

Warten auf die Moral der Reisenden.

Schlussbemerkungen

von Dr. Lutz Spandau,

Vorstand der Allianz Umweltstiftung, München,

bei den Benediktbeurer Gesprächen der Allianz Umweltstiftung 2002.

„Der Ballermann wird auch Bayern erreichen“, hintersinnig und informativ erklärte Peter Wippermann in seinem Beitrag Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der gesellschaftlichen Strukturen in Deutschland. Er führte aus, dass die Schwerpunkte sich in den vergangenen 25 Jahren verlagert hätten, und das Endziel der Individualisierung fast erreicht sei. Zwar würden Werte wie Familie und Gesellschaft unverändert gewünscht, doch die Bereitschaft zum persönlichen Einsatz sei deutlich gesunken.

Sinn und Orientierung würden heutzutage im Wesentlichen durch persönliches Glück und Lebensgenuss gesucht. Das zeige sich auch in den verschiedenen Urlaubstrends: ob nun Urlaub in der Kuschelgruppe, Urlaub von den eigenen Kindern oder Extremurlaub mit maximalen Adrenalinschüben. Typisch für das Streben nach totaler Kontrolle des Urlaubserlebnisses seien künstliche Urlaubswelten und Erlebnisparcs, welche die europäische Geschichte im Franchise-System präsentierten. Zwischen Ballermann und Schneizlreuth gebe es die vielfältigsten Ausprägungen des Reisens. Sei der eine auf den schnellen Kick aus – last-minute durch den halben Kontinent –, wähle der andere „Entstressen“ in künstlichen Traumwelten. Gehe der eine auf Gruseltour durch die Slums der Dritten Welt, bevorzuge der andere Luxusferien im Baumhaus mit Vollpension. Allen gemeinsam sei allerdings das hedonistische Grundverständnis: ich zuerst.

„Vorsicht mit Stereotypen“, warnte dagegen Wolf Michael Iwand. Er stellte dem Thema der Tagung „Schneizlreuth statt Ballermann“ ähnlich überspitzt entgegen: „Kaufe, wo es am schönsten ist, kaufe deutsch!“ Wer das Klima durch Verzicht auf Fernreisen schützen wolle, müsse dann konsequenterweise auch für eine Reduktion der Exporte eintreten.

Größtes Problem für den nachhaltigen Tourismus sei die Frage: Was habe ich davon? Lästige Kosten oder Gewinn bringenden Nutzen? Beim Verbraucher stehe das Bedürfnis nach Nachhaltigkeit im Urlaub nicht im Vordergrund. Viele seien geradezu preisgieriger Schnäppchenjäger und negierten dabei andere Aspekte

völlig. Bis sich nachhaltiges Konsumverhalten im Tourismus durchsetze, werde es noch dauern, vielleicht sogar Jahrzehnte, führte Iwand aus. Der Driver des notwendigen Wandels könne die Wirtschaft werden, aber letztendlich hänge es von uns selbst ab, ob es bald besser oder zumindest anders wird. Der Tourismus jedoch habe das Potenzial, zur größten Naturschutzorganisation der Welt zu werden. „Schützen durch Nützen“ lautet seine Vision.

Wie eine künstliche Urlaubswelt unter der Glaskuppel aussehen kann, stellte Marc Girardelli vor. Im Alpincenter, einer Skihalle auf einer Abraumhalde, bietet er Wintersport-Spaß für die Menschen im Ruhrpott an. Die Ökobilanz des Zentrums ist besser, als zu vermuten sei: Mit 4 bis 5 Millionen Kilowattstunden pro Jahr verbrauche es, so Girardelli, weniger Strom als eine mittelgroße Bäderlandschaft. Als Indoor-Skianlagen-Betreiber habe er enormen Spaß, auch den Kindern Skifahren beizubringen, die sonst keine Möglichkeit zum Skifahren hätten. Dass die Menschen nicht bis in die Alpen fahren müssen, um Ski zu laufen, habe sich bewährt, führte Girardelli aus. Darüber hinaus biete es derzeit 100 Arbeitsplätze in einer Region, in der jeder Fünfte arbeitslos sei. Dieser Argumentation schloss sich auch Margit Conrad, Ministerium für Umwelt und Forsten in Rheinland-Pfalz, in einem Stegreifstatement an. „Wenn bestimmte Rahmenbedingungen erfüllt sind, kann ein solches Projekt sozial, ökonomisch und ökologisch sinnvoll sein“, sagte die Umweltministerin.

Tourismus-Expertin Christine Plüss zeigte der Urlaubsindustrie die Rote Karte. „Veranstalter und Reisende müssen ihre Rolle in der globalen Entwicklung von Grund auf überdenken“, führte sie aus. Zum bevorstehenden Nachhaltigkeits-Gipfel in Johannesburg hat ihr Arbeitskreis zehn Leitsätze und Forderungen für eine zukunftsfähige Entwicklung des Tourismus im 21. Jahrhundert formuliert. Zu den Forderungen gehören Überwindung der Armut durch Tourismus, sanfte Mobilität, umwelt- und menschengerechter Konsum und Handel sowie eine Politik, welche die Menschenrechte und die Interessen künftiger Generationen berücksichtigt. Dieser Verantwortung sei die Branche bisher nicht annähernd gerecht geworden. „Zurück ins Training“ lautet daher ihre Empfehlung an die Tourismusindustrie.

Diese Forderungen richten sich nicht nur an die Tourismusunternehmen und die Politik, sondern auch an jeden einzelnen Verbraucher. Bewusste Fernreisen als seltene Vergnügen und kritisches Einkaufen fair gehandelter Produkte könnten die Beiträge jedes Einzelnen sein. Girardellis Alpincenter gefällt Plüss, sieht sie doch in künstlichen Erlebniswelten in Europa eine Alternative zum Ferntourismus. „Warum muss Ballermann in Mallorca sein, und alle müssen hinfliegen? Die fliegen nur hin, weil Ballermann in Mallorca ist, nicht, weil sie Mallorca wollen.“ Daher müsse man „Kunst-Ballermänner“ in Europa bauen.

In der Podiumsdiskussion stellte Plüss konkrete Forderungen an die Tourismusindustrie. Diese müsse etwa die Gesetze der Gastländer einhalten, mithelfen, Korruption zu bekämpfen, und eine Führungsrolle übernehmen. Zu oft sei dies noch nicht selbstverständlich. Iwand entgegnete, die Reisenden selbst hätten die Macht, die Angebote der Tourismusunternehmen zu verändern. Auch Wippermann ergänzte, die Trends würden von den Verbrauchern gemacht. „Die Konsumenten verlagern die Verantwortung auf die Anbieter.“ Die Forderungen von Plüss seien sicher konsensfähig. Die Frage, die sich jedoch stelle, laute: „Wer macht die Trends?“ Iwand antwortete darauf, dass das Produkt der Zukunft besser, nicht anders aussehen werde.

Insgesamt herrschte bei allen Teilnehmern weitgehend Einigkeit über die Ziele, aber wenig Klarheit über den Weg dorthin. Kundenforderungen und -ansprüche zeigten Wirkung, auch darin waren sich alle einig. Dass Touristen aus eigenem Antrieb stärker auf die Interessen des Urlaubslandes Rücksicht nehmen werden, daran glaubte keiner der Referenten. Dass man Gast sei und sein Verhalten anpassen müsse, diese Vorstellung sei passé. Die Idee von Gast und Gastgeber sei längst überholt. Es bleibe die Hoffnung, dass eine entsprechende Aufklärung mittelfristig auch die Werte der Zielgruppe präge und dadurch deren Verhalten nachhaltig verändert werde.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten: Weil kein Land der Erde mehr für sich alleine lebt und alles in Bewegung gerät, ist eines wichtiger denn je: der ständige und offene Dialog, der ständige, auf Verständigung gerichtete Gedanken- und Informationsaustausch, der ständige Versuch, einander für das Ziel zu begeistern, die Herausforderungen unserer Zeit zu meistern. Und dies über innere und äußere Grenzen hinweg. Deshalb ist es so wichtig, dass wir miteinander kommunizieren, und deshalb danken wir den Referenten und Ihnen für Ihr Kommen und Ihre Teilnahme an den Benediktbeurer Gesprächen.

Wir freuen uns, auch im nächsten Jahr wieder Ihr Gastgeber sein zu dürfen.