

Tourismus zwischen Ökonomie und Ökologie

von Dipl.-Geogr. Rolf Spittler

*Geschäftsführer der
Akademie für Umweltforschung und -bildung in Europa (AUbE) e.V.*

Einleitung

„Die fortschreitende Zunahme der Freizeitaktivitäten und des Tourismus, insbesondere des Ferntourismus, hat neben den erwünschten ökonomischen Vorteilen auch vermehrt Belastungen für die Umwelt zur Folge. Durch landschaftsbezogenen Tourismus und Freizeitsport werden oftmals empfindliche Lebensräume in Anspruch genommen. Flächenverbrauch, Zersiedelung, Beeinträchtigung der verschiedenen Umweltmedien sowie Verkehrsemissionen sind wesentliche Ursachen der Belastung. Symptomatisch für die von Freizeit- und Erholungsaktivitäten ausgehenden Umweltbeeinträchtigungen und –schädigungen ist, daß sie sich in einem langfristigen, schleichenden Prozeß entwickeln und deshalb nur schwer wahrnehmbar sind. Die Wachstumsprognosen der Freizeit- und Tourismusbranche lassen eine Verstärkung der Problematik erwarten.“ (Sachverständigenrat für Umweltfragen, 1998)

Die Bedeutung des Umweltschutzes im Tourismus hat in den letzten Jahren eher ab- als zugenommen. Zwar wird eine Erklärung nach der anderen zur nachhaltigen Tourismusentwicklung verabschiedet, die aktuelle Entwicklung geht aber genau in die entgegengesetzte Richtung. „Insgesamt zeigt sich, daß die Berücksichtigung von Umweltbelangen in Freizeit und Tourismus auf der Ebene wissenschaftlichen Erkenntnisfortschritts und teilweise auch in programatischer Hinsicht zwar Fortschritte gemacht hat, in der Praxis jedoch immer noch unbefriedigend erfolgt.“ (Sachverständigenrat für Umweltfragen, 1998)

In der Folge soll erläutert werden, warum eine stärkere Beachtung ökologischer Aspekte im Tourismus unerlässlich ist. Natur und Landschaft gelten als wichtigstes Kapital des Tourismus, insofern stellt ein umfassender Umweltschutz auch die ökonomische Grundlage des Fremdenverkehrs dar. Anhand zweier aktueller Untersuchungen soll der derzeitige Stand der Berücksichtigung des Umweltschutzes im Tourismus verdeutlicht werden. Die Ergebnisse einer Befragung von Reiseveranstaltern geben Aufschluß über ihr tatsächliches Umweltengagement. Da positive Umweltschutzmaßnahmen auch als Marketingargument genutzt werden sollen, spielen Gütesiegel, die bestimmte

Projekte oder einen Umweltstandard auszeichnen, im Tourismus eine bedeutende Rolle. Eine Untersuchung zu den vorhandenen Umweltauszeichnungen im Tourismus beschreibt und bewertet die Qualität der jeweiligen Gütesiegel.

Ökologische Auswirkungen des Tourismus

Der Urlaubsreisemarkt ist vom größten Rückgang geprägt, den die touristische Nachfrage in Deutschland jemals erfahren hat. Die Zeiten stetiger Wachstumsraten der letzten Jahre scheinen vorbei zu sein. Die Konkurrenz des Destinationen wird damit weiter zunehmen. Auf der Strecke bleiben könnte die Umwelt. Absehbar ist, daß die touristische Nachfrage auf dem hohen Niveau stagnieren wird. Es gibt aber auch Anzeichen, die eine weitere Steigerung vermuten lassen.

Auch wenn die Urlaubsbilanz der Deutschen ausgibt, dass Deutschland das beliebteste Reiseland ist, finden immerhin zwei Drittel aller Urlaubsreisen ins Ausland statt. Der Trend zu Urlaubsreisen in immer weiter entfernte Destinationen nimmt zu. Als Hauptreiseverkehrsmittel werden zu über 50% der PkW und zu ca. einem Drittel das Flugzeug genutzt. Über 80% der Urlaubsreisen werden demnach mit umwelt-unverträglichen Verkehrsmitteln gemacht Der Anteil der Flugreisen hat in den letzten Jahren aufgrund sinkender Preise schon zugenommen und wird in Zukunft noch weiter steigen. Gefragte Urlaubsdomizile liegen zunehmend im Fernreisebereich. Der Flugverkehr stellt das Hauptproblem im Tourismus dar. Seine Auswirkungen auf das weltweite Klima sind erheblich. Mit Zunahme des Flugverkehrs werden sich die Auswirkungen noch verschärfen. Die Auswirkungen des Flugverkehrs stellen das größte Problem im Tourismus dar und sind auch nicht durch ein noch so umwelt-orientiertes Gesamtkonzept kompensierbar.

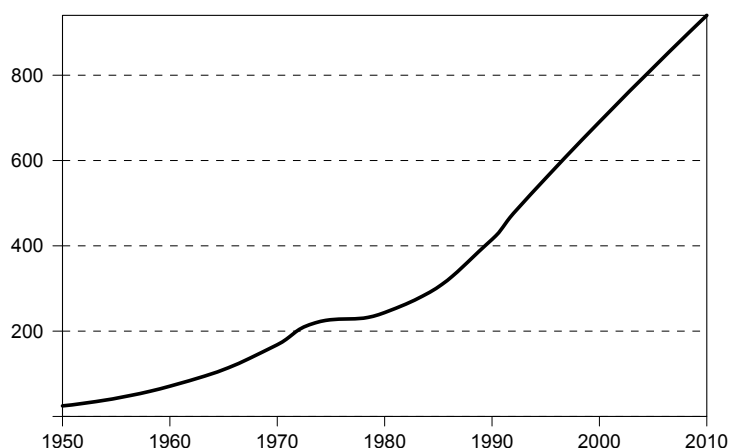


Abb. 1: Die Wachstumskurve des internationalen Tourismus (in Millionen Touristen-Ankünfte), Schätzungen der WTO

Auf alle ökologischen Probleme des Tourismus soll hier nicht weiter eingegangen werden. Seit 20 Jahren wird darüber diskutiert, daß Küstenlandschaften verbaut, in Trockenregionen übermäßig Wasser gebraucht, große Mengen Abwassers anfallen, Strände überfüllt sind und die kulturelle Identität der bereisten Regionen verloren geht. Die ökologischen Probleme, die die ökonomischen Vorteile des Tourismus fragwürdig werden lassen, sind hinlänglich bekannt. Jetzt weist auch der Sachverständigenrat für Umweltfragen auf die brisante Lage hin (s.o.) und fordert zum handeln auf. Die „Schere“ zwischen dem wachsenden gesellschaftlichen Bedarf auf der einen Seite und dem verringerten natürlichen Angebot auf der anderen Seite klafft immer weiter auseinander. Einer sinkenden Tragfähigkeit der Natur stehen steigende Anforderungen gegenüber. Durch die Entwicklung der vergangenen Jahre hat sich sowohl die Belastungssumme erhöht, als auch die zeitliche und räumliche Verteilung der touristischen Aktivitäten ausgeweitet. Der grundsätzliche Widerspruch besteht darin, daß eine ständig anwachsende Anzahl an Touristen ein begrenztes oder sogar rückläufiges Naturpotential nachfragt. Als zentrales Problem ergibt sich daher, daß es dem Tourismus heute nur unzureichend gelingt, sein Wachstum zu kontrollieren.

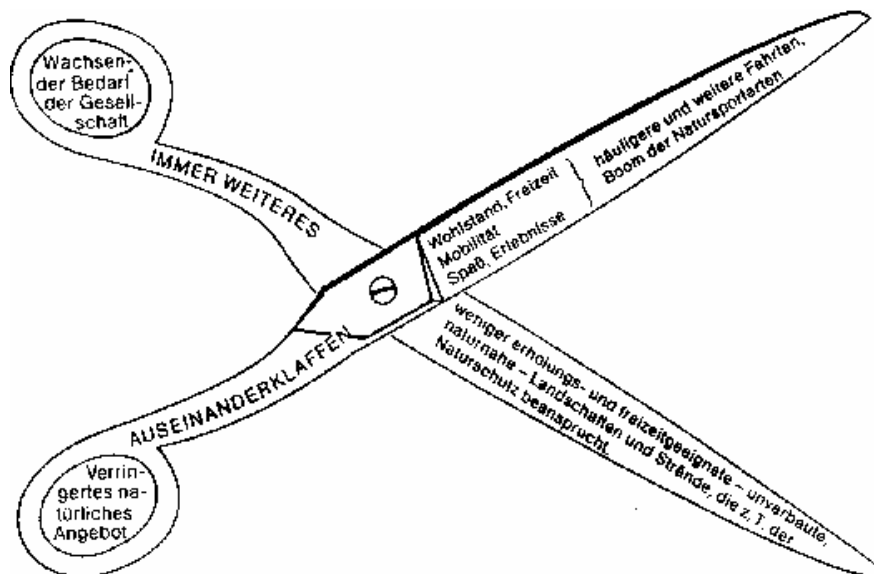


Abb. 2: Der „Schereneffekt“ verdeutlicht das Auseinanderklaffen von gesellschaftlichem Bedarf und Angebot an Naturräumen

In der zwanzigjährigen tourismuskritischen Diskussion ist ein deutlicher Wandel erkennbar. In den 70er Jahren wurden die negativen Auswirkungen des Tourismus erstmals gründlich analysiert und beschrieben. Die ersten Kritiker waren die Ökologen, die v.a. Landschaftsschäden und Naturzerstörung durch den Tourismus anmahnten. Dann folgten in der Tourismuskritik aber sehr stark die Wirtschaftswissenschaftler. Der Zusammenhang zwischen Ökonomie und Ökologie wurde im Tourismus sehr schnell erkannt. Von der beschreibenden Kritik ging die Aus-

einandersetzung in den 80er und 90er Jahren in eine Phase der Entwicklung konstruktiver Lösungsvorschläge über. Eine Vielzahl von Pilotprojekten wurde angestoßen, die eine umweltverträgliche Tourismusentwicklung voranbringen sollten. Heute liegt bereits eine Vielzahl an Erfahrungen mit diesen Pilotprojekten vor. Sie haben sicherlich auch punktuell oder in einzelnen Regionen zu einer deutlichen Veränderung der Tourismusstruktur geführt. Der große Tourismusmarkt ist hiervon und von der Umweltdiskussion allgemein bisher aber nicht betroffen worden. Heute ist es an der Zeit, Bilanz zu ziehen und zu hinterfragen, welche Erfolge vorzuweisen sind. Es darf in Frage gestellt werden, ob wir einem „Sanften Tourismus“ heute näher sind als vor 20 Jahren.

Neue Perspektiven für einen nachhaltigen Tourismus

Der „Sanfte Tourismus“, der nachhaltige Strukturen im gesamten Reisesektor anstrebt, will alle Umweltaspekte des Tourismus möglichst umfassend berücksichtigen, achtet auf die Sozialverträglichkeit und eine optimale Wertschöpfung. Ziel des „Sanften Tourismus“ ist auch die ökonomische Optimierung wirtschaftlich tragfähiger Strukturen. Die Inhalte dieses nachhaltigen Tourismus sind nicht neu, bekamen aber durch die Umweltkonferenz in Rio de Janeiro, bei der sich viele Staaten der Welt zu Entwicklung nachhaltiger Wirtschaftsstrukturen verpflichtet haben, neuen Auftrieb. Trotz wirtschaftlich schlechter Rahmenbedingungen - die dazu führen, daß die preisgünstigsten Angebote im Tourismus gefragter denn je sind, obwohl ein hohes Umweltbewußtsein vorhanden ist - muß es erklärtes Ziel sein, nachhaltige Wirtschaftsstrukturen auch im Tourismus zu entwickeln. Auf dem Weg zu allgemein nachhaltigen Wirtschaftsstrukturen könnte der Tourismussektor als Vorreiter fungieren. Denn die Natur ist das Hauptkapital des Tourismus. Der Tourismus ist in seiner wirtschaftlichen Existenz auf eine intakte Umwelt angewiesen. Insofern ist der Tourismus der Hauptnutznießer von nachhaltigen Strukturen.

Die Entwicklung nachhaltiger Strukturen im Tourismus bedeutet auch eine Förderung des Qualitätstourismus. Wie das Beispiel der Insel Mallorca zeigt (s. Abb. 3), ist es notwendig vorhandene Überkapazitäten abzubauen. Eine Beschränkung der Kapazität bringt eine ökologische Entlastung und erhöht den Erlebniswert der Region. Wichtig bei der Nachhaltigkeit ist, daß eine Ermittlung der Kapazitätsgrenze der jeweiligen Region erfolgt. Da diese Kapazitäts- oder Tragfähigkeitsgrenze in vielen gerade touristisch intensiv genutzten Regionen bereits überschritten wurde, ist in vielen Fällen eine Beschränkung der touristischen Nutzung unumgänglich.

Hotelangebot auf Balearen übersättigt / Regierung setzt auf Qualität

Ein Baustopp auf Mallorca

NW
26.01.98

Palma de Mallorca (dpa). Auf Mallorca und den übrigen Balearen-Inseln dürfen bis auf weiteres keine zusätzlichen Hotels entstehen. Nach Presseberichten forderte die Regionalregierung in Palma de Mallorca den Bau weiterer Herbergen zunächst bis Ende 1999 ein. Neubauten dürften nur noch entstehen, wenn im Gegenzug alte Unterkünfte mit der gleichen Bettenanzahl abgerissen oder komplett renoviert werden.

„Für eine weitere Zunahme sind die Kapazitäten erschöpft. Es darf nicht sein, daß die Urlauberszahl der vergangenen Hochsaison überschritten wird“, zitierte die Zeitung „El País“ den Chef der Regionalregierung, Jaime Matas. Nach Angaben des Blattes kamen 1997 neun Millionen Touristen auf die Inselgruppe, zu der neben Mallorca noch Menorca, Ibiza, Formentera und Cabrera gehören.

Bei 760.000 Einwohnern gibt es auf den Balearen 390.000 registrierte Hotelbetten. Die Zeitung „La Vanguardia“ bezifferte die Anzahl inklusive „wilder Unterkünfte“ sogar auf 600.000. Nach den Worten von Matas soll künftig fast ausschließlich die Qualität denn die Quantität zählen. Zwischen 1988 und 1997 sind auf den Balearen-Inseln 100.000 neue Hotelbetten hinzugekommen.

Abb. 3: Förderung des Qualitätstourismus auf Mallorca, aus: Neue Westfälische, 26.01.1998

Nachhaltige Tourismusstrukturen erfordern u.U. im Einzelfall spürbare Einschnitte, da sie nicht durch symbolische Marketingeffekte erreicht werden können. Das auf den Boden geworfene Handtuch im Hotel als Zeichen dafür, daß es bei Bedarf und nicht täglich gewaschen werden soll, ist ein Zeichen für die stattfindenden Veränderungen und die erhöhte Sensibilität im Tourismus. Doch das kann nicht ausreichen, um den Weg für eine nachhaltige Entwicklung zu bereiten. Das Umweltengagement eines großen deutschen Reiseveranstalters mit einer eigenen Umwelta Abteilung sorgt immer wieder für Schlagzeilen. Doch hinterfragt werden muß, ob mehr als positive Schlagzeilen für das Unternehmen erreicht werden. Denn das Unternehmen lebt vom Verkauf von Flugreisen. Trotz Umweltengagements hat der durch das Unternehmen verkaufte Anteil an Flugreisen sogar stark zugenommen. Zusätzlich bereinigt ein Billiganbieter den Markt und verkauft Last-Minute-Angebote. Durch Äußerungen wie: „Nur ein wirtschaftlich florierendes Unternehmen kann Umweltschutz betreiben!“ wird deutlich, daß auch das Umweltengagement der wenigen Reiseveranstalter noch nicht den Weg in die Nachhaltigkeit deutet. Wenn davon ausgegangen wird, daß Umweltschutz nur durch Umweltzerstörung finanziert wird, ist vielmehr ein völlig falscher Weg eingeschlagen worden. Das gleiche Großunternehmen zeigt seine Inkonsequenz in der Vermarktung der Mode Golf Tourismus. Gerade reichlich Golferferien in Spanien befinden sich im Angebot. Die 160 Golfplätze Spaniens brauchen aber jeden Tag soviel Wasser wie die 3-Millionen-Metropole Madrid. Trotz funktionierendem Umweltmarketings ist das Unternehmen also weit von nachhaltigen Strukturen entfernt.

Aufgrund der schlechten ökonomischen Rahmenbedingungen läßt die Bedeutung der Ökologie im Tourismus nach. Umweltschutz scheint nur ein Thema für wirtschaftliche Schönwetterzeiten zu sein. Es gibt aber zwei Gründe für mehr Ökologie in der angeblich so „weißen Industrie“:

- In allen Wirtschaftsbereichen werden nachhaltige Strukturen angestrebt. Der Tourismussektor sollte dabei ein Vorreiter sein. Der Gedanke der Nachhaltigkeit ist eine langfristige Entwicklungsphilosophie, die sich nicht an der Konjunkturlage orientieren darf. Es ist mittlerweile eine Binsenweisheit, daß Umweltschutz nicht unbedingt mehr Geld kosten muß.
- Über 60 % der Urlauber wollen im Urlaub Natur erleben. Immer mehr Urlauber wünschen sich verstärkte Umweltschutzanstrengungen im Tourismus.

Wie umweltverträglich sind die heutigen Reiseangebote?

Der Großteil der heutigen Reiseangebote entspricht nicht den Kriterien eines nachhaltigen Tourismus, dessen Inhalte bald seit 20 Jahren unverändert in der Diskussion sind. Auch die vielen kleinen und mittleren Nischenanbieter des „sanften“ Tourismus sind objektiv betrachtet nicht immer umweltverträglich. Die Frage, wie „sanft“ ist der „sanfte“ Tourismus ist angebracht. Wenn der Ökoreiseveranstalter umweltverträglich sein soll, weil er ein Zielgebiet im Tropischen Regenwald ansteuert und dort ein Naturschutzprojekt unterstützt, die Klimaauswirkungen der Anreise aber völlig unbeachtet bleiben, sind die Kriterien falsch gesetzt. Auch bei den Alternativveranstaltern läßt sich eine Zunahme von Ferntourismus und Flugreisen beobachten. Die Steigerung des Flugverkehrs läuft allen Bestrebungen einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung und allen Absichtserklärungen zur Schadstoffreduktion entgegen. Damit die Ökologie nicht zu einer unverlässlichen Werbeaussage wird, muß das tatsächliche Umweltengagement von Reiseveranstaltern hinterfragt werden. Die „sanften“ Reiseveranstalter zeigen, wie ein nachhaltiger Tourismus aussehen kann.

Der nachhaltige Tourismus darf allerdings nicht in der Nische der Alternativenanbieter verharren. Langfristiges Ziel muß es sein, daß die gesamte Reisebranche umweltverträglicher wird. Bereits heute gibt es eine Vielzahl von Umweltauszeichnungen im Tourismus, die ein bestimmtes Umweltengagement oder ein Projekt einer Region oder eines Betriebes prämiieren und herausstellen. Diese ausgezeichneten Maßnahmen haben Vorbildcharakter für die gesamte Branche. Allerdings sind die vorhandenen Umweltauszeichnungen qualitativ sehr unterschiedlich. Vielfach tragen sie nur zur Verwirrung der Kunden bei oder werden zu Werbezwecken mißbraucht, ohne qualitativen Mindestanforderungen gerecht zu werden. Damit für den Kunden die erforderliche Sicherheit und Verlässlichkeit geschaffen wird, ist ein einheitliches Gütesiegel für nachhaltigen Tourismus erforderlich, der „Blaue Umweltengel“ für Tourismus.

Handlungsansatz: Befragung von Reiseveranstaltern

Ziel der 1998 durchgeführten Befragung zum Umweltengagement von Reiseveranstaltern sollte die Ermittlung empfehlenswerter Reiseveranstalter sein, die in besonderem Maße Aspekte der Umwelt- und Sozialverträglichkeit bei ihren Angeboten berücksichtigen. Die Ergebnisse der Befragung lieferte wertvolle Erkenntnisse über das tatsächliche Umweltverhalten von Reiseveranstaltern. Es kann davon ausgegangen werden, dass eine aufgeklärte Minderheit von etwa 20% der Bundesbürger, was immerhin einer Zielgruppe von 15 Mio. Deutschen entspricht, lieber umweltschonend Urlaub machen wollen. Die meisten Urlauber kennen die Alternativen aber nicht. Diese müssen ihnen bekannt gemacht werden. Um das Vertrauen der Verbraucher aber zu erhalten, ist eine qualitative Auswahl erforderlich, damit er sich nicht nur auf die Werbeaussagen des Veranstalters verlassen muß. Auch wer mit dem Verkaufsargument Umweltschutz wirbt muß ihn noch nicht in der Praxis ausreichend berücksichtigen. Angesichts des nahezu unüberschaubaren Angebots ist es für den einzelnen oft sehr schwierig, diese Aspekte bei der Auswahl des Reiseveranstalters und der Buchung des Urlaubs zu berücksichtigen. Inwiefern die Angebote gewissen (Mindest-)Standards hinsichtlich ihrer Umwelt- und Sozialverträglichkeit genügen, ist oft kaum erkennbar.

Wer den alternativen Reisemarkt seit Jahren beobachtet kann sich der Vermutung nicht erwehren, daß auch hier die Angebote von (Fern-)Flugreisen stark zugenommen haben. Auch hierüber sollte die Befragung Auskunft geben. Durch eine Auswahl und Empfehlung sollen positive Veranstalter belohnt werden. Die Veranstalter, die ein überzeugendes Umweltengagement haben, können dann als Motor für eine weitere Optimierung der Umweltschutzaktivitäten in der gesamten Branche fungieren. Durch die Befragung der Reiseveranstalter konnte ermittelt werden, auf welchem Stand sich die Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus heute konkret befindet.

Bewertung der Veranstalter und ihres Angebots

Mit der Befragung der Reiseveranstalter wurden nicht einzelne Reisen sondern das Gesamtangebot des Veranstalters geprüft. Hierzu wurden Mindeststandards festgelegt, die ein Reiseveranstalter erfüllen muß, um sich nach Auffassung des BUND als Anbieter umwelt- und sozialverträglicher Urlaubsangebote darstellen zu können. Im einzelnen wurden u.a. folgende Aspekte unter die Lupe genommen:

- An- und Abreise, Mobilität im Zielgebiet
- Unterkunft/Beherbergung und Verpflegung
- Vor- und Nachbereitung der Reise, Reiseleitung, Betreuung
- Programm

- Büro, in house, Schulung.

Mit einem standardisierten Fragebogen, der eine möglichst objektive Bewertung und Vergleichbarkeit des Umweltengagements der verschiedenen Reiseveranstalter ermöglicht, sind über 300 Reiseveranstalter angeschrieben worden. 26% der befragten Reiseveranstalter (78), bei denen es sich vorrangig um die „Alternativveranstalter“ handelt, waren bereit, den sechsseitigen Fragebogen zu beantworten. Die Antwort eines Vermittlers wurde bei der Bewertung nicht berücksichtigt. Die Befragung wurde im Laufe des Jahres 1998 durchgeführt, so daß sich die Angaben der Veranstalter auf die Saison 1997 beziehen. Seitdem können also durchaus Veränderungen eingetreten sein. Zusammenfassend ergibt die Bewertung folgendes Bild: jeweils rund ein Drittel der Reiseveranstalter kann als „recht gut“, durchschnittlich und schlecht bis sehr schlecht bewertet werden. Zu dem „recht guten“ Drittel aller Antworten zählen 10% der Veranstalter (8), die als „sehr empfehlenswert“ und 22% (17), die als „empfehlenswert“ bewertet werden können. Die mittlere Bewertungsklasse der „bedingt empfehlenswerten“ Reiseveranstalter macht 31% (24) aus. Hierbei handelt es sich häufig um Veranstalter, die aufgrund ihrer Flugreisen abgewertet wurden, sonst aber als „gut“ zu bewerten sind. Zwei „bedingt empfehlenswerte“ Veranstalter wollten nicht veröffentlicht werden.

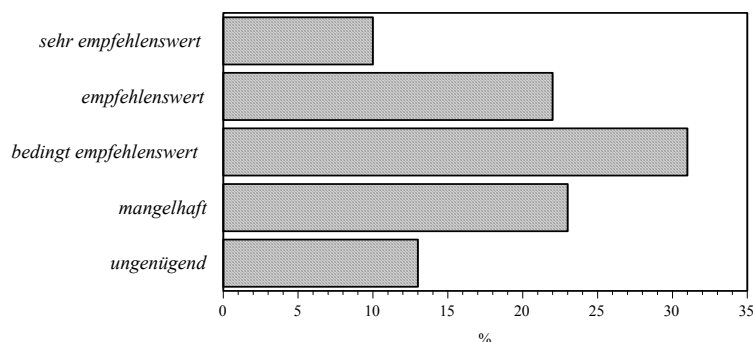


Abb. 2: Qualität der bewerteten Reiseveranstalter in Prozent

23% der bewerteten Veranstalter (18) müssen mit „mangelhaft“ und 13% (10) sogar mit „ungenügend“ bewertet werden. Überraschend ist, daß mit über einem Drittel der Anteil der absolut nicht empfehlenswerten Veranstalter sehr hoch ausfällt. Es ist zu vermuten, daß der Anteil der „Alternativanbieter“ ohne jegliche Umweltschutzambitionen weitaus höher ist. Da die nicht empfehlenswerten Veranstalter nicht dadurch bestraft werden sollen, daß sie sich an der Befragung beteiligt haben und nicht schlechter gestellt werden sollen als die Veranstalter, die den Fragebogen nicht ausgefüllt haben, sind diese in der Bewertungsliste nicht aufgeführt.

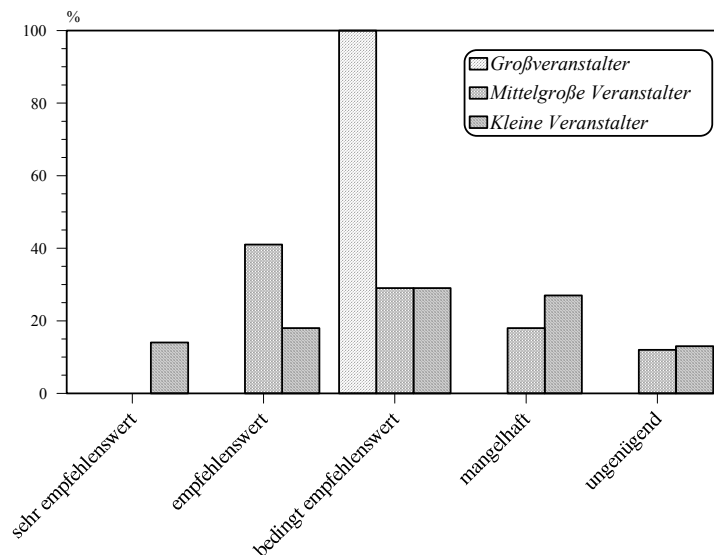


Abb. 3: Prozentuale Zusammensetzung der Qualitätsstufen pro Reiseveranstalter-Typ
(pro Reiseveranstalter-Typ = 100%)

Unter Berücksichtigung der Größe der Veranstalter fällt auf, daß knapp 70% der empfehlenswerten zu den Kleinveranstaltern (34 von 49) zählen. Bei den „sehr empfehlenswerten“ sind es ausnahmslos Kleinveranstalter. Bei mittelgroßen Veranstaltern sind immerhin 39% (7) „empfehlenswert“ und 28% (5) als „bedingt empfehlenswert“ zu bewerten. Allerdings haben zu 72% Kleinveranstalter und nur zu 24% mittelgroße Veranstalter den Fragebogen beantwortet. Als Großveranstalter werden hier, abweichend von der gängigen Definition, da es bei den „Alternativveranstaltern“ keine „richtigen“ Großveranstalter gibt, Unternehmen bezeichnet, die mehr als 10.000 Gäste im Jahr oder einen Umsatz von mehr als 20 Mio. DM im Jahr haben. Mittelgroße Veranstalter haben mehr als 500 Gäste im Jahr oder einen Umsatz von mehr als 1 Mio. DM im Jahr. Kleine Veranstalter liegen unterhalb dieser Grenze. Eine Differenzierung der Veranstalter nach ihrer Größe ist notwendig, da diese Aufschluß über die Unternehmensstrukturen und die Wirtschaftlichkeit gibt. Ein Kleinveranstalter kann aber im Einzelfall auch, beispielsweise wenn er gemeinnützig als Verein organisiert ist, anders kalkulieren als ein Großveranstalter. Dieser steht unter einem größeren unternehmerischen Druck.

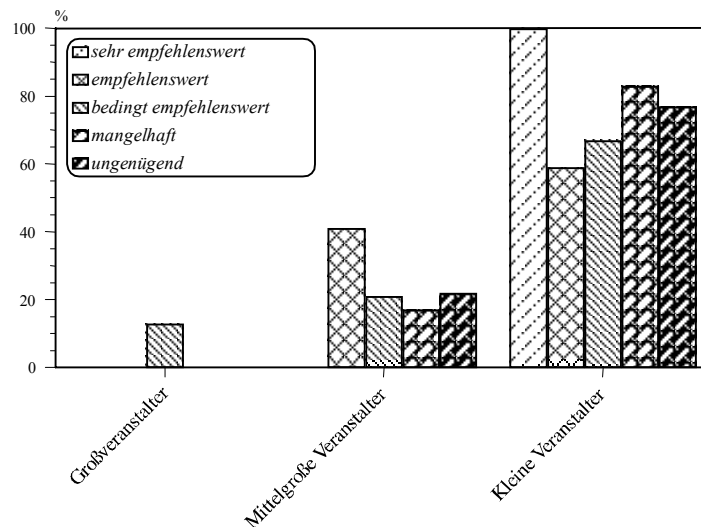


Abb. 4: Prozentualer Anteil der Reiseveranstalter-Typen an der jeweiligen Qualitätsstufe (pro Qualitätsstufe = 100%)

Die meisten Mängel der Reiseveranstalter sind bei der An- und Abreise zu verzeichnen, speziell bei Flugreiseangeboten weisen die Veranstalter große Defizite hinsichtlich einer umweltverträglicheren Orientierung auf. Es sind auffallend viele Fernreisen in den Angeboten der Alternativveranstalter enthalten. Dennoch können einige beispielhafte Veranstalter ermittelt werden, die ihre Angebotsschwerpunkte im Bereich Erlebnisurlaub, Umweltbildung und Aktivferien im umwelt- und sozialverträglichen Rahmen haben. Die Angebote von Aktivferien mit Wandern und Radfahren dominieren bei den Antworten.

Die Bilanz der Befragung

Es hat sich gezeigt, daß der äußerst heterogene Tourismusmarkt schwer mit einem standardisierten Fragebogen zu bewerten ist und die Vergleichbarkeit der unterschiedlichsten Reiseveranstalter mit sehr vielfältigen Angeboten erhebliche Mühe bereitet. Der Großveranstalter mit mehreren Millionen Mark Umsatz weist andere Strukturen auf als ein kleiner Veranstalter, der ohne festes Personal nur 5-10 Reisen anbietet. Das kann im Einzelfall zu einer uneinheitlichen Bewertung geführt haben, was aber insbesondere durch die Veröffentlichung der Kategorie „bedingt empfehlenswert“ ausgeglichen werden konnte, da die hier enthaltenen Veranstalter zwar nicht voll überzeugten, aber durchaus empfehlenswert erscheinen. Die bei der Auswertung der Fragebögen deutlich gewordenen Schwierigkeiten sind bei der Bewertung berücksichtigt worden.

Die Reiseveranstalter haben den Fragebogen selbständig ausgefüllt. Eine vollständige Überprüfung der gemachten Angaben ist nicht möglich. Insofern ist nicht auszuschließen, daß in den Antworten auch Falschangaben enthalten sind. Durch einen Vergleich der Antworten im Fragebogen mit dem Katalog des Reiseveranstalters wurden die Angaben allerdings möglichst detailliert überprüft. Insbe-

sondere bei dem Themenfeld Mobilität war eine genaue Kontrolle anhand der Katalogangaben möglich. Mit der Erstbewertung von Reiseveranstaltern konnten wertvolle Erfahrungen gesammelt werden, die eine Wiederholung sinnvoll machen. Geplant ist, die Bewertungsliste in Abständen von einigen Jahren als „Hitliste“ zu aktualisieren.

Alles in allem kann festgestellt werden, daß es eine ausreichend große Zahl empfehlenswerter Reiseveranstalter gibt, die eine große Programmpalette abdecken. Für den Urlauber gibt es akzeptable Alternativen bei der Wahl des Reiseveranstalters.

Handlungsansatz: Umweltauszeichnungen im Tourismus

Gütesiegel sind als „weiche“ Instrumente zu bezeichnen, die den umkämpften Markt bewegen und die Nachfrage zu umweltorientierten Angeboten lenken sollen. Im Kleinwalsertal, dem Vorreiter der Umweltauszeichnung, werden heute die verschärften Kriterien bereits von 40% der Bettenkapazität in Hotels, Gasthöfen und Pensionen erfüllt. Die Umweltauszeichnung war ein Motor für intensive und konsequente Umweltschutzaktivitäten in den Betrieben. Die durchgeführte Untersuchung zur Beschreibung und Bewertung der Umweltauszeichnungen im Tourismus ist einerseits eine Orientierungshilfe für Verbraucher, die wissen wollen, welche Qualität die jeweilige Umweltauszeichnung besitzt. Andererseits soll die Untersuchung aber vielmehr empfehlenswerte Konzepte und Anregungen für die Konzeption und Realisierung eines bundesweit einheitlichen und verbraucherfreundlichen Umweltgütesiegels liefern.

Umweltauszeichnungen im touristischen Bereich bestehen erst seit 1987. Die Frage, wieviel Umweltauszeichnungen es zur Zeit im Tourismus gibt, exakt zu beantworten, ist sehr schwierig, da einige Umweltauszeichnungen eingestellt werden, neue hinzu kommen. Bis 1989 existierten nur drei Umweltauszeichnungen im Tourismus, 1998 wurden 44 Auszeichnungen, die bisher mindestens einmal vergeben und nicht eingestellt wurden, lokalisiert.

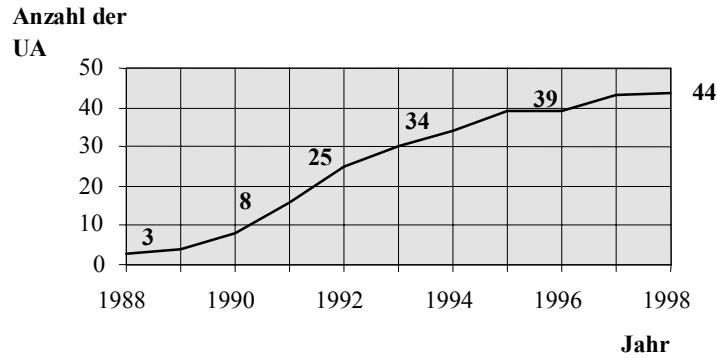


Abb. 5: Entwicklung der Anzahl der Umweltauszeichnungen von 1988 bis 1998

Zu fordern ist weiterhin ein bundesweit einheitliches und verbraucherfreundliches Umweltgütesiegel, um diesem 'Siegelwust' entgegenzusteuern und dem Reisenden ein übersichtliches und zuverlässiges Auszeichnungssystem zu garantieren.

Die Qualität einer Umweltauszeichnung wird überwiegend von den Inhalten und den Rahmenbedingungen geprägt. Der Schwerpunkt liegt bei den Inhalten, sie bestimmen weitgehend das Niveau einer Umweltauszeichnung bzw. ihre Güte. Nur wenn das Vergabeverfahren und der Kriterienkatalog nach bestimmten Richtlinien gestaltet sind, ist die Umweltauszeichnung auch ein Gütesiegel.

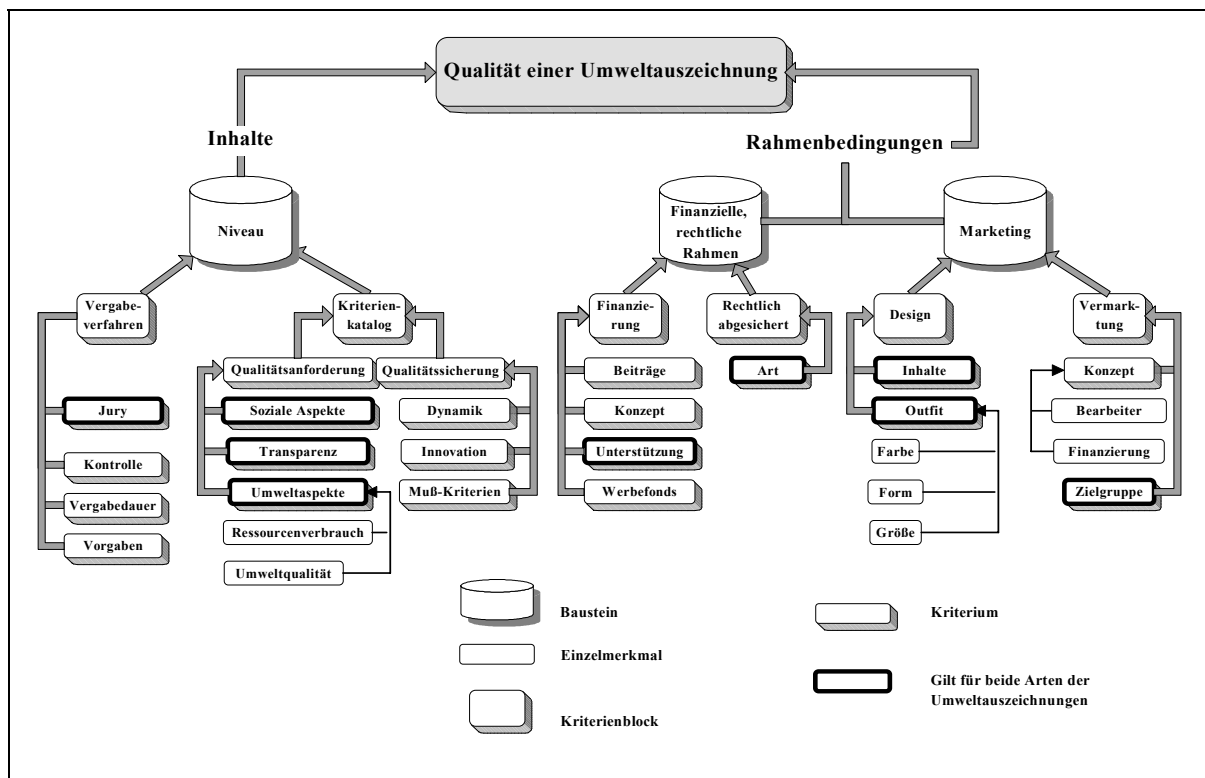


Abb. 6: Die Kriterien, die die Qualität einer Umweltauszeichnung bestimmen

Ein anspruchsvoller Kriterienkatalog berücksichtigt sowohl diverse Umweltaspekte als auch soziale Aspekte. Alle Kriterien müssen den Verbrauchern offengelegt werden. Ein gewisser Standard an Umwelt- und Sozialverträglichkeit muß durch bestimmte Kriterien (Muß-Kriterien) gewährleistet sein. Ein niveauvoller Kriterienkatalog muß zukunftsweisend sein, das bedeutet ein regelmäßiges Fortschreiben der Kriterien (Dynamik) und eine Berücksichtigung von innovativen Anregungen aus der bzw. für die Branche, um den Umwelt- und Sozialverträglichkeits-Standard ständig zu erhöhen.

Folgendes Vergabeverfahren kennzeichnet eine qualitativ hochwertige Umweltauszeichnung: An der Jury sollten Umweltverbände beteiligt werden und ein zuverlässiges Kontrollverfahren muß gewährleistet sein. Die Auszeichnung sollte nicht länger als für 2 Jahre vergeben werden. Die Kriterien sollten als Vorgabe mindestens zu 90% erfüllt werden. Als optimale Rahmenbedingungen sollte die Finanzierung möglichst abgesichert sein, unabhängig von einem Wirtschaftsverband erfolgen und das Marketing professionell auf den Verbraucher ausgerichtet sein.

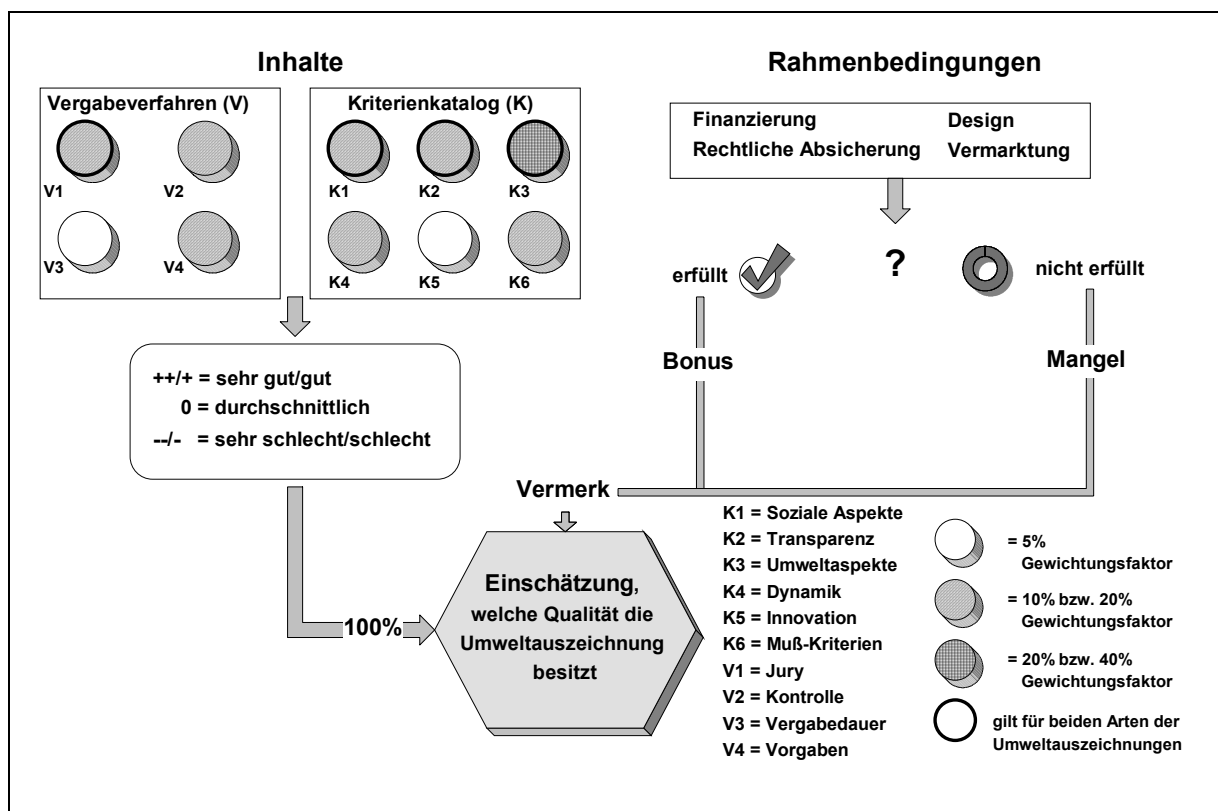


Abb. 7: Bewertungsverfahren zur Ermittlung der Qualität der Umweltauszeichnungen

Die Inhalte sind das 'Herz' einer Umweltauszeichnung und somit auch der Schwerpunkt bei der Bewertung. Die o.g. Kriterien des Kriterienkataloges und des Vergabeverfahrens werden mit unterschiedlicher Gewichtung in der Bewertung berücksichtigt. Den höchsten Gewichtungsfaktor bekommen die Umweltaspekte eine

nicht zu hohe Bedeutung wird den Kriterien 'Vergabedauer' und 'Innovation' gegenüber den restlichen Kriterien zugewiesen. Die einzelnen Kriterien werden für jede Umweltauszeichnung mit sehr positiv bis positiv, mit durchschnittlich oder mit schlecht bis sehr schlecht beurteilt. Alle Kriterien werden beim Typ 'Umweltauszeichnung für einen bestimmten Umwelt- und Sozialverträglichkeits-Standard' untersucht. Bei der Art 'Umweltauszeichnung für Projekte' werden aufgrund der projektspezifischen Eigenarten nur die 4 Kriterien 'Umweltaspekte', 'soziale Aspekte', 'Transparenz' und 'Jury' beurteilt. Die Einzelergebnisse bei jedem Kriterium werden addiert und ergeben das Gesamturteil über die Qualität der jeweiligen Umweltauszeichnung. Zusätzlich wird bei den vier Kriterienblöcken der Rahmenbedingungen 'Finanzierung', 'rechtliche Absicherung', 'Design' und 'Vermarktung' jeweils vermerkt, ob sie als erfüllt oder nicht erfüllt einzuschätzen sind. Des Weiteren werden die Eigenarten bzw. herausragenden Besonderheiten jeder Umweltauszeichnung dargestellt und ggf. wird notiert, ob diese sich vorteilig bzw. nachteilig auf die jeweilige Umweltauszeichnung auswirken. Das Bewertungsverfahren ist in der folgenden Abbildung 3 schematisch dargestellt (UA=Umweltauszeichnung).

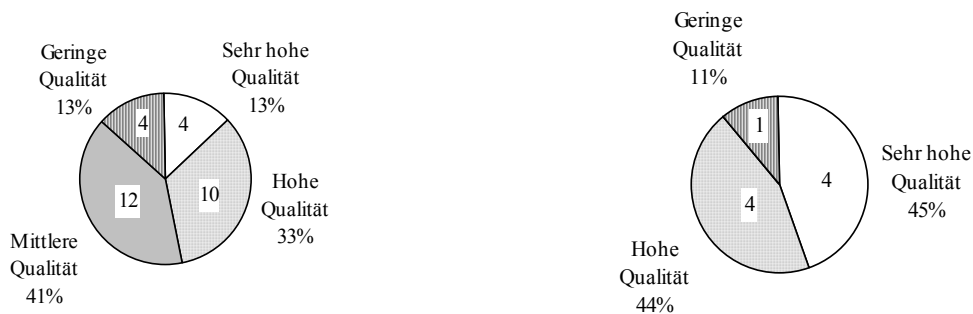


Abb. 8a: Qualität der Umweltauszeichnungen für einen bestimmten Umwelt- und Sozialverträglichkeits-Standard

Abb. 8b: Qualität der Umweltauszeichnungen für Projekte

Nur jede fünfte Umweltauszeichnung im Tourismus hält einer sehr kritischen Betrachtung stand und weist einen sehr hohen Qualitätsstandard auf, der nur noch in einigen kleinen Punkten verbessert werden könnte. Bei jeder zweiten Auszeichnung sind i.d.R. viele Mängel zu beanstanden. Bei der genaueren Betrachtung der einzelnen Kriterien werden die häufigsten Mängel der meisten Umweltauszeichnung deutlich. Während die Anforderungen an die Kriterien 'Transparenz', 'Umweltaspekte' und 'Vergabezeit' i.d.R. vom Großteil der UA gut bis sehr gut erfüllt werden, trifft dies bei den Kriterien 'Dynamik', 'Kontrolle' und 'Muß-Kriterien' nur bedingt zu und die Kriterien 'Innovation', 'Jury', 'soziale Aspekte' und 'Vorgaben' weisen bei sehr vielen UA hohe Defizite auf.

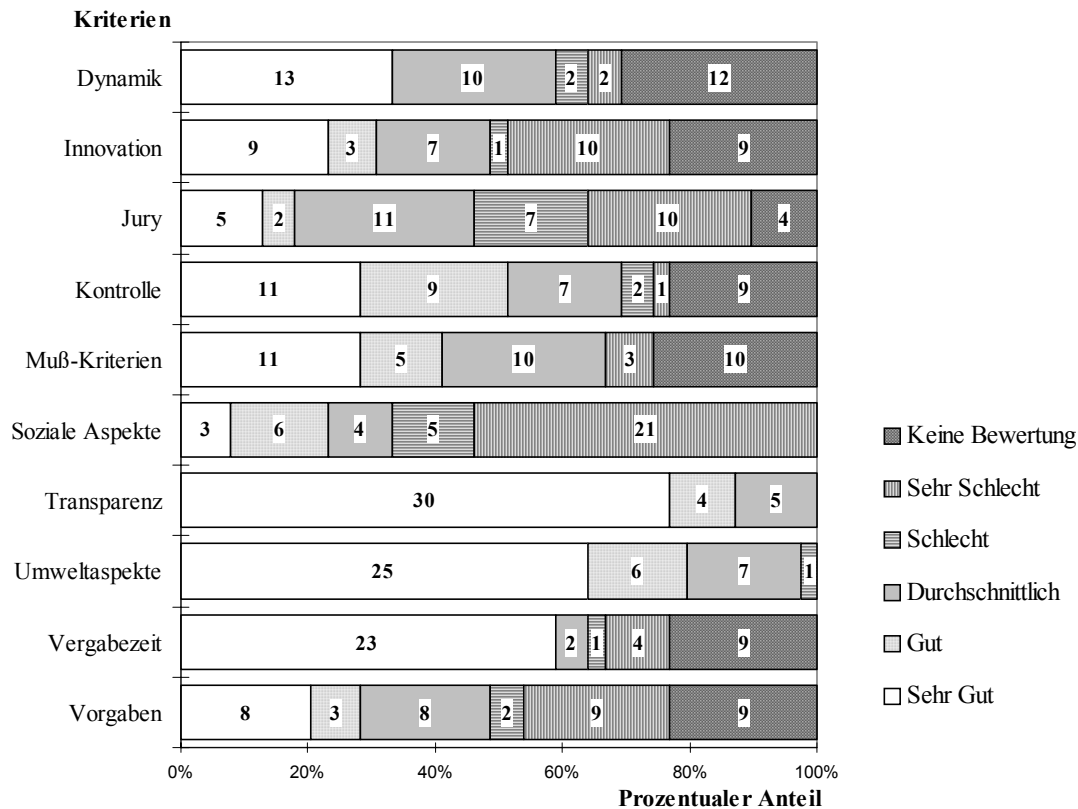


Abb. 9: Qualität der Einzelkriterien

Soziale Aspekte werden von über 60% aller UA kaum bzw. nicht berücksichtigt, bei jeder zweiten UA werden Umweltverbände kaum bzw. nicht an der Jury beteiligt. Bei einem Drittel aller UA werden keine innovativen Maßnahmen gefördert und die Vorgaben sind viel zu niedrig, d.h. weniger als 80% der Kriterien müssen erfüllt werden.

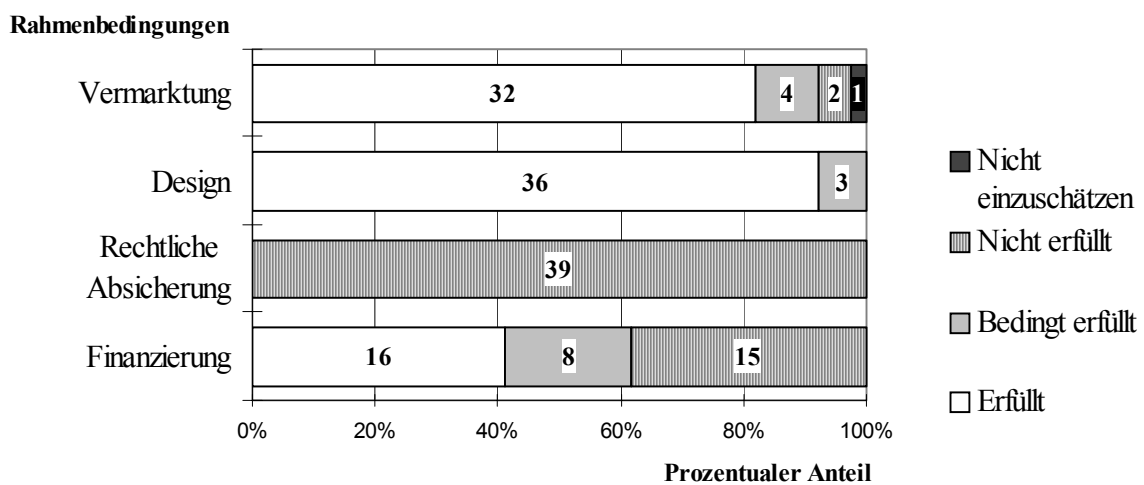


Abb. 10: Bewertung der Rahmenbedingungen

Es gibt zu viele Umweltauszeichnungen. Dieser 'ökologischen touristischen Plaketteneuphorie' muß entgegengesteuert werden. Kurzfristig müssen die existierenden Auszeichnungen lokalisiert, systematisiert und qualitativ verbessert werden. Langfristig gesehen muß für den Verbrauchern ein einheitliches, übersichtliches System geschaffen werden, das v.a. die o.g. Mängel ausschließt. Daß das längst keine Utopie mehr ist, demonstriert Österreich mit seinem 'Umweltzeichen für Tourismusbetriebe', wo sich regionale Siegel unterordnen bzw. auflösen. In Deutschland befindet sich der 'Grüne Koffer' seit 1991 in Planung. Der 'Grüne Koffer' bietet, wenn seine Kriterien überarbeitet werden, nicht nur als Umweltgütesiegel für deutsche Fremdenverkehrsorte eine gute Ausgangsbasis. Nach seiner ursprünglichen Intention könnte er auf andere Branchen ausgeweitet werden und über die Bundesgrenzen hinweg, europaweit gelten.

Umweltauszeichnungen für einen bestimmten Umwelt- und Sozialverträglichkeits-Standard			
 <p>Bundeshauptstadt für Natur und Umweltschutz der Deutschen Umwelthilfe</p>	 <p>Grüne Koffer des Ö.T.E.</p>	 <p>Österreichische Umweltzeichen für Tourismusbetriebe</p>	 <p>Umweltsiegel Tirol-Südtirol der Tirol-/Südtirol Tourismus Werbung</p>
Umweltauszeichnungen für Projekte			
 <p>Europäischer Preis für Tourismus und Umwelt der EU-Kommission</p>	 <p>IH&RA Environmental Awards</p>	 <p>Landschaft des Jahres der Naturfreunde Internationale</p>	 <p>TAT-Orte 'Gemeinden im ökologischen Wettbewerb' des Deutschen Instituts für Urbanistik</p>

Abb. 11: Die Spitzenreiter, Umweltauszeichnungen mit sehr hoher Qualität

Ausblick

Zur Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus benötigt es keiner weiteren inhaltsleeren Absichtserklärungen und verbalen Willensbekundungen mehr. Erforderlich ist die Umsetzung der bekannten Handlungsmöglichkeiten. Für eine nachhaltige regionale Tourismusedwicklung bedarf es politischer Vorgaben und Rahmensetzungen, insbesondere ist eine Änderung der derzeitigen Förderpraxis dringend geboten.

Handlungskonzepte sollten in jeder Region entwickelt werden und die Möglichkeiten einer nachhaltigen Tourismusentwicklung aufzeigen. Die Regionen sind aufgefordert mehr Umweltaspekte in ihre Angebotsplanung zu integrieren.

Auch wenn die Bedeutung der Ökologie im Tourismus größer sein könnte, zeigt sich, daß das Thema in die ökonomischen Überlegungen integriert ist und in den Diskussionen über die zukünftige Tourismusentwicklung eine wichtige Rolle spielt.

Anschrift des Autors:

Dipl.-Geogr. Rolf Spittler
Akademie für Umweltforschung
und -bildung in Europa (AUbE) e.V.
August-Bebel-Str. 16-18
33602 Bielefeld
Tel./Fax: 0521 / 61370

Hinweis:

Die „BUND-`Hitliste` empfehlenswerter Reiseveranstalter“ kann gegen 3,-- DM Rückporto in Briefmarken und der Unztersuchungsbericht „Beschreibung und Bewertung der Umweltauszeichnungen im Tourismus“ für 15,-- DM gegen Rechnung bei der Akademie für Umweltforschung und -bildung in Europa (AUbE) e.V. bezogen werden.