

Wie sehen Urlaub und Freizeit in Zukunft aus? Auf welche Trends müssen wir uns gefasst machen? Unter dem Motto »Schneizlireuth statt Ballermann« ging es bei den Benediktbeurer Gesprächen der Allianz Umweltstiftung diesmal um die Frage, wie die Tourismusbranche die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse abdecken kann, ohne gleichzeitig den Ast abzusägen, auf dem sie sitzt. Kontroverse vorprogrammiert.

6. Benediktbeurer Gespräche

Von Schneizlireuth bis Ballermann

Rote Karte für die Tourismusindustrie – für Christine Plüss vom Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung in Basel war der Frontverlauf klar. Gemessen an ihrer Bedeutung sei die Tourismusindustrie – immerhin der wichtigste Wirtschaftsfaktor und größte Arbeitgeber in der Welt – nicht annähernd ihrer Verantwortung gerecht geworden, kritisierte die studierte Historikerin. Zwar habe sie in einigen Gegenden der Welt zum Wachstum beigetragen, aber nichts zur Überwindung der Armut und zum Schutz der Umwelt geleistet. »Zurück ins Training«, lautete deshalb die Empfehlung an die Adresse der Branche.

Michael Wolf Iwand, Umweltmanager beim weltgrößten Reiseveranstalter TUI, hielt dagegen. Er verwies darauf, dass die Tourismusunternehmen auch Gewinn erwirtschaften müssen. Der Trend zur Schnäppchenjagd und zum Last-Minute-Angebot mache es jedoch schwer, die nötigen Investitionen für Umweltmaßnahmen aufzubringen, zumal der globale

Wettbewerb die Unternehmen unter einen »mörderischen Druck« setze. Es liege daher auch an den Kunden selbst, sich bewusst für nachhaltigen Tourismus zu entscheiden, meinte Iwand. Der aber habe seinen Preis.

Ökotour in der Nische

Wie eine Studie des Bundesumweltministeriums ausweist, wird umweltorientiertes Reisen auf absehbare Zeit wohl eine Nischenveranstaltung bleiben. Daran dürfte auch das Internationale Jahr des Ökotourismus nichts ändern, das die Vereinten Nationen und die Welttourismusorganisation ausgerufen haben. »Umwelt hat im Zusammenhang mit Urlaubsreisen derzeit so gut wie keine Aktualität«, unterstrich Lutz Spandau, Vorstand der Allianz Umweltstiftung, in der Diskussion. Auch die Kultur der Zielländer sei für den Pauschaltouristen meist zweitrangig. Synonym für diese Entwicklung: der Ballermann auf Mallorca. Es stelle sich die Frage, so

Spandau, »wie Tourismus auch zum Verlust von Identität beiträgt«.

Dabei sind Natur und kulturelle Vielfalt das wichtigste Kapital der Tourismusindustrie. Mit Hotelburgen zugestellte Küsten, touristischer Monokultur und ruinierten Biotopen gräbt sie sich auf Dauer selbst das Wasser ab. Dieser Gefahr ist sich auch TUI-Manager Iwand bewusst. Er sieht im Tourismus allerdings das Potenzial, »zur größten Naturschutzorganisation der Welt« zu werden. »Schützen durch Nützen«, lautet seine Vision.

Von der ist man nach Einschätzung von Christine Plüss allerdings insbesondere in der Dritten Welt noch weit entfernt. Sie mahnte die Einbeziehung der Bevölkerung in den touristischen Zielgebieten und ihre Beteiligung am Ertrag an – eine von zehn Forderungen, die die Arbeitsgemeinschaft von 17 Umweltinitiativen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, DANTE, an eine nachhaltige Tourismusedwicklung stellt. ►



Michael Wolf Iwand,
Marc Girardelli, Christine
Plüss, Peter Wippermann und
Lutz Spandau (von links)

Dass in dieses Weltbild ein Projekt wie das Alpincenter von Marc Girardelli in Bottrop passen könnte, war für manchen der Anwesenden zumindest überraschend. Und doch konnte Plüss dem Unternehmen des fünffachen Weltcup-Siegers im Ski-Alpin durchaus etwas abgewinnen. Auch Margit Conrad, Umweltministerin von Rheinland-Pfalz, lehnte die Idee mit der Skihalle auf der Abraumhalde nicht rundheraus ab. Man müsse verschiedene Aspekte gegeneinander abwägen. Die Umweltbilanz sei das eine, die Erschließung einer Industriebrache und ihre Nutzung für Freizeit und Erholung das andere.

Girardelli verwies darauf, dass das Alpincenter – im ersten Jahr kamen über 600 000 Besucher in die grüne Kühlhalle – mit seinem Energieverbrauch von vier bis fünf Millionen Kilowattstunden pro Jahr unter dem einer künstlichen Bäderlandschaft liege. Darüber hinaus biete es derzeit 100 Arbeitsplätze – und das in einer Region, in der jeder Fünfte arbeitslos sei. Ein Argument, das auch für Margit Conrad zählte: »Wenn bestimmte Rahmenbedingungen erfüllt sind, kann ein solches Projekt sozial, ökonomisch und ökologisch sinnvoll sein«, sagte die Umweltministerin.

Trendforscher Peter Wippermann aus Hamburg berichtete von gesellschaftlichen

Entwicklungen wie der Individualisierung, die durch Massentreffe wie auf Mallorca kompensiert zu werden scheinen: »Urlaub in der Kuschelgruppe«. Zwischen Ballermann und dem idyllischen Schneizlreuth in Oberbayern gebe es die vielfältigsten Ausprägungen des Reisens, die alle von der Touristikbranche bedient werden. Ist der eine auf den schnellen Kick aus – lastminute durch den halben Kontinent –, wählt der andere »Entstressen« in künstlichen Traumwelten. Geht der eine auf Gruseltour durch die Slums der Dritten Welt, macht der andere Luxusferien im Baumhaus mit Vollpension.

Ich zuerst

Allen gemeinsam ist allerdings das hedonistische Grundverständnis: ich zuerst. Ökotourismus klingt dagegen nach Verzicht – und das in der schönsten Zeit des Jahres. »Verzicht ist kein Erfolgsfaktor«, sagt TUI-Mann Iwand, und der muss es wissen. Christine Plüss sieht die Reiseveranstalter dennoch in der Pflicht. Sie sollten zur Änderung des Konsumverhaltens beitragen und nachhaltige Angebote entwickeln, so ihre Forderung. Ihrer Ansicht nach reicht es eben nicht, wenn Touristen zwar dreimal das gleiche Handtuch benutzen, auf der anderen Seite aber viermal so viel Wasser verbrauchen

wie ein Einheimischer. Da könne die Tourismusindustrie steuern. Sie gebe schließlich auch sonst die Trends vor. Iwand gab allerdings zu bedenken, dass die Branche bei einer Rendite zwischen zwei und drei Prozent kaum über den Spielraum verfüge, um die für eine grundlegende Wende erforderlichen Investitionen aufzubringen. Dafür seien neue Bündnisse erforderlich, Kooperationen zwischen Touristikunternehmen und Finanzdienstleistern zum Beispiel, wie der Allianz etwa, der Münchner Rück oder Gerling.

Dass Touristen aus eigenem Antrieb dazu übergehen, auf die Interessen des Urlaubslandes stärker Rücksicht zu nehmen, daran glaubt auch Iwand nicht. Dass man Gast ist und sein Verhalten anpasst, diese Vorstellung sei passé. »Reisen kommen aufgrund von Verträgen zwischen Partnern zustande«, unterstrich er in Benediktbeuern. Und so treten die fremden Heerscharen denn auch auf. »Die Idee vom Gast und Gastgeber«, meinte Iwand, »die ist längst überholt.« (fs)