

Schneizlireuth statt Ballermann – Wie sehen Urlaub und Freizeit in Zukunft aus?

Vortrag

von Dr. Christine Plüss,

Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung, Basel,

bei den Benediktbeurer Gesprächen der Allianz Umweltstiftung 2002.

Gleich vorweg: Ich gestehe meine Unkenntnis!

„Ballermann“ war mir natürlich ein Begriff. Ich war zwar nie da, um mir „live“ vor Augen zu führen, wie sich die Urlaubsgäste rund um die Uhr an Schläuchen aus Sangria-Kübeln vollaufen lassen. Aber Mallorca, die Balearen überhaupt, liegen mir am Herzen. Ich habe selber im Rahmen meiner Tätigkeiten als Reiseleiterin vor fast 25 Jahren während mehrerer Saisons ein kleines Feriendorf in Menorca mitgeleitet; die „kleine Schwester“ von Mallorca war mir lange eine zweite Heimat, und ich habe noch immer viele Freunde da. Die Balearen sind eine wunderschöne Region; ich unterstütze nach Kräften alle Bemühungen, sie auch als Urlaubsgebiet erhalten zu helfen. Ich möchte deshalb hier dafür plädieren, „Ballermann“ nicht mit Mallorca gleichzusetzen, sondern einfach als ganz besondere „Urlaubsform“ zu betrachten.

„Schneizlireuth“ jedoch tönte für uns in Basel ziemlich exotisch, und ich musste mich erst ins Bild setzen lassen. Ich freue mich, dass ich hier dank der Benediktbeurer Gespräche mehr darüber erfahren und lernen kann, und bedanke mich ganz herzlich auch bei den Organisatoren, dass ich diese Gelegenheit geboten bekomme.

Angebot

Was ich Ihnen bieten möchte, ist eine Art von Rahmen zu den heutigen Entwicklungen im Tourismus, in den sich spezielle Urlaubsformen wie „Ballermann“, künstliche Ferienwelten oder verträglichere Tourismuskonzepte einordnen lassen, damit wir gemeinsam besser erkennen können, wohin die Reise im Tourismus führt bzw. führen muss. Ich möchte damit gleich eingangs mein Hauptanliegen ins Bewusstsein rücken: Es ist grundsätzlich wichtig, dass alle zur Verfügung stehenden konkreten Maßnahmen gegen die negativen Auswirkungen des Tourismus ergriffen werden. Die Notwendigkeit von Kläranlagen,

Abfallmanagement, überhaupt Qualitätsmanagement, Landschaftsschutz etc. sollte gar nicht mehr zur Diskussion stehen müssen.

Es bedarf heute allerdings sehr viel weiter reichender Maßnahmen auf verschiedensten Ebenen, um den Tourismus – den mittlerweile wichtigsten Wirtschaftszweig der Welt – in nachhaltige Bahnen zu lenken und damit zukunftsfähig zu machen.

Ich möchte Sie deshalb einladen zu einem Ausblick auf die großen Herausforderungen, denen sich der Tourismus heute weltweit zu stellen hat. Dies anhand der zehn Leitsätze der neuen Broschüre, die wir – im Rahmen des Netzwerkes DANTE (Die Arbeitsgemeinschaft für Nachhaltige Tourismus-Entwicklung) von Organisationen und Initiativen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz – im Hinblick auf den Weltgipfel zur Nachhaltigen Entwicklung 2002 im kommenden Sommer in Johannesburg erstellt haben. Der Titel bringt unser Anliegen auf den Punkt mit der provokativen Frage: „Rio+10: Rote Karte für den Tourismus?“

Ich werde anschließend einige Leitsätze herauspicken und kurz vertiefen, um besser aufzuzeigen, wie eine zukunftsfähige Gestaltung von Urlaub und Freizeit aussehen kann und wer was dazu beizutragen hat.

Was trägt der Tourismus zur sozialen Gerechtigkeit und zur Umweltgerechtigkeit bei?

Heute leben 1,3 Milliarden Menschen weltweit in absoluter Armut, das heißt von weniger als einem US-Dollar pro Tag. Die Hälfte der Menschheit lebt von weniger als zwei US-Dollar pro Tag. Seit 1980 sind rund 60 Länder der Erde stetig ärmer geworden, trotz Wirtschaftswachstum auf globaler Ebene, zu dem der Tourismus als einer der dynamischsten Wirtschaftszweige kräftig beigetragen hat. Nur die Überwindung der Armut schafft die Voraussetzungen für eine nachhaltige Entwicklung weltweit; ihr muss heute auf der internationalen Agenda höchste Priorität zukommen.

Der Tourismus hat unbestritten über die letzten Jahre vielen Regionen und Menschen rund um den Globus zu neuem Einkommen und Arbeit verholfen. Sein Beitrag zur Überwindung der weltweiten Armut ist allerdings sehr viel umstrittener. Die Arbeit im Tourismus ist weltweit durchschnittlich schlechter qualifiziert und entlohnt als die anderer Branchen. Die Einkommen aus dem Tourismus sind auf lokaler und globaler Ebene äußerst ungleich verteilt. Gerade die Ärmsten der Armen profitieren in der Regel überhaupt nicht vom Tourismus. Im Gegenteil: sie haben die Verknappung von überlebenswichtigen Ressourcen wie Land und

Wasser sowie den Anstieg der Lebenshaltungskosten als Folge der Tourismusedwicklung in Kauf zu nehmen.

Als Hoffnungsträger für alle verschuldeten Regionen wird der Tourismus weltweit kräftig gefördert, mit staatlichen Subventionen und teuren Infrastrukturleistungen, aber auch mit äußerst günstigen Bedingungen für kapitalkräftige Anleger und Tourismusunternehmen. Die Folge sind Überkapazitäten – Flugsitze, Betten etc. – und ein harscher Konkurrenzkampf unter den Anbietern, was zum drastischen Preisverfall beim Reisen geführt hat. Von diesem Konkurrenzkampf sind keineswegs allein die so genannten Entwicklungsländer betroffen. Vielmehr sehen sich gerade auch kleinere Anbieter von touristischen Leistungen in hiesigen Breitengraden dem gnadenlosen Wettbewerb ausgesetzt - oft genug ohnmächtig, was besonders auch fortschrittlichere nachhaltige Ansätze im hiesigen Tourismus gefährdet.

Global Player

Die Konsumenten hierzulande mag die Billigreiserei freuen; ebenso profitieren die großen, transnationalen Tourismuskonzerne, die sich in den letzten Jahren durch Konzentrationen in der Branche die Marktmacht als „Global Players“ zu sichern vermochten. Nur zur Erinnerung, heute halten etwa in Deutschland die sechs wichtigsten Reiseveranstalter 83,5 Prozent des Marktes, die TUI allein 28,9 Prozent des gesamten Umsatzes. (Quelle: Beilage zur Fremdenverkehrswirtschaft 14. Dezember 2001)

Von den kostbaren Devisen, welche die verschuldeten Länder oft im Rahmen ihrer Strukturanpassungsmaßnahmen im Tourismus zu erwirtschaften versuchen, fließen nach neuesten Erkenntnissen der UN-Organisation für Handel und Entwicklung UNCTAD durchschnittlich rund die Hälfte gleich wieder ins Ausland für den Kauf von Gütern für Unterhalt und Betrieb des Tourismus. In wenig entwickelten Ländern ist der Devisenabfluss noch höher. Sogar die UNCTAD-Experten kommen in ihrem neuesten Bericht zur Einsicht, dass in gewissen Fällen die armen Länder des Südens den Tourismus für die Reichen subventionieren.

Gerade die Ereignisse des 11. September und ihre Folgen haben deutlich gemacht, wie stark der Tourismus auf Frieden, Sicherheit und soziale Gerechtigkeit angewiesen ist. Doch was trägt er dazu bei? Und was tut die Tourismuswirtschaft jetzt für all die Regionen, die so stark auf sie gesetzt haben und nun auf leeren Betten sitzen bleiben? Das Rezept der großen Veranstalter heißt „nachverhandeln“, damit die Betten noch billiger und so wieder besser verkauft werden; dadurch verdienen die lokalen Tourismusanbieter noch weniger.

Der Tourismus muss weltweit sozialer werden, das heißt auch nicht nur umweltschonend, sondern umweltgerechter werden!

– Tourismusentwicklungen müssen in regionale Entwicklungskonzepte eingebettet sein und der breiten Bevölkerung die Teilhabe an Entscheidung und Ertrag sichern. Das ist eine eminent politische Aufgabe. Dabei geht es um Demokratie, um „empowerment“ – also um die Befähigung der Menschen, teilzuhaben durch Bildung und Wahrung ihrer Rechte. Und es geht um klare Auflagen für die Tourismuswirtschaft und -förderung im ökonomischen, sozialen und ökologischen Bereich. Das mag selbstverständlich klingen, ist es aber nicht einmal in hiesigen Breitengraden.

– Die Tourismuswirtschaft ihrerseits muss das Primat der Politik anerkennen und aktiv zur guten Regierungsführung beitragen durch die Bekämpfung der Korruption und die Einhaltung der Gesetze auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene. Auch das klingt selbstverständlicher, als es ist, wenn man etwa an die vielen Hotels weltweit denkt, die sämtliche Umweltgesetze verletzen, nicht zu reden von gravierenden Menschenrechtsverletzungen in der Folge von Tourismusentwicklungen. Angesichts der bestehenden Schwächen lokaler Politik und Behörden vielerorts sind auch die Selbstverpflichtungen der Branche, gerade der transnationalen Konzerne, enorm wichtig; es ist erfreulich, dass es immer mehr Ansätze dazu gibt, die auch von unabhängiger Seite überprüft werden. Sie müssen dringend mehr soziale Bereiche umfassen (Arbeitsbedingungen, Frauenförderung, Schutz von Minderheiten etc.). Ethisches Wirtschaften heißt auch im Tourismus „faire Preise“ bezahlen, und diese Frage stellt sich Tourismusverantwortlichen dringend. Die Tourismuswirtschaft muss insgesamt eine Leaderrolle für die nachhaltige Entwicklung übernehmen!

– Die internationalen finanz- und handelspolitischen Rahmenbedingungen müssen zu Gunsten der schwächeren Teilnehmenden auf dem internationalen Tourismusmarkt geändert werden; erforderlich ist dafür ein klarer Einsatz der Regierungen der Industrieländer insbesondere auf den Internationalen Währungsfonds (IWF) sowie auf die Welthandelsorganisation (WTO). Weiter müssen die Industrieländer die Mittel für Entwicklungshilfe, die seit Jahren deutlich abnehmen, konsequent aufstocken auf die OECD-Empfehlung von 0,7 Prozent des Bruttonationalproduktes. Entwicklungshilfe soll nicht in die Förderung des Tourismus fließen, sondern in die flankierenden Maßnahmen zur Stärkung der breiten Bevölkerung in den Tourismusgebieten.

Wie können wir unseren Konsum- und Lebensstil ändern, um endlich „weltverträglich“ zu werden?

Das hört sich alles ja schön an, liegt aber – so werden Sie sich sagen – weitab von unserer Einflussphäre. Mitnichten! Die Tourismusedwicklungen in den Zielregionen können nur nachhaltiger werden, wenn wir auf der Nachfrageseite unseren Teil dazu beitragen.

Wir – die Bewohner der Industrieländer – machen 20 Prozent der Weltbevölkerung aus und konsumieren 80 Prozent der Ressourcen weltweit. Das zeigt sich besonders klar im Tourismus: Nur gerade drei bis fünf Prozent der Weltbevölkerung kommt überhaupt in den Genuss, eine Auslandsreise zu unternehmen. Die Reisenden konsumieren zudem unterwegs oft genug die ohnehin knappen Ressourcen der in den Zielgebieten ansässigen Bevölkerung.

Die Reisenden sind gefordert. Doch auch Politik, Tourismuswirtschaft und die Organisationen der Zivilgesellschaft müssen ihren Beitrag leisten, damit der Konsum- und Lebensstil „weltverträglicher“ wird.

Wie sieht eine zukunftsfähige Tourismus- und Freizeitgestaltung aus?

- Erholung im Alltag
- Attraktive Naherholung vom Alltag
- Auf nachhaltige Regionalentwicklung ausgerichtete Ferienangebote, die mit umweltverträglichen Verkehrsmitteln erreicht werden
- Die Fernreise, insbesondere die Flugreise, als seltenes, kostbares Vergnügen, das dank neuer Formen von Jahresurlaub, zum Beispiel durch eine Zusammenlegung von Urlaubstagen, länger dauert und eine echte Gelegenheit bieten kann, mit Menschen aus anderen Kulturen in Kontakt zu kommen.

Was tragen Reisende dazu bei?

Bewusst reisen:

- Eigene Motivation und Bedürfnisse hinterfragen
- Die Ferien sorgfältig vorbereiten.

Kritisch einkaufen:

- Beim Buchen der Reise
- Im Alltag generell.

Fair handeln:

- Unterwegs die Menschen und ihre Kultur respektieren
- Ressourcen schonen und den Lebensraum der Gastgebenden achten
- Faire Preise bezahlen.

Dazu gehört auch, aktiv verträgliche Tourismus- und Freizeitangebote von den Entscheidungsträgern aus Politik und Wirtschaft einzufordern.

Beitrag von Reiseveranstaltern und Freizeit Anbietern zur Änderung des Konsumverhaltens von Reisenden

- Neue nachhaltige Angebote entwickeln und auf den Markt bringen
- Umfassende und transparente Angebotsdeklaration mit unabhängigem Monitoring
- Umfassende Information der Kundschaft und der breiten Öffentlichkeit mit regelmäßiger Berichterstattung über die eigenen Nachhaltigkeitsbemühungen sowie soliden Materialien zur Reisevorbereitung (inkl. Schlüssel zur Angebotsdeklaration).

Was beinhaltet eine nachhaltige Tourismus- und Freizeitpolitik?

Tourismuspolitik als Querschnittsaufgabe konzipieren:

- Sektorübergreifende Maßnahmen – Anreize wie Auflagen – in verschiedenen Politikbereichen (inkl. Verkehr, besonders Flugverkehr, Raumordnung, Umwelt, Wirtschaft, Bildung, Verbraucherschutz)
- Unter Berücksichtigung der Auslandsreisen (inkl. Außen- und Entwicklungspolitik)
- Mit dem Einbezug aller Betroffenen (z.B. lokale Agenda-21-Prozesse, Zusammenarbeit mit Verbänden und NGOs).

Taten statt Worte!

Was ich da vortrage, kommt Ihnen als aufgeschlossene Mitbürger vermutlich ziemlich bekannt vor. Sie haben Recht, eigentlich ist in unzähligen Reden, Papieren und Konzepten längst festgehalten, wie ein zukunftsfähiger Tourismus aussehen muss. Es gibt ein recht umfassendes Aktionsprogramm der UN-Kommission für Nachhaltige Entwicklung (CSD 7) zum Tourismus; es gibt einen „Globalen Ethikkodex“ der Welttourismusorganisation; es gibt Absichtserklärungen in allen Bereichen.

Was fehlt, ist die konsequente Umsetzung – der politische Wille der Entscheidungsträger im Tourismus, den längst erkannten Zusammenhängen in diesem komplexen Wirtschaftsbereich endlich Rechnung zu tragen und alle Maßnahmen auf eine nachhaltige Entwicklung im ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Sinne auszurichten. Sehr bezeichnend in dieser Hinsicht sind die Reaktionen der Tourismuspolitik und -wirtschaft auf den 11. September.

– Nehmen Sie das Beispiel der Rettung der „gegründeten“ Swissair: Es war in der Tat ein Lehrstück der besonderen Art, wie in der Hitze des Gefechts zwischen Business-Sachzwängen, volkswirtschaftlichen und parteipolitischen Interessen sowie hochgeschaukelten patriotischen Gefühlen in noch nie da gewesener Entscheidungsfreudigkeit in der Schweiz Steuermilliarden zur Rettung der nationalen Fluggesellschaft durchgeboxt wurden. Für fundierte Überlegungen zur Nachhaltigkeit im umfassenden Sinn des Wortes blieb da wenig Raum.

– Noch unter dem Schock des massivsten Einbruchs in der Geschichte des Tourismus verfassen die Vertreter der Industrie im Hinblick auf den Weltgipfel zur Nachhaltigen Entwicklung von Johannesburg einen dicken Bericht mit vielen Beispielen dafür, wie sehr die Tourismuswirtschaft um Nachhaltigkeit bemüht ist. Diese Initiativen sind in der Tat zu würdigen. Doch legt der Bericht einen ungebrochenen Glauben an das Wachstum des Tourismus an den Tag, der allein an Passagieraufkommen und Bruttoeinnahmen gemessen wird, statt die Gelegenheit zu nutzen, neue Kriterien eines qualitativen Wachstums, dem Nachhaltigkeit zu Grunde liegt, zu erarbeiten und mit geeigneten Maßnahmen zum Tragen zu bringen.

– Und was geschieht in hiesigen Breitengraden, wenn der Trend zu Ferien im eigenen Land anhält und effektiv immer mehr Menschen in Deutschland, Österreich und der Schweiz nachhaltigere Naherholung suchen? Wo bleibt die Tourismuspolitik, die das als Chance begreift und tragfähige Hilfestellung bietet?

Baden gehen

Wir wollen in der Tat mehr, als einfach baden gehen! Das ist unser Motto im Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung. Verstehen Sie mich nicht falsch, ich mag keine elitäre Tourismuskritik betreiben, die Badeferien verdammen will. Mich stört an sich nicht die Urlaubsform des „Ballermann“ – offensichtlich gibt es auch dafür ein Bedürfnis. Mich stört aber daran, dass die „Ballermänner“ nach Mallorca fliegen angesichts der gravierenden Folgen des Flugverkehrs für die globale Umwelt. Mich stört auch ganz entschieden, dass sie das Tourismusaufkommen auf Mallorca noch vergrößern, wo einerseits die Balearen insgesamt die Besucherströme kaum mehr verkraften können, andererseits die „Ballermänner“ ihr Vergnügen nur in Mallorca suchen, weil „Ballermann“ gerade da ist und nicht anderswo. Weshalb nicht radikal Abhilfe schaffen und „Kunst-Ballermänner“ in hiesigen Naherholungsgebieten auf die Beine stellen, bis das Bedürfnis gedeckt ist? Das Flugerlebnis kann ja bei Bedarf locker dazu simuliert werden.

Es braucht neue, unkonventionelle Wege in Tourismus- und Freizeitgestaltung, um die notwendige Trendwende zur Nachhaltigkeit zu schaffen. Unserer Kreativität, unserem Engagement sind dabei keine Grenzen gesetzt – wohl aber der Entwicklung unseres Planeten.