besonders umweltgerechten Tourismus verpflichtet fühlen.

2. Konsequenzen

Die europäischen Schutzgebiete spielen eine wichtige Vorreiterrolle bei der Entwicklung von natur- und umweltverträglichen Tourismusformen. Gleichzeitig wird aller Voraussicht nach der Druck auf naturnahe Erholungsgebiete, die die Natur- und Nationalparke zweifellos darstellen, weiter zunehmen. So ist das Reismotiv „Natur erleben“ beispielsweise bei den deutschen Urlaubern seit 1985 von 40% auf rund 60% gestiegen. Bei steigendem Umweltbewußtsein nimmt gleichzeitig das Informationsbedürfnis nach schonenden Freizeitmöglichkeiten zu – bei Anbietern wie bei Nachfragern. Um diesem Bedürfnis gerecht zu werden, und die damit verbundenen Möglichkeiten zu nutzen, entwickelt der STUDIENKREIS FÜR TOURISMUS zusammen mit Partnerorganisationen ein internationales Informations- und Dokumentationssystem ECOTRANS. Als Modellversuch wird seit 1991 zusammen mit der FÖNAD das Projekt ECOTRANS und PARKE in Deutschland durchgeführt.

3. Perspektiven

Nach erfolgreichem Start des Projektes ECOTRANS und PARKE in den Testregionen wird das Informationsnetz auf die weiteren Schutzgebiete

in Deutschland ausgedehnt. Gleichzeitig werden die Möglichkeiten für eine internationale Ausweitung frühzeitig geprüft. Es ist geplant, die systematisch erhobenen Daten den Schutzgebietsverwaltungen zur schnellen und aktuellen Orientierung und Entscheidungsfindung zur Verfügung zu stellen. Den Partnern und Interessenten aus der Tourismusbranche, den Verbraucherorganisationen, Vereinen und Verbänden können die zur Verfügung gestellten Daten für ihre aktuelle Angebotsplanung, Mitglieder- und Kundeninformation nutzen.

Damit werden

- die Interessen der Schutzgebiete nach wirkungsvollen Maßnahmen zur Erhaltung einer vielfältigen und gesunden Natur und Umwelt,
- das Bedürfnis der Gäste nach Naturerleben,
- die Interessen der Verbraucherorganisationen, Vereine und Verbände nach aktueller und wirkungsvoller Information der Mitglieder und Kunden, und

die Interessen der Fremdenverkehrsorganisationen und Reiseunternehmen nach wirtschaftlich ergiebigen und langfristig natur- und umweltschonenden Angeboten maßgeblich unterstützt.

4.Literaturhinweise:

ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobilclub) (Hrsg.) (1991):

Mehr Wissen – Mehr Handeln. Bausteine für eine umweltverträgliche Tourismusentwicklung. – München

TOURISMUS IN BAYERN – INITIATIVEN FÜR UMWELT UND NATURSCHUTZ (1991):

Unveröffentlichter Abschlußbericht einer Studie im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Verkehr und dem Bayerischen Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen – Starnberg, München, veröffentlicht unter dem Titel „SANFTER TOURISMUS IN BAYERN“, vom LFV Bayern, November 1991

Anschrift des Verfassers:

Herbert Hamele
Dampfschiffstr. 2
D-8130 Starnberg

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Laufener Spezialbeiträge und Laufener Seminarbeiträge \(LSB\)](#)

Jahr/Year: 1992

Band/Volume: [3_1992](#)

Autor(en)/Author(s): Hamele Herbert

Artikel/Article: [Mehr wissen - mehr Handeln, Bausteine für eine umweltverträgliche Tourismusedwicklung 16-19](#)